



HubStyle

SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI
GRUPY KAPITAŁOWEJ HUBSTYLE ORAZ HUBSTYLE S.A. ZA 2016 ROK
za okres od 01.01.2016 do 31.12.2016

Szanowni Państwo,

W 2016 roku zrealizowaliśmy przychody ze sprzedaży w wysokości 21,4 mln zł. Dynamiczny wzrost przychodów całej Grupy Kapitałowej o 57 proc. jest spowodowany przede wszystkim realizacją objętej strategii i wzrostem skali działalności prowadzonej w segmencie sprzedaży odzieży, który stał się wiodącą działalnością Grupy Kapitałowej. Kontrybucja segmentu sprzedaży odzieży do skonsolidowanych przychodów Grupy w 2016 r. była bardzo istotna i przekroczyła po raz pierwszy ponad połowę całkowitych przychodów Grupy, i wyniosła 53 proc.

W 2016 roku kontynuowaliśmy realizację strategii polegającej na budowie silnego portfolio własnych marek lifestylowych oraz działań potwierdzających trwałą rentowność działalności Nokaut.pl. Pracowaliśmy nad rozwojem i optymalizacją w całej Grupie aby móc zwiększać skalę działalności, usprawnić procesy i wzmocnić naszą pozycję rynkową.

W segmencie sprzedaży odzieży wdrożyliśmy innowacyjne rozwiązania w zakresie dystrybucji odzieży w kanale e-commerce. Podjęliśmy wiele wyzwań optymalizacji procesów operacyjnych. Naszym głównym źródłem dotarcia do klienta pozostały szeroko pojęte media społecznościowe, gdzie znacznie zwiększyliśmy efektywność i skalę działania. W 2016 roku podejmowaliśmy kroki rozwojowe w ramach innowacyjnej sprzedaży wielokanałowej omnichannel, dlatego jesteśmy również obecni w kanale tradycyjnego retailu, który wspierał nasz główny kanał. W minionym roku otworzyliśmy pierwszy sklep typu pop-up dla marki Sugarfree w Centrum Handlowym Posnania w Poznaniu. Dzięki otwarciu sklepu Grupa dociera ze sprzedażą stacjonarną do kolejnego rynku zbytu. W celu sprzedaży krzyżowej w 2016 roku otworzyliśmy również pierwszy multi-showroom dla naszych marek, który mieści się przy ul. Inflanckiej w Warszawie. Podejmowaliśmy również kolejne działania marketingowe zwiększające rozpoznawalność marek, m.in. poprzez zacieśnianie współpracy ze znanymi osobami. Zrealizowaliśmy kilkanaście profesjonalnych sesji prezentujących kolekcje naszych brandów. Przeprowadziliśmy również rebranding dla marki Sugarfree i przygotowaliśmy się do uruchomienia nowej strony internetowej. Dzięki podjętym działaniom przychody segmentu sprzedaży odzieży, wyniosły 12 mln zł co oznacza, że wzrosły ponad dwukrotnie.

W segmencie usługi dla e-commerce w 2016 roku prowadziliśmy prace związane z uruchomieniem nowego silnika do zarządzania platformami sklepowymi, a także z wdrożeniem systemu ERP. Położyliśmy nacisk na rozwój infrastruktury wspierającej monetyzację programu partnerskiego stanowiącego główne źródło przychodów. Opracowaliśmy również nową skalowalną infrastrukturę IT - autorskie rozwiązania dotyczące silnika e-commerce.

Segment usługi dla e-commerce nie jest dziś kluczowy dla przyszłości Grupy i wciąż szukamy dalszych możliwości dla tego aktywa. Trzeba jednak równocześnie podkreślić, że ta spółka nie jest obciążeniem dla Grupy Kapitałowej. Kontrybucja segmentu usługi dla e-commerce do skonsolidowanych przychodów Grupy 2016 r. nadal była bardzo istotna. W tym segmencie, do którego zaliczany jest nowoczesny dostawca treści e-commerce'owego, spółka Nokaut.pl, w 2016 roku odnotowaliśmy przychody w wysokości 10 mln zł..

Konieczność dostosowania celów średnio i długoterminowych do aktualnie obserwowanych uwarunkowań rynkowych, spowodowała, że zaktualizowaliśmy naszą strategię rozwoju. W wyniku przeprowadzonych analiz zdecydowaliśmy o kontynuowaniu działań zmierzających do dalszego, intensywnego rozwoju segmentu sprzedaży odzieży, opartego o marki własne, przede wszystkim dzięki sprzedaży online. Chcemy skoncentrować się na markach Sugarfree i Cardio Bunny, oraz dalej rozwijać je dzięki poszerzeniu głębokości i szerokości oferty produktowej, działaniom marketingowym zwiększającym rozpoznawalność marek, wprowadzaniu dalszych funkcjonalności i ułatwień dla klientów. Ponadto będziemy rozwijać skalowalną infrastrukturę e-commerce według najlepszych praktyk na rynku, w celu poprawy efektywności i kluczowych wskaźników biznesowych.

Przed nami kolejny rok intensywnej pracy mającej na celu znaczące zwiększanie naszego udziału w rynku. Wierzymy, że te zmiany będą korzystne zarówno dla samej spółki, jak również dla jej Akcjonariuszy i przełożą się na wzrost wartości ich inwestycji.

Oddaję do Państwa dyspozycji raporty roczne opisujące wyniki finansowe i dokonania HubStyle S.A. oraz Grupy Kapitałowej HubStyle. Zachęcam do ich lektury. Jednocześnie bardzo dziękuję wszystkim pracownikom spółek naszej Grupy za wysiłek włożony w jej rozwój w zeszłym roku. Chcę też podziękować Akcjonariuszom za zaufanie.

Monika Englicht,
Prezes Zarządu HubStyle S.A



Sprawozdanie Zarządu z działalności Grupy Kapitałowej HubStyle i HubStyle S.A. za 2016 rok

Podsumowanie operacyjne	4
Opis organizacji i działalności Grupy Kapitałowej HubStyle	7
Segmenty działalności	10
Opis sytuacji na rynku e-commerce	11
Perspektywy rozwoju i czynniki istotne dla rozwoju działalności Grupy	13
Strategia rozwoju	15
Ryzyka działalności	16
Informacje o zawartych umowach	19
Sytuacja finansowa Grupy HubStyle	20
Sytuacja finansowa HubStyle S.A.	26
Informacje o akcjach i akcjonariacie	30
Ład korporacyjny	34
Władze HubStyle	36
Pozostałe informacje	41
Oświadczenie Zarządu	44
Indeks zagadnień	45

HubStyle

Wybrane dane finansowe

Wybrane skonsolidowane dane finansowe [tys. zł]	2016	2015
Przychody ze sprzedaży	21 396	13 624
Zysk na działalności operacyjnej	367	-9 374
Wynik brutto	501	-9 230
Wynik netto	444	-9 369
Całkowite dochody/straty ogółem	444	-9 369
Aktywa razem	21 737	18 655
Rzeczowe aktywa trwałe	514	241
Należności krótkoterminowe	1 410	1 526
Zobowiązania krótkoterminowe	5 496	2 991
Zobowiązania długoterminowe	0	0
Kapitał własny	16 241	15 664
Kapitał podstawowy	1 845	1 845
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	-2 158	-2 444
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-1 386	2 434
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	1 114	-213
Zmiana stanu środków pieniężnych	-2 430	-223
Zysk (strata) na jedną akcję zwykłą	0,02	-0,51
Rozwodniony zysk (strata) na jedną akcję zwykłą	0,02	-0,51

Grupa Kapitałowa w roku 2016 zwiększyła przychody o 57% w stosunku do roku poprzedniego. Głównym czynnikiem wzrostu był dynamiczny wzrost w segmencie sprzedaży odzieży, a w szczególności wzrost przychodów Sugarfree oraz nowej marki w portfolio Grupy Cardio Bunny.

Wzrost skali działalności, a także pozytywne wyniki segmentu usług dla e-commerce przełożyły się na zysk netto Grupy na poziomie 444 tys. zł.

Pozytywny wpływ na wyniku Grupy miała również aktualizacja wartości majątku i związane z nimi odwrócenie odpisów w segmencie usług dla e-commerce.

1 Podsumowanie operacyjne

Najważniejsze wydarzenia w 2016 r.

Zmiany w składzie Zarządu

27 kwietnia 2016 roku Rada Nadzorcza spółki HubStyle S.A. powołała do Zarządu Pana Wiktora Dymeckiego.

Mianując Pana Wiktora Dymeckiego na stanowisko w Zarządzie Spółki, Rada Nadzorcza wzięła pod uwagę przede wszystkim jego doświadczenie w branży finansowej. Pan Wiktor Dymecki jest absolwentem Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, gdzie ukończył studia na Wydziale Zarządzania. Ukończył również liczne kursy, m.in. z zakresu finansów i rachunkowości oraz zarządzania. Od października 2015 roku pełni także funkcję Dyrektora do spraw finansowych Grupy Kapitałowej HubStyle S.A.

Obecnie w skład Zarządu wchodzi:

Imię i Nazwisko	Funkcja
Monika Englicht	Prezes Zarządu
Wojciech Patyna	Wiceprezes Zarządu
Wiktor Dymecki	Członek Zarządu

Uruchomienie sklepu internetowego dla marki Emente

Pod koniec marca 2016 roku HubStyle uruchomiła sklep internetowy dla wprowadzonej w grudniu 2015 roku marki Emente. Dzięki temu Grupa dotarła do kolejnych grup odbiorców i coraz silniej zaznacza swoją obecność w odzieżowym segmencie premium.

Wprowadzenie nowych marek do portfolio HubStyle

Grupa HubStyle w 2016 roku prowadziła sprzedaż odzieży w ramach dwóch nowych konceptów modowych: Kragelman oraz Freakylicks. Marki te kierowane są do ściśle określonych grup docelowych: aktywnych i eleganckich mężczyzn, oraz dziewcząt, podkreślający niepokorność, charyzmę i odwagę w kobiecym stylu ubierania. Sprzedaż nowych marek odbywa się głównie za pośrednictwem kanałów e-commerce. Zarząd w dniu 22 marca 2017 roku poinformował o zawieszeniu kontynuacji projektów Emente, Freakylicks i Kragelman. Zgodnie ze zaktualizowaną strategią grupa koncentruje się na najbardziej rentownych markach Sugarfree i Cardio Bunny.

Rozpoczęcie raportowania wstępnych, miesięcznych skonsolidowanych przychodów ze sprzedaży

7 czerwca 2016 roku HubStyle S.A. rozpoczęła comiesięczne raportowanie skonsolidowanych danych dotyczących sprzedaży. Pierwszym pełnym porównywalnym miesiącem był maj 2016 r. (z uwagi na objęcie kontroli nad Sugarfree sp. z o.o. 30 kwietnia 2015 roku i wydzieleniem z działalności GK segmentu sprzedaży odzieży).

Obecnie Zarząd HubStyle S.A. na początku każdego miesiąca, w formie raportu bieżącego, publikuje raport i przekazuje do publicznej wiadomości wstępne skonsolidowane przychody ze sprzedaży za poprzedni miesiąc wraz z danymi za okres porównywalny poprzedniego roku obrotowego.

Podjęcie przez Zarząd uchwały dotyczącej analizy kierunków dalszego rozwoju spółki zależnej Nokaut.pl sp. z o.o.

19 maja 2016 roku Zarząd HubStyle S.A. poinformował, że jednogłośnie podjął uchwałę w sprawie rozpoczęcia procesu analizy strategicznych opcji związanych z posiadanym pakietem udziałów w spółce Nokaut.pl sp. z o.o., w tym jego ewentualnej sprzedaży. Podjęcie ww. uchwały jest konsekwencją analizy, przygotowanej na zlecenie Zarządu przez jedną z wiodących firm konsultingowych, dotyczącej strategicznych opcji rozwoju Emitenta, w szczególności w odniesieniu do niekluczowych aktywów, o których mowa w raporcie bieżącym nr 25/2015 w sprawie aktualizacji strategii rozwoju Emitenta.

Najważniejsze wydarzenia 2016 r.

Uruchomienie sklepów stacjonarnych dla marek Grupy HubStyle

Hubstyle realizując strategię w ramach omnichannel w 2016 roku uruchomiło pierwsze sklepy stacjonarne dla swoich marek.

19 października 2016 roku został uruchomiony sklep typu pop-up dla marki Sugarfree w Centrum Handlowym Posnania w Poznaniu. Dzięki otwarciu sklepu Grupa dociera ze sprzedażą stacjonarną do kolejnego rynku zbytu oraz realizuje swoją strategię w zakresie rozwoju innowacyjnej sprzedaży wielokanałowej omni-channel. Działania w tym zakresie podjęte były w trzecim kwartale 2016 roku.

22 grudnia 2016 roku HubStyle S.A. otworzyła pierwszy multi-showroom dla marek Sugarfree, Cardio Bunny oraz Kragelman. Zamysłem stworzenia tego miejsca jest zapewnienie możliwości obejrzenia produktów, sprawdzenia jakości odzieży czy przymierzenia jej. Multi-showroom działa na zasadzie cross-sellingu. Dzięki kilku markom w jednym miejscu HubStyle daje możliwość zakupu sukienek na każdą okazję, odzieży sportowej dla kobiet i męskich koszul. Multi-showroom mieści się w Warszawie przy ul. Inflanckiej 4B przy wejściu C, w Gdański Business Center.

W czerwcu 2016 roku HubStyle otworzyła sklep stacjonarny dla marki Emente. Miejsce zostało stworzone w celu zapewnienia możliwości przymierzenia odzieży, sprawdzenia jej jakości, fachowej pomocy przy doborze fasonów i rozmiarów ubrań czy szybkiej dostawy. Sklep mieści się ul. Koszykowej 1 w Warszawie.

Emisja i przydział obligacji serii A

W dniu 28 września 2016 roku HubStyle S.A. podjęła uchwałę o emisji obligacji serii A. W dniu 6 października 2016 roku Zarząd zdecydował o przydziale 1100 sztuk obligacji zwykłych na okaziciela serii A o wartości nominalnej 1000 zł każda. Łączna cena emisyjna przydzielonych Obligacji wyniosła 1100000 zł i była równa ich łącznej wartości nominalnej. Celem emisji obligacji było pełne wykorzystanie potencjału czwartego kwartału, który w branży odzieżowej jest kluczowy dla generowanych wyników sprzedażowych. Z tego względu Zarząd planuje przeznaczyć środki pozyskane z emisji Obligacji na zwiększenie skali działalności w tym okresie oraz wsparcie marketingowe najważniejszych dla Spółki marek odzieżowych.

Najważniejsze wydarzenia po zakończeniu raportowanego okresu

Aktualizacja założeń strategicznych

22 marca 2017 roku Zarząd Spółki poinformował o aktualizacji kierunków strategicznych rozwoju Emitenta i jego Grupy Kapitałowej. Podstawowe założenia dalszego rozwoju Grupy Kapitałowej:

- Koncentracja na budowie skali sprzedaży marek własnych w segmencie lifestyle .
- Koncentracja na markach Sugarfree i Cardio Bunny, oraz dalszy ich rozwój poprzez poszerzenie głębokości i szerokości oferty produktowej, działania marketingowe zwiększające rozpoznawalność marek, wprowadzanie dalszych funkcjonalności i ułatwień dla klientów.
- Rozwój skalowalnej infrastruktury e-commerce według najlepszych praktyk na rynku, w celu poprawy efektywności i kluczowych wskaźników biznesowych.
- Zawieszenie projektów, które nie przekładają się w ocenie Zarządu na dynamiczny wzrost przychodów Grupy i jej pozycji rynkowej tj. Emente, Freakylicks oraz Kragelman generowały negatywne wyniki w roku 2016.

Zarząd Emitenta zakłada, że w efekcie realizacji ww. założeń istotnie umocni się pozycja Emitenta na polskim rynku e-commerce. Głównym czynnikiem mającym na to wpływ będzie portfolio silnych marek własnych, tj. Sugarfree i Cardio Bunny, które odpowiadały za około 92% przychodów w segmencie sprzedaży odzieży, generowanych w roku 2016 przez Grupę Hubstyle. Zgodnie z opracowanymi przez Zarząd Emitenta analizami rynkowymi, zarówno rynek e-commerce w modzie (jako całość), jak i sam segment klientów do których swoją ofertę kieruje Cardio Bunny i Sugarfree, charakteryzują się obecnie dynamicznym trendem wzrostowym.

Planowana przez Zarząd Emitenta realizacja zaktualizowanej strategii Spółki zostanie sfinansowana ze środków pozyskanych w wyniku sprzedaży aktywów, które nie są obecnie postrzegane przez Zarząd Emitenta jako kluczowe lub ze środków pozyskanych w drodze emisji dłużnych instrumentów finansowych.

Struktura organizacji oraz skład Grupy Kapitałowej

Jednostką dominującą Grupy jest spółka HubStyle S.A.. Spółka powstała 10 listopada 2010 roku w wyniku przekształcenia Nokaut Spółka z o.o.. Nokaut Spółka z o.o. została zarejestrowana w Krajowym Rejestrze Sądowym 23 stycznia 2006 roku. 24 kwietnia 2015 roku Nadzwyczajne Walne zgromadzenie Grupy Nokaut S.A. zmieniło nazwę Spółki na HubStyle S.A.

Siedzibą jednostki dominującej jest Warszawa, ulica Stawki 8 lok 8. Spółka prowadzi działalność w formie spółki akcyjnej zarejestrowanej w Polsce i aktualnie wpisanej do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy Gdańsk-Północ w Gdańsku pod numerem KRS 0000370202. Jednostka dominująca otrzymała nadany przez Główny Urząd Statystyczny numer REGON 220170588.

Strukturę Grupy Kapitałowej tworzonej przez HubStyle S.A. na dzień 31 grudnia 2016 roku przedstawia poniższy schemat:



Zmiany w strukturze Grupy

W raportowanym okresie nie zaszły zmiany w strukturze Grupy Emitenta.

