

RM

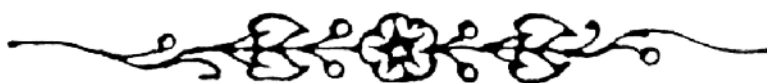
V A B U N

Sprawozdanie zarządu z działalności spółki pod firmą

VABUN SPÓŁKA AKCYJNA

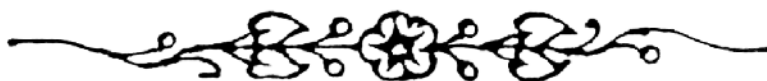
z siedzibą w Lublinie

za rok obrotowy 2019



Spis treści sprawozdania:

1. Informacje o spółce	2
2. Opis działalności za rok obrotowy 2019.....	5
3. Plany na lata 2020-2022.....	13
4. Czynniki ryzyka związane z działalnością Spółki.....	16
5. Pozostałe informacje.....	29





1. Informacje o spółce.

Siedziba:

Vabun Spółka Akcyjna
ul. Fryderyka Chopina 41/2
20-023 Lublin

Oddział Warszawa:

Vabun Spółka Akcyjna
ul. Bysławska 82 lok. 415
04-994 Warszawa

Dane rejestrowe:

Sąd Rejonowy Lublin-Wschód z siedzibą w Świdniku, VI Wydział Gospodarczy
Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000559284.

REGON: 243190950

NIP: 5272732949

Kapitał zakładowy spółki wynosi: 490.000,00 zł (słownie: czterysta dziewięćdziesiąt tysięcy złotych i zero groszy) i dzieli się na 4.900.000 (słownie: cztery miliony dziewięćset tysięcy) akcji o wartości nominalnej 0,10 zł (słownie: dziesięć groszy) każda.

Dane kontaktowe:

Telefon: 22 350 7098

Faks: 22 350 7013

E-mail: biuro@vabun.pl

Strona internetowa: www.vabun.pl



Numer kodu PKD przeważającej działalności:
46.45.Z - Sprzedaż hurtowa perfum i kosmetyków

Zgodnie z postanowieniami § 17 Statutu Spółki – Zarząd Spółki składa się z 1 (jednego) do 3 (trzech) członków, w tym Prezesa Zarządu, a w przypadku Zarządu składającego się z co najmniej 2 (dwóch) członków – z Prezesa Zarządu i Wiceprezesa Zarządu, powoływanych i odwoływanych przez Radę nadzorczą na wspólną trzyletnią kadencję.

Od 1 stycznia 2019 roku do 31 grudnia 2019 roku, zarząd spółki przedstawiał się następująco:

Prezes Zarządu – Radosław Majdan.

Zgodnie z postanowieniami § 19 Statutu Spółki – sposób reprezentacji Spółki jest następujący:

- a) Prezes Zarządu działający samodzielnie lub,
- b) Wiceprezes Zarządu działający samodzielnie lub,
- c) Członek Zarządu działający łącznie z: Prezesem Zarządu lub Wiceprezesem Zarządu.

Rada Nadzorca spółki na dzień 1 stycznia 2019 roku przedstawiała się następująco:

Przewodniczący RN – Robert Krassowski

Członek RN – Mariusz Witkowski

Członek RN – Piotr Ciszewski

Członek RN – Katarzyna Czub

W dniu 3 września 2018 r. powziął informację o złożeniu rezygnacji z pełnionej funkcji Członka Rady Nadzorczej Emitenta przez Pana Zbigniewa Krassowskiego. W treści oświadczenia o rezygnacji wskazane zostało, iż rezygnacja złożona zostaje z powodów osobistych oraz zawodowych i wchodzi w życie z datą 1 września 2018 r.

W dniu 29 kwietnia 2019 r. a podstawie § 15 ust. 4 Statutu Spółki, Rada Nadzorcza w trybie kooptacji powołała do składu Rady Nadzorczej Pana Wojciecha Ahnerta.

Na dzień 31 grudnia 2019 roku, skład Rady Nadzorczej przedstawiał się następująco:

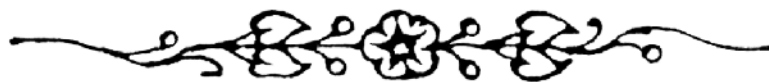
Przewodniczący RN – Robert Krassowski

Członek RN – Mariusz Witkowski

Członek RN – Piotr Ciszewski

Członek RN – Katarzyna Czub

Członek RN – Wojciech Ahnert



2. Opis działalności za rok obrotowy 2019.

Podstawowym przedmiotem działalności firmy jest sprzedaż hurtowa oraz detaliczna kosmetyków i perfum marki Vabun S.A. Dodatkowym obszarem działalności spółki, mającym zapewnić firmie stały dopływ środków pieniężnych była działalność szkoleniowa z zakresu autoprezentacji, wystąpień w mediach i public relations.

Polski rynek kosmetyków jest jednym z szybciej rozwijającym się w Europie. Resort Gospodarki podaje, że w roku 2014 produkcję kosmetyków była za około 3,4 mld euro.

W Polsce znajduje się 100 dużych i średnich oraz 300 małych i bardzo małych producentów kosmetyków, jak również firmy badawcze, laboratoria, chemiczne, biotechnologiczne oraz producenci opakowań. Firmy te mogą stworzyć produkt, od pomysłu do produktu finalnego. Polscy producenci postawi na nowe technologie, działy badań i doskonalenie kadr. Co pozwoliło stworzyć produkt o wysokiej jakości. Mogą łatwo dostosować się do wymagań zmieniającego się rynku, ponieważ posiadają krótkie linie produkcyjne co umożliwia szybkie zmiany w procesie produkcyjnym. Firmy nie tylko udoskonalają same produkty, ale także opakowania i komunikacje marketingową.

Dane GUS pokazują wartość sprzedanych wyrobów kosmetycznych i toaletowych w latach 2013-2015. Pomimo niewielkich wahań w sprzedaży segment wyrobów kosmetycznych jest ceniony na rynku. Jednym z istotnych bodźców dla rozwoju rynku kosmetyków, to nowa perspektywa finansowa UE na lata 2014-2016. Programy krajowe i regionalne sprawiają, że dofinansowania pozyskać mogą podmioty o zróżnicowanym profilu działalności, niezależnie od miejsca, które zajmują w łańcuchu wartości szerokorozumianego rynku kosmetycznego.



W marcu 2017 roku zadebiutowały dwa nowe produkty pod marką Vabun – perfumy damskie: Vabun for Lady No.1 ora Vabun for Lady No.5. W pierwszym etapie nawiązano współpracę dystrybucyjną z firmą Jeronimo Martins Drogerie i Farmacja Sp. z o.o., dzięki czemu ww. asortyment pojawił się na półkach drogerii Hebe. Dodatkowo latem ubiegłego roku asortyment

RM

V A B U N

męski został uzupełniony o perfumy męskie Vabun Classic, wobec czego drogerie Hebe posiadają pełną ofertę produktową w zakresie perfum męskich i damskich marki Vabun.

o.o.



Jerónimo Martins Drogerie i Farmacja Sp. z to firma należąca do grupy Jerónimo Martins. Działalność Jerónimo Martins w Polsce to ponad 2650 sklepów Biedronka zlokalizowanych w około 1000 miejscowościach oraz sieć drogerii z kosmetykami Hebe. Grupa posiada kilkanaście biur i centrów dystrybucyjnych na terenie całego kraju. W ramach spółki JMDF

działalność handlową prowadzi sieć sklepów Hebe oraz Aptek Na Zdrowie.

