

# PRIMAMODA

## **SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI PRIMA MODA S.A.**

1 stycznia 2016 - 31 grudnia 2016

## **SPIS TREŚCI**

### **I. Stan prawny i charakterystyka PRIMA MODA SPÓŁKA AKCYJNA**

1. Informacje ogólne
2. Forma prawna
3. Władze Spółki
4. Struktura akcjonariatu Spółki
5. Oświadczenie o stosowaniu ładu korporacyjnego

### **II. Sytuacja finansowa Spółki**

1. Produkty oferowane
2. Sprzedaż i rynki zbytu
3. Wyniki finansowe
4. Informacje o zaciągniętych i wypowiedzianych w danym roku kredytach i pożyczkach
5. Informacje o udzielonych w danym roku pożyczkach
6. Informacje o udzielonych i otrzymanych w danym roku poręczeniach i gwarancjach
7. Zatrudnienie
8. Informacje o zawartych umowach znaczących

### **III. Informacje dodatkowe**

1. Istotne wydarzenia w 2016 roku
2. Informacje o powiązaniach organizacyjnych lub kapitałowych Spółki z innymi podmiotami.
3. Informacje o istotnych transakcjach zawartych przez emitenta lub jednostkę od niego zależną z podmiotami powiązanymi na innych warunkach niż rynkowe.
4. Opis wykorzystania przez Spółkę wpływów z emisji papierów wartościowych
5. Objasnienie różnic pomiędzy wynikami wykazanymi w raporcie rocznym a wcześniej publikowanymi prognozami wyników na dany rok
6. Ocena zarządzania zasobami finansowymi, ze szczególnym uwzględnieniem zdolności wywiązywania się z zaciągniętych zobowiązań
7. Podstawowe zagrożenia i ryzyka i zarządzanie nimi
8. Ocena możliwości realizacji zamierzeń inwestycyjnych, w tym inwestycji kapitałowych
9. Ocena czynników i nietypowych zdarzeń mających wpływ na wynik z działalności za rok 2016
10. Charakterystyka zewnętrznych i wewnętrznych czynników istotnych dla rozwoju Spółki oraz opis perspektyw rozwoju Spółki
11. Zmiany podstawowych zasad zarządzania
12. Zmiany w składzie osób zarządzających i nadzorujących Spółki, zasady powoływania i odwoływania osób zarządzających
13. Umowy zawarte między Spółką a osobami Zarządzającymi, przewidujące rekompensatę w przypadku ich rezygnacji lub zwolnienia z zajmowanego stanowiska
14. Wynagrodzenia, nagrody lub korzyści wypłacone osobom zarządzającym i nadzorującym
15. Liczba i wartość nominalna akcji Spółki i pozostałych podmiotów grupy kapitałowej, będącą w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących
16. Wykazanie akcjonariuszy posiadających, bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne, co najmniej 5% w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu Spółki
17. Informacje o znanych Spółce umowach w wyniku których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy i obligatariuszy
18. Wskazanie posiadaczy wszelkich papierów wartościowych, które dają specjalne uprawnienia kontrolne w stosunku do Spółki wraz z opisem tych uprawnień
19. Informacje o systemie kontroli programów akcji pracowniczych

20. Ograniczenia dotyczące przenoszenia prawa własności papierów wartościowych Spółki oraz ograniczenia w zakresie wykonania prawa głosu przypadających na akcje Spółki
21. Informacje wynikające z umów zawartych z podmiotem uprawnionym do badania sprawozdań finansowych
22. Systemy kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem
23. Informacja na temat toczących się istotnych postępowań w sądzie
24. Zdarzenia po dniu bilansowym istotnie wpływające na działalność Spółki

## **I. Stan prawny i charakterystyka Spółki PRIMA MODA S.A.**

### **1. Informacje ogólne**

**Firma Spółki:** PRIMA MODA S.A.

**Siedziba Spółki w 2016 r.:** ul. Parafialna 27, 52-233 Wrocław.

**Kapitał zakładowy:** 1.600.000 PLN

**REGON:** 932270815

Spółka powstała na czas nieokreślony.

Spółka została zarejestrowana w Krajowym Rejestrze Sądowym przez numerem KRS 0000271081. Podstawowym przedmiotem działalności spółki według działów Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD) jest działalność w zakresie sprzedaży detalicznej obuwia i wyrobów skórzanych. Rokiem obrotowym spółki jest rok kalendarzowy.

### **2. Forma prawna**

Spółka prowadzi działalność w formie spółki akcyjnej, powstałej w wyniku przekształcenia Spółki Prima Moda z ograniczoną odpowiedzialnością w formie aktu notarialnego sporządzonego przez notariusza Urszulę Gniewek w dniu 11 grudnia 2006 roku (Rep.A-10.302/06).

### **3. Władze Spółki**

#### **3.1 Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy**

W dniu 4 lipca 2016 roku w Kancelarii Notarialnej Edyta Niemirska, Agata Redlicka-Skupińska, Notariusze spółka cywilna odbyło się Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy (ZWZA) Prima Moda S.A. Przedmiotem obrad ZWZA były sprawy objęte porządkiem obrad opublikowanym na korporacyjnej stronie internetowej spółki [www.primamoda.com.pl](http://www.primamoda.com.pl) oraz RB 6/2016;

WZA podjęło następujące uchwały:

Uchwała nr 1 z dnia 4 lipca 2016 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Prima Moda Spółka Akcyjna, w sprawie wyboru przewodniczącego zgromadzenia

Uchwała nr 2 z dnia 4 lipca 2016 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Prima Moda Spółka Akcyjna, w sprawie odstąpienia od wyboru Komisji Skrutacyjnej

Uchwała nr 3 z dnia 4 lipca 2016 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Prima Moda Spółka Akcyjna, w sprawie przyjęcia porządku obrad

Uchwała nr 4 z dnia 4 lipca 2016 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Prima Moda Spółka Akcyjna, w sprawie w sprawie rozpatrzenia i zatwierdzenia sprawozdania Zarządu z działalności Spółki za rok obrotowy 2015

