

# HubStyle



## SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI GRUPY KAPITAŁOWEJ HUBSTYLE ORAZ HUBSTYLE S.A. ZA 2017 ROK

za okres od 01.01.2017 do 31.12.2017

Szanowni Państwo,

Miniony rok był okresem burzliwych zmian w Spółce. Wskutek podjętych decyzji, które okazały się nietrafione zaprzepaściliśmy szansę na kontynuowanie dynamicznego rozwoju grupy analogicznie do lat poprzednich. Zbyt duża ilość projektów inwestycyjnych prowadzonych w tym samym czasie wpłynęła negatywnie na osiągnięte przez nas wyniki. Zbyt szybki rozwój skali naszej działalności kosztował nas utratę koncentracji na najważniejszych aspektach naszej działalności.

Zeszły rok należy jednak zaliczyć do udanych pod kątem reorganizacji i przygotowania Spółki do powrotu na ścieżkę wzrostu. Udało nam się uporządkować procesy, przygotować technologię, infrastrukturę, dostawców oraz zespół do generowania nowych przewag konkurencyjnych. Jesteśmy przekonani, że nie był to rok zmarnowany w naszym długoterminowym podejściu do budowy wartości naszych marek.

W kolejny rok wchodzimy z nową siłą. Mamy zapewnione finansowanie na kontynuację działalności oraz strategię pozwalającą na powrót do generowania wzrostów z naszego podstawowego biznesu czyli marek Sugarfree oraz Cardio Bunny.

Szczególną uwagę przywiązujemy do zachowania dyscypliny kosztowej i możliwości generowania pozytywnych przepływów operacyjnych. Podchodzimy konserwatywnie do naszych wewnętrznych założeń pozostając optymistycznie nastawieni do naszego modelu biznesowego. Miniony rok traktujemy jako istotną lekcję dla naszej organizacji i dopilnujemy konsekwencje podjętych w przeszłości decyzji posłużyły jako doświadczenie do budowania trwałej i rosnącej wartości Grupy Kapitałowej.

Wojciech Czernecki

Prezes Zarządu HubStyle S.A



## Sprawozdanie Zarządu z działalności Grupy Kapitałowej HubStyle i HubStyle S.A. za 2017 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	33
Władze HubStyle	35
Pozostałe informacje	40
Oświadczenie Zarządu	43
Indeks zagadnień	44



## Wybrane dane finansowe

Wybrane skonsolidowane dane finansowe [tys. zł]	2017	2016
Przychody ze sprzedaży	18,054	21 396
Zysk na działalności operacyjnej	-9,642	367
Wynik brutto	-12,077	501
Wynik netto	-12,327	444
Całkowite dochody/straty ogółem	-12,327	444
Aktywa razem	11,842	21 737
Rzeczowe aktywa trwałe	414	514
Należności krótkoterminowe	986	1 410
Zobowiązania krótkoterminowe	6,272	5 496
Zobowiązania długoterminowe	0	0
Kapitał własny	5,570	16 241
Kapitał podstawowy	1,845	1 845
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	-3,477	-2 158
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-102	-1 386
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	2,559	1 115
Zmiana stanu środków pieniężnych	-1,020	-2 429
Zysk (strata) na jedną akcję zwykłą	-0.67	0,02
Rozwodniony zysk (strata) na jedną akcję zwykłą	-0.67	0,02

W roku 2017 przychody w Grupie Kapitałowej uległy zmniejszeniu o 16% w stosunku do roku poprzedniego. Głównym czynnikiem spadku były niższe wyniki w w segmencie usług dla e-commerce, oraz brak realizacji wzrostów w segmencie fashion. W związku z niższymi niż prognozowano wynikami Grupy miała również aktualizacja wartości majątku i związane z nimi odpisy aktualizujące w obu segmentach działalności.

# 1 Podsumowanie operacyjne



## Najważniejsze wydarzenia w 2017 r.

### Zmiany w składzie Zarządu

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.

Obecnie w skład Zarządu wchodzi:

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

### 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 Nokaut.pl 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, a także Cardiobunny

## Najważniejsze wydarzenia 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 i przydział obligacji serii B i C

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.

Zarząd HubStyle S.A. poinformował, że w dniu 4 października 2017 r. podjął uchwałę o emisji obligacji serii C. Zgodnie z treścią podjętej uchwały, Zarząd Emitenta zdecydował o emisji do 400 sztuk obligacji zwykłych serii C, o wartości nominalnej 1.000 zł jedna obligacja. Emisja obligacji odbędzie się w drodze skierowania propozycji nabycia Obligacji do nie więcej niż 149 imiennie oznaczonych inwestorów (subskrypcja prywatna).

Celem emisji obligacji jest pozyskanie środków na zasilenie kapitału obrotowego segmentu fashion.

Dnia 11 października 2017 roku Emitent dokonał przydziału 400 obligacji na okaziciela serii C, o wartości nominalnej i cenie emisyjnej 1.000,00 każda, o łącznej wartości nominalnej 400.000,00 zł.

### Emisja Akcji serii G

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. Wartość pozyskanych środków z emisji wyniosła 1,8 mln zł

## Najważniejsze wydarzenia po zakończeniu raportowanego okresu

### Integracja Grupy z systemem ERP i własnym rozwiązaniem e-commerce

W listopadzie 2017 r. w Grupie HubStyle zakończono 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. Obecnie wszystkie marki z Grupy pracują na jednym spójnym systemie e-commerce, który odpowiada za pracę sklepów, a także zintegrowane są z systemem ERP, który wspiera procesy logistyczne, produkcyjne, księgowość oraz sprzedażowe.

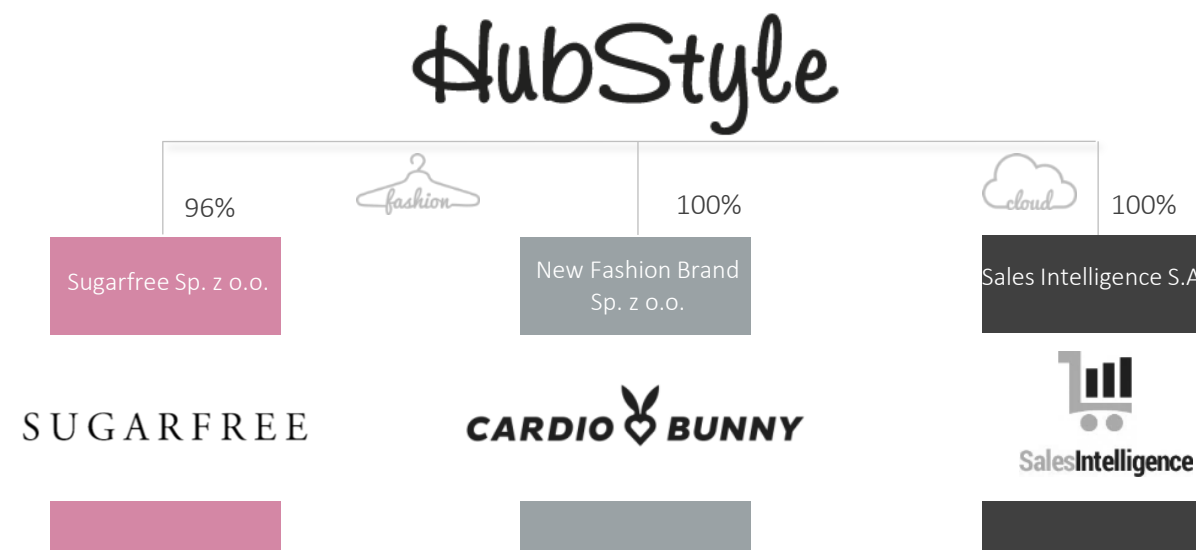


## Struktura organizacji oraz skład Grupy Kapitałowej

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 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 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.