Najistotniejszym wydarzeniem w I kwartale 2019 było podpisanie umowy ze spółką Natura sp. z o.o. z siedzibą Łodzi. Przedmiotem niniejszej umowy było określenie wzajemnych zobowiązań stron w zakresie dostawy produktów marki Vabun na rzecz Drogerii Natura i dalszej sprzedaży tych towarów w ramach sieci handlowej Natura. Ustalono także zakres świadczenia przez Drogerie Natura usług na rzecz Emitenta. Na mocy zawartej umowy Spółka zobowiązała się sprzedawać i dostarczać kontrahentowi perfumy i kosmetyki marki Vabun określone każdorazowo w zamówieniu.

Od lutego 2019 roku do sprzedaży w punktach sieci Drogerii Natura trafiły następujące produkty:

- Woda perfumowana męska Vabun Classic EDP 100ml
- Woda perfumowana męska Vabun Gold EDP 100ml
- Woda perfumowana męska Vabun Sport EDP 100ml
- Woda perfumowana damska Vabun for Lady No.1 EDP 50ml

Jednocześnie niewykluczone jest wprowadzenia kolejnych produktów marki Vabun, w tym perfum i kosmetyków, które będą objęte najbliższym rebrandingiem, na który Emitent pozyskał środki pieniężne z funduszy UE. Umowę zawarto na czas nieokreślony z możliwością zakończenia współpracy przez dowolną ze stron z zachowaniem 3-miesięcznego okresu wypowiedzenia.

Na bazie dotychczasowych wyników sprzedaży perfum i kosmetyków w sieciach i punktach sprzedaży towarów Spółki oszacowano, że wzrost przychodów z tytułu realizacji ww. umowy może wynieść ok. +160% w skali r/r.

W I kw. 2019 r. pomiędzy Emitentem a spółką Chanel SARL z siedzibą w Genewie zawarta została ugoda, która zakończyła dotyczący zastrzeżeń co do wyglądu oraz nazewnictwa damskich perfum Vabun for Lady No.5. Strony spory zgodnie uznały, iż w ich obopólnym interesie jest szybkie i bezkonfliktowe zakończenie sporu. Warunki ugody zobowiązały Emitenta, by zaprzestał sprzedaży perfum Vabun for Lady No.5 oraz nie udzielił licencji ani jakiegokolwiek innego upoważnienia do używania wspomnianej nazwy jakiegokolwiek osobie trzeciej. Jednocześnie Spółka zobowiązała się do zniszczenia kartonowych opakowań perfum Vabun for Lady No.5 oraz wszelkich materiałów reklamowych oraz promocyjnych dotyczących tego produktu. Po usunięciu oznaczenia No.5 z butelek perfum będą one mogły być ponownie wprowadzone do obrotu gospodarczego. W przypadku naruszenia warunków ugody Emitent zobowiązał się do zapłaty stosownych kar umownych na rzecz Domu Mody Chanel. Natomiast w przypadku wykonania zobowiązań wynikających z zawartej ugody spółka Chanel zwalnia Emitenta z wszelkich powództw, postępowań, roszczeń, długów, odszkodowań, wyroków lub żądań w związku z używaniem Spornych Perfum, w tym z produkcją, sprzedaż i promocją Spornych Perfum. Ugoda ma zastosowanie na całym świecie.

W II kwartale 2019 r. Spółka koncentrowała się na rozwijaniu kanałów dystrybucji w oparciu o zawarte umowy w współpracy.

W dniu 29 kwietnia 2019 r. na podstawie § 15 ust. 4 Statutu Spółki, Rada Nadzorcza powołała do składu Rady Nadzorczej Pana Wojciecha Ahnerta, licencjonowanego zarządcę nieruchomości, bardzo dobrze znającego rynek nieruchomości w aglomeracji śląskiej. Ponadto Pan Wojciech Ahnert specjalizuje się w rynku srebra i złota inwestycyjnego oraz jest twórcą portali alternatywnefinanse.pl i chorzów.info. Obecnie jest Prezesem Zarządu firmy Nalson sp. z o.o., Członkiem Zarządu firmy For Success sp. z o.o. oraz Radnym Miasta Chorzów (obecna kadencja).

Na początku III kwartału, w dniu 25 lipca 2019 roku nastąpiło zawiązanie współpracy w zakresie usług pośrednictwa i sprzedaży produktów marki Vabun ze spółką Lagardere Duty Free Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie. Na mocy zawartego porozumienia strony ustaliły wzajemne zasady współpracy, której celem będzie zwiększenie wolumenu sprzedaży produktów marki

Vabun w wybranych drogeriach należących do kontrahenta. W pierwszej kolejności Emitent będzie dostarczał swoje produkty do punktów położonych na polskich lotniskach. W zależności od wyników sprzedaży oraz uzyskanego wyniku finansowego Emitent nie wyklucza ekspansji na punkty lotniskowe położone poza terenem kraju.

W dniu 6 sierpnia 2019 roku Emitent zawarł umowę partnerską w zakresie świadczenia usług pośrednictwa i sprzedaży produktów marki Vabun ze spółką Pako Lorente Sp. J. z siedzibą w Kętach. Na mocy umowy strony ustaliły zasady współpracy, której celem będzie znaczące zwiększenie wolumenu sprzedaży produktów marki Vabun w salonach mody męskiej Pako Lorente. Ponadto Pako Lorente, wykorzystując własne doświadczenie na tym polu, zobowiązało się do przygotowania planu ewentualnej dystrybucji i sprzedaży towarów poza granice Polski.

Zawarcie umowy sformalizowało dotychczasową współpracę ze spółką, a jednocześnie rozwiązało i zastąpiło wszelkie inne dotychczasowe pisemne i ustne ustalenia i uzgodnienia, które tracą moc prawną. W pierwszej kolejności do regularnej sprzedaży w punktach sieci Pako Lorente trafią produkty Emitenta dedykowane mężczyznom tj. wody perfumowane: Vabun Classic, Vabun Gold i Vabun Sport. Strony umowy nie wykluczają wprowadzenia do oferty sprzedażowej kolejnych produktów marki Vabun. Umowa została zawarta na czas nieokreślony z możliwością zakończenia współpracy z zachowaniem 90-dniowego okresu wypowiedzenia.

W dniu 8 sierpnia 2019 roku Emitent zawarł z największym akcjonariuszem spółką MBF Group S.A. z siedzibą w Warszawie umowę czasowego wyłączenia zbywalności wszystkich posiadanych przez MBF akcji Emitenta. Niniejsza umowa dotyczy 2.445.256 sztuk akcji zwykłych na okaziciela Emitenta, co stanowi 37,62% udziału w głosach na Zgromadzeniu Akcjonariuszy i 49,90% udziału w kapitale zakładowym Spółki. Wszystkie akcje objęte umową Lock-up wprowadzone są do obrotu na rynku giełdowym NewConnect. Identyczna umowa z MBF została zawarta 11 lipca 2018 roku. Umowa wygasła 11 lipca 2019 roku, wobec czego strony wykazały wolę do jej odnowienia. Na mocy Umowy Lock-up MBF bezwarunkowo zobowiązał się, iż w okresie jej obowiązywania nie obciąży, nie zastawi, nie zbędzie, ani w inny sposób nie przeniesie własności całości lub części akcji, jak również nie zobowiąże się do dokonania takich czynności na rzecz jakiegokolwiek osoby, chyba że zgodę w formie pisemnej pod rygorem nieważności na taką czynność wyrazi Emitent. W przypadku naruszenia przez MBF zapisów umowy będzie on zobowiązany do zapłaty na rzecz Emitenta kary umownej w wysokości pięciokrotności wartości transakcji, jednakże nie mniej niż 50.000,00 zł za każdy przypadek naruszenia, płatnej w terminie 30 dni od otrzymania przez MBF wezwania do jej uregulowania. Umowa zawiera klauzulę, iż MBF Group S.A. ma prawo do zbycia akcji na rynku



giełdowym NewConnect i nie będą stosowane wobec niego kary umowne, pod warunkiem, iż transakcyjna cena jednostkowa akcji wyniesie nie mniej niż 6,75 zł. Umowa Lock-up wiąże obowiązkami strony od dnia jej zawarcia do upływu okresu 12 miesięcy, nie dłużej jednak niż do dnia wprowadzenia Akcji do obrotu na rynku regulowanym Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A.

