

**Sprawozdanie Zarządu  
z działalności „MONNARI TRADE” S.A.  
za okres od dnia 1 stycznia 2012 r.  
do 31 grudnia 2012 r.**

## **Spis treści:**

<b>Wstęp - Ogólna charakterystyka Spółki.....</b>	<b>4</b>
<b>1. Zasady sporządzenia rocznego Sprawozdania finansowego .....</b>	<b>4</b>
<b>2. Omówienie podstawowych wielkości ekonomiczno-finansowych osiągniętych w 2012 roku oraz omówienie perspektyw rozwoju działalności .....</b>	<b>4</b>
<b>3. Opis podstawowych zagrożeń i ryzyk związanych z pozostałymi miesiącami roku .....</b>	<b>13</b>
<b>4. Dobre praktyki.....</b>	<b>19</b>
<b>5. Postępowania toczące się przed sądem .....</b>	<b>35</b>
<b>6. Informacja o podstawowych produktach, towarach, usługach .....</b>	<b>37</b>
<b>7. Informacje o zawartych umowach znaczących dla działalności Emitenta .....</b>	<b>46</b>
<b>8. Informacje o powiązaniach organizacyjnych lub kapitałowych emitenta z innymi podmiotami .....</b>	<b>46</b>
<b>9. Informacje o zawarciu przez emitenta lub jednostkę od niego zależną jednej lub wielu transakcji z podmiotami powiązanymi .....</b>	<b>49</b>
<b>10. Informacje o zaciągniętych i wypowiedzianych w danym roku obrotowym umowach dotyczących kredytów i pożyczek .....</b>	<b>50</b>
<b>11. Informacje o udzielonych w danym roku obrotowym pożyczkach, ze szczególnym uwzględnieniem pożyczek udzielonych jednostkom powiązanym emitenta .....</b>	<b>50</b>
<b>12. Informacje o udzielonych i otrzymanych w danym roku obrotowym poręczeniach i gwarancjach .....</b>	<b>51</b>
<b>13. Emisja papierów wartościowych w okresie objętym raportem .....</b>	<b>52</b>
<b>14. Stanowisko Zarządu odnośnie możliwości zrealizowania wcześniej publikowanych prognoz wyników na dany rok .....</b>	<b>52</b>
<b>15. Ocena, wraz z jej uzasadnieniem, dotycząca zarządzania zasobami finansowymi .....</b>	<b>52</b>
<b>16. Ocena możliwości realizacji zamierzeń inwestycyjnych.....</b>	<b>54</b>
<b>17. Charakterystyka zewnętrznych i wewnętrznych czynników istotnych dla rozwoju przedsiębiorstwa emitenta.....</b>	<b>55</b>
<b>18. Wskazanie skutków zmian w strukturze jednostki gospodarczej .....</b>	<b>55</b>

19. Zmiany w podstawowych zasadach zarządzania przedsiębiorstwem emitenta i jego Grupą Kapitałową .....	55
20. Wszelkie umowy zawarte między emitentem a osobami zarządzającymi, przewidujące rekompensatę .....	56
21. Wartość wynagrodzeń, nagród lub korzyści wypłaconych, należnych lub potencjalnie należnych dla osób zarządzających i nadzorujących emitenta.....	56
22. Łączna liczba i wartość nominalna wszystkich akcji emitenta oraz akcji i udziałów w jednostkach powiązanych emitenta, będących w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących .....	57
23. Informacje o znanych emitentowi umowach w wyniku których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji .....	58
24. Informacje o systemie kontroli programów akcji pracowniczych .....	58
25. Informacje o zawartych pomiędzy akcjonariuszami umowach ubezpieczenia, współpracy lub kooperacji.....	59
26. Informacje o biegłym rewidencie Spółki.....	59

## **Ogólna charakterystyka Spółki.**

Spółka Akcyjna „MONNARI TRADE” istnieje od 2000 r., ale historia marki MONNARI sięga 1998 roku, kiedy działalność była prowadzona w formie spółki cywilnej pod nazwą „MONNARI”.

„MONNARI TRADE” S.A. od 2000 roku stała się kontynuatorką działań „MONNARI” s.c., a od 1 stycznia 2001 roku przejęła całość jej działalności. Firma skoncentrowała się na stworzeniu własnych kompleksowych kolekcji, skierowanych głównie do kobiet powyżej 30 roku życia, w atrakcyjnym segmencie odzieży markowej.

W ciągu kilku lat Spółka zbudowała rozpoznawalną na rynku markę handlową, będącą synonimem najwyższej jakości, elegancji i stylu. Spółka rozwijała się dynamicznie do końca 2008 r. W kolejnych latach Spółka była zmuszona przeprowadzić restrukturyzację w formie postępowania upadłościowego, które zakończyło się zawarciem układu z wierzycielami.

Spółka obecnie prowadzi normalną działalność gospodarczą jednak w mniejszej skali działania niż przed kryzysem. Prowadzone od kilku lat działania restrukturyzacyjne przyniosły pierwsze efekty w roku obrotowym 2012 - Spółka znacząco zwiększyła przychody ze sprzedaży oraz powróciła do generowania zysków.

### **1. Zasady sporządzenia rocznego Sprawozdania finansowego.**

Opis przyjętych zasad (polityki) rachunkowości, w tym metod wyceny aktywów i pasywów, ustalenia przychodów, kosztów i wyniku finansowego oraz sposobu sporządzenia sprawozdania finansowego i danych porównywalnych został dokładnie opisany w punkcie 11 Wprowadzenia do Sprawozdania Finansowego za rok obrotowy 2012.

**2. Omówienie podstawowych wielkości ekonomiczno-finansowych ujawnionych w rocznym Sprawozdaniu Finansowym, w szczególności opis czynników i zdarzeń, w tym o nietypowym charakterze, mających znaczący wpływ na działalność emitenta i osiągnięte przez niego zyski lub poniesione straty w okresie 2012 roku a także omówienie perspektyw rozwoju działalności emitenta przynajmniej w najbliższym roku obrotowym.**

### **Ocena sytuacji na rynku odzieży i obuwia w Polsce.**

W okresie 2012 r. wystąpiły niekorzystne czynniki dla Emitenta z punktu widzenia rodzaju prowadzonej działalności - sprzedaży odzieży kobiecej w segmencie premium, jak także sezonowości sprzedaży. Do powyższych czynników należy zaliczyć spadek dynamiki PKB, osłabienie popytu wewnętrznego oraz negatywne nastroje wśród konsumentów, wysoki poziom bezrobocia oraz realny spadek cen odzieży i obuwia przy jednoczesnym spadku realnych wynagrodzeń.

Polska wyraźnie odczuwała w II półroczu ub.r. skutki światowego kryzysu gospodarczego oraz wkroczyła w fazę spowolnienia gospodarczego. Wg szacunku GUS w okresie IV kwartału 2012 roku wzrost PKB wyniósł tylko 0,7 %, a w okresie całego roku 2012 wskaźnik ten wyniósł 2,0%. Negatywne nastroje w gospodarce w 2012 r. były pogłębiane przez problemy fiskalne w strefie euro, niebezpieczne z ekonomicznego punktu widzenia dla całej gospodarki światowej.

Mimo tak negatywnie kształtujących się tendencji w otoczeniu ekonomicznym, polski wzrost gospodarczy nadal pozostawał jednym z najwyższych w Europie. Ekonomiści oceniają, iż tempo wzrostu PKB i spadek produkcji przemysłowej jeszcze nieznacznie pogłębią negatywne tendencje w pierwszej części 2013 r., ale jednocześnie można liczyć na stopniową poprawę poszczególnych parametrów gospodarki.

Niemniej jednak poważnym zagrożeniem dla działalności Spółka pozostaje największe od kilkunastu lat osłabienie popytu wewnętrznego. Świadczy o tym spadek sprzedaży detalicznej w grudniu ubiegłego roku o 2,5 proc. oraz wyraźna trwająca od sierpnia ubiegłego roku tendencja spadkowa sprzedaży detalicznej. Ogólny klimat wśród konsumentów był pod koniec 2012 roku dość pesymistyczny, o czym świadczą niskie poziomy bieżącego wskaźnika ufności konsumenckiej (BWUK), który wynosił - 31%, a wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK) ukształtował się na poziomie -40,5 %. Poziom rejestrowanego bezrobocia na koniec ubiegłego roku osiągnął 13,4%. Niekorzystnie ukształtowało się w okresie styczeń-grudzień 2012 r. przeciętne miesięczne wynagrodzenie w sektorze przedsiębiorstw, które w ujęciu realnym spadło o 0,2% (r/r).

Inflacja mierzona wskaźnikiem CPI w okresie całego 2012 r. wyniosła 3,7%. Rosły ceny w wielu obszarach gospodarki jednak w zakresie handlu odzieżą i obuwiem utrzymał się trend

przeciwny tj. spadek cen. Na koniec roku ceny odzieży i obuwia w stosunku do grudnia 2011 r. były na poziomie 95,3 %.

Z punktu widzenia Spółki (czynsze za najem w EUR oraz zakupy produktów w Azji w USD) korzystnie kształtował się od połowy roku umacniający się złoty polski. W skali roku kurs EUR spadł z poziomu 4.464 PLN (02.01.2012 r.) do 4.0882 PLN na koniec tego roku, co stanowi spadek o 8,4%. Podobna tendencja dotyczyła dolara, który na początku roku 2012 był wart 3.4454 PLN, a na koniec tego roku kosztował 3.0996 PLN, co oznacza spadek o 10 %.

#### **Podstawowe wielkości ekonomiczno-finansowe.**

Mimo trudnego otoczenia rynkowego po raz pierwszy od rozpoczęcia się kryzysu w 2009 r. oraz od upadłości Spółki, MONNARI w 2012 r. zwiększyła znacząco sprzedaż w stosunku do lat ubiegłych oraz zwiększyła marże na sprzedawanych towarach.

W okresie ubiegłego roku Spółka odnotowała **wzrost przychodów o 20 578 tys. zł**, co stanowi **wzrost o 18,5 %**, z osiągniętych 111 205 tys. zł w 2011 r. do **131 783 tys. zł** w 2012 r.

**Przychody w samym IV kwartale ub.r. wyniosły 42 892 tys. zł**, co stanowi **wzrost o 21,6 %** w stosunku do 35 263 tys. zł w IV kwartale 2011 r.

Należy przy tym zwrócić uwagę, iż koszty sprzedaży oraz ogólnego zarządu pozostały w zasadzie na porównywalnym poziomie, co w roku 2011 (wzrost o 3,4 %) co oznacza, że Spółce, przy zwiększonej znacznie przychodowości i marży brutto na sprzedaży, w znaczący sposób udało się utrzymać dyscyplinę kosztów i zwiększyć dochodowość.