W 2018 roku Zarząd Grupy rozpoczął proces sprzedaży spółki Sales Intelligence S.A., co zostało opisane w punkcie pozostałe informacje na stronie 42.

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. 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.

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 użytkownikom (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 przekaznik informacji na temat swojej działalności.

Dodatkowo Spółka prowadzi, w domenie [www.sklepyfirmowe.pl](http://www.sklepyfirmowe.pl) oraz [www.handlomat.pl](http://www.handlomat.pl), platformę online oferującą infrastrukturę umożliwiającą prowadzenie sklepu internetowego.

W kwietniu 2018 roku Zarząd Grupy zakończył z sukcesem rozpoczęty w styczniu 2018 r. proces sprzedaży spółki Sales Intelligence S.A., co zostało opisane w punkcie pozostałe informacje na stronie 42.

### 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:

SEGMENTY OPERACYJNE					
Wyszczególnienie	Usługi dla e - commerce (SEGMENT I)	Sprzedaż odzieży (SEGMENT II)	Inwestycyjny (SEGMENT III)	Transakcje pomiędzy segmentami	Razem
na dzień 31.12.2017 oraz za okres od 01.01. do 31.12.2017					
Aktywa segmentu:	2,627	4,939	10,772	-6,496	11,842
Zobowiązania segmentu	1,495	5,125	3,156	-3,504	6,272
Przychody segmentu	8,270	11,212	996	-2,210	18,268
Pozostałe przychody operacyjne	95	984	434	-1,170	343
Przychody finansowe	37	22	1,373	-1,264	168
Koszty segmentu	12,496	13,306	21,680	-16,626	30,856
Zysk/strata brutto segmentu	-4,094	-1,088	-18,876	11,981	-12,077
Zysk/strata netto segmentu	-4,339	-1,107	-19,655	12,775	-12,327
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	-214	-827	-1,109	2,651	501
Zysk/strata netto segmentu	-141	-1 142	-310	2 037	444



## 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.

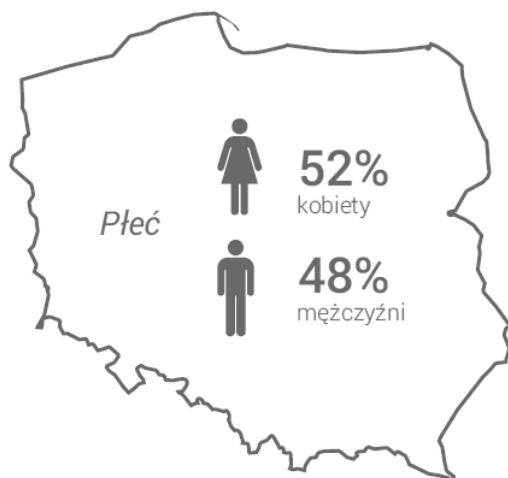
Na rynku **sklepów internetowych z branży modowej** od kilku lat obserwowany jest dynamiczny wzrost. Sprzedaż odzieży przez internet rośnie dzięki spadającym kosztom logistycznym, łatwo zawieranim i bezpiecznym transakcjom, coraz lepszym narzędziom wizualizacji oraz coraz wyższym standardom obsługi klienta.

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

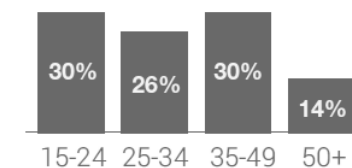


**47%** internautów kupuje w polskich e-sklepach



**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

### Wysztálenie



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. 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 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:

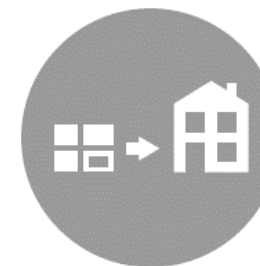
- niższe koszty dostawy
- niższe ceny towarów
- specjalne zniżki dla kupujących przez internet.

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 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.

### 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 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 Budowa nowych kanałów dystrybucji**  
*Rozszerzenie kanałów dystrybucji poszczególnych marek o współpracę z zewnętrznymi partnerami zarówno w zakresie sprzedaży stacjonarnej, jak i nowych kanałów dystrybucji online.*
- 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 przykładła 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

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

Otrzymane pożyczki/kredyty stan na 31.12.2017	Data udzielenia	Kwota (tys. zł)	Oprocentowanie	Pozostało do spłaty
Wiktor Dymecki	30.05.2017	148	6% rocznie	65
Wojciech Czernecki	30.05.2017	100	6% rocznie	88
ING Bank Śląski	01.09.2017	990	Wibor + Marża banku	987

### Udzielone i otrzymane poręczenia i gwarancje

Hubstyle S.A. udzielił poręczenia zobowiązania kredytowego Sugarfree Sp. z o.o. w stosunku do ING Bank Śląski S.A.

### Umowy objęcia obligacji

W 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. Dnia 4 września 2017 roku Emitent dokonał przydziału 477 Obligacji na okaziciela serii B, o wartości nominalnej i cenie emisyjnej 1.000,00 każda, o łącznej wartości nominalnej 477.000,00 zł.

W dniu 04 października 2017 r. Hubstyle S.A. Podjął uchwałę o emisji obligacji serii C o łącznej wartości do 0,4 mln zł. W dniu 11 października dokonano przydziału wszystkich emitowanych obligacji. Obligacje zostały wyemitowane na okres 12 m-c, a oprocentowanie ustalone na stałym poziomie 8%. Odsetki będą wypłacane co trzy miesiące, przy czym ostatni czwarty okres odsetkowy będzie obejmował również wykup wartości nominalnej. Dnia 11 października 2017 roku Emitent dokonał przydziału 400 obligacji na okaziciela serii C, o wartości nominalnej i cenie emisyjnej 1.000,00 każda, o łącznej wartości nominalnej 400.000,00 zł.