Przedmiotem wzmiankowanej Umowy Lock-up jest 2.445.256 sztuk akcji zwykłych na okaziciela Emitenta, co stanowi 37,62% udziału w głosach na Zgromadzeniu Akcjonariuszy i 49,90% udziału w kapitale zakładowych Spółki. Wszystkie Akcje objęte Umową Lock-up wprowadzone są do obrotu na rynku giełdowym NewConnect. Szczegóły dotyczące niniejszej umowy zostały opisane w raporcie bieżącym ESPI nr 12/2019 z dnia 8 sierpnia 2019 r.

W dniu 16 sierpnia 2019 roku Emitent powziął informację od Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości S.A. z siedzibą w Warszawie o pozytywnym wyborze do dofinansowania projektu Emitenta pn. "Internacjonalizacja produktów marki RM Vabun na wybrane rynki perspektywiczne". Projekt współfinansowany będzie i uzyskał wsparcie w ramach Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój, oś priorytetowa 3 Wsparcie innowacji w przedsiębiorstwach, działanie 3.3 Wsparcie promocji oraz internacjonalizacji innowacyjnych przedsiębiorstw, poddziałanie 3.3.3 Wsparcie MŚP w promocji marek produktowych - Go to Brand. Całkowita wartość Projektu wynosi 340.416,44 zł. Uzyskane dofinansowanie wynosi 289.353,85 zł, co stanowi 85% wydatków kwalifikowanych. Projekt dotyczy realizacji działań promocyjnych i internacjonalizacyjnych Emitenta na rynkach docelowych w ramach branżowego programu promocji. Wybrane rynki perspektywiczne w rozumieniu ww. Projektu to: Rosja, Chiny oraz Zjednoczone Emiraty Arabskie. Zadania przeznaczone do realizacji w ramach Projektu obejmują m.in.: udział w branżowych targach kosmetycznych, realizację działań promocyjnych oraz zakup szeregu usług doradczych dotyczących rynków perspektywicznych. Nadto celem realizacji Projektu jest wprowadzenie produktów marki RM Vabun na rynki zagraniczne, w szczególności na rynki docelowe ZEA, Rosji i Chin. Rezultatem projektu - zgodnie z jego założeniem - winno być:

- a) nawiązanie nowych kontaktów handlowych, skutkujących podpisaniem co najmniej 6 kontraktów handlowych;
- b) osiągnięcie przychodów ze sprzedaży produktów na eksport w 2021 r. w wysokości co najmniej 1.189.100 zł;

c) osiągnięcie przychodów ze sprzedaży na eksport produktów będących przedmiotem projektu w 2021 r. w wysokości co najmniej 1.189.100 zł.

W wyniku realizacji Projektu Emitent dokona kolejnego kroku w zakresie globalnej sprzedaży kosmetyków, zyska większe doświadczenie w zakresie operacyjnego zarządzania sprzedażą międzynarodową, nawiąże nowe współprace oraz rozszerzy asortyment.

Spółka weźmie także udział w zagranicznych targach i misjach handlowych, największych i najważniejszych wydarzeniach branży kosmetycznej w Europie i Azji, tj.: Cosmoprof Bologna 2020 we Włoszech, BeautyWorld Middle East 2020 w Zjednoczonych Emiratach Arabskich, InterCharm 2020 w Rosji oraz Cosmoprof Asia 2020 w Hong Kongu. Udział w targach zapewni skuteczny sposób prezentacji marki Vabun.

Emitent przewidział również działania usługowe i doradcze dotyczące analizy przedcertyfikacyjnej dla wybranych rynków zagranicznych, w tym przygotowanie Spółki do uzyskania certyfikacji, koncesji, akredytacji i/lub innych typów dokumentów niezbędnych dla prowadzenia sprzedaży produktów na rynku zagranicznym, w tym ustalenie niezbędnych dokumentów pozwalających na prowadzenie sprzedaży na danym rynku, procedury importowe oraz przygotowanie produktów do rozpoczęcia sprzedaży.

W dniu 29 października 2019 roku, a więc już po zakończeniu raportowanego okresu, Emitent otrzymał od przewodniczącego Kapituły Programu Symbol, informację o przyznaniu tytułu: "Symbol Rozwoju Biznesu 2019". Symbol to ogólnopolski program, którego celem jest promowanie oraz nagradzanie najlepszych i najlepiej rokujących w swoich branżach podmiotów gospodarczych. Wydarzenie prowadzone jest i promowane na łamach Rzeczpospolitej oraz Dziennika Gazety Prawnej. Program Symbol działa w oparciu o ścisłą metodologię, której celem jest potwierdzenie najwyższej jakości, skuteczności zarządzania i polityki zrównoważonego rozwoju.

Istotnym wydarzeniem IV kwartału było otrzymanie w dniu 29 października 2019 roku od przewodniczącego Kapituły Programu Symbol, informację o przyznaniu tytułu: "Symbol Rozwoju Biznesu 2019". Symbol to ogólnopolski program, którego celem jest promowanie oraz nagradzanie najlepszych i najlepiej rokujących w swoich branżach podmiotów gospodarczych. Wydarzenie prowadzone jest i promowane na łamach Rzeczpospolitej oraz Dziennika Gazety Prawnej. Program Symbol działa w oparciu o ścisłą metodologię, której celem jest potwierdzenie najwyższej jakości, skuteczności zarządzania i polityki zrównoważonego rozwoju.



Tuż po zakończeniu 2019 roku obrotowego, w dniu 14 stycznia 2020 r. Spółka otrzymała od MBF Group S.A. informację o wydaniu wyroku nakazowego przez Sąd Rejonowy dla Warszawy Pragi-Południe w Warszawie IV Wydział Karny dotyczącego sporu pomiędzy akcjonariuszami Spółki w zakresie niewywiązania się z obowiązków wynikających z umów dotyczących zbycia akcji przez jednego z nich. Sąd zobowiązał oskarżonego w przedmiotowym sporze m.in. do naprawienia szkody wyrządzonej przestępstwem w całości poprzez zapłatę na rzecz MBF Group S.A. kwoty 91.200,00 zł. Emitent nie był bezpośrednio stroną sporu, natomiast był pośrednio zaangażowany w spór z uwagi na fakt, iż dotyczył on akcji wyemitowanych przez Spółkę, co mogło mieć wpływ na giełdową wycenę instrumentów finansowych Emitenta.

W dniu 20 stycznia 2020 roku Emitent zawarł ze spółką prawa angielskiego z siedzibą w Uxbridge w Anglii, umowę o współpracy w zakresie świadczenia usług pośrednictwa i sprzedaży produktów marki Vabun ("Umowa") na rynkach państw Wielkiej Brytanii: Anglii, Irlandii Północnej, Szkocji i Walii. Zawarcie powyższej Umowy stanowi element realizacji strategii rozwoju Spółki, której jednym z głównych założeń jest ekspansja na rynkach zagranicznych, w tym na terenie Wielkiej Brytanii. Na mocy wzmiankowanej Umowy strony ustaliły zasady współpracy, której celem będzie zwiększenie sprzedaży eksportowej produktów marki Vabun w sieciach handlowych oraz niezrzeszonych drogeriach i sklepach z kosmetykami na terenie Wielkiej Brytanii. Podmiot prawa angielskiego podjął ponadto zobowiązanie przygotowania dystrybucji i sprzedaży towarów poza granice Polski, zorganizowanie spotkań z potencjalnymi odbiorcami i sprzedawcami oraz przygotowanie profesjonalnych kontraktów sprzedażowych z uwzględnieniem specyfiki danego rynku.

