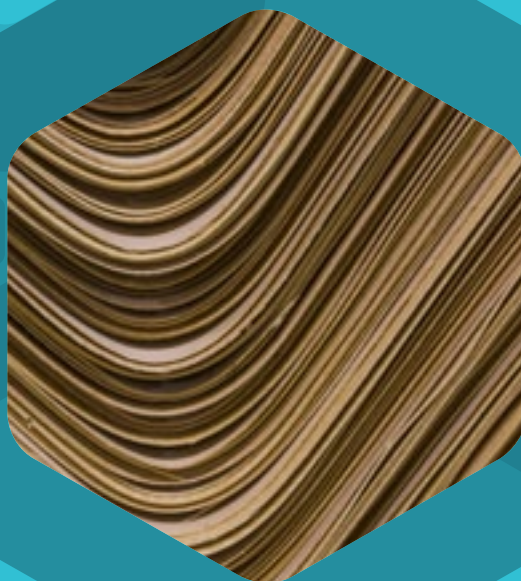
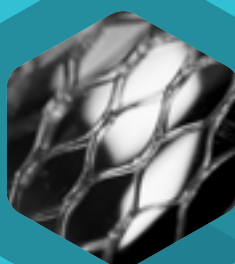
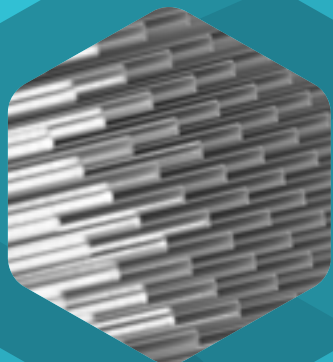


CSR Code

2012/2013





CSR Code

*Raport Zrównoważonego Rozwoju
Grupy Nowy Styl*

2012/2013

Spis treści

Grupa Nowy Styl w liczbach 4

1 Kim jesteśmy? 9

- 1.1** Nasza strategia 14
- 1.2** Władze spółki 16
- 1.3** Wyniki finansowe 18
- 1.4** Zasady działania 20
- 1.5** Jakość 21

2 Nasza odpowiedzialność 27

- 2.1** Dialog z interesariuszami 30

3 Nasi pracownicy 35

- 3.1** Zatrudnienie 36
- 3.2** Wynagrodzenia 40
- 3.3** Edukacja i szkolenia 41
- 3.4** Świadczenia dodatkowe 44
- 3.5** Przeciwdziałanie dyskryminacji 44
- 3.6** Bezpieczeństwo i higiena pracy 44
- 3.7** Pełne dane tabelaryczne
określające wskaźniki 46

4 Nasz wpływ na środowisko 53

- 4.1** Energia 54
- 4.2** Gospodarka wodna 56
- 4.3** Objętość ścieków 57
- 4.4** Emisja do powietrza 58
- 4.5** Gospodarka odpadami 59
- 4.6** Łączne wydatki i inwestycje
w ochronę środowiska 62
- 4.7** Transport 63

5 Nasi dostawcy 67

6 Nasi klienci 73

- 6.1** Ergonomia 74
- 6.2** Oznakowanie produktów 75
- 6.3** Zdrowie i bezpieczeństwo klienta 76
- 6.4** Komunikacja marketingowa 78
- 6.5** Badanie satysfakcji klientów 80

7 Nasi sąsiedzi 85

8 O raporcie 91

- 8.1** Raport poświadczający 92
- 8.2** Indeks treści GRI 94

Szanowni Państwo,

Drodzy Współpracownicy i Przyjaciele, Szanowni Klienci i Partnerzy

Jest nam niezmiernie miło oddać w Wasze ręce pierwszy Raport Zrównoważonego Rozwoju Grupy Nowy Styl za lata 2012 i 2013, sporządzony wg międzynarodowych wytycznych Global Reporting Initiative (GRI) G4. Niezwykle ważny dla nas dokument, który jest zwieńczeniem kilkumiesięcznej pracy wielu ludzi, tworzących interdyscyplinarny zespół projektowy, powołany aby sprostać temu zadaniu.

Jesteśmy dumni, że możemy oddać do Waszej dyspozycji nie tylko podsumowanie naszej działalności na rzecz zrównoważonego rozwoju, ale także nasze zobowiązanie. Zobowiązanie do ciągłego doskonalenia i dążenia do samorozwoju; zobowiązanie do wzięcia pełni odpowiedzialności i nieustawiania w wysiłkach na rzecz równowagi naszego wpływu na środowisko naturalne i tworzenia wartości dodanej dla wszystkich naszych interesariuszy.

Zrównoważony rozwój, któremu poświęcamy niniejszy raport jest dla nas pojęciem szerokim i bardzo ważnym, które determinuje nasze myślenie o prowadzeniu biznesu. Bacznie obserwujemy globalizujący się świat wokół nas, zauważając zarówno dobre, jak i złe strony zachodzących w nim procesów. Zdajemy sobie sprawę, że przyszłość nas wszystkich zależy od tego, jak będziemy postępować dziś, jaką postawę przyjmemy. Właśnie na takim przekonaniu oparliśmy nasz rynkowy sukces, dlatego dobrze wiemy o czym mówimy.

Dla nas zrównoważony rozwój jest zbieżny z celami biznesowymi naszej firmy, ale również z naszą wizją funkcjonowania, którą opieramy na trzech filarach: Ludziach, Produkcie i Środowisku. Naszą przewagę konkurencyjną budujemy poprzez wzmacnianie harmonii pomiędzy nimi.

Ludzie są w Grupie Nowy Styl największym kapitałem. To ich odwaga, kreatywność, motywacja do działania, doświadczenie i kompetencje sprawiły, że jesteśmy dzisiaj w tym miejscu. Owocem ich pracy są najwyższej jakości produkty, ich niezwykła różnorodność odpowiadająca na rozmaite potrzeby klientów na całym świecie. Do ich tworzenia wykorzystujemy zasoby i te odnawialne i nieodnawialne, zaciągając dług wobec środowiska naturalnego i społeczności lokalnej. Dług, który czujemy się w obowiązku spłacić. Wszystkie te ogniwa są ze sobą powiązane i tworzą wspólny łańcuch wartości. Idea zrównoważonego rozwoju pozwala nam umiejętnie nim zarządzać.

Niniejszym raportem rozpoczynamy proces zmian, do których zainspirowały nas ostatnie miesiące pracy nad tym dokumentem. Rzetelnie się do nich przygotowaliśmy, odrabiając naszą pracę domową. Zlokalizowaliśmy nasze mocne i słabe strony, stojące przed nami wyzwania oraz zagrożenia. Mamy świadomość tego, jak wiele pracy jeszcze przed nami. Ale jesteśmy zmotywowani, aby spełnić stawiane tutaj obietnice i przekazać Państwu wyniki naszej pracy w kolejnym raporcie, który wydamy za lata 2014 i 2015.

Tymczasem zapraszamy Państwa do uważnej lektury i przyjęcia naszych zobowiązań. Mamy nadzieję, że nasze doświadczenia będą dla Państwa inspirujące.

**Z wyrazami szacunku,
Zarząd Grupy Nowy Styl**

Adam Krzanowski
Jerzy Krzanowski
Rafał Chwast
Dariusz Frydrych
Roman Przybylski

Grupa Nowy Styl w liczbach

2013

4^{-ty} **największy**
producent krzeseł
i mebli biurowych
w Europie

zasięg ponad
100
krajów
na całym świecie

zużycie energii
38 206 486
kWh

14
fabryk w Polsce,
Niemczech, na Ukrainie
i w Rosji

19 departamentów
w 13 krajach

3435
pracowników

przychody
726
mln PLN

15 showroomów
w 13 krajach

pobór wody
134 185
m³





Kim jesteśmy?



Historia Grupy Nowy Styl rozpoczyna się w 1992 roku, od determinacji i odważnych decyzji jej twórców, braci Adama i Jerzego Krzanowskich. To historia sukcesu firmy, która w ciągu ponad 20 lat swojej działalności rozwinęła się z małego, rodzinnego biznesu, do działającego w skali globalnej przedsiębiorstwa, które jest obecnie 4. największym dostawcą rozwiązań meblowych w Europie.

Ten sukces opiera się na ciągłym poszukiwaniu nowych możliwości, uważnym obserwowaniu otoczenia, szybkim i trafnym reagowaniu na zmiany, i wreszcie umiejętności dialogu z klientami.

Grupę Nowy Styl, jej historię, dorobek i filozofię funkcjonowania opisują cechy, które w odpowiednich proporcjach tworzą nasz unikalny kod – DNA naszej firmy. Zespół cech odpowiedzialnych za nasz sukces rynkowy, cech, za które ceni nas tysiące klientów na całym świecie. Ponieważ nasz sukces oparty jest na zaufaniu, jakim obdarzyli nas ludzie, z którymi współpracujemy.

Ten sukces to **talent** dostrzegania i wykorzystywania szans, talent rozumienia rynku i prowadzenia zdrowego i dynamicznie rozwijającego się biznesu; umiejętność rozwijania się poprzez zmianę i odważne podejmowanie decyzji.

Ten sukces to **odwaga** w podejmowaniu nowych wyzwań, odkrywaniu możliwości, podejmowania trudnych decyzji i brania na siebie odpowiedzialności.

Ten sukces to **motywacja** do samodoskonalenia, poszukiwania inspiracji, optymalnych rozwiązań, podejmowania wyzwań, które dla innych stanowią barierę nie do pokonania; mobilizacja do działania i motywacja do rozwoju wspólnie z naszymi klientami.

Ten sukces to **niezależność** od wahań koniunktury, zewnętrznych czynników destabilizujących; osiągnięta dzięki dywersyfikacji terytorialnej; autonomia produkcyjna i finansowa za sprawą własnych zakładów produkcyjnych i uniezależnienia się od zewnętrznych poddostawców.

Wreszcie ten sukces to **alternatywa**, objawiająca się w kreowaniu oferty wariantowej oraz nieszablonowych rozwiązań meblowych dla naszych klientów; elastyczność w dostosowaniu się do potrzeb i zmieniających się warunków.

Ten sukces to także determinacja w dążeniu do celu, zaangażowanie i poświęcenie. To pojedyncze historie sukcesu naszych klientów i partnerów, przedsiębiorstw i instytucji, z którymi współpracujemy na co dzień. To dla nich **chcemy się zmieniać i rozwijać kolejne składowe naszego unikalnego kodu DNA**. To im chcemy nasz sukces dedykować i im chcemy pomóc osiągnąć jeszcze więcej.

Czym się zajmujemy?

Naszym klientom proponujemy **kompleksowe rozwiązania meblowe dla przestrzeni biurowych, miejsc użyteczności publicznej oraz wnętrz domowych**. Nie ograniczamy się jednak do produkowania mebli. Staramy się dostarczać kompleksową usługę i wspierać naszych klientów kompetencjami w zakresie wyposażania wnętrz. Myślimy rozwiązaniami, elastycznie dopasowujemy się do potrzeb dzięki umiejętności wsłuchania się w głos rynku. To dlatego spektrum naszych działań obejmuje analizę efektywności pracy, wsparcie planistyczne, rozbudowane usługi związane z przeprowadzką czy utylizacją starych mebli.

Naszą mocną stroną jest także **różnorodność**, która odpowiada na indywidualne upodobania klientów na całym świecie. W na-

szym portfolio znajduje się **6 marek produktowych: Nowy Styl, BN Office Solution, Grammer Office, Rohde & Grahl, Forum Seating i Baltic Wood**, oferujących meble i krzesła biurowe, fotele i sofy, siedziska stadionowe, teatralne i audytoryjne, a także doskonałej jakości podłogi drewniane.

Dostarczamy **kompleksowe rozwiązania dla przestrzeni publicznych**, takich jak biura, sale konferencyjne i szkoleniowe, ale również areny sportowe. **Wyposażyliśmy wszystkie polskie stadiony, na których odbyły się Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej 2012**, a także **stadiony w RPA czy Rumunii**; na naszych krzesłach obradowali przywódcy państw podczas szczytu NATO w Lizbonie; nasze siedziska znajdują się w najbardziej prestiżowych salach koncertowych w Polsce i Europie. Wielokrotnie



Meble to nasza pasja. Każdego dnia robimy wszystko, co w naszej mocy, aby tworzyć rozwiązania dopasowane do zmieniających się oczekiwań naszych Klientów. Działając zgodnie z precyzyjną strategią rozwoju staliśmy się 4-tym co do wielkości producentem mebli biurowych w Europie.

ADAM KRZANOWSKI
Prezes Zarządu
Grupy Nowy Styl

DEPARTAMENTY SPRZEDAŻY GRUPY NOWY STYL:



BELGIA



CZECHY



FRANCJA



HOLANDIA



KAZACHSTAN



NIEMCY



POLSKA



ROSJA



SŁOWACJA

nagradzane i doceniane na całym świecie produkty Grupy Nowy Styl dbają zarówno o ergonomię, świetną akustykę, jak i komfort miejsca pracy. W swojej ofercie prezentujemy również meble dla lokali gastronomicznych: restauracji, kawiarni czy kantyn, a także wnętrz domowych: jadalni i kuchni. Ciesząc się dużym uznaniem kolekcje doskonałych podłóg drewnianych świetnie uzupełniają asortyment naszych produktów.

Nasze rozwiązania meblowe dostarczamy do ponad 100 krajów na całym świecie. Ze swoimi produktami jesteśmy obecni m.in. na Tajwanie, w RPA, Kenii, Zjednoczonych Emiratach Arabskich, Chile i oczywiście w Europie. Dzięki świetnie rozwiniętej sieci logistycznej możemy dostarczyć nasze meble do najdalszych zakątków świata.

Własna, międzynarodowa sieć dystrybucyjna obejmująca **19 departamentów sprzedaży na całym świecie** (na wszystkich najważniejszych rynkach Europejskich, a także w Stanach Zjednoczonych i Zjednoczonych Emiratach Arabskich), czyli własnych lokalnych struktur sprzedaży, zatrudniających lokalnych menedżerów i pracowników, zajmujących się dystrybucją produktów grupy na lokalnych rynkach, pozwala obserwować trendy w każdym z tych krajów. Oferta naszych meblowych rozwiązań prezentowana jest w **15 showroomach** zlokalizowanych m.in. w Warszawie, Londynie, Paryżu, Dusseldorfie, Monachium, Pradze, Bratysławie i Moskwie. Posiadamy także kilkanaście **zakładów produkcyjnych wyposażonych w najnowsze technologie**, zlokalizowanych w Polsce, Niemczech, na Ukrainie i w Rosji.



STANY ZJEDNOCZONE



UKRAINA



WIELKA BRYTANIA



WĘGRY

ZJEDNOCZONE EMIRATY
ARABSKIE

Nasze marki i rozwiązania



Nowy Styl

Pierwsza i najstarsza marka, w ofercie której znajduje się największa w Europie kolekcja krzeseł do każdego wnętrza.



BN Office Solution

Kompleksowa, zaprojektowana przez najlepszych projektantów oferta mebli pracowniczych i gabinetowych oraz krzeseł i sof.



Grammer Office

Kolekcja krzeseł biurowych z opatentowanym na całym świecie i opracowanym przez niemieckich ekspertów mechanizmem GLIDE-TEC.



rohde & GRAHL

-forum-
seating®**Rohde & Grahl**

Szeroka oferta zaawansowanych technologicznie niemieckich mebli i foteli biurowych.

Forum Seating

Kolekcja krzeseł audytoryjnych, kinowych i stadionowych oraz trybun teleskopowych.

Baltic Wood

Inspirowana modą kolekcja doskonałej jakości trójwarstwowych i litych podłóg drewnianych.



Misja

Naszą misją jest dostarczanie kompleksowych rozwiązań meblowych, dbanie o ergonomię oraz komfort pracy. Uważnie słuchamy naszych klientów i odpowiadamy na ich indywidualne potrzeby, dbając o poprawę jakości życia.

Wizja

Nasza wizja opiera się na trzech filarach:

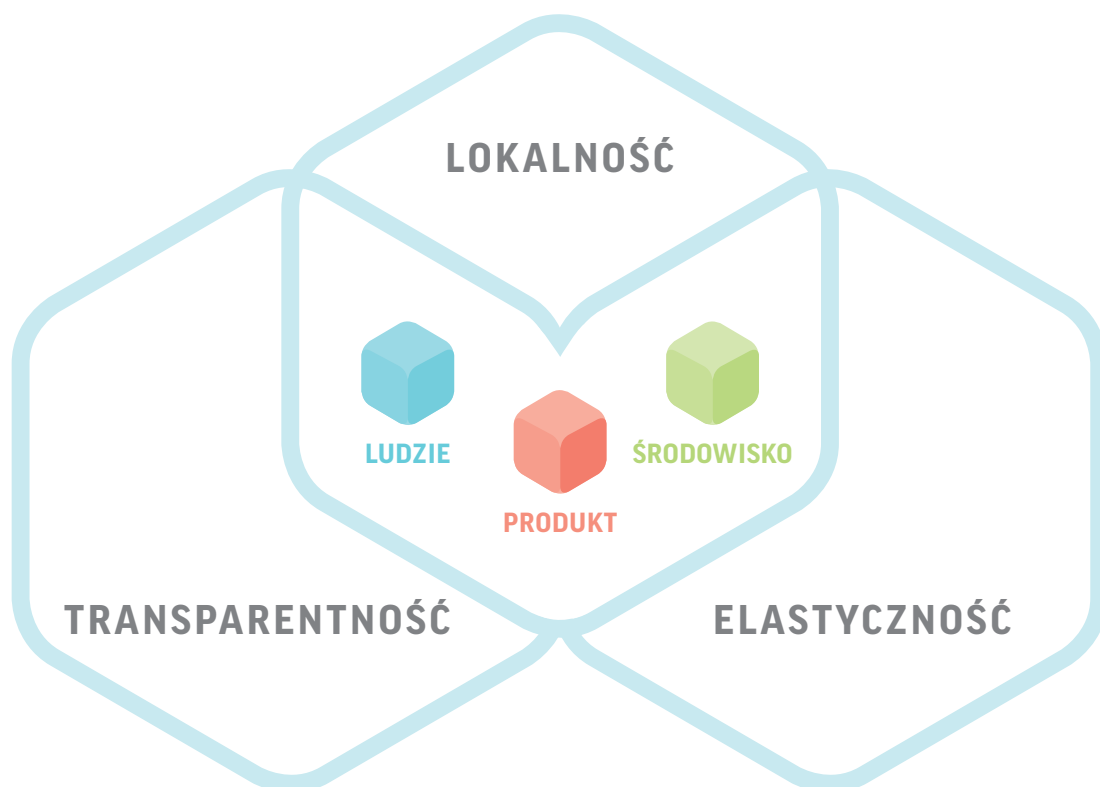
Ludzie: Budujemy trwałe i pozytywne relacje z naszym otoczeniem biznesowym i społecznym. Rozwijamy się prowadząc dialog ze społecznością lokalną, klientami i kontrahentami.

Produkt: Cel i kierunek naszych działań wyznacza motto „Więcej możliwości”. Nasza oferta to wachlarz produktów

i usług dostępnych na całym świecie. Dzięki innowacyjnym technologiom, towarzyszymy klientom, tworząc oczekiwania dedykowane ich potrzebom.

Środowisko: Poczucie odpowiedzialności za środowisko motywuje do aktywnej kontroli wpływu na otoczenie. Wybieramy aktywne technologie, które podnoszą wydajność i energooszczędność procesu produkcyjnego.

W naszych działaniach kierujemy się 3 podstawowymi wartościami, którymi są: lokalność, transparentność oraz elastyczność. Budując relacje wewnątrz i na zewnątrz firmy oraz kształtując swój rozwój, staramy się zawsze przestrzegać tych zasad. Oznacza to, że wszelkie działania podejmujemy w sposób jawny, dbamy o dobro najbliższego otoczenia i staramy się podążać za potrzebami związanych z nami osób i instytucji.



Strategia działań

Kreowanie nowych rozwiązań meblowych i dostarczanie kompleksowych usług jest priorytetem, którym kierujemy się w naszej działalności. 22 lata temu, kiedy zaczynaliśmy, nie sądziliśmy, że będziemy musieli walczyć na rynku z konkurencją zagraniczną i tanim, zalewającym rynek produktem chińskim, kryzysami gospodarczymi, wahaniami walutowymi. Nikt wtedy nie myślał, że firma Nowy Styl przekształci się w Grupę Nowy Styl i będzie zakładać zagraniczne przedstawicielstwa oraz

stawać w przetargach z największymi międzynarodowymi przedsiębiorstwami. Nikt wtedy nie myślał, że osobisty kontakt z klientem zamieni się w rozbudowaną komunikację elektroniczną, wykorzystującą szereg informatycznych narzędzi.

W ciągu 22 lat naszego istnienia zawsze staraliśmy się odważnie podejmować nowe wyzwania, bacznie obserwując zmiany społeczne, trendy i szybko odpowiadając na nowo powstałe potrzeby. Niemal od samego początku zyski inwestowaliśmy w dalszy rozwój firmy, w technologię produkcji i sam produkt.

W czasach załamania na rynkach wschodnich w 1997 roku bardzo szybko przekierowaliśmy sprzedaż na Zachód. W 2001 roku podczas kryzysu branży na Zachodzie – skupiliśmy się na intensyfikacji rozwoju sieci dystrybucji. W czasie spowolnienia gospodarczego w 2009 – szybko podjęliśmy decyzję o dopasowaniu poziomu kosztów i przeprowadziliśmy gruntowną restrukturyzację firmy. Obecnie działamy w wielu krajach, ale jako jedna firma; sprzedając i wytwarzając podobne produkty, choć często przystosowane do gustów i specyfiki lokalnych klientów. Firma matka znajduje się w Polsce, natomiast spółki córki usytuowane są za granicą. Dzięki temu zminimalizowaliśmy ryzyko wynikające z ewentualnego kryzysu ekonomicznego bądź politycznego na rynkach zagranicznych, pozycjonując jednocześnie poszczególne spółki jako przedsiębiorstwa lokalne – a więc zatrudniające lokalny personel, przestrzegające miejscowych zwyczajów, etc. Wspólne pozostały działy takie jak: marketing, kadry, płace, pion IT oraz księgowość. Połączenie tych obszarów umożliwiło też – oprócz wymiernych oszczędności finansowych – standaryzację i ujednolicenie procesów sprzedażowych oraz dystrybucyjnych.

Poszukiwanie kolejnych szans biznesowych jest naturalną konsekwencją przyjętej strategii wzrostu. Nieustannie badamy potencjał i poszukujemy możliwości ekspansji na kolejne perspektywiczne rynki.

Strategią Grupy Nowy Styl jest również stałe umacnianie i rozbudowywanie pozycji na rynku kontraktowym poprzez ciągłe rozwijanie portfolio produktowego o wyroby zaspokajające potrzeby klientów na całym świecie. Poprzez zakup i włączanie w swoje portfolio produktów uznanych marek, możemy naszym klientom zaoferować jeszcze większe spektrum możliwości

w zakresie kompleksowego wyposażania biur i przestrzeni użyteczności publicznej. Równocześnie rozwijamy portfolio marek własnych, współpracując z najlepszymi na świecie projektantami i kreując nowe rozwiązania meblowe i krzesłowe. Rozwijamy kompetencje w zakresie ergonomicznego miejsca pracy, a także akustyki, bo tego oczekuje od nas rynek.

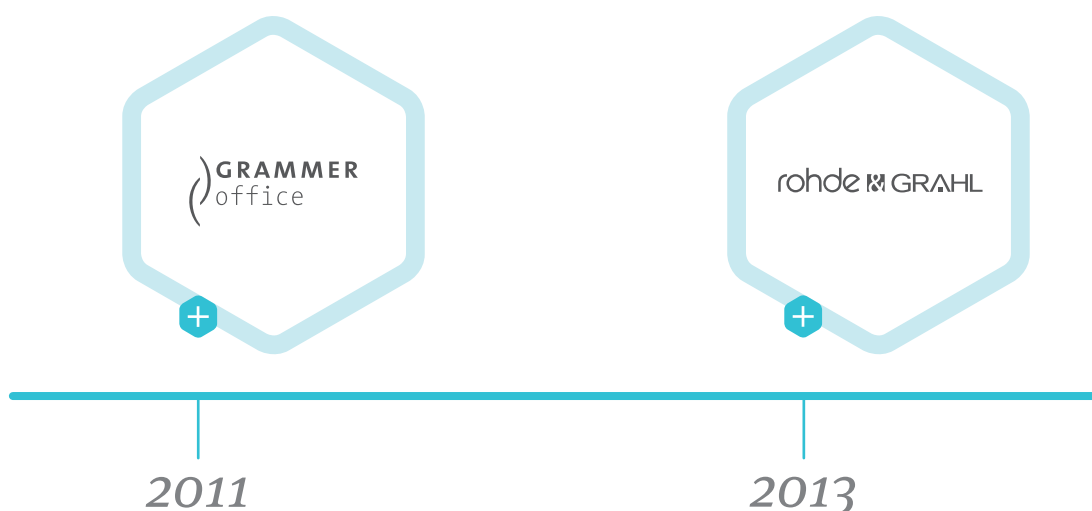
Wychodząc naprzeciw aktualnym potrzebom naszych klientów rozwijamy nasze kompetencje w zakresie dostarczania kompleksowych usług. We współpracy z ośrodkami naukowymi podejmujemy się przeprowadzania badań efektywności pracy w biurach naszych klientów. Rozbudowujemy całe spektrum usług. Na potrzeby klienta jesteśmy w stanie zająć się przeprowadzką do nowych wnętrz, użyciem starych i niepotrzebnych mebli. Nawiązujemy współpracę z partnerami, którzy dostarczają komplementarne produkty do wyposażenia wnętrz biurowych, takie jak wykładziny, oświetlenie, ścianki dzielące przestrzenie.

Wiemy, że każdy klient, każda firma jest inna. Każda ma własny kod DNA swojego biznesu. Naszą strategią jest poznanie poszczególnych genów tego kodu, oraz przygotowanie dla każdego klienta unikalnej oferty rozwiązań i usług.

Definiowanie potrzeb klienta jest bliskie zasadzie funkcjonowania kodu DNA: składniki są te same, ale układ **unikalny**. Naszą cechą szczególną jest umiejętność definiowania specyficznych potrzeb i wychodzenia im naprzeciw.

Nasza historia sprawiła, że mamy w genach cechy, czyniące nas partnerem, który potrafi odczytać specyficzne DNA klientów i co ważniejsze, potrafi do niego dostosować własne.

ZAGRANICZNE PRZEJĘCIA GRUPY NOWY STYL



Od 1992 roku Grupą Nowy Styl niezmiennie kierują jej założyciele – bracia Adam i Jerzy Krzanowscy. To oni rozwinęli Nowy Styl z małej, rodzinnej firmy do działającej w skali globalnej Grupy Nowy Styl. W 2008 roku, przygotowując się do zmian restrukturyzacyjnych, jakie miała przejść spółka, podjęli

jednak decyzję o oddaniu części władzy doświadczonym menedżerom. Od tamtej pory Grupą Nowy Styl oraz jej spółkami zależnymi kieruje pięcioosobowy zarząd, odpowiedzialny za poszczególne piony w strukturze firmy.