### 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 31.12.2017	Data udzielenia	Kwota pożyczki	Oprocentowanie	Pozostało do spłaty	Odpis aktualizujący
	18.09.2015	1,340	Wibor 1Y + 6% rocznie	1,003	1,003
Bradelor Finance Limited	01.10.2015	1,000	Wibor 1Y + 6% rocznie	1,000	1,000
New Fashion Brand Sp. z o.o.	20.12.2016	265	6% rocznie	45	45
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.	26.07.2017	25	6% rocznie	25	0
New Fashion Brand Sp. z o.o.	06.10.2017	13	6% rocznie	13	0
New Fashion Brand Sp. z o.o.	17.10.2017	100	6% rocznie	100	0
New Fashion Brand Sp. z o.o.	26.10.2017	81	6% rocznie	81	0



## Prezentacja wyników Grupy HubStyle za 2017 r.

Wybrane skonsolidowane dane finansowe [tys. zł]	2017	2016
Przychody ze sprzedaży	18,054	21 396
Zysk na działalności operacyjnej	-9,642	367
Wynik brutto	-12,077	501
Wynik netto	-12,327	444
Całkowite dochody/straty ogółem	-12,327	444
Aktywa razem	11,842	21 737
Rzeczowe aktywa trwałe	414	514
Należności krótkoterminowe	986	1 410
Zobowiązania krótkoterminowe	6,272	5 496
Zobowiązania długoterminowe	0	0
Kapitał własny	5,570	16 241
Kapitał podstawowy	1,845	1 845
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	-3,477	-2 158
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-102	- 1386
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	2,559	1 115
Zmiana stanu środków pieniężnych	-1,020	-2 429
Zysk (strata) na jedną akcję zwykłą	-0.67	0,02
Rozwodniony zysk (strata) na jedną akcję zwykłą	-0.67	0,02

# 3

## Sytuacja finansowa Grupy HubStyle

## Rachunek zysków i strat Grupy HubStyle

[tys. zł]	2017	2016	Zmiana
Przychody ze sprzedaży	18,054	21 396	-16%
Pozostałe przychody operacyjne	343	4 527	-92%
Zmiana stanu produktów	214	386	-45%
<b>Razem przychody z działalności operacyjnej</b>	<b>18,611</b>	<b>26 309</b>	<b>-29%</b>
Amortyzacja	1,877	534	251%
Zużycie materiałów i energii	3,042	4 340	-30%
Usługi obce	14,558	15 956	-9%
Podatki i opłaty	61	82	-26%
Wynagrodzenia	3,331	3 342	0,33%
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	583	505	15%
Pozostałe koszty rodzajowe	117	226	-48%
Wartość sprzedanych towarów i materiałów		43	-100%
Pozostałe koszty operacyjne	4,684	914	412%
<b>Koszty działalności operacyjnej</b>	<b>28,253</b>	<b>25 942</b>	<b>9%</b>
<b>Zysk (strata) z działalności operacyjnej</b>	<b>-9,642</b>	<b>367</b>	<b>-2 727%</b>
Przychody finansowe	168	213	-21%
Koszty finansowe	2,603	79	3195%
<b>Zysk (strata) przed opodatkowaniem</b>	<b>-12,077</b>	<b>501</b>	<b>-2 511%</b>
Podatek dochodowy	250	57	339%
<b>Zysk (strata) netto</b>	<b>-12,327</b>	<b>444</b>	<b>-2 876%</b>
Przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej	-12,311	411	-3 095%
Przypadający udziałom niedającym kontroli	-16	33	-148%

Wartość przychodów ze sprzedaży w analizowanym okresie uległa zmniejszeniu o 16%, a zanotowane spadki obciążają przede wszystkim segment usług dla e-commerce. Jednocześnie łączne koszty działalności operacyjnej uległy zmniejszeniu (z wyłączeniem pozostałych kosztów operacyjnych). Ze względu na niższe niż prognozowane wyniki w obu segmentach prowadzonej działalności Grupa dokonała aktualizacji wartości wartości niematerialnych w segmencie e-commerce oraz wartości firmy i wartości znaku towarowego przypisanych jednostce zależnej Sugarfree, co skutkowało zwiększeniem się wartości pozostałych kosztów operacyjnych. W wyniku powyższych czynników Grupa osiągnęła stratę z działalności operacyjnej w kwocie 9 642 tys. zł. Grupa zakłada, że w przyszłych okresach szczególnie wyniki segmentu fashion powinny ulec poprawie, co powinno przełożyć się na lepsze wyniki działalności całej Grupy.

## Sytuacja majątkowa Grupy HubStyle - struktura aktywów

Aktywa [tys. zł]	31.12.2017	31.12.2016
<b>I. Aktywa trwałe</b>	<b>8,660</b>	<b>14 521</b>
1. Wartości niematerialne	3,355	7 874
2. Wartości firmy	4,597	5 510
3. Inwestycje w jednostki zależne		
4. Rzeczowe aktywa trwałe	414	514
5. Należności długoterminowe	261	356
6. Udzielone pożyczki długoterminowe		0
7. Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	33	260
8. Inne aktywa długoterminowe		7
<b>II. Aktywa obrotowe</b>	<b>3,182</b>	<b>7 216</b>
1. Zapasy	1,872	1 753
2. Należności krótkoterminowe	986	1 410
3. Udzielone pożyczki krótkoterminowe		2 717
4. Środki pieniężne	209	1 229
5. Inne aktywa	115	107
<b>Aktywa razem</b>	<b>11,842</b>	<b>21 737</b>

## Poniesione nakłady inwestycyjne

W segmencie fashion nie ponoszono istotnych nakładów na majątek trwały.

Ponadto w segmencie usług dla e-commerce jednostka zależna Sales Intelligence S.A. I poniosła nakłady w wysokości około 0,6 mln zł na rozwój infrastruktury wspierającej monetyzację programu partnerskiego stanowiącego główne źródło przychodów.

Jednocześnie w segmencie e-commerce w związku z zastępowaniem wybranych rozwiązań technologicznych dokonano odpisów aktualizujących wartość majątku niematerialnego, co do którego istnieje prawdopodobieństwo nie uzyskania oczekiwanych korzyści ekonomicznych.

Wartość majątku trwałego i obrotowego uległy zmniejszeniu, a główną przyczyną zmian w wartości poszczególnych grup aktywów były przede wszystkim dokonane odpisy aktualizujące, które w związku z niższymi niż prognozowano wynikami finansowymi poszczególnych segmentów skutkowały podjęciem decyzji o aktualizacji wartości niematerialnych, wartości firmy, a także wartości udzielonych pożyczek krótkoterminowych. Zarząd jednostki dominującej nie wyklucza w przyszłości odwrócenia związanych w analizowanym okresie odpisów.



