

HubStyle



SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI
GRUPY KAPITAŁOWEJ HUBSTYLE ZA I PÓŁROCZE 2018 R.

Warszawa, 28 września 2018 r.

Podsumowanie operacyjne	3
Opis organizacji i działalności Grupy Kapitałowej HubStyle	6
Segmenty działalności	9
Opis sytuacji na rynku e-commerce	11
Perspektywy rozwoju	13
Strategia rozwoju	15
Informacje o zawartych umowach	16
Ryzyka działalności	17
Sytuacja finansowa Grupy	20
Informacje o akcjach i akcjonariacie	25
Ład korporacyjny	26
Władze HubStyle	27
Pozostałe informacje	32
Oświadczenie Zarządu	35
Słowniczek pojęć	36

HubStyle

Wybrane dane finansowe

Wybrane dane finansowe (tys. zł)	01.01.2018- 30.06.2018	01.01.2017- 30.06.2017
Przychody ze sprzedaży	4 182	5 372
Strata na działalności operacyjnej	-5 740	-1 764
Strata brutto	-5 802	-1 776
Strata netto	-5 807	-1 787
Całkowite dochody/straty ogółem	-5 807	-1 787
Aktywa razem	6 710	19 084
Rzeczowe aktywa trwałe	377	452
Należności krótkoterminowe	361	908
Zobowiązania krótkoterminowe	4 169	5 224
Kapitał własny	2 541	13 860
Kapitał podstawowy	2 045	1 845
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	-2 891	-1 806
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	992	226
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	1 701	728
Zmiana stanu środków pieniężnych	-198	-852
Zysk (strata) na jedną akcję zwykłą z działalności kontynuowanej i zaniechanej	-0,25	-0,13
Rozwodniony zysk (strata) na jedną akcję zwykłą	-0,25	-0,13
Zysk na zbyciu działalności zaniechanej	680	0
Zysk (strata) netto z działalności zaniechanej	-11	-548

Najważniejsze wydarzenia I półrocza 2018 r.

Komentarz Zarządu

W I półroczu 2018 r. Zarząd realizował strategię koncentrując się na markach Sugarfree i Cardio Bunny, oraz rozwoju skalowalnej infrastruktury e-commerce.

W dniu 27 kwietnia 2018 roku przeprowadzono transakcję sprzedaży jednostki zależnej Sales Intelligence S.A. na rzecz SARE S.A. za cenę 1,8 mln zł. Sprzedaż jednostki zależnej było jednym z etapów strategii koncentracji na segmencie fashion i wygaszenia działalności w segmencie usług dla e-commerce.

W pierwszej połowie br. zrealizowano przychody ze sprzedaży w wysokości 4,2 mln zł, co oznacza 22% spadek w porównaniu do analogicznego okresu roku poprzedniego. Dane przychodowe dotyczą sprzedaży odzieży pod marką Sugarfree i Cardiobunny, gdyż w związku ze sprzedażą segmentu usług dla e-commerce jest on w całości klasyfikowany jako działalność zaniechana. Główną przyczyną spadku przychodów był nie wystarczający poziom kapitału obrotowego i konieczność zmian technologicznych w kanale dystrybucji e-commerce dla marki Sugarfree nie udało się wypracować wzrostów skali obrotów, które są kluczowe dla trwałego pokrycia kosztów stałych i budowy rentowności.

Na dzień 30.06.2018 zaistniały okoliczności wskazujące na przejściowe problemy z utrzymaniem płynności, wobec czego Zarząd jednostki dominującej podjął kroki mające na celu poprawić sytuację płynnościową w Grupie.

Działania podjęte przez Zarząd w 2017 roku, mające na celu wzmocnienie kapitału obrotowego, obejmujące pozyskanie finansowania dłużnego a także zwiększenie kapitałów własnych poprzez emisję akcji nie były wystarczające dla trwałej zmiany sytuacji finansowo-majątkowej Grupy. Dla zapewnienia dalszej kontynuacji działalności oraz sfinansowania nakładów koniecznych do zwiększenia skali sprzedaży wyrobów dystrybuowanych pod markami Sugarfree i Cardiobunny w dniu 28 sierpnia 2018 roku podjęto uchwałę o emisji akcji serii I. Zarząd szacuje, że pozyska w drodze emisji kwotę 3 mln zł. Pozyskana kwota pozwoli Grupie spłacić zapadające zobowiązania finansowe oraz wzmocni bilans Grupy. Zarząd ocenia objęcie emisji jako wysoce prawdopodobne, z uwagi na toczące się negocjacje z potencjalnym inwestorem.

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

Zarząd planuje rozszerzenie kanałów dystrybucji dla prowadzonych marek, a także rozszerzenie głębokości i szerokości oferty produktowej. Pierwszymi efektami jest pojawienie się produktów marki Cardiobunny na zagranicznych serwisach (Amazon, Otto). Zarząd koncentruje się na możliwie najszerszym dotarciu do nowych klientów dla obu marek.

Zarząd ocenia, że Grupa w kolejnych okresach będzie zdolna do generowania dodatnich przepływów pieniężnych z działalności operacyjnej na poziomie wystarczającym na regulowanie zobowiązań Grupy w tym zobowiązań o charakterze finansowym. Zarząd wskazuje jednocześnie, że w dniu 31 sierpnia 2018 roku jednostka zależna Sugarfree Sp. z o.o. dokonała spłaty zadłużenia wynikającego z udzielonego kredytu w rachunku bieżącym w kwocie 390,0 tys. zł, natomiast jednostka dominująca w dniu 03 września 2018 roku dokonała terminowego wykupu obligacji serii B na kwotę 477,0 tys. zł.

Najważniejsze wydarzenia I półrocza 2018 r.

Zmiany w składzie Zarządu

W okresie objętym niniejszym sprawozdaniem nie wystąpiły zmiany w składzie Zarządu.

Sprzedaż Sales Intelligence S.A.

W dniu 27 kwietnia 2018 roku zgodnie z raportem bieżącym nr 19/2018 dokonano transakcji sprzedaży jednostki zależnej tj.: 100 procent akcji spółki Sales Intelligence S.A. na rzecz SARE S.A.