Okres IV kwartału w branży odzieżowej tradycyjnie należy do najbardziej udanych okresów sprzedażowych. Dzięki sprzedaży odzieży wierzchniej w IV kwartale ub.r., jak również w wyniku przedsięwziętego popytu Spółka w pierwszej marży sprzedała znaczącą część kolekcji, co przełożyło się na łączny zysk ze sprzedaży 2012 r. w kwocie 9 044 tys. zł wobec straty -2 220 tys. zł w okresie porównywalnym. **Cały 2012 r. Spółka zakończyła z zyskiem netto na poziomie 8 233 tys. zł**, przy stracie w 2011 r. w wysokości – 4 986 tys. zł.

Należy podkreślić, iż w roku 2012 Spółka powróciła do efektywności działania jaka cechowała ją w okresie sprzed kryzysu. Świadczą o tym rosnące przychody ze sprzedaży realizowanych głównie poprzez własną sieć salonów (stabilizacja punktów sprzedaży przy umiarkowanym otwieraniu nowych salonów) oraz powrót do generowania zysków. Spółka zwiększyła marżę

brutto ze sprzedaży (zyskowności brutto sprzedaży) o 2,1 punkty procentowe – z poziomu 50,4 % w 2011 r. do 52,5 % w 2012 roku.

Efekty te uzyskano przede wszystkim poprawiając wymiar terminowości kolekcji (wprowadzenie do dystrybucji w okresie bardziej optymalnym wobec oczekiwań klientów), jej ceny detalicznej (dostosowanie do potrzeb i możliwości klientów w okresie niepewności gospodarczej) oraz renegocjując ceny zakupu towarów (niższe w porównaniu do okresów poprzednich).

Według oceny Zarządu cały poprzedni rok, a w szczególności IV kwartał 2012, należy ocenić pozytywnie, mimo trudnych uwarunkowań zewnętrznych związanych ze słabnącą gospodarką oraz wewnętrznych (wciąż trwająca restrukturyzacja). Wyniki I i III kwartału ub.r. były jeszcze niezadawalające, biorąc pod uwagę osiągnięcie straty netto, natomiast kwartały II i IV ub.r. przyniosły znaczną poprawę. Według oceny Zarządu, poprawa wyników sprzedażowych, marży na sprzedaży oraz wyniku netto jest rezultatem szeregu działań podjętych w Spółce, które są konsekwentnie realizowane od ponad dwóch lat.

Na osiągnięte wyniki w 2012 r. miały wpływ następujące czynniki:

- optymalizacja kosztów produkcji w Azji oraz w Polsce (szerszy zakres dostawców – Chiny, Turcja, Bangladesz, Indonezja, Indie oraz dużą grupą polskich producentów, którzy są obecnie coraz bardziej konkurencyjni w stosunku do producentów dalekowschodnich);
- restrukturyzacja centrów odpowiedzialnych za projektowanie, produkcję i import towarów oraz optymalizacja działań w wielu obszarach funkcjonowania przedsiębiorstwa;
- stabilizacja sieci sprzedaży (na koniec 2012 r. było 102 salony.);
- poprawa efektywności pracy personelu sprzedażowego;
- udane kolekcje w całym 2012 r.;
- poprawa wizerunku w wyniku skutecznych kampanii marketingowych.

#### **Perspektyw rozwoju działalności Emitenta w najbliższym roku obrotowym.**

Poniżej wskazano czynniki zewnętrzne i wewnętrzne, które mogą mieć istotny wpływ na perspektyw rozwoju Spółki i jej przyszłe wyniki przynajmniej w bieżącym roku obrotowym.

### **Sytuacja gospodarcza.**

Przeważająca część przychodów Emitenta jest osiągnięta na rynku krajowym i z tego względu jest uzależniona od czynników związanych z ogólną sytuacją makroekonomiczną Polski. Szczególne znaczenie dla Emitenta ma tempo wzrostu gospodarczego, stopa bezrobocia, siła nabywcza konsumentów oraz poziom inflacji. Rynek odzieżowy jest branżą cykliczną, która generuje największe zyski i obroty u szczytu koniunktury gospodarczej. Łagodne przejście polskiej gospodarki przez kolejne fale kryzysu mimo wszystko doprowadziło do osłabienia konsumpcji i odbiło się negatywnie na dynamice rynku odzieży i obuwia szczególnie w sektorze premium. Przewidywany dla Polski wzrost PKB w 2013 r. waha się w okolicach 2% , a nawet 1,5 %.

W fazie osłabienia koniunktury konsumenci łatwo rezygnują z zakupów odzieży i obuwia, co znajduje odzwierciedlenie w wynikach spółek z tego sektora.

Jednocześnie z przeprowadzonych badań zawartych w raporcie PMR "Handel detaliczny odzieżą i obuwiem w Polsce 2012. Analiza rynku i prognozy rozwoju na lata 2011-2014", wynika iż więcej firm ocenia obecną sytuacją rynkową jako raczej niekorzystną (38% vs. 21%), natomiast większość dużych firm jest przeciwnego zdania. W związku z tym, można z tego wyciągnąć wniosek, iż w sytuacji ograniczonych zasobów finansowych klienci wybierają znane marki, które gwarantują im ubrania zgodne z aktualnymi trendami w modzie oraz dobry stosunek jakości do ceny. Są to również firmy, których sklepy obecne są w najlepszych centrach handlowych cieszących się większym zainteresowaniem klientów niż te mniej prestiżowe. Duże firmy są również bardziej optymistyczne. W tą grupę firm wpisuje się działalność MONNARI.

### **Kształtowanie się złotego wobec walut USD i EUR.**

Działalność operacyjna „MONNARI TRADE” S.A. opiera się na korzystaniu z outsourcingu. Spółka zleca produkcję wyrobów markowych kontrahentom z Chin i innych krajów Azji południowo-wschodniej, gdzie koszty wytworzenia są nieporównywalnie niższe niż w Polsce. W związku z tym, duża część zakupów Emitenta nominowana jest w walucie USD, co może mieć znaczący wpływ na jego rentowność w przypadku istotnej zmiany kursu tej waluty w stosunku do PLN. Aby zminimalizować wpływ tego czynnika Emitent wypracował system



przedpłat na zakup towarów, a jednocześnie w 2012 r. Spółka zwiększyła też zakupy realizowane w Polsce.

Kondycja złotego w stosunku do walut USD i EUR będzie miała istotny wpływ w 2013 r. na koszty generowane przez Spółkę przy zakupie towarów oraz w rozliczeniach czynszów najmu w centrach handlowych.

### **Sieć salonów Spółki w centrach handlowych.**

Trwające do 8 listopada 2010 roku postępowanie upadłościowe Spółki wpłynęło na wypowiedzenie znacznej ilości umów najmu oraz ograniczenie przez Emitenta sieci salonów do 98 w roku 2011, a w 2012 r. do 102.

Kontynuowany proces mający na celu odbudowanie wizerunku i potencjału Emitenta uzależniony jest od skutków negocjacji z centrami handlowymi, prowadzonych w celu utrzymania sieci salonów w najlepszych lokalizacjach i/lub uruchamianie kolejnych. Z uwagi na fakt, iż rentowność salonów Emitenta w dużej mierze zależy od ich lokalizacji, zdolność do utrzymania lokali stanowi istotny czynnik wpływający na perspektywy rozwoju Emitenta.

Biorąc pod uwagę aktualną kondycję ekonomiczną Spółki można powiedzieć, że w zakresie punktów sprzedaży w centrach handlowych sytuacja jest ustabilizowana. Emitent nie widzi zagrożenia w utracie istotnej liczby salonów. Jednocześnie strategia Spółki zakłada wyważony rozwój sieci salonów nie większy niż przyrost 10 salonów rocznie.

### **Produkcja.**

Spółka realizuje politykę zlecania znacznej części produkcji odzieży do państw charakteryzujących się niższymi kosztami produkcji, przede wszystkim w Chinach. W tym zakresie kooperuje z kilkudziesięcioma partnerami w przedmiocie realizacji, na zlecenie Spółki, procesu produkcyjnego odzieży pod marką MONNARI.

Spółka z uwagą obserwuje rosnące od kilku lat koszty produkcji w Chinach. Powodem tej sytuacji jest inflacja, wzrastająca społeczna presja na płace oraz wzrastający kurs juana w stosunku do USD. Jednocześnie chińskie fabryki zaczynają odczuwać brak pracowników sezonowych, co odbija się na terminowości dostaw do Europy. Przyrost ludności w Chinach powoli, ale nieustannie maleje, jednocześnie rozwijająca się chińska gospodarka potrzebuje coraz więcej ludzi do pracy kierując moce wytwórcze w coraz większym wymiarze na

zaspokojenie popytu wewnętrznego. Należy przy tym zaznaczyć, że mimo wzrostu kosztów produkcji w Chinach są one dużo mniejsze niż w Europie, a jakość i stopień wyspecjalizowania dużo wyższy niż w innych krajach tego regionu.

Średnia cena kupowanych przez Spółkę towarów w 2012 roku w stosunku do 2011 r. dzięki negocjacjom oraz dywersyfikacji źródeł nabycia nie tylko nie wzrosła, ale istotnie została zoptymalizowana.

Spółka aktualnie składa zlecenia na produkcję na przyszły rok i na tej podstawie można stwierdzić, że w następnych okresach koszty produkcji będą na podobnym poziomie jak w roku 2012 lub niższym. Obserwując spadek kosztów produkcji w Polsce, udział zleceń realizowanych w kraju stale rośnie, co wpływa na skrócenie cyklu produkcyjnego i daje więcej możliwości reagowania na potrzeby rynku np. doszycia określonego dobrze sprzedającego się asortymentu.

Czynnikiem, który bezpośrednio i w sposób znaczący wpływa na koszty produkcji Spółki jest kurs złotego w stosunku do USD i EUR. W krótkim i średnim terminie aprecjacja złotego w stosunku do tych walut może łagodzić wzrost kosztów produkcji na dalekim wschodzie.

### **Zlecenie produkcji oraz jej kontrola.**

Wdrożona w 2012 r. wewnętrzna reorganizacja działów zajmujących się w Spółce przygotowaniem i nadzorem nad produkcją wyrobów przynosi konkretne efekty dla działalności Spółki.

Przyjęte przez Zarząd cele, które stale będą doskonalone to skrócenie okresu przygotowania produkcji oraz lepsze planowanie struktury asortymentowej, jakościowej i cenowej oferowanej kolekcji.