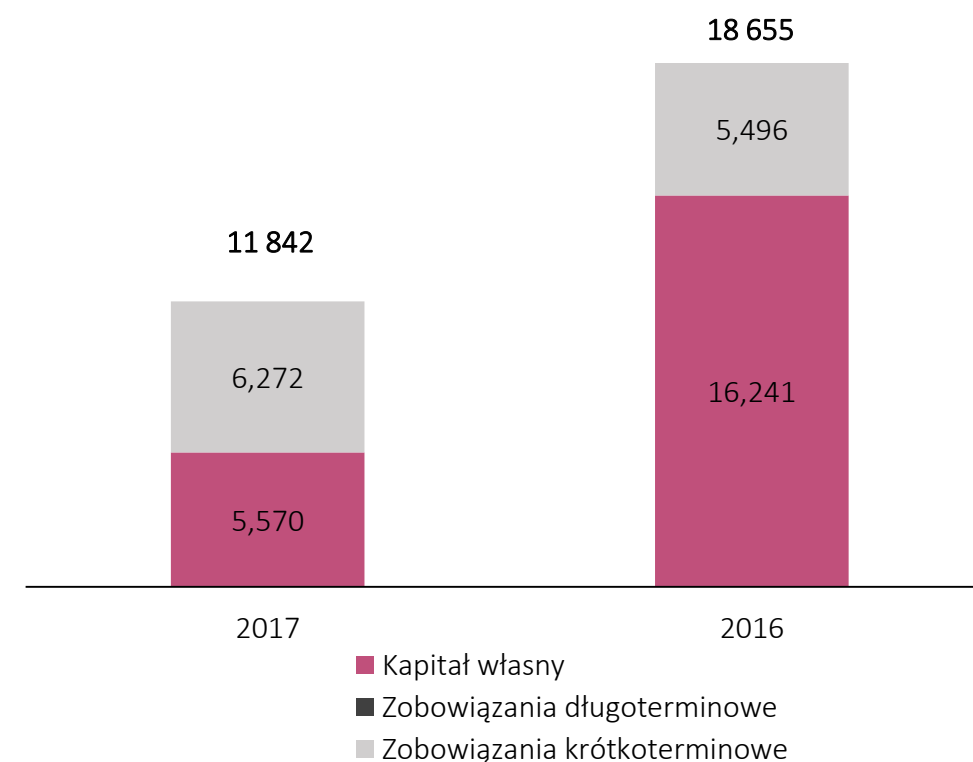
## Sytuacja majątkowa Grupy HubStyle - struktura pasywów

Pasywa [tys. zł]	31.12.2017	31.12.2016
<b>I. Kapitał własny</b>	<b>5,570</b>	<b>16 241</b>
A. Przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej	5,456	16 066
1. Kapitał podstawowy	1,845	1 845
2. Kapitał zapasowy	32,475	32 475
3. Kapitał rezerwowy	1,833	132
4. Suma całkowitych dochodów	-30,697	-18 386
- suma całkowitych dochodów netto	-12,311	411
- suma całkowitych dochodów z lat ubiegłych	-18,386	-18 797
B. Przypadający udziałom niekontrolującym	114	175
<b>II. Zobowiązania długoterminowe</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>III. Zobowiązania krótkoterminowe</b>	<b>6 272</b>	<b>5 496</b>
1. Leasing finansowy		8
2. Zobowiązania z tytułu dostaw i usług	3,133	2 942
3. Zobowiązania finansowe	2,035	1 115
4. Inne zobowiązania	546	954
5. Rezerwy na zobowiązania	154	220
6. Pozostałe zobowiązania krótkoterminowe	404	257
<b>Pasywa razem</b>	<b>11,842</b>	<b>21 737</b>

Struktura pasywów uległa zmianie i głównym źródłem finansowania Spółki na dzień 31 grudnia 2017 roku jest kapitał obcy. Główną przyczyną zmiany jest ujemny wynik finansowy za rok 2017. Zarząd Grupy kapitałowej podjął działania mające na celu wzmocnienie bilansu i zrealizował podwyższenie kapitału akcyjnego emisją serii H. Wartość emisji wyniosła 2,1 mln zł. Subskrypcja akcji serii H rozpoczęła się w dniu 6 marca 2018 roku i zakończyła w dniu 14 marca 2018 roku. Zarząd spółki HubStyle S.A. dokonał w ramach przeprowadzonej subskrypcji akcji serii H przydziału 5.550.542 akcji. Akcje serii H były obejmowane po cenie emisyjnej równej 0,38 zł i zostały pokryte wkładem pieniężnym.

W 2017 roku Zarząd spółki HubStyle S.A. dokonał w ramach przeprowadzonej subskrypcji przydziału 2.000.000 akcji serii G. Akcje serii G były obejmowane po cenie emisyjnej równej 0,90 zł i zostały pokryte wkładem pieniężnym. Wartość przeprowadzonej emisji wynosiła 1.800.000,00 zł. Podwyższenie kapitału zostało zarejestrowane w Krajowym Rejestrze Sądowym dnia 07.03.2018 r.

Ponadto Zarząd poinformował, że dokonał transakcji zbycia jednostki zależnej Sales Intelligence S.A. Zbycie jednostki zależnej w ocenie Zarządu winno pozytywnie przełożyć się na strukturę bilansu.



## Sytuacja pieniężna Grupy HubStyle

	2017	2016
<b>A. Przepływy środków pieniężnych z działalności operacyjnej</b>		
I. Zysk (strata) przed opodatkowaniem	-12,077	502
II. Korekty razem	8,600	-2 660
1. Amortyzacja	1877	534
2. Odsetki i udziały w zyskach (dywidendy)	-28	-168
3. Zmiana stanu rezerw	-65	133
4. Zmiana stanu zapasów	-127	-482
5. Zmiana stanu należności	519	-246
6. Zmiana stanu zobowiązań krótkoterm. z wyjątkiem pożyczek i kredytów	-11	1 384
7. Zmiana stanu innych aktywów i zobowiązań	153	-204
8. Zapłacony podatek dochodowy	-261	-101
9. Inne korekty		
10. Zysk (strata) z działalności inwestycyjnej	6,543	-3 510
<b>III. Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej (I+/-II)</b>	<b>-3,477</b>	<b>-2 158</b>
<b>B. Przepływy środków pieniężnych z działalności inwestycyjnej</b>		
I. Wpływy	525	8
1. Z aktywów finansowych, w tym:	476	
- spłata udzielonych pożyczek długoterminowych	397	
- odsetki	79	
2. Zbycie wartości niematerialnych oraz rzeczowych aktywów trwałych	49	8
3. Inne wpływy inwestycyjne		
II. Wydatki	627	1,394
1. Nabycie wartości niematerialnych oraz rzeczowych aktywów trwałych	627	1,394
2. Nabycie udziałów w jednostce zależnej		
3. Udzielone pożyczki		
<b>III. Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej (I-II)</b>	<b>-102</b>	<b>-1,386</b>
<b>C. Przepływy środków pieniężnych z działalności finansowej</b>		
I. Wpływy	3,492	1,197
1. Wpływy netto z wydania udziałów i innych instrumentów kapitałowych oraz dopłat do kapitału	1,030	
2. Kredyty i pożyczki	1,785	97
3. Emisja dłużnych papierów wartościowych	677	1,100
II. Wydatki	933	82
1. Płatności zobowiązań z tytułu umów leasingu finansowego		82
2. Odsetki	113	
3. Dywidendy i inne wypłaty na rzecz właścicieli	45	
4. Kredyty i pożyczki	544	
5. Wykup dłużnych papierów wartościowych	231	
<b>III. Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej (I-II)</b>	<b>2,559</b>	<b>1,115</b>
<b>D. Przepływy pieniężne netto, razem (A.III+/-B.III+/-C.III)</b>	<b>-1,020</b>	<b>-2,429</b>
<b>E. Bilansowa zmiana stanu środków pieniężnych, w tym:</b>	<b>-1,020</b>	<b>-2,429</b>
<b>F. Środki pieniężne na początek okresu</b>	<b>1,229</b>	<b>3,658</b>
<b>G. Środki pieniężne na koniec okresu (F+/-D), w tym:</b>	<b>209</b>	<b>1,229</b>