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. W związku z faktem sprzedaży 100 procent akcji jednostka zgodnie z MSSF 5 par 12 zaprezentowała przychody i koszty spółki Sales Intelligence S.A. jako wynik z działalności zaniechanej.

Zarejestrowanie podwyższenia kapitału z tytułu emisji akcji serii H

W dniu 14.09.2018 Zarząd Hubstyle S.A. poinformował iż otrzymał informację o dokonaniu w dniu 12.09.2018 przez Sąd Rejonowy dla Warszawy-Śródmieścia w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy KRS rejestracji zmian w Statucie Spółki. Niniejsza zmiana nastąpiła na podstawie uchwał Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia z dnia 13 lutego 2018 roku. W wyniku owego zarejestrowania kapitał podstawowy został podwyższony o 555 tys. tj. do kwoty 2.600 tys. zł. Kapitał zapasowy wzrósł o 1.554 tys. tj. do kwoty 39.912 tys. zł.

Wygaśnięcie dostępności linii finansowania dostawców

Zarząd Hubstyle S.A. w dniu 28.08.2018 poinformował w raporcie bieżącym nr 35/2018 o wygaśnięciu z dniem 27.07.2018 dostępności linii finansowania dostawców udzielonej przez ING Bank Śląski S.A., na rzecz jednostki zależnej od Emitenta Sugarfree Sp. z o.o. w ramach umowy zawartej z dnia 01.09.2017. Spółka Sugarfree Sp. z o.o. jest zobowiązana do spłaty udzielonego finansowania, które na dzień publikacji raportu wynosi około 600 tys. wraz z odsetkami.

Spłata limitu finansowania

Zgodnie z raportem bieżącym nr 38/2018 Zarząd Hubstyle S.A. poinformował o dokonaniu spłaty w dniu 31.08.2018 przez spółkę zależną Sugarfree Sp. z o.o. limitu finansowania w wysokości 390 tys. zł udzielonego w ramach umowy wieloproduktowej zawartej z ING Bank Śląski S.A. z siedzibą w Katowicach wykorzystywanego w formie kredytu w rachunku bieżącym.

Emisja akcji serii I

W dniu 28.08.2018 Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie akcjonariuszy podjęło uchwałę nr 3 w sprawie podwyższenia kapitału zakładowego Spółki Hubstyle o kwotę nie większą niż 600 tys. zł w drodze emisji akcji serii I w trybie subskrypcji prywatnej. Do dnia zatwierdzenia niniejszego sprawozdania emisja nie została zakończona.

Wykup obligacji serii B

Zarząd HubStyle S.A. poinformował dnia 04 września 2018 roku o terminowym wykupie wszystkich obligacji serii B za pośrednictwem Polskiego Domu Maklerskiego S.A., zgodnie z warunkami emisji obligacji.

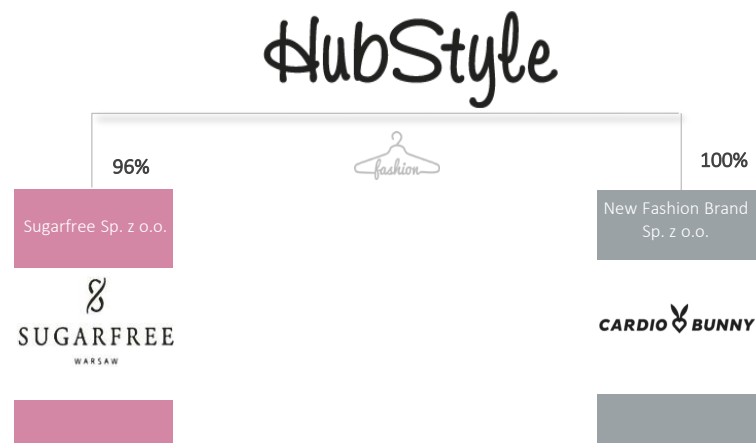
Opis organizacji i działalności Grupy

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 2018 r. przedstawia poniższy schemat:



Zmiany w strukturze Grupy

Sprzedaż Sales Intelligence S.A.

W dniu 27 kwietnia 2018 roku zgodnie z raportem bieżącym nr 19/2018 dokonano transakcji sprzedaży jednostki zależnej tj.: 100 procent akcji spółki Sales Intelligence S.A. na rzecz SARE S.A. Informacje odnośnie sprzedaży zostały opisane w nocie raportu finansowego numer 16.

Opis działalności prowadzonej przez Grupę

Opis działalności prowadzonej przez Grupę

Grupa HubStyle to nowoczesne i innowacyjne przedsiębiorstwo na miarę XXI wieku, którego działalność skoncentrowana jest na dynamicznie rosnących obszarach e-commerce: budowie silnego portfolio własnych marek lifestyle'owych oraz prowadzeniu platformy internetowej służącej do komunikacji między sprzedającymi i kupującymi. Dzięki dywersyfikacji działalności, która miała miejsce w 2015 r. Grupa zwiększa swoje udziały w rynku, stwarzając tym samym coraz to lepsze perspektywy dla akcjonariuszy spółki HubStyle S.A.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

HubStyle S.A. - spółka holdingowa

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

Opis działalności prowadzonej przez Grupę

Sugarfree Sp. z o.o. i New Fashion Brand Sp. z o.o.

- segment: sprzedaż odzieży

Sugarfree Sp. z o.o. prowadzi sklep internetowy oferujący szeroki asortyment wysokiej jakości sukienek z naturalnych tkanin w przystępnych cenach, głównie polskiej produkcji. Spółka operuje w bardzo elastycznym modelu biznesowym, osiągając wysokie marże, m.in. dzięki bardzo szybkiej rotacji towarów czy niskiego zaangażowania kapitału obrotowego.