W związku z pandemią COVID-19, której szczytowy okres przypadł na przełom I i II kwartału 2020 r., Spółka zdecydowała, aby swoją sieć handlową wykorzystać do celu dystrybucji maseczek chirurgicznych oraz innych, podobnych artykułów medycznych. W tym celu Spółka zawarła z MBF Group S.A. dwie umowy o współpracy w zakresie obsługi zamówień wskazanych artykułów, których MBF Group S.A. nie była w stanie zrealizować samodzielnie. Z perspektywy sytuacji gospodarczej Spółki jest to korzystne, ponieważ w efekcie ograniczeń wprowadzonych w związku z pandemią okresowo zamknięte zostały punkty sprzedaży kosmetyków w galeriach handlowych, co wpłynęło na poziom sprzedaży asortymentu Spółki.

W czerwcu 2020 r. Spółka zawarła umowę o współpracy z podmiotem działającym w branży fitness. Celem umowy jest współpraca Spółki z partnerem w zakresie wyodrębnienia dotychczasowej działalności gospodarczej prowadzonej przez ten podmiot, w szczególności w przygotowaniu rozwoju projektu przedsięwzięcia w zakresie produkcji, dystrybucji, sprzedaży i reklamy produktów związanych z branżą fitness, tj.: suplementów, odżywek, odzieży sportowej do ćwiczeń oraz pokrewnego asortymentu.



3. Plany na kolejne lata 2020-2022.

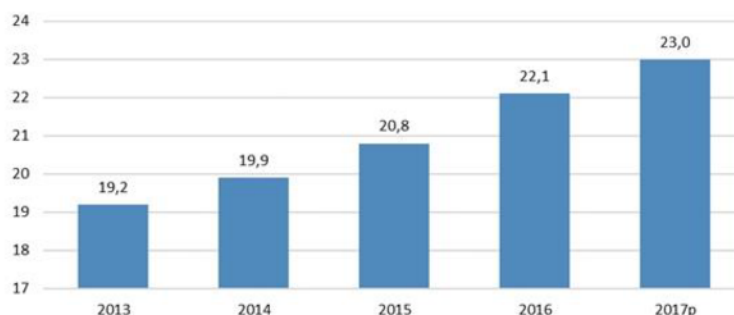
Z badania firmy PMR wynika, że wartość polskiego rynku kosmetycznego w 2016 roku wyniosła 22,1 mld zł, co w porównaniu z 2015 rokiem oznacza wzrost o 6,25%. Perspektywy rozwoju rynku również są optymistyczne, szacuje się, że jego wartość w 2017 roku wyniesie 23,0 mld, czyli o 4,07% więcej niż w roku ubiegłym.

Wynika to przede wszystkim ze zwiększenia wydatków konsumentów na artykuły kosmetyczne oraz zmiany przyzwyczajień, co do używania kosmetyków ze średniej i wyższej półki cenowej, a także większej ilości placówek dyskontów spożywczych i sieci drogerii, dodatkowego źródła dochodu gospodarstw domowych, jakim jest program 500+ oraz pojawienia się nowego typu masowych konsumentów kosmetycznych, mianowicie mężczyzn i pokolenia 65+.

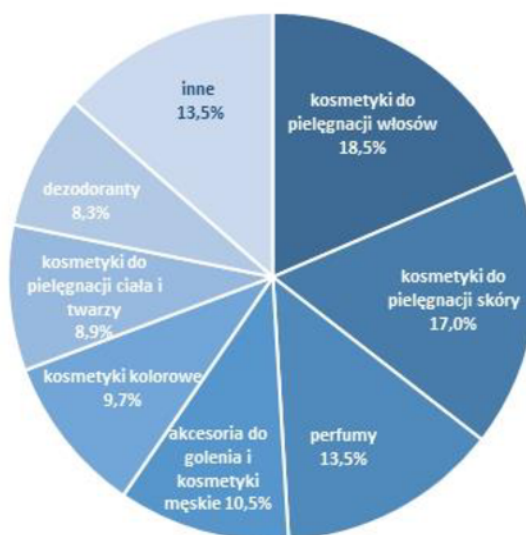
Prognozuje się, iż pomimo przewidywanego spowolnienia tempa wzrostu, przemysł kosmetyczny w Polsce nadal będzie się rozwijał szybciej niż inne, czołowe rynki kosmetyczne w Europie. Kategorie produktowe kosmetyków do pielęgnacji włosów i perfum nieznacznie stracą swój udział, ale będzie to wymuszone przez wzrost zużycia kosmetyków do pielęgnacji skóry i kosmetyków męskich. Te ostatnie stanowią obecnie jeden z najdynamiczniej wzrastających segmentów, co owocuje stale rosnącą na polskim rynku ofertą produktową.

W ujęciu nominalnym Polska zajmuje 6-ste miejsce w Europie zarówno pod względem wartości sprzedaży, jak i eksportu. Polskie produkty trafiają do ponad 130 krajów, a wartość eksportu w ostatnich latach rosła średnio o 5% rocznie. Niemal co drugi kosmetyk wyprodukowany w Polsce trafia na eksport.

Prognozuje się, że w 2020 roku wartość rynku luksusowych kosmetyków i perfum przekroczy 700 mln zł. Największą część tego rynku w Polsce stanowią luksusowe perfumy, które odpowiadają za blisko 61% wartości całego segmentu. Pozostałymi kategoriami są luksusowe kosmetyki do pielęgnacji ciała czy luksusowe kosmetyki kolorowe.



Wartość polskiego rynku kosmetycznego (mld zł). Źródło: PMR, 2017



Struktura polskiego rynku kosmetycznego. Źródło: analizarynku.eu

Głównym celem strategii rozwoju Emitenta jest wzrost wartości Vabun S.A. i jej pozycji konkurencyjnej. Emitent zakłada, iż przedmiotowe działania zostaną osiągnięte poprzez realizację między innymi następujących celów:

1. Rozwinięcie sieci dystrybucji na rynku polskim.

Spółka planuje rozwinięcie sieci dystrybucji na krajowym rynku poprzez wzmożone akcje marketingowe (m. in. akcje promocyjne oraz reklamy w prasie, internecie i social media), a także rozwój działu sprzedaży (m.in. poprzez zwiększenie zasobów kadrowych).

2. Rozwinięcie sieci sprzedaży na rynkach zagranicznych.

Spółka zamierza prowadzić działania marketingowe, akcje promocyjne oraz reklamę w internecie i prasie zagranicznej, w pierwszej kolejności m.in. w następujących krajach: Niemcy, Czechy oraz Włochy.

3. Opracowanie i wprowadzenie czwartej linii perfum i perfumowanych żeli dla mężczyzn oraz 3-ciej linii perfum dla kobiet.

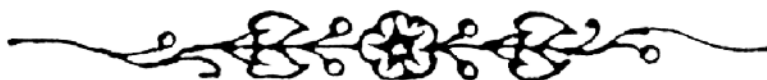
W celu poszerzenia gamy oferowanych kosmetyków Spółka zamierza opracować receptury oraz projekty opakowań, a także przeprowadzić dodatkowe akcje marketingowe związane z nowymi liniami perfum. Zamiarem Emitenta jest posiadania czterech linii kosmetyków dla mężczyzn i trzech linii kosmetyków dla kobiet.