Środki pieniężne w Grupie Kapitałowej uległy zmniejszeniu w ciągu roku 2017 z kwoty 1,2 mln zł do kwoty 0,2 mln zł tj. o kwotę 1 mln zł. Spadek środków pieniężnych wynika z niższych niż prognozowano wyników obu segmentach Grupy Kapitałowej.

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. Po dniu bilansowym Hubstyle S.A. dokonała emisji akcji serii H, która przełożyła się na wpływ środków finansowych w kwocie 2,1 mln zł.

W dniu 13 kwietnia 2018 Hubstyle S.A. poinformował o podpisaniu Term Sheet (proponowane warunki inwestycji) w zakresie możliwości zbycia 100% akcji jednostki zależnej Sales Intelligence S.A. W dniu 27 kwietnia 2018 roku strony porozumienia zawarły transakcje zbycia na rzecz SARE S.A. 100% akcji Sales Intelligence S.A. za cenę 1 800 tys. zł z możliwością powiększenia o earn-out, przy spełnieniu dodatkowych warunków.

Zamknięcie wskazanej transakcji pozytywnie przełoży się na sytuację finansowo – majątkową Grupy i będzie jednym z elementów realizacji strategii koncentracji na działalności fashion.

## Analiza wskaźnikowa Grupy Kapitałowej HubStyle

Wskaźniki zadłużenia	2017	2016
Wskaźnik ogólnego zadłużenia	52,96%	25,28%
Wskaźnik zadłużenia długoterminowego	0,0%	0,0%
Wskaźnik zadłużenia krótkoterminowego	52,96%	25,28%

Wskaźniki płynności	2017	2015
Wskaźnik bieżącej płynności	0,51	1,31
Wskaźnik wysokiej płynności	0,19	0,97
Wskaźnik podwyższonej płynności	0,03	0,22

### Analiza wskaźnikowa

Na przestrzeni roku obrotowego analizowane wskaźniki płynności uległy zmniejszeniu. Ze względu na niższe niż zakładano wyniki obu segmentów i konieczność dokonania odpisów aktualizujących struktura bilansu uległa osłabieniu. Zarząd jednostki dominującej podjął działania mające na celu wzmocnienie bilansu i po dniu bilansowym zrealizował emisję akcji serii H, która zasiliła kapitał Spółki o 2,1 mln zł oraz zakończył proces sprzedaży jednostki zależnej Sales Intelligence S.A., co również winno przełożyć się na wzmocnienie struktury bilansu.

### 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 2017 r.

Wybrane jednostkowe dane finansowe [tys. zł]	2017	2016
Przychody ze sprzedaży	1,307	512
Strata na działalności operacyjnej	-2,003	-3 266
Strata brutto	-18,976	-1 109
Strata netto	-19,755	-310
Całkowite dochody/straty ogółem	-19,755	-310
Aktywa razem	10,665	29 250
Rzeczowe aktywa trwałe	17	22
Należności krótkoterminowe	410	498
Zobowiązania krótkoterminowe	3,149	3 680
Zobowiązania długoterminowe	0	0
Kapitał własny	7,516	25 570
Kapitał podstawowy	1,845	1 845
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	-1,277	-1 971
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-406	-1 743
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	1,625	1 100
Zmiana stanu środków pieniężnych	-58	-2 614
Zysk (strata) na jedną akcję zwykłą	-1.07	-0,16
Rozwodniony zysk (strata) na jedną akcję zwykłą	-1.07	-0,16

## 4

Sytuacja finansowa  
HubStyle S.A.

## Rachunek zysków i strat HubStyle S.A.

[tys. zł]	2017	2016	Zmiana
Przychody ze sprzedaży	1,307	512	155%
Pozostałe przychody operacyjne	124	42	195%
<b>Razem przychody z działalności operacyjnej</b>	<b>1,431</b>	<b>554</b>	<b>158%</b>
Amortyzacja	233	189	23%
Zużycie materiałów i energii	70	71	-1%
Usługi obce	1,658	1 605	3%
Podatki i opłaty	6	13	-54%
Wynagrodzenia	1,002	754	33%
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	114	37	208%
Pozostałe koszty rodzajowe	44	146	-70%
Pozostałe koszty operacyjne	307	1 005	-69%
<b>Koszty działalności operacyjnej</b>	<b>3,434</b>	<b>3 820</b>	<b>-10%</b>
<b>Zysk (strata) z działalności operacyjnej</b>	<b>-2,003</b>	<b>-3 266</b>	<b>-39%</b>
Przychody finansowe	1,373	5 651	-76%
Koszty finansowe	18,346	3 494	422%
<b>Zysk (strata) przed opodatkowaniem</b>	<b>-18,976</b>	<b>-1 109</b>	<b>1 602%</b>
Podatek dochodowy	779	-799	-197%
<b>Zysk (strata) netto z działalności kontynuowanej</b>	<b>-19,755</b>	<b>-310</b>	<b>6 240%</b>
<b>Zysk (strata) netto</b>	<b>-19 755</b>	<b>-310</b>	<b>6 240%</b>

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 oraz udziałów w jednostkach zależnych.

Niższe niż prognozowano wyniki segmentu e-commerce, a także segmentu fashion przełożyły się na konieczność dokonania odpisu aktualizującego wartość inwestycji w jednostki zależne. łączna wartość opisów, które obciążą pozostałe koszty operacyjne wyniosła 282 tys. zł, natomiast wartość kosztów finansowych obejmujących aktualizację wartości inwestycji wyniosła 15 771 tys. zł.