Uchwała nr 5 z dnia 4 lipca 2016 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Prima Moda Spółka Akcyjna, w sprawie rozpatrzenia i zatwierdzenia sprawozdania Rady Nadzorczej Prima Moda S.A. z działalności za rok obrotowy 2015

Uchwała nr 6 z dnia 4 lipca 2016 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Prima Moda Spółka Akcyjna, w sprawie rozpatrzenia i zatwierdzenia sprawozdania finansowego spółki za rok obrotowy 2015

Uchwała nr 7 z dnia 4 lipca 2016 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Prima Moda Spółka Akcyjna, w sprawie sposobu pokrycia straty za rok obrotowy 2015

Uchwała nr 8 z dnia 4 lipca 2016 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Prima Moda Spółka Akcyjna, w sprawie udzielenia absolutorium Prezesowi Zarządu Spółki Dariuszowi Plesiakowi z wykonania przezeń obowiązków w roku obrotowym 2015

Uchwała nr 9 z dnia 4 lipca 2016 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Prima Moda Spółka Akcyjna, w sprawie udzielenia absolutorium Wiceprezes Zarządu Prima Moda Spółka Akcyjna – Katarzynie Butwickiej z wykonania przezeń obowiązków w roku obrotowym 2015

Uchwała nr 10 z dnia 4 lipca 2016 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Prima Moda Spółka Akcyjna, w sprawie udzielenia absolutorium Przewodniczącemu Rady Nadzorczej Spółki Tomaszowi Bistulasowi z wykonania przezeń obowiązków w roku obrotowym 2015

Uchwała nr 11 z dnia 4 lipca 2016 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Prima Moda Spółka Akcyjna, w sprawie udzielenia absolutorium Wiceprzewodniczącemu Rady Nadzorczej Bartoszowi Plesiakowi z wykonania przezeń obowiązków w roku obrotowym 2015

Uchwała nr 12 z dnia 4 lipca 2016 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Prima Moda Spółka Akcyjna, w sprawie udzielenia absolutorium Sekretarzowi Rady Nadzorczej Spółki Jarosławowi Jakubowskiemu z wykonania przezeń obowiązków w roku obrotowym 2015

Uchwała nr 13 z dnia 4 lipca 2016 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Prima Moda Spółka Akcyjna, w sprawie udzielenia absolutorium Członkowi Rady Nadzorczej Spółki Alfredo Sorvillo z wykonania przezeń obowiązków w roku obrotowym 2015

Uchwała nr 14 z dnia 4 lipca 2016 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Prima Moda Spółka Akcyjna, w sprawie udzielenia absolutorium Członkowi Rady Nadzorczej Spółki Pasquale Lupoli z wykonania przezeń obowiązków w roku obrotowym 2015

Uchwała nr 15 z dnia 4 lipca 2016 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Prima Moda Spółka Akcyjna z siedzibą we Wrocławiu w sprawie dalszego istnienia Spółki

Uchwała nr 16 z dnia 4 lipca 2016 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Prima Moda Spółka Akcyjna z siedzibą we Wrocławiu w sprawie zmiany Statutu Spółki

Uchwała nr 17 z dnia 4 lipca 2016 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Prima Moda Spółka Akcyjna z siedzibą we Wrocławiu w sprawie: dematerializacji akcji serii A2, ubiegania się przez

Spółkę o ich dopuszczenie i wprowadzenie do obrotu na rynku regulowanym Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. i zmianie Statutu

### **3.2. Zarząd**

Dariusz Plesiak - Prezes Zarządu

### **3.3. Rada Nadzorcza**

Tomasz Bistulas - Przewodniczący Rady Nadzorczej  
Bartosz Plesiak - Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej  
Jarosław Jakubowski - Sekretarz Rady Nadzorczej  
Pasquale Lupoli - Członek Rady Nadzorczej  
Alfredo Sorvillo - Członek Rady Nadzorczej

### **3.4 Sposób działania Walnego Zgromadzenia**

Walne Zgromadzenie działa wg zasad określonych w Statucie Spółki i Regulaminie Walnego Zgromadzenia PRIMA MODA S.A. (dostępne w języku polskim i angielskim na stronie korporacyjnej <https://primamoda.com.pl>) oraz na podstawie przepisów Kodeksu Spółek Handlowych. Zgromadzenie może odbywać się w siedzibie Spółki lub w Warszawie. Uchwały Walnego Zgromadzenia zapadają zwykłą większością głosów, chyba, że przepisy Kodeksu spółek handlowych stanowią inaczej. Walne Zgromadzenie podejmuje uchwały w sprawach określonych przez Kodeks spółek handlowych, przez inne przepisy prawa oraz statut Spółki. Zwyczajne Walne Zgromadzenie odbywa się raz w roku. Zwoływane jest przez Zarząd. Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy może być zwołane przez uprawnionych, na zasadach obowiązujących w przepisach, Statucie Spółki oraz Regulaminie Walnego Zgromadzenia Prima Moda S.A. Terminy, porządek obrad, projekty uchwał zostaną każdorazowo podane do publicznej wiadomości, zgodnie z obowiązującymi przepisami.

### **3.5 Zasady powoływania i odwoływania osób zarządzających**

Zarząd Prima Moda S.A. powoływany i odwoływany jest w oparciu o przepisy Kodeksu Spółek Handlowych oraz Statutem spółki. Zgodnie ze Statutem Spółki, Członkowie Zarządu PRIMA MODA S.A. w tym Prezes Zarządu, powoływani są uchwałą Rady Nadzorczej na okres 3 letniej kadencji. Zarząd pracuje na podstawie regulaminu Zarządu uchwalonego przez Radę Nadzorczą. Członkowie Zarządu odwoływani są w sposób zgodny z przepisami Kodeksu spółek handlowych. Do kompetencji Zarządu należą wszystkie sprawy niezastrzeżone przez Kodeks spółek handlowych lub Statut dla innych organów

### **3.6 Zasady zmian Statutu Spółki**

Zmiana Statutu Spółki odbywa się na zasadach określonych w Kodeksie spółek handlowych i w Statucie. Uprawnionym do zmian w statucie spółki jest Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy.