Skrócenie okresu przygotowania produkcji jest możliwe dzięki wprowadzeniu dedykowanego systemu informatycznego wspierającego zarządzanie przygotowaniem kolekcji.

Lepsze planowanie struktury asortymentowej jest także możliwe dzięki wprowadzeniu wielopłaszczyznowej analizy sprzedaży opartej na wykorzystaniu cech jakościowych przypisanych do poszczególnych produktów. Pozwala to na eliminowanie produktów, które charakteryzują się statystycznie ryzykiem nietrafienia.

Pierwsze ekonomiczne efekty powyższych działań były odczuwalne w 2012 roku, przy czym Spółka oczekuje, że będą wzrastać w kolejnych okresach.

### **Reorganizacja struktury organizacyjnej.**

Emitent od końca 2009 roku działa w znacznie mniejszej skali (obecnie tj. na koniec 2012 r. 102 salony) oraz dodatkowo w innej sytuacji gospodarczej. W związku z tym, Spółka dostosowała wewnętrzną strukturę organizacyjną do bieżącej sytuacji (na przełomie 2009 roku i 2010 roku znaczący spadek zatrudnienia). Przy założeniu stabilnego wzrostu sieci sprzedaży, Emitent przewiduje wzrost zatrudnienia pracowników zatrudnionych w salonach oraz wzmocnienie działów produktowych, których skład po ustabilizowaniu się sytuacji Spółki należy poszerzyć.

Spółka realizuje od ubiegłego roku proces optymalizacji zatrudnienia w MONNARI TRADE S.A. polegający na decentralizacji zatrudnienia poprzez spółki zależne dedykowane do określonego salonu lub zadań.

Przeciętne zatrudnienie w 2012 r. pozostało na podobnym poziomie, jak w roku 2011.

#### ***Przeciętne zatrudnienie***

<b>Wyszczególnienie</b>	<b><i>31.12.2012</i></b>	<b><i>31.12.2011</i></b>
Emitent	383	659
Spółki zależne	309	54
<b>RAZEM GRUPA</b>	<b>692</b>	<b>713</b>

Największą grupę pracowników stanowią osoby zatrudnione w salonach Monnari – jest to ok. 88% ogółu zatrudnionych osób w Grupie Kapitałowej. Wskaźnik fluktuacji pracowników w 2012 r. był na dość wysokim poziomie i wyniósł ok. 0,40. Zarząd Spółki będzie dążył w roku bieżącym do zmniejszenia rotacji pracowników. W związku z czym, w odniesieniu do pracowników sieci salonów wprowadzono Regulamin Premiowania Prowizyjnego – gdzie w zależności od wysokości osiągniętego obrotu każdy salon ma wypłacaną premię. Spółka wdrożyła też konkursy dla sklepów, aby zwiększyć efektywność pracy personelu.

W 2013 r. ten obszar działania Spółki będzie wymagał dalszej reorganizacji, której celem jest zwiększenie generowanych przez salony przychodów ze sprzedaży.

### **Warunki pogodowe.**

Brak odpowiednich warunków atmosferycznych, np. obserwowana w bieżącym roku bardzo późna wiosna, może zmniejszyć skłonność do zakupów odzieży z nowej kolekcji, co oddziałuje na długość trwania sezonu sprzedaży oraz może powodować, że potencjalni klienci zrealizują niższe zakupy.

### **Terminowość realizacji zamówień przez dostawców kolekcji letniej i jesienno-zimowej 2013 r.**

Proces zlecanej przez Spółkę produkcji jest stosunkowo długi, od momentu zaprojektowania kolekcji do chwili zaopatrzenia sklepów w towary trwa od sześciu do ośmiu miesięcy. Na wydłużenie tego procesu mogą wpływać opóźnienia w realizacji dostaw, co może mieć znaczący wpływ na wyniki sprzedaży, głównie przez skrócenie czasu dysponowania przez salony produktami z aktualnej kolekcji. Brak bieżącej kolekcji na początku sezonu wiąże się ze wzrostem trudno zbywalnych zapasów, których redukcja następuje w okresie wyprzedaży, jednak z dużym znaczeniem na realizowany poziom marży.

Emitent dywersyfikuje dostawców towarów oraz monitoruje czas dostawy poszczególnych kolekcji tak, aby produkty trafiające do salonów były zgodne z zapotrzebowaniem sezonowym oraz nawykami konsumentów. Zwiększenie wolumenu zakupów w Polsce eliminuje częściowo powyższe ryzyko.

### **Przyjęcie przez klientów kolekcji MONNARI na nowe sezony wiosenny, letni, jesienny i zimowy 2013 r.**

Prawidłowa sprzedaż odzieży determinowana jest przez trendy mody i konieczność dopasowania aktualnych kolekcji do obowiązujących w danym sezonie tendencji, jak także pogodzenia ich z gustami klientek. Sprzedaż produktów MONNARI jest wspomagana aktywną promocją i marketingiem.

### **3. Opis podstawowych zagrożeń i ryzyk związanych z pozostałymi miesiącami roku.**

#### **Ryzyko związane z procesem produkcji i terminowością dostaw.**

W działalności Spółki, zwłaszcza z uwagi na zlecenie produkcji poza Polskę, pojawia się ryzyko wydłużenia procesu produkcyjnego. Proces produkcji jest stosunkowo długi, od momentu zaprojektowania kolekcji do chwili zaopatrzenia sklepów w towary, mija od sześciu do ośmiu miesięcy. Na wydłużenie tego procesu mogą wpływać opóźnienia w realizacji dostaw, co może mieć znaczący wpływ na wyniki sprzedaży, głównie poprzez skrócenie czasu dysponowania przez salony produktami z aktualnej kolekcji. Brak bieżącej kolekcji na początku sezonu wiąże się ze wzrostem trudno zbywalnych zapasów, których redukcja następuje w okresie wyprzedaży, jednak z dużym negatywnym wpływem na realizowany poziom marży. Aby zapobiec tym opóźnieniom, Spółka stosuje odpowiednie wyprzedzenie w procesie projektowania, zlecenia produkcji określonego asortymentu oraz współpracy z długoletnimi partnerami.

„MONNARI TRADE” S.A. systematycznie pracuje również nad pozyskiwaniem nowych dostawców oraz są skutecznie negocjowane ceny produkcji. Jednocześnie Spółka zwiększa udział produkcji u dostawców z Polski. Jest to możliwe dzięki spadkowi cen krajowych spowodowanemu przez drugą falę kryzysu ekonomicznego w Europie, która znacznie zmniejszyła zlecenia klientów z Europy Zachodniej. Dzięki temu skracany jest również cykl produkcji, co pozwala na późniejsze podejmowanie decyzji, a w konsekwencji lepsze dopasowanie wielkości i struktury produktu do występującego na rynku popytu. Taka zmiana geograficznej struktury produkcji umożliwia również wprowadzanie mechanizmów pozwalających na szybkie produkowanie kolejnych partii produktów o szybkiej rotacji.

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

Działalność Spółki, podobnie jak innych podmiotów działających w branży odzieżowej, charakteryzuje się znaczną sezonowością popytu. Uczestnicy rynku osiągają najwyższe wyniki sprzedaży w sezonie wiosennym i jesiennym. Zjawisko to ma wpływ na wyniki finansowe osiągnięte przez Spółkę w poszczególnych kwartałach. Sezonowość ma również wpływ na okresowe znaczne zwiększenie zapotrzebowania na kapitał obrotowy, co obliguje Spółkę do

przywiązywania szczególnej uwagi do efektywności procesów logistycznych, których celem jest maksymalne skrócenie terminów dostaw gotowych produktów do salonów.

Przychody ze sprzedaży Spółki wykazują zmienność w ciągu roku. Jest to związane przede wszystkim z sezonowością branży odzieżowej, zależnej od trendów mody i zmieniających się warunków pogodowych. Nasilenie popytu i sprzedaży następuje zwykle na początku zmieniających się pór roku, co zbiega się z wprowadzaniem nowych kolekcji. Cykl projektowania, produkcji i sprzedaży skupia się na dwóch głównych sezonach: wiosna – lato i jesień – zima. Przy czym, Spółka od ubiegłego roku wprowadziła podział na cztery odrębne sezony, co z pewnością przyczyniło się w 2012 r. do zwiększenia obrotów salonów. Czynnikiem wpływającym na wzrost sprzedaży są okresowe wyprzedaże, co zauważalne jest w poziomie generowanych przychodów w miesiącach na przełomie sezonów. Wyprzedaże wpływające na wzrost poziomu przychodów oraz zmniejszenie stanów magazynowych mają również przełożenie na wysokość realizowanych marż.

Na wyniki sprzedaży w poszczególnych miesiącach ma też wpływ różnorodność kolekcji (liczba modeli i ich wersji np. kolorystycznych) oraz ceny poszczególnych asortymentów. Sezon jesienno-zimowy cechuje większa sprzedaż odzieży wierzchniej (płaszczy, kurtek) relatywnie droższej od okryć wiosenno-letnich. Stąd wartość sprzedaży w sezonie jesienno-zimowym jest zwykle wyższa, niż w sezonie wiosenno-letnim.

#### **Ryzyko związane ze zmianami w trendach mody.**

Branża odzieżowa jest silnie skorelowana ze zmianami trendów mody. Jednym z podstawowych warunków sprzedawalności poszczególnych kolekcji jest dopasowanie asortymentu do aktualnych preferencji odbiorców. Rozminięcie się z gustami klientów stwarza ryzyko powstania zapasów trudno zbywalnych. Ryzyko to jest w znacznym stopniu eliminowane przez Spółkę dzięki outletom (sklepów sprzedających końcówki serii), które wyprzedają zapasy towarów. Ponadto, Spółka posiada profesjonalny zespół, który zajmuje się przygotowaniem kolekcji na nadchodzące sezony w oparciu o sprawdzone źródła wiedzy o obowiązujących trendach w modzie.

**Ryzyko związane z warunkami pogodowymi.**

W krótkim horyzoncie czasowym negatywny lub pozytywny rozkład warunków pogodowych może wpływać na wielkość sprzedaży, a co za tym idzie na poziom marż Spółki. Jednak w długim okresie czasu czynniki pogodowe i klimatyczne nie wpływają na rozwój Spółki. „MONNARI TRADE” S.A. ogranicza wpływ tego ryzyka opierając swoją ofertę o modele dostosowane do dominujących w klimacie europejskim warunków pogodowych (nieskrajnych), a także poprzez sprzedaż końcówek kolekcji za pośrednictwem outletów.