Na kwotę 15 771 tys. zł składają się odpisy dokonane w związku z aktualizacją wartości:

- Sugarfree Sp. z o.o. – 11 838 tys. zł
- Sales Intelligence S.A. – 3 633 tys. zł
- New Fashion Brand Sp. z o.o. – 300 tys. zł

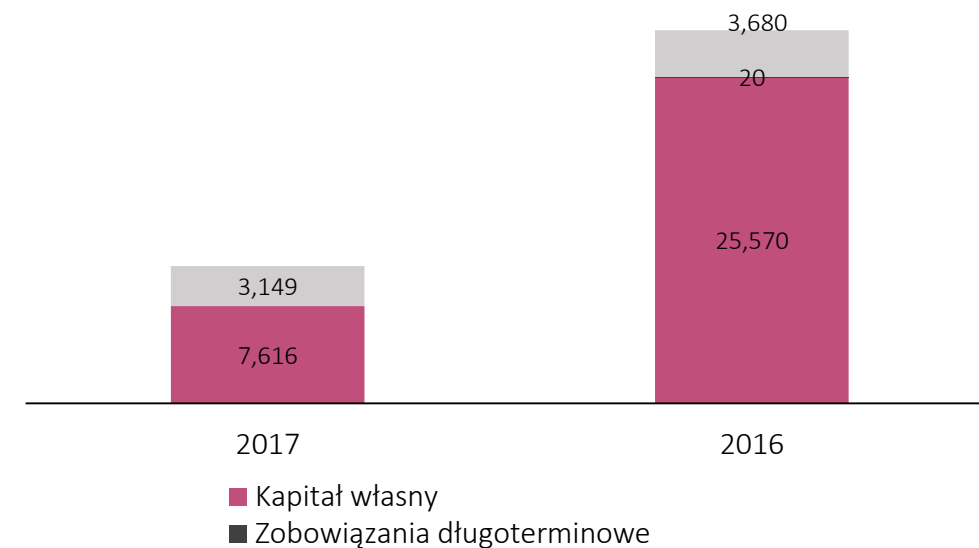
W związku z brakiem spłaty pożyczki w terminie określonym w umowie, co wiąże się z ryzykiem nie odzyskania środków Spółka na dzień bilansowy dokonała również odpisu aktualizującego wartość udzielonej pożyczki spółce Bradelor Finance Limited w kwocie 2 385 tys. zł.

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]	31.12.2017	31.12.2016
<b>Aktywa trwałe</b>	<b>9,894</b>	<b>25 867</b>
Wartości niematerialne	2,515	2 164
Inwestycje w jednostki zależne	7,221	22 692
Rzeczowe aktywa trwałe	17	22
Udzielone pożyczki długoterminowe		
Należności długoterminowe	141	210
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	0	779
<b>Aktywa obrotowe</b>	<b>771</b>	<b>3 383</b>
Należności krótkoterminowe	410	498
Udzielone pożyczki krótkoterminowe	256	2 729
Środki pieniężne	2	60
Inne aktywa obrotowe	103	96
<b>Aktywa razem</b>	<b>10,665</b>	<b>29 250</b>
<b>Pasywa [tys. zł]</b>	<b>31.12.2017</b>	<b>31.12.2016</b>
<b>Kapitał własny</b>	<b>7,516</b>	<b>25 570</b>
Kapitał podstawowy	1,845	1 845
Kapitał zapasowy	36,757	36 757
Kapitał rezerwowy	6,096	4 395
Całkowite dochody zatrzymane	-37,082	-17 427
- suma całkowitych dochodów za okres bieżący	-19,755	-310
- suma całkowitych dochodów za lata ubiegłe	-17,427	-17 117
<b>Zobowiązania długoterminowe</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	0	0
<b>Zobowiązania krótkoterminowe</b>	<b>3,149</b>	<b>3 680</b>
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług	371	202
Inne zobowiązania	1,255	2 341
Zobowiązania finansowe	1,478	1 115
Rezerwy na zobowiązania	45	22
<b>Pasywa razem</b>	<b>10,665</b>	<b>29 250</b>

W roku 2017 w aktywach nastąpiło istotne zmniejszenie wartości inwestycji w jednostki zależne, co związane jest bezpośrednio z dokonaniem odpisów aktualizujących wartość inwestycji w jednostki zależne Sugarfree Sp. z o.o. i Sales Intelligence S.A. Ponadto w roku 2017 Spółka dokonała emisji obligacji w wartości 877 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]	2017	2016
<b>Przepływy środków pieniężnych z działalności operacyjnej</b>		
I. Zysk (strata) przed opodatkowaniem	-18,976	-1 109
II. Korekty razem	17,699	-862
III. Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej (I+/-II)	-1,277	-1 971
<b>Przepływy środków pieniężnych z działalności inwestycyjnej</b>		
I. Wpływy	2,043	1 579
II. Wydatki	2,449	3 322
III. Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej (I-II)	-406	-1 743
<b>Przepływy środków pieniężnych z działalności finansowej</b>		
I. Wpływy	2,528	1 100
II. Wydatki	903	0
III. Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej (I-II)	1,625	1 100
<b>Przepływy pieniężne netto, razem</b>	<b>-58</b>	<b>-2 614</b>
<b>Bilansowa zmiana stanu środków pieniężnych</b>	<b>-58</b>	<b>-2 614</b>
- zmiana stanu środków pieniężnych z tytułu różnic kursowych		
<b>Środki pieniężne na początek okresu</b>	<b>60</b>	<b>2 674</b>
<b>Środki pieniężne na koniec okresu (F+/-D)</b>	<b>2</b>	<b>60</b>

W roku 2017 Spółka poczyniła istotne inwestycje związane z nakładami na rozwój projektów w ramach segmentu odzieżowego, co było bezpośrednim czynnikiem rozdysponowania gotówki pozyskanej z działalności finansowej.

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.

Po dniu bilansowym Hubstyle S.A. dokonała emisji akcji serii H, która przełożyła się na wpływ środków finansowych w kwocie 2,1 mln zł.

W 2018 roku Zarząd Hubstyle S.A. rozpoczął negocjacje dotyczące sprzedaży aktywa Sales Intelligence S.A., a w dniu 13 kwietnia 2018 roku (zgodnie z raportem bieżącym nr 18/2018) Zarząd Hubstyle S.A. podpisał dokument ustalający wstępne warunki transakcji („Term Sheet”) z SARE S.A z siedzibą w Rybniku. W dniu 27 kwietnia 2018 roku strony porozumienia zawarły transakcje zbycia na rzecz SARE S.A. 100% akcji Sales Intelligence S.A. za cenę 1 800 tys. zł z możliwością powiększenia o earn-out, przy spełnieniu dodatkowych warunków.

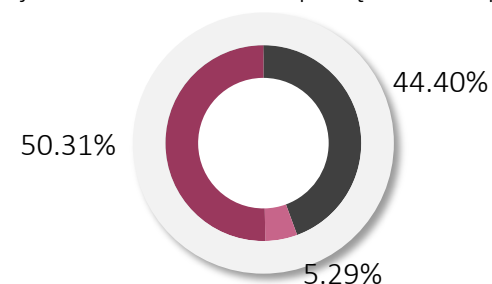
Zamknięcie wskazanej transakcji pozytywnie przełoży się na sytuację finansowo – majątkową Grupy i będzie jednym z elementów realizacji strategii koncentracji na działalności fashion.