Marka Sugarfree została stworzona z myślą o kobietach, które podążają za trendami i lubią świetnie wyglądać niezależnie od sytuacji. Kolekcje sukienek na każdą okazję powstają w Polsce z wysokiej jakości tkanin sprowadzanych z Włoch oraz Hiszpanii. Wzory odzieży zaprojektowane w biurach projektowych Spółki, sukienki są szyte w polskich szwalniach, z którymi spółki z Grupy posiadają stałe umowy o współpracy. Markę wyróżnia szybkość reagowania na potrzeby wymagających klientek, dlatego oferta jest często rozszerzana o nowe modele. Bardzo duży nacisk położony jest na szybką i profesjonalną obsługę klienta, dzięki czemu sklep cieszy się pozytywnymi opiniami. Jednym z atutów spółki jest darmowa dostawa do klienta nawet w ciągu kilku godzin na terenie kilku największych Polskich miast, czyli usługa Same Day Delivery.

New Fashion Brand Sp. z o.o. jest jednostką specjalnego przeznaczenia (SPV) i pełni rolę inkubatora dla rozwoju nowych odzieżowych marek własnych. Jest elementem realizacji przyjętej koncepcji budowy portfolio silnych marek własnych w segmencie odzieżowym. Spółka jest odpowiedzialna za utworzenie, rozwój oraz promocję nowych konceptów modowych, a także nadzorowanie ich wzrostu, aż do momentu osiągnięcia zakładanego poziomu rentowności.

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

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

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 **dwóch segmentach operacyjnych**:

Sprzedaż odzieży

Inwestycyjny

SUGARFREE

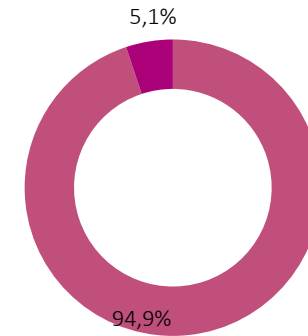
CARDIO  BUNNY

Obejmuje aktywa i pasywa oraz przychody i koszty dotyczące zarządzania:

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

Strukturę sprzedaży Grupy HubStyle według wartości, przedstawia poniższa tabela:

Źródło przychodów	01.01.2018 - 30.06.2018	
	tys. zł	Udział w sprzedaży
Sprzedaż odzieży	4998	94,9%
Inwestycyjny	269	5,1%



■ Sprzedaż odzieży

■ Inwestycyjny

Segmenty działalności

SEGMENTY OPERACYJNE					
Wyszczególnienie	Usługi dla e - commerce (SEGMENT I)	Sprzedaż odzieży (SEGMENT II)	Inwestycyjny (SEGMENT III)	Transakcje pomiędzy segmentami	Razem
na dzień 30.06.2018 oraz za okres od 01.01. do 30.06.2018					
Aktywa segmentu:	n/d	3 423	5 125	-1 838	6 710
Zobowiązania segmentu	n/d	5 238	1 113	-2 182	4 169
Przychody segmentu:	n/d	5 036	395	-966	4 465
Koszty segmentu	n/d	6 661	6 010	-2 404	10 267
Zysk/strata brutto segmentu	n/d	-1 625	-5 615	1 438	-5 802
Zysk/strata netto segmentu	n/d	-1 629	-5 613	1 435	-5 807
Inne- wynik z działalności zaniechanej (e-commerce)	n/d	0	0	669	669
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
na dzień 30.06.2017 oraz za okres od 01.01. do 30.06.2017					
Przychody segmentu:	n/d	5 781	1 913	-2 368	5 326
Koszty segmentu	n/d	6 602	11 897	-11 397	7 102
Zysk/strata brutto segmentu	n/d	-821	-9 984	9 029	-1 776
Zysk/strata netto segmentu	n/d	-826	-9 985	9 024	-1 787
Inne- wynik z działalności zaniechanej (e-commerce)	-548	0	0	0	-548

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



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



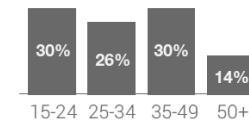
47% internautów kupuje w polskich e-sklepach



10% internautów kupuje w zagranicznych e-sklepach

• Kupujący w sieci

Wiek



Wielkość miejscowości zamieszkania

25% Wieś

40% Miasto do 200 tys. mieszkańców

35% Miasto powyżej 200 tys. mieszkańców

Wykształcenie



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

Sytuacja materialna gospodarstwa domowego



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

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

Rynek e-commerce

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

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

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

Produkty najczęściej kupowane za pośrednictwem internetu to odzież, akcesoria i dodatki, obuwie, sprzęt RTV/AGD, oraz urządzenia mobilne.

Średnie miesięczne wydatki z ostatniego miesiąca na odzież, dodatki i akcesoria deklarowane przez wszystkich e-kupujących wyniosły 83 zł i były wyższe o 11 proc. W tej kategorii kobiety wydają widocznie więcej na e-zakupy niż mężczyźni, a osoby dobrze oceniają swoją sytuację ekonomiczną.

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

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

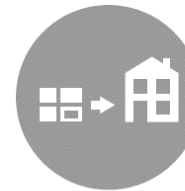
Oprócz zakupów online, badani Gemiusa deklarują, że stosunkowo najczęściej używają internetu korzystając z Facebooka (62%), poszukując produktów, które planują kupić (60%), porównując ceny (60%), przeglądając prasę online (56%) oraz optacając rachunki (51%). Na rynku polskim aktualnie funkcjonuje ponad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

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

Czynniki motywujące do robienia zakupów



84%
Dostępność całą dobę



79%
Brak konieczności jechania do sklepu



75%
Ceny atrakcyjniejsze, niż w sklepach tradycyjnych



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

• Średnie wydatki

Perspektywy rozwoju

Perspektywy rozwoju rynku, na którym działa Grupa HubStyle

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

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

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

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

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

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

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

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

- nowym skalowalnym systemom informatycznym oraz centrum logistycznemu
- zacieśnianiu współpracy z obecnymi oraz poszukiwaniu nowych podwykonawców
- rozwojowi oferty poprzez zwiększanie dostępnego asortymentu,
- pro-sprzedażowym sesjom zdjęciowym
- podnoszeniu konwersji poprzez rozwój funkcjonalności platformy e-commerce.
- Rozszerzanie kanałów dystrybucji o sprzedaż za pośrednictwem podmiotów zewnętrznych i serwisów multibrandowych