2

Opis organizacji Grupy Kapitałowej HubStyle

Opis działalności prowadzonej przez Grupę

Opis działalności prowadzonej przez Grupę

Grupa HubStyle to nowoczesne i innowacyjne przedsiębiorstwo na miarę XXI wieku, którego działalność skoncentrowana jest na dynamicznie rosnących obszarach e-commerce: budowie silnego portfolio własnych marek lifestyle'owych oraz prowadzeniu platformy internetowej służącej do komunikacji między sprzedającymi i kupującymi. Dzięki dywersyfikacji działalności, Grupa zwiększa swoje udziały w rynku, stwarzając tym samym coraz lepsze perspektywy dla akcjonariuszy spółki HubStyle S.A.

Grupa HubStyle większość swoich przychodów ze sprzedaży generuje na rynku krajowym, gdzie wciąż widzi duży potencjał rozwoju.

Grupa działa na kilku rynkach zbytu. Sprzedaż odzieży, tj. pod markami Sugarfree, Cardio Bunny, Emente oraz Kragelman, odbywa się przez internet oraz sklepy typu showroom i kierowana jest głównie na rynek polski. Grupa przygotowuje się do rozpoczęcia sprzedaży zagranicznej i uruchomiła już obcojęzyczne wersje e-sklepów dla wybranych marek, oraz pracuje nad pilotażową oceną potencjału rynków zagranicznych. Zamówienia zagraniczne są już realizowane.

Spółki z Grupy podejmują działania mające na celu stały wzrost w obszarze sprzedaży odzieży, m.in. dzięki:

- Stałej poprawie komunikacji z klientem i zmniejszaniu ilości zwrotów,
- Podnoszeniu konwersji poprzez rozwój funkcjonalności platform e-commerce,
- Wprowadzeniu nowych, skalowalnych systemów informatycznych oraz centrum logistycznego,
- Jeszcze lepszemu dostosowaniu ilości modeli i kolekcji do sezonów sprzedażowych - wprowadzenie dóbr komplementarnych do kolekcji,
- Rozwojowi na międzynarodowych rynkach - w szczególności jeśli chodzi o marki Cardio Bunny i Sugarfree,
- Spójnej strategii marketingowej opracowanej dla poszczególnych marek - zapewnienie dotarcia do ściśle określonej grupy docelowej. W tym zakresie podejmowana jest współpraca z celebrytami: znanymi blogerkami, aktorkami oraz sportswomenkami. Promocja w dużej mierze skoncentrowana jest na mediach społecznościowych, tj. Facebooku, Instagramie czy Snapchacie.

Udział żadnego z dostawców lub odbiorców nie przekroczył 10% wartości skonsolidowanych obrotów.

Wartość zakupów dokonanych u żadnego z dostawców nie przekroczyła wielkości 10%. W zależności od warunków ekonomicznych Grupa posiada możliwość szybkiej zmiany źródeł zaopatrzenia.

Spółki Grupy HubStyle zajmujące się sprzedażą ubrań kupują wysokiej jakości tkaniny we Włoszech, Hiszpanii i Polsce. Wzory odzieży zaprojektowane w biurach projektowych, proces szycia jest zlecany na zewnątrz Grupy, do polskich szwalni.

Innym rynkiem zbytu jest sprzedaż przeklików do sklepów internetowych oraz sprzedaż abonamentów na użytkowanie oprogramowania do prowadzenia sklepów internetowych. Przychody generowane przez porównywarkę Nokaut.pl są uzależnione od liczby użytkowników. Spółka pozyskuje użytkowników z czterech kanałów:

- Ruch organiczny z wyszukiwarki internetowej Google,
- Zakup ruchu od firmy Google,
- Program afiliacyjny,
- Ruch bezpośredni.

Poniżej przedstawiono podstawowe informacje dotyczące spółek i segmentów operacyjnych w jakich działają.

W skład Grupy Kapitałowej HubStyle wchodzi 4 spółki (łącznie z jednostką dominującą): HubStyle S.A., Nokaut.pl Sp. z o.o., Sugarfree Sp. z o.o. oraz New Fashion Brand Sp. z o.o.

HubStyle S.A. - spółka holdingowa

Spółka HubStyle S.A. jest jednostką dominującą Grupy Kapitałowej HubStyle - prowadzi działalność holdingową związaną z zarządzaniem Grupą i wytyczaniem strategicznych kierunków rozwoju.

Opis działalności prowadzonej przez Grupę

Nokaut.pl Sp. z o.o. - segment: usługi dla e-commerce

Przedmiotem działalności Nokaut.pl Sp. z o.o. jest prowadzenie witryny internetowej Nokaut.pl, która umożliwia porównywanie cen produktów oferowanych przez sklepy internetowe oraz udostępnia narzędzia umożliwiające użytkownikowi (kupującemu) dokonanie wyboru najlepszego oferenta. Dla sklepów internetowych witryna stanowi platformę do prezentacji swojej oferty oraz dodatkowy przekaznik informacji na temat swojej działalności. Dodatkowo Spółka prowadzi, w domenie www.sklepyfirmowe.pl, platformę online oferującą infrastrukturę umożliwiającą prowadzenie sklepu internetowego. Platforma oferowana jest w modelu SaaS (Software as a Service).

30 października 2015 roku Zarząd HubStyle S.A. oraz Zarządy jednostek zależnych Nokaut.pl Sp. z o.o. oraz Sklepy Firmowe Sp. z o.o. podjęli decyzję o połączeniu Spółek Nokaut.pl Sp. z o.o. oraz Sklepyfirmowe.pl Sp. z o.o. i przyjęły plan połączenia.

Sugarfree Sp. z o.o. i New Fashion Brand Sp. z o.o. - segment: sprzedaż odzieży

Sugarfree Sp. z o.o. prowadzi sklep internetowy oferujący szeroki asortyment wysokiej jakości sukienek z naturalnych tkanin w przystępnych cenach, głównie polskiej produkcji. Spółka operuje w bardzo elastycznym modelu biznesowym, osiągając wysokie marże, m.in. dzięki bardzo szybkiej rotacji towarów czy niskiego zaangażowania kapitału obrotowego. Marka Sugarfree została stworzona z myślą o kobietach, które podążają za trendami i lubią świetnie wyglądać niezależnie od sytuacji. Kolekcje sukienek na każdą okazję powstają w Polsce z wysokiej jakości tkanin sprowadzanych z Włoch oraz Hiszpanii. Wzory odzieży zaprojektowane w biurach projektowych Spółki, sukienki są szyte w polskich szwalniach, z którymi spółki z Grupy posiadają stałe umowy o współpracy. Markę wyróżnia szybkość reagowania na potrzeby wymagających klientek, dlatego oferta jest często rozszerzana o nowe modele. Bardzo duży nacisk położony jest na szybką i profesjonalną obsługę klienta, dzięki czemu sklep cieszy się pozytywnymi opiniami. Jednym z atutów spółki jest darmowa dostawa do klienta nawet w ciągu kilku godzin na terenie kilku największych Polskich miast, czyli usługa Same Day Delivery.

New Fashion Brand Sp. z o.o. jest jednostką specjalnego przeznaczenia (SPV) i pełni rolę inkubatora dla rozwoju nowych odzieżowych marek własnych. Jest elementem realizacji przyjętej koncepcji budowy portfolio silnych marek własnych w segmencie odzieżowym. Spółka jest odpowiedzialna za utworzenie, rozwój oraz promocję nowych konceptów modowych, a także nadzorowanie ich wzrostu, aż do momentu osiągnięcia zakładanego poziomu rentowności. Zarząd HubStyle S.A. tworząc jednostkę specjalnego przeznaczenia sprawił, że koszty ponoszone na rozwój nowych marek nie są alokowane w już funkcjonujących konceptach, co zapewnia transparentność działań wykonywanych przez Spółki z Grupy HubStyle S.A.

W 2016 roku w jednostce specjalnego przeznaczenia znajdowały się marki Cardio Bunny, Emente, Kragelman oraz Freakylicks. Zgodnie z aktualizacją strategii, która została przedstawiona w niniejszym dokumencie w punkcie „Strategia rozwoju Grupy”, w ramach New Fashion Brand pozostanie najbardziej rentowna marka którą jest Cardio Bunny.

Marka Cardio Bunny to odpowiedź na rosnące zainteresowanie sportem, modnym wyglądem na treningu oraz zdrowym trybem życia wśród kobiet. Marka stanowi przeciwwagę dla najchętniej wybieranych marek sportowych, a jej przewagą jest oferta kobiecych i stylowych ubrań na siłownię.

Segment inwestycyjny

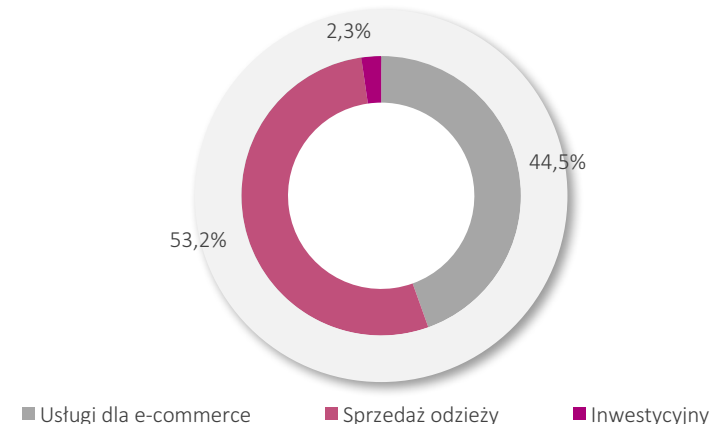
Segment inwestycyjny obejmuje aktywa i pasywa oraz przychody i koszty dotyczące zarządzania inwestycjami jednostki dominującej w jednostki zależne oraz działalnością holdingową prowadzoną przez Spółkę dominującą.

Segmenty działalności

Działalność spółek z Grupy HubStyle skoncentrowana jest w trzech segmentach operacyjnych: usługi dla e-commerce, sprzedaż odzieży, inwestycyjny

Strukturę sprzedaży Grupy HubStyle według wartości, przedstawia poniższa tabela:

Źródło przychodów	01.01.2016 - 31.12.2016	
	tys. zł	Udział w sprzedaży
Usługi dla e-commerce	10 006	44,5%
Sprzedaż odzieży	11 958	53,2%
Inwestycyjny	512	2,3%



SEGMENTY OPERACYJNE

Wyszczególnienie	Usługi dla e - commerce (SEGMENT I)	Sprzedaż odzieży (SEGMENT II)	Inwestycyjny (SEGMENT III)	Transakcje pomiędzy segmentami	Razem
na dzień 31.12.2016 oraz za okres od 01.01. do 31.12.2016					
Aktywa segmentu:	7 246	5 381	29 312	-20 200	21 737
Zobowiązania segmentu	1 775	3 557	3 742	-3 577	5 496
Przychody segmentu	10 006	11 958	512	-694	21 782
Pozostałe przychody operacyjne	36	1 620	5 474	-2 603	4 527
Przychody finansowe	19	10	218	-33	213
Koszty segmentu	10 275	14 416	7 314	-5 982	26 022
Zysk/strata brutto segmentu	-269	-2 457	-6 802	5 288	-4 240
Zysk/strata netto segmentu	-141	-1 142	-310	2 037	444

na dzień 31.12.2015 oraz za okres od 01.01. do 31.12.2015

Wyszczególnienie	Usługi dla e - commerce (SEGMENT I)	Sprzedaż odzieży (SEGMENT II)	Inwestycyjny (SEGMENT III)	Transakcje pomiędzy segmentami	Razem
Aktywa segmentu:	7 277	2 808	30 298	-21 729	18 655
Zobowiązania segmentu	1 675	1 543	1 248	-1 474	2 991
Przychody segmentu:	10 391	5 756	618	-2 366	14 398
Koszty segmentu	10 796	5 230	7 566	36	23 628
Zysk/strata brutto segmentu	-405	525	-6 948	-2 402	-9 230
Zysk/strata netto segmentu	-345	507	-6 956	-2 576	-9 369

Opis sytuacji na rynku e-commerce

Grupa HubStyle koncentruje się na dynamicznie rosnących obszarach e-commerce: budowie silnego portfolio własnych marek lifestylowych oraz prowadzeniu platformy internetowej służącej do komunikacji pomiędzy sprzedającymi a kupującymi.

Na rynku sklepów internetowych z branży modowej od kilku lat obserwowany jest dynamiczny wzrost. Sprzedaż odzieży przez internet rośnie dzięki spadającym kosztom logistycznym, łatwo zawieranim i bezpiecznym transakcjom, coraz lepszym narzędziom wizualizacji oraz coraz wyższym standardom obsługi klienta.

Jak wynika z raportu „E-commerce w Polsce 2016” opracowanym przez Gemius dla e-Commerce Polska prawie połowa badanych (48%) to osoby, które korzystały z możliwości robienia zakupów za pośrednictwem internetu. Wśród tej grupy największy odsetek (56 %) stanowią osoby w wieku do 34 lat, z wykształceniem średnim lub wyższym, mieszkający w ośrodkach miejskich oraz deklarujący swoją sytuację materialną jako dobrą lub średnią. Coraz częściej zakupów za pośrednictwem internetu dokonują osoby w wieku od 35 do 49 lat i stanowią 30% kupujących w sieci.

Charakterystyka rynku



Kupujący w sieci



Internauci w Polsce



76,6% penetracja internetu w Polsce

Źródło: NetTrack, MillwardBrown

25,8 mln

liczba internautów w Polsce



48% internautów dokonało kiedyś zakupów online

e-handel transgraniczny

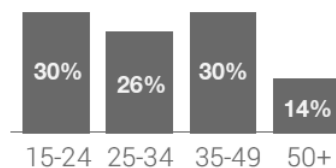


47% internautów kupuje w polskich e-sklepach



10% internautów kupuje w zagranicznych e-sklepach

Wiek



Wielkość miejscowości zamieszkania

25% Wieś

40% Miasto do 200 tys. mieszkańców

35% Miasto powyżej 200 tys. mieszkańców

Wysztácenie



Niższe **23%**
Średnie **42%**
Wyższe **35%**

Sytuacja materialna gospodarstwa domowego



Dobra **46%**
Średnia **46%**
Zła **8%**

Opis sytuacji na rynku e-commerce

Świadomość marek oraz serwisów e-commerce wśród kupujących jest wysoka. Internauci dokonujący zakupów kierują się przede wszystkim:

- wygodą
- oszczędnością czasu i pieniędzy
- większym wyborem dostępnych produktów niż w tradycyjnych sklepach.

Zakupy przez internet coraz częściej postrzegane są także nie tylko jako bardziej komfortowe dla konsumenta ale również jako mało skomplikowane i bezpieczne. Konsumentom cenią sobie wygodny, całodobowy dostęp do oferty, brak konieczności fizycznej wizyty w sklepie oraz atrakcyjniejsze ceny niż w sklepach tradycyjnych.

Produkty najczęściej kupowane za pośrednictwem internetu to odzież, akcesoria i dodatki, obuwie, sprzęt RTV/AGD, oraz urządzenia mobilne. Średnie miesięczne wydatki z ostatniego miesiąca na odzież, dodatki i akcesoria deklarowane przez wszystkich e-kupujących wyniosły 83 zł i były wyższe o 11%. W tej kategorii osoby dobrze oceniają swoją sytuację ekonomiczną. Kobiety wydają widocznie więcej na e-zakupy niż mężczyźni. Elementy, które potencjalnie mogłyby zmotywować do częstszych e-zakupów w przyszłości są przede wszystkim związane ze sferą kosztów:

- niższe koszty dostawy
- niższe ceny towarów
- specjalne zniżki dla kupujących przez internet.

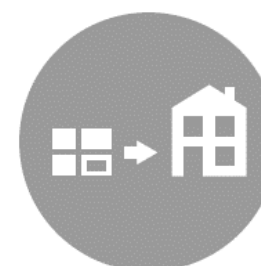
Oprócz zakupów online, badani Gemiusa deklarują, że stosunkowo najczęściej używają internetu korzystając z Facebooka (62%), poszukując produktów, które planują kupić (60%), porównując ceny (60%), przeglądając prasę online (56%) oraz opłacając rachunki (51%). Na rynku polskim aktualnie funkcjonuje ponad 30 porównywarek cen. Mimo znacznej liczby tego rodzaju porównywarek, Emitent do grupy liczących się konkurentów zalicza jedynie cztery z nich. Pozostałe porównywarki, pomimo iż funkcjonują na rynku od dłuższego czasu, nie zdobyły istotnej popularności.

Źródło: Gemius dla e-Commerce Polska „E-commerce w Polsce 2016”

Czynniki motywujące do robienia zakupów



84%
Dostępność całą dobę



79%
Brak konieczności jechania do sklepu



75%
Ceny atrakcyjniejsze, niż w sklepach tradycyjnych

Średnie wydatki



83 zł/miesiąc
Odzież, akcesoria i dodatki



37 zł/miesiąc
Książki/płyty/filmy



36 zł/miesiąc
Bilety do kina/teatru



77 zł/miesiąc
Obuwie



98 zł/6 miesięcy
Sprzęt RTV/AGD



90 zł/6 miesięcy
Urządzenia mobilne

Perspektywy rozwoju

Perspektywy rozwoju rynku, na którym działa Grupa HubStyle

Perspektywy rozwoju Grupy uzależnione są od szeregu czynników związanych z uwarunkowaniami na rynkach, na których działa, w szczególności rozwoju internetu, zachowań konsumentów w sieci, rozwoju sektora e-commerce i przewyższaniu kolejnych barier jakie mogą wiązać się z działalnością na tym rynku.

Analizując dane dotyczące sprzedaży na rynkach zachodnich można zauważyć, że sprzedaż internetowa ma coraz większy udział w całości sprzedaży detalicznej. Skumulowany roczny wskaźnik wzrostu (CAGR) dla sprzedaży odzieży i akcesoriów za pośrednictwem e-commerce w USA w latach 2012-2017 szacowany jest na 17,2% - to najwyższy CAGR spośród różnych produktów sprzedaży detalicznej. Sprzedaż odzieży to obecnie w USA najszybciej rosnący segment e-commerce (*Źródło: e-marketer*). Można spodziewać się, że polski rynek będzie pod wpływem podobnych trendów.