## Struktura kapitału zakładowego

Na dzień sporządzenia raportu kapitał zakładowy Emitenta wynosi 2 044 945.80 złotych i dzieli się na 20 449 458 akcji na okaziciela serii A, B, C, D, E i G. 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
- Pozostali

Akcjonariusz	Liczba głosów na WZ/ Liczba akcji	Udział w głosach na WZ
Wojciech Czernecki (samodzielnie i poprzez FCFF Ventures Sp. z o.o.)	9 078 276	44,40%
Maciej Filipkowski	1 081 000	5,29%
Pozostali	10 290 182	50,31%

Na dzień bilansowy wydanych zostało 20,449,458.00 akcji o wartość nominalnej 2,044,945.80 zł, z czego zarejestrowany kapitał na dzień bilansowy to 18,449,458.00 akcji o wartości nominalnej 1,844,945.80 zł. Niezarejestrowana wartość kapitału o wartości nominalnej 200,000.00 zł tj. 2,000,000.00 sztuk akcji serii G została zaprezentowana jako pozostałe kapitały rezerwowe.

Struktura akcjonariatu na dzień bilansowy wygląda następująco:

Akcjonariusz	Liczba głosów na WZ/ Liczba akcji	Udział w głosach na WZ
Wojciech Czernecki (samodzielnie i poprzez FCFF Ventures Sp. z o.o.)	9,078,276	49.20%
Maciej Filipkowski	1,081,000	5.86%
Rafał Brzoska	957,733	5.19%
Pozostali	7,332,449	39.75%

Po dniu sprawozdawczym do dnia sporządzenia raportu rocznego wystąpiły zmiany w strukturze akcjonariatu, które zostały opisane w rozdziale Pozostałe informacje dotyczące akcji i 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 [PLN] w 2017 roku



### Kluczowe dane dotyczące akcji HubStyle S.A.

Wyszczególnienie	2017	2016
Kapitalizacja spółki na koniec roku (tys. zł)	7 933	53 503
Wartość obrotów (tys. zł)	5 830	21 707
Kurs maksymalny w roku (zł)	2,99	3,80
Kurs minimalny w roku (zł)	0,43	1,28

### Kalendarium raportowania GK HubStyle i HubStyle S.A.

- 25 kwietnia 2018 r.: Skonsolidowany raport roczny za 2017 r.
- 29 maja 2018 r.: Skonsolidowany raport kwartalny za I kwartał 2018 r.
- 28 września 2018 r.: Skonsolidowany raport półroczny za I półrocze 2018 r.
- 27 listopada 2018 r.: Skonsolidowany raport kwartalny za III kwartał 2018 r.

## Pozostałe informacje dotyczące akcji i akcjonariatu

### Zmiany w strukturze akcjonariatu

W trakcie 2017 roku miały miejsce następujące zmiany w Akcjonariacie:

Zarząd HubStyle S.A poinformował dnia 5 października 2017r. w raporcie bieżącym nr 38/2017 o nabyciu przez Wojciecha Czerneckiego – Prezesa Zarządu Emitenta 30 000 akcji zwykłych w drodze transakcji przeprowadzonych na w obrocie giełdowym.

Zarząd HubStyle S.A poinformował w raporcie bieżącym nr 42/2017 oraz 43/2017 o otrzymaniu w dniu 11 października 2017 r. zawiadomienia od spółki FCFV Ventures sp. z o.o. o zmniejszeniu udziału w ogólnej liczbie głosów w HubStyle S.A wskutek zawarcia umowy pożyczki papierów wartościowych z podmiotem niepowiązanym.

Umowa pożyczki została zawarta dnia 6 października 2017 roku. Na mocy umowy FCFV udzieliła pożyczki 555.000 zdematerializowanych akcji zwykłych.

Zarząd HubStyle S.A poinformował dnia 29 listopada 2017r. w raporcie bieżącym nr 48/2017 o sprzedaży przez Wojciecha Czerneckiego – Prezesa Zarządu Emitenta 140 000 akcji zwykłych.

19 października Zarząd spółki HubStyle S.A. przekazał do publicznej wiadomości informacje na temat zakończonej subskrypcji akcji zwykłych na okaziciela serii G.

Subskrypcja akcji serii G rozpoczęła się w dniu 29 września 2017 roku i zakończyła w dniu 18 października 2017 roku. Zarząd spółki HubStyle S.A. dokonał w ramach przeprowadzonej subskrypcji przydziału 2.000.000 akcji. Emisja została przeprowadzona w trybie subskrypcji prywatnej zgodnie z przepisami Kodeksu spółek handlowych. Akcje serii G były obejmowane po cenie emisyjnej równej 0,90 zł i zostały pokryte wkładem pieniężnym. Wartość przeprowadzonej emisji wynosiła 1.800.000,00 zł.

Podwyższenie kapitału zostało zarejestrowane w Krajowym Rejestrze Sądowym dnia 07.03.2018 r.

### Akcje własne

Spółka nie posiada akcji własnych.

### Emisja akcji

Spółka w okresie objętym raportem dokonała emisji akcji serii G, która rozpoczęła się w dniu 29 września 2017 roku i zakończyła w dniu 18 października 2017 roku. Zarząd spółki HubStyle S.A. dokonał w ramach przeprowadzonej subskrypcji przydziału 2.000.000 akcji. Akcje serii G były obejmowane po cenie emisyjnej równej 0,90 zł i zostały pokryte wkładem pieniężnym. Wartość przeprowadzonej emisji wynosiła 1.800.000,00 zł.

### 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	9 078 276	- 665 000
Maciej Filipkowski	Członek Rady Nadzorczej	1 081 000	brak
Kamil Gaworecki	Członek Rady Nadzorczej	87 541	- 167 521



## 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:

#### Wojciech Czernecki, Prezes Zarządu

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

#### 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
Wojciech Czernecki	Prezes Zarządu
Wojciech Patyna	Wiceprezes Zarządu
Wiktor Dymecki	Członek Zarządu

### W 2017 r. miały miejsce następujące zmiany w Zarządzie:

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.