Adam Krzanowski

Współzałożyciel obecnej Grupy Nowy Styl i jej prezes od 2009 roku. Kieruje nią niezmiennie od początku działalności. Doświadczony przedsiębiorca i strateg. Wielokrotnie doceniany za kompetencje biznesowe oraz zaangażowanie w działalność społeczną i wspieranie przedsiębiorczości.



Jerzy Krzanowski

Od 1993 roku dyrektor firmy Nowy Styl, jej współzałożyciel, a od 2009 roku wiceprezes. Kieruje pionem inwestycji i zakupów, odpowiadając m.in. za kontrolę poddostawców, oraz wzmacnianie potencjału innowacyjnego firmy. Zaangażowany w działalność na rzecz społeczności lokalnej oraz wspieranie młodych talentów poprzez założoną przez siebie Fundację im. Janusza Korczaka.



Rafał Chwast

Od 2008 r. wiceprezes Grupy Nowy Styl. Wcześniej związany m.in. z Comarchem. Ekonomista i finansista z wykształcenia i zamiłowania. W przeszłości Prezes Zarządu Stowarzyszenia Emitentów Giełdowych. W firmie odpowiedzialny za finanse, IT, nadzór korporacyjny, akwizycje oraz strategię zarządzania Grupą w ujęciu międzynarodowym.



Dariusz Frydrych

Od 2010 roku Członek Zarządu i Dyrektor Operacyjny Grupy. Odpowiada za piony techniczny, logistyki, jakości i HR oraz zespoły pracowników siedmiu zakładów produkcyjnych. Wcześniej związany z Delphi Automotive Systems Poland kolejno jako Dyrektor Jakości, Logistyki i Dyrektor Operacyjny. Doświadczenia z branży motoryzacyjnej z sukcesem przenosi do meblarstwa.



Roman Przybylski

Z Grupą Nowy Styl związany nieprzerwanie od 2003 r. Początkowo zajmował się budową i nadzorem właścicielskim nad zagranicznymi strukturami dystrybucyjnymi na zachodzie. Obecną funkcję Członka Zarządu i Dyrektora Handlowego sprawuje od początku 2009. Na co dzień odpowiada całościowo za Piony Handlowe w kraju i za granicą, jest członkiem zarządów należących do Grupy zagranicznych spółek dystrybucyjnych.

Struktura Grupy Nowy Styl

Grupa Nowy Styl jest grupą kapitałową, na którą składają się Nowy Styl Sp. z o.o. oraz jej spółki zależne, odpowiadające m.in. za departamenty zagraniczne w poszczególnych krajach. Niniejszy raport przedstawia szczegółowe informacje jedynie dla poniższych spółek, które zostały wybrane do raportu zgodnie z zasadą istotności:

› **Nowy Styl Sp. z o.o.**, która jest podmiotem nadrzędnym, spółką „matką”;

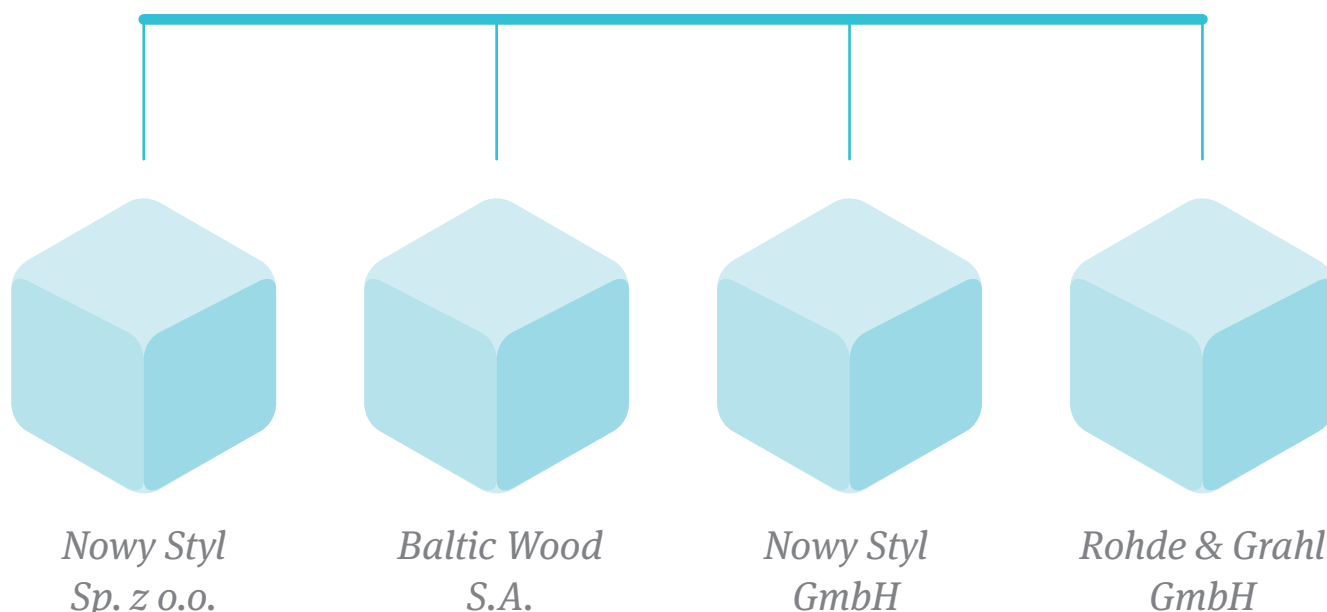
› **Baltic Wood S.A.** – spółka zależna odpowiedzialna za produkcję i dystrybucję produktów marki Baltic Wood – podłóg drewnianych;

› **Nowy Styl GmbH** – spółka zależna odpowiedzialna za produkcję i dystrybucję produktów Grupy Nowy Styl na rynku niemieckim;

› **Rohde & Grahl GmbH*** – spółka zależna od czerwca 2013 roku, kiedy to została zakupiona i wciągnięta pod parasol Grupy Nowy Styl. Spółka jest odpowiedzialna za produkcję i dystrybucję produktów marki Rohde & Grahl na rynku niemieckim.

* Spółka Rohde & Grahl jest w portfolio Grupy Nowy Styl dopiero od czerwca 2013 roku, dlatego też w niniejszym raporcie przedstawione są dane jedynie za ten okres.

NOWY STYL GROUP



Pod nazwą Nowy Styl Sp. z o.o. zbiorczo prezentowane są dane zebrane dla Zakładu Przemysłu Drzewnego w Rzepedzi, Fabryki Mebli Biurowych w Krośnie, nieczynnego już Zakładu Produkcyjnego w Besku oraz Korczyni (produkcja w tej lokalizacji zakończyła się w styczniu 2013 r., kiedy to została przeniesiona do Jasła), Zakładu Produkcji Metalowej, Zakładu Produkcji Foteli i Krzesel oraz Zakładu Przetwórstwa Tworzyw Sztucznych. Poza fabrykami w Polsce, nasze produkty wytwarzane są w Niemczech w Ebermannsdorf oraz w zakładach należących do kupionej w czerwcu 2013 r. marki

Rohde & Grahl mieszczących się w Voigtei oraz Steyerherg. Łącznie powierzchnia produkcyjna w roku 2013 wynosiła 225 500 m³.

W przypadku spółki Nowy Styl GmbH warto podkreślić, że produkcja podzespołów, która wcześniej była zlecana podmiotom zewnętrznym, po akwizycji w 2011 r. została przeniesiona do zakładów Nowy Styl Sp. z o.o., jedynie montaż produktów dalej odbywa się w Niemczech. Pozwoliło to na optymalizację kosztów i skrócenie tras transportowych.



Dynamiczny rozwój Grupy Nowy Styl zobowiązuje. Zdajemy sobie sprawę z odpowiedzialności, jaka ciąży na nas w stosunku do wszystkich naszych interesariuszy. Naszą firmę budujemy na solidnych fundamentach: bezpieczeństwie finansowym, sprawnej strukturze organizacyjnej i decyzyjnej oraz zaufanej grupie profesjonalistów. Nasza stabilność daje poczucie bezpieczeństwa naszym pracownikom, klientom i kontrahentom, a także społeczności lokalnej, która jest odbiorcą i beneficjentem części naszych działań. Zdajemy sobie sprawę z naszej roli jako jednego z największych pracodawców w regionie i silnego partnera instytucji pozarządowych. Dlatego jedną z podstawowych wartości, jakimi kierujemy się na co dzień jest transparentność. W sposób rzetelny i transparentny prowadzimy rachunkowość, terminowo rozliczamy się z wyników finansowych i raportujemy je odpowiednim instytucjom. Jesteśmy otwarci na współpracę z audytorami zewnętrznymi.

Nasze wyniki finansowe prezentujemy według danych skonsolidowanych dla całej Grupy Nowy Styl. Unikalnym osiągnięciem jeśli chodzi o organizację firmy jest fakt, że pomimo iż Grupa składa się z wielu podmiotów działających na różnych rynkach, udaje nam się funkcjonować jak jeden wirtualny organizm. Dzięki temu możemy dzielić się doświadczeniami pomiędzy pracownikami różnych krajów. Jesteśmy również w stanie mierzyć w skali Grupy wartość jaką generujemy dla klienta. Dlatego też w raporcie wskaźniki prezentujemy w oparciu o dane skonsolidowane, czyli w sposób spójny z tym w jaki raportujemy nasze wyniki finansowe instytucjom finansowym, jak również w jaki sposób sami wewnętrznie analizujemy naszą sytuację finansową – mówi Rafał Chwast, Wiceprezes Zarządu i Dyrektor Finansowy Grupy Nowy Styl.

Skonsolidowane prezentowanie wyników finansowych jest również spowodowane zmianami w strukturze własnościowej spółek w raportowanym okresie, kiedy to zakupiliśmy kolejną niemiecką spółkę Rohde & Grahl i integrowaliśmy z naszymi strukturami spółkę Sato Office. Dołożymy jednak wszelkich starań, aby w latach przyszłych zwiększać zakres raportowanych danych z uwzględnieniem informacji właściwych dla poszczególnych spółek wchodzących w skład Grupy Nowy Styl.



**WYNIKI
FINANSOWE
GRUPY
NOWY STYL
(tys. PLN)**

NOWY STYL GROUP	2012	2013
Bezpośrednio wygenerowana wartość ekonomiczna	638 870,68	726 056,68
a) Przychody	638 870,68	726 056,68
Podzielona wartość ekonomiczna	609 918,25	692 411,15
b) Koszty operacyjne	437 265,98	504 918,69
c) Wynagrodzenia i świadczenia pracownicze	150 824,57	171 004,59
d) Płatności na rzecz inwestorów	21 115,04	11 018,88
e) Płatności na rzecz państwa	175,84	4 933,70
f) Inwestycje w społeczność	525,31	485,60
WARTOŚĆ EKONOMICZNA ZATRZYMANA	28 963,95	33 695,23

Inwestycje



W czasach kryzysu większość firm wstrzymuje inwestycje w produkcję czy nowe technologie. My natomiast działamy wbrew ogólnemu trendowi, według strategii, którą można nazwać „ucieczką do przodu”. Dzięki temu w momencie, kiedy sytuacja ulega poprawie i stabilizuje się, jesteśmy w znacznie lepszej sytuacji niż konkurencja – mówi Roman Przybylski, Członek zarządu i dyrektor pionu handlowego w Grupie Nowy Styl. – Decyzja o budowie nowej Fabryki Mebli Biurowych w Jaśle wynika także z naszych dalszych planów rozwojowych. Profil naszej produkcji od kilku lat sukcesywnie się rozszerza. Jeszcze kilka lat temu byliśmy ukierunkowani na produkcję przede wszystkim krzeseł. Dziś jesteśmy dostawcą szeroko rozumianych usług z zakresu meblowania powierzchni biurowych oraz wnętrz publicznych. Obecnie realizujemy kilka

dużych kontraktów. Wyposażamy pomieszczenia biurowe kilku dużych firm po kilkaset stanowisk pracy. Widzimy więc, że moce produkcyjne w stosunku do ilości zamówień są zbyt małe. Dalsze inwestycje w tym zakresie to dla nas konieczność. Nowa fabryka to ponad 24 000 m² powierzchni użytkowej, a także nowoczesne i innowacyjne w skali światowej linie technologiczne. Fabryka jest współfinansowana z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w wysokości 40 mln zł.

W roku 2012 uzyskaliśmy także dofinansowanie projektu produkcji krzeseł z płyt kompozytowych, o którym piszemy więcej na stronie 60.

Poniższa tabela przedstawia wielkość wsparcia uzyskanego od Państwa w latach 2012 oraz 2013, dla budowanej fabryki mebli biurowych.

 DOTACJE PARP DLA NOWEJ FABRYKI (PLN)	2012		2013
	EFRR	6 762 991,40	19 186 043,62
	Skarb Państwa	1 193 469,06	3 385 772,40
	RAZEM	7 956 460,46	22 571 816,02

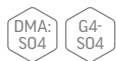


NASZE ZOBOWIĄZANIA:

- » W roku 2014 zakończymy budowę nowej fabryki mebli biurowych. Będzie to zakład w pełni zautomatyzowany, który znacznie zwiększy nasze możliwości produkcyjne.
- » Dzięki wprowadzeniu innowacyjnych rozwiązań, czas realizacji zamówień ulegnie skróceniu. Większa elastyczność produkcji pozwoli na poprawę wydajności niezależnie od liczby i wielkości zamówień.
- » W jeszcze większym stopniu podniesiemy jakość i wytrzymałość mebli w zakresie łączenia płyt z obrzeżem, dzięki wprowadzeniu laserowej technologii okleinowania elementów krzywoliniowych.

1.4 Zasady działania

Uczciwie – bez podwójnych standardów



Każdy z nas ceni współpracę z uczciwymi ludźmi i organizacjami. My również, dlatego jasno określiliśmy granice, których żaden z pracowników, partnerów, dostawców i klientów Grupy Nowy Styl nigdy nie może przekraczać.

Chcemy być lepsi od naszych konkurentów, ale traktujemy ich z szacunkiem i swoją przewagę budujemy wyłącznie na atutach naszych produktów oraz świadczonych usług. Zabronione są wszelkie nieuczciwe próby uzyskania korzyści osobistych lub służących interesom naszej firmy.

Jak to robimy?

▶ Wszyscy tworzymy dobrą reputację naszej firmy, dlatego obowiązkowo każdy nowy pracownik Grupy poznaje i akceptuje zobowiązania zawarte w dokumentach „Kodeks Postępowania” oraz „Karta Zasad Pracownika Grupy Nowy Styl”, które precyzyjnie określają nasze zobowiązania etyczne i prawne. Do tej pory nie prowadziliśmy szkoleń z zakresu procedur antykorupcyjnych kierowanych do naszych pracowników.

▶ „Przykład zawsze idzie z góry”, dlatego kadra zarządzająca oraz zespoły odpowiadające za sprzedaż bezpośrednią biorą udział w profesjonalnych szkoleniach, które wyjaśniają im wszelkie wątpliwości i zagrożenia.



▶ Działamy przejrzysto i przestrzegamy obowiązujących przepisów prawa. Na żadną ze spółek nie nałożono istotnych kar finansowych ani żadnych innych sankcji pozafinansowych z powodu naruszenia przepisów prawa.

Naruszenie zasad wolnej konkurencji



Od początku powstania naszej firmy dbamy o to, aby na rynku przestrzegać zasad wolnej konkurencji zarówno w kontekście naszej konkurencji na rynku polskim jak i zagranicznym. Nieustannie rozmawiamy i szkolimy naszych polskich dystrybutorów, aby przestrzegali zasad wolnej konkurencji. Już w 2011 r. podczas wielu szkoleń produktowych dla naszych dystrybutorów z całej Polski, jeden z bloków poświęciliśmy tematyce prawnej. Do współpracy zaprosiliśmy prawników z Kancelarii Prawnej Andrzej Gotfryd, którzy opowiedzieli dystrybutorom o zakazie porozumień wertykalnych i horyzontalnych naruszających prawo wolnej konkurencji, przedstawili jakie zasady panują na rynku polskim oraz jakie najczęstsze błędy popełniają przedsiębiorcy. Podczas tych szkoleń dystrybutorzy mieli również okazję skorzystać z darmowych porad prawnych. Cykl szkoleń objął nie tylko handlowców – pracowników naszych dystrybutorów, ale również ich szefów, których przeszkoliliśmy podczas spotkania Złotych i Srebrnych Partnerów w maju 2011 r.

Z podobnej możliwości skorzystali także nasi handlowcy. Od 2011 roku blok tematyczny poświęcony przeciwdziałaniu korupcji jest stałym elementem szkoleń dla dystrybutorów.



Dzięki konsekwentnej realizacji polityki firmy w tym obszarze nie odnotowaliśmy żadnych przypadków naruszeń zasad wolnej konkurencji, zasad uczciwej konkurencji wolnorynkowej czy zachowań mających znamiona korupcji.



NASZE ZOBOWIĄZANIA:

- ▶ Stworzymy Kodeks Etyczny, w którym wzmocnimy standardy naszego działania i komunikacji, systematyzując je i tworząc narzędzia nadzoru.
- ▶ Przygotujemy szkolenia z zakresu etyki i przeciwdziałaniu korupcji, które będą dostępne dla pracowników na platformie e-learningowej.

1.4

Jakość

Wytrzymałość naszych produktów sprawdzana jest już na etapie konstruowania prototypu, a cały proces produkcji odbywa się zgodnie z normami Systemu Zarządzania Jakością ISO 9001:2008.

Dla zagwarantowania najwyższej, europejskiej jakości nasze produkty są badane w firmowym laboratorium badawczym przy wykorzystaniu nowoczesnych stanowisk, jak również w niezależnych instytutach naukowych w kraju i za granicą, gdzie uzyskują certyfikaty i atesty potwierdzające ich jakość.

Dzięki wysokiej jakości naszych produktów i dokładnej kontroli na każdym etapie łańcucha dostaw, reklamowanych było zaledwie 0,73% z wyprodukowanych w 2012 r. produktów. W ubiegłym roku wskaźnik reklamacji był jeszcze mniejszy (0,72%). Oznacza to, że aż 99 klientów na 100 było zadowolonych z zakupionych u nas krzeseł czy mebli. Tych, którzy z jakiegoś powodu reklamują nasze produkty, staramy się obsłużyć w ciągu maksymalnie 10 dni (97,23% zamkniętych reklamacji w 2012 roku oraz 97,11% w 2013 r.). Ze względu na różnice w metodologii zbierania danych, dane te odnoszą się tylko do produktów pochodzących z fabryk usytuowanych w Polsce. Dążymy do ich unifikacji, dlatego w kolejnych latach będziemy monitorować ten wskaźnik także dla produktów wychodzących z naszych niemieckich fabryk.

Naszym celem jest odejście od tradycyjnego sposobu zapewnienia jakości, który polegał tylko na jej kontroli, na rzecz doskonalenia procesu wytwarzania i dostarczania. Podstawą takiego postępowania jest zapewnienie odpowiedniej jakości pracy na każdym etapie procesu, tak aby na wyjściu powstał produkt wysokiej jakości.

WIOLETTA KRAJEWSKA

Dyrektor Jakości
Grupy Nowy Styl

Nagrody i wyróżnienia

Każdy lubi być doceniany za swoją pracę. My również. Każda otrzymana nagroda, bądź wyróżnienie, są dla nas cenne, bo pokazują, że podejmowane przez nas decyzje są trafne i że nasze wysiłki oraz ciężka praca dają efekty. Wciąż się rozwijamy i bardzo nas cieszy, gdy jest to zauważane przez naszych klientów i autorytety.

Podejmując odważne decyzje biznesowe, zawsze podejmuje się ryzyko. Najlepszą nagrodą w takich sytuacjach jest sukces rynkowy, ale każde wyróżnienie w prestiżowych biznesowych rankingach utwierdza nas w przekonaniu, że nasze decyzje były trafne. Tytuły takie jak National Public Champion Poland w konkursie European Business Awards czy Filar Polskiej Gospodarki to nagrody, które umacniają nas w wierze, że podążamy we właściwym kierunku. Wciąż uważamy się za organizację uczącą się i widzimy, że nasze wysiłki przynoszą

pożądane efekty. Z roku na rok otrzymujemy bowiem coraz więcej nagród i wyróżnień, a nasza firma coraz częściej pojawia się w różnorodnych rankingach gospodarczych. I to właśnie liczy się dla nas najbardziej.

Wyjątkową wartość mają nagrody związane z naszymi pracownikami. Takie wyróżnienia jak „Solidny Pracodawca” to doskonała motywacja do dalszego dążenia do tworzenia jak najlepszych warunków pracy w całej naszej firmie. Choć dbanie o pracowników traktujemy jako rzecz oczywistą miło jest wiedzieć, że eksperci też to doceniają.

Osobną kategorią nagród są wyróżnienia dla naszych produktów – za jakość i design. Sukcesy w takich konkursach są dla nas ważne, jednak większą wartość ma dla nas satysfakcja Klientów. Nasze produkty tworzymy z myślą o nich. Projektując dany mebel czy krzesło myślimy o potrzebach i oczekiwaniach

*Filar Polskiej
Gospodarki*

*Odpowiedzialny
Biznes.
Dobre praktyki*

*National
Public
Champion
Poland*

*„Solidny
Pracodawca”*

*Lider
Zrównoważonego
Rozwoju*

*„Produkt
Roku 2011”*

dla eRange
w kategorii Gabinet

użytkowników. To ich decyzje zakupowe są dla nas najcenniejszą nagrodą.

Gdy ruszamy z pracą nad kolejnym skomplikowanym projektem, wierzymy w to, że osiągniemy sukces. Tak jest również z projektami z zakresu Społecznej Odpowiedzialności Biznesu. Podejmując pracę nad poprawą tego typu działań naszej firmy, byliśmy pewni, że jeśli włożymy w to całe serce, to zobaczymy dobre efekty. I tak też się dzieje – wciąż rozwijamy się w tym obszarze i uczymy się nowych rzeczy, a nasze wysiłki są zauważane przez szerszą publiczność. Otrzymaliśmy między innymi wyróżnienie w konkursie Lider Zrównoważonego Rozwoju organizowanym przez magazyn Forbes oraz PwC. W roku 2013 jako Debiutant pojawiliśmy się w Rankingu Odpowiedzialnych Firm na 43. miejscu, a już rok później w tym rankingu uplasowaliśmy się na pozycji 9. To awans aż o 34 pozycje! Od 2013 roku jesteśmy również członkiem Koalicji na rzecz odpowiedzialnego biznesu.

Niezmiernie ważnym krokiem było dla nas dołączenie do inicjatywy Global Compact w roku 2012. Myślę, że to członkostwo stało się dla nas kamieniem milowym w rozwijaniu działań na rzecz zrównoważonego rozwoju. – mówi Adam Krzanowski, Prezes Zarządu Grupy Nowy Styl – Dołączenie do społeczności Global Compact oficjalnie potwierdziło to, co wiedzieliśmy już od dawna: budowanie efektywnego biznesu jest możliwe tylko zgodnie z wyznawanymi przez nią zasadami. Chcemy podążać tą drogą i na pewno osiągniemy sukces – z korzyścią dla naszych Klientów i Partnerów biznesowych.

Nasze starania we wdrażanie ekologicznych technologii zostały również dostrzeżone przez autorów Raportu Forum Odpowiedzialnego Biznesu *Odpowiedzialny Biznes. Dobre praktyki*. W wydawnictwie opisano ponad 400 przykładów odpowiedzialnych firm, między innymi opracowaną przez nas technologię wytwarzania płyt kompozytowych z odpadów poprodukcyjnych.

*iF Product
Design Award*

dla krzesła Sail
marki Grammer Office

*Ranking
Odpowiedzialnych
Firm*

2013: 43 miejsce

*Certyfikat
„Quality
Office”*

2012

*Członek
inicjatywy
Global Compact*

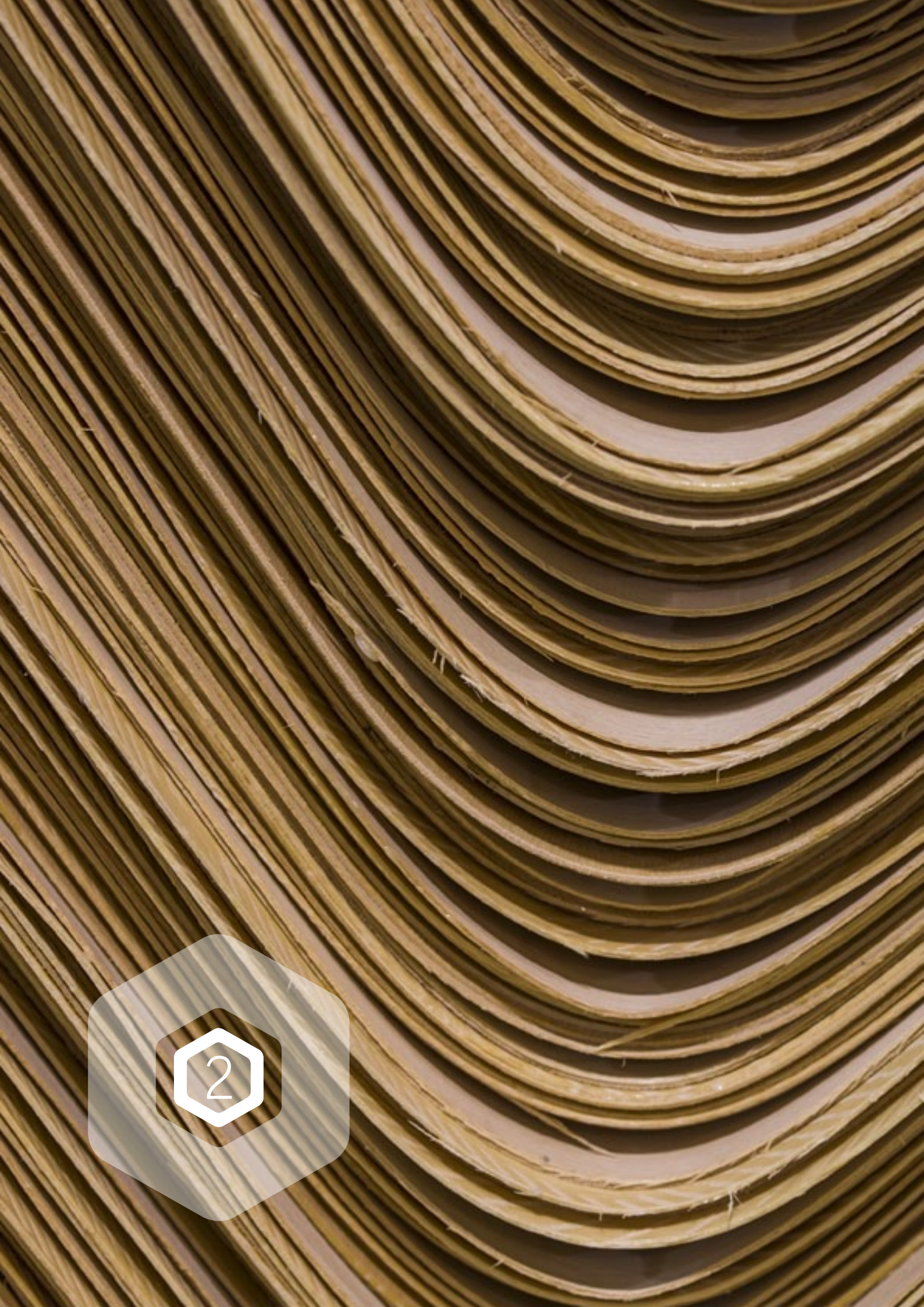
od 2012

*Członek Koalicji
na rzecz
odpowiedzialnego
biznesu*

od 2013

*Diamant
Meblarstwa*

2011
dla eRange





*Nasza
odpowiedzialność*



Doskonale wiemy, że dynamiczny rozwój Grupy Nowy Styl nie byłby możliwy bez talentu oraz potencjału naszych pracowników oraz partnerów. Staramy się również rozsądnie korzystać z zasobów natury, którymi musimy się dzielić z kolejnymi pokoleniami.

