

HubStyle



SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI
GRUPY KAPITAŁOWEJ HUBSTYLE ZA I PÓŁROCZE 2017 R.

Warszawa, 30 września 2017 r.

Podsumowanie operacyjne	3
Opis organizacji i działalności Grupy Kapitałowej HubStyle	7
Segmenty działalności	10
Opis sytuacji na rynku e-commerce	12
Perspektywy rozwoju	14
Strategia rozwoju	16
Informacje o zawartych umowach	17
Ryzyka działalności	18
Sytuacja finansowa Grupy	21
Informacje o akcjach i akcjonariacie	26
Ład korporacyjny	27
Władze HubStyle	27
Pozostałe informacje	33
Oświadczenie Zarządu	35
Słowniczek pojęć	36

HubStyle

Wybrane dane finansowe

Wybrane dane finansowe (tys. zł)	01.01.2017- 30.06.2017	01.01.2016- 30.06.2016
Przychody ze sprzedaży	10 190	9 726
Strata na działalności operacyjnej	-2 304	-2 050
Strata brutto	-2 325	-1 975
Strata netto	-2 335	-1 937
Całkowite dochody/straty ogółem	-2 335	-1 937
Aktywa razem	19 084	16 275
Rzeczowe aktywa trwałe	452	186
Należności krótkoterminowe	908	1 030
Zobowiązania krótkoterminowe	5 224	2 548
Kapitał własny	13 860	13 727
Kapitał podstawowy	1 845	1 845
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	-1 806	-2 121
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	226	-396
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	728	-63
Zmiana stanu środków pieniężnych	-852	-2 580
Zysk (strata) na jedną akcję zwykłą	-0,13	-0,10
Rozwodniony zysk (strata) na jedną akcję zwykłą	-0,13	-0,10

1

Podsumowanie operacyjne

Najważniejsze wydarzenia I półrocza 2017 r.

Komentarz Zarządu

W I półroczu 2017 r. Zarząd realizował strategię koncentrując się na markach Sugarfree i Cardio Bunny, oraz rozwoju skalowalnej infrastruktury e-commerce.

W pierwszej połowie br. zrealizowano przychody ze sprzedaży w wysokości 10,2 mln zł, co oznacza 5% wzrost w porównaniu do analogicznego okresu roku poprzedniego. Główną przyczyną wzrostu jest działalność prowadzona w segmencie odzieży, który pojawił się w strukturze Grupy w II kwartale 2015 r.

Strata netto za I półrocze br. wyniosła 2,3 mln zł. W wyniku podjętych decyzji związanych z niekontynuowaniem części projektów odzieżowych uznanych za nierentowne Spółka w okresie od stycznia do kwietnia 2017 r. ponosiła nakłady związane z wygaszaniem projektów, co przełożyło się bezpośrednio na pogorszenie wyników segmentu odzieżowego. Należy jednak wskazać, że pomimo obciążenia wyniku finansowego kosztami projektów niekontynuowanych wyniki segmentu odzieżowego uległy poprawie w stosunku do wyników analogicznego okresu w roku poprzedzającym. Również spadek rentowności w segmencie usług dla e-commerce przełożył się na słabsze wyniki całej Grupy Kapitałowej.

Ponadto, w okresie I półrocza 2017 r. wprowadzono nowe kolekcje w Sugarfree oraz Cardio Bunny, a także zwiększono efektywność z infrastruktury e-commerce poprzez uruchamianie wsparcia dla istniejących kanałów dystrybucji, a także poszukiwana nowych źródeł ruchu dla witryn prowadzonych przez Grupę.

Od czerwca 2017 r. pracowano nad optymalizacją kosztową czego efektem jest m.in. podjęcie elastycznej współpracy z zewnętrznym centrum logistycznym, która na obecnym etapie Spółki jest znacznie efektywniejsza kosztowo niż posiadanie własnego magazynu (w ramach kosztów stałych).

W 2016 r. Spółka uruchomiła szereg projektów odzieżowych obejmujących marki Freakylicks, Emente, Kragelman oraz Cardio Bunny. Analiza wyników poszczególnych przedsięwzięć skutkowałą podjęciem przez Zarząd decyzji o niekontynuowaniu projektów Emente, Freakylicks oraz Kragelman. Koszty poniesione na utrzymanie nierentownych marek, a także na ich wygaszenie spowodowały, że w II kwartale 2017 r. Emitent i Spółki z Grupy miały przejściowe trudności z zapewnieniem optymalnego poziomu wyrobów gotowych kluczowych marek Sugarfree i Cardio Bunny, co przełożyło się na ograniczone możliwości wzrostu sprzedaży.

W związku z zaistniałymi okolicznościami wskazującymi na przejściowe problemy z utrzymaniem płynności, Zarząd jednostki dominującej podjął kroki mające na celu poprawić sytuację płynnościową w Grupie. W celu zapewnienia środków finansowych niezbędnych dla rozwoju Grupy Kapitałowej 16 sierpnia br. podjął uchwałę o emisji akcji serii B o łącznej wartości do 1 mln zł. 4 września 2017 r. dokonano przydziału obligacji w kwocie 477 tys. zł. Ponadto, 1 września 2017 r. Zarząd HubStyle S.A. zabezpieczył 990 tys. zł dodatkowego finansowania na rozwój działalności spółki Sugarfree sp. z o.o.

W ocenie Zarządu podjęte działania i pozyskane środki obrotowe w wysokości prawie 1,5 mln zł umożliwią wzrost efektywności segmentów zarządzanych przez Grupę Kapitałową, a przede wszystkim budowę skali i trwałej rentowności w kluczowym segmencie sprzedaży odzieży. Pozyskanie środków, które wzmocnią pozycję Grupy Kapitałowej jest kluczowe dla generowania w kolejnych okresach dodatnich przepływów pieniężnych.