#### 4. Najwięksi Akcjonariusze, struktura i zmiany akcjonariatu

Akcjonariusze posiadający co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy PRIMA MODA S.A. Stan na dzień 31.12.2016 r., zgodny z informacjami będącymi w posiadaniu Zarządu:

L.p.	Imię i nazwisko	Liczba akcji	Udział w kapitale zakładowym (%)	Liczba głosów	Udział głosów na Walnym Zgromadzeniu (%)
1	Dariusz Plesiak i Renata Jankiewicz-Plesiak	1.820.000	56,87	3.420.000	71,25
2	Inwest Consulting S.A (INC Investments & Consulting S.A)	260.363	8,13	260.363	5,42
3	Pozostali akcjonariusze	1.119.637	35,00	1.119.637	23,33
	Suma	3.200.000	100	4.800.000	100

Liczba akcji będąca w posiadaniu przez osoby zarządzające i nadzorujące:

Dariusz Plesiak – Prezes Zarządu – 910.000 szt akcji

Pozostałe osoby zarządzające i nadzorujące według wiedzy Zarządu, nie posiadają akcji Spółki.

#### 5. Oświadczenie o stosowaniu ładu korporacyjnego

Zarząd Spółki oświadcza, że w Spółce przestrzegane są wszystkie zasady ładu korporacyjnego pod nazwą „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2016”, przyjęte przez Radę Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. uchwałą z dnia 13 października 2015 r. Wskazane zasady ładu korporacyjnego są publicznie dostępne na stronie internetowej: [https://www.gpw.pl/lad\\_korporacyjny\\_na\\_gpw](https://www.gpw.pl/lad_korporacyjny_na_gpw).

Za system kontroli wewnętrznej oraz jego skuteczność w procesie przygotowania sprawozdań finansowych i raportów okresowych sporządzanych i publikowanych przez emitentów papierów wartościowych odpowiedzialny jest Zarząd Spółki. W celu zabezpieczenia prawidłowości, rzetelności i zgodności z obowiązującymi przepisami sprawozdań finansowych w Spółce, wykorzystywane są elementy systemów kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem. Główne cechy systemu kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem w odniesieniu do procesu sporządzania sprawozdań finansowych to przede wszystkim:

- przejrzysta struktura organizacyjna
- wykwalifikowana kadra,
- bezpośredni nadzór kierownictwa,

- weryfikacja sprawozdań przez biegłego rewidenta.

Osoby odpowiedzialne za przygotowanie sprawozdań finansowych w ramach sprawozdawczości finansowej i zarządczej Spółki tworzą wysoko wykwalifikowany zespół zarządzany bezpośrednio przez Zarząd Spółki. Dane finansowe będące podstawą sprawozdań finansowych i raportów okresowych pochodzą ze stosowanej przez spółkę miesięcznej sprawozdawczości finansowej i zarządczej. Zarząd Spółki, po zamknięciu każdego miesiąca księgowego, analizuje wyniki finansowe Spółki w porównaniu do poprzednich okresów i założeń budżetowych. Ponadto raporty okresowe podlegają przeglądom i badaniom przez niezależnego audytora. Wnioski z przeglądu lub badania przedstawiane są Zarządowi Spółki po zakończeniu czynności, a zalecenia wynikające z przeglądu procedur zarządzania ryzykiem i mechanizmów kontroli wewnętrznej są konsekwentnie wdrażane. Spółka stale monitoruje istotne czynniki ryzyka prawnego, podatkowego, gospodarczego i operacyjnego, które mogą mieć wpływ na wyniki jej działalności.

Nie istnieją żadne papiery wartościowe wyemitowane przez Emitenta, które dają specjalne uprawnienia kontrolne.

Żaden z posiadaczy akcji Emitenta nie jest ograniczony odnośnie do wykonywania prawa głosu, w całości bądź określonej części lub liczbie głosów. Żadnego z posiadaczy akcji Emitenta nie dotyczą ograniczenia czasowe związane z wykonywaniem prawa głosu lub zapisy, zgodnie z którymi, przy współpracy spółki, prawa kapitałowe związane z papierami wartościowymi są oddzielone od posiadania papierów wartościowych.

Brak jest ograniczeń dotyczących przenoszenia prawa własności papierów wartościowych Emitenta.

Członków Zarządu Emitenta stosownie do postanowień Statutu Spółki powołuje i odwołuje Rada Nadzorcza. Zasady powoływania i odwoływania osób zarządzających opisane są w Statucie Spółki w §18 do §22, który dostępny jest na stronie internetowej: <https://www.primamoda.com.pl/relacje-inwestorskie/pl/lad-korporacyjny/statut/>.

Zasady zmiany statutu opisane są w Statucie Spółki, który dostępny jest na stronie internetowej: <https://www.primamoda.com.pl/relacje-inwestorskie/pl/lad-korporacyjny/statut/>.

Zasady działania Walnego Zgromadzenia opisane są w Statucie Spółki w §9 do §12, który dostępny jest na stronie internetowej: <https://www.primamoda.com.pl/relacje-inwestorskie/pl/lad-korporacyjny/statut/>.

## **II. Sytuacja finansowa Spółki**

### **1. Produkty oferowane**

Podstawową działalnością Spółki jest sprzedaż obuwia damskiego i męskiego oraz produktów komplementarnych. Produkty Prima Moda znajdują się w segmencie obuwia średnim i wyższym. Pochodzą od renomowanych producentów głównie włoskich. Towary sprzedawane są poprzez sieć salonów firmowych „Prima Moda” oraz w e commerce. Prima Moda jest jednym z liderów polskiego rynku, oferującego najbardziej modowo aktualne towary. Oferta Spółki obejmuje wysokiej klasy obuwie wizytowe, weekendowe i codzienne, torebki, galanterię skórzaną oraz środki do pielęgnacji obuwia. Procentowa wartość sprzedaży obuwia w stosunku do innych towarów wynosi ok. 85%. Oferta ukierunkowana jest na wymagających klientów, dla których ważna jest zarówno wysoka jakość oferowanego obuwia jak i jego oryginalność a zwłaszcza modowość. Obuwie prezentowane w salonach firmowych sygnowane jest przede wszystkim marką Prima Moda. Znacznie mniejszym stopniu innymi markami, uzupełniającymi dane kolekcje. Dzięki umiejętnemu dobieraniu kolekcji, wizerunek marki Prima Moda cieszy się wysoką rozpoznawalnością na rynku.