Osiągnięty sukces biznesowy stworzył nam możliwości do naprawy chociaż małej części świata. Na początku naszej działalności mogliśmy jedynie wspierać społeczne inicjatywy lokalne oraz przekazywać nasze krzesła w formie darowizn. Z czasem wdrożyliśmy standardy ISO oraz nowoczesne technologie, dzięki którym nasza produkcja stała się bardziej ekologiczna.

Nie zapominaliśmy o naszych pracownikach, organizując dla nich szereg działań i programów rozwojowych. Obecnie naszą strategię społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) tak jak wizję funkcjonowania całej Grupy, budujemy na 3 mocnych filarach: **ludzie, produkt, środowisko** – tworząc zintegrowane programy przynoszące korzyści wszystkim stronom.



Wybrane działania z obszaru CSR



Ludzie

- ▶ Spełniamy marzenia dzieci: organizujemy dla nich wielkie, charytatywne bale noworoczne, wspierając ich rozwój i edukację.
- ▶ Współpracujemy z Fundacją Korczaka, która w sposób praktyczny odpowiada na potrzeby organizacji pozarządowych.
- ▶ W naszych zakładach organizujemy „Dni Otwarte” dla naszych pracowników i ich rodzin.
- ▶ Prowadzimy liczne szkolenia dla pracowników oraz partnerów naszej firmy.



Produkt

- ▶ Wspieramy poddostawców, szanujących idee CSR.
- ▶ Edukujemy konsumentów oraz naszych partnerów z zakresu ergonomii oraz zdrowego miejsca pracy.
- ▶ Korzystamy z zasobów i materiałów certyfikowanych (np. drewno FSC, tkaniny).
- ▶ W procesach produkcyjnych wykorzystujemy materiały pochodzące z recyklingu (np. plastik, gąbka).



Środowisko

- ▶ Zbudowaliśmy własną oczyszczalnię ścieków.
- ▶ Edukujemy pracowników poprzez program „Bądź ekologiczny”.
- ▶ Wytwarzamy własną „zieloną energię” z tzw. biomasy.
- ▶ Opracowaliśmy i wdrożyliśmy projekt produkcji płyt kompozytowych z odpadów drzewnych.



Certyfikaty

Najlepszym potwierdzeniem zaawansowanego poziomu organizacji produkcji w naszych zakładach, jakości naszych krzeseł i mebli oraz podejmowanych działań proekologicznych, są uzyskane przez nas certyfikaty i atesty, wydawane przez niezależne instytucje certyfikujące, m.in.:

- ISO 14001
- ISO 9001
- PN-N18001
- certyfikat GS
- certyfikat Quality Office
- certyfikat FSC
- atesty higieniczności

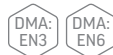
FSC

Jednym z podstawowych surowców w naszej branży jest drewno, które nadaje produkowanym przez nas meblom i krzesłom unikalny charakter, swoistą duszę. Tak, jak dbamy o każdy detal naszych produktów, troszczymy się również o zapewnienia odpowiednich źródeł dostaw drewna, z którego korzystamy. Stworzyliśmy naszym klientom możliwość zakupu produktów wykorzystujących drewno z międzynarodowym certyfikatem FSC (Forest Stewardship Council), który gwarantuje, że jego

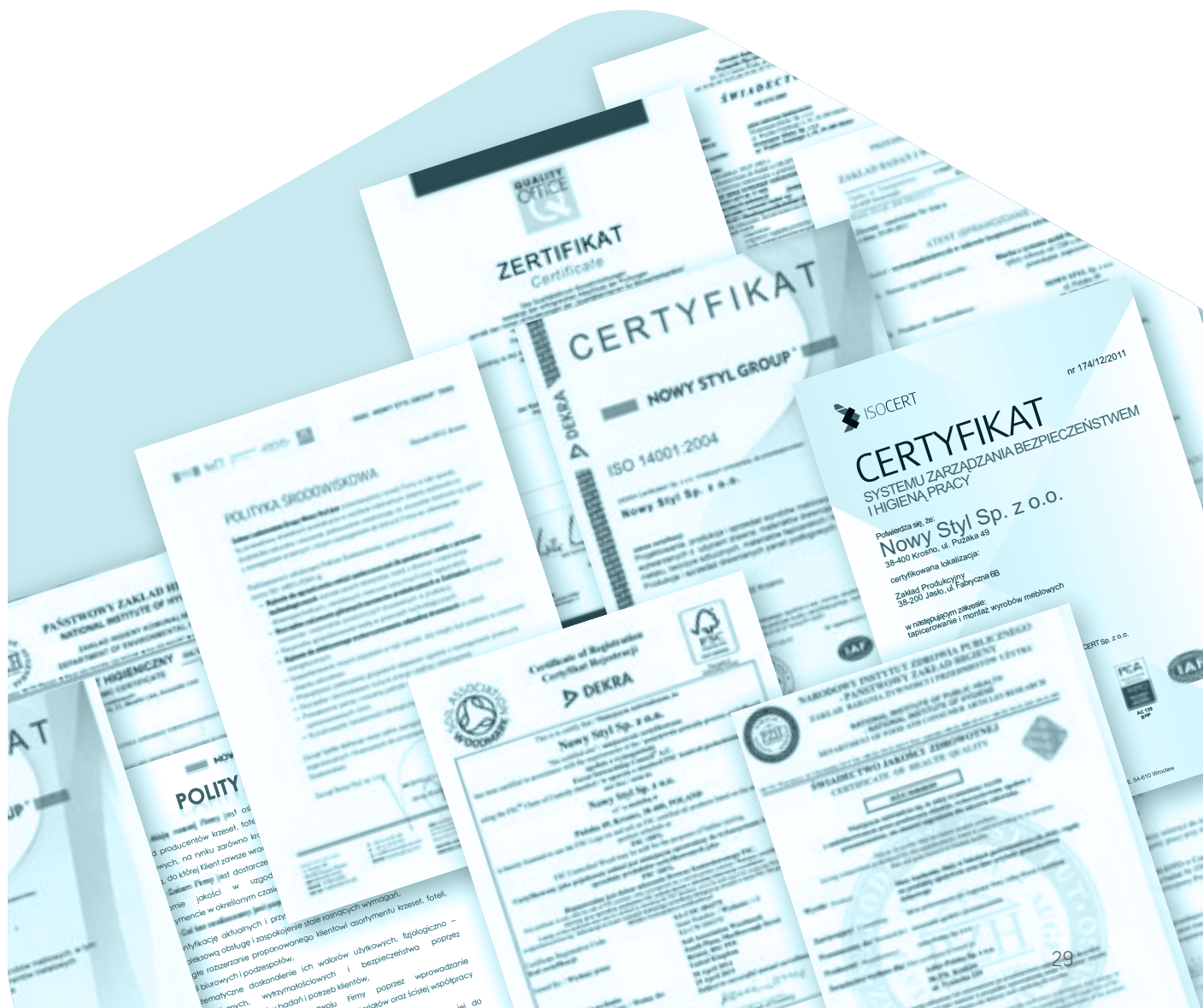
cykl życia poczynawszy od zasiania aż do ścięcia, przebiega zgodnie z obowiązującymi normami.

W czasie publikacji Raportu stosunek drewna certyfikowanego do niecertyfikowanego wykorzystanego w procesach produkcji, wynosił 40% do 60%. W przypadku naszej firmy drewno niecertyfikowane objęte jest wewnętrznymi procedurami kontroli naszych dostawców, którzy gwarantują odpowiednie pochodzenie drewna.

Global Compact



W 2012 roku przystąpiliśmy do inicjatywy Global Compact – międzynarodowej platformy zrzeszającej firmy i instytucje przestrzegające uniwersalnych zasad ONZ z zakresu praw człowieka, standardów pracy, ochrony środowiska i przeciwdziałania korupcji. Traktujemy to jako zobowiązanie do społecznego zaangażowania i przejrzystości naszych działań. Przystępując do inicjatywy, zobowiązaliśmy się przestrzegać 10 zasad ONZ dotyczących międzynarodowych standardów etyki biznesu, czego dowodem jest wydawany corocznie dokument *Communication on Progress*.



Dialog z interesariuszami



Kanały komunikacji

WEWNĘTRZNE



Dni Otwarte



magazyn „Spinacz”



spotkania



szkolenia dla pracowników

ZEWNĘTRZNE



strona WWW



media społecznościowe



spotkania



szkolenia dla dystrybutorów

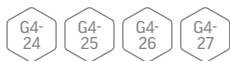


konkursy



mailingi

2.1 Dialog z interesariuszami



W Grupie Nowy Styl dbamy o pozytywne relacje z naszymi interesariuszami. Przed przystąpieniem do prac nad raportem zdefiniowaliśmy listę osób i grup, które w sposób istotny wpływają na działalność Grupy, oraz które pozostają pod wpływem naszej działalności ekonomicznej, środowiskowej lub społecznej. Przy pomocy prostego narzędzia wybraliśmy kluczowych interesariuszy, do których zaadresowaliśmy ankietę. Ankiety wypełnili: architekci, dystrybutorzy, pracownicy oraz przedstawiciele społeczności lokalnej. Na pytania odpowiedzieli też wybrani kluczowi dostawcy.

Wyniki ankiet, na które odpowiedzieli interesariusze, zostały poddane analizie i posłużyły do ostatecznej selekcji tematów, które znalazły się w tym raporcie. Nasi interesariusze wskazywali głównie na środowisko naturalne oraz relacje z klientami i dostawcami, jako zagadnienia, które są dla nich najbardziej interesujące i które powinny znaleźć się w raporcie.

Za najbardziej rozpoznawalne działania uznali te skierowane do klientów oraz te związane ze środowiskiem naturalnym.

Najmniejszą rozpoznawalnością cieszą się nasze działania skierowane do społeczności lokalnych oraz praktyki pracownicze i są to działania, na których będziemy się skupiać w kolejnych latach.

Forma i częstotliwość dialogu dalej będzie zależała od aktualnych działań podejmowanych przez Grupę Nowy Styl. Dotychczas korzystaliśmy ze standardowych narzędzi takich jak spotkania, szkolenia, badania czy warsztaty. Lata 2014 i 2015 będą czasem wzmożonego dialogu z naszymi interesariuszami ze względu na otwarcie nowej Fabryki Mebli Biurowych, kontynuację Dnia Otwartego wszystkich fabryk, cykl szkoleń ergonomicznych, udział w targach meblarskich (100% Design w Londynie, Designblok w Pradze, Orgatec w Kolonii) oraz kontynuację programów Dostawca Roku oraz Złoty i Srebrny Dystrybutorów.

W sposób pełny i rzetelny będziemy kontynuować komunikację z naszymi interesariuszami.

NASZE ZOBOWIĄZANIA:

- » Usprawnimy komunikację wewnętrzną z naszymi pracownikami poprzez wydawany trzy razy do roku magazyn „Spinacz”.
- » Wzmocnimy dialog z naszymi klientami poprzez odświeżenie nowej strony internetowej, kwartalny magazyn korporacyjny „Up^Stream”, oraz cykliczne newslettery, informujące o nowościach i zmianach produktowych.
- » Planujemy zwiększyć naszą obecność i aktywność na wydarzeniach i konferencjach dedykowanych architektom, office facility managerom, deweloperom oraz innym grupom, przynajmniej o 50% (w odniesieniu do roku 2013). Bezpośredni kontakt pozwoli nam na efektywniejszą i pewniejszą wymianę informacji oraz badanie potrzeb.



Mapę interesariuszy stworzyliśmy zgodnie ze standardem GRI. Przeprowadziliśmy analizę naszych form zaangażowania i kontaktu z interesariuszami. Przy wyborze kierowaliśmy się ich wpływem na firmę oraz naszym wpływem na ich sytuację.

JERZY KRZANOWSKI

Wiceprezes Zarządu
i Dyrektor Inwestycji i Zakupów
Grupy Nowy Styl



The background of the image consists of a series of concentric, wavy lines that create a sense of depth and movement. The top half of the image is dominated by white lines, while the bottom half transitions into a vibrant green. The text is positioned in the lower half, centered horizontally.

Nasi pracownicy





Nasza spółka osiągnęła sukces dzięki odwadze, determinacji i kompetencjom pracowników. Wiemy, że bez tego nie bylibyśmy 4-tym co do wielkości producentem mebli biurowych w Europie. Ponieważ nasze ambicje wciąż rosną, stawiamy na rozwój naszego najcenniejszego zasobu – ludzi. Zapewniamy im szkolenia i zachęcamy do dzielenia się wiedzą oraz pomysłami.



3.1 *Zatrudnienie*



Lokalność przewija się także w polityce zatrudnienia Grupy Nowy Styl.

W siedzibie Grupy w Polsce, którą uznajemy za główną lokalizację, 100% wyższego kierownictwa zostało pozyskanych z rynku lokalnego, tj. regionu Podkarpacia. Dla pracowników ogółem wskaźnik ten wyniósł 98,99% w 2012 r. oraz 98,97% w 2013 r. Jest to możliwe dzięki dostępności wykwalifikowanej kadry i umocnionej pozycji Grupy Nowy Styl na Podkarpaciu, która poprzez swoje działania na lokalnym rynku przyciąga utalentowanych pracowników chcących rozwijać swoje kompetencje właśnie u nas.

Struktura zatrudnienia w Grupie Nowy Styl

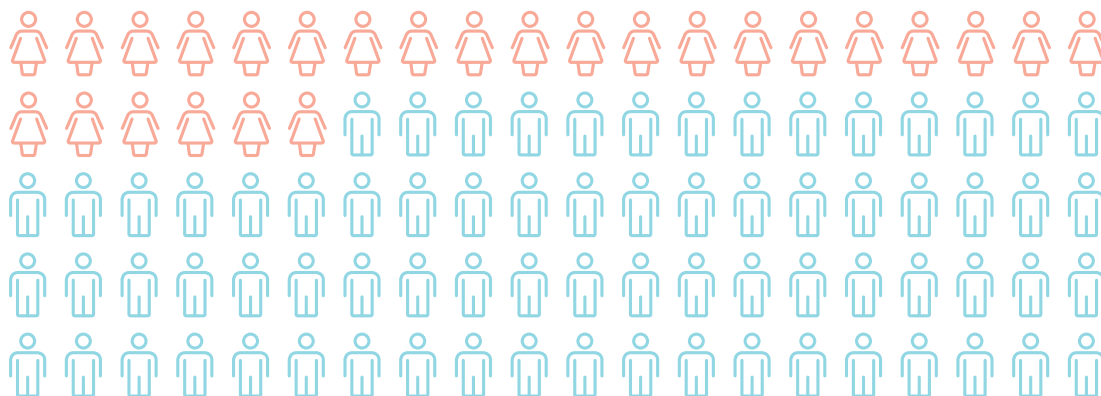


Struktura kadry pracowniczej w Grupie Nowy Styl wykazuje pewne dysproporcje pomiędzy kobietami a mężczyznami. Wynika to ze specyfiki produkcji – większość naszych pracowników to osoby pracujące bezpośrednio przy produkcji krzeseł i mebli.



Struktura zatrudnienia według płci

2012



26%

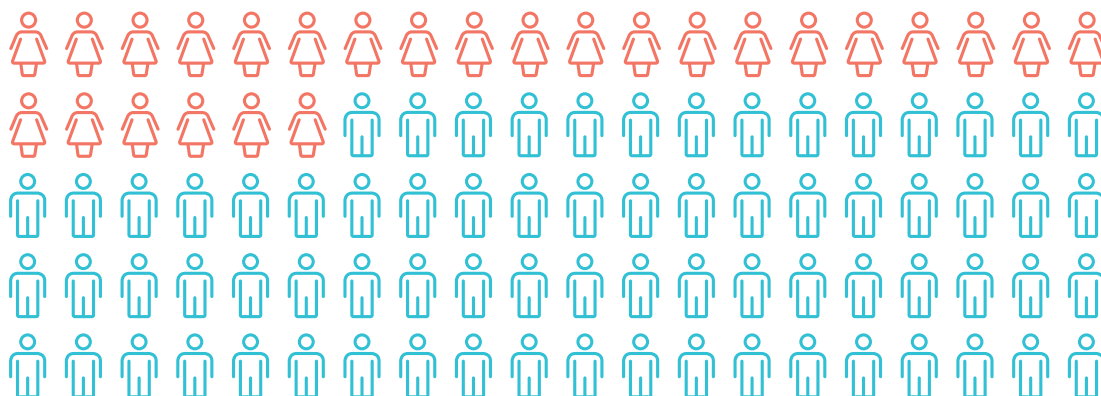
kobiety



74%

mężczyźni

2013



26%

kobiety

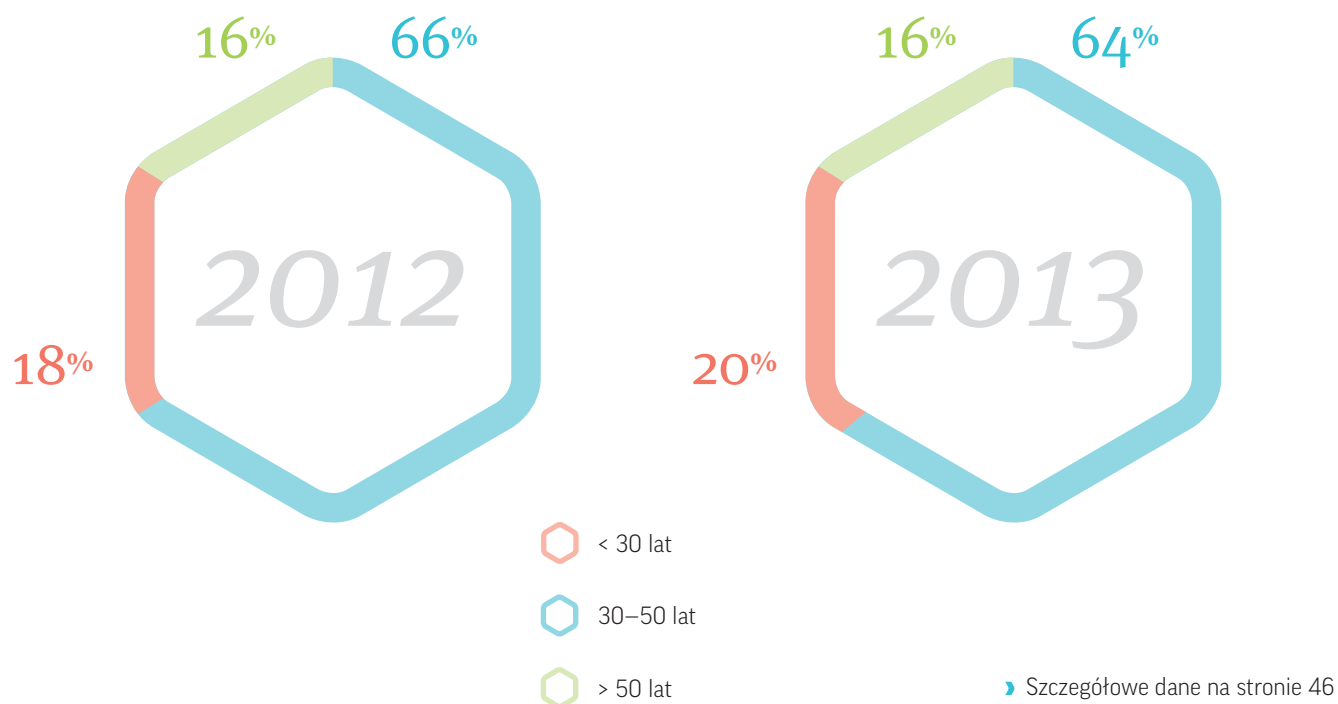


74%

mężczyźni

► Szczegółowe dane na stronie 46

Struktura zatrudnienia według wieku



Struktura zatrudnienia według typu i rodzaju umowy



Struktura zatrudnienia w Grupie Nowy Styl to 26,49% kobiet oraz 74,73% mężczyzn. Na podstawie umowy na czas nieokreślony zatrudnionych jest 65,71% osób. Aż 98% wszystkich zatrudnionych pracuje na podstawie umowy na pełen etat.

Struktura zatrudnienia według typu i rodzaju umowy



► Szczegółowe dane na stronie 46, 47

Struktura zatrudnienia kadry zarządzającej



W Grupie Nowy Styl w skład zarządu wchodzi mężczyźni (5) z grupy wiekowej 30–50 lat. W zarządzie spółki Baltic Wood zasiada 1 kobieta i 2 mężczyzn (2 osoby są w wieku 30–50 lat, jedna >50 lat). W skład zarządu Nowy Styl GmbH wchodzi 5 mężczyzn (4 w wieku 30–50 lat, a jeden >50). W zarządzie Rohde & Grahl GmbH zasiada 3 mężczyzn (dwóch w wieku 30–50 lat, a jeden w wieku powyżej 50 lat).

Rotacja zatrudnienia wg płci i wieku



Grupa Nowy Styl daje osobom młodym szansę na pierwszą pracę i stabilne zatrudnienie, co znajduje swoje odzwierciedlenie w statystykach zatrudnienia wg. kryterium wieku. Dane dotyczące odejść z pracy wskazują natomiast na proces naturalnej wymiany pokoleniowej. To właśnie osoby najstarsze stanowią najliczniejszą grupę wśród pracowników odchodzących, z kolei osoby poniżej 30 roku życia, dominują wśród pracowników nowo zatrudnionych.

Rotacja zatrudnienia wg płci i wieku

Przyjęcia

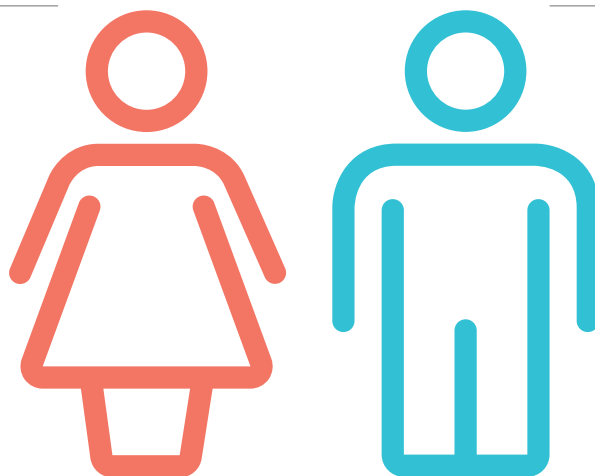


2012	86
2013	117

Przyjęcia



2012	253
2013	318



Odejścia



2012	69
2013	86

Odejścia



2012	270
2013	254



kobiety



mężczyźni

» Szczegółowe dane na stronie 46

Powrót do pracy i wskaźnik retencji po urlopie rodzicielskim



Bezpieczeństwo zatrudnienia i właściwy balans pomiędzy życiem prywatnym a zawodowym, jest dla naszych pracowników bardzo ważną wartością. Dokładamy więc starań, aby w tych obszarach zapewnić im wsparcie.

G4-LA3

**PRACOWNICY,
KTÓRZY
SKORZYSTALI
Z URLOPU
RODZICIEL-
SKIEGO**

		Kobiety	Mężczyźni
2012	57 osób	100,00%	0,00%
2013	68 osób	95,60%	4,60%

G4-LA3

**LICZBA
PRACOWNIKÓW,
KTÓRZY
POWRÓCILI
DO PRACY
PO URLOPIE
RODZICIELSKIM**

		Kobiety	Mężczyźni
2012	49 osób	100,00%	0,00%
2013	66 osób	95,50%	4,50%

G4-LA3

**LICZBA OSÓB,
KTÓRE
POWRÓCIŁY
DO PRACY
I NADAL BYŁY
ZATRUDNIONE
PRZEZ
12 M-CY**

		Kobiety	Mężczyźni
2012	44 osoby	97,70%	2,30%
2013	63 osoby	96,80%	3,20%

G4-LA3

**WSKAŹNIK
RETENCJI**

2012	0,90
2013	0,95

3.2 Wynagrodzenia



Wynagrodzenia pracowników określone są na podstawie: posiadanych kwalifikacji, rodzaju wykonywanej pracy, jej ilości i jakości.

Stosunek wynagrodzenia pracowników bezpośredniej produkcji do wysokości płacy minimalnej wykazuje pewne dysproporcje na korzyść mężczyzn (co częściowo związane jest z charakterem i systemem rozliczeniowym obowiązków). Należy odnotować, że w spółkach Nowy Styl GmbH oraz Rohde & Grahl nie jesteśmy w stanie odnotować tego wskaźnika ze względu na brak płacy minimalnej w Niemczech. Co ważne, w spółkach tych

wynagrodzenie podstawowe jest równe dla kobiet i mężczyzn zatrudnionych na takich samych stanowiskach. Na wysokość wynagrodzenia wpływ mają jedynie czynniki zawodowe, m.in. doświadczenie, wykształcenie czy staż pracy.

W spółkach Nowy Styl oraz Baltic Wood istnieją dysproporcje w podstawowym wynagrodzeniu kobiet, w stosunku do podstawowego wynagrodzenia mężczyzn. Widać jednak tendencją wzrostową tego wskaźnika, szczególnie na stanowiskach produkcyjnych (szczegółowe dane na stronie 49).