4. Uczestnictwo w targach w kraju i za granicą.

W ramach tego celu Spółka zamierza brać udział w targach w kraju i zagranicą. Działania te mają na celu rozwinięcie dystrybucji na terenie kraju i na rynkach zagranicznych.

5. Wprowadzenie serii kosmetyków dla klienta masowego.

Spółka rozważa wprowadzenie serii produktów dla klienta masowego (z tzw. niższej półki). W ramach tego celu środki pieniężne zostaną wydatkowane na: prace badawczo-rozwojowe, testy, receptury, projekty opakowań, produkcję. Ideą Emitenta jest dotarcie do większej liczby potencjalnych klientów.



4. Czynniki ryzyka związane z działalnością Spółki.

Ryzyko związane z celami strategicznymi

Głównym celem strategii rozwoju Emitenta jest wzrost wartości Vabun S.A. i jej pozycji konkurencyjnej. Emitent zakłada, iż przedmiotowe cele osiągnięte zostaną m.in. poprzez rozwinięcie sieci dystrybucji na rynku polskim i na rynkach zagranicznych, opracowanie kolejnych linii kosmetyków oraz wprowadzenie serii kosmetyków dla klienta masowego. Strategia ta realizowana będzie w najbliższych latach. Niniejsza strategia uzależniona jest od zdolności Spółki do adaptacji warunków branży kosmetycznej, w ramach której działa Emitent. Zachowania Spółki, które okażą się nietrafne w wyniku złej oceny otoczenia rynkowego bądź nieumiejętnego dostosowania się do zmiennych warunków tego otoczenia, mogą mieć niekorzystny wpływ na sytuację finansową Spółki. Dla ograniczenia przedmiotowego ryzyka Zarząd Spółki na bieżąco analizuje czynniki mogące mieć potencjalnie niekorzystny wpływ na działalność i wyniki Emitenta, a w razie konieczności podejmuje niezbędne decyzje i działania w tym zakresie.

Ryzyko związane z osiąganymi wynikami finansowymi

W 2015 r. Spółka osiągnęła przychody netto ze sprzedaży w kwocie 241.684,37 zł oraz zysk netto w kwocie 37.437,39 zł. W 2016 r. Emitent wygenerował przychody netto ze sprzedaży w kwocie 2.068.562,92 zł oraz stratę netto w kwocie 163.156,11 zł. W 2017 r. Vabun S.A. osiągnął przychody netto ze sprzedaży w kwocie 3.618.524,88 zł oraz zysk netto w kwocie 71.394,02 zł. W roku 2018 przychody Emitenta wyniosły 3.022.875 zł, a strata netto 156.509,79 zł. W 2019 r. Spółka osiągnęła przychody netto ze sprzedaży na poziomie 1.948.617,83 zł oraz stratę netto w wysokości 116.003,65 zł. W ostatnich latach widoczny jest więc spadkowy trend w zakresie odnotowywanych przychodów, co związane jest ze m.in. stopniowym odchodzeniem od realizacji szkoleń, z tytułu czego Spółka osiągnęła w latach wcześniejszych przychody. Należy również wskazać, iż pomimo odnotowania w 2019 roku obrotowym straty netto, to jest ona niższa niż w roku poprzednim. W związku z osiąganymi przez Spółkę wynikami finansowymi oraz nakładami inwestycyjnymi na rozwój oferowanych oraz nowo opracowywanych linii produktowych, Spółka może mieć problemy z ustabilizowaniem pozycji na

rynku oraz przekonaniem klientów o istotnej przewadze konkurencyjnej kosmetyków sygnowanych marką „RM Vabun®”. Warto również podkreślić, iż w dotychczasowej historii Emitent nie miał problemów z pozyskiwaniem finansowania niezbędnego do prowadzenia działalności gospodarczej, co dodatkowo potwierdza wiarygodność przyjętej koncepcji rozwoju Spółki.

Ryzyko związane z sezonowością sprzedaży kosmetyków Emitenta

W działalności Emitenta można zaobserwować zjawisko sezonowości generowanych przychodów ze sprzedaży kosmetyków. Spółka odnotowuje wzrost przychodów ze sprzedaży kosmetyków w okresie I i IV kwartału roku kalendarzowego (zbieżnego z rokiem obrachunkowym Spółki). Sezonowość sprzedaży kosmetyków jest niezależna od Spółki, ponieważ wynika w dużej mierze z takich czynników, jak np. występowanie okresów świątecznych i zwiększony popyt wynikający z faktu, iż kosmetyki często stanowią prezenty dawane najbliższym. Spółka stara się redukować efekt sezonowości poprzez wprowadzanie do oferty nowych produktów, co ma na celu wzbudzenie zainteresowania również w okresach, gdy zwykle obserwowane jest zmniejszenie popytu. Zamiarem Emitenta jest rozszerzenie działalności i wprowadzenie do sprzedaży produktów, które zniwelują obecnie zaobserwowane ryzyko sezonowości, lecz również wykorzystywanie okresów wzmożonego popytu do maksymalizacji sprzedaży i osiągniętych wyników finansowych.

Ryzyko związane z uzależnieniem od producentów kosmetyków

Emitent zleca produkcję oferowanych przez Spółkę kosmetyków do podmiotów zewnętrznych. Producentami kosmetyków Spółki są firmy Carlo Bossi Parfumes sp. z o.o., V. Laboratories sp. z o.o. oraz ADEX Cosmetics Leszek Sierdziński. Istnieje ryzyko, że utrata ww. partnerów będzie skutkowałą utrudnieniami czy przestojami w produkcji, a w związku z tym utrudnieniami w dystrybucji kosmetyków do klientów, co może wiązać się z ograniczeniem możliwości prowadzenia działalności gospodarczej przez Emitenta. W momencie gdy

znalezienie nowego, rzetelnego dostawcy będzie trwało zbyt długo, opóźnienia w dostawie mogą oznaczać istotne problemy, takie jak niezadowolenie klientów, co w efekcie może przełożyć się na pogorszenie sytuacji finansowej Spółki.

Spółka minimalizuje ryzyko uzależnienia od producentów poprzez utrzymanie dobrych relacji biznesowych z dotychczasowymi kontrahentami, a także poprzez poszukiwanie alternatywnych producentów swoich kosmetyków.

Ryzyko związane z uzależnieniem od głównych odbiorców

Emitent współpracuje z relatywnie niewielkim gronem dużych odbiorców. Współpraca ze wspomnianymi podmiotami charakteryzuje się systematycznością, dlatego też utrata któregokolwiek z nich może mieć wpływ na generowane przychody ze sprzedaży, osiągnięte wyniki finansowe i sytuację finansową Spółki. Ponadto, pogorszenie warunków prowadzenia działalności klientów (odbiorców) Emitenta tworzy ryzyko powstania zatorów płatniczych oraz wzrostu poziomu należności. Istnieje również ryzyko niewypłacalności odbiorców, co może negatywnie wpłynąć na sytuację finansową Emitenta. Należy wskazać, iż Emitent stara się utrzymywać dobre relacje gospodarcze z obecnymi klientami, a także na bieżąco poszukuje nowych klientów. W opinii Emitenta wspomniana sytuacja uzależnienia od głównych odbiorców jest cechą charakterystyczną dla firm, które dopiero zdobywają rynek i początkowo są uzależnione od niedużej liczby odbiorców - klientów. W 2019 roku Spółka pozyskała kolejnych partnerów handlowych i w dalszym ciągu zamierza kontynuować rozwój sieci odbiorców, co prowadzi do stopniowego ograniczenia wpływu powyższego ryzyka.