Wzrost wartości rynku e-commerce związany jest z szerszym dostępem do internetu, większym bezpieczeństwem płatności, upraszczaniem procesów zakupu i możliwościami darmowych zwrotów towaru. Coraz silniej swoją obecność w internecie zaznaczają firmy odzieżowe działające do tej pory w formie tradycyjnych, stacjonarnych sieci sklepów. Mobilizuje do tego mniejsza popularność sieci handlowych w zestawieniu z rosnącą sprzedażą platform internetowych.

W przyszłości istotny udział w sprzedaży internetowej będą miały urządzenia mobilne. Obecnie internauci najczęściej do zakupów wykorzystują laptopy, natomiast wykorzystanie smartfonów czy tabletów dynamicznie rośnie: 41% respondentów zadeklarowało, że zakupy robią za pomocą smartfona, a 36% z tabletu. Jak wynika z szacunków i prognoz opublikowanych w raporcie eMarketer, sprzedaż detaliczna za pośrednictwem urządzeń przenośnych w Wielkiej Brytanii wzrośnie z 27,7% w 2014 do prognozowanych 43,7% w 2019 r. Obecnie wyzwaniem dla sklepów internetowych jest tworzenie serwisów w technologii responsywnej, która umożliwia pełny dostęp z urządzeń mobilnych.

Wśród kluczowych barier dla rozwoju zakupów za pośrednictwem sieci internauci wymieniają potrzebę fizycznego kontaktu z produktem przed jego zakupem. Sklepy internetowe, które będą w stanie w istotny sposób zaoferować niższe ceny produktów i dostawy, oraz zapewnić bezpieczeństwo zakupów osiągną przewagę konkurencyjną i zyskają nowych klientów*.

* Gemius dla e-Commerce Polska „E-commerce w Polsce 2016”

Zakupy za pośrednictwem internetu są coraz bardziej powszechne, a jak pokazują tendencje z rynków zachodnich, najszybciej rośnie sprzedaż odzieży*. Grupa HubStyle dostosowuje się do globalnych trendów i stara się odpowiadać na potrzeby klientów. Koncentruje się na utrzymaniu dynamicznego zwiększania skali działania obecnych marek oraz dywersyfikacji przychodów dzięki uruchomieniu nowych marek własnych.

Spółka planuje także rozszerzać zasięg swojej działalności i wchodzić na nowe rynki. Cel ten zrealizuje dzięki uruchomieniu zagranicznych wersji e-sklepów oraz pilotażowemu rozpoznaniu potencjału zagranicznych rynków.

Jeszcze bardziej dynamiczny rozwój osiągnięty zostanie dzięki stałemu ulepszaniu poszczególnych elementów modelu biznesowego:

- nowym skalowalnym systemom informatycznym oraz centrum logistycznym
- zacieśnianiu współpracy z obecnymi oraz poszukiwaniu nowych podwykonawców
- rozwojowi oferty poprzez zwiększanie dostępnego asortymentu,
- pro-sprzedażowym sesjom zdjęciowym
- podnoszeniu konwersji poprzez rozwój funkcjonalności platformy e-commerce.

Czynniki istotne dla rozwoju działalności Grupy Kapitałowej

Do zewnętrznych czynników istotnych dla rozwoju przedsiębiorstwa emitenta oraz jego spółek zależnych należą:

- Utrzymanie się dynamiki rozwoju rynku e-commerce oraz rynku reklamy. Rynek e-commerce, jest młody, cechuje się wysoką dynamiką zmian. Zmiana kierunku rozwoju rynku może spowodować konieczność dostosowania strategii i produktów do zmian, co może zmniejszyć dynamikę wzrostu dochodów.
- Pozycja konkurencyjna innych podmiotów na rynku, w szczególności sklepów internetowych z branży modowej oraz funkcjonujących porównywarek cen.
- Tendencje związane z zakupami realizowanymi za pośrednictwem internetu: czynniki motywujące do robienia zakupów online, obniżenie kosztów związanych ze sprzedażą przez internet, średnie miesięczne wydatki e-kupujących

Perspektywy rozwoju

Zmiany w algorytmach pozycjonowania stron w wyszukiwarce www.google.pl. Dalsze obniżanie pozycji stron www porównywarki nokaut.pl może skutkować zmniejszeniem przychodów z przeklików i reklamy typu display, bądź zwiększeniem kosztów pozyskania ruchu. Z drugiej strony poprawa pozycji w wynikach wyszukiwania www.Google.pl spowoduje poprawę tych wartości.

Czynniki wewnętrzne to m.in.:

- Sprawność operacyjna: działalność operacyjna prowadzona zgodnie z zaplanowanym budżetem, realizowanie projektów zgodnie z harmonogramem oraz osiągnięcie w wyniku ich wdrożenia oczekiwanej efektywności.
- Efektywność kosztowa: koszty prowadzenia działalności zgodne z budżetem na dany rok, zwiększenie efektywności w ramach dostępnego budżetu.
- Poszerzenie oraz dalsze podnoszenie jakości katalogu produktów: poprawa jakości i wielkości katalogu produktów oznacza lepszą jakość usługi i większe zadowolenie klientów prowadzonych przez Grupę sklepów internetowych, użytkowników korzystających z serwisu co przełoży się na liczbę odwiedzających serwis oraz liczbę transakcji.

Strategia rozwoju Grupy

Strategia rozwoju Grupy

Zgodnie ze zaktualizowaną strategią kluczowym aktywem Grupy, jest segment sprzedaży odzieży, a w ramach tego segmentu marki Sugarfree i Cardiobunny. Nadrzędnym celem jej realizacji jest zajęcie istotnej pozycji na polskim rynku e-commerce i budowa portfolio silnych marek własnych.

Podstawowe założenia i kierunki wyznaczone Spółce przez Zarząd to:

1 Koncentracja na e-commerce

Koncentracja na sprzedaży online komercyjnych, własnych marek lifestylowych dla precyzyjnie zdefiniowanego i znanego odbiorcy

2 Rozwój Sugarfree

Dalszy rozwój marki Sugarfree oraz sklepu sugarfree.pl poprzez rozwijanie asortymentu, działania marketingowe zwiększające rozpoznawalność marki oraz wprowadzanie dalszych funkcjonalności i ułatwień dla klientów.

3 Rozwój Cardio Bunny

Dalszy rozwój marki Cardiobunny oraz sklepu cardiobunny.com poprzez rozwijanie asortymentu, działania marketingowe zwiększające rozpoznawalność marki oraz wprowadzanie dalszych funkcjonalności i ułatwień dla klientów.

4 Skalowalna infrastruktura

Rozwój skalowalnej infrastruktury e-commerce według najlepszych praktyk na rynku, w celu poprawy efektywności i kluczowych wskaźników biznesowych

5 Koncentracja na zdefiniowanym kliencie

Rezygnacja z projektów, które nie przekładają się w ocenie Zarządu na dynamiczny wzrost przychodów Grupy i jej pozycji rynkowej tj. Emente, Freakylicks oraz Kragelman i generowały negatywne wyniki w roku 2016.

6 Koncentracja na segmencie sprzedaży odzieży

Podjęcie działań mających na celu sprzedaż segmentu usług dla e-commerce i reorganizacja Grupy Kapitałowej w celu transparentności podejmowanych działań.

Ryzyka działalności

Ryzyka związane z działalnością Grupy HubStyle oraz spółki HubStyle S.A.

a. Ryzyko związane z zarządzaniem przedsiębiorstwem zorganizowanym w formie Grupy Kapitałowej

Zarządzanie strukturą składającą się z kilku podmiotów niesie za sobą większe wyzwania w zakresie tworzenia oraz realizacji spójnej strategii rozwoju Spółki, a w konsekwencji zwiększone ryzyko planowania właściwej strategii i jej efektywnego wdrożenia. Niemniej jednak spółki z Grupy HubStyle funkcjonują od wielu lat w segmencie e-commerce, co pozwala na istotną koncentrację kompetencji w tym obszarze i wybór skutecznej strategii. Emitent ocenia to ryzyko jako niskie.

b. Ryzyko związane z wadliwym wypełnieniem obowiązków informacyjnych i sprawozdawczych spółki publicznej

W przypadku gdy Emitent nie wypełni bądź nienależycie wypełni obowiązki spółki publicznej, naraża się na sankcje przewidziane w Ustawie o ofercie i Ustawie o obrocie, w szczególności na wykluczenie, na czas określony lub bezterminowo, papierów wartościowych z obrotu na rynku regulowanym czy nałożenie kary pieniężnej do wysokości 1 000 000 zł.

Od 3 lipca 2016 r. w życie weszły regulacje unijne: Rozporządzenie w sprawie nadużyć na rynku (MAR) oraz Dyrektywa w sprawie sankcji karnych za nadużycia na rynku (MAD). Nowe regulacje zmieniły raportowanie oraz wymiar odpowiedzialności. Kary za niewypełnianie obowiązków informacyjnych nakładanych na spółkę czy też indywidualnie na Członków Zarządu i Rad Nadzorczych zostaną istotnie zwiększone. W celu minimalizacji ryzyka Grupa HubStyle prowadzi odpowiednie szkolenia dla osób odpowiedzialnych za wypełnianie obowiązków informacyjnych oraz współpracuje z instytucjami doradczymi, w szczególności przygotowuje się do zmian regulacyjnych związanych z rozpoczęciem obowiązywania rozporządzenia MAR i dyrektywy MAD. Emitent ocenia to ryzyko jako niskie.

c. Ryzyko nieterminowego spływu należności i utraty płynności finansowej

Większość klientów Grupy HubStyle reguluje płatności za nabywane usługi na zasadzie przedpłat, co istotnie zmniejsza ryzyko nieterminowego spływu należności. W przypadku sprzedaży odzieży wysyłka realizowana jest po dokonaniu płatności. Jednak, w przypadku niektórych klientów korzystających z usług z obszaru reklam internetowych, nie można wykluczyć ryzyka opóźnienia realizacji płatności, a nawet ich nieuregulowania w ogóle. W przypadku zaistnienia takiej sytuacji należy liczyć się z pogorszeniem sytuacji finansowej Emitenta. Emitent ocenia to ryzyko jako niskie.

d. Ryzyko związane z realizacją przejęć

Istnieje ryzyko złej oceny sytuacji finansowej podmiotów, będących przedmiotem inwestycji. W przypadku zrealizowania się takiego ryzyka zakup spółki o złej kondycji finansowej może mieć negatywny wpływ na skonsolidowane wyniki Emitenta. Zarząd Spółki zobowiązuje się dołożyć wszelkich starań, by ograniczyć możliwość zrealizowania się takiego ryzyka poprzez zatrudnienie wykwalifikowanych doradców prawnych i finansowych. Emitent ocenia to ryzyko jako średnie.

e. Ryzyko związane ze zlecaniem produkcji wyrobów do zewnętrznych podmiotów

Odzież sprzedawana pod markami Grupy szyta jest z wysokiej jakości materiałów w oparciu o ramowe umowy z krajowymi szwalniami. Istnieje ryzyko związane ze współpracą z zewnętrznymi partnerami - to m.in. ryzyko nierzetelności czy nieterminowej realizacji zleceń. Ryzyka w tym obszarze są minimalizowane dzięki starannemu doborowi partnerów biznesowych oraz dywersyfikacji w zakresie dostaw materiałów oraz produkcji - spółki z Grupy posiadają umowy z różnymi partnerami. Emitent ocenia to ryzyko jako niskie.

f. Ryzyko odpowiedniego dopasowania tworzonych kolekcji i planów sprzedażowych do panujących trendów w modzie

Istnieje ryzyko, że kolekcje projektowane dla poszczególnych marek HubStyle nie zostaną odpowiednio dopasowane do panujących trendów, a plany sprzedażowe nie będą odpowiadać rzeczywistemu zainteresowaniu produktami spółek z Grupy. Aby minimalizować to ryzyko władze Grupy oraz osoby bezpośrednio odpowiedzialne za poszczególne kolekcje na bieżąco obserwują rynkowe trendy starając się efektywnie odpowiadać na potrzeby klientów. Kolekcje produkowane są w krótkich seriach, a ich sprzedaży towarzyszą szerokie działania promocyjne.

Ryzyka związane z działalnością Grupy

Ryzyka związane z otoczeniem, w jakim działa Emitent

a. Ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną Polski i krajów UE

Według prognoz Instytutu Badań nad Gospodarką Rynkową w 2017 r. tempo wzrostu popytu krajowego wyniesie 3,1%. Polska gospodarka jest jedną z najszybciej rozwijających się w Unii Europejskiej. Natomiast ewentualny spadek skłonności do konsumpcji w Polsce, może mieć negatywne przełożenie na przychody z działalności operacyjnej Grupy. Główne źródło dochodów Spółek zależnych jest bezpośrednio powiązane z poziomem wydatków konsumpcyjnych osób fizycznych, drugie pod względem wartości źródło dochodów jest zależne od wydatków przedsiębiorstw na promocję. Emitent ocenia to ryzyko jako średnie.

b. Ryzyko związane ze zmiennością regulacji prawnych oraz systemu podatkowego w Polsce

Polskie prawo, w tym prawo podatkowe, cechuje się dużą zmiennością. Przepisy dotyczące podatku od towarów i usług, podatku dochodowego od osób prawnych, fizycznych czy składek na ubezpieczenia społeczne podlegają częstym zmianom, wskutek czego niejednokrotnie brak jest odniesienia do utrwalonych regulacji bądź precedensów prawnych. Obowiązujące przepisy zawierają również niejasności, które powodują różnice w opiniach co do interpretacji prawnej przepisów podatkowych zarówno między organami państwowymi, jak i między organami państwowymi i przedsiębiorstwami. Rozliczenia podatkowe oraz inne (na przykład celne czy dewizowe) mogą być przedmiotem kontroli organów, które uprawnione są do nakładania wysokich kar, a ustalone w wyniku kontroli dodatkowe kwoty zobowiązań muszą zostać wpłacone wraz z wysokimi odsetkami. Zjawiska te powodują, że ryzyko podatkowe w Polsce jest wyższe niż istniejące zwykle w krajach o rozwiniętym systemie podatkowym. Rozliczenia podatkowe mogą zostać poddane kontroli przez okres pięciu lat. W efekcie kwoty wykazane w sprawozdaniu finansowym mogą ulec zmianie w późniejszym terminie po ostatecznym ustaleniu ich wysokości przez organy skarbowe. W celu minimalizacji ryzyka związanego ze zmiennością regulacji prawnych oraz systemu podatkowego Emitent na bieżąco współpracuje z wysokiej klasy ekspertami. Emitent ocenia to ryzyko jako niskie.

c. Ryzyko związane z kierunkami rozwoju rynku e-commerce oraz rynku reklamy internetowej

Rynek internetowy, w szczególności rynek e-commerce, jest młody, wobec czego cechuje się wysoką dynamiką zmian. Potrzeby czy przyzwyczajenia klientów mogą się nieoczekiwanie zmieniać. Istnieje ryzyko, iż powstaną nowe metody dokonywania zakupów czy sposoby poszukiwania najkorzystniejszej oferty sprzedaży towaru czy usługi.

Podmioty funkcjonujące na rynku handlu elektronicznego muszą być gotowe do ciągłego dostosowywania swojej oferty do zmieniającego się otoczenia rynkowego w celu jak najlepszego zaspokojenia, zarówno potrzeb konsumentów, jak i użytkowników oferowanych systemów. Zmiana kierunku rozwoju sprzedaży odzieży na rynku e-commerce bądź rynku reklamy internetowej może spowodować konieczność dostosowania strategii i produktów spółek zależnych do nowych warunków, a tym samym wpłynąć na wyniki Grupy HubStyle. Emitent ocenia to ryzyko jako średnie.

d. Ryzyko związane ze spowolnieniem dynamiki rozwoju rynku internetowego i e-commerce

Rynek sprzedaży za pośrednictwem internetu w Polsce znajduje się w fazie dynamicznego wzrostu. Rośnie również liczba użytkowników Internetu dokonujących zakupów online w sieci. Pomimo optymistycznych przesłanek dotyczących rozwoju rynku e-commerce nie można wykluczyć spadku dynamiki tych rynków, co mogłoby negatywnie wpłynąć na rozwój tych rynków. Emitent ocenia to ryzyko jako niskie.

e. Ryzyko związane z istotną zmianą mechanizmów pozycjonowania i prezentacji witryn w wyszukiwarkach internetowych

Zadaniem wyszukiwarek internetowych jest pomoc konsumentom - użytkownikom Internetu w odnalezieniu przez nich poszukiwanych informacji, znajdujących się na stronach internetowych podmiotów plasujących swoje strony w wyszukiwarce. Aby zaprezentować internaucie najpełniejsze z możliwych wyniki wyszukiwania, funkcjonujące wyszukiwarki na bieżąco opracowują nowe mechanizmy i algorytmy selekcji, sortowania i prezentacji danych. Każda zmiana algorytmów powoduje zmianę hierarchii prezentowanych stron www, co ma duży wpływ na liczbę użytkowników odwiedzających poszczególne strony. Nokaut.pl Sp. z o.o. szczególną wagę przykładą do optymalizowania tworzonych serwisów, aby były one właściwie pozycjonowane w wyszukiwarkach.

Pomimo tego w poprzednich latach kolejne modyfikacje w algorytmach wyszukiwarki Google powodowały systematyczne, stopniowe obniżanie ruchu pochodzącego z SEO. Nie można wykluczyć sytuacji, iż algorytmy serwisów wyszukiwawczych zmienią się w sposób, który spowoduje dalsze zmniejszenie się liczby użytkowników witryn, co może spowodować obniżenie rentowności, bowiem będzie wymagało większych nakładów na promocję. Emitent ocenia to ryzyko jako wysokie.

Ryzyka związane z działalnością Grupy

f. Ryzyko związane z technologią informatyczną

Spółki z Grupy HubStyle działają w oparciu o model biznesowy polegający na sprzedaży klientom produktów oraz usług za pomocą sieci Internet. Kluczowe dla ich funkcjonowania jest sprawne działanie serwerów. Awaria infrastruktury serwerowej może spowodować obniżenie jakości świadczonej usługi, czasowe zaprzestanie świadczenia usług czy sprzedaży produktów, uszkodzenie bądź utratę danych. W obydwu przypadkach Emitent zostanie narażony na straty finansowe. W celu minimalizacji ryzyka spółki z Grupy korzystają z najwyższej klasy sprzętu informatycznego i infrastruktury serwerowej. Obsługa techniczna serwerów jest realizowana przez profesjonalny podmiot wyspecjalizowany w tego typu usługach. Dodatkowo w celu dalszej minimalizacji ryzyka niedostępności infrastruktury serwerowej Spółka zawarła z dostawcą usługi umowę na mocy której posiada on gwarancję funkcjonowania łączy internetowych przez minimum 99,44% czasu.