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
- Tendencje związane z zakupami realizowanymi za pośrednictwem internetu: czynniki motywujące do robienia zakupów online, obniżenie kosztów związanych ze sprzedażą przez internet, średnie miesięczne wydatki e-kupujących

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

Perspektywy rozwoju

Czynniki wewnętrzne to m.in.:

- Sprawność operacyjna: działalność operacyjna prowadzona zgodnie z zaplanowanym budżetem, realizowanie projektów zgodnie z harmonogramem oraz osiąganie w wyniku ich wdrożenia oczekiwanej efektywności.
- Efektywność kosztowa: koszty prowadzenia działalności zgodne z budżetem na dany rok, zwiększenie efektywności w ramach dostępnego budżetu.
- Poszerzanie oraz dalsze podnoszenie jakości katalogu produktów: poprawa jakości i wielkości katalogu produktów oznacza lepszą jakość usługi i większe zadowolenie klientów prowadzonych przez Grupę sklepów internetowych, użytkowników korzystających z serwisu co przełoży się na liczbę odwiedzających serwis oraz liczbę transakcji.
- Płynność finansowa: działalność prowadzona przez Emitenta, w szczególności w zakresie segmentu sprzedaży odzieży, wymaga posiadania odpowiedniego poziomu kapitału obrotowego, możliwości pozyskiwania finansowania zewnętrznego będą miały kluczowe znaczenie dla wyników kolejnych kwartałów
- Kolekcje odzieży: dostosowanie kolekcji do oczekiwań klientów i panujących trendów, a także warunków pogodowych będzie miało kluczowe znaczenie dla osiągniętych dynamik sprzedaży,
- Restrukturyzacja Grupy: koncentracja na kluczowych aktywach segmentu sprzedaży odzieży i zbycie aktywów nieoperacyjnych i nieuznawanych za kluczowe będzie stanowić dla Spółki dodatkowe źródło środków pieniężnych niezbędnych do zapewnienia odpowiedniego poziomu kapitału obrotowego.
- Rozszerzenie kanałów dystrybucji w celu większej skalowalności kosztów produkcji oraz wzrostu rozpoznawalności Zarządzanych marek.

Strategia rozwoju Grupy

Strategia rozwoju Grupy

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

Podstawowe założenia i kierunki wyznaczone Spółce przez Zarząd to:

1

Koncentracja na e-commerce

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

2

Rozwój Sugarfree

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

3

Rozwój Cardio Bunny

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

4

Skalowalna infrastruktura

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

5

Koncentracja na segmencie sprzedaży odzieży

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

Informacje o zawartych umowach

Umowy znaczące zawarte przez spółki z Grupy Kapitałowej

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

Informacja o istotnych transakcjach z podmiotami powiązanimi

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

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

Nie zawarto tego rodzaju transakcji.

Zaciągnięte i wypowiedziane umowy kredytów i pożyczek

Grupa posiada zaciągnięte kredyty od jednostek niepowiązanych. W dniu 31 sierpnia 2018 roku jednostka zależna Sugarfree Sp. z o.o. dokonała spłaty zadłużenia wynikającego z udzielonego kredytu w rachunku bieżącym. Z dniem 27.07.2018 wygasła dostępność linii finansowania dostawców przez Bank ING. W ramach umowy zawartej dnia 01.09.2017 spółka Sugarfree Sp. z o.o. jest zobowiązana do spłaty zobowiązania, które na dzień publikacji raportu wynosi około 600 tys. wraz z odsetkami.

Zestawienie kredytów zaprezentowano poniżej w tabeli.

Otrzymane kredyty, stan na 30.06.2018	Data udzielenia	Kwota pożyczki	Oprocentowanie	Pozostało do spłaty
ING Bank Śląski	01.09.2017	990	Wibor + Marża banku	983

Udzielone i otrzymane poręczenia i gwarancje

Żadna ze spółek Grupy Kapitałowej HubStyle S.A. nie udzielała w I półroczu 2018 r. poręczeń i gwarancji.

Umowy objęcia obligacji

W I półroczu 2018 r. Spółka nie obejmowała obligacji.

Umowy o współpracy lub kooperacji

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

Umowy ubezpieczenia

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

Opis prowadzonych postępowań sądowych i administracyjnych

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

Udzielone pożyczki

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

Udzielone pożyczki, stan na 30.06.2018	Data udzielenia	Kwota pożyczki	Oprocentowanie	Pozostało do spłaty	Odpis aktualizujący
	18.09.2015	1 340	Wibor 1Y + 6% rocznie	1 003	1003
Bradelor Finance Limited	01.10.2015	1 000	Wibor 1Y + 6% rocznie	1 000	1000
New Fashion Brand Sp. z o.o.	20.12.2016	265	6% rocznie	45	0
New Fashion Brand Sp. z o.o.	27.02.2017	87	6% rocznie	66	57
New Fashion Brand Sp. z o.o.	31.03.2017	20	6% rocznie	20	0
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	25
New Fashion Brand Sp. z o.o.	06.10.2017	13	6% rocznie	13	13
New Fashion Brand Sp. z o.o.	17.10.2017	100	6% rocznie	100	100
New Fashion Brand Sp. z o.o.	26.10.2017	81	6% rocznie	81	81
New Fashion Brand Sp. z o.o.	09.01.2018	490	6% rocznie	490	490
New Fashion Brand Sp. z o.o.	15.01.2017	200	6% rocznie	200	200
New Fashion Brand Sp. z o.o.	22.01.2018	30	6% rocznie	30	30
New Fashion Brand Sp. z o.o.	15.02.2018	24	6% rocznie	24	24
New Fashion Brand Sp. z o.o.	06.02.2018	30	6% rocznie	30	30
New Fashion Brand Sp. z o.o.	26.02.2018	30	6% rocznie	30	30
New Fashion Brand Sp. z o.o.	28.02.2018	20	6% rocznie	20	20
New Fashion Brand Sp. z o.o.	15.03.2018	200	6% rocznie	200	200
New Fashion Brand Sp. z o.o.	18.04.2018	12	6% rocznie	12	12
New Fashion Brand Sp. z o.o.	30.04.2018	150	6% rocznie	150	150
New Fashion Brand Sp. z o.o.	01.06.2018	14	6% rocznie	14	14
New Fashion Brand Sp. z o.o.	12.06.2018	15	6% rocznie	15	15