**Ryzyko związane z utratą kontraktów handlowych w szczególności w zakresie umów z centrami handlowymi oraz dostawcami towarów handlowych.**

Fakt ogłoszenia upadłości w 2009 r. osłabił pozycję rynkową Spółki, co miało bezpośrednie przełożenie na współpracę z centrami handlowymi i zagrożenie wypowiedzenia umów na powierzchnie handlowe. Prowadzone rozmowy z dyrekcjami centrów handlowych, realizacja założeń układowych oraz powrót Spółki do generowania zysków minimalizują to ryzyko i wpływają na odbudowanie wizerunku rzetelnego i wiarygodnego partnera handlowego i płatnika.

**Ryzyko związane z wykonywaniem obowiązków związanych z ochroną bazy danych osobowych klientów.**

Spółkę obciąża ryzyko połączone z wykonywaniem obowiązków związanych z ochroną bazy danych osobowych klientów, udostępnianych za zgodą klientów posiadających kartę stałego klienta. Ryzyko wiąże się z potencjalną możliwością wszczęcia postępowań przeciwko Członkom Zarządu Spółki oraz ewentualnego ponoszenia roszczeń odszkodowawczych przez osoby, których dane osobowe zostały zamieszczone w bazie danych. Zarząd Spółki podjął stosowne działania mające na celu zapewnienie bezpieczeństwa przechowywanych danych.

**Ryzyko wzrostu kosztów wytworzenia u dostawców.**

Spółka w znacznej mierze współpracuje z producentami odzieży z krajów charakteryzujących się niższymi kosztami produkcji, w tym przede wszystkim w Chinach i innych krajach Azji. Pozostała produkcja jest realizowana w Polsce. W chwili obecnej Spółka prowadzi współpracę z kilkudziesięcioma partnerami realizującymi na zlecenie Spółki produkcję odzieży pod marką



MONNARI, co minimalizuje ryzyko jednoczesnego wzrostu cen u wszystkich dostawców. Zlecanie zamówień zewnętrznym dostawcom, bez konieczności utrzymywania zaplecza technicznego, pozwala Spółce osiągnąć wyższą marżę handlową oraz ograniczyć koszty stałe, a tym samym poprawiać efektywność sprzedaży, która ostatecznie wpływa również na wzrost wyniku finansowego Spółki.

Ponadto, Spółka wnikliwie obserwuje zmiany regulacji prawnych dotyczących opodatkowania przedsiębiorców na terenie Chińskiej Republiki Ludowej, co pozwala na dodatkowe negocjacje cen zakupu usług i towarów.

#### **Ryzyko utraty wykwalifikowanego personelu.**

Jednym z kluczowych czynników przedsiębiorstwa posiadającego sieć sprzedaży detalicznej odzieży markowej jest posiadanie kadry personelu o odpowiednich predyspozycjach.

Sprzedawcy zatrudnieni w salonach to osoby posiadające odpowiednie kwalifikacje zawodowe oraz umiejętności interpersonalne. Dzięki temu wzajemny kontakt pomiędzy kupującym a sprzedającym jest łatwiejszy, bliższy i prowadzony w sposób profesjonalny, co umożliwia nawiązanie stałej i długoterminowej relacji. Zarząd spółki będzie dążył do zmniejszenia rotacji pracowników salonów firmowych.

#### **Ryzyko związane z uchYLENIEM UKŁADU.**

W dniu 30 października 2010 r. uprawomocniło się postanowienie z dnia 22 października 2010 r. Sądu Rejonowego dla Łodzi Śródmieścia w Łodzi XIV Wydział Gospodarczy dla spraw Upadłościowych i Naprawczych w przedmiocie zatwierdzenia układu zawartego na Zgromadzeniu Wierzycieli w dniu 29 września 2010 r. (sygn.akt XIV GUp 19/09).

Zgodnie z postanowieniami art. 302 § 1 Ustawy z dnia 28 lutego 2003 r. Prawo Upadłościowe i Naprawcze układ może zostać uchylony przez sąd na wniosek wierzyciela lub upadłego albo osoby, która z mocy układu uprawniona jest do wykonywania lub nadzorowania wykonania układu, jeżeli upadły nie wykonuje postanowień układu albo oczywiste jest, że układ nie będzie wykonany. Uchylenie układu z innych niż określone w art. 302 § 1 Prawa Upadłościowego i Naprawczego jest niedopuszczalne (art. 302 § 2 Prawa Upadłościowego i Naprawczego).



Zgodnie z art. 304 § 1 Prawa Upadłościowego i Naprawczego, sąd uchylając układ, otwiera zakończone postępowanie i zmienia sposób prowadzenia postępowania z postępowania z możliwością zawarcia układu na postępowanie obejmujące likwidację majątku upadłego i ustanawia sędziego komisarza oraz syndyka albo umarza postępowanie. Otwarcie postępowania rodzi takie same skutki jak ogłoszenie upadłości, a w postępowaniu mogą uczestniczyć także wierzyciele, których wierzytelności powstały po ogłoszeniu upadłości (art. 304 § 2 Prawa Upadłościowego i Naprawczego).

Na dzień przekazania niniejszego Sprawozdania postanowienia układowe są wykonane w 61%. W ocenie Emitenta wobec wykonania układu w znaczącej części oraz posiadania przez Spółkę zasobów służących dalszemu wykonaniu układu wobec wierzycieli dotychczas niezaspokojonych, nie zachodzą podstawy do uchylenia układu w oparciu o przepisy art. 302 Prawa Upadłościowego i Naprawczego.

#### **Ryzyko związane z aktualną sytuacją gospodarczą Polski.**

Przeważająca część przychodów Spółki jest osiągnięta na rynku krajowym i z tego względu jest uzależniona od czynników związanych z ogólną sytuacją makroekonomiczną Polski. Szczególne znaczenie dla „MONNARI TRADE” S.A. ma tempo wzrostu gospodarczego, stopa bezrobocia, siła nabywcza konsumentów oraz poziom inflacji.

Ekonomiści przewidują, iż bieżący rok dla polskiej gospodarki będzie trudny. Nie można liczyć na dynamiczny rozwój, ponieważ prognozowany wzrost PKB waha się w okolicach 2%, a nawet 1,5 %. Przy takim tempie rozwoju prawdopodobnie nadal będzie postępował wzrost bezrobocia. Zagrożeniem pozostaje także sytuacja, w której mimo wzrostu produkcji będzie jednoczesny wyraźny spadek krajowego popytu, spowodowany poczuciem ogólnego zagrożenia m.in. utratą pracy oraz spadkiem dynamiki wzrostu wynagrodzeń. Nastroje w polskiej gospodarce nadal będą kształtowane przez sytuację krajów strefy EURO i realizacją przez kraje południa Europy planów naprawczych. Potencjałem polskiej gospodarki wciąż pozostają spore rezerwy wzrostu wydajności pracy, oraz uruchomienie planów rozwojowych przez działające firmy.

Niekorzystna sytuacja rynkowa może wpłynąć negatywnie na sprzedaż realizowaną przez Spółkę.

### **Ryzyko kursu walutowego.**

Działalność operacyjna Spółki opiera się na korzystaniu z outsourcingu produkcji towarów. Spółka zleca produkcję markowych wyrobów kontrahentom z Azji. W związku z tym, duża część zakupów Spółki nominowana jest w walucie USD, co może mieć znaczący wpływ na jej rentowność w przypadku wzmacniania się tej waluty w stosunku do PLN.

Emitent narażony jest również na ryzyko walutowe związane z wahaniami kursu waluty EUR, w związku z rozliczeniem kosztów najmu lokali w centrach handlowych.

Ryzyko zmiany kursu USD jest częściowo minimalizowane przez wcześniejsze zakupy kolekcji po określonej cenie wynikającej ze stosowanego przez producentów systemu przedpłat. Jednocześnie wolumen zakupów płaconych w EUR ciągle maleje, zmniejszając ryzyko zakupów w tej walucie, głównie z uwagi na zmianę kanału dostaw dodatków i półfabrykatów do produkcji kolekcji z firm pochodzących z krajów Unii Europejskiej na producentów z krajów azjatyckich a także krajowych. Zmniejszenie liczby salonów, których czynsze są denominowane w EUR również ma znaczenie na ograniczenie wpływu ryzyka walutowego na poziom kosztów stałych sprzedaży.

Spółka, z uwagi na potrzebę angażowania wolnych środków z finansowanie zakupu kolekcji odzieży z znaczącej części przed sezonem sprzedaży, nie korzysta z instrumentów zabezpieczających ryzyko kursowe oferowanych przez instytucje finansowe.

### **Ryzyko wzrostu konkurencji ze strony zagranicznych producentów odzieży.**

Polski rynek odzieży jest bardzo atrakcyjny dla potencjalnych konkurentów z zagranicy. Obecna sytuacja w Polsce i na świecie w branży odzieżowej powoduje, że zagraniczne firmy nie znajdujące wystarczającego rynku zbytu w rodzinnych krajach rozpoczynają poszukiwanie kanałów dystrybucji na innych rynkach. Załamanie gospodarki spowodowało, że polskie firmy w dużej mierze ograniczyły rozwój organiczny poprzez rozbudowę sieci sprzedaży, a w większości przypadków zmniejszyły dotychczas posiadaną liczbę salonów. Taka sytuacja może sprzyjać przejściom słabszych firm i konsolidacji rynku odzieżowego, jak również wejściu kolejnych marek zagranicznych, z uwagi na łatwiejsze pozyskanie powierzchni sprzedażowych w centrach handlowych.

#### **Ryzyko zmiany przepisów celnych i podatkowych.**

Przepisy celne i podatkowe mają duże znaczenie dla funkcjonowania Spółki. Zmiany w tym zakresie mogą wpływać w istotny sposób na warunki działania Spółki. Emitent prowadzi zakupy importowe odzieży, przy czym aktualnie większość importu pochodzi z Chin. Wprowadzenie limitów importowych oraz ceł zaporowych może w przyszłości wpłynąć na wynik finansowy Spółki poprzez obniżenie realizowanych marż. Jednakże zmiany warunków w tym zakresie będą miały wpływ na wszystkie podmioty gospodarcze w tej branży funkcjonujące na rynku.

#### **4. Dobre Praktyki.**

Niniejsze Oświadczenie stanowi wyodrębnioną część Sprawozdania Zarządu z działalności Spółki „MONNARI TRADE” S.A. w okresie od 01.01.2012 r. do 31.12.2012 r.

##### **a) Wskazanie zbioru zasad ładu korporacyjnego, któremu podlega emitent, oraz miejsca, gdzie tekst zbioru zasad jest publicznie dostępny.**

W 2012 roku, Spółka „MONNARI TRADE” S.A., jak również jej organy stosowały się do zbioru zasad „Dobrych Praktyk Spółek Notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych” („DPSN”), obowiązującego na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.