Należy również wziąć pod uwagę, iż spółki z Grupy HubStyle są narażone na ryzyko włamania do systemów informatycznych. Może się ono wiązać z uszkodzeniem, utratą bądź kradzieżą danych przetwarzanych przez spółki. Wypadek taki mógłby niekorzystnie wpłynąć na reputację. W związku z tym w celu zmniejszenia ryzyka w Grupie zatrudnieni są wykwalifikowani specjaliści zajmujący się zapewnieniem bezpieczeństwa i administracją serwerów. Emitent ocenia to ryzyko jako niskie.

HubStyle S.A. jako spółka holdingowa, zarządzająca Grupą jest narażona na analogiczne ryzyka działalności.

Informacje o zawartych umowach

Umowy znaczące zawarte przez spółki z Grupy Kapitałowej

Spółki z Grupy Kapitałowej HubStyle nie zawierały ani nie rozwiązywały umów znaczących w omawianym okresie do dnia publikacji niniejszego raportu.

Informacja o istotnych transakcjach z podmiotami powiązanymi

W okresie sprawozdawczym nie zawarto żadnych istotnych transakcji innych niż na warunkach rynkowych.

Informacja o transakcjach zawartych z podmiotami powiązanymi na warunkach innych niż rynkowe

Nie zawarto tego rodzaju transakcji.

Zaciągnięte i wypowiedziane umowy kredytów i pożyczek

Na dzień 31 grudnia 2016 r. Grupa Kapitałowa nie posiadała kredytów i pożyczek poza Grupą.

Udzielone i otrzymane poręczenia i gwarancje

Żadna ze spółek Grupy Kapitałowej HubStyle S.A. nie udzielała w 2016 r. poręczeń i gwarancji.

Emisja obligacji

W dniu 6 października 2016 roku Zarząd HubStyle S.A. zdecydował o przydziale 1.100 sztuk obligacji zwykłych na okaziciela serii A o wartości nominalnej 1.000 zł każda. Łączna cena emisyjna przydzielonych Obligacji wyniosła 1.100.000 zł i była równa ich łącznej wartości nominalnej. Oprocentowanie obligacji jest stałe i wynosi 7% w skali roku. Finansowanie pozyskane zostało z przeznaczeniem na kapitał obrotowy dla segmentu sprzedaży odzieży.

Umowy o współpracy lub kooperacji

Spółki z Grupy HubStyle nie zawarły umów współpracy lub kooperacji, które miałyby kluczowy lub istotny wpływ na prowadzoną działalność. Spółki posiadają zawarte umowy z licznymi partnerami, z którymi współpracują w celu realizacji przyjętej strategii. Wszystkie zawarte umowy mają charakter rynkowy.

Umowy ubezpieczenia

Spółki z Grupy posiadają umowy ubezpieczenia majątku ruchomego oraz umowy ubezpieczenia wynajmowanych lokali na wypadek pożaru i innych zdarzeń losowych. Umowy zostały zawarte na warunkach rynkowych, a ich wartość jest nieistotna w skali działalności prowadzonej przez Emitenta.

Opis prowadzonych postępowań sądowych i administracyjnych

W okresie sprawozdawczym Grupa nie była stroną żadnych postępowań sądowych i administracyjnych.

Udzielone pożyczki

W okresie sprawozdawczym Emitent ani jego jednostki zależne nie udzielały poręczeń kredytu, pożyczki lub gwarancji, których łączna wartość stanowiłaby równowartość co najmniej 10% kapitałów własnych Emitenta. Zestawienie pożyczek na dzień bilansowy udzielonych przez Jednostkę dominującą zaprezentowano poniżej w tabeli.

Udzielone pożyczki, stan na 31.12.2016	Data udzielenia	Kwota pożyczki	Oprocentowanie	Pozostało do spłaty	Odpis aktualizujący
Virtal Sp. z o.o.	18.03.2013	440	6% rocznie	61	0
Bradelor Finance Limited	18.09.2015	1 340	Wibor 1Y + 6% rocznie	1 340	0
Elmodare Finance Limited	01.10.2015	1 000	Wibor 1Y + 6% rocznie	1 000	0
New Fashion Brand Sp. z o.o.	04.10.2016	200	6% rocznie	36	36
New Fashion Brand Sp. z o.o.	17.10.2016	60	6% rocznie	60	60
New Fashion Brand Sp. z o.o.	2.11.2016	45	6% rocznie	45	45
New Fashion Brand Sp. z o.o.	7.11.2016	18	6% rocznie	18	18
New Fashion Brand Sp. z o.o.	15.11.2016	25	6% rocznie	25	25
New Fashion Brand Sp. z o.o.	20.12.2016	265	6% rocznie	265	265

Prezentacja wyników Grupy HubStyle za 2016 r.

Wybrane skonsolidowane dane finansowe [tys. zł]	2016	2015
Przychody ze sprzedaży	21 396	13 624
Zysk na działalności operacyjnej	367	- 9 374
Wynik brutto	501	-9 230
Wynik netto	444	-9 369
Całkowite dochody/straty ogółem	444	-9 369
Aktywa razem	21 737	18 655
Rzeczowe aktywa trwałe	514	241
Należności krótkoterminowe	1 410	1 526
Zobowiązania krótkoterminowe	5 496	2 991
Zobowiązania długoterminowe	0	0
Kapitał własny	16 241	15 664
Kapitał podstawowy	1 845	1 845
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	-2 158	-2 444
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-1 386	2 434
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	1 114	-213
Zmiana stanu środków pieniężnych	-2 430	-223
Zysk (strata) na jedną akcję zwykłą	0,02	-0,51
Rozwodniony zysk (strata) na jedną akcję zwykłą	0,02	-0,67

- Dynamiczny wzrost przychodów całej Grupy Kapitałowej o 57%
- Pozytywne wyniki na poziomie wyniku z działalności operacyjnej oraz zysku netto
- Dynamiczny wzrost skali działalności prowadzonej w segmencie sprzedaży odzieży, który stał się wiodącą działalnością Grupy Kapitałowej

3 Sytuacja finansowa Grupy HubStyle

Rachunek zysków i strat Grupy HubStyle

[tys. zł]	2016	2015	Zmiana
Przychody ze sprzedaży	21 396	13 624	57%
Pozostałe przychody operacyjne	4 527	43	>100%
Zmiana stanu produktów	386	522	-26%
Razem przychody z działalności operacyjnej	26 309	14 189	85%
Amortyzacja	534	1 147	-53%
Zużycie materiałów i energii	4 340	1 350	>100%
Usługi obce	15 956	12 426	28%
Podatki i opłaty	82	64	28%
Wynagrodzenia	3 342	1 470	>100%
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	505	226	>100%
Pozostałe koszty rodzajowe	226	197	15%
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	43	2	>100%
Pozostałe koszty operacyjne	914	6 681	-86%
Koszty działalności operacyjnej	25 942	23 563	10%
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	367	-9 374	>100%
Przychody finansowe	213	209	2%
Koszty finansowe	79	65	22%
Zysk (strata) przed opodatkowaniem	501	-9 230	>100%
Podatek dochodowy	57	139	-59%
Zysk (strata) netto	444	-9 369	>100%
Przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej	411	-9 355	>100%
Przypadający udziałom niedającym kontroli	33	-14	>100%

W roku obrotowym 2016 jednostka zwiększyła przychody ze sprzedaży o 57%. Głównym czynnikiem wzrostu był segment sprzedaży odzieży, który odpowiada, za ponad 50% przychodów ze sprzedaży Grupy Kapitałowej. Wzrost pozostałych przychodów operacyjnych dotyczy przede wszystkim odwrócenia odpisów aktualizujących wartości niematerialne dotyczące segmentu usług dla e - commerce w kwocie 4.380 tys. zł.

Wzrost bazy kosztowej w roku 2016 wynikał ze wzrostu skali działalności prowadzonej w segmencie odzieży, w tym w związku z uruchomieniem nowych marek w portfolio Grupy (Emente, Freakylicks, Kragelman).

Zarząd Jednostki dominującej poinformował w dniu 22 marca 2017 roku o zamiarze nie kontynuowania projektów Emente, Freakylicks oraz Kragelman z uwagi na negatywne wyniki osiągnięte przez te marki, przy niewspółmiernym nakładzie środków finansowych. W związku z zamknięciem projektów Zarząd planuje poprawę relacji kosztów do przychodów w kolejnym roku.

Poniesione nakłady inwestycyjne

Główne nakłady inwestycyjne w segmencie sprzedaży odzieży dotyczyły uruchomienia nowego multibrandowego showroomu w Warszawie przy ulicy Inflanckiej. Nakłady związane z uruchomieniem punktu wyniosły około 470 tys. zł.

Ponadto w segmencie usług dla e-commerce jednostka zależna Nokaut.pl poniosła nakłady w wysokości około 0,9 mln zł na rozwój infrastruktury wspierającej monetyzację programu partnerskiego stanowiącego główne źródło przychodów.

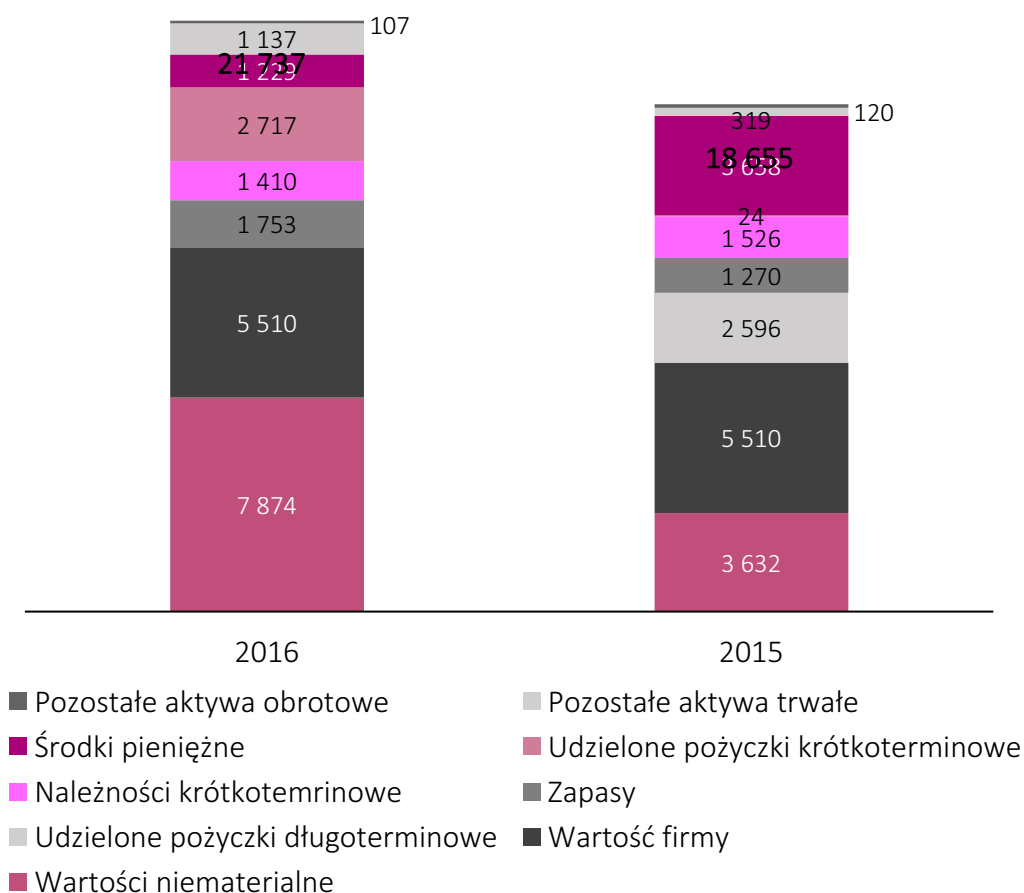
Sytuacja majątkowa Grupy HubStyle - struktura aktywów

Aktywa [tys. zł]	31.12.2016	31.12.2015
I. Aktywa trwałe	14 521	12 057
1. Wartości niematerialne	7 874	3 632
2. Wartości firmy	5 510	5 510
3. Inwestycje w jednostki zależne		
4. Rzeczowe aktywa trwałe	514	241
5. Należności długoterminowe	356	15
6. Udzielone pożyczki długoterminowe	0	2 596
7. Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	260	58
8. Inne aktywa długoterminowe	7	5
II. Aktywa obrotowe	7 216	6 598
1. Zapasy	1 753	1 270
2. Należności krótkoterminowe	1 410	1 526
3. Udzielone pożyczki krótkoterminowe	2 717	24
4. Środki pieniężne	1 229	3 658
5. Inne aktywa	107	120
Aktywa razem	21 737	18 655

Wzrost skali prowadzonej działalności przełożył się na wzrost sumy bilansowej. Największy wzrost odnotowano w pozycji wartości niematerialnych co wiąże się bezpośrednio z odwróceniem odpisu na zakończone prace rozwojowe przypisane jednostce Nokaut.pl. Oszacowane przez Zarząd przyszłe korzyści ekonomiczne uzasadniały odwrócenie wcześniej dokonanych odpisów aktualizujących.

W zakresie aktywów obrotowych Grupa zachowała efektywność działania czego efektem jest wzrost zapasów Grupy niższy niż przyrost przychodów z segmentu sprzedaży odzieży.

Na dzień bilansowy wszystkie pożyczki udzielone przez Jednostkę dominującą miały termin zapadalności w ciągu 12 miesięcy od dnia bilansowego.

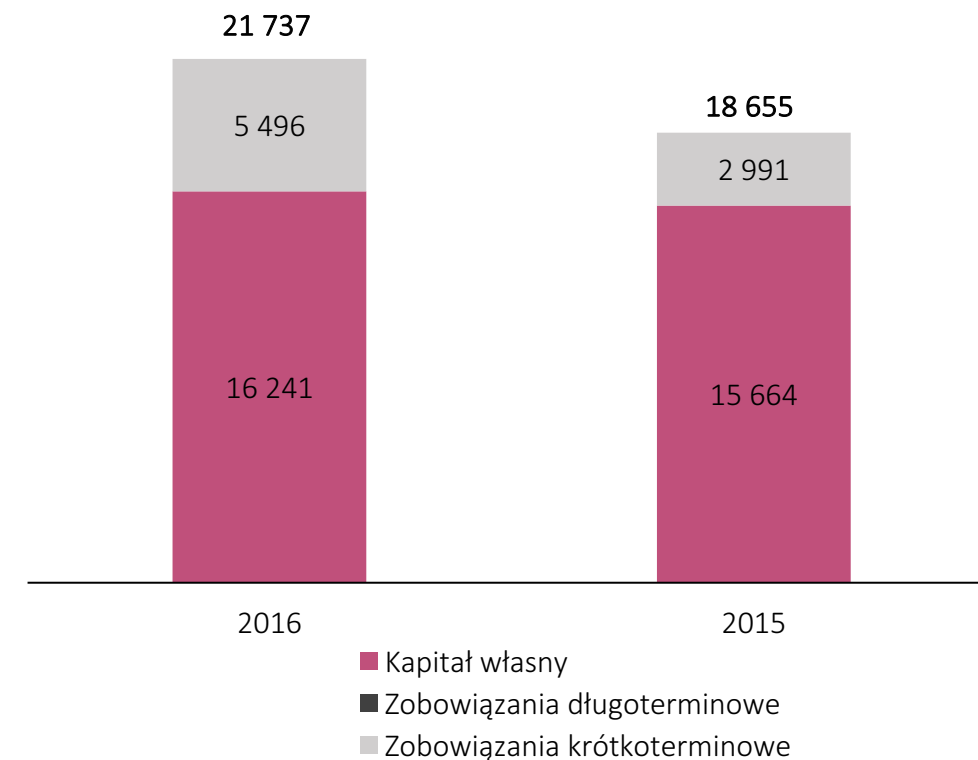


Sytuacja majątkowa Grupy HubStyle - struktura pasywów

Pasywa [tys. zł]	31.12.2016	31.12.2015
I. Kapitał własny	16 241	15 664
A. Przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej	16 066	15 523
1. Kapitał podstawowy	1 845	1 845
2. Kapitał zapasowy	32 475	32 475
3. Kapitał rezerwowy	132	
4. Suma całkowitych dochodów	-18 386	-18 797
- suma całkowitych dochodów netto	411	-9 355
- suma całkowitych dochodów z lat ubiegłych	-18 797	-9 442
B. Przypadający udziałom niekontrolującym	175	141
II. Zobowiązania długoterminowe	0	0
III. Zobowiązania krótkoterminowe	5 496	2 991
1. Leasing finansowy	8	82
2. Zobowiązania z tytułu dostaw i usług	2 942	1 740
3. Zobowiązania finansowe	1 115	
4. Inne zobowiązania	954	611
5. Rezerwy na zobowiązania	220	87
6. Pozostałe zobowiązania krótkoterminowe	257	471
Pasywa razem	21 737	18 655

Pozycjami, które odnotowały najistotniejszą zmianę są pozycje zobowiązań z tytułu dostaw i usług oraz zobowiązań finansowych. Wzrost zobowiązań z tytułu dostaw i usług jest skorelowany ze wzrostem skali w segmencie odzieżowym.

Wzrost wartości zobowiązań finansowych jest związany z pozyskaniem finansowania dłużnego w postaci emisji obligacji serii, a w kwocie nominalnej 1,1, mln zł.