Zarząd planuje rozszerzenie kanałów dystrybucji dla prowadzonych marek, a także rozszerzenie głębokości i szerokości oferty produktowej. We wrześniu 2017 r. podpisał już umowę z OTCF S.A. właścicielem m.in. znanej marki sportowej 4F, w ramach dystrybucji odzieży marki Cardio Bunny w salonach sportowych 4Faces. Działania mają na celu wzmocnienie wizerunku oraz dotarcie do nowych klientów. Kolejnym krokiem jest poprawa infrastruktury niezbędnej to wzrostu efektywności prowadzonych działań, w tym przede wszystkim zwiększenie wydajności procesów logistycznych wraz ze zmniejszeniem jednostkowych kosztów na zamówienie (outsourcing procesów logistycznych) oraz poprawę wydajności silników e-commerce, które stanowią kluczowy dla Spółki kanał dystrybucji.

Najważniejsze wydarzenia I półrocza 2017 r.

Zmiany w składzie Zarządu

W I półroczu 2017 r. miały miejsce zmiany w składzie Zarządu HubStyle S.A.

25 maja 2017 r. Zarząd HubStyle S.A. poinformował, że 25 maja 2017 r. Pani Monika Englicht, Prezes Zarządu, złożyła rezygnację z pełnionej funkcji ze skutkiem na dzień dzisiejszy. Pani Englicht nie podała powodów swojej rezygnacji.

21 czerwca 2017 r. Zarząd Emitenta poinformował o przekazaniu Spółce przez Radę Nadzorczą Spółki treści uchwały nr 18/2017 w sprawie powołania do składu Zarządu Pana Wojciecha Czerneckiego. Panu Wojciechowi Czerneckiemu została powierzona funkcja Prezesa Zarządu.

Mianując pana Wojciecha Czerneckiego na stanowisko Prezesa Zarządu Spółki, Rada Nadzorcza wzięła pod uwagę przede wszystkim jego doświadczenie. Pan Wojciech Czernecki posiada wieloletnie doświadczenie menedżerskie oraz szeroką wiedzę z obszaru planowania strategicznego, zarządzania rozwojem biznesu i marketingu internetowego.

Aktualizacja założeń strategicznych

22 marca 2017 r. 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 2016 r.

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.

Zmiana nazwy spółki na Sales Intelligence Sp. z o.o.

29 maja 2017 r. Nadzwyczajne Zgromadzenia Wspólników podjęło uchwałę o zmianie nazwy spółki z Nokaut.pl Sp. z o.o. na Sales Intelligence Sp. z o.o. 1 września br. została zarejestrowana zmiana formy prawnej z Sales Intelligence Sp. z o.o. na Sales Intelligence S.A.

Podpisanie listu intencyjnego z OTCF S.A.

31 sierpnia 2017 r. HubStyle S.A. podpisał list intencyjny z OTCF S.A., właścicielem m.in. wiodącej marki sportowej 4F i salonów sportowych 4Faces, w sprawie podjęcia strategicznej współpracy w ramach jednej z marek HubStyle - Cardio Bunny. Współpraca będzie miała wpływ na rozwój Cardio Bunny i będzie zmierzać do dystrybucji kobiecych ubrań sportowych w kanale detalicznym i hurtowym, zarówno w Polsce jak i za granicą. Współpraca z OTCF to jednocześnie pierwszy krok na drodze do ekspansji zagranicznej Grupy HubStyle. W najbliższym czasie możliwe są kolejne tego typu projekty w przypadku marki Sugarfree.

Najważniejsze wydarzenia I półrocza 2017 r.

Pozyskanie finansowania zewnętrznego przez Sugarfree Sp. z o.o.

1 września 2017 r. jednostka zależna Sugarfree Sp. z o.o. poinformowała o uruchomieniu środków z zawartej z ING Bank Śląski S.A. umowy wieloproduktowej przyznającej Spółce łączny limit finansowy w kwocie 990,0 tys. zł. W ramach umowy wieloproduktowej Sugarfree Sp. z o.o. otrzymała limit w wysokości 390 tys. zł, który może być wykorzystany w formie kredytu obrotowego w rachunku bieżący do wysokości przyznanego limitu lub gwarancji bankowych do wysokości 100 tys. zł. W ramach umowy dyskontowej, Sugarfree Sp. z o.o. otrzymała odnawialną linię finansowania dostawców w wysokości 600 tys. zł.

Emisja obligacji serii B

16 sierpnia 2017 r. HubStyle S.A. zaoferował w prywatnej emisji roczne obligacje serii B, o wartości nominalnej 1 tys. zł każda, z oprocentowaniem stałym wynoszącym 8%, i odsetkami wypłacanymi kwartalnie. Emisja obligacji zakończyła się sukcesem i pozyskano 477 tys. zł. Przydział obligacji nastąpił 4 września 2017 r. Środki pozyskane w ramach tej emisji zostaną przeznaczone na uruchomienie nowych kanałów sprzedaży poprzez współpracę z nowymi dystrybutorami oraz zwiększenie szybkości dostaw rezerwowanych produktów (a tym samym przychodów) we własnych kanałach e-commerce.

Emisja akcji

22 września 2017 r. Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy podjęło uchwałę nr 5 w sprawie podwyższenia kapitału podstawowego Spółki Hubstyle S.A. o kwotę nie większą niż 200,0 tys. zł w drodze emisji akcji serii G w trybie subskrypcji prywatnej. Do dnia zatwierdzenia niniejszego sprawozdania emisja nie została zakończona. Zarząd planuje pozyskanie środków w wysokości do 1,8 mln zł.

Integracja Grupy z systemem ERP

W sierpniu 2017 r. w Grupie HubStyle zakończono też proces pełnej integracji działów i funkcji w firmie z systemem ERP wszystkich marek grupy oraz zmian w rozwiązaniach logistycznych na bardziej elastyczne pod kątem dalszej skalowalności sprzedaży.