### **2. Sprzedaż i rynki zbytu**

Spółka prowadzi sprzedaż detaliczną obuwia damskiego i męskiego poprzez sieć własnych salonów obuwniczych oraz e commerce. Salony Prima Moda SA ulokowane są w najatrakcyjniejszych galeriach i centrach handlowych w Polsce.

### **3. Wyniki finansowe**

Spółka wypracowała ponad 9 mln zysku w roku obrotowy 2016 udowadniając skuteczność przyjętej strategii restrukturyzacyjno-rozwojowej wdrożonej w minionym roku i kontynuowanej w roku bieżącym. Trend wzrostowy sprzedaży osiągnięto dzięki konsekwentnej budowie modelu sprzedaży wielokanałowej, który jest dostosowany do bieżących preferencji klientów. Do sukcesu przyczyniło się także wzbogacenie oferty handlowej oraz trafne decyzje podjęte w odniesieniu do strategii finansowej spółki. PRIMAMODA będzie kontynuowała realizację wymienionych założeń w celu osiągnięcia kolejnych sukcesów na rynku w nadchodzących latach.

### **4. Informacje o zaciągniętych i wypowiedzianych w danym roku kredytach i pożyczkach**

Informacje na temat kredytów i zaciągniętych pożyczek w 2016, zawiera Sprawozdanie Finansowe za 2016 rok. Opis szczegółowy znajduje się w nocie 32 i 33.

### **5. Informacje o udzielonych w danym roku pożyczkach**

W roku 2016 spółka nie udzieliła pożyczek.

Dodatkowo splotono pożyczkę w wysokości 1.000.000,00 PLN w dniach 22 i 23 marca 2016 udzieloną członkowi zarządu.

### **6. Informacje o udzielonych i otrzymanych w danym roku poręczeniach i gwarancjach**

Szczegółowe informacje odnośnie udzielonych i otrzymanych w danym roku poręczeniach i gwarancjach zawiera Sprawozdanie Finansowe, nota 38.



## 7. Zatrudnienie

### Przeciętne zatrudnienie

Wyszczególnienie	01.01.2016 - 31.12.2016	01.01.2015 - 31.12.2015
Zarząd	1	2
Pracownicy salonów	157	172
Pozostali pracownicy	25	24
Łącznie	184	198

## 8. Informacje o zawartych umowach znaczących

W roku 2016 Prima Moda S.A. zawarła następujące umowy spełniające przesłanki umów znaczących:

W dniu 19 grudnia 2016 r. emisja obligacji serii B doszła do skutku (RB 22/2016)

## 9. Założenie kontynuacji działalności gospodarczej i porównywalność sprawozdań finansowych

Sprawozdanie z działalności zostało sporządzone przy założeniu kontynuowania działalności gospodarczej przez Spółkę w dającej się przewidzieć przyszłości. W IV kwartale 2016 roku Spółka kontynuowała procesy restrukturyzacyjne, koncentrując się na eliminacji nierentownych sklepów i zwiększaniu efektywności sprzedaży. Dzięki tym działaniom Spółka istotnie poprawiła wyniki IV kwartału w porównaniu do analogicznego okresu roku poprzedniego. Efekty te widać również w ujęciu rocznym. Mimo niższej wartościowo sprzedaży o 9,2% w stosunku do roku ubiegłego, masa marży Spółki jest niższa zaledwie o 3,6%, dzięki wzrostowi marży brutto na sprzedaży z 54,1% w 2015 do 57,4% w 2016 (w samym IV kwartale wzrost odpowiednio z 56,4% do 60,8%). Jednocześnie Spółka ograniczyła koszty operacyjne, które spadły w porównaniu do roku ubiegłego o 14,3%. Ich poziom w odniesieniu do sprzedaży również zmalał z 62,8% w 2015 roku do 59,3% w 2016 roku. Rentowność netto Spółki w roku 2016 wyniosła 24,9% w porównaniu do -10,7% w roku ubiegłym. Nawet po korekcie wyników Spółki o transakcję jednorazową zwiększającą zysk, w kwocie 9.942 tys. PLN, wyniki Spółki zarówno na poziomie EBIT jak i wyniku netto, są znacząco wyższe od zeszłorocznych. Spółka wciąż prowadzi działania zmierzające do dalszej poprawy wyników. W IV kwartale 2016 Spółka pozyskała pod koniec grudnia finansowanie zewnętrzne, dzięki czemu zwiększyła zatowarowanie, uzupełniając swoją ofertę, co powinno znaleźć korzystne odzwierciedlenie w wyższej skuteczności sprzedaży w kolejnych okresach. Ponadto, poprzez stale rosnącą sprzedaż sklepu internetowego, Spółka zwiększa efektywność sprzedaży ogółem. Na dzień dzisiejszy w ocenie Spółki nie istnieją zagrożenia dla kontynuacji działalności w dającej się przewidzieć przyszłości.

W okresie najbliższych miesięcy 2017 r. Spółka kończyć będzie proces reorganizacji, optymalizując strukturę punktów sprzedaży i zwiększając ich efektywność. Na skutek poszerzenia wysokomarżowego asortymentu i wprowadzeniu nowych linii produktowych, Spółka utrzyma wysoką marżę brutto na sprzedaży. Model sprzedaży wielokanałowej – omnichannel zwiększy dostępność oferty Spółki, dzięki czemu wrosnąć powinna zarówno ilość stałych klientów, jak i rozpoznawalność marki PRIMAMODA.

Spółka planuje w pierwszej połowie 2017 r. zakończyć wdrażanie modelu sprzedaży wielokanałowej. Ponadto, poza bieżącą renowacją istniejących salonów, Spółka nie planuje w najbliższym czasie istotnych inwestycji.