Ryzyka działalności

Ryzyka związane z działalnością Grupy HubStyle

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

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

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

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

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

c. Ryzyko nieterminowego spływu należności i utraty płynności finansowej

Większość klientów Grupy HubStyle reguluje płatności za nabywane usługi na zasadzie 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 rzeczywistości zainteresowaniu produktami spółek z Grupy. Aby minimalizować to ryzyko władze Grupy oraz osoby bezpośrednio odpowiedzialne za poszczególne kolekcje na bieżąco obserwują rynkowe trendy starając się efektywnie odpowiadać na potrzeby klientów. Kolekcje produkowane są w krótkich seriach, a ich sprzedaży towarzyszą szerokie działania promocyjne.

Ryzyka działalności

Ryzyka związane z otoczeniem, w jakim działa Emitent

a. Ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną Polski i krajów UE

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Ryzyka działalności

f. Ryzyko związane z technologią informatyczną

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

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



Wybrane dane finansowe (tys. zł)	01.01.2018- 30.06.2018	01.01.2017- 30.06.2017	
Przychody ze sprzedaży	4 182	5 372	
Strata na działalności operacyjnej	-5 740	-1 764	
Strata brutto	-5 802	-1 776	
Strata netto	-5 807	-1 787	
Całkowite dochody/straty ogółem	-5 807	-1 787	
Aktywa razem	6 710	19 084	
Rzeczowe aktywa trwałe	377	452	
Należności krótkoterminowe	361	908	
Zobowiązania krótkoterminowe	4 169	5 224	
Kapitał własny	2 541	13 860	
Kapitał podstawowy	2 045	1 845	
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	-2 891	-1 806	
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	992	226	
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	1 701	728	
Zmiana stanu środków pieniężnych	-198	-852	
Zysk (strata) na jedną akcję zwykłą z działalności kontynuowanej i zaniechanej	-0,25	-0,13	
Rozwodniony zysk (strata) na jedną akcję zwykłą	-0,25	-0,13	
Zysk na zbyciu działalności zaniechanej	680	0	
Zysk (strata) netto z działalności zaniechanej	-11	-548	

	01.01.2018- 30.06.2018	01.04.2018-30.06.2018 (dane nieaudytowane)	01.01.2017- 30.06.2017	01.04.2017-30.06.2017 (dane nieaudytowane)	Zmiana
A. Działalność kontynuowana					
1. Przychody ze sprzedaży	4 182	2 210	5 372	2 236	78%
2. Pozostałe przychody operacyjne	17	0	82	68	21%
3. Zmiana stanu produktów	178	191	-212	-340	-84%
I. RAZEM PRZYCHODY Z DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ	4 377	2 401	5 242	1 964	83%
1. Amortyzacja	217	131	204	113	106%
2. Zużycie materiałów i energii	1 641	746	1 439	557	114%
3. Usługi obce	3 986	2 158	3 726	1 622	107%
4. Podatki i opłaty	17	5	28	17	61%
5. Wynagrodzenia	949	532	1 175	561	81%
6. Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	135	70	174	78	78%
7. Pozostałe koszty rodzajowe	39	19	35	13	111%
8. Wartość sprzedanych towarów i materiałów	0	0	0	0	
9. Pozostałe koszty operacyjne	3 133	3 193	225	126	1392%
II. KOSZTY DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ	10 117	6 854	7 006	3 087	144%
III. ZYSK (STRATA) Z DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ	-5 740	-4 453	-1 764	-1 123	325%
1. Przychody finansowe	88	77	84	41	105%
2. Koszty finansowe	150	122	96	60	156%
IV. ZYSK (STRATA) PRZED OPODATKOWANIEM	-5 802	-4 498	-1 776	-1 142	327%
1. Podatek dochodowy	5	-9	11	-13	45%
V. ZYSK (STRATA) NETTO Z DZIAŁALNOŚCI KONTYNUOWANEJ	-5 807	-4 489	-1 787	-1 129	325%
B. Działalność zaniechana	669	699	-548	-359	-122%
VI. ZYSK NA ZBYCIU DZIAŁALNOŚCI ZANIECHANEJ	680	680	0	0	
VII. ZYSK (STRATA) NETTO Z DZIAŁALNOŚCI ZANIECHANEJ	-11	19	-548	-359	2%
C. Całkowite dochody przypadające na:	-5 138	-3 790	-2 335	-1 488	220%
1. Działalność kontynuowana	-5 807	-4 489	-1 787	-1 129	325%
- akcjonariuszy podmiotu dominującego	-5 750	-4 464	-1 762	-1 107	326%
- udziały niekontrolujące	-57	-25	-25	-22	228%
2. Działalność zaniechana	669	699	-548	-359	-122%
- akcjonariuszy podmiotu dominującego	669	699	-548	-359	-122%
- udziały niekontrolujące					

Struktura aktywów i pasywów

Aktywa	30.06.2018	31.12.2017
Aktywa trwałe	4 235	8 660
Wartości niematerialne	1 448	3 355
Wartości firmy	2 284	4 597
Rzeczowe aktywa trwałe	377	414
Należności długoterminowe	96	261
Udzielone pożyczki długoterminowe	0	0
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	28	33
Inne aktywa długoterminowe	2	0
Aktywa obrotowe	2 475	3 182
Zapasy	1897	1872
Należności krótkoterminowe	361	986
Udzielone pożyczki krótkoterminowe	0	0
Środki pieniężne	11	209
Inne aktywa	206	115
Aktywa razem	6 710	11 842