Struktura organizacji oraz skład Grupy Kapitałowej

Jednostką dominującą Grupy jest spółka HubStyle S.A. Spółka powstała 10 listopada 2010 r. w wyniku przekształcenia Nokaut Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (powołanej 11 stycznia 2006 r. na mocy aktu notarialnego sporządzonego w Kancelarii Notarialnej przed notariuszem Anetą Leszczyńską Rep. A nr 407/2006). Nokaut Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością została zarejestrowana w Krajowym Rejestrze Sądowym 23 stycznia 2006 r. Dnia 24 kwietnia 2015 r. Nadzwyczajne Walne zgromadzenie Grupy Nokaut S.A. zmieniło nazwę Spółki na HubStyle S.A.

Struktura Grupy

Strukturę Grupy Kapitałowej tworzonej przez HubStyle S.A. na dzień 30 czerwca 2017 r. przedstawia poniższy schemat:



Zmiany w strukturze Grupy

W raportowanym okresie nie zaszły zmiany w strukturach organizacyjnych spółek z Grupy Emitenta.

2

Opis organizacji i działalności Grupy

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, która miała miejsce w 2015 r. Grupa zwiększa swoje udziały w rynku, stwarzając tym samym coraz to 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 pod markami Sugarfree oraz Cardio Bunny 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 obcojęzyczną wersję 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 sportsmenkami. 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 Sales Intelligence 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., Sales Intelligence S.A., Sugarfree Sp. z o.o. oraz New Fashion Brand Sp. z o.o.

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

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

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.

W 2016 r. 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.

Sales Intelligence S.A.

- segment: usługi dla e-commerce

Przedmiotem działalności Sales Intelligence S.A. jest usługa dostarczania użytkowników (potencjalnych kupujących) do sklepów internetowych. Działalność polega na udostępnianiu różnym stronom internetowym, należącym zarówno do Spółki jak i podmiotom zewnętrznym, danych o produktach wraz z odnośnikami prowadzącymi do e-sklepów. Spółka umożliwia tym samym budowanie porównywarek cenowych oraz innych serwisów opartych o dane e-commerce, które pomagają użytkownikowi (kupującemu) w dokonaniu wyboru najlepszego oferenta. Dla sklepów usługa stanowi platformę do prezentacji swojej oferty oraz dodatkowy kanał przekazu informacji na temat swojej działalności.

Dodatkowo Spółka prowadzi, w domenie www.sklepyfirmowe.pl oraz www.handlomat.pl, platformę online oferującą infrastrukturę umożliwiającą prowadzenie sklepu internetowego.

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



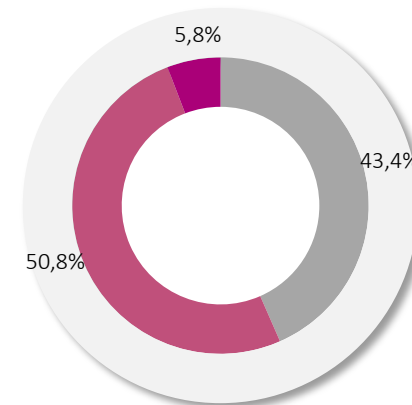
Inwestycyjny

Obejmuje aktywa i pasywa oraz przychody i koszty dotyczące zarządzania:

- inwestycjami jednostki dominującej w jednostki zależne
- działalnością holdingową prowadzoną przez Spółkę dominującą.

Strukturę sprzedaży Grupy HubStyle według wartości, przedstawia poniższa tabela:

Źródło przychodów	01.01.2017 - 30.06.2017	
	tys. zł	Udział w sprzedaży
Usługi dla e-commerce	4 874	43,4%
Sprzedaż odzieży	5 697	50,8%
Inwestycyjny	654	5,8%



■ Usługi dla e-commerce ■ Sprzedaż odzieży ■ Inwestycyjny

Segmenty działalności

SEGMENTY OPERACYJNE					
Wyszczególnienie	Usługi dla e-commerce (SEGMENT I)	Sprzedaż odzieży (SEGMENT II)	Inwestycyjny (SEGMENT III)	Transakcje pomiędzy segmentami	Razem
na dzień 30.06.2017 oraz za okres od 01.01. do 30.06.2017					
Aktywa segmentu:	6 260	3 448	18 618	-9 242	19 084
Zobowiązania segmentu	1 271	3 352	3 034	-2 433	5 224
Przychody segmentu:	4 874	5 697	654	-1 246	9 979
Koszty segmentu	5 400	6 602	11 897	-11 397	12 502
Zysk/strata brutto segmentu	-478	-821	-9 984	8 958	-2 325
Zysk/strata netto segmentu	-482	-826	-9 985	8 958	-2 335
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
na dzień 30.06.2016 oraz za okres od 01.01. do 30.06.2016					
Przychody segmentu:	4 925	5 327	284	-199	10 337
Koszty segmentu	4 790	6 827	1 356	-660	12 313
Zysk/strata brutto segmentu	135	-1 500	-1 072	461	-1 976
Zysk/strata netto segmentu	135	-1 447	-1 088	463	-1 937

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

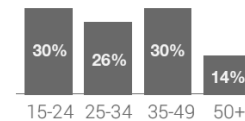


47% internautów kupuje w polskich e-sklepach



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

Wykształcenie



Niższe **23%**

Średnie **42%**

Wyższe **35%**

Sytuacja materialna gospodarstwa domowego



Dobra **46%**

Średnia **46%**

Zła **8%**

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

Rynek 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. Konsumenti 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 proc. W tej kategorii kobiety wydają widocznie więcej na e-zakupy niż mężczyźni, a osoby dobrze oceniają swoją sytuację ekonomiczną.