### **III. Informacje dodatkowe**

#### **1. Istotne wydarzenia**

Spółka zakończyła rok obrotowy 2016 z zyskiem w wysokości ponad 9 mln złotych tym samym potwierdzając efektywność obranego kierunku rozwoju. Bardzo ważny jest odnotowany wzrost udziału w sprzedaży kanału e commerce obrazujący aktualne trendy konsumenckie. Istotne były również trafne decyzje o zamknięciu wybranych salonów stacjonarnych co wpłynęło na zmniejszenie obciążeń spółki. Jednocześnie PRIMAMODA skoncentrowała się na dostosowaniu pozostałych salonów do efektywnego profilu sprzedażowego. Zgodnie z informacją podaną w punkcie 8 z sukcesem zakończyła się emisja obligacji serii B będąca ważnym elementem planu przewidzianego na rok 2016.

PRIMAMODA będzie kontynuowała rozwój omnichannel w oparciu o zgromadzone doświadczenie, wzbogacała ofertę handlową i dostosowywała się do zmieniających się dynamicznie preferencji klientów umożliwiając osiągnięcie celów postawionych przed spółką na najbliższe lata.

#### **2. Informacje o powiązaniach organizacyjnych lub kapitałowych Spółki z innymi podmiotami**

W 2016 r. brak jest powiązań organizacyjnych lub kapitałowych z innymi podmiotami.

#### **3. Informacje o istotnych transakcjach zawartych przez emitenta lub jednostkę od niego zależną z podmiotami powiązanymi na innych warunkach niż rynkowe.**

W okresie sprawozdawczym nie wystąpiły transakcje z podmiotami powiązanymi, na warunkach innych niż rynkowe.

#### **4. Opis wykorzystania przez Spółkę wpływów z emisji papierów wartościowych**

W dniu 19 grudnia 2016 r. emisja obligacji serii B doszła do skutku (RB 22/2016)

#### **5. Objaśnienie różnic pomiędzy wynikami wykazanymi w raporcie rocznym a wcześniej publikowanymi prognozami wyników na dany rok**

Spółka nie publikowała prognoz na rok 2016.

#### **6. Ocena zarządzania zasobami finansowymi, ze szczególnym uwzględnieniem zdolności wywiązywania się z zaciągniętych zobowiązań**

Prima Moda S.A. dokonuje bieżącej analizy płynności finansowej, której celem jest osiągnięcie optymalnej struktury w zakresie poziomu zadłużenia, posiadanych zobowiązań oraz realizowanych płatności. Jako detalista, Spółka otrzymuje stałe, codzienne wpływy gotówki co pozwala utrzymywać optymalny poziom zobowiązań wobec kontrahentów. W 2016 roku Prima Moda SA aktywnie wykorzystywała posiadane limity bankowe w celu sfinansowania bieżących potrzeb finansowych. Następowala systematyczna konwersja między posiadanymi: kredytem rewolwingowym a zadłużeniem w rachunku bieżącym. Zarządzanie ryzykiem finansowym zostało opisane szczegółowo w sprawozdaniu finansowym za 2016 r. w notcie 43.

#### **7. Podstawowe zagrożenia i ryzyka oraz zarządzanie nimi**

Spółka prowadzi działalność handlową w oparciu o sieć sklepów w wynajmowanych lokalach. Spółka jest importerem towaru głównie z Włoch, gdzie współpracuje z siecią około 100 dostawców. Zakupy

dokonywane są w strefie Euro. Główne ryzyka dotyczące działalności Spółki skupiają się wokół zagrożeń związanych z rynkiem handlu w warunkach silnej konkurencji.

### **7.1. Ryzyko związane z nasileniem konkurencji**

Obecnie na polskim rynku funkcjonuje stosunkowo duża liczba znaczących dystrybutorów obuwia, co powoduje, że wzrasta także presja konkurencyjna we wszystkich segmentach rynku, także w segmencie średnim i wyższym, w którym funkcjonuje Spółka. Skutkiem powyższego może być umocnienie pozycji rynkowej dystrybutorów obuwia, rozszerzenie skali działalności oraz zaostrzenie walki konkurencyjnej. Branżę, w której działa Spółka, cechuje wysoka konkurencyjność. Chłonność rynku polskiego wzrasta równoległe z rozwojem makroekonomicznym oraz poprawą sytuacji ekonomicznej konsumentów, co czyni polski rynek atrakcyjnym dla podmiotów zagranicznych. W segmencie obuwia klasy średniej i wyższej, oryginalne wzornictwo, wysoki komfort użytkowania oraz dysponowanie silną i uznaną marką decydują o sukcesie rynkowym. W celu sprostanania wysokim wymaganiom klienta, Spółka w zakresie zaopatrzenia współpracuje przede wszystkim z producentami z Włoch, natomiast w zakresie stylizacji z renomowanymi włoskimi projektantami. Ponadto, istotnym czynnikiem budującym przewagę konkurencyjną jest umiejscowienie salonów firmowych w punktach łatwo dostępnych i prestiżowych, takich jak duże centra i galerie handlowe, szczególnie w większych miastach, gdzie siła nabywcza mieszkańców jest wyższa niż średnia w kraju. Spółka może być zmuszona do poniesienia zwiększonych kosztów związanych z promocją marki i dotarciem do klienta, co może wpłynąć na wyniki finansowe Spółki. Działalność firm konkurencyjnych może również wymusić konieczność zmiany polityki cenowej Spółki oraz może przyczynić się do utraty części dotychczasowych oraz potencjalnych klientów Spółki, co może negatywnie wpłynąć zarówno na wielkość przychodów, jak i rentowność realizowaną przez Spółkę.

### **7.2. Ryzyko związane ze zmianą tendencji rynkowych odnośnie źródeł zaopatrzenia**

Spółka działa w segmencie rynku obuwniczego określanym jako segment średni i wyższy, co oznacza, że posiada w swojej ofercie handlowej obuwie charakteryzujące się wysoką jakością wzorniczą, materiałami, najnowszą modą. Aktualnie coraz popularniejsze wśród dystrybutorów obuwia, także segmentu średniego i wyższego, jest importowanie towarów produkowanych w krajach Dalekiego Wschodu, a następnie sygnowanie ich własną marką. Taka praktyka rynkowa negatywnie wpływa na ogólne postrzeganie jakości towarów przez klientów, mogąc przyczynić się do obniżenia przychodów ze sprzedaży tego segmentu rynku, także przychodów Spółki, oraz osłabić konkurencyjność podmiotów takich jak Spółka, faktycznie zaopatrujących się u producentów z Europy. Spółka dokonuje zakupów towaru głównie u producentów włoskich, w związku z czym może zapewnić wysoką jakość wzorniczą oferowanego obuwia i wyrobów komplementarnych.