Powyższy Kodeks dostępny jest na stronie internetowej poświęconej łaadowi korporacyjnemu na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie - [www.corp-gov.gpw.pl](http://www.corp-gov.gpw.pl) oraz na korporacyjnej stronie internetowej „MONNARI TRADE” S.A. [www.monnaritrade.com](http://www.monnaritrade.com) w zakładce Ład Korporacyjny.

Przy czym, Rada Nadzorcza Giełdy Papierów Wartościowych w dniu 21 listopada 2012 r. w drodze uchwały przyjęła zmiany w zakresie „DPSN” polegające m.in. na wskazaniu stosowania przez spółki zapisu przebiegu obrad walnego zgromadzenia w formie audio lub video.

Spółka „MONNARI TRADE” S.A. posiada korporacyjną stronę internetową, o zakresie i sposobie prezentacji wzorowanym na modelowym serwisie relacji inwestorskich, zalecanym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie oraz dokłada starań, aby były na niej umieszczane na bieżąco wszystkie istotne informacje z działalności Spółki i jej Grupy Kapitałowej.

*Sprawozdanie Zarządu z działalności „MONNARI TRADE” S.A.  
za okres od 1 stycznia 2012 r. do 31 grudnia 2012 r.*

Spółka odpowiada na zapytania i uwagi zgłaszane przez szeroko rozumianych interesariuszy Spółki.

Z uwagi na działania restrukturyzacyjne oraz konieczność radykalnej redukcji kosztów Spółka w 2012 nie transmitowała obrad walnego zgromadzenia z wykorzystaniem sieci Internet oraz nie stosowała dwustronnej komunikacji w czasie rzeczywistym, w ramach której akcjonariusze mogli wypowiadać się w toku obrad walnego zgromadzenia przebywając w miejscu innym niż miejsce obrad, oraz Spółka nie umożliwiła w drodze elektronicznej wykonywania osobiście lub przez pełnomocnika prawa głosu w toku walnego zgromadzenia. Stosowanie przez Spółkę w/w zasady w chwili obecnej nie jest możliwe ze względu na aktualnie obowiązujące postanowienia Statutu Spółki. Statut Spółki „MONNARI TRADE” S.A. w jego obowiązującym brzmieniu nie przewiduje z takiej możliwości, zatem realizacja omawianej zasady wymagałaby w pierwszej kolejności zmiany tego dokumentu. Spółka nie wyklucza stosowania zasady w przyszłości.

Spółka nie posiada sformalizowanej polityki wynagrodzeń oraz zasad jej ustalania. Zarząd będzie zmierzał do uporządkowania tego obszaru.

W okresie 2012 r. nie miało miejsca odwołanie walnego zgromadzenia lub zmiana jego terminu. Według opinii Zarządu, Spółka w żaden sposób nie uniemożliwiła lub nie ograniczała akcjonariuszom wykonywania prawa do uczestnictwa w walnym zgromadzeniu. Poza tym, Spółka przestrzega, aby żaden z akcjonariuszy nie był uprzywilejowany w stosunku do pozostałych akcjonariuszy w zakresie transakcji i umów zawieranych przez spółkę z akcjonariuszami lub podmiotami z nimi powiązanymi.

Spółka posiada jednoosobowy Zarząd, a w Radzie Nadzorczej zasiada jedna kobieta. Jednocześnie w Spółce kobiety stanowią 96,16 % ogółu zatrudnionych, w tym panie pełnią w większości funkcje dyrektorskie i kierownicze.

Spółka wspierała w 2012 roku działania charytatywne PCK i UNICEF, które zostały opisane w pkt 6 niniejszego Sprawozdania.

**b) W 2012 roku Spółka stosowała wszystkie obligatoryjne zasady ładu korporacyjnego zawarte w kodeksie „DPSN” za wyjątkiem:**

*Zasada nr II pkt. 2*

„Spółka zapewnia funkcjonowanie swojej strony internetowej również w języku angielskim, przynajmniej w zakresie wskazanym w części II. pkt 1.”

Spółka stosowała powyższą zasadę do końca 2009 r., jednak ze względu na trudną sytuację finansową w latach 2010-2011 oraz ograniczoną liczbę pracowników, a także brak większego zainteresowania ze strony zagranicznych inwestorów, Spółka tej zasady nie zastosowała w 2012 r. Spółka zamierza kontynuować prowadzenie anglojęzycznej strony korporacyjnej, jednak ze względu na koszty bieżącego prowadzenia strony w języku angielskim decyzja ta jest odsunięta w czasie.

*Zasada nr III pkt. 6*

„Przynajmniej dwóch członków rady nadzorczej powinno spełniać kryteria niezależności od spółki i podmiotów pozostających w istotnym powiązaniu ze spółką. W zakresie kryteriów niezależności członków rady nadzorczej powinien być stosowany Załącznik II do *Zalecenia Komisji Europejskiej z dnia 15 lutego 2005 r. dotyczącego roli dyrektorów niewykonawczych lub będących członkami rady nadzorczej spółek giełdowych i komisji rady (nadzorczej)*.”

Niezależnie od postanowień pkt b) wyżej wymienionego Załącznika osoba będąca pracownikiem spółki, podmiotu zależnego lub podmiotu stowarzyszonego nie może być uznana za spełniającą kryteria niezależności, o których mowa w tym Załączniku. Ponadto, za powiązanie z akcjonariuszem wykluczające przymiot niezależności członka rady nadzorczej w rozumieniu niniejszej zasady rozumie się rzeczywiste i istotne powiązanie z akcjonariuszem mającym prawo do wykonywania 5 % i więcej ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu.”

W wyniku zmian w Radzie Nadzorczej Spółki dokonanych przez Zwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki w dniu 30 czerwca 2011 r., w składzie tego organu jest tylko jeden niezależny Członek Rady według kryteriów wskazanych w powyższej zasadzie Dobrych Praktyk. Kwestia ewentualnego poszerzenia składu Rady Nadzorczej pozostaje do decyzji Walnego Zgromadzenia Spółki.

**c) Opis głównych cech stosowanych w przedsiębiorstwie emitenta systemów kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem w odniesieniu do procesu sporządzania sprawozdań finansowych i skonsolidowanych sprawozdań finansowych.**

Proces sporządzania sprawozdań finansowych podlega w Spółce kontroli wewnętrznej polegającej na:

- weryfikacji stosowania jednolitej polityki rachunkowości przez Spółkę w zakresie ujęcia,
- wyceny i ujawnień zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej (MSSF),
- stosowaniu procedur dot. ewidencji księgowej oraz kontrolę ich przestrzegania,
- przeglądzie przez niezależnego audytora publikowanych sprawozdań finansowych za I półrocze roku obrotowego oraz badanie rocznych sprawozdań finansowych,
- procedurze autoryzacji i opiniowania sprawozdań finansowych przed publikacją,
- do czasu opublikowania sprawozdania finansowe udostępniane są wyłącznie osobom uczestniczącym w procesie ich przygotowania, weryfikacji i zatwierdzenia.

Ewidencja zdarzeń gospodarczych w MONNARI TRADE S.A. prowadzona jest w zintegrowanym systemie klasy ERP, którego konfiguracja jest zgodna z przyjętą w Spółce polityką rachunkowości. Według oceny Zarządu system ten jest funkcjonalny, pozwala na kontrolę zawieranych transakcji oraz zapewnia bezpieczeństwo przed nieuprawnionym dostępem do danych w nim zawartych.

Spółka obecnie formalizuje i wdraża procedury niezależnej i obiektywnej oceny systemów zarządzania ryzykiem i kontroli wewnętrznej. Szczególnej kontroli wewnętrznej został poddany obszar zakupów towarów służących do tworzenia kolekcji. Monitoring czasu wykonania zleceń jest kontrolowany przez dedykowanych pracowników w miejscach produkcji zleconych kolekcji.

Część obszarów działania Emitenta wymaga wprowadzenia dodatkowych uregulowań i stworzenia awaryjnych sposobów działania.

**d) Wskazanie akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio znaczne pakiety akcji wraz ze wskazaniem liczby posiadanych przez te podmioty akcji, ich procentowego udziału w kapitale zakładowym, liczby głosów z nich wynikających i ich procentowego udziału w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu.**

Lista akcjonariuszy posiadających powyżej 5 % w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu „MONNARI TRADE” S.A. na dzień sporządzenia niniejszego Sprawozdania za 2012, tj. 31 grudnia 2012 r. oraz na dzień jego publikacji, prezentują poniższa tabela.

Akcjonariusz	Liczba akcji [w szt.]	Udział w kapitale zakładowym Emitenta [%]	Liczba głosów	Udział w głosach na WZ Emitenta [%]
Mirosław Misztal	7 987 000	25,76	9.187.000	24,44
Fair sp. z o.o.	2.533.000	8,17	5.066.000	13,48
MW Inwestycja Sp. z o.o.	2.500.000	8,06	2.500.000	6,65
Jakub Banasiak	2.000.000	6,45	4.000.000	10,64

Obecnie kapitał zakładowy Spółki dzieli się na 31 010 073 akcje, które dają 37 588 829 głosów na Walnym Zgromadzeniu.

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

Ze wszystkich emisji przeprowadzonych przez Spółkę tylko akcje serii A II-ej emisji są akcjami uprzywilejowanymi co do prawa głosu. Uprzywilejowanie akcji polega na tym, że na każdą akcję przysługują 2 głosy na Walnym Zgromadzeniu.

Listę akcjonariuszy posiadających specjalne uprawnienia na dzień 31.12.2012 r. oraz na dzień publikacji niniejszego Sprawozdania zawiera poniższa tabela:

Akcjonariusz	Liczba akcji uprzywilejowanych [w szt.]	Liczba głosów
Mirosław Misztal	1 200 000	2 400 000
Fair sp. z o.o.	2 533 000	5 066 000
Jakub Banasiak	2.000.000	4.000.000
Agata Jóźwiak	845 756	1 691 512

- f) Wskazanie wszelkich ograniczeń odnośnie do wykonywania prawa głosu, takich jak ograniczenie wykonywania prawa głosu przez posiadaczy określonej części lub liczby głosów, ograniczenia czasowe dotyczące wykonywania prawa głosu lub zapisy, zgodnie z którymi, przy współpracy spółki, prawa kapitałowe związane z papierami wartościowymi są oddzielone od posiadania papierów wartościowych.

W dokumentach statutowych Spółki nie ma zapisów ograniczających wykonywanie prawa głosu, ani w odniesieniu do określonej części lub liczby głosów, ani ograniczeń czasowych. Nie występują również zapisy oddzielające prawa kapitałowe związane z papierami wartościowymi od posiadania papierów wartościowych.