Elementy, które potencjalnie mogłyby zmotywować do częstszych e-zakupów w przyszłości są przede wszystkim związane ze sferą kosztów:

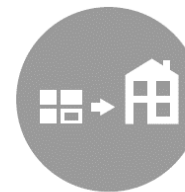
- niższe koszty dostawy
- niższe ceny towarów
- specjalne zniżki dla kupujących przez internet.

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 optacając 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.

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

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

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 przezwyciężaniu 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 wzrosła z 27,7% w 2014 do prognozowanych 43,7% w 2019 r. Obecnie wyzwaniem dla sklepów internetowych jest tworzenie serwisów w technologii responsywnej, która umożliwi 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*.

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 logistycznemu
- 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

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

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 osiąganie w wyniku ich wdrożenia oczekiwanej efektywności.
- **Efektywność kosztowa:** koszty prowadzenia działalności zgodne z budżetem na dany rok, zwiększenie efektywności w ramach dostępnego budżetu.
- **Poszerzanie 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.
- **Płynność finansowa:** działalność prowadzona przez Emitenta, w szczególności w zakresie segmentu sprzedaży odzieży, wymaga posiadania odpowiedniego poziomu kapitału obrotowego, możliwości pozyskiwania finansowania zewnętrznego będą miały kluczowe znaczenie dla wyników kolejnych kwartałów
- **Kolekcje odzieży:** dostosowanie kolekcji do oczekiwań klientów i panujących trendów, a także warunków pogodowych będzie miało kluczowe znaczenie dla osiągniętych dynamik sprzedaży,
- **Restrukturyzacja Grupy:** koncentracja na kluczowych aktywach segmentu sprzedaży odzieży i zbycie aktywów nieoperacyjnych i nieuznawanych za kluczowe będzie stanowić dla Spółki dodatkowe źródło środków pieniężnych niezbędnych do zapewnienia odpowiedniego poziomu kapitału obrotowego.

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 Cardio Bunny. 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 lifestyle'owych 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

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

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 powiązanimi

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

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

Nie zawarto tego rodzaju transakcji.

Zaciągnięte i wypowiedziane umowy kredytów i pożyczek

Grupa posiada zaciągnięte pożyczki od jednostek niepowiązanych i powiązanych osobowo. Zestawienie pożyczek zaprezentowano poniżej w tabeli.

Otrzymane pożyczki, stan na 30.06.2017	Data udzielenia	Kwota pożyczki	Oprocentowanie	Pozostało do spłaty
Cafardini Sp. z o.o.	06.04.2017	400	9% rocznie	400
Wiktor Dymecki	30.05.2017	149	6% rocznie	149
Wojciech Czernecki	30.05.2017	100	6% rocznie	100
Tomasz Ciąpała	28.06.2017	150	20% rocznie	150

Udzielone i otrzymane poręczenia i gwarancje

Żadna ze spółek Grupy Kapitałowej HubStyle S.A. nie udzielała w I półroczu 2017 r. poręczeń i gwarancji.

Umowy objęcia obligacji

W I półroczu 2017 r. Spółka nie posiadała umów objęcia obligacji.

Emisja obligacji

16 sierpnia 2017 r. Zarząd Hubstyle S.A. podjął uchwałę o emisji obligacji serii B o łącznej wartości do 1 mln zł. 4 września dokonano przydziału obligacji w kwocie 477 tys. zł. Wartość nominalna jednej obligacji została określona na 1.000 zł. Obligacje zostały wyemitowane na okres 12 miesięcy, a oprocentowanie zostało ustalone na stałym poziomie w wysokości 8%. Odsetki będą wypłacane, co trzy miesiące, przy czym ostatni czwarty okres odsetkowy będzie obejmował wykup nominalnej wartości obligacji.

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 30.06.2017	Data udzielenia	Kwota pożyczki	Oprocentowanie	Pozostało do spłaty	Odpis aktualizujący
Bradelor Finance Limited	18.09.2015	1 340	Wibor 1Y + 6% rocznie	1 003	0
Elmodare Finance Limited	01.10.2015	1 000	Wibor 1Y + 6% rocznie	1 000	0
New Fashion Brand Sp. z o.o.	20.12.2016	265	6% rocznie	87	87
New Fashion Brand Sp. z o.o.	25.01.2017	200	6% rocznie	200	200
New Fashion Brand Sp. z o.o.	27.02.2017	87	6% rocznie	87	87
New Fashion Brand Sp. z o.o.	31.03.2017	20	6% rocznie	20	20
New Fashion Brand Sp. z o.o.	07.04.2017	68	6% rocznie	68	68
New Fashion Brand Sp. z o.o.	9.05.2017	5	6% rocznie	5	5

Ryzyka działalności

Ryzyka związane z działalnością Grupy HubStyle

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 przedpłaty, 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 rzeczywistości 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 sprzedaż towarzyszą szerokie działania promocyjne.

Ryzyka działalności

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 działalności

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.

Prezentacja wyników skonsolidowanych za I półrocze 2017 r.