### Wielkość wynagrodzeń

Wynagrodzenie osób wchodzących w skład Zarządu HubStyle S.A. pobierane w okresie od 1 stycznia 2017 r. do 31 grudnia 2017 r.:

Imię i nazwisko	Funkcja	Wynagrodzenie
Wojciech Czernecki	Prezes Zarządu	20
Monika Englicht	Prezes Zarządu	114
Wojciech Patyna	Wiceprezes Zarządu	173
Wiktor Dymecki	Członek Zarządu	173
Razem	-	480

## Władze HubStyle

### 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
Maciej Filipkowski	Członek Rady Nadzorczej
Kamil Gaworecki	Członek Rady Nadzorczej

#### 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

#### Małgorzata Woźniak, Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej

Pani Małgorzata Woźniak posiada wykształcenie wyższe. W 2004 roku ukończyła Politechnikę w Białymstoku (Instytut Marketingu i Zarządzania). Rozpoczęła karierę zawodową w 1997 roku jako Asystent Prezesa Zarządu Hyundai Corporation Poland Sp. z o.o. W kolejnych latach (2000 – 2003) obejmowała stanowiska Asystenta Zarządu i Asystenta Prezesa 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. – Grupa PROKOM. W kolejnych latach Pani Małgorzata Woźniak obejmowała również stanowiska Asystenta Prezesa Rady Nadzorczej (w spółce PZ HTL S.A.), Prezesa Zarządu (w spółce CTL Logistics Sp. z o.o.), Asystenta Generalnego Dyrektora (w spółce 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 latach 2012 – 2017 Pani Małgorzata Woźniak pełniła funkcje w PKP Polskie Linie Kolejowe S.A., kolejno na stanowiskach Dyrektora Biura Zarządu i Dyrektora Biura Administracyjnego.

#### Łukasz Dobrowolski, Członek Rady Nadzorczej

Uw 1999 roku Szkołę Główną Handlową w Warszawie, a w 2002 roku studia MBA na INSEAD we Francji. Pan Łukasz Dobrowolski 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. Pan Łukasz Dobrowolski 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.

#### 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 2017 r. miała miejsce następująca zmiana w Składzie Rady Nadzorczej:

Dnia 21 czerwca w związku ze złożeniem rezygnacji z funkcji członka Rady Nadzorczej Spółki przez Pana Rafała Brzoskę i Pana Wojciecha Czerneckiego Zwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki podjęło uchwałę w przedmiocie powołania do składu Rady Nadzorczej dwóch członków tj. Pani Małgorzaty Woźniak oraz Pana Łukasza Dobrowolskiego.

### 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, XII 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 21 czerwca 2017 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 2017 oraz wykonywania czynności biegłego rewidenta. Emitent przekazał raportem bieżącym nr 22/2017 w dniu 21 czerwca 2017 r. Umowa z podmiotem uprawnionym do badania sprawozdań finansowych zawarta została 3 lipca 2017 r.

### Wynagrodzenie podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych

Wynagrodzenie podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych [tys. zł]	2017	2016
1. Obowiązkowe badanie rocznych sprawozdań finansowych	38	42
- w tym wypłacone w 2017 r.		
2. Przeglądy śródrocznych sprawozdań finansowych	22	18
- w tym wypłacone w 2017 r.	22	18
<b>Razem</b>	<b>60</b>	<b>60</b>

# 7 Pozostałe informacje



## Pozostałe informacje

### Informacja o zatrudnieniu

Na koniec 2017 r. zatrudnienie w Grupie HubStyle wyniosło 45 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	2017 r.	2016 r.
Przeciętne zatrudnienie	45	42
w tym pracownicy umysłowi	39	38
Razem	45	42

Zatrudnienie w HubStyle S.A.	2017 r.	2016 r.
Przeciętne zatrudnienie	6	5
w tym pracownicy umysłowi	4	4
Razem	6	5

### Nagrody, wyróżnienia, osiągnięcia

W 2017 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 2017 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 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 i wprowadzania nowych.

## Pozostałe informacje

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

W związku z niższymi niż zakładano wynikami osiągniętymi w poszczególnych segmentach działalności Zarząd jednostki dominującej podjął decyzję o dokonaniu następujących odpisów aktualizujących:

#### W skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym:

- odpis dotyczący wartości firmy przypisanej do Sugarfree Sp. z o.o. o wartości 913 tys. zł

Wartości niematerialne:

- odpis dotyczący wartości niematerialnych segmentu e – commerce o wartości 2.676 tys. zł
- odpis dotyczący wartości niematerialnych segmentu fashion o wartości 622 tys. zł

#### Aktywa finansowe

- odpis dotyczący udzielonych pożyczek w kwocie 2.385 tys. zł

#### W jednostkowym sprawozdaniu finansowym

Inwestycje w jednostki zależne

- odpis dotyczący wartości udziałów w Sugarfree Sp. z o.o. o wartości 11 838 tys. zł
- odpis dotyczący wartości udziałów w Sales Intelligence S.A. o wartości 3.633 tys. zł
- odpis dotyczący wartości udziałów New Fashion Brand Sp. z o.o. o wartości 300 tys. zł
- odpis aktualizujący wartość udzielonej pożyczki spółce Bradelor Finance Limited w kwocie 2 385 tys. zł.

#### Wartości niematerialne

- odpis dotyczący wartości niematerialnych segmentu fashion 282 tys. zł

Decyzja odnośnie utworzenia ww. odpisów została podjęta z uwagi na niższe niż szacowane wyniki finansowe w segmentach fashion i e-commerce. Dokonane odpisy stanowią operacje o charakterze księgowym i nie mają wpływu na bieżącą działalność operacyjną Spółki oraz jej Grupy Kapitałowej.

### 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 został wprowadzony 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. Za rok 2016 nie dokonano przyznania żadnych opcji.

### 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 wierzytelności Grupy Kapitałowej, których wartość stanowi co najmniej 10% kapitałów własnych Emitenta.

### Zakończenie subskrypcji akcji serii H

Subskrypcja akcji serii H rozpoczęła się w dniu 6 marca 2018 roku i zakończyła w dniu 14 marca 2018 roku. Zarząd spółki HubStyle S.A. dokonał w ramach przeprowadzonej subskrypcji akcji serii H przydziału 5.550.542 akcji. Emisja została przeprowadzona w trybie subskrypcji prywatnej zgodnie z przepisami Kodeksu spółek handlowych. Akcje serii H były obejmowane po cenie emisyjnej równej 0,38 zł i zostały pokryte wkładem pieniężnym. Wartość przeprowadzonej emisji wynosiła 2.109.205,96 zł.

### Sprzedż akcji Sales Intelligence S.A.

Zarząd Spółki HubStyle S.A w dniu. 13 kwietnia 2018 r. podpisał dokument ustalający wstępne warunki transakcji („Term Sheet”) z SARE S.A z siedzibą w Rybniku.

Term Sheet określa wstępnie uzgodnione warunki inwestycji nabycia 100% kapitału obejmującego 10.369.600 akcji o wartości nominalnej 0,50 zł za każdą akcją w Sales Intelligence S.A. z siedzibą w Gdyni („Sales Intelligence”).

W dniu 27 kwietnia 2018 roku zgodnie z raportem bieżącym nr 19/2018 dokonano transakcji sprzedaży 100 procent akcji spółki Sales Intelligence S.A. na rzecz SARE S.A. za cenę 1 800 tys. zł powiększoną o earn-out, przy spełnieniu dodatkowych warunków.

Transakcja sprzedaży jest elementem strategii koncentracji na budowie skali działalności w branży fashion.

Warszawa, 27 kwietnia 2018 r.

Warszawa, 27 kwietnia 2018 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.

Wojciech Czernecki, 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.

Wojciech Czernecki, 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 2017 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