Ryzyko związane z pozyskiwaniem i utrzymaniem klientów

Z działalnością operacyjną Spółki wiąże się ryzyko związane z pozyskiwaniem i utrzymywaniem klientów, które wynika ze stale zmieniających się trendów na rynku kosmetycznym, jak również z relatywnie krótkiej historii działania Emitenta na tym rynku. W celu zbudowania odpowiednio dużej bazy klientów Emitent podejmuje współpracę z przedstawicielami handlowymi (w przyszłości również na rynkach zagranicznych). Z doświadczenia Spółki wynika, iż tego typu strategia

charakteryzuje się najwyższą efektywnością przy zachowaniu racjonalnego poziomu ponoszonych kosztów sprzedażowych.

Ryzyko związane z utratą zaufania konsumentów

Kosmetyki oferowane przez Spółkę mogą nie spełniać wymaganej jakości oczekiwanej przez konsumentów. W wyniku nieprzewidzianych zdarzeń lub zawinienia ze strony Spółki skutkującego pogorszeniem jakości oferowanych kosmetyków, Emitent jest narażony na ryzyko utraty zaufania klientów. Może to rzutować na niemożność pozyskiwania nowych lub nawet utratę obecnych klientów, a w konsekwencji wpłynąć na osiągnięte wyniki finansowe Emitenta. Ryzyko to minimalizowane jest m.in. poprzez dbałość o wysoką jakość dystrybuowanych perfum i kosmetyków.

Ryzyko związane z niespłacalnością należności przez odbiorców

Umowy zawierane przez Emitenta z odbiorcami posiadają precyzyjne ustalenia dotyczące terminów płatności. Istnieje jednak ryzyko, że odbiorca nie dotrzyma ustalonych terminów. Wystąpienie powyższych ryzyk może skutkować ograniczeniem płynności finansowej Spółki, co może mieć wpływ na jej sytuację finansową. Emitent minimalizuje wspomniane ryzyko, poprzez stałe monitorowanie terminowości spływania należności.

Ryzyko związane z kontrahentami

Spółka nie jest w stanie przewidzieć i zapewnić, iż wybrani przez nią kontrahenci należycie wywiążą się z zawartego kontraktu, a także czy jakość świadczonych przez nich usług będzie satysfakcjonująca. Dodatkowo należy wziąć pod uwagę możliwość wystąpienia ryzyka niedostarczenia towarów w terminie oraz niewypłacalności kontrahenta. W celu minimalizacji ww. ryzyka Zarząd Spółki, wybierając partnerów do współpracy, szuka pewnych i godnych zaufania kontrahentów, którzy mogą stać się długoterminowymi i stabilnymi partnerami biznesowymi.

Ryzyko związane z wprowadzaniem nowych linii produktowych

Ulepszanie oraz wprowadzanie nowych linii produktowych na rynek wymaga poniesienia nakładów na badania i rozwój, w celu opracowania coraz to lepszych formuł perfum i kosmetyków. Nie daje to jednak gwarancji, że produkt, który powstanie, wzbudzi zainteresowanie konsumentów, co więcej wysiłki włożone w opracowanie nowej linii produktowej nie zawsze prowadzą do jej powstania. W konsekwencji koszty badań poniesione przez Emitenta mogą nie przełożyć się na przychody czy zyski Spółki. W celu minimalizacji ww. ryzyka, Zarząd Emitenta na bieżąco monitoruje sytuację w branży oraz śledzi pojawiające się produkty konkurencji. Dzięki temu może reagować na pojawiające się trendy tworząc konkurencyjne linie produktowe, zarówno pod względem jakościowym jak i cenowym.

Ryzyko ograniczenia popytu na kosmetyki Emitenta

Emitent zamierza wprowadzić nowe linie produktowe do swojej oferty, jednak nie można wykluczyć, że w kolejnych okresach popyt na kosmetyki Emitenta będzie utrzymywał się na tym samym lub niższym niż obecnie poziomie, co mogłoby mieć negatywny wpływ na sytuację finansową Emitenta. Zarząd Emitenta stara się ograniczyć to ryzyko poprzez stałe monitorowanie rynku oraz przystosowywanie swoich kosmetyków do przewidywanego popytu.

Ryzyko zmian w branży kosmetycznej

Emitent zajmuje się opracowywaniem oraz dystrybucją kosmetyków dla mężczyzn i kobiet, co oznacza, iż działalność Spółki jest ściśle uzależniona od bieżącej i przyszłej koniunktury panującej na rynku kosmetycznym. W przypadku odwrócenia się powyższego trendu i wyhamowania w branży, istnieje ryzyko, że liczba klientów finalnych, chcących nabyć kosmetyki Emitenta, ulegnie znaczącemu zmniejszeniu. Niższy popyt na dostarczane przez Emitenta kosmetyki będzie oznaczał zmniejszenie przychodów, a co za tym idzie utrudnienia w realizacji przyjętej przez Spółkę strategii. Należy w tym miejscu podkreślić, iż Spółka nie ma wpływu na opisany czynnik ryzyka. Jednakże Spółka na bieżąco analizuje trendy panujące w branży i dopasowuje się z ofertą produktową do uwarunkowań zewnętrznych oraz potrzeb dystrybutorów i klientów finalnych.

Ryzyko związane z odejściem członków kierownictwa

Na działalność Emitenta duży wpływ wywiera doświadczenie, umiejętności oraz jakość pracy kadry zarządzającej. Emitent nie może zapewnić, że ewentualna utrata któregokolwiek z czołowych członków zespołu Emitenta o istotnym wpływie na działalność Spółki nie będzie mieć negatywnych konsekwencji na działalność, strategię, sytuację finansową i jej wyniki finansowe. Wraz z odejściem któregokolwiek z kluczowych członków zespołu, Spółka mogłaby zostać pozbawiona personelu posiadającego wiedzę i doświadczenie z zakresu zarządzania i działalności operacyjnej. Spółka stara się minimalizować wskazany czynnik ryzyka poprzez kreowanie satysfakcjonujących systemów płacowych, adekwatnych do stopnia doświadczenia i poziomu kwalifikacji pracowników. Ryzyko to minimalizowane jest także przez fakt, iż kluczowi członkowie zespołu Emitenta są jednocześnie akcjonariuszami Spółki i deklarują chęć dalszego zaangażowania w rozwój Emitenta.

Ryzyko związane z zagrożeniem zdrowia lub życia konsumentów

Użycie towarów Emitenta, w których doszło do zanieczyszczenia mikrobiologicznego lub zastosowanie kosmetyków Emitenta niezgodnie z ich przeznaczeniem, rodzi ryzyko związane z zagrożeniem zdrowia lub życia konsumentów. Wystąpienie takiej sytuacji mogłoby mieć istotny negatywny wpływ na reputację Emitenta, a także wiązać się z koniecznością zapłaty wysokich kar lub odszkodowań oraz z utratą lub ograniczeniem zamówień, co w konsekwencji mogłoby w negatywny sposób wpłynąć na wyniki finansowe Emitenta. W celu minimalizacji ryzyka związanego z zagrożeniem zdrowia i życia konsumentów Emitent przywiązuje szczególną uwagę do jakości stosowanych surowców i sposobu ich produkcji.

Ryzyko kar umownych

W związku z charakterem działalności prowadzonej przez Spółkę istnieje ryzyko wystąpienia roszczeń skierowanych przeciwko Spółce z tytułu kar umownych. Spółka w umowach zawartych z klientami, zobowiązuje się do zapłacenia kar umownych w określonych sytuacjach, w tym za nieterminową realizację zamówienia. Wprowadzenie procedury, w ramach której Spółka rozpoczyna proces produkcyjny niezwłocznie po podpisaniu umowy, ma na celu dotrzymanie

terminów zawartych w kontraktach, co pozwala na ograniczanie niniejszego czynnika ryzyka. Dodatkowo Spółka stale monitoruje proces produkcji, tak aby wyeliminować wszystkie wadliwe kosmetyki jeszcze przed etapem wysłania ich klientowi.