Wysokość wynagrodzenia pracowników najniższego szczebla według płci w stosunku do płacy minimalnej

2012



100% – płaca minimalna

2013



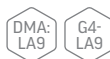
kobiety



mężczyźni

» Szczegółowe dane na stronie 49

3.3 Edukacja i szkolenia



W Grupie Nowy Styl przykładamy dużą wagę do rozwoju pracowników. Dajemy możliwość indywidualnego rozwoju i podnoszenia kwalifikacji zawodowych.

Głównym celem organizowanych szkoleń jest nie tylko zapewnienie odpowiednio wykwalifikowanej kadry pracowniczej, ale również wspieranie ich osobistego rozwoju.

Dlatego też, zachowując zasady równego i powszechnego dostępu do szkoleń, dążymy do pogłębiania przez pracowników specjalistycznej wiedzy wymaganej na określonych stanowiskach, jak również zapewniamy możliwość rozwoju kompetencji osobistych i kierowniczych. Do najważniejszych kategorii szkoleń organizowanych w roku 2012 i 2013 należą:

- ▶ Ogólnorozwojowe (m.in. zarządzanie personelem, zarządzanie projektami, wystąpienia publiczne);
- ▶ Specjalistyczne (m.in. wiedza z zakresu produkcji, logistyki, jakości, handlu, finansów);
- ▶ Sprzedażowe (m.in. negocjacje handlowe, techniki sprzedaży);
- ▶ Produktowe;

- ▶ Warsztaty know-how krajowe i międzynarodowe (których celem jest dzielenie się doświadczeniami sprzedażowymi pomiędzy pracownikami różnych działów w różnych krajach);
- ▶ Językowe.

Szkolenia realizujemy głównie w oparciu o nasz wewnętrzny dział szkoleń, a w przypadku szkoleń specjalistycznych nasi pracownicy biorą czynny udział w konferencjach międzynarodowych, targach produktowych i technologicznych.

Działania rozwojowe traktowane są przez nas jak proces ciągły, który przynosi oczekiwane korzyści tylko wtedy, gdy wszystkie jego elementy są ze sobą odpowiednio powiązane. Dlatego też, realizacja szkoleń jest poprzedzona coroczną analizą potrzeb szkoleniowych i opracowaniem rocznego Planu Szkoleń. Dużą wagę przykładamy również do wyboru odpowiednich metod pomiaru efektywności prowadzonych działań, czego przykładem jest wdrożony w roku 2013 Formularz Oceny Efektywności Szkolenia. Jednocześnie pracownicy, którzy z własnej inicjatywy chcą podnosić swoje kompetencje mogą liczyć na wsparcie w tym zakresie ze strony firmy w postaci dofinansowania lub udzielenia urlopu szkoleniowego.



ŚREDNIA LICZBA GODZIN SZKOLENIOWYCH NA 1 PRACOWNIKA

		Kobiety	Mężczyźni	Dyrektorzy	Kierownicy	Specjaliści	Pracownicy pośrednio produkcyjni	Pracowników bezpośrednio produkcyjni
NOWY STYL SP. Z O.O.								
Godziny w przeliczeniu na jednego pracownika	2012	6,57	4,80	22,93	23,62	13,49	1,01	0,82
	2013	7,26	5,98	44,72	28,26	14,09	1,59	1,30
BALTIC WOOD S.A.								
Godziny w przeliczeniu na jednego pracownika	2012	1,84	1,59	14,00	4,18	0,86	0,41	1,52
	2013	4,29	1,82	37,33	17,13	3,36	1,40	0,24
NOWY STYL GMBH								
Godziny w przeliczeniu na jednego pracownika	2012	bd	bd	8,00	16,00	0,00	11,2	0,00
	2013	bd	bd	5,00	57,50	40,00	6,00	0,00
ROHDE & GRAHL GMBH								
Godziny w przeliczeniu na jednego pracownika	2013	41,60	44,80	48,00	32,00	48,00	48,00	27,43

Program Talentów

Nauka, czy ugruntowana wiedza to jednak nie wszystko. Liczy się też talent i kompetencje. Dostrzegając jak ważne w rozwoju pracownika jest wzmocnienie jego tzw. „predyspozycji miękkich” pożądanych na danym stanowisku pracy, stworzyliśmy specjalny Program Talentów. Polega on na zaproponowaniu szczególnie wyróżniającym się pracownikom atrakcyjnych form rozwoju indywidualnego. Wpływa to znacząco na budowanie ich satysfakcji i poziomu zaangażowania.

Realizację Programu Talentów rozpoczęliśmy w roku 2012 i kontynuowaliśmy w roku 2013. Zasady działania są bardzo proste. W wyniku kilku etapów selekcji, wybrana została grupa osób, dla której zaprojektowano działania rozwojowe.

Uczestnicy Programu Talentów charakteryzują się kompetencjami, które w najwyższym stopniu odpowiadają potrzebom i planom rozwojowym organizacji. Ponadto, osoby te angażowane są w najważniejsze projekty, również te o strategicznym znaczeniu dla firmy.

Program rozwoju kompetencji



Kluczowymi osobami w każdej firmie są menedżerowie i kadra zarządzająca. Z myślą o nich przygotowaliśmy program rozwoju kompetencji. W roku 2012 oraz 2013 został zrealizowany projekt szkoleniowo – rozwojowy polegający na organizacji cyklu szkoleń dla kadry zarządzającej, głównie w obszarze doskonalenia kompetencji z zakresu komunikacji, zarządzania zespołem oraz zarządzania zmianą.

W szkoleniach tych uczestniczyli menedżerowie różnych szczebli struktury organizacyjnej: dyrektorzy, kierownicy, a także szefowie produkcji oraz mistrzowie. Menedżerowie zostali podzieleni na dwie grupy uczestników: osoby zarządzające pracownikami w obszarze produkcji oraz osoby zarządzające pracownikami poza obszarem produkcji. Podział ten pozwolił na dostosowanie programów warsztatów do problemów i specyfiki pracy poszczególnych grup. Tak zaprojektowane szkolenia pozwoliły na wymianę doświadczeń i dzielenie się wiedzą w przekroju różnych jednostek organizacyjnych.



NASZE ZOBOWIĄZANIA:

» Będziemy kontynuować i rozwijać działania z zakresu komunikacji, zarządzania zespołem oraz zmianą, w ramach Programu Rozwoju Kompetencji.

Programy sugestii



Sukces naszej firmy to efekt synergii sukcesów naszych pracowników, którzy wielokrotnie udowodniali, że ich pomysły mogą usprawnić pracę naszej organizacji. Ponieważ wierzymy, że na doskonały pomysł może wpadć każdy z nas – nie tylko Prezes czy Menedżer – wielką wagę przykładamy do zarządzania pomysłami pracowników. Staramy się umożliwić pracownikom wszystkich szczebli zgłaszanie pomysłów i sugestii. Skuteczne angażowanie pracowników w ten proces zapewnia firmie dostęp do innowacyjnych pomysłów pochodzących z każdej części organizacji.

W chwili obecnej w naszej firmie prężnie działają dwa programy. Pierwszym z nich jest Proces Optimalizacji Kosztów skierowany do pracowników umysłowych, dający im możliwość zgłaszania własnych pomysłów wpływających na wprowadzanie usprawnień i innowacji. Poprzez ten program chcemy uświadomić naszym pracownikom, że ich wkład jest niezwykle istotny dla sprawnego funkcjonowania firmy, a zaangażowanie sprzyja osiągnięciu wspólnego sukcesu. Program pozwala pracownikom proponować zmiany, które ich zdaniem są potrzebne i przyniosą realne korzyści w obszarach takich jak logistyka, produkcja, technologia, konstrukcja. Program umożliwia i wspiera rozwój innowacyjności i kreatywności pracowników.

W fazie testów jest Program Sugestii dla pracowników produkcyjnych. Umożliwia on osobom zatrudnionym zgłaszanie pomysłów i sugestii prowadzących do poprawy bezpieczeństwa i higieny pracy, jakości produktów, wzrostu wydajności oraz redukcji kosztów. Jego istotnym celem jest także rozwijanie i wspieranie innowacyjności pracowników produkcyjnych.



Osobisty Biznes Plan Pracownika



Grupa Nowy Styl, tak jak każda firma na rynku, działa w oparciu o strategię i plany działań, które przekładają się na plany pracy zatrudnionych w niej osób. **Realizując projekt „Budowy Osobistego Biznes Planu Pracownika”, poszliśmy o krok dalej.** W ramach okresowej oceny pracowników przełożony nie tylko omawia z pracownikiem efekty pracy, ale ustala plan rozwoju i plan doskonalenia jego kompetencji przez okres kolejnych 6 miesięcy. Ma to na celu określenie istotnych umiejętności, które pozwolą pracownikowi sprostać obecnym, a także przyszłym zadaniom. Ponadto, z każdym pracownikiem ustala się najważniejsze cele i zadania do realizacji. Kluczowe obszary rozwoju, jak również wyznaczone zadania składają się na tzw. „Osobisty Biznes Plan Pracownika”. Do końca 2013 roku projekt Budowy Osobistego Biznes Planu został wdrożony w Pionie Logistyki oraz w Pionie Jakości. Objęci nim zostali pracownicy wszystkich szczebli tych pionów, tj. zarówno pracownicy umysłowi jak i pracownicy fizyczni.

W ramach realizacji projektu dotychczas podjęto następujące działania:

- » indywidualny coaching handlowy;
- » szkolenia z negocjacji handlowych dla Działu Sprzedaży Krajowej i Działu Sprzedaży Eksportowej;
- » szkolenie z technik sprzedaży dla Działu Sprzedaży Eksportowej;
- » szkolenie dotyczące przygotowania i przeprowadzenia prezentacji dla klientów i partnerów;
- » warsztat know-how umożliwiający dzielenie się doświadczeniem pracowników Działu Sprzedaży Krajowej i Eksportowej;
- » sesje omawiające wyniki ankiet podwładnych z przełożonymi, których rezultatem jest m.in. wprowadzenie nowych systemów motywacyjnych w tych działach;
- » szkolenie „Motywowanie pracowników dla kierowników”.

Projekt zakończy się ponowną oceną okresową na podstawie w/w kryteriów w celu zbadania efektywności podjętych działań.



NASZE ZOBOWIĄZANIA:

- » W roku 2014 planujemy rozszerzyć ocenę okresową na kolejne działy handlowe m.in. Działu Obsługi Klienta czy Działu Zarządzania Projektami.

Programy praktyk



Poza rozwojem naszych pracowników myślimy również o przyszłych kadrach naszej firmy. Współpracujemy z instytucjami lokalnymi w zakresie organizacji praktyk i staży. Pozwalają one uczniom, studentom, jak również absolwentom i osobom bezrobotnym na zdobycie pierwszych doświadczeń zawodowych oraz umiejętności i kwalifikacji wpływających na poprawę ich pozycji na rynku pracy.

Organizujemy praktyki zawodowe, studenckie, absolwenckie oraz dyplomowe w takich obszarach jak: produkcja, logistyka, jakość, finanse, marketing, sprzedaż i handel oraz HR. Ponadto w roku 2013 podpisaliśmy stałe porozumienia o współpracy z Politechniką Rzeszowską, Szkołą Główną Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie oraz Państwową Wyższą Szkołą Zawodową w Krośnie. Stale współpracujemy również z innymi uczelniami w powiecie krośnieńskim oraz jasielskim, których studenci właśnie z tym regionem zdecydowali się związać swoją drogą zawodową. Równocześnie współpracujemy z państwowymi instytucjami rynku pracy w zakresie organizacji staży dla osób poszukujących zatrudnienia.

Podczas organizowanych praktyk oraz staży gwarantujemy dostęp do naszej bazy wiedzy i nowoczesnych rozwiązań. Szczególnie wyróżniającym się praktykantom i stażystom oferujemy miejsce pracy w dziale, w którym odbywali staż czy praktykę.

W ramach dialogu z interesariuszami podejmujemy również aktywności związane z udziałem w lokalnych targach pracy. Dzięki temu jesteśmy w stanie zdiagnozować potrzeby i oczekiwanie przyszłych stażystów i praktykantów. Rozmawiając ze studentami i wykładowcami uczelni wyższych przekazujemy wiedzę o tym, jakich kompetencji i umiejętności poszukujemy. Ta rozmowa przynosi wymierne efekty.



3.4 Świadczenia dodatkowe



Dobrze wiemy, jak ważna jest równowaga pomiędzy pracą a życiem rodzinnym, dlatego staramy się dbać także o tę sferę życia naszych pracowników.

W ramach świadczeń dodatkowych, dzieci pracowników co roku otrzymują paczki mikołajkowe, a w okresie Świąt Wielkanocnych oraz Świąt Bożego Narodzenia nasi pracownicy otrzymują dodatkowe benefity w postaci świadczeń pieniężnych.

Wiemy też, że w życiu zdarzają się różne sytuacje, dlatego pracownicy, którzy znaleźli się w trudnych sytuacjach życiowych, mogą liczyć na wsparcie w formie zapomogi finansowej. Jako

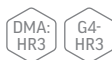
firma wynegocjowaliśmy także dobre warunki ubezpieczenia grupowego na życie, z którego mogą skorzystać zarówno pracownicy, jak i ich rodziny.

W trosce o zdrowie naszych pracowników co roku organizujemy szczepienia przeciwko grypie. A z myślą o ich dobrym samopoczuciu stworzyliśmy program „Pracownicza Grupa Zakupowa”. We współpracy z Podkarpackim Klubem Biznesu powstała karta rabatowa uprawniająca do zakupów na preferencyjnych warunkach w określonych Punktach Partnerskich (sklepy oraz placówki usługowe).



3.5 Przeciwdziałanie dyskryminacji

Wszyscy jesteście równi



Różnorodność jest dla nas wielką wartością, dzięki której możemy rozwijać swoje kompetencje. Choć działamy w różnych częściach Europy, jesteśmy jedną wielką drużyną, w której każdy jest ważny i buduje jej sukcesy. **Świadczy o tym fakt, że w ciągu ostatnich lat nie odnotowaliśmy w naszej firmie przypadku dyskryminacji.**

Jak to robimy?

- ▶ Przestrzegamy zapisów przyjętych w Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka oraz Europejskiej Konwencji Praw Człowieka.
- ▶ Wszystkim pracownikom zapewniamy możliwość rozwoju zawodowego bez względu na płeć, pochodzenie, wyznanie, rasę, orientację seksualną, poglądy polityczne, pochodzenie społeczne, wiek oraz rodzaj zatrudnienia.



NASZE ZOBOWIĄZANIA:

- ▶ Stworzymy funkcję Rzecznika ds. Etyki, aby umożliwić pracownikom zgłaszanie ewentualnych przypadków nadużyć i przejawów dyskryminacji.
- ▶ Rzecznik jako osoba powszechnego zaufania będzie monitorować przestrzeganie zasad etycznych oraz promować postawy etyczne w naszej firmie.



3.6 Bezpieczeństwo i higiena pracy



Codziennie tysiące ludzi przekracza progi naszych zakładów oraz biur i z pasją pracuje na nasz wspólny sukces. Staramy się tworzyć relacje, które opierają się na wzajemnym szacunku i zaufaniu. **Bezpieczeństwo pracowników jest dla nas absolutnym priorytetem, nie uznajemy żadnych, nawet najmniejszych kompromisów.**

W spółkach należących do Grupy funkcjonują komisje ds. BHP, mające zróżnicowane struktury oraz przedstawicielstwo:

- ▶ w spółkach zlokalizowanych w Polsce, komisje składają się z 6 pracowników (po 3 przedstawicieli pracowników wybieranych w demokratycznych wyborach oraz 3 przedstawicieli pracodawców);

» w spółkach zlokalizowanych w Niemczech jest to 5 pracowników różnego szczebla.

Komisje ds. BHP, reprezentują wszystkich pracowników Grupy (w Grupie Nowy Styl nie funkcjonują związki zawodowe), które dbają o ich bezpieczeństwo i udzielają wszelkiej pomocy w razie zaistnienia różnorodnych zdarzeń.

Z przedstawicielami pracowników, konsultowane są:

- » zmiany w organizacji pracy i wyposażeniu stanowisk pracy,
- » oceny ryzyka zawodowego występującego przy wykonywaniu określonych prac oraz informowanie o nim pracowników,
- » tworzenie służby BHP oraz wyznaczania pracowników do udzielania pierwszej pomocy,
- » przydzielanie pracownikom środków ochrony indywidualnej oraz odzieży i obuwia roboczego.

Wskaźnik urazów i chorób zawodowych



Dzięki przyjętym procedurom i wdrożonym systemom bezpieczeństwa w ciągu ostatnich 2 lat w naszych zakładach nie odnotowano żadnych wypadków śmiertelnych lub ciężkich podczas pracy. **Corocznie zespół naszych specjalistów opracowuje analizy wypadkowości, z których wyciągamy wnioski mające na celu stałą poprawę bezpieczeństwa pracowników.**

W Baltic Wood S.A. w roku 2012 odnotowano 8 wypadków (2 kobiety, 6 mężczyzn), w wyniku których łączna liczba nieobecności w pracy wyniosła 478 dni. W spółce Nowy Styl w roku 2012 odnotowano 16 wypadków, w których urazów doznało 18 poszkodowanych, w tym 4 kobiety i 14 mężczyzn. Łączna liczba nieobecności w pracy będąca wynikiem tych wypadków wyniosła 795 dni. W Nowy Styl GmbH w roku 2012 odnotowano 2 wypadki, w których ucierpiały 3 osoby (2 mężczyzn, 1 kobieta).

W roku 2013 w Baltic Wood S.A. odnotowano 5 wypadków (1 kobieta, 4 mężczyzn), których wynikiem było łącznie 264 dni nieobecności. W roku 2013 w Nowy Styl Sp. z o.o. odnotowano 23 wypadki (2 kobiety, 21 mężczyzn), w wyniku których łączna liczba nieobecności w pracy wyniosła 1 062 dni. Z kolei w spółce Nowy Styl GmbH odnotowano 8 wypadków, w których ucierpiało 4 mężczyzn i 4 kobiety.

Narażenie na niebezpieczeństwo



Ze względu na specyfikę branży meblarskiej, część produkcyjnych stanowisk pracy, narażona jest na występowanie przekroczeń najwyższego dopuszczalnego natężenia i stężenia czynników środowiska pracy takich jak hałas, drgania miejscowe, obecność pyłów, pole magnetyczne – pomiary są przeprowadzane przez instytucje zewnętrzne.

Naszym pracownikom zapewniamy odpowiednie przygotowanie do wykonywanego stanowiska, bezpieczne miejsce pracy, cykliczne szkolenia – wszystkie działania przeprowadzamy z myślą o ich bezpieczeństwie.

W spółce Baltic Wood są stanowiska pracy, na których występują przekroczenia NDN i NDS czynników środowiska pracy, takich jak: hałas i pył drewna twardego. Łącznie w 2012 r. narażonych na przekroczenia NDN i NDS było 97 pracowników (w tym pracownicy narażeni zarówno na hałas jak i pyły drewna twardego). W 2013 r. udało nam się ograniczyć wielkość zapylenia do poziomu poniżej NDS, dzięki czemu liczba stanowisk narażonych na przekroczenie najwyższego dopuszczalnego stężenia drewna twardego spadła z 12 do 0.

W spółce Nowy Styl łącznie 205 pracowników było narażonych na przekroczenia NDN i NDS (w tym, znajdują się pracownicy narażeni na 2 lub więcej czynników) w roku 2012 i 239 w roku 2013.

W pozostałych spółkach nie odnotowano takich stanowisk.



Wskaźnik częstotliwości wypadków

● 2012

● 2013

Nowy Styl
Sp. z o.o.

6,70

9,32

Baltic Wood
S.A.

28,98

16,83

Nowy Styl
GmbH

2,36

6,30

0 10 20 30 40 50

G4-
LA12

STRUKTURA ZATRUDNIENIA KADRY PRACOWNICZEJ

2012	wg płci		wg wieku			Ogółem
	Kobiety	Mężczyźni	<30	30-50	>50	
Nowy Styl Sp. z o.o.	660	2019	523	1749	407	2679
Baltic Wood S.A.	98	205	29	237	37	303
Nowy Styl GmbH	49	99	20	72	56	148
RAZEM	807	2323	572	2058	500	3130

2013	wg płci		wg wieku			Ogółem
	Kobiety	Mężczyźni	<30	30-50	>50	
Nowy Styl Sp. z o.o.	700	2028	570	1778	380	2728
Baltic Wood S.A.	103	227	45	250	35	330
Nowy Styl GmbH	41	86	15	66	46	127
Rohde & Grahl GmbH	66	184	44	119	87	250
RAZEM	910	2525	674	2213	548	3435

G4-
LA12ŁĄCZNA LICZBA PRACOWNIKÓW WEDŁUG TYPU ZATRUDNIENIA,
RODZAJU UMOWY O PRACĘ I REGIONU W PODZIALE NA PŁEĆ

2012		czas		niepełny etat	pełen etat
		nieokreślony	określony		
Nowy Styl Sp. z o.o.	kobiety	440	220	7	653
	mężczyźni	1257	762	7	2012
Baltic Wood S.A.	kobiety	71	27	1	97
	mężczyźni	136	69	6	199
Nowy Styl GmbH	kobiety	43	6	16	33
	mężczyźni	94	5	0	99
RAZEM		2041	1089	37	3093


**ŁĄCZNA LICZBA PRACOWNIKÓW WEDŁUG TYPU ZATRUDNIENIA,
RODZAJU UMOWY O PRACĘ I REGIONU W PODZIALE NA PŁEĆ**

2013		czas nieokreślony	czas określony	niepełny etat	pełen etat
Nowy Styl Sp. z o.o.	kobiety	443	257	6	694
	mężczyźni	1277	751	6	2022
Baltic Wood S.A.	kobiety	71	32	1	102
	mężczyźni	137	90	4	223
Nowy Styl GmbH	kobiety	40	1	13	28
	mężczyźni	85	1	0	86
Rohde & Grahl GmbH	kobiety	47	19	17	49
	mężczyźni	157	27	5	179
RAZEM		2257	1178	52	3383


PRZYJĘCIA DO PRACY

2012	wg płci		wg wieku			Ogółem
	Kobiety	Mężczyźni	<30	30-50	>50	
Nowy Styl Sp. z o.o.	80	237	154	134	29	317
Baltic Wood S.A.	6	12	2	15	1	18
Nowy Styl GmbH	0	4	0	4	0	4
RAZEM	86	253	156	153	30	339

2013	wg płci		wg wieku			Ogółem
	Kobiety	Mężczyźni	<30	30-50	>50	
Nowy Styl Sp. z o.o.	98	252	166	171	13	350
Baltic Wood S.A.	14	45	21	37	1	59
Nowy Styl GmbH	1	0	0	1	0	1
Rohde & Grahl GmbH	4	21	9	8	8	25
RAZEM	117	318	196	217	22	435

ODEJŚCIA Z PRACY

2012	wg płci		wg wieku			Ogółem
	Kobiety	Mężczyźni	<30	30-50	>50	
Nowy Styl Sp. z o.o.	58	243	119	142	40	301
Baltic Wood S.A.	9	23	5	24	3	32
Nowy Styl GmbH	2	4	1	5	0	6
RAZEM	69	270	125	171	43	339

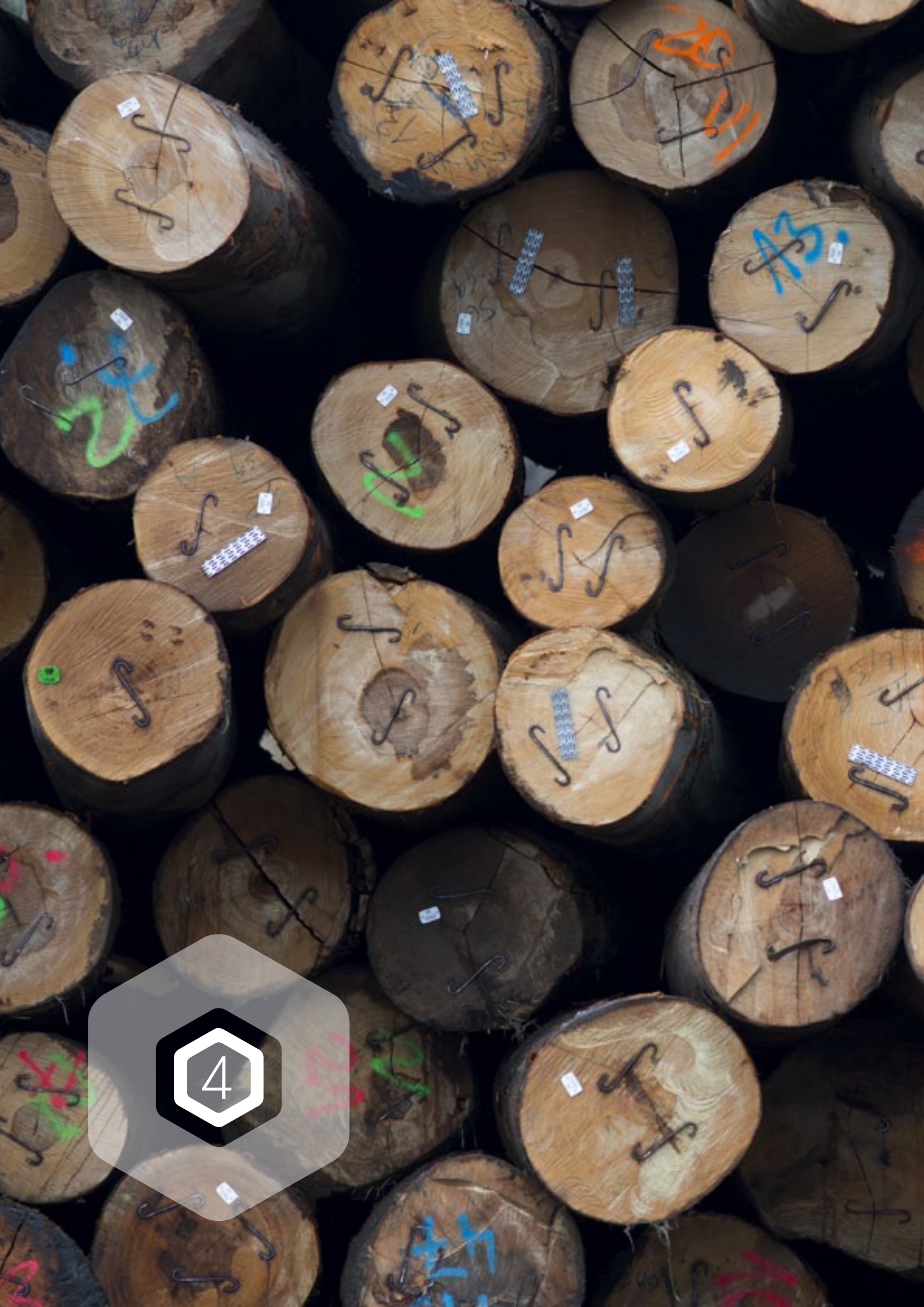
2013	wg płci		wg wieku			Ogółem
	Kobiety	Mężczyźni	<30	30-50	>50	
Nowy Styl Sp. z o.o.	72	203	95	149	31	275
Baltic Wood S.A.	4	31	7	22	6	35
Nowy Styl GmbH	2	4	1	5	0	6
Rohde & Grahl GmbH	6	18	6	8	10	24
RAZEM	86	254	109	184	47	340