Sytuacja pieniężna Grupy HubStyle

	2016	2015
A. Przepływy środków pieniężnych z działalności operacyjnej		
I. Zysk (strata) przed opodatkowaniem	502	-9 230
II. Korekty razem	-2 660	6 786
1. Amortyzacja	534	1 147
2. Odsetki i udziały w zyskach (dywidendy)	-168	-53
3. Zmiana stanu rezerw	133	18
4. Zmiana stanu zapasów	-482	-778
5. Zmiana stanu należności	-246	-198
6. Zmiana stanu zobowiązań krótkoterm. z wyjątkiem pożyczek i kredytów	1 384	475
7. Zmiana stanu innych aktywów i zobowiązań	-204	-24
8. Zapłacony podatek dochodowy	-101	-80
9. Inne korekty		
10. Zysk (strata) z działalności inwestycyjnej	-3 510	6 279
III. Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej (I+/-II)	-2 158	-2 444
B. Przepływy środków pieniężnych z działalności inwestycyjnej		
I. Wpływy	8	6 105
1. Z aktywów finansowych, w tym:		6 027
- spłata udzielonych pożyczek długoterminowych		6 027
2. Zbycie wartości niematerialnych oraz rzeczowych aktywów trwałych	8	62
3. Inne wpływy inwestycyjne		16
II. Wydatki	1 394	3 671
1. Nabycie wartości niematerialnych oraz rzeczowych aktywów trwałych	1 394	1 331
2. Nabycie udziałów w jednostce zależnej		
3. Udzielone pożyczki		2 340
III. Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej (I-II)	-1 386	2 434
C. Przepływy środków pieniężnych z działalności finansowej		
I. Wpływy	1 196	0
1. Kredyty i pożyczki	96	
2. Emisja dłużnych papierów wartościowych	1 100	
II. Wydatki	82	213
1. Płatności zobowiązań z tytułu umów leasingu finansowego	82	202
2. Odsetki		11
III. Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej (I-II)	1 114	-213
D. Przepływy pieniężne netto, razem (A.III+/-B.III+/-C.III)	-2 430	-223
E. Bilansowa zmiana stanu środków pieniężnych, w tym:	-2 430	-223
F. Środki pieniężne na początek okresu	3 658	3 881
G. Środki pieniężne na koniec okresu (F+/-D)	1 229	3 658

Środki pieniężne w Grupie Kapitałowej uległy zmniejszeniu w ciągu roku 2016 z kwoty 3,6 mln zł do kwoty 1,2 mln zł tj. o kwotę 2,4 mln zł. Spadek środków pieniężnych wynika z intensywnych działań inwestycyjnych związanych z rozwijaniem nowych marek w portfolio Grupy Kapitałowej, które wyniosły łącznie około 2 mln zł.

Spółka w kolejnym roku będzie dążyła do poprawy sytuacji finansowej i pozycji gotówkowej poprzez podejmowanie działań zmierzających do sprzedaży aktywów nieoperacyjnych oraz aktywów o niestrategicznym znaczeniu dla dalszego rozwoju Grupy Kapitałowej, a także poprawy efektywności relacji przychodów do ponoszonych kosztów.

Analiza wskaźnikowa Grupy Kapitałowej HubStyle

Wskaźniki zadłużenia	2016	2015
Wskaźnik ogólnego zadłużenia	25,28%	16,03%
Wskaźnik zadłużenia długoterminowego	0,0%	0,0%
Wskaźnik zadłużenia krótkoterminowego	25,28%	16,03%

Wskaźniki płynności	2016	2015
Wskaźnik bieżącej płynności	1,31	2,21
Wskaźnik wysokiej płynności	0,97	1,74
Wskaźnik podwyższonej płynności	0,22	1,22

Analiza wskaźnikowa

Na przestrzeni roku obrotowego analizowane wskaźniki płynności uległy zmniejszeniu, jednak wciąż pozostawały w granicach uznawanych za pożądane. Ze względu na dynamiczny wzrost segmentu sprzedaży odzieży, który to segment cechują się wyższą kapitałochłonnością, a także ze względu na pozyskanie finansowania dłużnego wzrostowi uległy wskaźniki ogólnego zadłużenia. Spadek wskaźników płynności wiąże się, z dynamicznym wzrostem segmentu sprzedaży odzieży, który wymaga zaangażowania kapitałowego w zapasy, co przekłada się na relację analizowanych wskaźników.

Prognoza finansowa HubStyle S.A.

HubStyle S.A. nie publikuje prognoz finansowych.

Polityka dywidendy HubStyle S.A.

Zasadą polityki Zarządu HubStyle S.A. odnośnie dywidendy jest realizowanie wypłat stosownie do wielkości wypracowanego zysku i możliwości Emitenta. Zarząd, zgłaszając propozycje dotyczące możliwości wypłaty dywidendy, kieruje się koniecznością zapewnienia Emitentowi płynności finansowej oraz kapitału niezbędnego do rozwoju działalności.

Opis istotnych pozycji pozabilansowych

W skonsolidowanym sprawozdaniu Grupy HubStyle nie występują istotne pozycje pozabilansowe.

Opis wykorzystania przez Emitenta wpływów z emisji

W okresie objętym niniejszym sprawozdaniem Spółka nie przeprowadziła emisji akcji.

Wskaźnik	Wyszczególnienie
Wskaźnik ogólnego zadłużenia	Wskaźnik ogólnego zadłużenia = zobowiązania długo- i krótkoterminowe ogółem / aktywa ogółem
Wskaźnik zadłużenia długoterminowego	Wskaźnik zadłużenia długoterminowego = zobowiązania długoterminowe / aktywa ogółem
Wskaźnik zadłużenia krótkoterminowego	Wskaźnik zadłużenia krótkoterminowego = zobowiązania krótkoterminowe / aktywa ogółem
Wskaźnik bieżącej płynności	Wskaźnik płynności bieżącej – aktywa obrotowe / zobowiązania krótkoterminowe
Wskaźnik wysokiej płynności	Wskaźnik wysokiej płynności – (aktywa obrotowe – zapasy – krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe) / zobowiązania krótkoterminowe
Wskaźnik podwyższonej płynności	Wskaźnik podwyższonej płynności – środki pieniężne i ich ekwiwalenty / zobowiązania krótkoterminowe

Prezentacja wyników HubStyle S.A. za 2016 r.

Wybrane jednostkowe dane finansowe [tys. zł]	2016	2015
Przychody ze sprzedaży	512	383
Strata na działalności operacyjnej	-3 266	-7 151
Strata brutto	-1 109	-6 948
Strata netto	-310	-6 955
Całkowite dochody/straty ogółem	-310	-6 955
Aktywa razem	29 250	26 991
Rzeczowe aktywa trwałe	22	118
Należności krótkoterminowe	498	992
Zobowiązania krótkoterminowe	3 680	1 223
Zobowiązania długoterminowe	0	20
Kapitał własny	25 570	25 748
Kapitał podstawowy	1 845	1 845
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	-1 971	-1 141
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-1 743	1 352
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	1 100	0
Zmiana stanu środków pieniężnych	-2 614	211
Zysk (strata) na jedną akcję zwykłą	-0,16	-0,5
Rozwodniony zysk (strata) na jedną akcję zwykłą	-0,16	-0,5

4 Sytuacja finansowa HubStyle S.A.

Rachunek zysków i strat HubStyle S.A.

[tys. zł]	2016	2015	Zmiana
Przychody ze sprzedaży	512	383	34%
Pozostałe przychody operacyjne	42	31	35%
Razem przychody z działalności operacyjnej	554	414	34%
Amortyzacja	189	71	>100%
Zużycie materiałów i energii	71	54	31%
Usługi obce	1 605	1448	11%
Podatki i opłaty	13	24	-46%
Wynagrodzenia	754	358	>100%
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	37	21	76%
Pozostałe koszty rodzajowe	146	85	72%
Pozostałe koszty operacyjne	1 005	71	>100%
Koszty działalności operacyjnej	3 820	2132	79%
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	-3 266	-1718	90%
Przychody finansowe	5 651	204	>100%
Koszty finansowe	3 494	5434	-36%
Zysk (strata) przed opodatkowaniem	-1 109	-6948	84%
Podatek dochodowy	-799	7	>-100%
Zysk (strata) netto z działalności kontynuowanej	-310	-6955	96%
Zysk (strata) netto	411	-6 955	>100%

W wyniku przeprowadzonych testów w zakresie inwestycji w jednostki zależne oraz wartości niematerialne segmentu sprzedaży odzieży, Zarząd Emitenta podjął decyzję o dokonaniu odpisów aktualizujących wartości niematerialne obejmujące posiadane znaki towarowe w kwocie 914 tys. zł oraz udziałów w jednostkach zależnych w kwocie 3.010 tys. zł. Ponadto Zarząd podjął decyzję o dokonaniu odpisu aktualizującego wartość pożyczki udzielonej jednostce zależnej New Fashion Brand Sp. z o.o. w kwocie 449 tys. zł z uwagi na straty generowane przez tę spółkę oraz zawieszenie kontynuowania projektów Freakyllicks, Kragelman i Emente. W związku z przeprowadzonym w oparciu o zdyskontowane przepływy pieniężne testem, Zarząd oszacował, że możliwe do uzyskania przyszłe korzyści ekonomiczne związane z aktywem Nokaut.pl są wyższe od jego wartości bilansowej i podjął decyzję o odwróceniu utworzonego wcześniej odpisu aktualizującego w kwocie 5.433 tys. zł. łączny wpływ netto dokonanych odpisów aktualizujących wyniósł 1.060 tys. zł i spowodował wzrost wartości całkowitych dochodów ujawnionych w jednostkowym sprawozdaniu finansowym.

W zakresie najistotniejszych kosztów działalności operacyjnej należy wskazać usługi obce na które składają się przede wszystkim koszty usług informatycznych i licencji w kwocie 532 tys. zł, usługi najmu powierzchni magazynów, biura oraz showroomów w kwocie 302 tys. zł, a także koszty usług doradczych w łącznej kwocie 323 tys. zł.

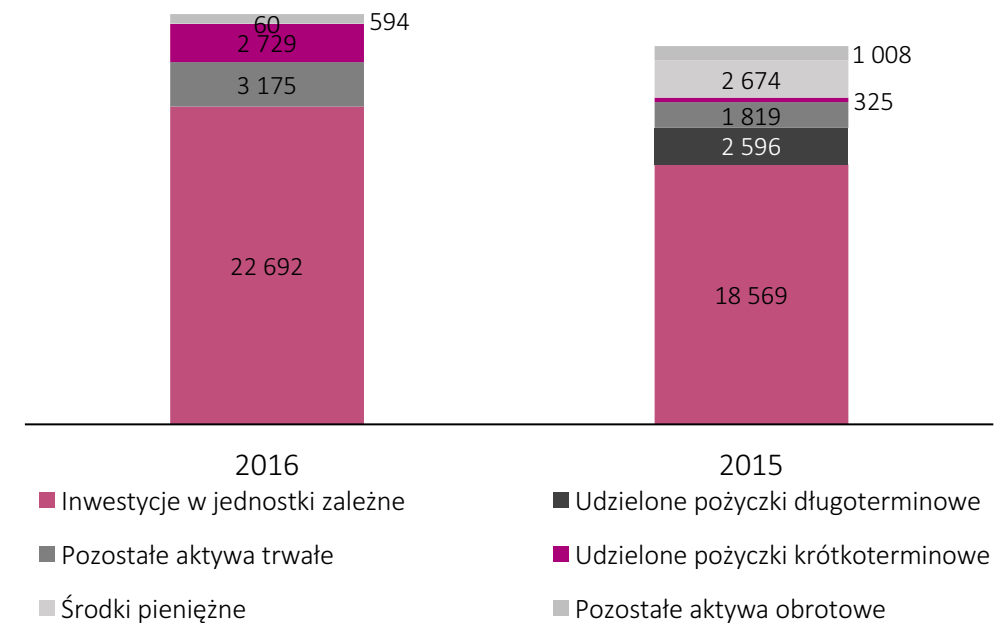
Na pozostałe koszty operacyjne składają się przede wszystkim odpisy wartości niematerialnych związanych z segmentem odzieżowym w kwocie 914 tys. zł, co jest wynikiem zawieszenia kontynuacji projektów Freakyllicks, Kragelman oraz Emente.

Przychody i koszty finansowe obejmują w przede wszystkim operacje związane z aktualizacją wartości inwestycji w jednostki zależne.

Sytuacja majątkowa HubStyle S.A. - struktura aktywów i pasywów

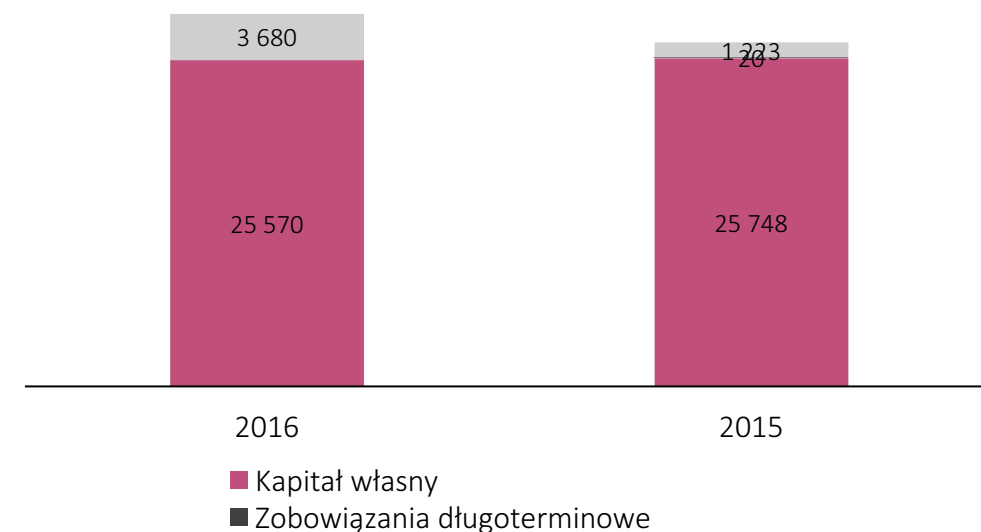
Aktywa [tys. zł]	31.12.2016	31.12.2015
Aktywa trwałe	25 867	22 984
Wartości niematerialne	2 164	1 701
Inwestycje w jednostki zależne	22 692	18 569
Rzeczowe aktywa trwałe	22	118
Udzielone pożyczki długoterminowe		2 596
Należności długoterminowe	210	
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	779	
Aktywa obrotowe	3 383	4 007
Należności krótkoterminowe	498	992
Udzielone pożyczki krótkoterminowe	2 729	325
Środki pieniężne	60	2 674
Inne aktywa obrotowe	96	16
Aktywa razem	29 250	26 991

Pasywa [tys. zł]	31.12.2016	31.12.2015
Kapitał własny	25 570	25 748
Kapitał podstawowy	1 845	1 845
Kapitał zapasowy	36 757	36 757
Kapitał rezerwowy	4 395	4 263
Całkowite dochody zatrzymane	-17 427	-17 117
- suma całkowitych dochodów za okres bieżący	-310	-6 955
- suma całkowitych dochodów za lata ubiegłe	-17 117	-10 162
Zobowiązania długoterminowe	0	20
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	0	20
Zobowiązania krótkoterminowe	3 680	1 223
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług	202	216
Inne zobowiązania	2 341	986
Zobowiązania finansowe	1 115	
Rezerwy na zobowiązania	22	21
Pasywa razem	29 250	26 991



W roku 2016 w aktywach nastąpiło istotne zwiększenie wartości inwestycji w jednostki zależne, co związane jest bezpośrednio z odwróceniem odpisu dotyczącego Nokaut.pl. Należy również wskazać, że zaprezentowane na saldzie na dzień 31 grudnia 2015 roku pożyczki długoterminowe zostały przeklasyfikowane do krótkoterminowych, gdyż ich termin spłaty jest krótszy niż 12 miesięcy od dnia bilansowego.

Ponadto w roku 2016 Spółka dokonała emisji obligacji w wartości 1.100 tys. zł w celu sfinansowania inwestycji w segmencie odzieżowym, co przełożyło się na ujawnienie w sprawozdaniu pozycji zobowiązań finansowych.



Sytuacja pieniężna HubStyle S.A.

[tys. zł]	2016	2015
Przepływy środków pieniężnych z działalności operacyjnej		
I. Zysk (strata) przed opodatkowaniem	-1 109	-6 948
II. Korekty razem	-862	5 807
III. Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej (I+/-II)	-1 971	-1 141
Przepływy środków pieniężnych z działalności inwestycyjnej		
I. Wpływy	1 579	6 086
II. Wydatki	3 322	4 734
III. Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej (I-II)	-1 743	1 352
Przepływy środków pieniężnych z działalności finansowej		
I. Wpływy	1 100	0
II. Wydatki	0	0
III. Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej (I-II)	1 100	0
Przepływy pieniężne netto, razem	-2 614	211
Bilansowa zmiana stanu środków pieniężnych	-2 614	211
- zmiana stanu środków pieniężnych z tytułu różnic kursowych		
Środki pieniężne na początek okresu	2 674	2 463
Środki pieniężne na koniec okresu (F+/-D)	60	2 674

W roku 2016 Spółka poczyniła istotne inwestycje związane z nakładami na rozwój nowych projektów w ramach segmentu odzieżowego, co było bezpośrednim czynnikiem do spadku pozycji gotówkowej Spółki.

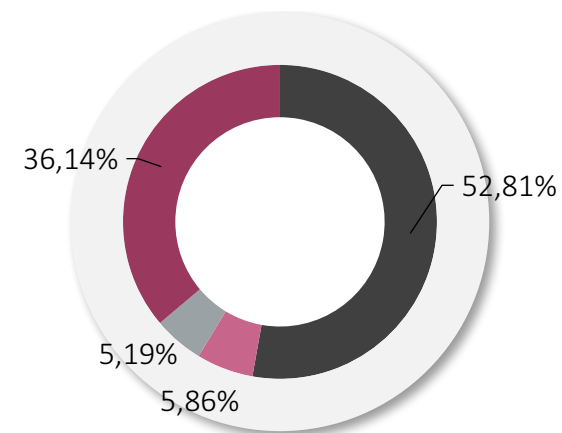
W średnim i długim terminie Spółka planuje finansować swoją działalność z przychodów z opłat licencyjnych za korzystnie ze znaków towarowych będących własnością Spółki, a także z dywidend wypłacanych przez Spółki stanowiące inwestycje w jednostki zależne oraz sprzedaży aktywów o niestrategicznym znaczeniu.