Ryzyko konkurencji

Towary sprzedawane przez Emitenta pod marką „RM Vabun®” dostarczane są klientom w kraju, a w przyszłości będą dostarczane również za granicą. Wraz z rozwojem branży kosmetycznej, na przedmiotowym rynku istnieje ryzyko zaostrenia konkurencji i rywalizacji między producentami, w wyniku czego pozycja Spółki może zostać zagrożona. W dalszej perspektywie może to wpłynąć na pogorszenie wyników finansowych Emitenta i niemożność dalszego dynamicznego rozwoju Spółki. Ponadto spotęgowanie konkurencji może w przyszłości wymusić konieczność podjęcia kroków niezbędnych do zapewnienia odpowiedniego poziomu sprzedaży, np. poprzez obniżkę cen. Zarząd Spółki minimalizuje ww. ryzyko poprzez stały monitoring działań konkurencji oraz przystosowywanie swoich kosmetyków do trendów panujących na rynku.

Ryzyko związane z udziałem kosztów usług obcych w strukturze kosztów operacyjnych Emitenta

W prowadzonej działalności Emitent w szerokim stopniu korzysta z usług świadczonych przez dostawców zewnętrznych oraz podwykonawców. Wpływa to na bardzo wysoki udział kosztów usług obcych w strukturze kosztów operacyjnych Spółki. W 2018 roku obrotowym koszty usług obcych wyniosły 2.160.026,66 zł i stanowiły 67,38% udziału w całości kosztów operacyjnych Spółki, natomiast w 2019 roku obrotowym koszty usług obcych wyniosły 1.268.192,38 zł i stanowiły 58,52% udziału w całości kosztów operacyjnych Spółki. Widoczny jest więc spadek zarówno pod kątem samej wartości poniesionych kosztów usług obcych, jak i ich udziału w całkowitych kosztach działalności operacyjnej, lecz mimo to w dalszym ciągu udział ten jest znaczący. Istotny udział kosztów usług obcych w strukturze kosztów ogółem sprawia, iż działalność Emitenta narażona jest na ryzyko związane z możliwym znaczącym wzrostem cen usług świadczonych przez dostawców Spółki. Sytuacja taka mogłaby

znacząco zwiększyć koszty funkcjonowania Emitenta, a tym samym negatywnie wpłynąć na jego wyniki finansowe. Zgodnie z opinią Zarządu Emitenta, w obecnej sytuacji rynkowej ryzyko to ulega stopniowemu zmniejszaniu. Z drugiej jednak strony duży udział usług obcych pozwala na szybkie i elastycznie dostosowanie kosztów działalności do popytu na produkty i usługi dystrybuowane przez Spółkę.

Ryzyko związane ze wzrostem kosztów operacyjnych i innych kosztów

Spółka znajduje się obecnie w fazie dynamicznego rozwoju, w związku z czym rozrasta się również struktura wewnętrzna firmy. Generuje to dodatkowe koszty, których dokładna wartość jest trudna do przewidzenia, w związku z czym Zarząd może nie doszacować ich faktycznego poziomu. W związku z powyższym istnieje ryzyko, iż Spółka ponosić będzie wyższe od zakładanych koszty działalności, co w efekcie pogorszy również osiągnięte wyniki finansowe. Powyższy czynnik ryzyka minimalizuje fakt, iż wszelkie projekcje w powyższym zakresie przygotowywane są przez Zarząd z należytą starannością oraz poprzedzone sporządzeniem realnych założeń co do aktualnej sytuacji rynkowej oraz zapotrzebowania Spółki.

Ryzyko zmienności stóp procentowych

Ryzyko stóp procentowych jest wynikiem zmienności rynków finansowych i przejawia się w zmianach ceny pieniądza. Ryzyko to w odniesieniu do przedsiębiorstwa oznacza, że jest ono narażone na zmiany wartości zobowiązań wynikających z zaciągniętych m.in. kredytów lub pożyczek na skutek zmian stóp procentowych. W skrajnym przypadku zmiany stóp procentowych mogą prowadzić do niewypłacalności przedsiębiorstwa. Na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania Emitent korzysta z krótkoterminowych pożyczek opartych o zmienną stopę procentową (WIBOR 3M, WIBOR 6M), której zmienność może generować ryzyko stóp procentowych. Ryzyko to ma charakter spekulacyjny, czyli istnieje ryzyko, iż znaczący spadek/wzrost stóp procentowych przełoży się na wzrost/spadek osiąganych wyników finansowych Emitenta. Spółka nie posiada realnego wpływu na kształtowanie się stóp procentowych.

Ryzyko walutowe

W przyszłości Spółka zamierza sprzedawać i dostarczać kosmetyki „RM Vabun®” za granicę, w związku z czym część zamówień będzie rozliczana w walucie obcej. W pierwszej kolejności Emitent zamierza podjąć działania sprzedażowe na terenie Niemiec, Czech i Włoch. W krajach tych walutą wymiany jest EUR. Ewentualny spadek/wzrost kursu EUR/PLN może mieć negatywny/pozytywny wpływ na wielkość należności wynikających ze sprzedaży, co w dalszej kolejności może przełożyć się na osiągnięte wyniki finansowe Spółki w przyszłości. Spółka aktualnie nie zabezpiecza się przed ryzykiem kursowym, nie wyklucza jednak możliwości skorzystania w przyszłości z instrumentów zabezpieczających ryzyko walutowe.

Ryzyko związane ze strukturą finansowania

Działalność Emitenta finansowana jest częściowo kapitałem obcym w postaci pożyczek. Pożyczki zaciągane są w miarę potrzeb i przeznaczane na bieżące zapewnienie płynności finansowej Emitenta, a następnie zostają spłacane. W dotychczasowej historii działalności Spółka posiłkowała się kapitałem obcym o stosunkowo niewielkiej wartości. Należy mieć na uwadze, iż w przypadku obniżenia poziomu zysku z działalności operacyjnej (np. poprzez zmniejszenie popytu na produkty Emitenta), może pojawić się ryzyko nieterminowego regulowania zobowiązań Spółki. Nieodpowiednio dobrana struktura finansowania Emitenta może także prowadzić do spadku rentowności Spółki. Zarząd Emitenta, wybierając źródła pokrycia majątku Spółki, w celu minimalizacji ryzyka struktury finansowania, poddaje dogłębnej analizie sytuację płatniczą firmy.

Ryzyko utraty płynności finansowej

Zarządzanie należnościami i zobowiązaniami jest jednym z kluczowych elementów utrzymania określonego poziomu płynności finansowej. W przypadku długotrwałej realizacji inwestycji i zamrożenia środków pieniężnych w prace związane z rozwojem nowych kosmetyków „RM Vabun®”, a także w przypadku podjęcia błędnych decyzji w procesie administrowania finansami Spółki, istnieje możliwość zagrożenia płynności finansowej. Spółka, w celu minimalizacji ryzyka zamrożenia płynności finansowej, dokonuje analizy struktury finansowania, a także dba o utrzymanie odpowiedniego poziomu środków pieniężnych, niezbędnego do terminowego regulowania zobowiązań bieżących.

Ryzyko związane z niewypłacalnością Emitenta

W przypadku zaistnienia sytuacji niewypłacalności Emitenta, roszczenia wierzycieli handlowych i finansowych będą mogły zostać zaspokojone z majątku Emitenta. Natomiast w okolicznościach ogłoszenia upadłości Emitenta, inwestorzy posiadający papiery wartościowe Emitenta, mogą stracić większą część środków zainwestowanych w Spółkę, w sytuacji, gdy znaczna lub cała część majątku Spółki zostanie przeznaczona na spłacenie wierzycieli.