Wybrane dane finansowe (tys. zł)	01.01.2017- 30.06.2017	01.01.2016- 30.06.2016
Przychody ze sprzedaży	10 190	9 726
Strata na działalności operacyjnej	-2 304	-2 050
Strata brutto	-2 325	-1 975
Strata netto	-2 335	-1 937
Całkowite dochody/straty ogółem	-2 335	-1 937
Aktywa razem	19 084	16 275
Rzeczowe aktywa trwałe	452	186
Należności krótkoterminowe	908	1 030
Zobowiązania krótkoterminowe	5 224	2 548
Kapitał własny	13 860	13 727
Kapitał podstawowy	1 845	1 845
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	-1 806	-2 121
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	226	-396
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	728	-63
Zmiana stanu środków pieniężnych	-852	-2 580
Zysk (strata) na jedną akcję zwykłą	-0,13	-0,10
Rozwodniony zysk (strata) na jedną akcję zwykłą	-0,13	-0,10

3 Sytuacja finansowa Grupy

Rachunek zysków i strat

	01.01.2017- 30.06.2017	01.01.2016- 30.06.2016	Zmiana	01.04.2017- 30.06.2017	01.04.2016- 30.06.2016	Zmiana
Przychody ze sprzedaży	10 190	9 726	5%	4 411	5 082	-13%
Pozostałe przychody operacyjne	112	168	-33%	92	108	-15%
Zmiana stanu produktów	-211	337	-	-339	169	-
RAZEM PRZYCHODY Z DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ	10 091	10 231	-1%	4 164	5 359	-22%
Amortyzacja	940	293	221%	473	229	107%
Zużycie materiałów i energii	1 467	2 338	-37%	573	1 047	-45%
Usługi obce	7 519	7 539	-0,3%	3 464	4 076	-15%
Podatki i opłaty	37	32	16%	21	17	24%
Wynagrodzenia	1 808	1 520	19%	798	807	-1%
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	329	223	48%	157	110	43%
Pozostałe koszty rodzajowe	61	125	-51%	33	58	-43%
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	-	-	-	-	-	-
Pozostałe koszty operacyjne	234	211	11%	135	199	-32%
KOSZTY DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ	12 395	12 281	1%	5 654	6 543	-14%
ZYSK (STRATA) Z DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ	-2 304	-2 050	12%	-1 490	-1 184	26%
Przychody finansowe	86	106	-19%	40	48	-17%
Koszty finansowe	107	32	234%	69	12	475%
ZYSK (STRATA) PRZED OPODATKOWANIEM	-2 325	-1 976	18%	-1 519	-1 148	32%
Podatek dochodowy	10	-39	-	-32	-60	-47%
ZYSK (STRATA) NETTO	-2 335	-1 937	21%	-1 487	-1 088	37%
Zysk (strata) netto przypadające na:						
- akcjonariuszy podmiotu dominującego	-2 310	-1 921	20%	-1 465	-1 092	34%
- udziały niekontrolujące	-25	-16	56%	-22	4	-

Struktura aktywów i pasywów

Aktywa	30.06.2017	31.12.2016
Aktywa trwałe	13 682	14 521
Wartości niematerialne	7 203	7 874
Wartości firmy	5 510	5 510
Rzeczowe aktywa trwałe	452	514
Należności długoterminowe	261	356
Udzielone pożyczki długoterminowe		
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	250	260
Inne aktywa długoterminowe	6	7
Aktywa obrotowe	5 402	7 216
Zapasy	1 695	1 753
Należności krótkoterminowe	908	1 410
Udzielone pożyczki krótkoterminowe	2 306	2 717
Środki pieniężne	377	1 229
Inne aktywa	116	107
Aktywa razem	19 084	21 737

Pasywa	30.06.2017	31.12.2016
Kapitał własny	13 860	16 241
Przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej	13 756	16 066
Kapitał podstawowy	1 845	1 845
Kapitał zapasowy	32 475	32 475
Kapitał rezerwowy	132	132
Suma całkowitych dochodów	-20 696	-18 386
- suma całkowitych dochodów netto	-2 310	411
- suma całkowitych dochodów z lat ubiegłych	-18 386	-18 797
Przypadający udziałom niekontrolującym	104	175
Zobowiązania długoterminowe	0	0
Zobowiązania krótkoterminowe	5 224	5 496
Leasing finansowy		8
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług	2 475	2 942
Zobowiązania finansowe	1 914	1 115
Inne zobowiązania	410	954
Rezerwy na zobowiązania	118	220
Pozostałe zobowiązania krótkoterminowe	307	257
Pasywa razem	19 084	21 737

Sytuacja pieniężna

	01.01.2017 - 30.06.2017	01.01.2016 - 30.06.2016	Zmiana
Przepływy środków pieniężnych z działalności operacyjnej			
I Zysk (strata) przed opodatkowaniem	-2 325	-1 976	18%
II Korekty razem	519	-145	-
1. Amortyzacja	940	293	>100%
2. Odsetki i udziały w zyskach (dywidendy)	-54	-95	-43%
3. Zysk z działalności inwestycyjnej	59	123	-52%
4. Zmiana stanu rezerw	-90	61	-
5. Zmiana stanu zapasów	58	-591	-
6. Zmiana stanu należności	596	462	29%
7. Zmiana stanu zobowiązań krótkoterm. z wyjątkiem pożyczek i kredytów	-1 019	-407	>100%
8. Zmiana stanu rozliczeń międzyokresowych	30	8	>100%
9. Zapłacony podatek dochodowy			-
10. Inne korekty	-1	1	-
III Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej (I+/-II)	-1 806	-2 121	-15%
Przepływy środków pieniężnych z działalności inwestycyjnej			
I Wpływy	525	58	>100%
1. Z aktywów finansowych, w tym:	476	24	>100%
- spłata udzielonych pożyczek długoterminowych	397	24	>100%
- odsetki	79		-
2. Zbycie wartości niematerialnych oraz rzeczowych aktywów trwałych	49	34	44%
3. Inne wpływy inwestycyjne			-
II Wydatki	299	454	-34%
1. Nabycie wartości niematerialnych oraz rzeczowych aktywów trwałych	299	454	-34%
2. Nabycie udziałów w jednostce zależnej			-
3. Udzielone pożyczki			-
III Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej (I-II)	226	-396	-
C. Przepływy środków pieniężnych z działalności finansowej			
I Wpływy	798		
1. Kredyty i pożyczki	798		
II Wydatki	70	63	11%
1. Dywidendy i inne wydatki	45		
2. Płatności zobowiązań z tytułu umów leasingu finansowego		62	-100%
3. Odsetki	25	1	>100%
III Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej (I-II)	728	-63	-
D. Przepływy pieniężne netto, razem (A.III+/-B.III+/-C.III)	-852	-2 580	-67%
E. Bilansowa zmiana stanu środków pieniężnych, w tym:	-852	-2 580	-67%
F. Środki pieniężne na początek okresu	1 229	3 658	-66%
G. Środki pieniężne na koniec okresu (F+/-D), w tym:	377	1 078	-65%