Struktura kapitału zakładowego

Na dzień sporządzenia raportu kapitał zakładowy Emitenta wynosi 1 844 945,80 złotych i dzieli się na 18 449 458 akcji na okaziciela serii A, B, C, D i E. Wartość nominalna każdej akcji Emitenta wynosi 0,10 zł (dziesięć groszy).

Struktura akcjonariatu

Struktura akcjonariatu na dzień sporządzenia raportu okresowego wygląda następująco:



- Wojciech Czernecki (samodzielnie i poprzez FCFF Ventures Sp. z o.o.)
- Maciej Filipkowski
- Rafał Brzoska
- Pozostali

Akcjonariusz	Liczba głosów na WZ/ Liczba akcji	Udział w głosach na WZ
Wojciech Czernecki (samodzielnie i poprzez FCFF Ventures Sp. z o.o.)	9 743 276	52,81%
Maciej Filipkowski	1 081 000	5,86%
Rafał Brzoska	957 733	5,19%
Pozostali	6 667 449	36,14%

Po dniu sprawozdawczym do dnia sporządzenia raportu rocznego nie wystąpiły zmiany w strukturze akcjonariatu.

5

Informacje
o akcjach
i akcjonariacie

HubStyle S.A. na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie

Akcje HubStyle S.A. są notowane na rynku podstawowym Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A., w systemie notowań ciągłych.

Podstawowe informacje o akcjach

Nazwa:	Hubstyle S.A.
Nazwa skrócona:	Hubstyle
Ticker:	HUB
ISIN:	PLGRNKT00019
Data debiutu:	14.03.2012
Liczba akcji:	18 449 458
Segment:	Spółka mała (kapitalizacja w przedziale 5-50 mln EUR)
Indeksy:	WIG, WIG-Poland, WIG-Media

Kurs akcji HubStyle S.A. oraz wolumen obrotu w 2016 roku



Kluczowe dane dotyczące akcji HubStyle S.A.

Wyszczególnienie	2016	2015
Kapitalizacja spółki na koniec roku (tys. zł)	53 503	27 674
Wartość obrotów (tys. zł)	21 707	3 891
Średnia liczba transakcji na sesję (szt.)	24	11
Kurs maksymalny w roku (zł)	3,80	1,50
Kurs minimalny w roku (zł)	1,28	0,58

Kalendarium raportowania GK HubStyle i HubStyle S.A.

24 marca 2017 r.:	Skonsolidowany raport roczny za 2016 r.
15 maja 2017 r.:	Skonsolidowany raport kwartalny za I kwartał 2017 r.
30 sierpnia 2017 r.:	Skonsolidowany raport półroczny za I półrocze 2017 r.
14 listopada 2017 r.:	Skonsolidowany raport kwartalny za III kwartał 2017 r.

Pozostałe informacje dotyczące akcji i akcjonariatu

Zmiany w strukturze akcjonariatu

W trakcie 2016 roku miały miejsce następujące zmiany w Akcjonariacie:

W dniu 30.12.2016 roku Zarząd Hubstyle S.A. poinformował o otrzymaniu zawiadomienia od Pana Wojciecha Czerneckiego o tym, że spółka Duratonic Investments Ltd. w celu wykonania uchwały o podwyższeniu kapitału zakładowego spółki FCFF Ventures Sp. z o.o. wniosła tytułem aportu niepieniężnego do spółki FCFF Ventures Sp. z o.o. 9.225.152 akcji.

W dniu 29 lipca 2016 r. Emitent dostał zawiadomienie od Duratonic Investments Ltd.

Akcjonariusz Duratonic poinformował Spółkę, że w dniu 27 lipca 2016 r., zbył w drodze transakcji realizowanej na rynku regulowanym GPW, 140.848 zdematerializowanych akcji zwykłych spółki Hubstyle S.A. Dodatkowo Duratonic poinformował, że w dniu 28 lipca 2016 r. zbył w drodze transakcji realizowanej na rynku regulowanym GPW 134.000 zdematerializowanych akcji zwykłych Spółki, notowanych na rynku podstawowym GPW.

Przed dokonaniem powyższych transakcji zbycia spółka Duratonic posiadała 9.500.000 akcji Hubstyle S.A. stanowiących 51,49% kapitału zakładowego Spółki, uprawniających do 9.500.000, stanowiących 51,49% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy Spółki.

Spółka Duratonic po dokonaniu przedmiotowych transakcji posiada obecnie 9.225.152 akcji Hubstyle S.A. stanowiących 50,00 % kapitału zakładowego Spółki, uprawniających do 9.225.000 głosów, stanowiących 50,00 % ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy Spółki.

W dniu 29 lipca 2016 r. Emitent otrzymał zawiadomienie od Pana Wojciecha Czerneckiego - Przewodniczącego Rady Nadzorczej Spółki.

Akcjonariusz Wojciech Czernecki poinformował Spółkę, że w dniu 26 lipca 2016 r. zbył, w drodze transakcji zrealizowanej na rynku regulowanym Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A., zbył 86.774 sztuki zdematerializowanych akcji zwykłych spółki Hubstyle S.A.

Akcjonariusz, poinformował, że w dniu 27 lipca 2016 r., Duratonic Investments Ltd, jako podmiot zależny od Pana Wojciecha Czerneckiego zbyła, w drodze transakcji zrealizowanej na rynku regulowanym GPW, 140.848 sztuk zdematerializowanych akcji zwykłych Spółki, notowanych na rynku podstawowym GPW.

Dodatkowo akcjonariusz poinformował, że w dniu 28 lipca 2016 r. spółka Duratonic zbyła, w drodze transakcji zrealizowanej na rynku regulowanym GPW, 134.000 sztuk zdematerializowanych akcji zwykłych Spółki, notowanych na rynku podstawowym GPW.

Przed dokonaniem ww. transakcji zbycia akcji Spółki, Pan Wojciech Czernecki posiadał:

a. bezpośrednio 604.898 sztuk akcji Hubstyle S.A. stanowiących 3,28% kapitału zakładowego Spółki, uprawniających do 604.898 głosów, stanowiących 3,28% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy Spółki, oraz

b. pośrednio tj. przez spółkę Duratonic 9.500.000 sztuk akcji Hubstyle S.A. stanowiących 51,49% kapitału zakładowego Spółki, uprawniających do 9.500.000 głosów, stanowiących 51,49% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy Spółki,

co stanowiło łącznie 10.104.898 sztuk akcji Hubstyle S.A. stanowiących 54,77% kapitału zakładowego Spółki, uprawniających do 10.104.898 głosów, stanowiących 54,77% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy Spółki.

Po dokonaniu przedmiotowych transakcji zbycia akcji Spółki, Pan Wojciech Czernecki posiada obecnie:

a. bezpośrednio 518.124 akcji Hubstyle S.A. stanowiących 2,81% kapitału zakładowego Spółki, uprawniających do 518.124, stanowiących 2,81% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy Spółki, oraz

b. pośrednio, tj. przez spółkę Duratonic 9.225.152 akcji Hubstyle S.A. stanowiących 50,00 % kapitału zakładowego Spółki, uprawniających do 9.225.152 głosów, stanowiących 50,00 % ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy Spółki,

co stanowi łącznie 9.743.276 sztuk akcji Hubstyle S.A. stanowiących 52,81% kapitału zakładowego Spółki, uprawniających do 9.743.276 głosów, stanowiących 52,81% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy Spółki.

Pozostałe informacje dotyczące akcji i akcjonariatu

W dniu 4 stycznia 2016 r. Spółka otrzymała zawiadomienie od Warsaw Equity Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A. z siedzibą w Warszawie działającego w imieniu First Private Equity Funduszu Inwestycyjnego Zamkniętego Aktywów Niepublicznych Fundusz jako organ Funduszu, że udział w ogólnej liczbie głosów w HubStyle S.A. uległ zmniejszeniu do poziomu poniżej 5% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki.

Zmiana udziału w ogólnej liczbie głosów nastąpiła na skutek zbycia przez Fundusz w drodze transakcji sesyjnych w obrocie na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. w dniach 22-29.12.2015 roku łącznie 87 426 akcji Spółki, stanowiących 0,4738 % ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki. Przed zmianą Akcjonariusz posiadał 987 500 akcji Spółki, stanowiących 5,3525% udziału w kapitale zakładowym Spółki oraz 5,3525% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki, tj. uprawniających do 987 500 głosów. Po zmianie Akcjonariusz posiadał 900 074 akcji Spółki, stanowiących 4,8785% udziału w kapitale zakładowym Spółki oraz 4,8785% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki, tj. uprawniających do 900 074 głosów.

Akcje własne

Spółka nie posiada akcji własnych.

Emisja akcji

Spółka nie wyemitowała akcji w okresie objętym raportem

Akcje w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących

Poniższa tabela przedstawia liczbę akcji będących w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących na dzień przekazania sprawozdania.

Imię i nazwisko	Funkcja	Liczba akcji	Zmiana
Wojciech Czernecki	Przewodniczący Rady Nadzorczej	9 743 276	- 366 304
Maciej Filipkowski	Członek Rady Nadzorczej	1 081 000	brak
Rafał Brzoska	Członek Rady Nadzorczej	957 733	brak
Kamil Gaworecki	Członek Rady Nadzorczej	255 062	brak

Potencjalne zmiany w strukturze akcjonariatu

29 lipca 2016 r. Zarząd Emitenta poinformował, że w dniu 29 lipca 2016 r. otrzymał oświadczenie akcjonariusza Duratonic Investments Ltd, spółki zarejestrowanej w Republice Cypru, z siedzibą przy ulicy Prodomou 75, lok. 101, I piętro, Strovolos, 2063, Nikozja, Cypr, wpisanej do rejestru prowadzonego przez Ministerstwo Handlu, Przemysłu i Turystyki Departament Rejestru Spółek i Syndyków Mas Upadłościowych w Nikozji za numerem HE 330369 o zamiarze niezbywania akcji.

Z przekazanego oświadczenia wynika, że w okresie 180 dni od dnia przekazania oświadczenia spółka Duratonic nie zamierza zbywać akcji Emitenta notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie, chyba że cena sprzedaży akcji w takiej transakcji przekroczy 6,30 zł za jedną akcją. Ponadto Duratonic oświadczył, że nie wyklucza zwiększenia udziału w kapitale zakładowym Emitenta.

Stosowanie Zasad Ładu Korporacyjnego

Spółka i jej organy podlegają zasadom ładu korporacyjnego, które zostały opisane w zbiorze przyjętym Uchwałą Rady GPW z dnia 13 października 2015 roku, jako „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2016” (Dobre Praktyki, DPSN) i zostały opublikowane na stronie internetowej Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie (<http://corp-gov.gpw.pl>) i na stronie Spółki w zakładce „Relacje inwestorskie”. Spółka nie przyjęła do stosowania innych zasad ładu korporacyjnego, niż wskazane powyżej.

Zarząd Spółki działając na podstawie §29 ust. 3 Regulaminu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. informuje, że Spółka nie stosuje następujących rekomendacji i zasad Dobrych Praktyk Spółek Notowanych na GPW 2016:

III.R.1. Spółka wyodrębnia w swojej strukturze jednostki odpowiedzialne za realizację zadań w poszczególnych systemach lub funkcjach, chyba że wyodrębnienie jednostek organizacyjnych nie jest uzasadnione z uwagi na rozmiar lub rodzaj działalności prowadzonej przez spółkę.

Komentarz spółki: Z uwagi na rozmiar i charakter działalności oraz strukturę organizacyjną, w Spółce nie będą wyodrębnione specjalne jednostki odpowiedzialne za realizację zadań w poszczególnych systemach i funkcjach, tj. jednostki kontroli wewnętrznej, zarządzania ryzykiem, compliance i funkcje audytu wewnętrznego

VI.R.1. Wynagrodzenie członków organów spółki i kluczowych menedżerów powinno wynikać z przyjętej polityki wynagrodzeń.

Komentarz spółki: Spółka nie posiada sformalizowanej polityki wynagrodzeń. Zasady wynagradzania i wysokość wynagrodzenia członków Zarządu ustala Rada Nadzorcza. Wynagrodzenie Członków Zarządu jest przedmiotem negocjacji. Natomiast ustalenie wynagrodzeń członków Rady Nadzorczej należy do kompetencji Walnego Zgromadzenia. Wysokość wynagrodzenia powinna być uzależniona od zakresu obowiązków oraz odpowiedzialności powierzonych poszczególnym członkom organów nadzorujących i zarządzających Spółki. Informacje o wysokości wynagrodzeń członków organów Spółki są przedstawiane w raportach rocznych.

VI.R.2. Polityka wynagrodzeń powinna być ściśle powiązana ze strategią spółki, jej celami krótko- i długoterminowymi, długoterminowymi interesami i wynikami, a także powinna uwzględniać rozwiązania służące unikaniu dyskryminacji z jakichkolwiek przyczyn.

Komentarz spółki: W Spółce nie przyjęto formalnej polityki wynagrodzeń.

6

Ład korporacyjny

Stosowanie Zasad Ładu Korporacyjnego

I.Z.1.15. informację zawierającą opis stosowanej przez spółkę polityki różnorodności w odniesieniu do władz spółki oraz jej kluczowych menedżerów; opis powinien uwzględniać takie elementy polityki różnorodności, jak płeć, kierunek wykształcenia, wiek, doświadczenie zawodowe, a także wskazywać cele stosowanej polityki różnorodności i sposób jej realizacji w danym okresie sprawozdawczym; jeżeli spółka nie opracowała i nie realizuje polityki różnorodności, zamieszcza na swojej stronie internetowej wyjaśnienie takiej decyzji.

Komentarz spółki: W Spółce nie została opracowana sformalizowana polityka różnorodności. Głównymi kryteriami wyboru sprawujących kluczowe funkcje w Spółce jak i w odniesieniu do władz Spółki powinny być umiejętności, profesjonalizm oraz kompetencje kandydata do sprawowania danej funkcji, natomiast inne czynniki, w tym płeć osoby nie powinny stanowić wyznacznika w powyższym zakresie. W realizowanej polityce kadrowej, w tym w procesie rekrutacji, oceny wyników pracy i awansu Spółka uwzględnia również takie elementy różnorodności jak wykształcenie, wiek i doświadczenie zawodowe uznając różnorodność i równość szans za istotne przewagi konkurencyjne pozwalające zdobyć i utrzymać utalentowanych pracowników oraz wykorzystać ich potencjał zawodowy.

I.Z.1.16. informację na temat planowanej transmisji obrad walnego zgromadzenia - nie później niż w terminie 7 dni przed datą walnego zgromadzenia.

Komentarz spółki: Spółka nie transmituje obrad walnego zgromadzenia. W miarę upowszechniania się stosowania tego rozwiązania technicznego oraz zapewnienia odpowiedniego bezpieczeństwa jego stosowania, Spółka w przyszłości rozważy wprowadzenie powyższych zasad w życie.

I.Z.1.20. zapis przebiegu obrad walnego zgromadzenia, w formie audio lub wideo.

Komentarz spółki: Mając na uwadze możliwe korzyści oraz ryzyka związane z koniecznością spełnienia zastrzeżeń prawnych, wymagań technicznych oraz kwestie ekonomiczne, Spółka nie zdecydowała się na rejestrację i publikację zapisu przebiegu obrad walnego zgromadzenia, w formie audio lub wideo.

II.Z.2. Zasiadanie członków zarządu spółki w zarządach lub radach nadzorczych spółek spoza grupy kapitałowej spółki wymaga zgody rady nadzorczej.

Komentarz spółki: Zgodnie z rekomendacją V.R.1. Członkowie Zarządu Spółki są ograniczeni w zakresie podejmowania decyzji i zasiadania w organach, które stanowi konflikt interesów.

III.Z.2. Z zastrzeżeniem zasady III.Z.3, osoby odpowiedzialne za zarządzanie ryzykiem, audyt wewnętrzny i compliance podlegają bezpośrednio prezesowi

lub innemu członkowi zarządu, a także mają zapewnioną możliwość raportowania bezpośrednio do rady nadzorczej lub komitetu audytu.

Komentarz spółki: Ze względu na rozmiar i strukturę organizacyjną za zadania związane z zarządzaniem ryzykiem, audytem wewnętrznym i compliance odpowiada Zarząd Spółki.

III.Z.3. W odniesieniu do osoby kierującej funkcją audytu wewnętrznego i innych osób odpowiedzialnych za realizację jej zadań zastosowanie mają zasady niezależności określone w powszechnie uznanych, międzynarodowych standardach praktyki zawodowej audytu wewnętrznego.

Komentarz spółki: W Spółce nie wyznaczono osoby kierującej funkcją audytu.

IV.Z.3. Przedstawicielom mediów umożliwia się obecność na walnych zgromadzeniach.

Komentarz spółki: Spółka będzie na bieżąco udzielała odpowiedzi na pytania ze strony mediów dotyczące obrad walnego zgromadzenia. W walnych zgromadzeniach Spółki uczestniczą osoby uprawnione i obsługujące walne zgromadzenie. Obowiązujące przepisy prawa, w tym Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 19 lutego 2009 r. w sprawie informacji bieżących i okresowych, określają wykonanie nałożonych na spółki publiczne obowiązków informacyjnych w zakresie jawności i transparentności spraw będących przedmiotem obrad walnego zgromadzenia.

VI.Z.4. Spółka w sprawozdaniu z działalności przedstawia raport na temat polityki wynagrodzeń, zawierający co najmniej:

- 1) ogólną informację na temat przyjętego w spółce systemu wynagrodzeń,
- 2) informacje na temat warunków i wysokości wynagrodzenia każdego z członków zarządu, w podziale na stałe i zmienne składniki wynagrodzenia, ze wskazaniem kluczowych parametrów ustalania zmiennych składników wynagrodzenia i zasad wypłaty odpraw oraz innych płatności z tytułu rozwiązania stosunku pracy, zlecenia lub innego stosunku prawnego o podobnym charakterze – oddzielnie dla spółki i każdej jednostki wchodzącej w skład grupy kapitałowej,
- 3) informacje na temat przysługujących poszczególnym członkom zarządu i kluczowym menedżerom pozafinansowych składników wynagrodzenia,
- 4) wskazanie istotnych zmian, które w ciągu ostatniego roku obrotowego nastąpiły w polityce wynagrodzeń, lub informację o ich braku,
- 5) ocenę funkcjonowania polityki wynagrodzeń z punktu widzenia realizacji jej celów, w szczególności długoterminowego wzrostu wartości dla akcjonariuszy i stabilności funkcjonowania przedsiębiorstwa.