### **7.3. Ryzyko związane z tendencjami w modzie i zmianą gustów nabywców**

Sukces rynkowy Spółki uzależniony jest od skuteczności rozpoznania przyszłych trendów w modzie, preferencji klientów oraz zaoferowania produktów trafiających w ich gust. Ewentualne niedopasowanie oferty do potrzeb i oczekiwań klientów może przełożyć się na konieczność obniżenia marży oraz realizację przychodów i zysków mniejszych od zakładanych. Ponadto, istnieje ryzyko, iż z powodu zmiany gustów klientów, oferowane przez Spółkę obuwie nie zostanie sprzedane w danym sezonie i Spółka nie zrealizuje zysków w pełnym wymiarze. Spółka stara się ograniczać ryzyko nietrafienia w gust klientów poprzez podjęcie współpracy z renomowanymi stylistami w zakresie zlecenia doboru materiałów oraz dodatków do obuwia. Spółka zleca produkcję towarów głównie u producentów włoskich, dla których wzornictwo tworzone jest przez znanych kreatorów mody. Ponadto, Spółka stale monitoruje rynek celem dostosowania oferty do oczekiwań klientów i zaspokojenia ich potrzeb. Spółka oferuje towary od różnych dostawców, prezentujących nieco odmienne style, co dodatkowo ogranicza ryzyko nietrafienia kolekcji w całości.

### **7.4. Ryzyko związane z sezonowością sprzedaży**

W branży obuwniczej występuje zjawisko sezonowości popytu. Zazwyczaj największe przychody Spółka realizuje na początku sezonu jesień-zima. Sezonowość wpływa również na wysokość wyniku finansowego generowanego przez Spółkę w poszczególnych kwartałach, a także przyczynia się do zwiększenia zapotrzebowania na kapitał obrotowy. Z uwagi na realizację wyższych przychodów na początku sezonu jesień-zima i gromadzenie towarów przed sezonem sprzedaży, Spółka odnotowuje zwiększenie poziomu zapasów oraz ponosi wyższe koszty magazynowe. Istotnym zagrożeniem dla Spółki jest przedłużająca się mroźna zima, mogąca skutkować w ograniczeniu popytu na obuwie i akcesoria z kolekcji wiosenno-letniej. W konsekwencji może się to przełożyć na konieczność obniżenia marży i realizację niższych przychodów oraz wyniku finansowego. System zaopatrzenia Spółki charakteryzuje się dużą elastycznością, w związku z czym Spółka może częściowo ograniczać szkodliwy wpływ zjawiska sezonowości i niekorzystnych warunków pogodowych.

#### **7.5. Ryzyko związane z lokalizacją punktów sprzedaży**

Kluczowym czynnikiem sukcesu w branży jest lokalizacja salonów sprzedaży w najbardziej atrakcyjnych galeriach i centrach handlowych dużych miast. Otwierając nowe salony, Spółka ponosi różnorodne koszty związane z rozpoznaniem rynku i wyborem odpowiedniej lokalizacji, koszty adaptacji wnętrza oraz zatowarowania. Istnieje ryzyko, że wybór określonej lokalizacji okaże się nietrafiony z uwagi na realizację niższych od zakładanych przychodów i zysków (a w skrajnym przypadku istnieje możliwość poniesienia straty w skali pojedynczego salonu). Spółka stara się minimalizować powyższe ryzyko w ten sposób, że wybór nowej lokalizacji każdorazowo poprzedzony jest odpowiednimi sondażami oraz badaniem doświadczenia deweloperów powierzchni komercyjnych w obiektach handlowych, stanowiących docelową lokalizację salonów Spółki. Obecnie również Spółka stara się pozyskiwać powierzchnie w galeriach już istniejących o określonej renomie, w których lokacja salonu jest obciążona mniejszym ryzykiem niż w przypadku galerii nowych. Przeprowadzając analizę potencjalnej lokalizacji salonu, Spółka bada także przyszłe otoczenie salonu i ofertę sąsiadujących salonów w galeriach handlowych, dążąc do zachowania spójności pod kątem zaspokojenia potrzeb podobnych grup klientów. Ponadto, rozbudowując sieć sprzedaży, Spółka podejmuje działania mające na celu ograniczenie wpływu jednostkowego wyniku salonu sprzedaży na kondycję finansową całej Spółki.

#### **7.6. Ryzyko związane ze strukturą majątku Spółki**

Z uwagi na charakter działalności Spółki, znaczącą część jej aktywów stanowi majątek obrotowy, w tym najistotniejszą pozycją są zapasy. Zapasy będące w posiadaniu Spółki są płynne i zapewniają zarówno bieżące, jak i przyszłe bezpieczeństwo jej funkcjonowania operacyjnego, natomiast ich wartość jest skorelowana z prognozą sprzedaży na kolejne okresy. Z uwagi na występującą sezonowość sprzedaży poziom zapasów i zobowiązań w trakcie roku ulega istotnym zmianom. Jest to szczególnie zauważalne w okresach kumulowania zapasów na dany sezon (Wiosna/Lato lub Jesień/Zima). Należy również dodać, iż Spółka musi utrzymywać stały poziom zapasów, który stanowi towar bieżącej oferty w punktach sprzedaży. Nie można jednak wykluczyć potencjalnego ryzyka, że Spółka nie będzie w stanie upłynniać zapasów zgodnie z planem i w związku z tym terminowo regulować części swoich zobowiązań. Istotny wpływ na rotację zapasów mają warunki pogodowe.

#### **7.7. Ryzyko związane ze współpracą z dostawcami**

W zakresie dostaw Spółka współpracuje od kilku lat z ponad 100 producentami obuwia głównie z Włoch, Spółka nie realizuje z żadnym z dostawców obrotów przekraczających 10% wartości całości przychodów, co wpływa na znaczną dywersyfikację zamówień, zatem ryzyko związane z załamaniem zaopatrzenia jest niewielkie.