WYSOKOŚĆ WYNAGRODZENIA PRACOWNIKÓW NAJNIŻSZEGO SZCZEBŁA WEDŁUG PŁCI W STOSUNKU DO PŁACY MINIMALNEJ

	2012		2013	
	Kobiety	Mężczyźni	Kobiety	Mężczyźni
Nowy Styl Sp. z o.o.	130,32%	147,80%	130,32%	145,47%
Baltic Wood S.A.	136,22%	151,51%	134,30%	138,66%

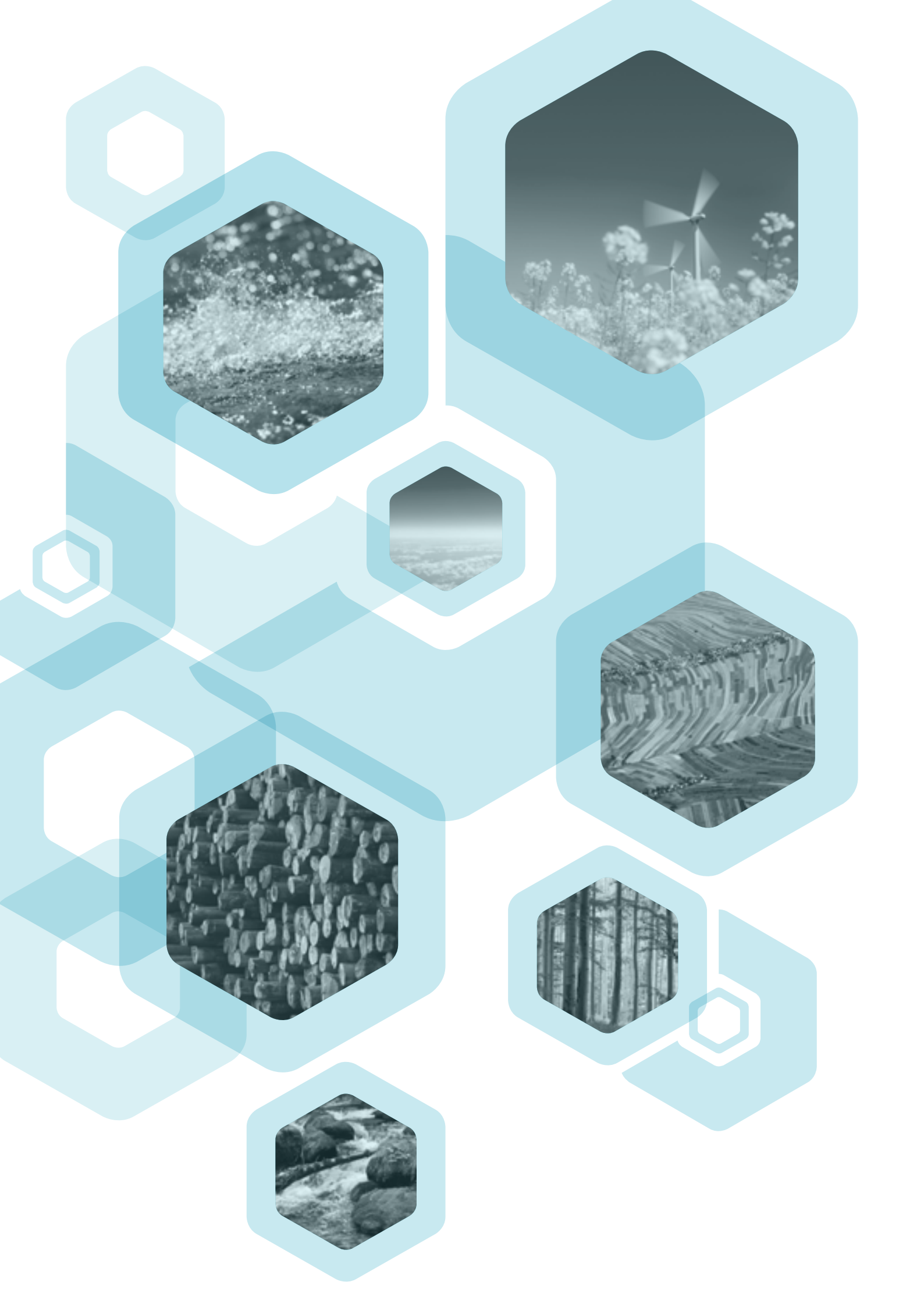

STOSUNEK PODSTAWOWEGO WYNAGRODZENIA KOBIET DO PODSTAWOWEGO WYNAGRODZENIA MĘŻCZYZN WEDŁUG ZAJMOWANEGO STANOWISKA

	Nowy Styl Sp. z o.o.		Baltic Wood S.A.	
	2012	2013	2012	2013
Dyrektorzy	89,30	91,33	74,17	66,42
Kierownicy	86,35	84,74	130,33	120,74
Specjaliści	90,79	89,35	69,43	71,13
Pracownicy pośrednio produkcyjni	84,40	88,71	75,07	75,17
Pracownicy bezpośrednio produkcyjni	88,17	89,58	89,91	96,85



A close-up, top-down view of a large pile of cut logs. The logs are of various sizes and are densely packed. Many of the log ends are marked with handwritten numbers in orange, red, and blue. Some logs have small white labels with black text. Metal hooks or nails are visible on several log ends, some of which are also marked with small green or blue tags. The wood is a light brown color, and the background is dark.

*Nasz wpływ na
środowisko*



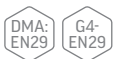
Doskonale rozumiemy, że dla otaczającej nas przyrody jesteśmy sąsiadami, którzy w jej otoczeniu pojawili się niedawno. Dbamy więc o to, aby nasze sąsiedztwo było dla niej jak najmniej uciążliwe. Minimalizujemy nasz wpływ na środowisko naturalne oraz życie ludzi i zwierząt. Robimy znacznie więcej niż wymagają tego od nas obowiązujące normy i przepisy prawa. Wprowadzamy rozwiązania, dzięki którym łączymy ekologię z procesami produkcji – po prostu myślimy (eko)logicznie.

Nasze procesy produkcyjne realizowane są w zakładach, których działalność jest regulowana decyzjami administracyjnymi wydanymi przez odpowiednie organy i potwierdzona kontrolami zewnętrznymi.

W wyniku prowadzenia procesów produkcyjnych zgodnych z zasadami i przepisami ochrony środowiska wdrożyliśmy system zarządzania środowiskiem oparty na wymaganiach normy ISO 14001:2004 „Systemy zarządzania środowiskowego”. Przygotowania do certyfikatu ISO 14001:2004 rozpoczęliśmy już kilka lat temu, a jego wdrożenie poprzedzało szereg prac przygotowawczych. Określono politykę ekologiczną firmy, aspekty działalności poszczególnych zakładów produkcyjnych mające wpływ na środowisko naturalne, zdefiniowano punkty potencjalnych udoskonaleń, a także opracowano program zarządzania umożliwiający osiągnięcie ustalonych celów. Opracowano harmonogram regularnych kontroli (audytów wewnętrznych) gwarantujących stały nadzór i doskonalenie

procedur działalności. Przeprowadzono między innymi szkolenia z zakresu identyfikacji i analizy aspektów środowiskowych oraz szkolenia na audytorów wewnętrznych. Certyfikacji zostały poddane następujące obszary: zarządzanie, planowanie i koordynowanie produkcji, projektowanie, produkcja, zakupy, sprzedaż oraz dostarczanie wyrobów meblowych i krzeseł.

System zarządzania środowiskiem w Grupie Nowy Styl ma swój początek już na etapie projektowania, tzn. już w tym momencie dobierane są poszczególne elementy, z których ma być wytworzony dany produkt. Dzięki temu, nasze wyroby, od początku do końca swojego cyklu życia, w jak najmniejszym stopniu oddziałują na środowisko naturalne. Następnym etapem jest zakup surowca i wytwarzanie wyrobów w poszczególnych zakładach produkcyjnych, w których procesy produkcyjne są tak dobierane, aby ich wpływ na środowisko naturalne był jak najmniejszy.



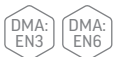
W okresie objętym raportowaniem na Grupę Nowy Styl nie nałożono kar i sankcji za nieprzestrzeganie prawa i regulacji dotyczących ochrony środowiska. Jedynie w przypadku Zakładu Przemysłu Drzewnego stwierdzono w 2012 roku uchybienie proceduralne. Wojewódzki Inspektorat Ochrony Środowiska nie uznał dwóch próbek ze względu na

różnicę w metodologii pomiaru próbki i nałożył karę administracyjną w wysokości 6 320,60 zł.

Zgodnie z zapisem w Księdze Środowiskowej Systemu Zarządzania Środowiskiem wg normy ISO 14001 spółka Baltic Wood nie udziela informacji stronom w zakresie aspektów środowiskowych, które spółka nadzoruje.



Energia



W swojej działalności kierujemy się zdrowym umiarem. Jest to szczególnie widoczne w przypadku środowiska naturalnego. Postanowiliśmy korzystać z różnorodnych źródeł energii i wykorzystywać nasz potencjał twórczy, aby słabsze strony, przekuć w zielone rozwiązania.

Grupa Nowy Styl posiada 2 kotłownie, które wykorzystują odpady drzewne (bezpośrednie zużycie energii), a wyprodukowana energia sprzedawana jest między spółkami.



Produkcja mebli i krzeseł zużywa znaczne ilości energii, co wpływa zarówno na środowisko naturalne, jak i na ponoszone koszty. Dlatego podejmujemy szereg działań, aby zredukować zużycie energii.

Działania podjęte w ostatnich latach obejmują m.in. proste rozwiązania jak wyłączanie urządzeń produkcyjnych oraz zbędnego oświetlenia na czas przerw. Wdrożone zostały przeglądy systemów układu sprężonego powietrza w celu likwidacji nieszczelności. Zoptymalizowaliśmy także wykorzystanie linii produkcyjnych poprzez konsolidację produkcji partii produkcyjnych i minimalizację czasów potrzebnych na przebrojenie. Zmodernizowaliśmy system sterowania wentylatorami odciążowymi. Zastosowane falowniki w dużej mierze przyczyniły się do zmniejszenia zużycia energii. Dzięki zastosowaniu klejów do surowca drzewnego, które reagują również w niższej temperaturze udało nam się znacznie obniżyć temperaturę prasowania podłóg drewnianych.

dotatkowe źródło energii dla zakładów Grupy. Przy wsparciu z funduszy Unii Europejskiej, stworzyliśmy system magazynowania, transportu i rozdrabniania odpadów, umożliwiające odzyskiwanie energii z odpadów drzewnych, a przez to redukcję emisji CO₂.

▶ Nieustannie unowocześniamy park maszynowy, naszych zakładów produkcyjnych, co umożliwia nam zmniejszenie zużycia energii oraz optymalizację procesu produkcji. Przykładowo dzięki zastosowaniu oświetlenia sekwencyjnego, oświetlane są jedynie te powierzchnie hal produkcyjnych, w których aktualnie mają miejsce aktywne procesy.

▶ Odzyskujemy ciepło z procesów produkcyjnych. Oczyszczone ciepło pozyskane podczas pracy maszyn, wykorzystujemy w okresie zimowym do ocieplania pomieszczeń.

▶ Wprowadzamy odpowiednie procedury. Wszyscy nowi pracownicy Grupy odbywają szkolenie z zakresu oszczędnego użytkowania energii.



Większość zakładów Grupy Nowy Styl nie wytwarza własnej energii. To zapotrzebowanie ośrodków produkcyjnych zaspokajane jest przez dostawców zewnętrznych. Wyjątek stanowi Zakład Przemysłu Drzewnego w Rzepedzi oraz zakład, w którym produkowane są podłogi drewniane spółki Baltic Wood. Do wytwarzania energii cieplnej wykorzystuje się tam paliwo stałe w postaci biomasy drzewnej. Są to drobne odpady trocin i wiórów, oraz odpady większe (zrębki, zrżyny, odpady kawałkowe, itp.). Biomasa pochodzi z wydziałów zakładu jak również skupowana jest od firm zewnętrznych. Spółka Baltic Wood sprzedaje biomasę do spółki Nowy Styl, która jest właścicielem kotłowni i odkupuje wytworzone ciepło.

Ciepło na potrzeby technologiczne, centralnego ogrzewania oraz podgrzewania wody pochodzi z własnych kotłowni oraz w wyniku handlu między spółkami.

Jak to robimy? Przykłady:

- ▶ Kupujemy i korzystamy z tzw. energii tęczowej (ma ona różne źródła pochodzenia, w tym także zasoby odnawialne).
- ▶ Wytwarzamy własną energię cieplną z tzw. biomasy. Wykorzystujemy w tym celu odpady i pyły drzewne, które stanowią



Doskonale rozumiemy, że dla otaczającej nas przyrody jesteśmy sąsiadami, którzy pojawili się niedawno. Ta świadomość kierunkuje nasze odpowiedzialne działania.

DARIUSZ FRYDRYCH
Członek Zarządu,
Dyrektor Operacyjny
Grupy Nowy Styl

G4-
EN6**ZUŻYCIE
ENERGII
[kWh]**

	2012	2013
Nowy Styl Sp. z o.o.	21 561 950	21 605 904
Baltic Wood S.A.	12 430 067	13 719 692
Nowy Styl GmbH	324 938	305 302
Rohde & Grahl GmbH	bd	2 575 588
RAZEM	34 316 955	38 206 486

G4-
EN3**PRODUKCJA
CIEPŁA*
[GJ]
[m³]**

CAŁKOWITE ZUŻYCIE [GJ]	2012	2013
Zakup	5 929	6 615
Biomasa	212 101	208 096
Węgiel	1 205	1 723
Olej opałowy	307	211
RAZEM	228 644	223 409
CAŁKOWITE ZUŻYCIE [m³]	2012	2013
Gaz ziemny	502 850	432 491

* Dane te prezentują produkcję ciepła w zakładach zlokalizowanych w Polsce zarówno dla Nowy Styl Sp. z o.o. jak i Baltic Wood S.A.

4.2 Gospodarka wodna



Woda jest najcenniejszym zasobem na Ziemi, dlatego czujemy się jeszcze bardziej odpowiedzialni za każdą kroplę, którą zużywamy w naszych fabrykach. Od dnia, kiedy pierwsze krzesło opuściło naszą fabrykę, przebyliśmy bardzo długą drogę. Wiele wysiłku włożyliśmy w to, aby racjonalnie wykorzystywać jej zasoby.

Grupa Nowy Styl posiada jedno własne ujęcie wody w Rzepedzi, gdzie znajduje się Zakład Przemysłu Drzewnego. Zakład dysponuje własną pompownią wraz ze stacją uzdatniania wody. Woda na potrzeby technologiczne i bytowe pobierana jest powierzchniowo z rzeki Osława w km 34+800 (lewo-brzeżny dopływ rzeki San). Woda do celów socjalnych oraz na potrzeby procesów technologicznych w pozostałych zakładach dostarczana jest z sieci zewnętrznej MPGK w Jaśle i Krośnie.

Spółka Baltic Wood korzysta z kolektora deszczowego oraz zrzutu wód opadowo-roztopowych będącego własnością Grupy. Do spółek Nowy Styl GmbH oraz Rohde & Grahl woda dostarczana jest z wodociągów miejskich.

W Zakładzie Produkcji Metalowej, stosujemy tzw. płukanie kaskadowe. Czystą wodą zasilamy jedynie wanny płuczek z najmniejszym zanieczyszczeniem. Komponenty krzesła, pomiędzy kolejnymi etapami procesów produkcji elementów galwanizowanych, płuczemy zaczynając od wanny z najbardziej zanieczyszczoną wodą, kończąc na tej z wodą czystą. W ten sposób ograniczamy zużycie cennej wody z miejskich sieci wodociągowych.

ŁĄCZNY POBÓR WODY WEDŁUG ŹRÓDŁA [m ³]	G4-EN8		
	NOWY STYL SP. Z O.O.	2012	2013
	wody powierzchniowe	58 605,00	64 296,00
	dostawy wody miejskiej	57 049,00	57 418,40
	RAZEM	115 654,00	121 714,40
	BALTIC WOOD S.A.		
	2012	2013	
	wody powierzchniowe	–	–
	dostawy wody miejskiej	9 654,00	9 913,60
	RAZEM	9 654,00	9 913,60
	NOWY STYL GMBH		
	2012	2013	
	wody powierzchniowe	–	–
	dostawy wody miejskiej	484,00	482,00
	RAZEM	484,00	482,00
	ROHDE & GRAHL GMBH		
	2012	2013	
	wody powierzchniowe	–	–
	dostawy wody miejskiej	–	1 195,00
	RAZEM	–	1 195,00
	GRUPA NOWY STYL		
	2012	2013	
	RAZEM	125 792,00	133 305,00

4.3

Objętość ścieków



Ponieważ nie mamy możliwości całkowitego wyeliminowania ścieków powstających podczas procesów produkcji, dokładamy wszelkich starań, aby odpowiednio je zagospodarowywać i utylizować. Ścieki socjalno-bytowe z zakładów produkcyjnych w Jaśle odprowadzane są do miejskiej sieci kanalizacyjnej, za pomocą której trafiają do miejskiej oczyszczalni ścieków w Jaśle.

Natomiast ścieki przemysłowe, które w zakładach produkcyjnych w Jaśle powstają wyłącznie w Zakładzie Produkcji Metalowej w procesie nakładania powłok dekoracyjnych, trafiają do własnej oczyszczalni ścieków przemysłowych, a następnie są zrzucane do rzeki Jasiółki. Własną oczyszczalnię ścieków bytowych posiada też Zakład Przemysłu Drzewnego w Rzepedzi. Oczyszczone ścieki trafiają do rzeki Osławica.

**OBJĘTOŚĆ
ŚCIEKÓW
[m³]**
G4-
EN22**NOWY STYL SP. Z O.O.****2012****2013**sanitarne
zrzut do instalacji MP GK

34 390

27 772

sanitarne
zrzut po oczyszczalni do rzeki Jasiółki

21 656

29 745

przemysłowe
zrzut po oczyszczalni do rzeki Osławica

7 955

5 631

BALTIC WOOD S.A.**2012****2013**sanitarne
zrzut do instalacji MP GK

3 868

3 477

NOWY STYL GMBH**2012****2013**sanitarne
zrzut do instalacji MP GK

484

482

ROHDE & GRAHL GMBH**2012****2013**sanitarne
zrzut do instalacji MP GK

bd

1 195

RAZEM**68 353****68 117**

G4-
EN21

**EMISJA
ZWIĄZKÓW
TLENKÓW
SIARKI,
TLENKÓW
AZOTU I INNYCH
ISTOTNYCH
ZWIĄZKÓW
EMITOWANYCH
DO POWIETRZA
[kg]**

NOWY STYL SP. Z O.O.	2012	2013
Tlenki azotu (NO _x)	26 119,10	27 945,90
Dwutlenek siarki (SO ₂)	1 172,77	1 797,68
Lotne związki organiczne (LZO)	35 188,91	38 767,49
Pyły	35 602,32	36 135,29
Tlenek węgla (CO)	21 225,89	36 135,29
Dwutlenek węgla (CO ₂) [Mg]	11 721,87	10 621,22
BALTIC WOOD S.A.	2012	2013
Tlenki azotu (NO _x)	14 513,70	9 811,14
Dwutlenek siarki (SO ₂)	1 092,12	738,26
Lotne związki organiczne (LZO)	110,11	137,76
Pyły	7 673,58	5 187,28
Tlenek węgla (CO)	12 099,54	8 179,19
Dwutlenek węgla (CO ₂) [Mg]	8,18	12,10
NOWY STYL GMBH	2012	2013
Tlenki azotu (NO _x)	bd	bd
Dwutlenek siarki (SO ₂)	bd	bd
Lotne związki organiczne (LZO)	bd	bd
Pyły	bd	bd
Tlenek węgla (CO)	bd	bd
ROHDE & GRAHL GMBH	2012	2013
Tlenki azotu (NO _x)	–	525,00
Dwutlenek siarki (SO ₂)	–	320,00
Lotne związki organiczne (LZO)	–	2 434,00
Pyły	–	bd
Tlenek węgla (CO)	–	bd

4.4

Emisja do powietrza



Nasza działalność, jako firmy produkcyjnej, wiąże się z emisją różnych zanieczyszczeń do atmosfery.

Wszystkie zakłady działają w oparciu o pozwolenia odpowiednich organów państwowych na wprowadzanie gazów i pyłów do powietrza. Wielkości dopuszczalnej emisji zanieczyszczeń oraz warunki ich odprowadzania do środowiska są określone w pozwoleniu, a pomiarów emisji raz do roku dokonuje akredytowane laboratorium. Prawo obowiązujące w tym zakresie, motywuje nas do samokontroli i szukania najlepszych rozwiązań, aby ograniczać nasz wpływ na środowisko w stopniu większym niż się tego od nas wymaga.

Dużą wagę przywiązujemy do bezpieczeństwa ekologicznego komponentów użytych w naszych produktach, dlatego prowadzimy okresowe badania sklejk produkowanych przez nasze zakłady w Rzepedzi w celu zapewnienia kontroli poziomu emisji formaldehydu.

W naszych zakładach produkcyjnych dążymy do zmniejszenia emisyjności organicznych związków lotnych poprzez zastąpienie klejów rozpuszczalnikowych klejami wodnymi oraz poprzez zwiększenie zastosowania lakierów wodnych.

INNOWACYJNA KABINA LAKIERNICZA

W 2012 roku w Zakładzie Przemysłu Drzewnego w Rzepedzi w kabine na linii lakierniczej zainstalowano ekrany do odzysku lakieru wodnego Coolac®. Pomogło to zredukować zużycie lakieru o ponad 30%. W procesach lakierowania część lakieru osiada na elementach, natomiast część stanowi mgłę lakierniczą tzw. over spray. W przypadku standardowych rozwiązań trafia on na filtry: suchy (ściany lakiernicze) lub do wody z koagulantem w przypadku

ścian z płaszczem wodnym, stanowiąc stratę lakieru. Instalacja ekranów do jego odzysku polega na zainstalowaniu pomiędzy filtrem kabin a lakierowanymi elementami specjalnej przegrody, która przechwytuje część over spray. Lakier z ekranu spływa do pojemnika i po przefiltrowaniu kierowany jest do ponownego użycia w procesie lakierowania. Dzięki tej zmianie, emisyjność lakieru spadła, awaryjność kabin lakierniczych uległa zmniejszeniu, zwiększyła się natomiast ich wydajność.

4.5

Gospodarka odpadami

Głównymi odpadami powstającymi w naszych zakładach produkcyjnych są trociny, wióry, ścinki, drewno, płyta wiórowa i fornir, które powstają w wyniku produkcji mebli. Są to również odpady skóry, skaju i tkanin z procesu tapicerowania krzeseł oraz foteli. Z połączenia tych odpadów powstają pełnowartościowe krzesła.

Wszystkie pozostałe odpady przekazywane są podmiotom posiadającym wymagane polskim prawem pozwolenia na ich

odbiór na podstawie zawartych umów. Ponadto trociny, wióry oraz ścinki drewna, przekazujemy osobom fizycznym, które wykorzystują odpad w gospodarstwach domowych jako paliwo w instalacjach centralnego ogrzewania.

100% odpadów z zakładów Nowy Styl Sp. z o.o. w 2012 oraz w 2013 r. zostało zagospodarowywane poprzez przekazanie firmom zewnętrznym.

**ODPADY
WEDŁUG
METODY
POSTĘPO-
WANIA
[Mg]**

NOWY STYL SP. Z O.O.	2012	2013
Przekazanie firmom zewnętrznym	bd	bd
Odzysk we własnym zakresie	bd	bd
RAZEM	5 372,81	3 808,28
BALTIC WOOD S.A.	2012	2013
Przekazanie firmom zewnętrznym, w tym:	3 395,37	6 575,68
▶ Odzysk/recykling	3 191,30	6 363,86
▶ Utylizacja	204,07	211,82
RAZEM	3 395,37	6 575,68
NOWY STYL GMBH	2012	2013
RAZEM	bd	bd
ROHDE & GRAHL GMBH	2012	2013
RAZEM	—	bd



PRODUKCJA Z KORZYŚCIĄ DLA ŚRODOWISKA – EKOLOGICZNE KRZESŁA KOMPOZYTOWE

W trosce o środowisko naturalne wdrożyliśmy nową technologię wytwarzania płyt kompozytowych z odpadów poprodukcyjnych. Podstawą nowej technologii jest zastąpienie tradycyjnej materiałochłonnej produkcji bazującej na płytach drewnopochodnych, odpadami poprodukcyjnymi (odpady z drewna oraz odpady tapicerskie powstające w Zakładach Grupy Nowy Styl). Do produkcji siedzisk popularnych krzeseł tapicerowanych (VENUS, VEGA i FOSCA) wykorzystywane są formy, w których powstaje gotowy, właściwie ukształtowany element, który nie musi być poddawany dodatkowej obróbce, czyli wycinaniu, frezowaniu itp. Taki proces eliminuje powstawanie dodatkowych odpadów. Co więcej – materiały wykorzystywane do produkcji elementów kompozytowych to przede wszystkim odpowiednio rozdrobnione

i wysuszone odpady drzewne oraz ścinki materiałów tapicerskich. Tak przygotowane komponenty zostają ze sobą zmieszane w odpowiednich proporcjach, a następnie sklejone środkiem wiążącym. Przygotowana mieszanka trafia w odpowiednich ilościach do wcześniej wspomnianych form i zostaje poddana procesowi prasowania w podwyższonej temperaturze. Po zakończonym cyklu prasowania otrzymujemy gotowy element. Obecnie aż 21 modeli krzeseł produkowanych jest tą metodą.

Do ich produkcji w 2013 roku wykorzystano ok. 16 ton odpadów (z czego 5% stanowią odpady tapicerskie, a 95% odpady drzewne). Ponownie wykorzystany odpad tapicerski wynosi obecnie 600kg/m-c i jest to wielkość odpadu, która nie musi być utylizowana.