- g) Wskazanie wszelkich ograniczeń dotyczących przenoszenia prawa własności papierów wartościowych emitenta.

W dokumentach statutowych Spółki brak jest zapisów ograniczających przenoszenie prawa własności papierów wartościowych Emitenta.

- h) Opis zasad dotyczących powoływania i odwoływania osób zarządzających oraz ich uprawnień, w szczególności prawo do podjęcia decyzji o emisji lub wykupie akcji.

Zarząd jest organem zarządzającym i wykonawczym Spółki, reprezentującym ją na zewnątrz, jego zasady działania zawiera Regulamin zatwierdzany przez Radę Nadzorczą.



### **Skład i kadencja.**

Zarząd Spółki jest jednoosobowy lub wieloosobowy. W przypadku Zarządu wieloosobowego składa się on od dwóch do pięciu członków. Członkowie Zarządu powoływani są na okres wspólnej kadencji trwającej 5 (pięć) lat.

Członkowie Zarządu są powoływani i odwoływani przez Radę Nadzorczą. Liczbę Członków Zarządu danej kadencji ustala Rada Nadzorcza. Rada Nadzorcza może dokonać w czasie trwania kadencji zmian liczby Członków Zarządu. Członkowie Zarządu mogą być powoływani ponownie.

### **Mandat Członka Zarządu, w tym również wybranego w trakcie kadencji wygasa:**

- z dniem odbycia Walnego Zgromadzenia zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za ostatni pełny rok obrotowy kadencji,
- z dniem złożenia rezygnacji przez Członka Zarządu,
- z dniem odwołania go przez Radę Nadzorczą,
- w skutek śmierci,
- w razie utraty zdolności do czynności prawnych w całości lub w części.

Poszczególni Członkowie Zarządu lub cały Zarząd mogą być z ważnych powodów zawieszeni lub odwołani przez Radę Nadzorczą przed upływem kadencji. Uprawnienie to przysługuje również Walnemu Zgromadzeniu. Odwołany Członek Zarządu oraz Członek, który złożył rezygnację z pełnionej funkcji, jest obowiązany:

- a) złożyć wyjaśnienia w toku przygotowywania sprawozdania Zarządu i sprawozdania finansowego, obejmującego okres pełnienia przez niego funkcji Członka Zarządu oraz do udziału w Walnym Zgromadzeniu, zatwierdzającym wymienione wyżej sprawozdania,
- b) należycie rozliczyć się z prowadzonych spraw i przekazać posiadane dokumenty swojemu następcy lub osobie wskazanej przez Radę Nadzorczą - w celu zapewnienia ciągłości funkcjonowania Spółki.

W razie odwołania lub zawieszenia w czynnościach Członka Zarządu, względnie całego Zarządu oraz gdy Zarząd z innych powodów nie może działać - Rada Nadzorcza może delegować Członka lub Członków Rady, do czasowego wykonywania czynności Członka Zarządu Spółki.

### **Kompetencje.**

Zarząd Spółki prowadzi sprawy Spółki i reprezentuje ją we wszystkich sprawach niezastrzeżonych do kompetencji Rady Nadzorczej Spółki lub Walnego Zgromadzenia w postanowieniach Statutu lub bezwzględnie obowiązujących przepisach prawa.

Zarząd może udzielić prokury oraz innych pełnomocnictw, do wykonywania czynności określonego rodzaju lub czynności szczególnych. Powołanie prokurenta wymaga zgody wszystkich Członków Zarządu, natomiast odwołać prokurę może samodzielnie każdy z Członków Zarządu.

W przypadku gdy w skład Zarządu Spółki wchodzi więcej niż jedna osoba Zarząd jest organem kolegialnym, wykonującym swe uprawnienia poprzez podejmowanie uchwał.

Do wyłącznych kompetencji Zarządu należy nabywanie i zbywanie nieruchomości, prawa użytkowania wieczystego lub udziału w nieruchomości lub prawie użytkowania wieczystego. Dokonanie czynności prawnej mającej za przedmiot nabycie i zbycie nieruchomości, prawa użytkowania wieczystego lub udziału w nieruchomości lub prawie użytkowania wieczystego nie wymaga uchwały Walnego Zgromadzenia.

Prawo do podjęcia decyzji o emisji lub wykupie akcji należy do kompetencji Walnego Zgromadzenia.

W ramach Zarządu nie działają żadne komitety.

#### **i) Opis zasad zmiany statutu lub umowy spółki.**

Zmiana obowiązującego Statutu należy do kompetencji Walnego Zgromadzenia.

#### **j) Sposób działania walnego zgromadzenia i jego zasadnicze uprawnienia oraz opis praw akcjonariuszy i sposobu ich wykonywania, w szczególności zasady wynikające z regulaminu walnego zgromadzenia, jeżeli taki regulamin został uchwalony, o ile informacje w tym zakresie nie wynikają wprost z przepisów prawa.**

##### *Podstawa prawna*

Walne Zgromadzenie Spółki obraduje według zasad określonych przepisami Kodeksu spółek handlowych, Statutu Spółki oraz Regulaminu Walnego Zgromadzenia. Walne Zgromadzenie obraduje jako zwyczajne lub nadzwyczajne.

### *Miejsce*

Walne Zgromadzenia odbywają się w Łodzi lub w Warszawie.

### *Zwołanie*

Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie zwołuje Zarząd Spółki z własnej inicjatywy lub na pisemny wniosek Rady Nadzorczej albo na wniosek akcjonariusza lub akcjonariuszy reprezentujących co najmniej jedną dziesiątą kapitału zakładowego.

Zwołanie Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia na wniosek Rady Nadzorczej lub akcjonariuszy powinno nastąpić w ciągu dwóch tygodni od daty zgłoszenia wniosku.

Walne Zgromadzenie zwołane na wniosek akcjonariuszy powinno się odbyć w terminie wskazanym we wniosku; a jeżeli dotrzymanie tego terminu napotyka na istotne przeszkody – w najbliższym terminie umożliwiającym rozstrzygnięcie spraw wnoszonych pod jego obrady.

Rada Nadzorcza oraz akcjonariusz lub akcjonariusze reprezentujący co najmniej jedną dziesiątą kapitału zakładowego mogą żądać umieszczenia poszczególnych spraw w porządku obrad najbliższego Walnego Zgromadzenia.

### *Kworum*

Walne Zgromadzenie jest ważne bez względu na ilość reprezentowanego na nim kapitału zakładowego.

### *Do kompetencji Walnego Zgromadzenia należy:*

- a) rozpatrzenie i zatwierdzenie sprawozdania Zarządu z działalności spółki oraz sprawozdania finansowego za ubiegły rok obrotowy oraz udzielenie absolutorium członkom organów spółki z wykonania przez nich obowiązków,
- b) powzięcie uchwały o podziale zysku lub pokryciu straty;
- c) zmiana przedmiotu działalności Spółki;
- d) zmiana Statutu;
- e) podwyższenie lub obniżenie kapitału zakładowego Spółki;
- f) umarzanie akcji Spółki;
- g) postanowienia dotyczące roszczeń o naprawienie szkody wyrządzonej przy zawiązaniu spółki lub sprawowaniu zarządu albo nadzoru;
- h) zbycie i wydzierżawienie przedsiębiorstwa lub jego zorganizowanej części oraz ustanowienie na nich ograniczonego prawa rzeczowego;
- i) emisja obligacji zamiennych lub obligacji z prawem pierwszeństwa;

- j) rozwiązanie lub likwidacja Spółki;
- k) inne sprawy, zastrzeżone przez przepisy Kodeksu spółek handlowych lub postanowienia niniejszego Statutu.

*Zarząd i Rada Nadzorcza*

Na Walnym Zgromadzeniu powinni być obecni członkowie Rady Nadzorczej i Zarządu.

*Biegły rewident*

Biegły rewident powinien być obecny na Zwyczajnym Walnym Zgromadzeniu oraz na Nadzwyczajnym Walnym Zgromadzeniu, jeżeli przedmiotem obrad mają być sprawy finansowe Spółki.

W granicach swoich kompetencji i w zakresie niezbędnym dla rozstrzygnięcia spraw omawianych przez Walne Zgromadzenie Zarząd, Rada Nadzorcza i biegły rewident powinni udzielić uczestnikom Zgromadzenia wyjaśnień i informacji dotyczących Spółki.

**Przewodniczącego** wybiera się spośród osób uprawnionych do uczestniczenia w Zgromadzeniu. Każda osoba uprawniona do uczestnictwa w Zgromadzeniu ma prawo zgłosić jednego kandydata na funkcję Przewodniczącego Walnego Zgromadzenia.

**Sporządzenie listy** obecności następuje na podstawie listy osób uprawnionych do udziału w Walnym Zgromadzeniu przygotowanej przez Zarząd. W czasie obrad lista obecności powinna być dostępna dla wszystkich uczestników Zgromadzenia.

**Komisja skrutacyjna** wybierana jest spośród uczestników Zgromadzenia w głosowaniu jawnym, o ile Zgromadzenie wyłączyło tajność wyborów. Każdy akcjonariusz może zgłosić jednego kandydata.

Jeżeli głosowania są przeprowadzane przy użyciu specjalistycznego sprzętu elektronicznego, a liczba osób uczestniczących w obradach Zgromadzenia nie jest znaczna, Przewodniczący Walnego Zgromadzenia może odstąpić od wyboru komisji skrutacyjnej. W takim przypadku wszelkie protokoły z głosowań podpisuje Przewodniczący.

**Porządek obrad** akcjonariusze przyjmują w głosowaniu jawnym, zwykłą większością głosów obecnych, bądź podejmują decyzje o dokonaniu zmian w porządku obrad, z zastrzeżeniem bezwzględnie obowiązujących przepisów prawa. Uchwała o zdjęciu lub zaniechaniu rozpatrywania sprawy umieszczonej w porządku obrad powinna zapaść jedynie w przypadku, gdy przemawiają za nią istotne i rzeczowe powody. Wniosek w takiej sprawie powinien być

szczegółowo umotywowany. Uchwały dotyczące usunięcia spraw umieszczonych w porządku obrad Walnego Zgromadzenia na żądanie zgłoszone przez akcjonariusza lub akcjonariuszy reprezentujących co najmniej jedna dziesiąta kapitału zakładowego, wymagają dla swojej ważności zgody tych akcjonariuszy oraz większości  $\frac{3}{4}$  (trzech czwartych) głosów oddanych.