Pasywa	30.06.2018	31.12.2017
Kapitał własny	2 541	5 570
Przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej	2 484	5 456
Kapitał podstawowy	2 045	1 845
Kapitał zapasowy	34 075	32 475
Kapitał rezerwowy	2142	1833
Suma całkowitych dochodów	-35 778	-30 697
- suma całkowitych dochodów netto	-5081	-12 311
- suma całkowitych dochodów z lat ubiegłych	-30 697	-18 386
Przypadający udziałom niekontrolującym	57	114
Zobowiązania długoterminowe	0	0
Zobowiązania krótkoterminowe	4 169	6 272
Leasing finansowy	0	0
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług	2 066	3 133
Zobowiązania finansowe	1 666	2 035
Inne zobowiązania	355	546
Rezerwy na zobowiązania	82	154
Pozostałe zobowiązania krótkoterminowe	0	404
Pasywa razem	6 710	11 842

Sytuacja pieniężna

	01.01.2018 - 30.06.2018	01.01.2017 - 30.06.2017	Zmiana
Przepływy środków pieniężnych z działalności operacyjnej			
I Zysk (strata) przed opodatkowaniem	-5 133	-2 325	>100%
II Korekty razem	2 242	519	-
1. Amortyzacja	343	940	-100%
2. Odsetki i udziały w zyskach (dywidendy)	-39	-54	28%
3. Zysk z działalności inwestycyjnej	2 209	59	>100%
4. Zmiana stanu rezerw	-32	-90	-
5. Zmiana stanu zapasów	-25	58	-
6. Zmiana stanu należności	390	596	-35%
7. Zmiana stanu zobowiązań krótkoterm. z wyjątkiem pożyczek i kredytów	-446	-1 019	>100%
8. Zmiana stanu rozliczeń międzyokresowych	-158	30	>100%
9. Zapłacony podatek dochodowy	0	0	-
10. Inne korekty	0	-1	-
III Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej (I+/-II)	-2 891	-1 806	-87%
Przepływy środków pieniężnych z działalności inwestycyjnej			
I Wpływy	1 321	525	>100%
1. Z aktywów finansowych, w tym:	1 321	476	>100%
- spłata udzielonych pożyczek długoterminowych	0	397	>100%
- odsetki	0	79	-
- wpływ netto ze zbycia aktywów finansowych	1 321	0	
2. Zbycie wartości niematerialnych oraz rzeczowych aktywów trwałych	0	49	-100%
3. Inne wpływy inwestycyjne	0	0	-
II Wydatki	329	299	>100%
1. Nabycie wartości niematerialnych oraz rzeczowych aktywów trwałych	329	299	10%
2. Nabycie udziałów w jednostce zależnej	0	0	-
3. Inne wydatki inwestycyjne	0	0	-
III Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej (I-II)	992	226	-
C. Przepływy środków pieniężnych z działalności finansowej			
I Wpływy	2 658	798	
1. Kredyty i pożyczki	550	798	
2. Wpływy netto z tyt. wydania udziałów i innych instrumentów kapitałowych oraz dopłat do kapitału	2 108	0	
II Wydatki	957	70	>100%
1. Dywidendy i inne wydatki	0	45	
2. Spłata kredytów i pożyczek	706	0	
3. Odsetki	51	25	>100%
4. Wykup dłużnych papierów wartościowych	200	0	
III Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej (I-II)	1 701	728	-
D. Przepływy pieniężne netto, razem (A.III+/-B.III+/-C.III)	-198	-852	77%
E. Bilansowa zmiana stanu środków pieniężnych, w tym:	-198	-852	>100%
F. Środki pieniężne na początek okresu	209	1 229	-83%
G. Środki pieniężne na koniec okresu (F+/-D), w tym:	11	377	-97%

Analiza wskaźnikowa

	30.06.2018	31.12.2017
Wskaźniki zadłużenia		
Wskaźnik ogólnego zadłużenia	62,13%	52,96%
Wskaźnik zadłużenia długoterminowego	0,0%	0,0%
Wskaźnik zadłużenia krótkoterminowego	62,13%	52,96%
Wskaźniki płynności		
Wskaźnik bieżącej płynności	0,59	0,50
Wskaźnik wysokiej płynności	0,09	0,19
Wskaźnik podwyższonej płynności	0,003	0,03

Prognoza finansowa HubStyle S.A.

Spółka HubStyle S.A. nie publikuje prognoz finansowych.

Polityka dywidendy HubStyle S.A.

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

Opis istotnych pozycji pozabilansowych

W skonsolidowanym sprawozdaniu Grupy HubStyle nie występują istotne pozycje pozabilansowe.

Opis wykorzystania przez Emitenta wpływów z emisji HubStyle S.A.

W okresie objętym niniejszym sprawozdaniem Spółka nie przeprowadziła emisji akcji.

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

Informacje o akcjach i akcjonariacie

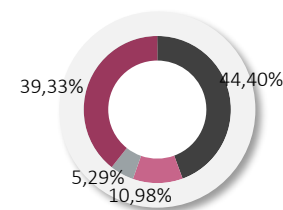
Struktura kapitału zakładowego

Na dzień bilansowy wydanych zostało 26,000,000,00 akcji o wartość nominalnej 2,600,000,00 zł, z czego zarejestrowany kapitał na dzień bilansowy to 20,449,458.00 akcji o wartości nominalnej 2,044,945,80 zł. Niezarejestrowana wartość kapitału o wartości nominalnej 555,054.20 zł tj. 5,550,542.00 sztuk akcji serii H została zaprezentowana jako pozostałe kapitały rezerwowe.