WYKORZYSTANIE TWORZYW SZTUCZNYCH POCHODZĄCYCH Z RECYKLINGU

Zakład Przetwórstwa Tworzyw Sztucznych w Jaśle wykorzystuje do produkcji elementów plastikowych regranulat. Powstaje on ze zmielenia zderzaków samochodowych, kubeczków po jogurtach czy margarynie, wiader, skrzynek i wielu innych elementów. Dzięki temu miliony opakowań z tworzyw sztucznych nie trafiają na wysypiska, na których leżałyby setki lat zanim uległyby degradacji. Dotychczas stosowana technologia wymagała wykorzystania długiej linii technologicznej. Dostarczony z silosów surowiec, który był odpowiednio wcześniej przygotowany, przeciskany był przez układ plastyfikujący, po czym trafiał na filtry, a następnie na sita spiętrzające. Po przejściu przez głowicę starego typu powstawało 25 nitek grubości 3 mm, które dla ochłodzenia trafiały do wanny z wodą. Dalej przemieszczane były przez kilka szczotek, których zadaniem było usunięcie resztek wilgoci. Na koniec były cięte na

drobinki o długości 3-5 mm, które można było przekazać na stanowiska wtryskarek. Ze względu na dużą liczbę odpadów związanych z tą technologią w 2012 r. uzbrojono wyłaczarkę w nową głowicę. Przede wszystkim wyeliminowało to odpady technologiczne oraz podniosło wydajność linii regranulacji o ok 10%, dzięki redukcji konieczności zatrzymywania maszyny na czas wymiany sit. Zmiana głowicy w żaden sposób nie wpłynęła na jakość granulatu. Tak jak dotąd, zapewnia otrzymanie gotowych wyrobów bez jakichkolwiek wad.

Część wyprodukowanego przez nas regranulatu sprzedajemy na zewnątrz, a pozostałą ilość wykorzystujemy do produkcji czarnych elementów polypropylenowych. Całkowita ilość tworzyw sztucznych pochodzących z recyklingu wykorzystanych w produkcji wyniosła 65,9% w roku 2012 i 52,9% w roku 2013.

**ZUŻYCIE
TWORZYWA
SZTUCZNEGO
[kg]**

	2012	2013
Zużycie tworzywa ogółem	2 146 292	2 534 037
Produkcja regranulatu	1 545 600	1 387 765
W tym sprzedane na zewnątrz	131 055	46 700

65,9%



52,9%



% udział
regranulatu
w zużyciu
tworzywa
sztucznego



udział regranulatu

G4-
EN23
**ODPADY
WEDŁUG
RODZAJU
[Mg]**

NOWY STYL SP. Z O.O.	2012	2013
Odpady niebezpieczne	1 557,74	490,45
Odpady inne niż niebezpieczne	3 815,07	3 317,83
RAZEM	5 372,81	3 808,28
BALTIC WOOD S.A.	2012	2013
Odpady niebezpieczne	35,06	46,20
Odpady inne niż niebezpieczne	3 360,32	6 529,48
RAZEM	3 395,37	6 575,68
NOWY STYL GMBH	2012	2013
Odpady niebezpieczne	bd	bd
Odpady inne niż niebezpieczne	bd	bd
RAZEM	bd	bd
ROHDE & GRAHL GMBH	2012	2013
Odpady niebezpieczne	–	18,57
Odpady inne niż niebezpieczne	–	153,56
RAZEM	–	172,13

4.6

Łączne wydatki i inwestycje na ochronę środowiska



Jako firma produkcyjna dążymy do ograniczania, kontrolowania i dokumentowania naszego wpływu na środowisko i minimalizowania ryzyka związanego z naszą działalnością. Wiąże się to z kosztami, które ponosimy na rzecz ochrony środowiska. Zarówno w roku 2012 jak i 2013 na ochronę środowiska wydaliśmy ok. 1 mln zł.

W naszym Raporcie wielokrotnie wspominamy, że aktywna ochrona środowiska jest dla nas jednym z priorytetów. Wewnątrz Grupy stworzyliśmy zespoły dedykowane kontroli i koordynacji działań w tym zakresie.

Jak to robimy?

Aby utrzymać wysoki poziom zobowiązań w zakresie ochrony środowiska, stale inwestujemy w bieżący monitoring (zewnętrzny i wewnętrzny), szkolenia oraz rozwój proekologicznych technologii. Prezentowane dane dotyczą jedynie spółek polskich, dla których są one gromadzone na potrzeby certyfikatu ISO 14001.

Celem i podstawą funkcjonowania Grupy Nowej Styl jest zrównoważony rozwój firmy w taki sposób, by prowadzona działalność produkcyjna w możliwie minimalnym stopniu wpływała na środowisko naturalne i otoczenie.

JERZY KRZANOWSKI

Wiceprezes Zarządu
i Dyrektor Inwestycji i Zakupów
Grupy Nowy Styl

NOWY STYL GROUP*	2012	2013
Audyty Certyfikatów	67 568,20	66 556,70
Opłaty z tytułu korzystania ze środowiska	145 696,65	155 128,53
Odpady	743 641,00	692 201,20
Pomiary emisji + sprawozdanie standardy emisyjne	17 800,00	14 640,00
Pomiary emisji hałasu do środowiska	4 800,00	–
Pomiary wód i ścieków	7 659,00	9 099,00
Koszty konserwacji	15 608,38	7 287,53
Szkolenia	4 300,00	1 600,00
Wydanie decyzji	5 650,00	18 098,50
RAZEM	1 012 723,23	964 611,46

G4-EN31

**ŁĄCZNE
WYDATKI
I INWESTYCJE
NA OCHRONĘ
ŚRODOWISKA
WEDŁUG TYPU
[PLN]**

* Dane dla Nowy Styl Sp. z o.o. oraz Baltic Wood S.A.

4.7

Transport



Będąc jednym z czołowych producentów mebli i krzeseł w Europie, organizujemy setki tysięcy dostaw do naszych klientów na całym świecie. Wiemy, że dzięki odpowiednio zorganizowanej logistyce oraz optymalnym systemom dystrybucji, możemy ograniczać nasz ślad emisji CO₂ do atmosfery.

Nasza flota liczy 101 samochodów osobowych oraz 6 samochodów ciężarowych. Flota ciężarowa obsługująca transport międzyzakładowy spełnia normy spalania od EURO 1 do EURO 4. Dystrybucja naszych produktów do klientów odbywa się za pomocą zewnętrznej floty samochodowej.

Polityka transportowa Grupy Nowy Styl zakłada minimalizację miejsca, które zajmują przewożone produkty oraz unikanie pustych przebiegów. Produkując większość podzespołów w naszych fabrykach optymalizujemy warunki transportowe, ograniczając negatywny wpływ na środowisko. Meble Grupy Nowy Styl pakowane są w płaskie pudełka, co ogranicza miejsce potrzebne do transportu. Produkcja i dystrybucja ze spółki Rohde & Grahl zakłada ekonomizację transportu krzeseł dzięki wykorzystaniu specjalnych kontenerów o podwójnym dnie i transporcie produktów jedynie w workach foliowych.

Przy dystrybucji naszych produktów, współpracujemy z doświadczonymi partnerami logistycznymi m.in. Schenker, Raben, DHL, FedEx, GLS, TNT, Dascher, Heppner i LKW WALTER.

Posiadamy łącznie ponad 55 000 m² powierzchni magazynowej w 13 lokalizacjach w całej Europie. Dlatego dostawy planujemy tak, aby zamówienia złożone przez kilku klientów, były transportowane na duże odległości w jednej zbiorowej wysyłce do magazynu, z którego są następnie rozprowadzane do ich ostatecznego miejsca przeznaczenia na krótszych odcinkach.

**ZUŻYCIE PALIW
SPALANYCH
W SILNIKACH
SPALINOWYCH
FLOTY
NOWY STYL
SP. Z O.O.
[Mg]**

	2012	2013
ON	249,33	251,29
Benzyna	16,73	22,08
Gaz LPG	68,31	66,12

NASZE ZOBOWIĄZANIA:

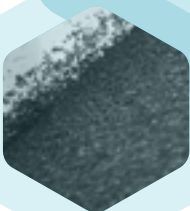
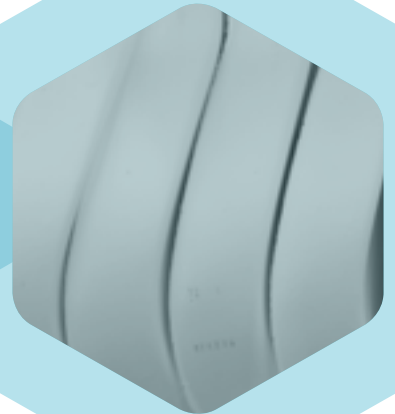
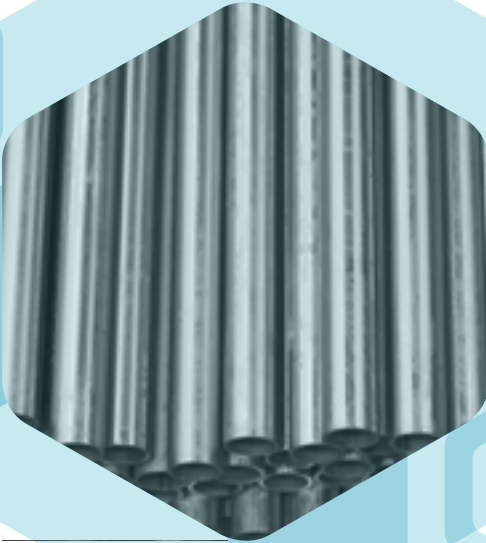
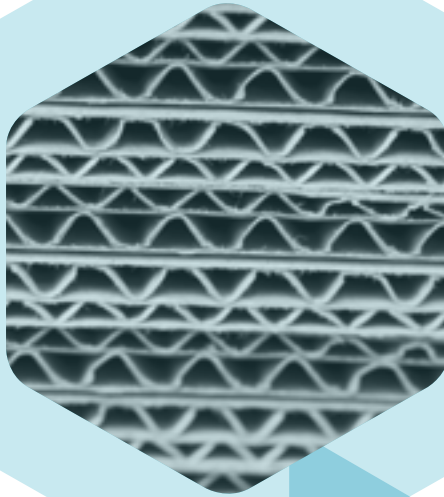
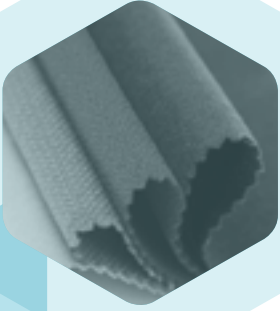
Zminimalizujemy nasz wpływ na środowisko poprzez większą różnorodność systemów transportu, czyli:

- » wdrożenie w całej Grupie Nowy Styl projektu „BDF-PL”, który zakłada produkcję i dystrybucję produktów bez opakowania kartonowego, jedynie w worku;
- » transport krzeseł w kontenerach wyposażonych w podwójną podłogę, co pozwoli na maksymalne wypełnienie przestrzeni transportowej naszymi produktami;
- » zastosowanie metody pakowania L-shape, dzięki której produkty będą transportowane w formie częściowo zmontowanej, co w stosunku do produktów zmontowanych pozwoli przewieźć 2 razy więcej krzeseł.





Nasi dostawcy



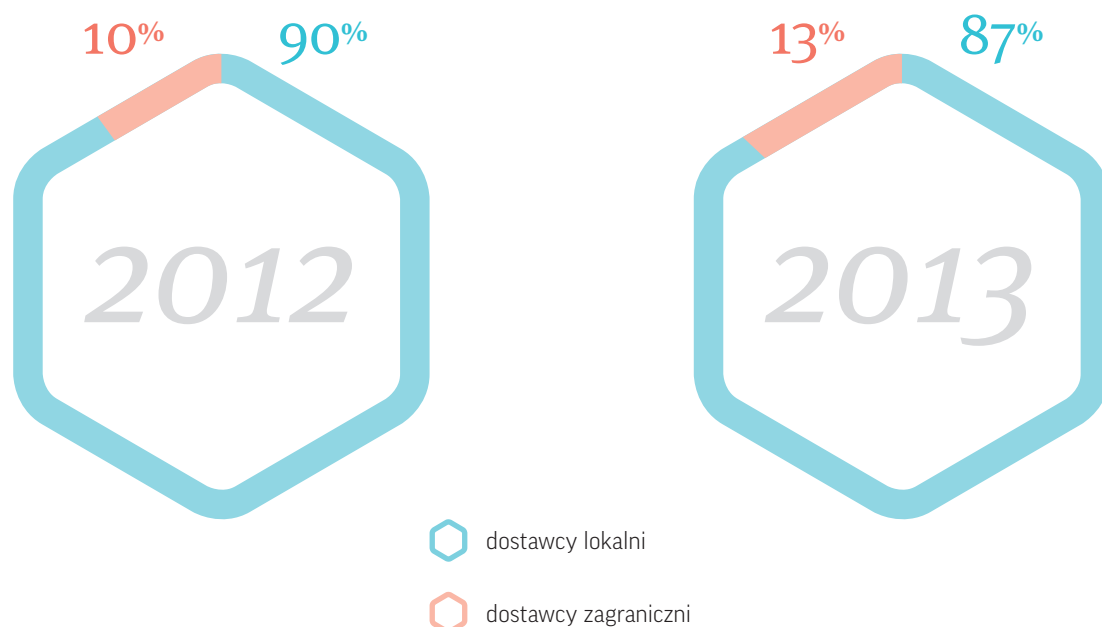
Zarządzanie łańcuchem dostaw to jeden z najtrudniejszych obszarów działalności każdej firmy. Im dłuższy, tym więcej pojawia się potencjalnych powodów jego przerwania. Łańcuch dostaw to coś więcej niż tylko dostawcy materiałów na potrzeby produkcji. To również organizacja, planowanie produkcji, proces technologiczny, transport wewnętrzny, logistyka wysyłek.



W myśl zasady ostrożności dokładamy wszelkich starań, aby nie dopuścić do przerwania łańcucha dostaw. Jednym ze sposobów jest unifikacja produktu i budowanie bazy technologii alternatywnych. W przypadku Grupy Nowy Styl, podobne technologie produkcji posiadamy w naszych zakładach zlokalizowanych w różnych krajach (Niemcy, Ukraina, Rosja). W sytuacjach krytycznych możemy łatwo przenosić produkcję pomiędzy wszystkimi lokalizacjami i w znaczny sposób minimalizować ryzyko utraty płynności produkcji. Unifikacja samego produktu poprzez ścisłą współpracę pomiędzy działami R&D w Grupie to jeszcze jedno działanie ograniczające ryzyko.

Kolejną alternatywą dla własnej produkcji jest utrzymywanie stałej współpracy z dostawcami. Co to oznacza? Mimo posiadania technologii we własnych fabrykach, niejednokrotnie utrzymujemy stałą kooperację z dostawcami, przekazując im część produkcji. Takie działanie to również zabezpieczenie na wypadek wystąpienia sytuacji kryzysowych i zakłóceń

w procesie. Ostatnim ogniwem łańcucha dostaw jest transport wyrobu gotowego do klienta. Rozwiązania, jakie stosujemy w przypadku logistyki dostaw to: dywersyfikacja rodzajów transportu i przewoźników. Wiązanie się tylko z jedną firmą transportową niesie za sobą duże ryzyko utraty płynności. Budowanie bazy firm transportowych i ścisła współpraca z przewoźnikami daje poczucie bezpieczeństwa a jednocześnie gwarancję dużej elastyczności, na wypadek zakłóceń wewnątrz łańcucha. Z doświadczenia wiemy, że im bardziej spójny jest łańcuch dostaw tym większa możliwość jego kontroli i reagowania w sytuacjach kryzysowych. W myśl zasady „Myślimy globalnie, działamy lokalnie”, staramy się pozyskiwać surowce i materiały z lokalnych rynków. Nie zawsze jest to możliwe, szczególnie w przypadku np. egzotycznego drewna, które wykorzystujemy do produkcji podłóg. W sytuacji, w której nie jesteśmy w stanie pozyskać surowców na lokalnych rynkach, lub jego jakość jest dla nas niewystarczająca, szukamy dalej. Ponadto rosnące zapotrzebowanie np. na materiały i surowce zmusza nas do szukania dostawców poza granicami kraju.



Za rynek lokalny uważamy rynek kraju, w którym posiadamy fabryki. Ponad 66% dostawców Grupy Nowy Styl to dostawcy lokalni zaliczani do grupy dostawców bezpośrednich, czyli takich którzy dostarczają Grupie surowce i półprodukty (direct). W grupie dostawców pośrednich, czyli tych którzy dostarczają pozostałe towary i usługi, dostawcy lokalni stanowią aż 93%.

W naszej współpracy z dostawcami bardzo istotne są dobre relacje i stała współpraca. Nieodzowną częścią kontraktów są załączniki logistyczne określające parametry dostaw, bezpieczny stan zapasów, czas reakcji na zakłócenia w procesie (przerwanie dostaw, problemy jakościowe, itp.). Wspólne tworzenie takich dokumentów pozwala na szczegółowe zrozumienie potrzeb obu stron i zapewnienie elastyczności w całym okresie współpracy. Wszystkich dostawców kluczowych poddajemy szczegółowej ocenie środowiskowej i BHP.

Współpracujemy z ponad tysiącem dostawców, sprawdzonych pod względem jakości produktów i usług. Tak liczna współpraca nie byłaby możliwa bez wdrożenia procesów zakupowych. Proces zakupowy w Grupie Nowy Styl jest realizowany w oparciu o procedurę zakupową, która jest częścią zintegrowanego systemu zapewnienia jakości wg modelu normy ISO 9001:2008. Procedura opisuje postępowanie rozpoczynając od wyboru i oceny potencjalnego dostawcy, poprzez jego

zatwierdzenie i okresową ocenę. Ocena dostawców robiona jest w cyklu rocznym, za ostatnie 12 miesięcy roku ubiegłego. Ocenie poddawani są tylko kluczowi dostawcy, których grupa jest zdywersyfikowana branżowo oraz biznesowo.

Kolejnym kluczowym elementem jest zamiennność dostawców i unifikacja komponentów. Ryzyko lokowania zakupów komponentów tylko u jednego dostawcy, przy równoczesnym braku wypracowania alternatyw, jest bardzo wysokie. Dlatego od dawna intensywnie poszukujemy alternatyw zarówno dla dostawców, jak i funkcjonalnych zamienników komponentów. Aby tego dokonać kluczową kwestią było dla nas stworzenie nowej strategii zakupów przy jednoczesnej redefinicji roli działu zakupów, czyli osób w pełni odpowiedzialnych za współpracę z dostawcami, ale równocześnie znających realia i potrzeby całego łańcucha dostaw. W tym czasie powołaliśmy również Dział Rozwoju Dostawców mocno ukierunkowany na współpracę z dostawcami pod kątem poprawy jakości produkcji, ale również elastyczności i wymaganych zdolności produkcyjnych.

Jak łatwo wywnioskować na podstawie powyższych informacji, dostawcy są dla nas kluczowym ogniwem w całym łańcuchu dostaw. Różnorodność komponentów/materiałów zakupowych, położenie geograficzne, sposób dostaw, zapasy, płynność finansowa z drugiej strony ścisła współpraca i budowanie relacji, to nasze najważniejsze wyzwania rynkowe na najbliższe lata.



O przyznaniu tytułu Dostawcy Roku decyduje z jednej strony międzynarodowy zasięg, globalne know-how, kompleksowa oferta, z drugiej – otwartość, nastawienie na zrozumienie naszych potrzeb i proponowanie nowych, elastycznych rozwiązań. Możemy liczyć na profesjonalną obsługę i pełne zaangażowanie w realizowanie celów potwierdzone satysfakcją naszych finalnych klientów.

MARIA LASEK

Dyrektor Zakupów
Grupy Nowy Styl

Dostawca Roku

Jesteśmy dumni, że możemy współpracować z najlepszymi. Aby utrzymać i docenić jakość tej relacji, najlepszym partnerom biznesowym wręczamy tytuł „Dostawcy Roku”. W procesie wyboru laureatów tego konkursu brane jest pod uwagę aż 15 różnych kryteriów, wśród nich: skuteczność działań, czas i sposób reagowania, warunki ekonomiczne, partnerskie relacje, terminowość i niezawodność, elastyczne podejście, wnoszenie nowych rozwiązań, mocna i stabilna pozycja rynkowa, certyfikowane systemy jakości.

Tytuł „Dostawcy Roku” 2013 uzyskali:

- › **Donati SPA** – producent mechanizmów, podstaw oraz komponentów krzeseł,
- › **Mentor S.A.** – broker ubezpieczeniowy,
- › **Pfeiderer** – producent wyrobów drewnopochodnych, dostawca płyt meblowych, laminatów HPL oraz sztucznych oklein.


NASZE ZOBOWIĄZANIA:

- › Opracujemy i wdrożymy Kodeks Postępowania dla Dostawców Grupy Nowy Styl, który na nowo określi podstawowe wymagania w obszarze ochrony środowiska, warunków pracy, praktyk pracowniczych, przestrzegania praw człowieka i wpływu społecznego.

Nasi klienci



Klient to nie ktoś, kto jest źródłem zarobku. Klient to konkretny człowiek, który zaufał naszej obietnicy, dlatego relacja z klientem wymaga dojrzałości i odpowiedzialności.

W raporcie opisujemy wiele przejawów naszego odpowiedzialnego podejścia. Na nasze pozytywne relacje z klientami wpływa w zasadzie wszystko co robimy:

- ▶ projektując nowe modele krzeseł czy mebli myślimy o kliencie i wychodzimy naprzeciw jego potrzebom, to one znajdują się u podstaw naszych rozwiązań;
- ▶ wybierając surowce, myślimy nie tylko o ich ekonomicznej wydajności, ale też o trwałości, przyjaznych dla środowiska właściwościach oraz o maksymalizacji komfortu użytkowników;
- ▶ na etapie produkcyjnym szczególnie dbamy o kontrolę jakości;
- ▶ rozwijamy kompetencje związane z pakowaniem i usługami logistycznymi;

- ▶ badamy komunikatywność naszych instrukcji i dokumentów gwarancyjnych.

Na każdym etapie funkcjonowania naszej firmy skupiamy się na kliencie, dlatego należy pamiętać, że cały raport można odczytać w kontekście benefitów uzyskiwanych przez naszych klientów.

Na kolejnych stronach wskazaliśmy kilka faktów, które ilustrują nasze działania, w sposób szczególnie dedykowane klientom.





Nie tylko oferujemy naszym klientom ergonomiczne produkty, które dzięki zastosowaniu opatentowanych mechanizmów, pozwalają na stworzenie przyjaznego i zdrowego miejsca pracy, **ale także podejmujemy szereg działań, aby w tym zakresie edukować.**

Od 2012 roku prowadzimy specjalistyczny portal Strefa Ergonomii (www.strefaergonomii.pl), w ramach, którego przybliżamy naszym klientom pojęcie ergonomii. Wskazujemy praktyczne zastosowanie naukowej refleksji, na temat tego, jak właściwie wykorzystywać otaczające nas przedmioty w życiu zawodowym i prywatnym. Poza podstawowymi, wprowadzającymi informacjami, nasi klienci znajdą na portalu informacje o tym jak dostosować parametry produkowanych przez nas krzeseł i biurk do swoich potrzeb. Dodatkowo Strefa Ergonomii oferuje ciekawe wywiady z ergonomistami oraz szereg filmów instruktażowych.

Kreowanie rozwiązań meblowych, a w szczególności projektowanie zdrowych dla kręgosłupa krzeseł, wymaga od nas dużej wiedzy z zakresu ergonomii. Wierzymy, że nie powinniśmy jej wykorzystywać jedynie do tworzenia najlepszych rozwiązań produktowych, chcemy ją upowszechniać, by również szerokie grono odbiorców miało szansę zwiększyć swoje kompetencje w tym zakresie. Naszym celem jest, aby użytkownicy portalu, samodzielnie potrafili zadbać o swoje zdrowie i swoją kondycję fizyczną dzięki merytorycznym informacjom przekazany w przystępny sposób.

Wiedzę dzielimy się nie tylko bezpośrednio z klientami, ale także z osobami, które mają z nimi najbliższy kontakt. Część naszych produktów kierujemy na rynek poprzez dystrybutorów. Zatrudnieni przez nich handlowcy to ważni partnerzy w popularyzacji prozdrowotnych rozwiązań.

Od wielu lat szkolimy naszych partnerów handlowych w zakresie ergonomicznych rozwiązań. W trakcie szkoleń nie tylko demonstrujemy zasady funkcjonowania poszczególnych systemów, ale także uczulamy na potrzebę dzielenia się z klientem informacjami o zasadach ergonomicznej organizacji miejsca pracy.

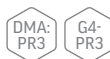
Nasze szkolenia przygotowujemy się w oparciu o cykl Kolba, który wspiera nie tylko przyswajanie wiedzy, ale także rozwój kompetencji. Chcemy, aby nasi ambasadorzy, którzy spotykają się bezpośrednio z klientami nie tylko przekazywali im niezbędne informacje. Chcemy, aby potrafili też skutecznie zarażać potrzebą dbania o swoje zdrowie w sytuacjach zawodowych i prywatnych. Dążymy do tego, by ich i nasze starania, zaowocowały tym, że klienci będą świadomie wybierali produkty i właściwie z nich korzystali.

W naszej ofercie nie ma miejsca na manipulację, z klientami budujemy relacje oparte na wiedzy. Chcemy, aby nasi klienci świadomie dokonywali wyborów. Działamy tak, by wiedzieli, dlaczego wybrali akurat nasze produkty i czuli, że mogą ufać tym wyborom.



6.2

Oznakowanie produktów


Kierujemy się otwartością i transparentnością na wszystkich etapach relacji z klientem.

Staramy się, aby wybierając nasze produkty, byli w pełni świadomi co kupują, dlatego dużo czasu poświęcamy na opracowanie właściwego sposobu znakowania i opisu naszych produktów.

Kwestia oznakowania produktu jest złożonym tematem. Na etykietach czy w informacjach towarzyszących produktowi i dostępnych na stronach internetowych zawieramy wiele istotnych treści, między innymi:

- » dane klienta,
- » informacje związane z konkretnym zamówieniem,
- » informacje o nas czyli o producencie,
- » informacje o produkcie (jego wykończeniach, mechanizmach, podzespołach),
- » informacje związane z normami ekologicznymi.

Dodatkowo w naszej działalności proponujemy bardzo zróżnicowane formy dostaw/przekazania towarów. Czasami jest to indywidualna dostawa, często jednak nie tylko dostarczamy krzesła i meble, ale także zajmujemy się ich montażem. Bardzo często dostarczamy nasze produkty na potrzeby dużych projektów.

To tylko wybrane typy sytuacji, do których dostosowujemy komunikację na opakowaniu.

Oznakowanie produktów ma służyć temu, aby produkt:

- » dotarł na czas do miejsca swojego finalnego przeznaczenia,
- » został prawidłowo zmontowany,
- » był użytkowany zgodnie z przeznaczeniem oraz z uwzględnieniem pełnych możliwości, jakie oferują zastosowane w nim mechanizmy i podzespoły,
- » był w pełni bezpieczny dla zdrowia klienta w trakcie montażu i podczas użytkowania,
- » mógł zostać oceniony pod kątem ekologiczności (wykorzystane surowce, możliwość powtórnego przetworzenia);
- » mógł zostać naprawiony, wymieniony w całości lub w częściach, zgodnie z warunkami gwarancji.