Komentarz spółki: W Spółce nie przyjęto formalnej polityki wynagrodzeń.

Spółka będzie informować o ewentualnym rozpoczęciu stosowania Dobrych Praktyk, których wcześniej nie przestrzegała, w trybie raportów bieżących.

Władze HubStyle

Skład osobowy Zarządu HubStyle S.A.

Na dzień sporządzania sprawozdania w skład Zarządu HubStyle S.A. wchodzi:

Monika Englicht, Prezes Zarządu

Posiada szeroką wiedzę na temat e-commerce oraz sektora modowego, a także olbrzymie oświadczenie zdobyte w takich spółkach jak: Diva Central & Eastern Europe, Ultimate Fashion Ltd oraz Atlantic Co Ltd. Odpowiadała m.in. za wdrożenie strategii biznesowych, przygotowanie i wprowadzenie nowych kolekcji, otwarcia sklepów, czy proces zakupowy. Jako Prezes Zarządu HubStyle odpowiada m.in. za rozwój marki Sugarfree i wykorzystanie potencjału szybko rozwijającego się segmentu modowego oraz rynku e-commerce.

Wojciech Patyna, Wiceprezes Zarządu

Posiada duże doświadczenie w sektorze e-commerce (branża fashion) oraz w zarządzaniu projektami i zespołami IT. Pełnił funkcję dyrektora zarządzającego w Baobaz Polska, gdzie realizował projekty dla dużych, międzynarodowych firm (w tym z branży e-commerce oraz fashion, jak: LPP, Moss Bros), wykorzystujących zaawansowane i nowatorskie rozwiązania IT.

Wiktor Dymecki, Członek Zarządu

Posiada duże doświadczenie w doświadczenie w branży finansowej. Jest absolwentem Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, gdzie ukończył studia na Wydziale Zarządzania. Ukończył również liczne kursy, m.in. z zakresu finansów i rachunkowości oraz zarządzania. Od października 2015 roku pełni także funkcję Dyrektora do spraw finansowych Grupy Kapitałowej HubStyle S.A.

Imię i Nazwisko	Funkcja
Monika Englicht	Prezes Zarządu
Wojciech Patyna	Wiceprezes Zarządu
Wiktor Dymecki	Członek Zarządu

W 2016 r. miały miejsce następujące zmiany w Zarządzie:

W dniu 28 kwietnia 2016 roku Zarząd Emitenta poinformował o przekazaniu Spółce przez Radę Nadzorczą Spółki treści uchwały nr 8/2016 w sprawie ustalenia składu Zarządu oraz uchwały nr 9/2016 w sprawie wyboru Członka Zarządu Spółki. Zgodnie z uchwałą 8/2016 od dnia 27 kwietnia 2016 roku w skład Zarządu Spółki wchodzi trzech członków Zarządu. Zgodnie z uchwałą 9/2016 Rada Nadzorcza w dniu 27 kwietnia 2016 roku powołana na stanowisko Członka Zarządu Pana Wiktora Dymeckiego.

Mianując pana Wiktora Dymeckiego na stanowisko w Zarządzie Spółki, Rada Nadzorcza wzięła pod uwagę przede wszystkim jego doświadczenie w branży finansowej.

Pan Wiktor Dymecki jest absolwentem Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, gdzie ukończył studia na Wydziale Zarządzania. Ukończył również liczne kursy, m.in. z zakresu finansów i rachunkowości oraz zarządzania.

Poniżej prezentujemy opis kariery zawodowej pana Wiktora Dymeckiego:

Od października 2015 r. sprawuje funkcję dyrektora ds. finansowych HubStyle S.A.. Wcześniej od czerwca 2014 r. pracował dla Standew S.A. jako doradca Zarządu ds. finansowych. W latach 2012-2014 pracował dla Pozbud T&R S.A. jako dyrektor finansowy i główny księgowy. W latach 2010-2013 był menadżerem w departamencie audytu w HLB Sarnowski & Wiśniewski Sp. z o.o. Od 2009 do 2010 był specjalistą ds. opinii gospodarczych w S&W Ekspertyzy i Dochodzenia Gospodarcze Sp. z o.o. (obecnie EDG Spółka Audytorska Sp. z o.o.).

Wielkość wynagrodzeń

Wynagrodzenie osób wchodzących w skład Zarządu HubStyle S.A. pobierane w okresie od 1 stycznia 2016 r. do 31 grudnia 2016 r.:

Imię i nazwisko	Funkcja	Wynagrodzenie
Monika Englicht	Prezes Zarządu	281
Wojciech Patyna	Wiceprezes Zarządu	177
Wiktor Dymecki	Członek Zarządu	247
Razem	-	705

Władze HubStyle

Skład osobowy Rady Nadzorczej

Na dzień sporządzania sprawozdania skład Rady Nadzorczej HubStyle S.A. wyglądał następująco:

Imię i nazwisko	Funkcja
Wojciech Czernecki	Przewodniczący Rady Nadzorczej
Krzysztof Rąpała	Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej
Rafał Brzoska	Członek Rady Nadzorczej
Maciej Filipkowski	Członek Rady Nadzorczej
Kamil Gaworecki	Członek Rady Nadzorczej

Wojciech Czernecki, Przewodniczący Rady Nadzorczej

W 2010 r. ukończył studia magisterskie na Uniwersytecie Gdańskim na kierunku Ekonomia. Posiada wieloletnie doświadczenie menedżerskie oraz szeroką wiedzę z obszaru planowania strategicznego, zarządzania rozwojem biznesu i marketingu internetowego. Od kilkunastu lat związany z branżą e-commerce. Pierwsze doświadczenia zawodowe (2001–2004) zdobywał w firmie Twoja-Firma.pl, której był współzałożycielem. W latach 2004 – 2005 współpracował ze spółką Bankier.pl S.A. W latach 2004 – 2006 prowadził własną działalność gospodarczą pod nazwą ONE VISION. Jest jednym ze współzałożycieli spółki Grupa Nokaut S.A., w której w latach 2006 – 2013 pełnił obowiązki Prezesa Zarządu. Jest również jednym ze współzałożycieli spółki Morizon S.A., gdzie od 2010 r. pełni funkcję członka Rady Nadzorczej. W okresie 2008 – 2009 pełnił funkcję członka Rady Nadzorczej spółki SklepyFirmowe.pl Sp. z o.o.

Krzysztof Rąpała, Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej

Absolwent Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie. Od 2012 roku wpisany na listę radców prawnych prowadzoną przez Okręgową Izbę Radców Prawnych w Krakowie. Prawnik zarządzający i założyciel Kancelarii RĄPAŁA w Warszawie. Wcześniej doświadczenie zawodowe zdobywał w warszawskich i krakowskich kancelariach prawnych. Zawodowo związany między innymi z podmiotami z branży deweloperskiej, budowlanej oraz telekomunikacyjnej. Od września 2014 r. Przewodniczący Rady Nadzorczej Telkom – Telos S.A. w Krakowie.

Rafał Brzoska, Członek Rady Nadzorczej

Od 1999 roku związany z branżą internetową i pocztową. Twórca, akcjonariusz i prezes zarządu Grupy Integer.pl, notowanej na GPW i będącej największym, niezależnym operatorem pocztowym w Polsce, głównym konkurentem Poczty Polskiej. Doświadczony menedżer, specjalizujący się w nowopowstających rynkach o dużym potencjale wzrostu, nagrodzony tytułem Menedżera Roku przez Korporację Absolwentów Akademii Ekonomicznej w Krakowie. Jest absolwentem Wydziału Zarządzania i Marketingu na Akademii Ekonomicznej w Krakowie.

Maciej Filipkowski, Członek Rady Nadzorczej

Absolwent studiów MBA uczelni INSEAD w Fontainebleau we Francji (ukończył w 2002 r.). Wcześniej, kontynuował edukację wyższą kolejno w Suffolk County Community College (ukończył w 1993 r.) oraz Hofstra University w Nowym Jorku (ukończył w 1995 r.). Posiada kilkunastoletnie doświadczenie menedżerskie, związane z zarządzaniem obszarem sprzedaży B2C i B2B oraz marketingu i rozwoju produktu w międzynarodowych koncernach. W latach 1991-2016 pracował dla instytucji tj.: Radio Shack (Tandy Corporation) w Nowym Jorku, Blockbuster (Gemini), Disney (Imperial Entertainment), Dell, Samsung Electronics.

Kamil Gaworecki, Członek Rady Nadzorczej

Ukończył Szkołę Główną Handlową w Warszawie, uzyskując tytuł magistra na kierunku finanse i bankowość. Posiada licencję maklera papierów wartościowych (nr 1980), doradcy inwestycyjnego (nr 255) oraz tytuł CAIA. Od 10 lat aktywny na rynku kapitałowym, pracował w takich instytucjach jak Dom Maklerski TMS Brokers, PTE Nordea czy TFI PZU SA, gdzie zarządzał aktywami o wartości prawie 3 mld zł. Obecnie pełni funkcje Prezesa Zarządu w firmie Tyminski Gaworecki Investment Partners Sp. z o.o, Zarządzającego w Agiofunds TFI, gdzie tworzy swój autorski fundusz Sniper Absolute Return FIZ oraz Dyrektora Niewykonawczego w Radzie Dyrektorów spółki giełdowej Industrial Milk Company.

Władze HubStyle

Zmiany w składzie Rady Nadzorczej

W 2016 r. miała miejsce następująca zmiana w Składzie Rady Nadzorczej:

W związku z wygasającymi mandatami Pana Rafała Brzoski oraz Pana Michała Mellera jako członków Rady Nadzorczej w dniu 28 czerwca 2016 roku Zarząd Emitenta poinformował, że Rada Nadzorcza Spółki dnia 28 czerwca 2016 roku podjęła uchwałę w przedmiocie powołania w skład Rady Nadzorczej Spółki dwóch członków. Członkiem Rady Nadzorczej ponownie został Pan Rafał Brzoska. Drugim Członkiem został Pan Kamil Gaworecki.

Opis działania Rady Nadzorczej

Rada Nadzorcza składa się z pięciu do siedmiu osób. Skład ilościowy Rady Nadzorczej danej kadencji ustala Walne Zgromadzenie w drodze uchwały. Członkowie Rady Nadzorczej są powoływani na kadencję wynoszącą pięć lat. Mandat członka Rady Nadzorczej wygasa najpóźniej z dniem odbycia Walnego Zgromadzenia zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za ostatni pełny rok obrotowy pełnienia funkcji Członka Rady Nadzorczej. Rada działa na podstawie Kodeksu Spółek Handlowych, Statutu Spółki, uchwał Walnego Zgromadzenia, Regulaminu Rady Nadzorczej oraz regulaminów pozostałych organów Spółki w zakresie uwzględniającym rolę, funkcję, działanie lub zaniechanie Rady Nadzorczej oraz poszczególnych jej członków, jak również na podstawie innych regulacji obowiązujących w Spółce. Członkiem Rady nie może być członek Zarządu Spółki, prokurent, likwidator, kierownik oddziału lub zakładu oraz zatrudniony w Spółce główny księgowy, radca prawny lub adwokat ani inna osoba podlegająca bezpośrednio członkowi Zarządu lub likwidatorowi Spółki. Posiedzenia Rady Nadzorczej zwoływane są w miarę potrzeb, nie rzadziej jednak niż trzy razy w roku obrotowym. Szczegółowy sposób zwoływania i odbywania posiedzeń Rady Nadzorczej określa Regulamin Rady Nadzorczej.

Do kompetencji Rady Nadzorczej oprócz spraw określonych w Kodeksie spółek handlowych, należy:

- a) powoływanie i odwoływanie, a także ustalanie wysokości wynagrodzenia i warunków zatrudnienia każdego członka Zarządu,
- b) powołanie i zmiana biegłych rewidentów Spółki,
- c) uchwalanie regulaminu Zarządu,
- d) podejmowanie uchwał w sprawie nabycia i zbycia nieruchomości, użytkowania wieczystego lub udziału w nieruchomości,
- e) wyrażanie zgody na zaciągnięcie zobowiązania lub rozporządzenie prawem na kwotę przewyższającą równowartość 500.000,00 zł (słownie: pięćset tysięcy złotych).

Ponadto do kompetencji Rady Nadzorczej należy wyrażanie zgody w wybranych sprawach dotyczących spółki zależnej. Rada Nadzorcza podejmuje uchwały jeżeli na posiedzeniu jest obecnych co najmniej połowa jej członków, a wszyscy jej członkowie zostali zaproszeni. We wszystkich sprawach należących do kompetencji Rady Nadzorczej za wyjątkiem wyboru Przewodniczącego i Wiceprzewodniczącego Rady Nadzorczej, powołania członków Zarządu oraz odwołania członków Zarządu, uchwała podjęta poza posiedzeniem w trybie pisemnym lub przy wykorzystaniu środków bezpośredniego porozumiewania się na odległość jest tak samo ważna jak uchwała podjęta na przepisowo zwołanym i odbytym posiedzeniu Rady Nadzorczej, pod warunkiem, że wszyscy członkowie Rady Nadzorczej zostali powiadomieni o treści projektu uchwały. Rada Nadzorcza może ustanawiać komitety. W przypadku ustanowienia komitetu, Rada Nadzorcza powołuje i odwołuje jego członków, a także określa sposób jego organizacji. Rada Nadzorcza może powoływać komitety stałe lub ad hoc, działające jako kolegialne organy pomocnicze i opiniotwórcze Rady Nadzorczej. Na dzień publikacji niniejszego oświadczenia w ramach Zarządu i Rady Nadzorczej Spółki nie zostały ustalone komitety. W związku z faktem, iż Rada Nadzorcza Spółki składa się z pięciu członków, nie jest koniecznym powoływanie wyodrębnionego Komitetu Audytu. Walne Zgromadzenie postanowiło powierzyć kompetencje Komitetu Audytu Radzie Nadzorczej Spółki.

Inne informacje

Opis głównych cech stosowanych w Grupie Kapitałowej HubStyle S.A. systemów kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem w odniesieniu do procesu sporządzania sprawozdań finansowych i skonsolidowanych sprawozdań finansowych.

Grupa HubStyle S.A. aby zapewnić sprawny przepływ informacji pomiędzy funkcjonującymi w ramach struktury komórkami posługuje się odpowiednio dostosowanym do potrzeb systemem kontroli wewnętrznej.

W zakresie prowadzenia rachunkowości i sprawozdawczości finansowej, które w sposób jasny i rzetelny obrazują sytuację majątkową Grupy HubStyle S.A., Grupa posiada dokumentację opisującą przyjęte zasady rachunkowości.

Dokumentacja zawiera przede wszystkim metody określające wycenę aktywów i pasywów oraz ustalenie wyniku finansowego, reguluje także sposób prowadzenia ksiąg rachunkowych oraz określa system ochrony danych. Przyjęte zasady stosowane są w sposób ciągły pozwalający zapewnić porównywalność.

Celem zabezpieczenia danych przed dostępem do nich osób nieupoważnionych Spółki z Grupy prowadzą księgi rachunkowe w systemie informatycznym, w ramach którego stosuje się funkcyjne ograniczenia dostępu, w tym dostęp hasłowy.

Skuteczny system kontroli wewnętrznej regulują także przyjęte Procedury określające poprawność sporządzania i publikacji okresowych raportów finansowych. Równorzędnie z nimi Spółka i jej Grupa stosują się do szeregu Regulaminów, określających między innymi obieg informacji poufnych w ramach Grupy Kapitałowej.

W związku z przyjętymi regulacjami Członkowie Zarządu HubStyle S.A. zatwierdzają sporządzone raporty okresowe, uprzednio poddając je stosownej weryfikacji. Okresowe raporty budowane są w oparciu o rzetelnie zebrane dane oraz informacje przekazywane przez osoby zarządzające poszczególnymi komórkami organizacyjnymi w Grupie.

Dla właściwej kontroli i zarządzania ryzykiem w odniesieniu do procesu sporządzania sprawozdań finansowych, Spółka przekazuje sporządzone skonsolidowane oraz jednostkowe roczne sprawozdania finansowe do badania przez biegłego rewidenta wybranego wcześniej Uchwałą Rady Nadzorczej. Przeglądowi przez biegłego rewidenta poddawane są natomiast jednostkowe oraz skonsolidowane półroczne sprawozdania finansowe.

Wskazanie posiadaczy wszelkich papierów wartościowych, które dają specjalne uprawnienia kontrolne, wraz z opisem tych uprawnień

Specjalne uprawnienia kontrolne nie występują. Wyemitowane akcje HubStyle S.A. są akcjami zwykłymi na okaziciela. Pozostają równe, a każda akcja daje prawo wykonania jednego głosu na Walnym Zgromadzeniu Spółki.

Wskazanie wszelkich ograniczeń w wykonywaniu prawa głosu i w przenoszeniu prawa własności papierów wartościowych

Akcjonariuszom HubStyle S.A. nie przysługują inne prawa głosu niż wynikające z posiadanych akcji, przy czym nie mają miejsca żadne ograniczenia w wykonywaniu prawa głosu.

Opis zasad powoływania i odwoływania osób zarządzających oraz ich uprawnienia, w szczególności prawo do podjęcia decyzji o emisji lub wykupie akcji

Zarząd jest organem statutowym spółki dominującej HubStyle S.A., który pod przewodnictwem Prezesa Zarządu kieruje działalnością Spółki i działa w jej imieniu na podstawie Kodeksu spółek handlowych („KSH”), Statutu Spółki, uchwał Walnego Zgromadzenia Spółki, uchwał Rady Nadzorczej, Regulaminu Zarządu, regulaminów innych organów Spółki w zakresie uwzględniającym funkcję, rolę, działanie lub zaniechanie Zarządu lub poszczególnych jego członków, jak również innych regulacji obowiązujących w Spółce.