#### **7.8. Ryzyko związane z opóźnieniami w realizacji inwestycji przez deweloperów powierzchni komercyjnych wynikającymi z czynników losowych**

Ewentualne opóźnienia w otwarciu niektórych salonów mogą przełożyć się na zrealizowanie przychodów i zysków niższych niż zakładane, np. w wyniku rozpoczęcia sprzedaży w sezonie niekorzystnym dla

branży - zima, a także w wyniku zwiększonych kosztów magazynowania zapasów przeznaczonych na zatowarowanie nowych salonów.

### **7.9. Ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną Polski**

Wysokość przychodów Spółki uzależniona jest także od sytuacji makroekonomicznej w kraju, która ma wpływ na poziom zamożności społeczeństwa i jego skłonność do konsumpcji. Poprawa sytuacji materialnej społeczeństwa przyczynia się do zwiększenia popytu na towary znajdujące się w ofercie handlowej Spółki, określane jako towary segmentu średnio-wyższego. Ograniczanie skutków tego ryzyka wiąże się z bardzo wnikliwą bieżącą analizą sprzedaży w korelacji z ilością i rodzajem zamówionego towaru.

### **7.10. Ryzyko związane z wahaniami kursów walutowych**

Towary sprzedawane przez Spółkę pochodzą przede wszystkim z Włoch, dlatego też większość zakupów rozliczana jest w Euro. Ponadto umowy najmu na lokale handlowe w 100% zawierane są w Euro. Spółka narażona jest na ryzyko związane z wahaniami kursów walutowych. Wartość złotówki w stosunku do Euro, ma duży wpływ na wyniki finansowe spółki. Spółka prowadzi stały monitoring kosztów ponoszonych w Euro i innych walutach w celu ewentualnych renegocjacji zawartych kontraktów.

### **7.11. Ryzyko związane z poziomem stóp procentowych**

Spółka w swojej działalności bierze pod uwagę dalszą możliwość finansowania swojej działalności kapitałami obcymi w postaci pożyczek lub kredytów bankowych.

Do ewentualnych innych czynników mogących wpłynąć na sytuację Spółki, można zaliczyć:

- A. Zmianę otoczenia prawnego, szczególnie w zakresie wprowadzenia zakazu lub ograniczenia czasu handlu w niedzielę;
- B. Zdarzenia losowe, wpływające na gotowość klientów do czynienia zakupów lub ograniczenia w handlu w centrach i galeriach spowodowane takimi zdarzeniami;
- C. Przeprowadzenie nieskutecznej kampanii marketingowej obejmującej promocję marki i wzmocnienie wizerunku, co może przełożyć się na niższą od planowanej dynamikę wzrostu przychodów ze sprzedaży, osłabić wizerunek i rozpoznawalność marki PRIMA MODA. Spółka minimalizuje to ryzyko korzystając z usług wyspecjalizowanych podmiotów.

## **8. Ocena możliwości realizacji zamierzeń inwestycyjnych, w tym inwestycji kapitałowych.**

Spółka aktualnie koncentruje się na rozwoju omnichannel, wzbogaceniu oferty handlowej oraz modernizacji posiadanych placówek, szczególnie tych najważniejszych.

## **9. Ocena czynników i nietypowych zdarzeń mających wpływ na wynik z działalności za rok 2016**

Istotnym czynnikiem mającym wpływ na operacyjne działanie Spółki w 2016 roku było zwiększenie się konkurencji w obszarze e-commerce.

## **10. Charakterystyka zewnętrznych i wewnętrznych czynników istotnych dla rozwoju Spółki oraz opis perspektyw rozwoju Spółki:**

Rozwój Spółki realizowany jest w głównej mierze z wygenerowanych nadwyżek pieniężnych lub kredytów bankowych. Ich dostępność oraz wysokość determinuje skalę prowadzonych działań na polu ekspansji sieci detalicznej. Kluczowy dla samego rozwoju jest sentyment potencjalnych klientów, poziom konsumpcji oraz sytuacja gospodarcza w kraju. Prima Moda SA na bazie posiadanych prognoz największych instytucji finansowych oraz własnych analiz stara się dostosować optymalny poziom rozwoju do bieżącej i przyszłej sytuacji rynkowej. Kluczowym czynnikiem zaburzającym osiągnięcie krótkookresowych celów jest pogoda, która ma bardzo istotny wpływ na realizowaną sprzedaż, ale również marżę brutto na sprzedaży.

Aktualna sytuacja rynkowa oraz możliwości finansowe Spółki ograniczają ambitne plany rozwoju oraz dynamicznej ekspansji zagranicznej. Dalsza poprawa wyników oraz uzyskanie satysfakcjonującego poziomu rentowności pozwoli na ponowne realizowanie strategii wzrostu na rynku CEE.

#### **11. Zmiany podstawowych zasad zarządzania:**

W roku 2016 nie wystąpiły istotne zmiany w zasadach zarządzania Spółką.

#### **12. Zmiany w składzie osób zarządzających i nadzorujących Spółki, zasady powoływania i odwoływania osób zarządzających:**

##### **Zarząd**

<b>od 01.01.2016 do 31.12.2016</b>	
<b>Osoba</b>	<b>Funkcja</b>
Plesiak Dariusz	Prezes Zarządu

##### **Rada Nadzorcza**

<b>Od 01.01.2016</b>	<b>Do 31.12.2016</b>
<b>Osoba</b>	<b>Funkcja</b>
Tomasz Bistulas	Przewodniczący Rady
Bartosz Plesiak	Wiceprzewodniczący
Jarosław Jakubowski	Sekretarz Rady Nadzorczej
Pasquale Lupoli	Członek Rady
Arfredo Sorvillo	Członek Rady

#### **13. Umowy zawarte między Spółką a osobami Zarządzającymi, przewidujące rekompensatę w przypadku ich rezygnacji lub zwolnienia z zajmowanego stanowiska:**

Nie występują umowy zawarte między Spółką a osobami zarządzającymi, przewidujące rekompensatę w przypadku ich rezygnacji lub zwolnienia z zajmowanego stanowiska bez ważnej przyczyny lub gdy ich odwołanie lub zwolnienie następuje z powodu połączenia Spółki przez przejęcie.