Struktura akcjonariatu

Struktura akcjonariatu na dzień sporządzenia raportu okresowego i na 30 czerwca 2018 r. wygląda następująco:

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



Akcjonariusz	Liczba głosów na WZ	Udział w głosach na WZ
Wojciech Czernecki (samodzielnie lub poprzez FCFF Ventures Sp. z o.o.)	9 078 276	44,40%
Dawid Urban	2 244 861	10,98%
Maciej Filipkowski	1 081 000	5,29%
Pozostali	8 045 321	39,33%

Zmiany w strukturze akcjonariatu

W dniu 12 września 2018 zostało zarejestrowane podwyższenie kapitału podstawowego do kwoty 26 000 000 z tytułu emisji akcji serii H. W porównaniu do 31.12.2017 pojawił się dodatkowy znaczący akcjonariusz Dawid Urban, który na 31.12.2017 nie posiadał akcji spółki. Struktura akcjonariatu na dzień 28.09.2018 wygląda następująco:

Akcjonariusz	Liczba głosów na WZ	Udział w głosach na WZ
Wojciech Czernecki (samodzielnie lub poprzez FCFF Ventures Sp. z o.o.)	9 078 274	34,92%
Dawid Urban	8 738 882	33,61%
Pozostali	8 182 844	31,47%

Władze HubStyle

Zarząd

Skład osobowy Zarządu Spółki

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

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

Wojciech Czernecki, Prezes Zarządu

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

Wojciech Patyna, Wiceprezes Zarządu

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

Wiktor Dymecki, Członek Zarządu

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



5

Władze HubStyle

W I półroczu 2018 r. miała miejsce następująca zmiana w Zarządzie:

W dniu 21 czerwca 2018 roku Rada Nadzorcza Hubstyle S.A. podjęła decyzję o powołaniu Zarządu nową kadencją. W skład Zarządu nowej kadencji weszli dotychczasowi Członkowie Zarządu, co skutkowało, że skład nie uległ zmianie.

W skład Zarządu powołano:

- Pana Wojciecha Czerneckiego, powierzając mu z dniem zatwierdzenia przez Walne Zgromadzenie sprawozdania finansowego Spółki za rok obrotowym 2017 funkcję Prezesa Zarządu;
- Pana Wojciecha Patynę, powierzając mu z dniem zatwierdzenia przez Walne Zgromadzenie sprawozdania finansowego Spółki za rok obrotowym 2017 funkcję Wiceprezesa Zarządu;
- Pana Wiktora Dymeckiego powierzając mu z dniem zatwierdzenia przez Walne Zgromadzenie sprawozdania finansowego Spółki za rok obrotowym 2017 funkcję Członka Zarządu.

Wielkość wynagrodzeń

Wynagrodzenie osób wchodzących w skład Zarządu HubStyle S.A. pobierane w okresie od 1 stycznia 2018. do 30 czerwca 2018 r.:

Imię i nazwisko	Funkcja	Wynagrodzenie
Wojciech Czernecki	Prezes Zarządu	60
Wojciech Patyna	Wiceprezes Zarządu	86
Wiktor Dymecki	Członek Zarządu	86
Razem	-	232

Rada Nadzorcza

Skład osobowy Rady Nadzorczej

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

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

Krzysztof Rąpała, Przewodniczący Rady Nadzorczej

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

Władze HubStyle**Maciej Filipkowski, Członek Rady Nadzorczej**

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

Kamil Gaworecki, Członek Rady Nadzorczej

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

Małgorzata Woźniak, Członek Rady Nadzorczej

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

Łukasz Dobrowolski, Członek Rady Nadzorczej

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

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

W I półroczu 2018 r. Nie miały miejsca zmiany w Składzie Rady Nadzorczej:**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	408 124,00	brak
Maciej Filipkowski	Członek Rady Nadzorczej	1 081 000,00	brak

Inne informacje

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

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

W zakresie prowadzenia rachunkowości i sprawozdawczości finansowej, które w sposób jasny i rzetelny obrazują sytuację majątkową Grupy HubStyle S.A., Grupa posiada dokumentację opisującą przyjęte zasady rachunkowości. Dokumentacja zawiera 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 sprawę Spółki oraz wykonywać swe obowiązki z najwyższą starannością, wynikającą z profesjonalnego charakteru tej działalności.

Inne informacje

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

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

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

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

W szczególności:

- Akcjonariusz lub akcjonariusze reprezentujący co najmniej jedną dwudziestą kapitału zakładowego mogą żądać zwołania Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia i umieszczenia określonych spraw w porządku obrad tego zgromadzenia.
- Akcjonariusze uprawnieni do uczestnictwa w Walnym Zgromadzeniu przed wejściem na salę obrad okazują dowód tożsamości i potwierdzają obecność własnoręcznym podpisem na liście osób uprawnionych do udziału w Walnym Zgromadzeniu wyłożonej przy wejściu na salę obrad oraz odbierają karty do głosowania przygotowane przez Zarząd Spółki.

- Akcjonariusz będący osobą fizyczną może uczestniczyć w Walnym Zgromadzeniu oraz wykonywać prawo głosu osobiście lub przez pełnomocnika. Akcjonariusz nie będący osobą fizyczną może uczestniczyć w Walnym Zgromadzeniu oraz wykonywać prawo głosu przez osobę uprawnioną do jego reprezentacji lub przez pełnomocnika. Pełnomocnictwo powinno być sporządzone w formie pisemnej pod rygorem nieważności lub udzielone w postaci elektronicznej i dołączone do protokołu Walnego Zgromadzenia. W przypadku obecności na Walnym Zgromadzeniu zarówno akcjonariusza jaki i jego pełnomocnika, prawo głosu przysługuje wyłącznie akcjonariuszowi.
- Na wniosek akcjonariuszy posiadających jedną dziesiątą część kapitału zakładowego reprezentowanego na Walnym Zgromadzeniu, sprawdzenia listy obecności dokonuje wybrana w tym celu komisja składająca się z trzech osób. Wnioskodawca ma prawo wyboru jednego członka tej komisji. W przypadku wątpliwości, co do prawa uczestnictwa w Walnym Zgromadzeniu określonej osoby lub wykonywania przez nią prawa głosu, komisja, o której mowa, w drodze uchwały powziętej zwykłą większością głosów przedstawia Walnemu Zgromadzeniu swoje stanowisko w sprawie dopuszczenia danej osoby do udziału w Walnym Zgromadzeniu. Osoba zainteresowana może odwołać się od decyzji komisji do Walnego Zgromadzenia. Walne Zgromadzenie podejmuje decyzję o dopuszczeniu danej osoby do udziału w Walnym Zgromadzeniu w drodze uchwały, bezwzględną większością głosów oddanych.