Analiza wskaźnikowa

	30.06.2017	31.12.2016
Wskaźniki zadłużenia		
Wskaźnik ogólnego zadłużenia	27,37%	25,28%
Wskaźnik zadłużenia długoterminowego	0,0%	0,0%
Wskaźnik zadłużenia krótkoterminowego	27,37%	25,28%
Wskaźniki płynności		
Wskaźnik bieżącej płynności	1,03	1,31
Wskaźnik wysokiej płynności	0,69	0,98
Wskaźnik podwyższonej płynności	0,07	0,22

Prognoza finansowa HubStyle S.A.

Spółka 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 HubStyle S.A.

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

4

Informacje o akcjach i akcjonariacie

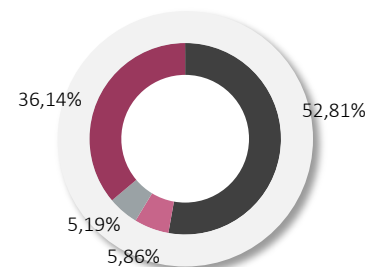
Informacje o akcjach i akcjonariacie

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 i na 30 czerwca 2017 r. wygląda następująco:



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

Akcjonariusz	Liczba głosów na WZ	Udział w głosach na WZ
Wojciech Czernecki (samodzielnie lub 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%

Zmiany w strukturze akcjonariatu

W trakcie I półrocza 2017 r., a także w okresie bieżącego roku, do momentu opublikowania niniejszego raportu nie nastąpiły żadne zmiany w Akcjonariacie.

Władze HubStyle

Zarząd

Skład osobowy Zarządu Spółki

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

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

Wojciech Czernecki, Prezes Zarządu

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.

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 r. pełni także funkcję Dyrektora do spraw finansowych Grupy Kapitałowej Hubstyle S.A.

5

ład korporacyjny

Władze HubStyle

W I półroczu 2017 r. miała miejsce następująca zmiana w Zarządzie:

Zarząd HubStyle S.A. 25 maja 2017 r. poinformował, że w tym dniu Rada Nadzorcza Spółki przekazała Spółce treść uchwały nr 15/2017 w sprawie delegowania członka Rady Nadzorczej Pana Wojciecha Czerneckiego do składu Zarządu Spółki.

21 czerwca 2017 r. Zarząd Emitenta poinformował o przekazaniu Spółce przez Radę Nadzorczą Spółki treści uchwały nr 18/2017 w sprawie powołania do składu Zarządu Pana Wojciecha Czerneckiego. Panu Wojciechowi Czerneckiemu została powierzona funkcja Prezesa Zarządu.

Mianując pana Wojciecha Czerneckiego na stanowisko Prezesa Zarządu Spółki, Rada Nadzorcza wzięła pod uwagę przede wszystkim jego doświadczenie.

Pan Wojciech Czernecki posiada wieloletnie doświadczenie menedżerskie oraz szeroką wiedzę z obszaru planowania strategicznego, zarządzania rozwojem biznesu i marketingu internetowego. Obecnie prowadzi działalność gospodarczą pod firmą Czernecki Consulting Wojciech Czernecki. Jest jednym ze współzałożycieli spółki HubStyle S.A., w której w latach 2006 - 2013 pełnił funkcję Prezesa Zarządu. Był również jednym ze współzałożycieli spółki Morizon S.A., gdzie w latach 2010 - 2014 pełnił funkcję członka Rady Nadzorczej. W okresie 2008 - 2009 pełnił funkcję członka Rady Nadzorczej spółki SklepyFirmowe.pl Sp. z o.o.

Pan Wojciech Czernecki jest Absolwentem Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Zielonogórskiego oraz Wydziału Ekonomicznego Uniwersytetu Gdańskiego. W 2014 r. ukończył również program Growing Your Business na London Business School.

Pan Wojciech Czernecki oświadczył, że nie wykonuje działalności konkurencyjnej wobec Spółki, nie uczestniczy w spółce konkurencyjnej jako wspólnik spółki cywilnej, spółki osobowej lub jako członek organu spółki kapitałowej ani nie uczestniczy w innej konkurencyjnej osobie prawnej jako członek jej organu. Ponadto nie jest wpisany w Rejestrze Dłużników Niewypłacalnych prowadzonym na podstawie ustawy o KRS.

25 maja 2017 r. Zarząd HubStyle S.A. poinformował, że 25 maja 2017 r. Pani Monika Englicht, Prezes Zarządu, złożyła rezygnację z pełnionej funkcji ze skutkiem na dzień dzisiejszy. Pani Englicht nie podała powodów swojej rezygnacji.

Wielkość wynagrodzeń

Wynagrodzenie osób wchodzących w skład Zarządu HubStyle S.A. pobierane w okresie od 1 stycznia 2017 r. do 30 czerwca 2017 r.:

Imię i nazwisko	Funkcja	Wynagrodzenie
Monika Englicht*	Prezes Zarządu	129
Wojciech Patyna	Wiceprezes Zarządu	104
Wiktor Dymecki	Członek Zarządu	104
Wojciech Czernecki**	Prezes Zarządu	0
Razem	-	337

*do dnia 25 maja 2017 r.