W myśl Regulaminu Zarządu, Zarząd jest stałym organem zarządzającym Spółką i reprezentującym ją we wszystkich sprawach nie zastrzeżonych do kompetencji Rady Nadzorczej lub Walnego Zgromadzenia. Szczegółowe zasady funkcjonowania Zarządu określa Regulamin Zarządu HubStyle S.A. uchwalany przez Radę Nadzorczą.

Zarząd Spółki obowiązany jest zarządzać majątkiem Spółki i prowadzić sprawy Spółki oraz wykonywać swe obowiązki z najwyższą starannością, wynikającą z profesjonalnego charakteru tej działalności.

Opis zasad zmiany statutu lub umowy spółki emitenta

Statut Spółki może być zmieniony w drodze Uchwały Walnego Zgromadzenia. Uchwaloną zmianę w Statucie Zarząd HubStyle S.A. zgłasza do Sądu Rejonowego, nie później jak trzy miesiące od dnia powzięcia uchwały przez Walne Zgromadzenie.

Opis sposobu działania Walnego Zgromadzenia i jego zasadniczych uprawnień oraz praw akcjonariuszy i sposobu ich wykonywania

Walne Zgromadzenie akcjonariuszy obraduje według zasad określonych w Kodeksie spółek handlowych, Statucie Spółki oraz Regulaminie Walnego Zgromadzenia, który szczegółowo określa zasady i tryb posiedzeń Walnego Zgromadzenia HubStyle S.A., zarówno zwyczajnych jak i nadzwyczajnych. Zasady działania Walnego Zgromadzenia są regulowane przez Kodeks spółek handlowych.

Inne informacje

Zwyczajne Walne Zgromadzenie zwołuje Zarząd. Żądanie zwołania Walnego Zgromadzenia oraz umieszczenia określonych spraw w porządku jego obrad, a także wniosek o zaniechanie rozpatrywania sprawy umieszczonej w porządku obrad, zgłaszane przez uprawnione podmioty, powinno być złożone Zarządowi Spółki na piśmie lub w postaci elektronicznej oraz uzasadnione w sposób pozwalający na podjęcie uchwał z należywym rozeznaniem.

Projekty uchwał proponowanych do przyjęcia przez Walne Zgromadzenie oraz inne istotne materiały powinny być przedstawione akcjonariuszom wraz z uzasadnieniem i opinią Rady Nadzorczej, o ile Rada Nadzorcza uzna wydanie opinii za uzasadnione przed Walnym Zgromadzeniem, czasie umożliwiającym zapoznanie się z nimi i dokonanie ich oceny z uwzględnieniem postanowień Kodeksu spółek handlowych.

Prawa i obowiązki Akcjonariuszy określa w szczególności Kodeks spółek handlowych, Ustawa o Obrocie, Ustawa o Ofercie oraz Statut. W szczególności:

- Akcjonariusz lub akcjonariusze reprezentujący co najmniej jedną dwudziestą kapitału zakładowego mogą żądać zwołania Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia i umieszczenia określonych spraw w porządku obrad tego zgromadzenia.
- Akcjonariusze uprawnieni do uczestnictwa w Walnym Zgromadzeniu przed wejściem na salę obrad okazują dowód tożsamości i potwierdzają obecność własnoręcznym podpisem na liście osób uprawnionych do udziału w Walnym Zgromadzeniu wyłożonej przy wejściu na salę obrad oraz odbierają karty do głosowania przygotowane przez Zarząd Spółki.
- Akcjonariusz będący osobą fizyczną może uczestniczyć w Walnym Zgromadzeniu oraz wykonywać prawo głosu osobiście lub przez pełnomocnika. Akcjonariusz nie będący osobą fizyczną może uczestniczyć w Walnym Zgromadzeniu oraz wykonywać prawo głosu przez osobę uprawnioną do jego reprezentacji lub przez pełnomocnika. Pełnomocnictwo powinno być sporządzone w formie pisemnej pod rygorem nieważności lub udzielone w postaci elektronicznej i dołączone do protokołu Walnego Zgromadzenia. W przypadku obecności na Walnym Zgromadzeniu zarówno akcjonariusza jaki i jego pełnomocnika, prawo głosu przysługuje wyłącznie akcjonariuszowi.
- Na wniosek akcjonariuszy posiadających jedną dziesiątą część kapitału zakładowego reprezentowanego na Walnym Zgromadzeniu, sprawdzenia listy obecności dokonuje wybrana w tym celu komisja składająca się z trzech osób. Wnioskodawca ma prawo wyboru jednego członka tej komisji. W przypadku wątpliwości, co do prawa uczestnictwa w Walnym Zgromadzeniu określonej osoby lub wykonywania przez nią prawa głosu, komisja, o której mowa, w drodze uchwały powziętej zwykłą większością

głosów przedstawia Walnemu Zgromadzeniu swoje stanowisko w sprawie dopuszczenia danej osoby do udziału w Walnym Zgromadzeniu. Osoba zainteresowana może odwołać się od decyzji komisji do Walnego Zgromadzenia. Walne Zgromadzenie podejmuje decyzję o dopuszczeniu danej osoby do udziału w Walnym Zgromadzeniu w drodze uchwały, bezwzględną większością głosów oddanych.

Akcjonariusz lub akcjonariusze reprezentujący co najmniej jedną dwudziestą kapitału zakładowego mogą żądać umieszczenia pokreślonych spraw w porządku obrad najbliższego Walnego Zgromadzenia, przy czym żądanie nie może być zgłoszone później niż na czternaście dni przed wyznaczonym terminem Walnego Zgromadzenia. Żądanie powinno zawierać uzasadnienie lub projekt uchwały dotyczącej proponowanego punktu obrad i może być złożone w postaci elektronicznej. Akcjonariusz lub akcjonariusze w spółce publicznej reprezentujący co najmniej jedną dwudziestą kapitału zakładowego mogą żądać umieszczenia pokreślonych spraw w porządku obrad najbliższego Walnego Zgromadzenia, przy czym żądanie nie może być zgłoszone później niż na dwadzieścia jeden dni przed wyznaczonym terminem Walnego Zgromadzenia.

Żądanie powinno zawierać uzasadnienie lub projekt uchwały dotyczącej proponowanego punktu obrad i może być złożone w postaci elektronicznej. Akcjonariusz lub akcjonariusze, reprezentujący co najmniej jedną dwudziestą kapitału zakładowego Spółki, mają prawo przed terminem Walnego Zgromadzenia zgłaszać Spółce na piśmie lub przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej projekty uchwał dotyczące spraw wprowadzonych do

- porządku obrad Walnego Zgromadzenia lub spraw, które mają zostać wprowadzone do porządku obrad. Spółka niezwłocznie ogłasza na stronie internetowej projekty uchwał.
- Akcjonariusze podczas obrad Walnego Zgromadzenia mają prawo do zgłaszania projektów uchwał dotyczących spraw wprowadzonych do porządku obrad Walnego Zgromadzenia.
- Akcjonariusz może głosować odmiennie z każdej posiadanej akcji.

Dokładnie sprecyzowany sposób działania Walnego Zgromadzenia wraz z jego zasadniczymi uprawnieniami oraz prawami akcjonariuszy zawiera przyjęty Regulamin Walnego zgromadzenia HubStyle S.A., który Spółka zamieszcza na swojej stronie internetowej w zakładce „Relacje Inwestorskie”

Pozostałe informacje

Podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych

Do przeprowadzenia badania sprawozdań finansowych Spółki została wybrana Polska Grupa Audytorska spółka z ograniczoną odpowiedzialnością spółka komandytowa z siedzibą w Warszawie, ul. Jana III Sobieskiego 104/49, zarejestrowaną w Sądzie Rejonowy dla m. st. Warszawy, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000484251, posiadającą NIP: 9512373424, REGON: 14694993, wpisaną na listę podmiotów uprawnionych do badania sprawozdań finansowych, numer w rejestrze 3887.

Data zawarcia przez emitenta umowy, z podmiotem uprawnionym do badania sprawozdań finansowych, o dokonanie badania sprawozdania finansowego i skonsolidowanego sprawozdania finansowego

W dniu 28 kwietnia 2016 roku Rada Nadzorcza Emitenta podjęła uchwałę w sprawie wyboru spółki Polska Grupa Audytorska w celu wykonania usług badania i przeglądu jednostkowych i skonsolidowanych sprawozdań finansowych Spółki za rok 2016 oraz wykonywania czynności biegłego rewidenta. Emitent przekazał raportem bieżącym nr 5/2016 w dniu 28 kwietnia 2016 r. Umowa z podmiotem uprawnionym do badania sprawozdań finansowych zawarta została 15 czerwca 2016 r.

Wynagrodzenie podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych

Wynagrodzenie podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych [tys. zł]	2016	2015
1. Obowiązkowe badanie rocznych sprawozdań finansowych	42	21
- w tym wypłacone w 2016 r.		21
2. Przeglądy śródrocznych sprawozdań finansowych	18	13
- w tym wypłacone w 2016 r.	18	13
Razem	60	34

7

Pozostałe informacje

Pozostałe informacje

Informacja o zatrudnieniu

Na koniec 2016 r. zatrudnienie w Grupie HubStyle wyniosło 37 osób. Są to głównie specjaliści odpowiedzialni za rozwój marek HubStyle, obsługę klienta oraz działania marketingowe. W Zarządzie zasiadają osoby od wielu lat związane z rynkiem e-commerce.

Zatrudnienie w Grupie HubStyle	2016 r.	2015 r.
Przeciętne zatrudnienie	42	31
w tym pracownicy umysłowi	38	31
Razem	42	31

Zatrudnienie w HubStyle S.A.	2016 r.	2015 r.
Przeciętne zatrudnienie	5	2
w tym pracownicy umysłowi	4	2
Razem	5	2

Nagrody, wyróżnienia, osiągnięcia

W 2016 r. Grupa nie otrzymała nagród oraz wyróżnień.

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

HubStyle S.A. nie publikowała prognoz wyników na 2016 r.

Ocena, wraz z jej uzasadnieniem, dotycząca zarządzania zasobami finansowymi, ze szczególnym uwzględnieniem zdolności wywiązywania się z zaciągniętych zobowiązań, oraz określenie ewentualnych zagrożeń i działań, jakie emitent podjął lub zamierza podjąć w celu przeciwdziałania tym zagrożeniom

Ryzykiem w tym obszarze zarządza bezpośrednio Zarząd HubStyle S.A. W jego ocenie płynność Spółki utrzymywana jest na bezpiecznym poziomie. Brak znaczących zobowiązań znacząco minimalizują ryzyko utraty płynności i inne ryzyka związane z zarządzaniem zasobami finansowymi.

Spółki córki posiadają wystarczającą zdolność do wywiązywania się z zaciągniętych zobowiązań. Zagrożeniem dla zdolności do wywiązywania się z zaciągniętych zobowiązań Nokaut.pl Sp. z o.o. może być istotny wzrost kosztów pozyskiwania ruchu. Spółka na bieżąco monitoruje koszty pozyskiwania ruchu.

Ocena możliwości realizacji zamierzeń inwestycyjnych, w tym inwestycji kapitałowych, w porównaniu do wielkości posiadanych środków, z uwzględnieniem możliwych zmian w strukturze finansowania tej działalności

Środki pieniężne HubStyle S.A. są wystarczające do sfinansowania kluczowych projektów Spółki. Bieżące inwestycje są prowadzone głównie w zakresie rozwijania obecnych marek i wprowadzania nowych.

Pozostałe informacje

Opis czynników i zdarzeń, w szczególności o nietypowym charakterze, mających znaczący wpływ na osiągnięte wyniki finansowe

W wyniku testów przeprowadzonych w oparciu o zdyskontowane przepływy pieniężne, Zarząd oszacował możliwe do uzyskania przyszłe korzyści ekonomiczne z wartości niematerialnych segmentu usług e-commerce. Na podstawie analizy wartości użytkowej poszczególnych projektów podjęto decyzję o utworzeniu odpisów aktualizujących w kwocie **406 tys. zł** oraz o odwróceniu wcześniej utworzonych odpisów w kwocie **4 380 tys. zł**.

Z kolei, w wyniku testów przeprowadzonych w oparciu o zdyskontowane przepływy pieniężne, Zarząd oszacował możliwe do uzyskania przyszłe korzyści ekonomiczne z wartości niematerialnych segmentu sprzedaży odzieży. Na podstawie analizy oszacowanej wartości użytkowej podjęto decyzję o utworzeniu odpisów aktualizujących w kwocie 195 tys. zł. Dokonany odpis związany jest z niższymi niż zakładano wynikami sprzedażowymi nowych marek w portfolio Grupy i rezygnacją z kontynuowania części projektów.

Zarząd informuje, że dokonał także oceny możliwości otrzymania spłaty posiadanych należności, a także wartości odzyskiwalnej posiadanych zapasów i kierując się zasadą ostrożności dokonał odpisu aktualizującego należności w kwocie **22 tys. zł** oraz zapasów w kwocie **118 tys. zł**.

Łączny wpływ netto dokonanych odpisów aktualizujących wyniósł **3 639 tys. zł** i spowodował wzrost wartości całkowitych dochodów ujawnionych w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym.

Zmiany w podstawowych zasadach zarządzania przedsiębiorstwem Emitenta i jego Grupą Kapitałową

Nie wystąpiły tego rodzaju zmiany.

Wszelkie umowy zawarte między emitentem 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 emitenta przez przejęcie

Spółka nie ma tego rodzaju umów.

Informacje o systemie kontroli programów akcji pracowniczych.

Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie, które zebrało się 29 września 2015 r. postanowiło wdrożyć program motywacyjny dla kluczowych pracowników i osób zarządzających Spółką.

Program Motywacyjny zostanie przeprowadzony w okresie do 31 grudnia 2018 roku, tj. Program Motywacyjny będzie obejmował rok obrotowy 2016, 2017 oraz 2018.

Warunki realizacji Programu Motywacyjnego opisane zostały w przyjętym 21 grudnia uchwałą Rady Nadzorczej HubStyle S.A. Treść regulaminu przekazana została do publicznej wiadomości w raporcie bieżącym nr 50/2015 z 21.12.2015 r.

W roku 2016 dokonano ujęcia kosztów programu motywacyjnego w kwocie 132 tys. zł. Szczegółowe założenia do wyceny przedstawiono w Skonsolidowanym Sprawozdaniu Finansowym w nocy nr 24.

Opis prowadzonych postępowań sądowych i administracyjnych

W okresie sprawozdawczym ani do dnia przekazania do publikacji niniejszego sprawozdania według wiedzy HubStyle S.A. (dawniej Grupa Nokaut S.A.) nie miały miejsca postępowania toczące się przed Sądem, organem właściwym postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej, w zakresie postępowań dotyczących zobowiązań lub wierzytelności Grupy Kapitałowej, których wartość stanowi co najmniej 10% kapitałów własnych Emitenta.

Oświadczenie Zarządu

Warszawa, 24 marca 2017 r.

Warszawa, 24 marca 2017 r.

Oświadczenie w sprawie rzetelności sporządzenia sprawozdania finansowego

Wedle najlepszej wiedzy Zarządu Hubstyle S.A., roczne jednostkowe sprawozdanie finansowe oraz skonsolidowane sprawozdanie finansowe i dane porównywalne sporządzone zostały zgodnie z obowiązującymi zasadami rachunkowości, odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową, finansową i wynik finansowy jednostki dominującej oraz Grupy Kapitałowej Hubstyle.

Sprawozdanie Zarządu z działalności Hubstyle S.A. oraz Grupy Kapitałowej Hubstyle zawiera prawdziwy obraz rozwoju, osiągnięć i sytuacji Hubstyle S.A. oraz GK Hubstyle, w tym opis podstawowych ryzyk i zagrożeń.

Monika Englicht, Prezes Zarządu

Wojciech Patyna, Wiceprezes Zarządu

Wiktor Dymecki, Członek Zarządu

Oświadczenie zarządu w sprawie wyboru podmiotu uprawnionego do badania sprawozdania finansowego

Zarząd Hubstyle S.A. oświadcza, że podmiot uprawniony do badania jednostkowego sprawozdania finansowego oraz skonsolidowanego sprawozdania finansowego, dokonujący badania rocznych sprawozdań finansowych: jednostkowego oraz skonsolidowanego, został wybrany zgodnie z przepisami prawa. Podmiot ten oraz biegli rewidenci dokonujący tego badania spełniali warunki do wydania bezstronnej i niezależnej opinii z badania, zgodnie z obowiązującymi przepisami i normami zawodowymi.

Monika Englicht, Prezes Zarządu

Wojciech Patyna, Wiceprezes Zarządu

Wiktor Dymecki, Członek Zarządu

Indeks zagadnień

Podsumowanie operacyjne	Informacje o zawartych umowach	Oświadczenie o stosowaniu zasad ładu korporacyjnego
List do Akcjonariuszy	Sytuacja finansowa Grupy HubStyle	Stosowanie zasad ładu korporacyjnego
Wybrane dane finansowe	Prezentacja wyników finansowych Grupy	Inne informacje
Najważniejsze wydarzenia w 2015 r.	Podstawowe wskaźniki	Władze HubStyle S.A.
Opis organizacji Grupy Kapitałowej	Sytuacja finansowa HubStyle S.A.	Pozostałe informacje
Skład Grupy Kapitałowej	Prezentacja wyników finansowych HubStyle S.A.	Podmiot uprawniony do badania sprawozdania finansowego
Opis działalności prowadzonej przez Grupę	Informacje o akcjach i akcjonariacie	Informacje o zatrudnieniu
Segmenty działalności	Struktura kapitału zakładowego	Potencjalne zmiany w strukturze akcjonariatu
Opis sytuacji na rynku e-commerce	Struktura akcjonariatu	Inne informacje
Strategia rozwoju i poniesione nakłady inwestycyjne	Zmiany w strukturze akcjonariatu	Opis prowadzonych postępowań sądowych i administracyjnych
Perspektywy rozwoju	Akcje własne	Oświadczenie Zarządu
Ryzyka związane z działalnością oraz otoczeniem	Emisja akcji	

HubStyle