**Dyskusja** - na żądanie osoby zabierającej głos, jej oświadczenie zostaje przyjęte do protokołu Walnego Zgromadzenia. W przypadku zbieżności merytorycznej kilku rozpatrywanych spraw, Przewodniczący Walnego Zgromadzenia może wystąpić, aby dyskusja nad kilkoma punktami porządku obrad była przeprowadzana łącznie. Każdy akcjonariusz uczestniczący w obradach może wyrazić sprzeciw wobec takiej propozycji. Do czasu zamknięcia dyskusji, każdy akcjonariusz może wносить propozycje zmian do projektów uchwał.

**Projekty uchwał** objęte porządkiem obrad przewidzianym w ogłoszeniu o Zgromadzeniu, Zarząd Spółki przygotowuje i podaje do publicznej wiadomości. Jeżeli w toku dyskusji mówcy nie sformułowali wyraźnie brzmienia proponowanej uchwały, do ostatecznej redakcji zgłoszonych wniosków obowiązany jest Przewodniczący, chyba że zostanie powołana komisja. W przypadku zgłoszenia w toku obrad Zgromadzenia znacznej liczby wniosków, Zgromadzenie na wniosek Przewodniczącego może powołać komisję wnioskową składającą się z trzech członków, dokonującą ostatecznej redakcji projektów uchwał.

Odrzucenie w wyniku głosowania projektu uchwały z powodu nie uzyskania wymaganej większości głosów nie będzie oznaczało, że Zgromadzenie podjęło uchwałę negatywną, o treści przeciwnej do wniosku poddanego pod głosowanie. Uchwały Walnego Zgromadzenia zapadają zwykłą większością głosów oddanych, chyba że Kodeks spółek handlowych lub Statut przewiduje surowsze warunki podjęcia uchwały. Osoba zgłaszająca sprzeciw wobec uchwały powinna go zwięźle uzasadnić.

**Głosowanie** - Akcjonariusz nie może ani osobiście, ani przez pełnomocnika, ani jako pełnomocnik innej osoby głosować nad powzięciem uchwał dotyczących,

- a) jego odpowiedzialności wobec Spółki z jakiegokolwiek tytułu, w tym udzielenia absolutorium,
- b) jego wyboru do organów Spółki,
- c) zwolnienia z zobowiązania wobec Spółki,
- d) sporu pomiędzy nim, a Spółką.

Z wyjątkiem spraw wymienionych poniżej, głosowania są jawne.

Głosowanie tajne zarządza się:

- a) przy wyborach oraz nad wnioskami o odwołanie członków organów Spółki,
- b) nad wnioskami o pociągnięcie członków organów Spółki do odpowiedzialności,
- c) w sprawach osobowych,
- d) na żądanie choćby jednego z akcjonariuszy obecnych lub reprezentowanych na Walnym Zgromadzeniu.

**Wybór członków Rady Nadzorczej** - każdy akcjonariusz ma prawo zgłosić jednego kandydata na stanowisko Członka Rady Nadzorczej. Na wniosek akcjonariuszy, reprezentujących co najmniej jedną piątą kapitału zakładowego, wybór Rady Nadzorczej powinien być dokonany przez Walne Zgromadzenie w drodze głosowania oddzielnymi grupami. Osoby reprezentujące na Walnym Zgromadzeniu tę część akcji, która przypada z podziału ogólnej liczby reprezentowanych akcji przez liczbę członków Rady, mogą utworzyć oddzielną grupę, celem wyboru jednego członka Rady, nie biorą jednak udziału w wyborze pozostałych członków. Wniosek o wybór członków Rady Nadzorczej w drodze głosowania grupami powinien być zgłoszony Spółce na piśmie w terminie co najmniej sześciu tygodni przed terminem zwołania Walnego Zgromadzenia. Akcjonariusz może należeć tylko do jednej grupy. Każda z grup podejmuje decyzję o wyborze członka Rady zwykłą większością głosów oddanych. Uchwała z obrad grupy jest protokołowana przez notariusza.

Jeżeli na Walnym Zgromadzeniu nie dojdzie do utworzenia co najmniej jednej grupy zdolnej do wyboru członka Rady Nadzorczej, nie dokonuje się wyborów.

**Przerwa w obradach Zgromadzenia** - Uchwała o zarządzeniu przerwy w Zgromadzeniu nie wymaga dodatkowego ogłoszenia w sposób przewidziany dla zwoływania Zgromadzenia, w tym co do miejsca wznowienia obrad po przerwie z zastrzeżeniem, że Zgromadzenie będzie odbywać się w tej samej miejscowości.

**Protokół** - przebieg Walnego Zgromadzenia jest protokołowany przez notariusza, a protokół powinien obejmować w szczególności:

- a) stwierdzenie prawidłowości zwołania Walnego Zgromadzenia i jego zdolność do podjęcia uchwał w sprawach objętych porządkiem obrad;
- b) treść powziętych uchwał z jednoczesnym podaniem ilości głosów oddanych za każdą uchwałą;
- c) zgłoszone sprzeciwy;

d) pisemne oświadczenia uczestników Walnego Zgromadzenia.

Protokół podpisuje Przewodniczący i notariusz.

Przewodniczący bez ważnych przyczyn nie może opóźniać podpisania protokołu Walnego Zgromadzenia. Do protokołu dołącza się listę obecności z podpisami uczestników Walnego Zgromadzenia, a także, na żądanie uczestnika, jego pisemne oświadczenia.

Wypis aktu notarialnego zawierającego protokół wraz z dowodami zwołania Walnego Zgromadzenia oraz pełnomocnictwami do wykonywania prawa głosu lub dokumenty stwierdzające fakt działania akcjonariusza przez innego przedstawiciela Zarząd Spółki dołącza do księgi protokołów, którą akcjonariusze mają prawo przeglądać i żądać wydania z niej poświadczonych przez Zarząd odpisów uchwał. Wydając akcjonariuszowi odpis notarialnego protokołu Zgromadzenia, Spółka może żądać kosztów jego sporządzenia. Przebieg obrad może być, na wniosek Zarządu, dodatkowo rejestrowany za pomocą zapisów fonicznych lub wizualnych.

**k) Skład osobowy i zmiany, które w nim zaszły w ciągu ostatniego roku obrotowego, oraz opis działania organów zarządzających, nadzorujących lub administrujących oraz ich komitetów.**

#### **Zarząd.**

Opis działania Zarządu przedstawiony został w podpunkcie h) niniejszego Sprawozdania, w tym opis zasad dotyczących powoływania i odwoływania osób zarządzających oraz ich uprawnień, w szczególności prawo do podjęcia decyzji o emisji lub wykupie akcji.

Na dzień 31 grudnia 2012 roku skład Zarządu Spółki był jednoosobowy - funkcję Prezesa Zarządu pełnił Pan Mirosław Misztal. W związku z powyższym, w obrębie Zarządu nie były utworzone żadne komitety.

W 2012 r. skład Zarządu Emitenta nie uległ zmianie.

W dniu 13 stycznia 2011 r. Zarząd MONNARI TRADE S.A. ustanowił Pana Mariusza Bujakiewicza Prokurentem samoistnym.

Skład Zarządu Emitenta nie uległ zmianie do dnia publikacji niniejszego raportu.



## **Rada Nadzorcza.**

### **Skład Rady Nadzorczej na dzień 31.12.2012 r.**

Jerzy Leszczyński - Przewodniczący Rady Nadzorczej,

Ryszard Zatorski - Członek Rady Nadzorczej,

Zbigniew Wojnicki - Członek Rady Nadzorczej,

Jacek Pierzyński - Członek Rady Nadzorczej,

Adam Majka - Członek Rady Nadzorczej,

Anna Augustyniak-Kala – Członek Rady Nadzorczej.

Skład Rady Nadzorczej Emitenta nie uległ zmianie do dnia publikacji sprawozdania.

**Podstawa prawna** - Rada Nadzorcza Spółki działa na podstawie Kodeksu spółek handlowych, Statutu Spółki, uchwał Walnego Zgromadzenia i innych obowiązujących przepisów prawa, oraz posiada Regulamin zatwierdzony przez Walne Zgromadzenie.

**Skład** - Rada Nadzorcza składa się od 5 do 7 członków powoływanych i odwoływanych przez Walne Zgromadzenie. Rada Nadzorcza lub poszczególni jej Członkowie mogą być w każdym czasie odwołani w sposób przewidziany dla ich odwołania przed upływem kadencji.

W przypadku ustania członkostwa w Radzie Nadzorczej na skutek rezygnacji lub z przyczyn losowych, Rada Nadzorcza może dokooptować w to miejsce nowego Członka Rady. Dokooptowany Członek Rady powinien być przedstawiony przez Radę do zatwierdzenia na najbliższym Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy.

**Kadencja** Rady Nadzorczej trwa pięć lat. Członkowie Rady Nadzorczej mogą być powoływani ponownie.

**Posiedzenia** Rada Nadzorcza powinna być zwoływana w miarę potrzeb, nie rzadziej jednak niż 3razy w roku obrotowym. Zarząd lub Członek Rady Nadzorczej mogą żądać zwołania Rady Nadzorczej podając proponowany porządek obrad. Przewodniczący Rady Nadzorczej zwołuje posiedzenie w terminie 2 tygodni od dnia otrzymania wniosku, przy czym tak zwołane posiedzenie powinno odbyć się w terminie nie dłuższym niż jeden miesiąc od dnia otrzymania wniosku o zwołaniu posiedzenia Rady Nadzorczej.

Posiedzenia Rady Nadzorczej zwoływane są przez Przewodniczącego, a w przypadku braku możliwości zwołania posiedzenia przez Przewodniczącego zwołuje je inny Członek Rady Nadzorczej, zawiadomieniem wysłanym listem poleconym, telefaksem, (jeżeli uzyskano



potwierdzenie transmisji) lub doręczonym osobiście nie później niż 7 (słownie: siedem) dni przed posiedzeniem.

Posiedzenia Rady Nadzorczej są dostępne i jawne dla Członków Zarządu za wyjątkiem spraw dotyczących bezpośrednio Zarządu jak i jego Członków, w szczególności: odwołania, odpowiedzialności oraz ustalenia wysokości wynagrodzenia.

**Kompetencje** - Rada Nadzorcza sprawuje stały nadzór nad działalnością Spółki we wszystkich dziedzinach jej działalności.