** od dnia 25 maja 2017 r.

Rada Nadzorcza

Skład osobowy Rady Nadzorczej

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

Imię i Nazwisko	Funkcja
Krzysztof Rąpała	Przewodniczący Rady Nadzorczej
Małgorzata Woźniak	Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej
Łukasz Dobrowolski	Członek Rady Nadzorczej
Kamil Gaworecki	Członek Rady Nadzorczej
Maciej Filipkowski	Członek Rady Nadzorczej

Krzysztof Rąpała, Przewodniczący Rady Nadzorczej

Absolwent Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie. Od 2012 r. 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.

Władze HubStyle

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.

Małgorzata Woźniak, Członek Rady Nadzorczej

Rozpoczęła karierę zawodową w 1997 r. jako Asystent Prezesa Zarządu Hyundai Corporation Poland Sp. z o.o. W kolejnych latach (2000-2003) obejmowała stanowiska Asystenta Zarządu w spółkach Agent Transferowy BESTA Sp. z o.o., Carey Agri International Poland Sp. z o.o. oraz SAFE COMPUTING Sp. z o.o. W kolejnych latach Pani Małgorzata Woźniak obejmowała stanowiska Asystenta Prezesa Rady Nadzorczej (PZ HTL S.A.), Prezesa Zarządu (CTL Logistics Sp. z o.o.), Asystenta Generalnego Dyrektora (Dell Sp. z o.o.). W latach 2003-2010 zatrudniona była w Polskim Koncernie Naftowym ORLEN S.A, jako Asystent Wiceprezesa Zarządu, Asystent Prezesa Zarządu i Asystent Radcy Koncernu. W 2012-2017 pełniła funkcje w PKP Polskie Linie Kolejowe S.A., kolejno na stanowiskach Dyrektora Biura Zarządu i Dyrektora Biura Administracyjnego.

Łukasz Dobrowolski, Członek Rady Nadzorczej

Posiada dziesięcioletnie doświadczenie międzynarodowe w doradztwie strategicznym, zdobyte w McKinsey&Company, w tym w biurach w Warszawie i w Sydney gdzie zajmował się budowaniem strategii wzrostu,

rozwojem biznesu, sprzedażą i marketingiem w sektorze telefonii komórkowej w 16 krajach Europy, Azji, Bliskiego Wschodu i Australii. Posiada również kilkuletnie doświadczenie w zarządzaniu sprzedażą, w tym jako Dyrektor Zarządzający Sprzedaży Polkomtel S.A. z odpowiedzialnością za 7 kanałów sprzedaży i łączne przychody ponad 8 mld PLN. Od 5 lat działa jako przedsiębiorca i inwestor w grupie Rocher Energy. Jest także właściciel firm - liderów rynku w branży energetyki rozproszonej. Specjalizuje się w zarządzaniu szybkim wzrostem biznesu i transformacją z etapu startupu do etapu dojrzałej organizacji. Ukończył w 1999 r. Szkołę Główną Handlową w Warszawie, a w 2002 r. studia MBA na INSEAD we Francji.

W I półroczu 2017 r. miała miejsce następująca zmiana w Składzie Rady Nadzorczej:

25 maja 2017 r. Zarząd HubStyle S.A. poinformował, że 25 maja 2017 r., Pan Wojciech Czernecki, Przewodniczący Rady Nadzorczej, złożył rezygnację z pełnionej funkcji ze skutkiem na dzień odbycia zwyczajnego walnego zgromadzenia zatwierdzającego rok obrotowy 2016. Pan Czernecki nie podał powodów swojej rezygnacji.

20 kwietnia 2017 r. Zarząd Spółki HubStyle S.A. poinformował, że 20 kwietnia 2016 r. Pan Rafał Brzoska, Członek Rady Nadzorczej Spółki, złożył rezygnację z pełnienia sprawowanej funkcji ze skutkiem na dzień poprzedzający odbycie najbliższego Walnego Zgromadzenia akcjonariuszy Spółki. W rezygnacji Pan Rafał Brzoska nie podał powodów swojej decyzji.

W związku ze złożeniem rezygnacji z funkcji członka Rady Nadzorczej Spółki przez Pana Rafała Brzoskę i Pana Wojciecha Czerneckiego, Zarząd Emitenta poinformował, iż Zwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki 21 czerwca 2017 r. podjęło uchwały w przedmiocie powołania do składu Rady Nadzorczej Spółki dwóch członków tj. Pani Małgorzaty Woźniak i Pana Łukasza Dobrowolskiego

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	Prezes Zarządu	9 743 276	brak
Maciej Filipkowski	Członek Rady Nadzorczej	1 081 000	brak
Kamil Gaworecki	Członek Rady Nadzorczej	255 062	brak

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 wszystkie 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 sprawę Spółki oraz wykonywać swe obowiązki z najwyższą starannością, wynikającą z profesjonalnego charakteru tej działalności.

Inne informacje

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.

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 należytym 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.

Inne informacje

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”.

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 r., 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.

6

Pozostałe informacje

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

21 czerwca 2017 r. 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 2017 oraz wykonywania czynności biegłego rewidenta. Emitent przekazał raportem bieżącym nr 22/2017 21 czerwca 2017 r. Umowa z podmiotem uprawnionym do badania sprawozdań finansowych zawarta została 30 czerwca 2017 r.

Informacja o zatrudnieniu

W I półroczu 2017 r. zatrudnienie w Grupie HubStyle wyniosło 44 osoby. 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. W przeliczeniu na etaty zatrudnienie wyniosło 40.

Zatrudnienie	30 czerwca 2017 r.	30 czerwca 2016 r.
Przeciętne zatrudnienie	44	37
w tym pracownicy umysłowi	37	37

Nagrody, wyróżnienia, osiągnięcia

W I półroczu 2017 r. Grupa nie otrzymała nagród oraz wyróżnień.