Ryzyko zdarzeń losowych

Zdarzenia losowe mogą mieć wpływ na pogorszenie wydajności działalności operacyjnej Emitenta. Do takich zagrożeń mogą przykładowo należeć włamania do biura Spółki, ryzyko zalania, awarie techniczne sprzętu, przerwy w dostawach energii elektrycznej, czy awarie u dostawców Spółki. Emitent stara się odpowiednio zabezpieczyć biuro Spółki, aby wyeliminować ryzyko zdarzeń losowych mogących wpłynąć na opóźnienia w inwestycjach, zamówieniach i ogólnej działalności.

Ryzyko związane z regulacjami prawnymi

Polski system prawny charakteryzuje się wysoką częstotliwością zmian. Na działalność Spółki potencjalny negatywny wpływ mogą mieć nowelizacje m.in. w zakresie prawa handlowego, prawa pracy i ubezpieczeń społecznych, czy też rozporządzenia unijne lub akty wykonawcze ograniczające lub całkowicie wykluczające z produkcji kosmetyków składniki, które zostały uznane za niebezpieczne.

W celu minimalizacji przedmiotowego ryzyka Spółka na bieżąco przeprowadza badania na zgodność stosowanych aktualnie przepisów przez Spółkę z bieżącymi regulacjami prawnymi.

Ryzyko związane z opodatkowaniem (regulacje podatkowe) i interpretacją przepisów podatkowych

Polski system podatkowy cechuje się niejednoznacznością zapisów oraz wysoką częstotliwością zmian. Niejednokrotnie brak jest ich klarownej wykładni, co może

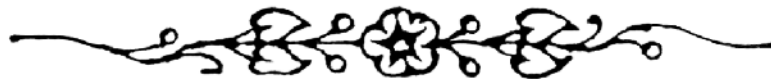
powodować sytuację odmienną ich interpretacji przez Spółkę i organy skarbowe. W przypadku zaistnienia takiej sytuacji, urząd skarbowy może nałożyć na Emitenta karę finansową, która może mieć istotny negatywny wpływ na wyniki finansowe Spółki. Ponadto, organy skarbowe mają możliwość weryfikowania poprawności deklaracji podatkowych określających wysokość zobowiązania podatkowego w ciągu pięcioletniego okresu od końca roku, w którym minął termin płatności podatku. W przypadku przyjęcia przez organy podatkowe odmienną od będącej podstawą wyliczenia zobowiązania podatkowego przez Emitenta interpretacji przepisów podatkowych, sytuacja ta może mieć istotny negatywny wpływ na sytuację finansową Spółki. Ryzyko związane z opodatkowaniem może wynikać ze zmian w wysokościach stawek podatkowych, istotnych z punktu widzenia Emitenta, jednakże wpływ tych zmian na przyszłą kondycję Spółki należy uznać za niewielki, jako że prawdopodobieństwo skokowych zmian w regulacjach podatkowych jest znikome.

Ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną Polski

Na dzień sporządzenia sprawozdania rozwój Emitenta jest ściśle skorelowany z ogólną sytuacją gospodarczą Polski, na terenie której Emitent oferuje swoje produkty i będącej jednocześnie rejonem aktywności gospodarczej klientów (kontrahentów) Emitenta oraz konsumentów (klientów finalnych). Do głównych czynników o charakterze ogólnogospodarczym, wpływających na działalność Emitenta, można zaliczyć: tempo wzrostu PKB Polski, poziom średniego wynagrodzenia brutto, poziom inflacji, poziom inwestycji podmiotów gospodarczych, stopień zadłużenia jednostek gospodarczych i gospodarstw domowych, koniunktura w branży kosmetycznej. Istnieje ryzyko, że spowolnienie tempa wzrostu gospodarczego, spadek poziomu inwestycji przedsiębiorstw czy wzrost zadłużenia jednostek gospodarczych może mieć negatywny wpływ na działalność oraz sytuację finansową Spółki, poprzez obniżenie popytu na produkty i usługi Emitenta, co w konsekwencji może przełożyć się na pogorszenie wyników finansowych Spółki.

Ryzyko związane z pandemią COVID-19

Wprowadzenie przez polski rząd stanu epidemii oraz szeregu ograniczeń i zakazów mających na celu spowolnienie rozprzestrzeniania się choroby COVID-19 wpłynęło m.in. na okresowe ograniczenie możliwości zakupów w galeriach, drogeriach oraz innych punktach handlowych, w których możliwy jest zakup kosmetyków Spółki. W przypadku przedłużającego się okresu obowiązywania powyższych ograniczeń, powyższa sytuacja może mieć wpływ na sytuację gospodarczą Spółki, ponieważ ograniczenie liczby punktów dystrybucji wpływa na zmniejszenie liczby nabywanych produktów. Należy przy tym zaznaczyć, iż kosmetyki Spółki dostępne są również w sprzedaży internetowej, co minimalizuje wpływ powyższego czynnika ryzyka. Dodatkowo Spółka nawiązała współpracę z MBF Group S.A. w zakresie obsługi zamówień artykułów medycznych i sanitarnych, które pomagają w zatrzymaniu rozwoju pandemii, w tym m.in. maseczek chirurgicznych, co miało na celu zapewnienie Spółce dodatkowego źródła przychodów w okresie występowania pandemii. Ponadto na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania widoczne jest niemal całkowite zniesienie ograniczeń w dostępności punktów handlowych, w związku z czym wpływ pandemii COVID-19 nie powinien mieć na Spółkę znaczącego wpływu. Zarząd Spółki stale monitoruje potencjalny wpływ i podejmuje wszelkie możliwe kroki, aby złagodzić negatywne skutki dla jednostki.



5. Pozostałe informacje.

Zgodnie z art. 49 ust. 2 sprawozdanie Zarządu z działalności powinno obejmować istotne informacje o stanie majątkowym i sytuacji finansowej Spółki. Poniżej zamieszczono nie omówione wcześniej wymagane informacje.

Art. 49 ust 2 pkt. 3

Ważniejsze osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju.

Spółka nie prowadzi działalności badawczo-rozwojowej.

Art. 49 ust 2 pkt. 5

Nabycie udziałów własnych, a w szczególności cel ich nabycia, liczba i wartość nominalna ze wskazaniem, jaką część kapitału zakładowego reprezentują, cenie nabycia oraz cenie sprzedaży tych akcji w przypadku ich zbycia.

W roku obrotowym trwającym od 1 stycznia 2019 r. do 31 grudnia 2019 r. Spółka nie nabywała ani nie sprzedawała udziałów własnych.

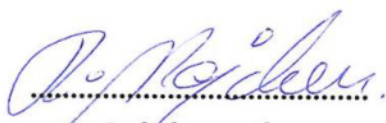
Art. 49 ust 2a

Stosowanie przez Spółkę zasad ładu korporacyjnego.

Spółka w 2019 roku obrotowym stosowała zasady ładu korporacyjnego określonym w Załączniku Nr 1 do Uchwały Nr 795/2008 Zarządu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. z dnia 31 października 2008 r. "Dobre Praktyki Spółek Notowanych na NewConnect", zmienionych Uchwałą Nr 293/2010 Zarządu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. z dnia 31 marca 2010 r. w sprawie zmiany dokumentu "Dobre Praktyki Spółek Notowanych na NewConnect". W dniu 2 lipca 2018 r. Spółka

opublikowała raport EBI nr 3/2018, w którym określone zostały stosowane przez Spółkę zasady ładu korporacyjnego. Do dnia sporządzenia niniejszego sprawozdania zakres przestrzeganych przez Spółkę zasad nie uległ zmianie.

Warszawa, dn. 29 czerwca 2020 roku



*Radosław Majdan
Prezes Zarządu
Vabun S.A.*