#### **14. Wynagrodzenia, nagrody lub korzyści wypłacone osobom zarządzającym i nadzorującym:**

W 2016 członkowie Zarządu Spółki otrzymali wynagrodzenie zaprezentowane w sprawozdaniu finansowym w nocie 48.

#### **15. Liczba i wartość nominalna akcji Spółki i pozostałych podmiotów grupy kapitałowej, będącą w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących:**

Liczba akcji będąca w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących:

Dariusz Plesiak – Prezes Zarządu – 910.000 szt. akcji wartości nominalnej 455.000 PLN;

Pozostałe osoby zarządzające i nadzorujące według wiedzy Zarządu, nie posiadają akcji Spółki.

**16. Wykazanie akcjonariuszy posiadających, bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne, co najmniej 5% w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu Spółki:**

Na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania, liczba głosów na WZA spółki kształtuje się następująco:

Dariusz Plesiak i Renata Jankiewicz-Plesiak posiadają 71,25 % ogółu głosów na WZA.

INC Investments & Consulting S.A. posiada 5,42 % ogółu głosów na WZA

**17. Informacje o znanych Spółce umowach w wyniku których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy i obligatariuszy:**

Spółka nie posiada informacji o umowach w wyniku których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy i obligatariuszy.

**18. Wskazanie posiadaczy wszelkich papierów wartościowych, które dają specjalne uprawnienia kontrolne w stosunku do Spółki wraz z opisem tych uprawnień:**

Spółka nie emitowała papierów wartościowych dających specjalne uprawnienia kontrolne w stosunku do Spółki.

**19. Informacje o systemie kontroli programów akcji pracowniczych:**

W Spółce PRIMA MODA S.A. nie funkcjonuje program akcji pracowniczych.

**20. Ograniczenia dotyczące przenoszenia prawa własności papierów wartościowych Spółki oraz ograniczenia w zakresie wykonania prawa głosu przypadających na akcje Spółki**

**20.1. Ograniczenia wykonywania prawa głosu**

Zgodnie ze Statutem Spółki na 31.12.2016 r. przyznanie prawa głosu zastawnikowi i użytkownikowi akcji wymaga zgody Rady Nadzorczej. W okresie gdy akcje spółki publicznej, na których ustanowiono zastaw lub użytkowanie – są zapisane na rachunku papierów wartościowych w domu maklerskim lub w banku prowadzącym rachunki papierów wartościowych – prawo głosu z tych akcji przysługuje akcjonariuszowi.

**20.2 Ograniczenia przenoszenia prawa własności akcji**

Zgodnie ze Statutem Spółki akcje imienne serii A, zostały wydane w zamian za udziały w przekształconej spółce z ograniczoną odpowiedzialnością Prima Moda spółka z ograniczoną odpowiedzialnością. Uprzywilejowane są co do głosu – w ten sposób, że każda akcja tej serii daje prawo do dwóch głosów

na Walnym Zgromadzeniu. Zniesienie lub ograniczenie tego uprzywilejowania wymaga zgody akcjonariuszy, których to dotyczy. Uprzywilejowanie tych akcji wygasa w przypadku ich zmiany na akcje na okaziciela.

## **21. Informacje wynikające z umów zawartych z podmiotem uprawnionym do badania sprawozdań finansowych:**

Badanie sprawozdania finansowego PRIMA MODA S.A. prowadzi PKF Consult Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością spółka komandytowa z siedzibą 02-695 Warszawa ul. Orzycka 6 lok. 1B Region Zachód, wpisana na listę podmiotów uprawnionych do badania sprawozdań finansowych pod numerem 477 oraz zarejestrowaną w rejestrze przedsiębiorców prowadzonym przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sadowego pod numerem KRS 579479, NIP 521-052-77-10 | REGON 010143080. Podmiot został wybrany przez Radę Nadzorczą uchwałą nr 1/07/2016 w dniu 21.07.2016 roku.

W latach poprzednich spółka korzystała z usług obecnego audytora.

Wynagrodzenie biegłego rewidenta jest podane w sprawozdaniu finansowym w nocie nr 58

## **22. Systemy kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem**

Za system kontroli wewnętrznej w Spółce i jego skuteczność w procesie sporządzania sprawozdań finansowych i raportów okresowych odpowiedzialny jest Zarząd Spółki. W zakresie oceny funkcjonującego w Spółce systemu kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykami istotnymi dla Spółki, Zarząd uznaje, że obecny system regulaminów, odpowiedzialności służbowej i sposobu podejmowania decyzji przez Zarząd ogranicza wpływ negatywnych zdarzeń na funkcjonowanie i wartość Spółki. W zakresie systemu kontroli wewnętrznej w Spółce funkcjonuje trójstopniowy system kontroli wydatków i zakupów, system kontroli obrotu towarami oparty na zintegrowanym systemie komputerowym. Również w zakresie oceny i zapobieganiu ryzyk mogącym mieć wpływ na działalność Spółki, Zarząd prowadzi ciągły monitoring sytuacji na rynku obuwicznym zarówno w Polsce jak i zagranicą, głównie we Włoszech. Pion Finansowo-Księgowy kierowany przez Dyrektora Finansowego odpowiada za przygotowywanie sprawozdań finansowych i raportów okresowych Spółki. Publikowane półroczne i roczne sprawozdania finansowe oraz dane finansowe będące podstawą tej sprawozdawczości poddawane są przeglądowi lub badaniu audytora Spółki.

## **23. Informacja na temat istotnych postępowań toczących się przed sądem**

Sprawy sporne, których uczestnikiem jest spółka, zostały szczegółowo opisane w sprawozdaniu finansowym w nocie 52.

## **24. Zdarzenia po dniu bilansowym istotnie wpływające na działalność Spółki:**

Zdarzenia takie nie wystąpiły.

## **W imieniu Zarządu Prima Moda Spółka Akcyjna:**

Dariusz Plesiak – Prezes Zarządu



Wrocław 28.04.2017 rok