Pozostałe informacje

Czynniki i wydarzenia w szczególności o nietypowym charakterze mające wpływ na osiągnięte skonsolidowane wyniki finansowe

W opinii Zarządu Spółki w okresie I półrocza 2017 r. kluczowe znaczenie dla osiągniętych wyników w tym okresie miała podjęta decyzja o aktualizacji strategii i wygaszeniu działalności związanej z markami Freakylicks, Kragelman oraz Emente. Wpływ operacji niekontynuowanych na wyniki I półrocza 2017 r. został oszacowany przez Zarząd na kwotę (-) 360 tys. zł i w całości obciąża wynik EBITDA, EBIT oraz zysk netto. Koszty wskazanych operacji dotycząca w całości operacji, które nie będą kontynuowane w kolejnych okresach tj. w szczególności działalność marek Freakylicks, Emente i Kragelman. Przy wyłączeniu z wyniku I półrocza br. zdarzeń niekontynuowanych znormalizowana EBITDA dla działalności Grupy wynosi (-) 1.004 tys. zł. Zarząd szacuje, że projekty niekontynuowane nie będą miały wpływu na wyniki kolejnego półrocza.

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 w szczególności w okresie II kwartału była zagrożona. Podjęte przez Zarząd działania dotyczące optymalizacji poziomu kosztów stałych, a także zapewnienie nowych źródeł finansowania. Efektem podjętych działań będzie zabezpieczenie odpowiedniego poziomu aktywów obrotowych dla kluczowego dla Spółki okresu IV kwartału.

Spółki córki posiadają wystarczającą zdolność do wywiązywania się z zaciągniętych zobowiązań. Zagrożeniem dla zdolności do wywiązywania się z zaciągniętych zobowiązań Sales Intelligence S.A. 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.

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 r., tj. Program Motywacyjny będzie obejmował rok obrotowy 2016, 2017 oraz 2018.

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

Opis prowadzonych postępowań sądowych i administracyjnych

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

Zatwierdzenie do publikacji

Niniejsze jednostkowe sprawozdanie finansowe zostało zatwierdzone do publikacji dnia 30 września 2017 roku.

Podpisy Członków Zarządu Hubstyle S.A.

Prezes Zarządu Wojciech Czernecki

Wiceprezes Zarządu Wojciech Patyna

Członek Zarządu Wiktor Dymecki

Warszawa, dnia 30 września 2017 r

Oświadczenie o rzetelności sporządzenia sprawozdania finansowego i sprawozdania z działalności

Warszawa, 30 września 2017 r.

Warszawa, 30 września 2017 r.

Oświadczenie Zarządu w sprawie rzetelności sporządzenia śródrocznego sprawozdania finansowego za I półrocze 2017 r. oraz półrocznego sprawozdania Zarządu z działalności Grupy Kapitałowej HubStyle za I półrocze 2017 r,

Zarząd HubStyle S.A. oświadcza, że wedle jego najlepszej wiedzy, skonsolidowane sprawozdanie finansowe za I półrocze 2017 r. Grupy Kapitałowej HubStyle i jednostkowe sprawozdanie finansowe za I półrocze 2017 r. Spółki Hubstyle S.A. i dane porównywalne sporządzone zostały zgodnie z obowiązującymi zasadami rachunkowości. Zaprezentowane dane odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową oraz wynik finansowy Grupy Kapitałowej HubStyle. Zarząd oświadcza także, iż sprawozdanie Zarządu z działalności Grupy Kapitałowej HubStyle zawiera prawdziwy obraz rozwoju i osiągnięć oraz sytuacji Grupy Kapitałowej, w tym opis podstawowych ryzyk i zagrożeń.

Wojciech Czernecki, Prezes Zarządu

Wojciech Patyna, Wiceprezes Zarządu

Wiktor Dymecki, Członek Zarządu

Oświadczenie zarządu w sprawie wyboru podmiotu uprawnionego do przeglądu skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej HubStyle S.A. za I półrocze 2017 r.

Zarząd HubStyle S.A. oświadcza, że podmiot uprawniony do przeglądu półrocznego skróconego skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej HubStyle S.A. oraz półrocznego skróconego jednostkowego sprawozdania finansowego spółki Hubstyle S.A. za I półrocze 2017 r. tj. Polska Grupa Audytorska Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością spółka komandytowa z siedzibą w Warszawie, Jana III Sobieskiego 104 lok. 49, został wybrany zgodnie z przepisami prawa. Podmiot ten oraz biegli rewidenci, dokonujący przeglądu tego sprawozdania, spełniali warunki do wyrażenia bezstronnej i niezależnej opinii o półrocznym rocznym sprawozdaniu finansowym, zgodnie z obowiązującymi przepisami i normami zawodowymi.

Wojciech Czernecki, Prezes Zarządu

Wojciech Patyna, Wiceprezes Zarządu

Wiktor Dymecki, Członek Zarządu

Indeks zagadnień

Podsumowanie operacyjne	Strategia rozwoju	Ład korporacyjny
Wybrane dane finansowe	Informacje o zawartych umowach	Władze HubStyle
Komentarz Zarządu	Ryzyka działalności	Inne informacje
Najważniejsze wydarzenia w I półroczu 2017 r.	Sytuacja finansowa Grupy HubStyle	Stosowanie zasad ładu korporacyjnego
Opis organizacji i działalności Grupy Kapitałowej	Prezentacja wyników finansowych Grupy	Pozostałe informacje
Struktura organizacji oraz skład Grupy Kapitałowej	Podstawowe wskaźniki	Podmiot uprawniony do badania sprawozdania finansowego
Opis działalności prowadzonej przez Grupę	Informacje o akcjach i akcjonariacie	Informacje o zatrudnieniu
Segmenty działalności	Struktura kapitału zakładowego	Opis prowadzonych postępowań sądowych i administracyjnych
Opis sytuacji na rynku e-commerce	Struktura akcjonariatu	Oświadczenie Zarządu
Perspektywy rozwoju rynku na którym działa Grupa		

HubStyle