Oznakowanie przyjmuje także zróżnicowane formy:

- » naklejki na opakowaniu transportowym;
- » naklejki na elementach produktu (np. pod siedziskiem krzesła);
- » instrukcji obsługi umieszczonej w opakowaniu oraz na stronie internetowej;
- » listów przewozowych;
- » kart produktu.

Ze względu na silnie zróżnicowany rodzaj sprzedaży w obrębie różnych marek i na różnych rynkach, obowiązują nas odpowiednie procedury. W przypadku produktów wytwarzanych w spółkach Grupy Nowy Styl w Polsce obowiązują skodyfikowane procedury, których stosowanie podlega cyklicznym audytom. W części spółek niemieckich obowiązują zasady, które są również elementem szkolenia pracowników i są przez nich bezwzględnie przestrzegane, pomimo tego że nie przyjęły postaci pisemnej procedury.



Nasze produkty podlegają również kontrolom Inspekcji Handlowej. W 2013 roku cztery razy stwierdziła ona pewne niezgodności z regulacjami oraz zasadami dobrowolnych kodeksów dotyczących oznakowania i informacji o naszych produktach i usługach. Dotyczyły one m.in. bezpieczeństwa oraz prawidłowości oznakowania krzeseł marki Nowy Styl przeznaczonych dla dzieci i młodzieży. W sprawach tych nie doszło do interwencji prawnej, a jedynie przygotowano wewnętrzną opinię dla pracowników marki Nowy Styl przez Kancelarię Prawną. Wszystkie nieprawidłowości zostały usunięte, a brakujące oznakowanie zostało uzupełnione. W przypadku pozostałych marek nie występowały tego typu naruszenia.


NASZE ZOBOWIĄZANIA:

Usystematyzujemy informacje dotyczące naszych produktów poprzez:

- » gromadzenie deklaracji dostawców dotyczących materiałów użytych do produkcji podzespołów i elementów konstrukcyjnych;
- » ujednolicenie systemu oznakowania produktów, zarówno w zakresie form jak i treści;
- » ułatwienie naszym klientom szybkiego dostępu do warunków gwarancji;
- » przygotowanie Environmental Product Declaration dla nowych wdrożeń, poczynając od 2014 r. oraz wybranych linii produktowych sprzedawanych w kanale projektowym.



Zdrowie i bezpieczeństwo klienta



Przestrzegamy norm związanych z bezpieczeństwem i ochroną zdrowia naszych

klientów, na każdym etapie pracy nad produktem. Od etapu projektowania, kiedy to uwzględniamy nie tylko bezpieczeństwo użytkownika, ale także poprawę kondycji zdrowotnej użytkownika produktu, przez zastosowanie rozwiązań ergonomicznych, poprzez dobór surowców i komponentów, zgodnych z normami środowiskowymi. Kierujemy się tymi celami także w procesie produkcji oraz w tworzeniu oznakowania produktów oraz przygotowania instrukcji, czy opracowywaniu warunków gwarancji.

Dla naszych starań szukamy potwierdzenia u najbardziej wymagających. Poddajemy efekty naszych prac testom własnym oraz prowadzonym przez najbardziej wymagające i wiarygodne instytucje. Wszystkie wdrażane produkty z oferty marek Nowy Styl oraz BN Office Solution są przebadane w naszym wewnętrznym laboratorium pod kątem ich bezpieczeństwa dla użytkownika oraz zgodności z europejskimi normami wytrzymałościowymi.

Większość naszych wewnętrznych badań jest potwierdzona atestami (raportami z badań) wydanymi przez zewnętrzne instytucje badawcze oraz w części certyfikatami: niemiecki znak jakości Geprüfte Sicherheit (dalej GS), francuski certyfikat Office Excellence, polski certyfikat zgodności wydawany przez akredytowaną instytucję badawczą Cobrabid. Dodatkowo wybrane produkty poddawane są badaniom w zewnętrznych instytucjach badawczych. Systemy meblowe Easy Space, SQart, Primo Space oraz Flib, posiadają atesty higieniczne PZH, co oznacza, że spełniają wymagania do użytkowania w pomieszczeniach biurowych i użyteczności publicznej. Systemy meblowe Easy Space i SQart uzyskały także protokoły oceny ergonomicznej wydanej przez Instytut Medycyny Pracy im. Prof. J. Nofera.

Wszystkie produkty marki Grammer Office posiadają znak jakości GS wydany przez LGA lub TÜV Rheinland, Quality Office Certificate (wydany przez Q. FORUM), certyfikaty antystatyczności w specjalistycznej tapicerce (według EN 61340-5-1) LGA oraz certyfikaty dotyczące emisyjności/toksyczności LGA. Część produktów uzyskała także certyfikat ergonomiczności LGA.

Wszystkie produkty z oferty Rohde & Grahl uzyskały znak jakości GS wydany przez TÜV. Ponadto, większość z nich ma certyfikat ergonomiczności według normy NPR 1813 lub PPP 51051A lub PPP 51038B (wydane przez TÜV).

Produkty z oferty Forum Seating zostały zaprojektowane, aby spełniać rygorystyczne normy w zakresie wytrzymałości i bezpieczeństwa użytkownika. Trybuny spełniają wymogi rynków krajowych – posiadają atest higieniczny, protokół oceny ergonomicznej, znak jakości GS, a także spełniają rygo-

rystyczne wymagania rynku projektowego w zakresie akustyki i reakcji na ogień.

Podłogi drewniane oferowane przez markę Baltic Wood mają liczne certyfikaty przyznane przez Instytut Technologii Drewna w Poznaniu, Instytut Technologii Drewna w Dreźnie oraz The Building Information Foundation RTS w Helsinkach.

Ponadto, jak już wcześniej wspominaliśmy, dużą wagę przywiązujemy do bezpieczeństwa komponentów użytych w naszych produktach, dlatego:

- ▶ prowadzimy okresowe badania sklejki produkowanej przez nasze zakłady w Rzepedzi w celu kontroli poziomu emisji formaldehydu,
- ▶ pozyskujemy odpowiednie certyfikaty dla płyty meblowej od dostawców zewnętrznych,
- ▶ pracujemy nad eliminacją emisji klejów oraz zwiększeniem zastosowania lakierów wodnych,
- ▶ pianki, którymi wyścielone są siedziska i oparcia naszych krzeseł oraz sof nie zawierają freonów (CFC i HCFC) oraz nie zawierają metali ciężkich i substancji bromowych,
- ▶ elementy plastikowe produkowane w naszych zakładach są odpowiednio znakowane na potrzeby późniejszego recyklingu (według ISO 11469), a produkowany plastik nie zawiera bisfalanu i ftalanów,
- ▶ pozyskujemy od dostawców oświadczenia o nie zawieraniu halogenowych uniepalniaczy oraz nie używaniu w nich barwników zawierających metale ciężkie typu (Pb, Sn, Cd, Hg) oraz informacji dotyczących recyklingowości.

***Bezpieczeństwo
naszych klientów jest
naszym absolutnym
priorytetem.***

Przejawem myślenia o potrzebach naszych klientów, ich komforcie oraz bezpieczeństwie w procesie używania produktów, jest także nasze podejście do tematu gwarancji.

Wszystkie nasze produkty obejmuje co najmniej 2-letni okres gwarancyjny. W przypadku krzeseł obrotowych gwarancja ta wynosi 3 lata (4 na podnośnik), ale w naszej ofercie znajdują się również takie, które obejmuje 5 letnia gwarancja. Spisane warunki gwarancyjne dołączamy do produktów i umieszczamy je także na naszych stronach internetowych.



NASZE ZOBOWIĄZANIA:

Popularyzacja innowacyjnych rozwiązań z zakresu:

- » akustyki w obszarze izolacyjności oraz absorpcji – będziemy rozwijać kompetencje zespołu produktowego oraz nawiążemy współpracę z wyspecjalizowanymi środowiskami akademickimi;
- » niskoemisyjności – przeprowadzimy badania wybranych produktów pod kątem emisyjności, zgodnie z wytycznymi certyfikatu Indoor Air Quality;
- » ergonomii (opatentowany mechanizm GLIDE-TEC, krzesła z systemem duo-back, system S-MOVE umożliwiający tzw. biodynamiczne siedzenie, meble o szerokim zakresie regulacji, krzesła dla osób z nietypowymi schorzeniami).

Zwiększymy liczbę produktów certyfikowanych przez instytucje akredytowane (TUV – niemiecki GS, FCBA – francuski Office Excellence, certyfikat zgodności wydawany przez polską instytucję akredytowaną przez PCA – COBRABiD-BBC Biuro Badań i Certyfikacji Sp. z o.o.).





Komunikacja marketingowa



W prowadzonej przez nas komunikacji marketingowej wyraźnie oddzielamy komunikaty o charakterze wizerunkowym, emitowane przez nas w celu prezentowania walorów naszych marek szerokiemu odbiorcy, od informacji o charakterze handlowym. Staramy się budować prawdziwą relację z klientami poprzez przybliżanie historii naszej firmy i jej wartości, poprzez prowadzenie transparentnej komunikacji oraz informowanie o naszych działaniach. Przejawem tego podejścia jest nasza prezentacja w Internecie:

- ▶ strona internetowa Grupy służy przekazywaniu zainteresowanym odbiorcom informacji o działaniach firmy, nowych projektach, inicjatywach i dokonaniach naszych pracowników, zawiera informacje o produktach, ale nie ma charakteru sprzedażowego;
- ▶ strona internetowa marki Nowy Styl, jest kanałem skierowanym do klienta finalnego, zawiera przede wszystkim informacje produktowe oraz szeroko rozumiane informacje wspierające klienta w poszukiwaniu oferty odpowiadającej jego oczekiwaniom;
- ▶ prowadzimy także portal Partner dla naszych klientów – partnerów, którzy są dystrybutorami produktów marki Nowy Styl – jest to dla nich narzędzie do dokonywania zakupów, zamówień, ale też poznawania szczegółów oferty i specyfiki produktów;
- ▶ prowadzimy także osobne strony prezentujące marki produktowe, które wspierają działania sprzedażowe.

Tworzymy również szeroki wachlarz materiałów wspierających sprzedaż, które mają na celu umożliwienie klientowi dokonania właściwego wyboru, opracowujemy katalogi przekrojowe, katalogi dedykowane konkretnemu produktowi i adekwatne cenniki.

Ochrona prywatności



Uczciwość w kontakcie z klientem jest dla nas bardzo ważna i kieruje nami we wszystkich działaniach. Kontakt z odbiorcą naszych produktów jest dla nas kluczowy i budujemy go poprzez indywidualne podejście do konsumenta oraz jakość produktów i usług. Nie zajmujemy się pozyskiwaniem czy kupowaniem kontaktów – nawiązujemy relacje. Nasi Partnerzy i klienci zawsze świadomie podejmują decyzję o pozostaniu z nami w kontakcie.

Nasze bazy danych budujemy w oparciu o umowy handlowe oraz w wyniku spotkań z klientami i partnerami czy wydarzeń, które dla nich organizujemy. Wszystkie bazy, z których korzystamy w codziennej pracy są przechowywane na zabezpieczonych serwerach, zgodnie z wymogami GIODO. Nie udostępniamy żadnych danych osobom trzecim, nie korzystamy z nielegalnych rozwiązań w zakresie śledzenia działań klientów czy pozyskiwania informacji o nich.

W latach 2012 i 2013 nie odnotowaliśmy żadnych skarg dotyczących naruszenia prywatności klientów oraz utraty danych.

Staramy się w równym stopniu dbać o pozytywny odbiór nas jako firmy, jak i o klarowność oferty i pełen dostęp do potrzebnych informacji. Dzięki temu w latach 2012 i 2013 nie odnotowano w Grupie Nowy Styl przypadków niezgodności z regulacjami lub dobrowolnymi kodeksami regulującymi kwestie komunikacji marketingowej, z uwzględnieniem reklamy, promocji i sponsoringu, skutkujących ostrzeżeniami lub nałożeniem grzywien lub kar.

MAGDALENA TOKARCZYK-CYRAN

Dyrektor Marketingu
Grupy Nowy Styl





Badanie satysfakcji klientów



Jako Grupa Nowy Styl posiadamy bardzo rozbudowaną strukturę sprzedaży podzieloną na różne kraje oraz marki produktowe – co też ma swoje odzwierciedlenie w strategii sprzedaży.

W każdym przypadku o sukcesie na danym rynku decydują **klienci**, w związku z tym tak ważne jest poznanie ich opinii o naszej firmie, usługach i produktach. Jednym z odbiorców naszych produktów są **dystrybutorzy**, dlatego od pewnego czasu prowadzimy cykliczne badanie satysfakcji partnerów handlowych, zarówno w kraju jak i za granicą. Ze względu na bardzo rozległą siatkę dystrybutorów i rynków, co roku

do badań wybierani są dystrybutorzy z kluczowych dla nas rynków.

Ponieważ zależy nam na bezpośrednim kontakcie z klientami, bo tylko dzięki niemu jesteśmy w stanie otrzymać wiarygodne informacje na temat ich potrzeb i preferencji, prowadzimy badania metodą wywiadów osobistych lub telefonicznych, a przeprowadzają je osoby z naszego działu marketingu. Na tej samej grupie badanych staramy się powtarzać badania co 2–4 lata. Ten okres pozwala nam na wprowadzenie zmian i sugestii respondentów zarówno w przypadku obsługi klientów, jak i nowych produktów.

Podsumowanie badań satysfakcji klientów przeprowadzone w latach 2012-2013:

I–IV 2013 r. badanie satysfakcji wśród 93 firm wyselekcjonowanych dystrybutorów marki Nowy Styl z całej Polski.

Partnerzy, którzy byli objęci badaniem zostali wybrani na podstawie największych obrotów w roku 2012.

Głównym celem badania było poznanie opinii dystrybutorów w celu zweryfikowania, które działania prowadzone przez Grupę spotykają się z pozytywnym odbiorem, a które należy wyeliminować. Badanie to miało na celu również wskazanie kierunków do dalszego rozwoju w tym obszarze.

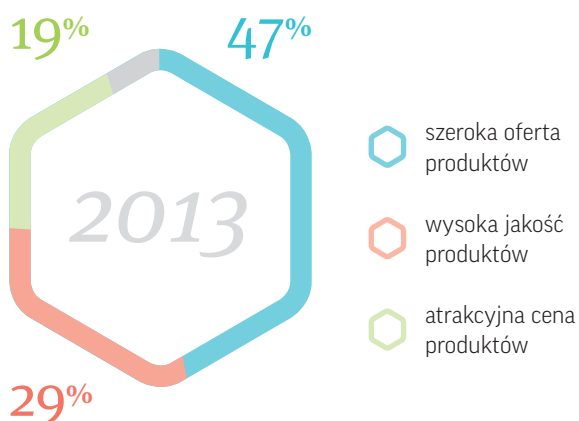
Główne grupy tematyczne, których dotyczyły pytania to:

- Ocena oferty Grupy Nowy Styl w porównaniu do konkurencji oraz potrzeb rynkowych,
- Ocena współpracy z Grupą (m.in. sposobu rozpatrywania reklamacji, terminowości dostaw, jakości produktów),

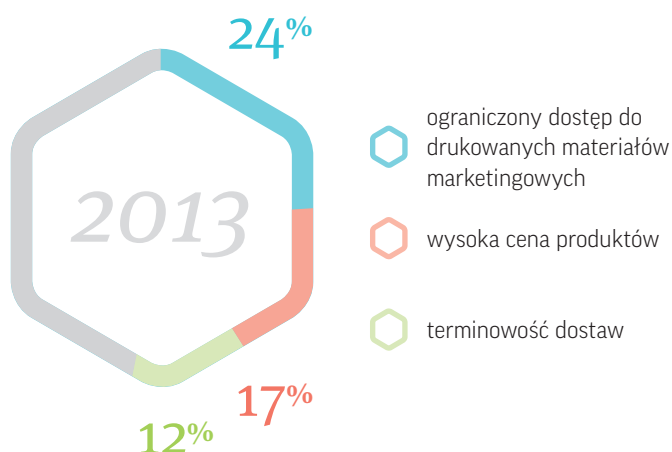
- Ocena współpracy z przedstawicielami Grupy odpowiedzialnymi za obsługę partnerów handlowych (Przedstawiciele Regionalni oraz Specjaliści ds. sprzedaży),
- Ocena działań i wsparcia marketingowego,
- Badanie potrzeb szkoleniowych partnerów handlowych.

Wyniki badania były nie tylko odzwierciedleniem satysfakcji dystrybutorów, ale również służyły utrwaleniu dobrych praktyk wykazanych w poniższym opracowaniu. Wyniki wskazywały również na obszary, w których Grupa ma możliwość podniesienia jakości świadczonych usług, a tym samym podniesienia satysfakcji dystrybutorów. Na podstawie przeprowadzonego badania wyciągnięto wnioski i przygotowano plan działań.

Najmocniejsze strony marki Nowy Styl wg ankietowanych



Najsłabsze strony marki Nowy Styl wg ankietowanych



IV-VI 2013 r. badanie satysfakcji wśród 19 wyselekcjonowanych dystrybutorów Grupy Nowy Styl z całej Francji. Partnerzy, którzy byli objęci badaniem zostali wybrani na podstawie największych obrotów w roku 2012 oraz proporcjonalnie z segmentu detalicznego i profesjonalnego.

Głównym celem badania było poznanie opinii dystrybutorów na temat mocnych i słabych stron oferty Grupy Nowy Styl w porównaniu do kluczowej konkurencji na rynku francuskim, jak również zbadanie potrzeb produktowych klientów finalnych naszych dystrybutorów.

Główne obszary tematyczne, których dotyczyły pytania to:

- › Ocena oferty Grupy Nowy Styl w porównaniu do konkurencji oraz potrzeb rynkowych.
- › Percepcja oferty Grupy na rynku francuskim (polski dostawca na francuskim rynku)
- › Preferencje klientów pod kątem designu, ceny, jakości mebli i krzeseł biurowych

Ankietowani wskazywali na niską rozpoznawalność marki Grupy Nowy Styl na ich rynku, konieczność przeprowadzenia wzmożonych działań promocyjnych, wdrożenia certyfikatów OCE i ISO. Jednocześnie podkreślili dobrą jakość produktów i bardzo dobry stosunek ceny do jakości.

IX-X 2012 r. badanie satysfakcji wśród 24 wyselekcjonowanych dystrybutorów marki Baltic Wood z całej Polski.

Partnerzy, którzy byli objęci badaniem zostali wybrani na podstawie największych obrotów w roku 2011.

Główne obszary tematyczne, których dotyczyły pytania to:

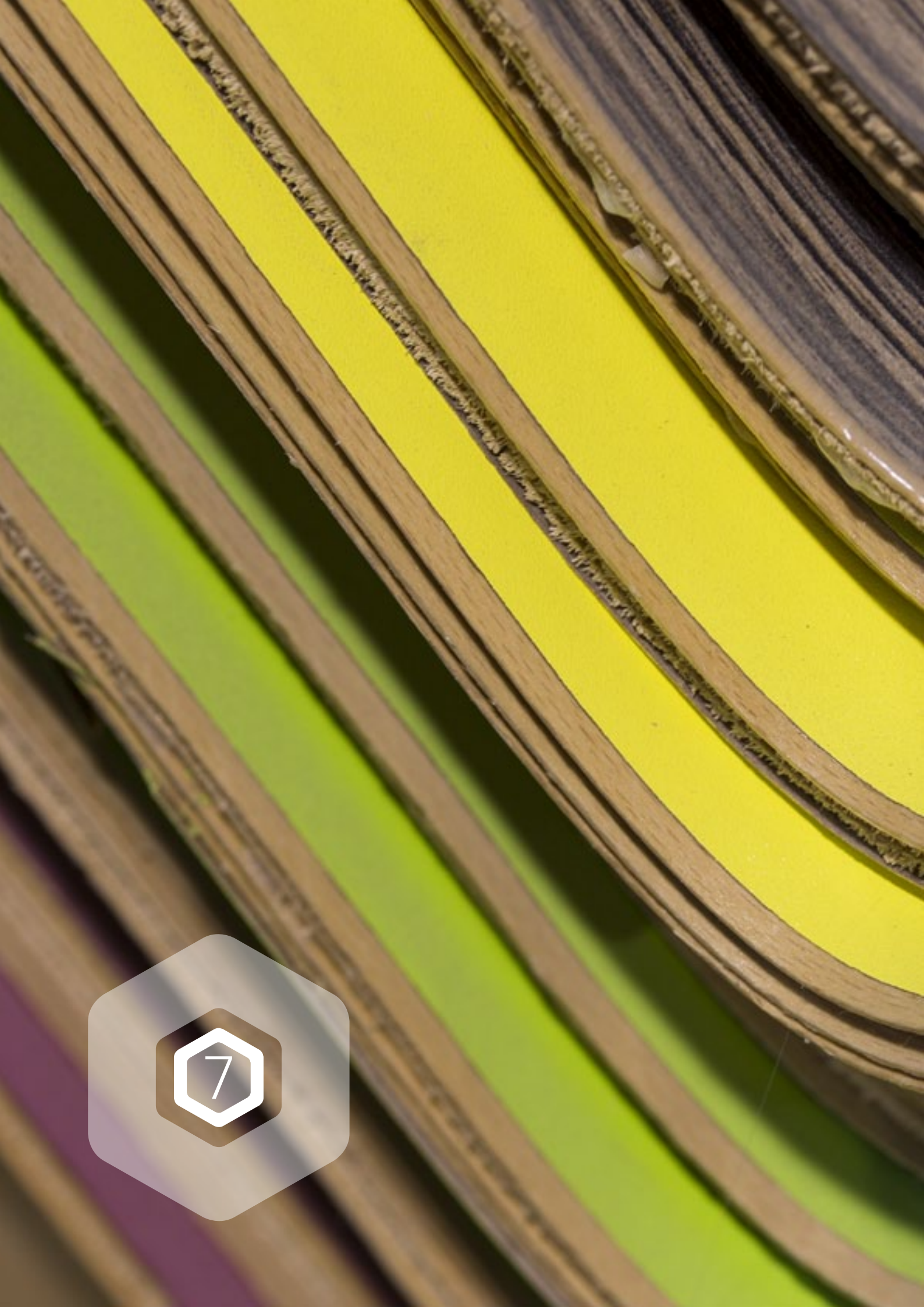
- › Ocena nowej oferty produktowej marki Baltic Wood,
- › Ocena nowych materiałów i narzędzi marketingowych,
- › Ocena poziomu usług jak dostawa, serwis, jakość produktów, szybkość montażu podłóg,
- › Zapotrzebowanie na dalszy rozwój oferty.

Większość uwag dotyczyła materiałów marketingowych i pomysłów na ich zmiany. W wyniku badania rozszerzono też ofertę o deskę litą.



NASZE ZOBOWIĄZANIA:

- › W 2015 roku planujemy przeprowadzić badanie satysfakcji klientów na rynku eksportowym, w celu poznania opinii, kierunków dalszego rozwoju oraz weryfikacji działań Grupy.





Nasi sąsiedzi



Wszystkie globalne sukcesy i osiągnięcia mają gdzieś swój początek. Są osadzone w konkretnym czasie, miejscu i rzeczywistości. Mamy dużą świadomość naszego pochodzenia, dlatego od wielu lat postępujemy zgodnie z dewizą „Myślimy globalnie – działamy lokalnie”.



Dewizą, którą przenieśliśmy z gruntu polskiego na rynki zagraniczne i wszystkie miejsca, w których mamy swoje departamenty handlowe, showroomy i zakłady produkcyjne.

Nasze spółki zależne pozycjonujemy jako lokalne przedsiębiorstwa, zatrudniające lokalny personel, przestrzegające miejscowych zwyczajów i niepisanych norm.

W sposób szczególny traktujemy Polskę i region Podkarpacia, w którym w głównej mierze lokalizujemy swoją działalność, i w którym centralizuje się wiele aspektów związanych z działalnością naszej firmy. Od zawsze Grupa Nowy Styl i zarządzający nią ludzie zwracają szczególną uwagę na rozwój Podkarpacia, z którego pochodzimy i na terytorium, którego zaczynaliśmy jako mała firma w Krośnie. Dziś nasze przedstawicielstwa są rozsiadane po całym świecie, ale nadal najbliższa naszemu sercu

jest i będzie okolica, którą pierwsi pracownicy widzieli z okien swoich biur. To dlatego **inwestujemy w rozwój tego regionu i jego mieszkańców**. Im pomagamy, towarzyszymy w trudnych chwilach i cieszymy się wspólnymi sukcesami. Jedynie na Podkarpaciu, w spółce Nowy Styl, jednej z 4 raportowanych przez nas, prowadzimy nasze działania skierowane do lokalnej społeczności. Wierzymy, że każda złotówka wydana w tym rejonie to inwestycja w naszą wspólną przyszłość. Nasze działania w obszarze społeczności lokalnych dotyczą trzech filarów, na których opiera się polityka zrównoważonego rozwoju Grupy Nowy Styl. Wspieramy edukację dzieci poprzez stypendia naukowe, a także organizujemy kierunkowe praktyki dla studentów. Popularyzujemy sport, dając dzieciom i młodzieży z okolicy szansę na aktywizację i integrację. Ponadto wspólnie z Magurskim Parkiem Narodowym edukujemy w zakresie tematów związanych z ochroną środowiska.



G4-
EC7

**KOSZTY
ORGANIZACJI
BALU
CHARYTATYW-
NEGO
[PLN]**

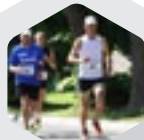
NOWY STYL SP. Z O.O.	2012	2013
Wartość prezentów rzeczowych	16 545,01	9971,60
Udzielone wsparcie gotówkowe na cele wskazane przez placówki	61 400,00	73 900,00
Koszty organizacji balu charytatywnego	116 275,00	98 537,79
RAZEM	194 220,01	182 409,39

Nasza działalność nie ogranicza się do rozwoju lokalnego rynku pracy, na który mamy duży wpływ, jako jeden z największych pracodawców w regionie. Podejmujemy także **aktywną współpracę ze społecznością lokalną i wspieramy inicjatywy obywatelskie** w zakresie edukacji, kultury i sportu.

Co roku w styczniu organizujemy **bałe noworoczne dla dzieci z placówek i instytucji wychowawczo-opiekuńczych z terenu Podkarpacia**. Na pierwszy bal zaprosiliśmy 150 dzieci, natomiast w 2013 gościliśmy ponad **1000 dzieci**, w tym ponad 250 osób niepełnosprawnych. To unikalne w skali całego regionu wydarzenie jest okazją nie tylko do wspaniałej zabawy, ale również integracji i nauki. Każdego roku przygotowujemy moc atrakcji oraz **prezenty, którymi obdarowujemy podopiecznych zaproszonych placówek**. Każda z nich zgłasza wcześniej zapotrzebowanie na sprzęt lub fundusze na wyjazdy rehabilitacyjne, remonty siedzib, wyposażenie. Rozmawiamy bezpośrednio z władzami tych instytucji, aby dowiedzieć się co jest dla nich

najważniejsze. Dzięki temu nasza pomoc zawsze jest w 100% trafiona i odpowiada na realne zapotrzebowanie ośrodka.