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

Inne informacje

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

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

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

Stosowanie Zasad Ładu Korporacyjnego

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

Pozostałe informacje

Podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych

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

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

21 czerwca 2018 r. Rada Nadzorcza Emitenta podjęła uchwałę w sprawie wyboru spółki Polska Grupa Audytorska w celu wykonania usług badania i przeglądu jednostkowych i skonsolidowanych sprawozdań finansowych Spółki za rok 2018 oraz wykonywania czynności biegłego rewidenta. Umowa z podmiotem uprawnionym do badania sprawozdań finansowych zawarta została 26 czerwca 2018 r.

Informacja o zatrudnieniu

W I półroczu 2018 r. zatrudnienie w Grupie HubStyle wyniosło 23 osoby. Są to głównie specjaliści odpowiedzialni za rozwój marek HubStyle, obsługę klienta oraz działania marketingowe. W Zarządzie zasiadają osoby od wielu lat związane z rynkiem e-commerce. W przeliczeniu na etaty zatrudnienie wyniosło 21.

Zatrudnienie	30 czerwca 2018 r.	30 czerwca 2017 r.
Przeciętne zatrudnienie	23	44
w tym pracownicy umysłowi	18	37

Nagrody, wyróżnienia, osiągnięcia

W I półroczu 2018 r. Grupa nie otrzymała nagród oraz wyróżnień.



6

Pozostałe informacje

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

W opinii Zarządu Spółki w okresie I półrocza 2018 r. Nie wystąpiły wydarzenia i czynniki o nietypowym charakterze.

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

Ryzykiem w tym obszarze zarządza bezpośrednio Zarząd HubStyle S.A. W jego ocenie płynność Spółki w szczególności w okresie II kwartału była zagrożona. Podjęte przez Zarząd działania dotyczące optymalizacji poziomu kosztów stałych, a także zapewnienie nowych źródeł finansowania. Efektem podjętych działań będzie zabezpieczenie odpowiedniego poziomu aktywów obrotowych dla kluczowego dla Spółki okresu IV kwartału.

Spółki córki posiadają wystarczającą zdolność do wywiązywania się z zaciągniętych zobowiązań.

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

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

Zmiany w podstawowych zasadach zarządzania przedsiębiorstwem Emitenta i jego Grupą Kapitałową

Nie wystąpiły tego rodzaju zmiany.

Wszelkie umowy zawarte między emitentem a osobami zarządzającymi, przewidujące rekompensatę w przypadku ich rezygnacji lub zwolnienia z zajmowanego stanowiska bez ważnej przyczyny lub gdy ich odwołanie lub zwolnienie następuje z powodu połączenia emitenta przez przejęcie

Spółka nie ma tego rodzaju umów.

Informacje o systemie kontroli programów akcji pracowniczych.

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

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

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

Opis prowadzonych postępowań sądowych i administracyjnych

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

Zatwierdzenie do publikacji

Niniejsze sprawozdanie zostało zatwierdzone do publikacji dnia 28 września 2018 roku.

Podpisy Członków Zarządu Hubstyle S.A.

Prezes Zarządu Wojciech Czernecki

Wiceprezes Zarządu Wojciech Patyna

Członek Zarządu Wiktor Dymecki

Warszawa, dnia 28 września 2018 r

Oświadczenie o rzetelności sporządzenia sprawozdania finansowego i sprawozdania z działalności

Warszawa, 28 września 2018 r.

Warszawa, 28 września 2018 r.

Oświadczenie Zarządu w sprawie rzetelności sporządzenia śródrocznego sprawozdania finansowego za I półrocze 2018 r. oraz półrocznego sprawozdania Zarządu z działalności Grupy Kapitałowej HubStyle za I półrocze 2018 r,

Zarząd HubStyle S.A. oświadcza, że wedle jego najlepszej wiedzy, skonsolidowane sprawozdanie finansowe za I półrocze 2018 r. Grupy Kapitałowej HubStyle i jednostkowe sprawozdanie finansowe za I półrocze 2018 r. Spółki Hubstyle S.A. i dane porównywalne sporządzone zostały zgodnie z obowiązującymi zasadami rachunkowości. Zaprezentowane dane odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową oraz wynik finansowy Grupy Kapitałowej HubStyle. Zarząd oświadcza także, iż sprawozdanie Zarządu z działalności Grupy Kapitałowej HubStyle zawiera prawdziwy obraz rozwoju i osiągnięć oraz sytuacji Grupy Kapitałowej, w tym opis podstawowych ryzyk i zagrożeń.

Wojciech Czernecki, Prezes Zarządu

Wojciech Patyna, Wiceprezes Zarządu

Wiktory Dymecki, Członek Zarządu

Oświadczenie zarządu w sprawie wyboru podmiotu uprawnionego do przeglądu skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej HubStyle S.A. za I półrocze 2018 r.

Zarząd HubStyle S.A. oświadcza, że podmiot uprawniony do przeglądu półrocznego skróconego skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej HubStyle S.A. oraz półrocznego skróconego jednostkowego sprawozdania finansowego spółki Hubstyle S.A. za I półrocze 2018 r. tj. Polska Grupa Audytorska Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością spółka komandytowa z siedzibą w Warszawie, Jana III Sobieskiego 104 lok. 49, został wybrany zgodnie z przepisami prawa. Podmiot ten oraz biegli rewidenci, dokonujący przeglądu tego sprawozdania, spełniali warunki do wyrażenia bezstronnej i niezależnej opinii o półrocznym rocznym sprawozdaniu finansowym, zgodnie z obowiązującymi przepisami i normami zawodowymi.

Wojciech Czernecki, Prezes Zarządu

Wojciech Patyna, Wiceprezes Zarządu

Wiktory Dymecki, Członek Zarządu

Indeks zagadnień

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

HubStyle