Grupa Nowy Styl od 2012 współpracuje również aktywnie z **Magurskim Parkiem Narodowym**, jednym z najpiękniejszych obszarów ochrony przyrody na Podkarpaciu. Znamy i cenimy to miejsce, dlatego, korzystając z naszej pozycji, postanowiliśmy przybliżyć „Magurę” innym. Celem podjętej współpracy była edukacja turystyczna i promocja odpowiedzialnej turystyki. Wsparcie finansowe, jakie trafiło do budżetu parku pochodziło ze sprzedaży specjalnej edycji krzeseł z linii Sedia Natura. **5% kwoty ze sprzedaży każdego krzesła przekazywaliśmy na działalność parku**, położonego w centralnej części Beskidu Niskiego, na granicy Karpat Wschodnich i Zachodnich. Poza tym rokrocznie wspieramy wydarzenia organizowane przez władze Magurskiego Parku Narodowego, przede wszystkim poprzez fundowanie nagród uczestnikom konkursów takich jak bieg terenowy „Przyrodnik na medal”. Forma tych nagród



NASZE ZOBOWIĄZANIA:

- » W najbliższych latach chcielibyśmy zwiększyć zaangażowanie w lokalną społeczność poprzez wsparcie programów edukacyjnych.

naturalnie łączy się z naszą firmą – są to krzesła z serii Sedia Natura z wizerunkami zwierząt znajdujących się pod ochroną. Wspieramy także sport. Regularnie od 2007 roku dotujemy Stowarzyszenie Rozwoju Sportu Krośnieńskiego. Wysokość wsparcia finansowego na rzecz tej organizacji w 2012 oraz 2013 roku wyniosła łącznie 100 tys. zł, po 50 tys. zł w każdym roku. Sport jest dla nas szczególnie ważny, bo upatrujemy w nim szansę na aktywizację i integrację szczególnie dzieci i młodzieży zamieszkującej okolice, w których działamy. Inwestycja w młodych ludzi, ich rozwój, poszerzanie kompetencji, jest priorytetem zarówno dla samej firmy, jak i jej właścicieli – braci Adama i Jerzego Krzanowskich. W 2002 roku założyli oni Fundację im. Janusza Korczaka, która jest wyrazem chęci podzielenia się sukcesem firmy z lokalną społecznością.

Grupa Nowy Styl naturalnie wspiera działania Fundacji, która poprzez stypendia naukowe rozwija wiedzę i umiejętności zdolnych młodych ludzi. Kwota darowizny w 2012 roku prze-

kazana Fundacji to 185 tys. zł, natomiast w roku 2013, na cele statutowe fundacji przekazanych zostało 181 tys. zł.

Spieszmy z pomocą tym, którzy tego potrzebują, integrując pracowników wokół ważnych spraw, takich jak akcja „Szlachetna Paczka”. **Doposażamy placówki w regionie dostarczając meble i krzesła** tam, gdzie są one najbardziej potrzebne. W 2012 roku rozdaliśmy kilkanaście egzemplarzy krzeseł i mebli dla celów wyposażenia wnętrz instytucji, które zgłosiły się do nas z prośbą o pomoc. W 2013 roku liczba ta sięgnęła już niemal 50 egzemplarzy i stale ją zwiększamy, starając się wesprzeć w tych działaniach lokalne instytucje.

Łącznie na inwestycje w te społeczności wydaliśmy ponad 525 tys. zł w roku 2012 i 426 tys. zł w roku 2013. Naszą ambicją jest jeszcze precyzyjniejsze lokalizowanie potrzeb społeczności lokalnej, poprzez propagowanie bezpośredniego dialogu z beneficjentami naszych działań.





0 raporcie



*Niniejszy raport jest pierwszym
Raportem Zrównoważonego
Rozwoju Grupy Nowy Styl
i obejmuje zbiorcze dane za rok
finansowy pokrywający się z rokiem
kalendarzowym 2012 oraz 2013.
Raport Zrównoważonego
Rozwoju będziemy publikować
w cyklu dwuletnim.*



Raport został sporządzony w oparciu o opcję podstawową (Core) najnowszej wersji wytycznych Global Reporting Initiative G4 (GRI G4). Opcja ta zawiera

istotne elementy raportu zrównoważonego rozwoju i zapewnia tło, do komunikowania o działaniach firmy w obszarze gospodarki, ochrony środowiska, społeczeństwa i efektywności zarządzania. Raport został poddany niezależnej weryfikacji audytora (Deloitte Advisory Sp. z o.o.). Dane finansowe zaprezentowane w raporcie pochodzą z raportów finansowych audytowanych przez niezależnych biegłych rewidentów (PwC Sp. z o.o.).

Raport Zrównoważonego Rozwoju Grupy Nowy Styl powstał dzięki współpracy wielu osób, a także w wyniku konsultacji z interesariuszami. Wskaźniki zaprezentowane w tym raporcie zostały wybrane w oparciu o oczekiwania klientów, pracowników oraz dostawców, analizę konkurencji i politykę Grupy Nowy Styl. Jako firma produkcyjna skupiliśmy się w dużej mierze na szerokiej prezentacji wskaźników środowiskowych. Wskaźniki zidentyfikowane przez nas jako istotne: Pośredni wpływ ekonomiczny, Procedury zamówień, Energia, Woda, Emisje, Ścieki i odpady, Produkty i usługi, Zgodność z regulacjami, Transport, Ogólne (wydatki na środowisko), Ocena środowiskowa dostawców, Zatrudnienie, BHP, Edukacja i szkolenia, Różnorodność i równość szans, Równość wynagrodzeń kobiet i mężczyzn, Ocena dostawców pod względem praktyk pracowniczych, Społeczność lokalna, Naruszenie zasad wolnej konkurencji, Zgodność z regulacjami, Mechanizm skarg zwią-

zanych z wpływem społecznym, Zdrowie i bezpieczeństwo klienta, Komunikacja marketingowa, Zgodność z regulacjami. Istotność średnia: Przeciwdziałanie korupcji, Naruszenie zasad wolnej konkurencji, Zgodność z regulacjami, Ocena dostawców pod względem wpływu społecznego, Mechanizm skarg związanych z wpływem społecznym, Oznakowanie produktów i usług, Ochrona prywatności klienta.

W związku z ciągłym rozwojem Grupy, który przejawia się m.in. w akwizycjach kolejnych spółek, nie zawsze byliśmy gotowi, żeby przedstawić dane zbiorcze, dla całej Grupy. Tam gdzie nie było to możliwe, prezentujemy dane dla wybranych spółek, biorąc za cel na kolejne lata, zebranie zbiorczych informacji. Ten okres wykorzystamy także na zunifikowanie danych pomiędzy spółkami tak, aby prezentowane informacje miały jeszcze większą wartość dla naszych interesariuszy.

Osoby kontaktowe:

Barbara Kokoszka-Bugla
Marketing & CSR Manager
+48 510 005 502
barbara.kokoszka@nowystylgroup.com

Przemysław Różowicz
Marketing & CSR Manager
+48 510 005 424
przemyslaw.rozowicz@nowystylgroup.com





Deloitte Advisory Sp. z o.o.
z siedzibą w Warszawie
Al. Jana Pawła II 19
00-854 Warszawa
Polska

Tel.: +48 22 511 08 11
Fax: +48 22 511 08 13
www.deloitte.com/pl

Niezależny raport poświadczający dotyczący Raportu Zrównoważonego Rozwoju Grupy Nowy Styl za lata 2012-2013

Do Zarządu Grupy Nowy Styl Sp. z o.o.

Dokonałiśmy przeglądu Raportu Zrównoważonego Rozwoju Grupy Nowy Styl za lata 2012-2013 (zwanego dalej „Raportem CR” lub „Raportem”) opracowanego przez Nowy Styl Sp. z o.o. z siedzibą w Krośnie, przy ulicy Pużaka 49 (dalej „Spółka”), w zakresie istotnych aspektów zidentyfikowanych przez Spółkę oraz wskaźników zaprezentowanych w oparciu o Wytyczne do raportowania kwestii zrównoważonego rozwoju G4 dla raportowania ustalonego na poziomie „Core”, z uwzględnieniem suplementu sektorowego, wydane przez Global Reporting Initiative (GRI). Prace poświadczające obejmowały okres od 1 stycznia 2012 r. do 31 grudnia 2013 r. w zakresie danych ilościowych oraz jakościowych.

Za rzetelność, prawidłowość i jasność informacji w nim zawartych oraz za prawidłowość przygotowanej dokumentacji odpowiada Zarząd Spółki. Naszym zadaniem było wydanie, na podstawie przeglądu Raportu CR, niezależnego raportu poświadczającego.

Nasze procedury nie obejmowały niezależnej oceny prawdziwości, dokładności i kompletności informacji i dokumentów przekazanych przez Spółkę. Nie stanowiły także badania systemu kontroli wewnętrznej wdrożonego w Spółce i w ich wyniku nie wyrażamy opinii na temat poprawności tego systemu. Nasze procedury nie stanowiły badania sprawozdań finansowych w rozumieniu Ustawy o rachunkowości. W związku z tym nie wyrażamy w niniejszym raporcie opinii biegłego rewidenta ani żadnych innych stwierdzeń odnośnie sprawozdań finansowych Spółki w rozumieniu obowiązujących przepisów dotyczących biegłych rewidentów.

Prace związane z planowaniem i realizacją zadania weryfikacyjnego miały charakter zlecenia poświadczającego o ograniczonym zakresie, realizowanego według ISAE 3000 – Międzynarodowego Standardu Usług Poświadczających („Usługi poświadczające inne niż badania lub przeglądy historycznych informacji finansowych”). Standard ten nakłada na nas obowiązek zaplanowania i przeprowadzenia przeglądu w taki sposób, aby uzyskać umiarkowaną pewność, iż Raport CR nie zawiera istotnych nieprawidłowości. Zakres i metoda przeglądu Raportu istotnie różni się od badania skierowanego na dostarczenie wystarczającego zapewnienia (*reasonable assurance*). Celem przeglądu nie jest wyrażenie opinii o prawdziwości, rzetelności i jasności Raportu CR i w związku z tym opinii takiej nie wydajemy. Procedury dotyczące przeglądu Raportu CR obejmowały:

- Identyfikację zagadnień i wyników istotnych dla treści Raportu z punktu widzenia realizacji strategii Spółki w zakresie odpowiedzialnego biznesu oraz oczekiwań jej interesariuszy.
- Porównanie informacji zawartych w raporcie CR z informacjami zawartymi w Sprawozdaniu Finansowym Grupy Nowy Styl za rok 2012 i 2013.
- Wywiady z osobami odpowiedzialnymi za realizację strategii Spółki w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu oraz za przygotowanie Raportu CR.
- Weryfikację informacji zawartych w raporcie pod kątem zgodności z dokumentacją wewnętrzną Spółki.
- Ocenę stopnia aplikacji Wytycznych do raportowania kwestii zrównoważonego rozwoju oraz uwzględnienia Ramowych Zasad Raportowania GRI.

Przeprowadzony przez nas przegląd dostarczył nam zapewnienia (zapewnienie o ograniczonym zakresie – *limited assurance*) do tego by potwierdzić, że nie zostały zidentyfikowane istotne błędy w zakresie danych i informacji zawartych w raporcie CR przygotowanym przez Nowy Styl Sp. z o.o., dotyczących zidentyfikowanych istotnych aspektów oraz wskaźników całościowo raportowanych przez Spółkę, jak również niezgodności z Wytycznymi do raportowania kwestii zrównoważonego rozwoju G4, z uwzględnieniem suplementu sektorowego, ustalonymi dla poziomu „Core”, wydanymi przez Global Reporting Initiative.

Deloitte Advisory Sp. z o.o.
Warszawa, dnia 23 stycznia 2015 r.

Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Strony
STRATEGIA I ANALIZA		
G4-1	Oświadczenie kierownictwa najwyższego szczebla (np. dyrektora wykonawczego, prezesa zarządu lub innej osoby o równoważnej pozycji) na temat znaczenia zrównoważonego rozwoju dla organizacji i jej strategii	3
G4-2	Opis kluczowych wpływów, szans i ryzyk	3
PROFIL ORGANIZACYJNY		
G4-3	Nazwa organizacji	9
G4-4	Główne marki, produkty i/lub usługi	12-13
G4-5	Lokalizacja siedziby głównej organizacji	100
G4-6	Liczba krajów, w których działa organizacja oraz podanie nazw tych krajów, gdzie zlokalizowane są główne operacje organizacji lub tych, które są szczególnie adekwatne w kontekście treści raportu	10-11
G4-7	Forma własności i struktura prawna organizacji	17
G4-8	Obsługiwane rynki z zaznaczeniem zasięgu geograficznego, obsługiwanych sektorów, charakterystyki klientów/konsumentów i beneficjentów	10-11
G4-9	Skala działalności	10-11
G4-10	Łączna liczba pracowników według typu zatrudnienia, rodzaju, umowy o pracę i regionu w podziale na płeć	37,46,47
G4-11	Procent pracowników objętych umowami zbiorowymi	brak umów zbiorowych
G4-12	Opis łańcucha dostaw	67
G4-13	Znaczące zmiany w raportowanym okresie dotyczące rozmiaru, struktury, formy własności lub łańcucha wartości	14-15
G4-14	Wyjaśnienie, czy i w jaki sposób organizacja stosuje zasadę ostrożności	67
G4-15	Zewnętrzne, przyjęte lub popierane przez organizację ekonomiczne, środowiskowe i społeczne deklaracje, zasady i inne inicjatywy	29
G4-16	Członkostwo w stowarzyszeniach (takich jak stowarzyszenia branżowe) i/lub w krajowych/międzynarodowych organizacjach	29

Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Strony
IDENTYFIKACJA ASPEKTÓW MATERIALNYCH		
G4-17	Ujęcie w raporcie jednostek gospodarczych ujmowanych w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym	17
G4-18	Proces definiowania treści raportu	91
G4-19	Zidentyfikowane istotne aspekty wpływu społecznego i środowiskowego	91
G4-20	Istotność zidentyfikowanych aspektów wpływu społecznego i środowiskowego dla poszczególnych podmiotów biznesowych	91
G4-21	Ograniczenia raportu w stosunku do istotnych aspektów wpływu społecznego i środowiskowego, z uwzględnieniem podmiotów, spoza organizacji	91
G4-22	Wyjaśnienia dotyczące efektów jakichkolwiek korekt informacji zawartych w poprzednich raportach z podaniem powodów ich wprowadzenia oraz ich wpływu (np. fuzje, przejęcia, zmiana roku/okresu bazowego, charakteru działalności, metod pomiaru)	nie dotyczy
G4-23	Znaczne zmiany w stosunku do poprzedniego raportu dotyczące zakresu, zasięgu lub metod pomiaru zastosowanych w raporcie	nie dotyczy
ZAANGAŻOWANIE INTERESARIUSZY		
G4-24	Lista grup interesariuszy angażowanych przez organizację	30-31
G4-25	Podstawy identyfikowania i selekcji interesariuszy angażowanych przez organizację	31
G4-26	Podejście do angażowania interesariuszy włączając częstotliwość angażowania według typu i grupy interesariuszy	31
G4-27	Kluczowe kwestie i problemy poruszane przez interesariuszy oraz odpowiedź ze strony organizacji, również poprzez ich zaraportowanie	31
PARAMETRY RAPORTU		
G4-28	Okres raportowania (np. rok obrotowy/kalendarzowy)	91
G4-29	Data publikacji ostatniego raportu (jeśli został opublikowany)	nie dotyczy
G4-30	Cykl raportowania (roczny, dwuletni itd.)	91
G4-31	Osoba kontaktowa	91
G4-32	Indeks CSR	94
G4-33	Polityka i obecna praktyka w zakresie zewnętrznej weryfikacji raportu. Jeśli nie zawarto takich danych w niezależnym raporcie poświadczającym, wyjaśnienie zakresu i podstaw zewnętrznej weryfikacji oraz relacji pomiędzy organizacją i zewnętrznym podmiotem poświadczającym.	91

Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Strony
NADZÓR		
G4-34	Struktura nadzorcza organizacji wraz z komisjami podlegającymi pod najwyższy organ nadzorczy, odpowiedzialnymi za poszczególne zadania, jak na przykład tworzenie strategii czy nadzór nad organizacją	16
ETYKA		
G4-56	Wartości organizacji, zasady, kodeks i normy zachowań i etyki	20
<i>Kategoria: ekonomiczne</i>		
ASPEKT: WYNIKI EKONOMICZNE		
	DMA: Wyniki ekonomiczne	18
G4-EC1	Bezpośrednia wartość ekonomiczna wytworzona i podzielona z uwzględnieniem przychodów, kosztów operacyjnych, wynagrodzenia pracowników, dotacji i innych inwestycji na rzecz społeczności, niepodzielonych zysków oraz wypłat dla właścicieli kapitału i instytucji państwowych	18, 87
G4-EC4	Znaczące wsparcie finansowe uzyskane od państwa	19
ASPEKT: OBECNOŚĆ NA RYNKU		
	DMA: Obecność na rynku	40
G4-EC5	Wysokość wynagrodzenia pracowników najniższego szczebla według płci w stosunku do płacy minimalnej na danym rynku w głównych lokalizacjach organizacji	40, 49
G4-EC6	Procent wyższego kierownictwa pozyskanego z rynku lokalnego w głównych lokalizacjach organizacji	38
ASPEKT: POŚREDNI WPŁYW EKONOMICZNY		
	DMA: Pośredni wpływ ekonomiczny	85
G4-EC7	Wkład w rozwój infrastruktury oraz świadczenie usług na rzecz społeczeństwa poprzez działania komercyjne, przekazywanie towarów oraz działania pro-bono. Wpływ tych działań na społeczeństwo.	85
G4-EC8	Zidentyfikowanie i opis znacznego pośredniego wpływu ekonomicznego wraz z wyróżnieniem skali i zakresu oddziaływania	43, 85
G4-EC9	Udział wydatków przeznaczonych na usługi lokalnych dostawców	68
<i>Kategoria: środowiskowe</i>		
ASPEKT: ENERGIA		
	DMA: Energia	54
G4-EN3	Bezpośrednie i pośrednie zużycie energii przez organizację	54
G4-EN6	Ograniczenie zużycia energii	54

Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Strony
ASPEKT: WODA		
	DMA: Woda	56
	Łączny pobór wody według źródła	56
	DMA: Emisje	58
	Emisja związków NO _x , SO _x i innych istotnych związków emitowanych do powietrza według rodzaju związku i wagi	58
ASPEKT: ŚCIEKI I ODPADY		
	DMA: Ścieki i odpady	57
	Całkowita objętość ścieków według jakości i docelowego miejsca przeznaczenia	57
	Całkowita waga odpadów według rodzaju odpadu oraz metody postępowania z odpadem	59
ASPEKT: ZGODNOŚĆ Z REGULACJAMI		
	DMA: Zgodność z regulacjami	54
	Wartość pieniężna kar i całkowita liczba sankcji pozafinansowych za nieprzestrzeganie prawa i regulacji dotyczących ochrony środowiska	54
ASPEKT: TRANSPORT		
	DMA: Transport	63
	Znaczący wpływ na środowisko wywierany przez transport produktów i innych dóbr oraz materiałów, z których korzysta organizacja w swej działalności oraz transport pracowników	63
ASPEKT: OGÓLNE		
	DMA: Ogólne (wydatki i inwestycje przeznaczone na ochronę środowiska)	62
	Łączne wydatki i inwestycje przeznaczone na ochronę środowiska według typu	62
ASPEKT: OCENA ŚRODOWISKOWA DOSTAWCÓW		
	DMA: Ocena środowiskowa dostawców	68
	Odsetek dostawców, którzy zostali poddani ocenie pod kątem kryteriów środowiskowych	68

Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Strony
<i>Kategoria: społeczne</i>		
WARUNKI PRACY		
ASPEKT: ZATRUDNIENIE		
	DMA: Zatrudnienie	35
G4-LA1	Łączna liczba nowozatrudnionych pracowników, odejść oraz wskaźnik fluktuacji pracowników według grup wiekowych, płci i regionu	38, 47, 48
G4-LA2	Świadczenia dodatkowe zapewniane pracownikom pełnoetatowym, które nie są dostępne dla pracowników czasowych lub pracujących w niepełnym wymiarze godzin, wg głównych jednostek organizacyjnych	44
G4-LA3	Powrót do pracy i wskaźnik retencji po urlopie macierzyńskim, w odniesieniu do płci	39
ASPEKT: BEZPIECZEŃSTWO I HIGIENA PRACY		
	DMA: BHP	44
G4-LA5	Procent łącznej liczby pracowników reprezentowanych w formalnych komisjach (w których skład wchodzi kierownictwo i pracownicy) ds. bezpieczeństwa i higieny pracy, które doradzają w zakresie programów bezpieczeństwa i higieny pracy oraz monitorują takie programy	44
G4-LA6	Wskaźnik urazów, chorób zawodowych, dni straconych oraz nieobecności w pracy oraz liczba wypadków śmiertelnych związanych z pracą, wg regionów i płci	45
G4-LA7	Pracownicy szczególnie narażeni na choroby związane z miejscem pracy	45
G4-LA8	Kwestie bezpieczeństwa i higieny pracy uwzględnione w formalnych porozumieniach zawartych ze związkami zawodowymi	44
ASPEKT: EDUKACJA I SZKOLENIA		
	DMA: Edukacja i szkolenia	41
G4-LA9	Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku przypadających na pracownika według struktury zatrudnienia i płci	41
G4-LA10	Programy rozwoju umiejętności menedżerskich i kształcenia ustawicznego, które wspierają ciągłość zatrudnienia pracowników oraz ułatwiają proces przejścia na emeryturę	42
G4-LA11	Odsetek pracowników podlegających regularnym ocenom jakości pracy i przeglądom rozwoju kariery zawodowej, według płci i kategorii zatrudnienia	43
ASPEKT: RÓŻNORODNOŚĆ I RÓWNOŚĆ SZANS		
	DMA: Różnorodność i równość szans	36
G4-LA12	Skład ciał nadzorczych i kadry pracowniczej w podziale na kategorie pracowników według płci, wieku, przynależności do mniejszości oraz innych wskaźników różnorodności	36, 37, 46, 47

Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Strony
ASPEKT: RÓWNOŚĆ WYNAGRODZEŃ KOBIEŃ I MĘŻCZYZN		
	DMA: Równość wynagrodzeń kobiet i mężczyzn	40
G4-LA13	Stosunek podstawowego wynagrodzenia kobiet do podstawowego wynagrodzenia mężczyzn według zajmowanego stanowiska	40, 49
ASPEKT: OCENA DOSTAWCÓW POD WZGLĘDEM PRAKTYK PRACOWNICZYCH		
	DMA: Ocena dostawców pod względem praktyk pracowniczych	68
G4-LA14	Odsetek dostawców, którzy zostali poddani ocenie pod kątem kryteriów pracowniczych	68
PRAWA CZŁOWIEKA		
ASPEKT: PRZECIWDZIAŁANIE DYSKRYMINACJI		
	DMA: Przeciwdziałanie dyskryminacji	44
G4-HR3	Całkowita liczba przypadków dyskryminacji oraz działania naprawcze podjęte w tej kwestii	44
SPOŁECZNOŚĆ		
ASPEKT: SPOŁECZNOŚĆ LOKALNA		
	DMA: Społeczność lokalna	85
G4-S01	Procent operacji (działań, lokalizacji), uwzględniających zaangażowanie społeczne, mierzenie wpływu i programy rozwojowe	85
ASPEKT: PRZECIWDZIAŁANIE KORUPCJI		
	DMA: Przeciwdziałanie korupcji	20
G4-S04	Szkolenia w zakresie polityki i procedur antykorupcyjnych organizacji	20
G4-S05	Potwierdzone przypadki korupcji i działania podjęte w odpowiedzi na nie	20
ASPEKT: NARUSZENIE ZASAD WOLNEJ KONKURENCJI		
	DMA: Naruszenie zasad wolnej konkurencji	20
G4-S07	Całkowita liczba podjętych wobec organizacji kroków prawnych dotyczących przypadków naruszeń zasad wolnej konkurencji, praktyk monopolistycznych oraz ich skutki	20
ASPEKT: ZGODNOŚĆ Z REGULACJAMI		
	DMA: Zgodność z regulacjami	20
G4-S08	Wartość pieniężna kar i całkowita liczba sankcji pozafinansowych z tytułu niezgodności z prawem i regulacjami	20

Numer wskaz- nika	Nazwa wskaźnika	Strony
ODPOWIEDZIALNOŚĆ ZA PRODUKT		
ASPEKT: ZDROWIE I BEZPIECZEŃSTWO KLIENTA		
	DMA: Zdrowie i bezpieczeństwo klienta	76
G4-PR1	Procent istotnych kategorii produktów i usług podlegających ocenie ich wpływu na zdrowie i bezpieczeństwo	76
G4-PR2	Całkowita liczba przypadków niezgodności z regulacjami i dobrowolnymi kodeksami w zakresie wpływu produktów i usług na zdrowie i bezpieczeństwo na każdym etapie cyklu życia, z uwzględnieniem rodzaju skutków	76
ASPEKT: OZNAKOWANIE PRODUKTÓW I USŁUG		
	DMA: Oznakowanie produktów i usług	75
G4-PR3	Rodzaj informacji o produktach i usługach wymaganych na mocy procedur oraz procent znaczących produktów i usług podlegających takim wymogom informacyjnym	75
G4-PR4	Całkowita liczba przypadków niezgodności z regulacjami oraz dobrowolnymi kodeksami dotyczącymi oznakowania i informacji o produktach i usługach, według skutków	75
G4-PR5	Wyniki badań pomiaru satysfakcji klienta	80
ASPEKT: KOMUNIKACJA MARKETINGOWA		
	DMA: Komunikacja marketingowa	78
G4-PR7	Całkowita liczba przypadków niezgodności z regulacjami i dobrowolnymi kodeksami regulującymi kwestie komunikacji marketingowej, z uwzględnieniem reklamy, promocji i sponsoringu, wg rodzaju skutków	78
ASPEKT: OCHRONA PRYWATNOŚCI KLIENTA		
	DMA: Ochrona prywatności klienta	78
G4-PR8	Całkowita liczba uzasadnionych skarg dotyczących naruszenia prywatności klientów oraz utraty danych	78

Nowy Styl Sp. z o.o.

ul. Pużaka 49
38-400 Krosno
Tel. (13) 43 76 100
Fax (13) 43 62 732
info@nowystylgroup.com