Do szczególnych kompetencji Rady Nadzorczej, oprócz spraw zastrzeżonych postanowieniami Statutu Spółki, należy:

- a) ocena rocznego sprawozdania finansowego,
- b) ocena sprawozdania Zarządu Spółki oraz wniosków Zarządu, co do podziału zysku lub pokrycia strat,
- c) ocenę sytuacji Spółki,
- d) składanie Walnemu Zgromadzeniu sprawozdania z wyników czynności, o których mowa w podpunkcie a, b i c,
- e) powoływanie i odwoływanie Członków Zarządu Spółki oraz ustalanie wysokości ich wynagrodzenia,
- f) zawieszanie w czynnościach z ważnych powodów Członka Zarządu lub całego Zarządu,
- g) delegowanie Członka lub Członków Rady Nadzorczej do czasowego wykonywania obowiązków Członka Zarządu Spółki w razie zawieszenia Członków Zarządu czy też całego Zarządu lub gdy Zarząd z innych powodów nie może działać,
- h) wybór biegłego rewidenta uprawnionego do przeprowadzania badania sprawozdania finansowego, w taki sposób, aby zapewniona była niezależność przy realizacji powierzonych mu zadań.

Radzie Nadzorczej przysługuje prawo kontrolowania pełnego zakresu działalności Spółki, a w szczególności prawo do:

- a) sprawdzania akt i dokumentacji Spółki,
- b) dokonywania rewizji majątku Spółki,
- c) żądania od Zarządu przedstawienia wszelkich dokumentów i innych materiałów dotyczących działalności Spółki,
- d) żądania od pracowników Spółki stosownych sprawozdań i wyjaśnień.

**Obowiązki** - Członek Rady Nadzorczej powinien przede wszystkim mieć na względzie interes Spółki. Członek Rady Nadzorczej nie powinien rezygnować z pełnienia tej funkcji w trakcie kadencji, jeżeli mogłoby to uniemożliwić działanie Rady, a w szczególności jeśli mogłoby to uniemożliwić terminowe podjęcie istotnej uchwały.

Członek Rady Nadzorczej oddelegowany przez Radę Nadzorczą do stałego pełnienia nadzoru powinien składać Radzie Nadzorczej szczegółowe sprawozdania z pełnionej funkcji.

**Działanie** - Rada Nadzorcza realizuje swe zadania i uprawnienia poprzez podejmowanie uchwał oraz poprzez czynności kontrolne i doradcze.

Rada Nadzorcza podejmuje uchwały zwykłą większością głosów. W przypadku równości głosów rozstrzyga głos Przewodniczącego.

Rada Nadzorcza może podejmować uchwały również w formie pisemnej, jak również przy wykorzystaniu środków bezpośredniego porozumiewania się na odległość tj. za pośrednictwem telefonu, audiokonferencji, wideokonferencji lub poczty elektronicznej.

Podejmowanie uchwał w trybie określonym powyżej nie dotyczy wyborów Przewodniczącego czy Wiceprzewodniczącego Rady Nadzorczej, a także powołania Członka Zarządu oraz odwołania i zawieszania w czynnościach tych osób.

Podjęcie przez Radę Nadzorczą uchwał w formie pisemnej odbywa się bez zwoływania i prowadzenia posiedzenia, po podpisaniu ich przez wszystkich Członków Rady Nadzorczej Spółki. Warunkiem podejmowania uchwał w tym trybie jest przesłanie projektu takiej uchwały każdemu z Członków Rady Nadzorczej Spółki.

Członkowie Rady Nadzorczej mogą brać udział w podejmowaniu uchwał Rady Nadzorczej, oddając swój głos na piśmie za pośrednictwem innego Członka Rady Nadzorczej. Oddanie głosu na piśmie nie może dotyczyć spraw wprowadzonych do porządku obrad na posiedzeniu Rady Nadzorczej.

Każdy Członek Rady Nadzorczej może żądać na piśmie lub ustnie w trakcie posiedzenia, aby Przewodniczący włączył określone sprawy do porządku obrad następnego posiedzenia.

Zarząd Spółki przygotowuje wszelkie materiały dotyczące spraw będących przedmiotem posiedzenia Rady Nadzorczej oraz dostarcza takie materiały wszystkim Członkom Rady Nadzorczej co najmniej 7 (słownie: siedem) dni przed datą posiedzenia.

Członkowie Rady Nadzorczej są zobowiązani do informowania Zarządu o:

- a) Zbyciu lub nabyciu akcji spółki lub też spółki wobec niej dominującej lub zależnej, jak również o transakcjach z takimi spółkami. Informacja ta powinna być złożona na piśmie niezwłocznie po zajściu wskazanych zdarzeń,
- b) Osobistym, faktycznym i organizacyjnym powiązaniu z akcjonariuszem Spółki, który posiada co najmniej 5 % głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki.

W przypadku zaistnienia konfliktu interesów Członek Rady Nadzorczej jest zobowiązany powiadomić pozostałych Członków Rady Nadzorczej i powstrzymać się od zabierania głosu w dyskusji oraz od głosowania nad przyjęciem uchwały w sprawie, której zaistniał konflikt interesów.

Rada Nadzorcza „MONNARI TRADE” S.A. działała kolegalnie podejmując swoje decyzję w formie uchwał.

W ramach Rady Nadzorczej działa Komitet Audytu. Komitet Audytu funkcjonował i realizował swoje zadania, które reguluje Załącznik I do Zaleceń Komisji Europejskiej z dnia 15 lutego 2005 r., na posiedzeniach zwykłych Rady Nadzorczej, których w roku 2012 było 3.

**5. Wskazanie postępowań toczących się przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej, z uwzględnieniem informacji w zakresie:**

- a) postępowania dotyczącego zobowiązań albo wierzytelności emitenta lub jednostki od niego zależnej, których wartość stanowi co najmniej 10% kapitałów własnych emitenta, z określeniem: przedmiotu postępowania, wartości przedmiotu sporu, daty wszczęcia postępowania, stron wszczętego postępowania oraz stanowiska emitenta,
- b) dwu lub więcej postępowań dotyczących zobowiązań oraz wierzytelności, których łączna wartość stanowi odpowiednio co najmniej 10% kapitałów własnych emitenta, z określeniem łącznej wartości postępowań odrębnie w grupie zobowiązań oraz wierzytelności wraz ze stanowiskiem emitenta w tej sprawie oraz, w odniesieniu do największych postępowań w grupie zobowiązań i grupie wierzytelności — ze wskazaniem ich przedmiotu, wartości przedmiotu sporu, daty wszczęcia postępowania oraz stron wszczętego postępowania.

*Postępowanie upadłościowe*

W dniu 22 października 2010 r. sąd upadłościowy zatwierdził układ zawarty na Zgromadzeniu Wierzycieli w dniu 29 września 2010 r. W dniu 8 listopada 2010 r. Sąd wydał

postanowienie w przedmiocie stwierdzenia z urzędu zakończenia postępowania upadłościowego. Obecnie „MONNARI TRADE” S.A. jest w okresie wykonywania układu z wierzycielami i realizuje go zgodnie z jego treścią.

Na dzień przekazania niniejszego raportu Spółka wykonała 61 % układu z wierzycielami (pod względem wartości zaspokojenia). Układ jest realizowany zgodnie z postanowieniem Sądu.

*Sprawy z powództwa oraz przeciwko ROY S.A. w upadłości likwidacyjnej*

Najistotniejszym elementem spornych roszczeń zgłoszonych do masy upadłości „MONNARI TRADE” S.A. jest wierzytelność w kwocie 12,5 mln zł zgłoszona przez Roy S.A. w upadłości likwidacyjnej i dochodzona odrębnym postępowaniem przed sądem powszechnym.

Roszczenie Roy S.A. w upadłości likwidacyjnej wynikające z odszkodowania za straty powstałe z nie wywiązania się przez „MONNARI TRADE” S.A. z umowy inwestycyjnej jest w całości bezzasadne i jako takie nie znajduje odzwierciedlenia w sprawozdaniu finansowym.

Sąd II instancji oddalił apelację Roy S.A.

Jednocześnie „MONNARI TRADE” S.A. posiada wierzytelności przysługujące od Roy S.A. z tytułu objęcia emisji obligacji, udzielonych gwarancji i sprzedaży na łączną kwotę 10,6 mln zł (wierzytelności w całości objęte odpisami z tytułu utraty wartości).

Sąd Rejonowy w Bielsku-Białej, VI Wydział Gospodarczy postanowieniem z dnia 2.01.2012 r., sygn. akt VI GUp 7/09 lik., umorzył postępowanie upadłościowe obejmujące likwidację majątku dłużnika ROY Spółki Akcyjnej w Żywcu z uwagi na brak środków na dalsze koszty postępowania. Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy ROY S.A. w Żywcu w dniu 5.03.2012 r. podjęło uchwałę nr 1/03.2012 o rozwiązaniu Spółki i otwarciu jej likwidacji. Niezależnie od powyższego prowadzone są czynności na drodze postępowań sądowych przeciwko Spółce, członkom Zarządu ROY S.A. jak również poręczycielom zmierzające do egzekucji przysługujące Emitentowi wierzytelności.

**6. Informacja o podstawowych produktach, towarach, usługach wraz z ich określeniem wartościowym i ilościowym oraz udziałem poszczególnych produktów, towarów i usług w sprzedaży emitenta ogółem, a także zmianach w tym zakresie w danym roku obrotowym.**

Głównym obszarem działalności gospodarczej „MONNARI TRADE” S.A. jest tworzenie szerokiej i zróżnicowanej oferty asortymentowej odzieży damskiej, obejmującej modne, wygodne i wysokiej jakości ubrania, a następnie jej sprzedaż poprzez sieć własnych sklepów firmowych.

Działalność gospodarcza Spółki obejmuje w szczególności:

- projektowanie kolekcji odzieży,
- zlecanie produkcji oraz jej kontrolę,
- działania marketingowe,
- sprzedaż odzieży i dodatków pod marką MONNARI we własnej sieci salonów.

„MONNARI TRADE” S.A. jest podmiotem wysoko wyspecjalizowanym, który posiada doświadczoną grupę projektantów przygotowujących nowe kolekcje ubrań zgodne z najnowszymi trendami mody.

Największym atutem Emitenta jest dobrze rozpoznawalna na rynku marka handlowa:



Obecnie sprzedaż odzieży damskiej prowadzona jest przez Emitenta tylko pod tą marką.

**Kanały dystrybucji.**

Emitent sprzedaje swoje towary poprzez:

- salony firmowe,
- salony outletowe,
- sprzedaż zewnętrzna,
- sprzedaż przez sklep internetowy.

Zgodnie z przyjętą przez Zarząd strategią rozwoju Emitenta, najważniejszym kanałem dystrybucji Spółki są sklepy detaliczne. Udział przychodów w tym kanale dystrybucji w okresie objętym niniejszym Sprawozdaniem waha się w przedziale 97%.

**Struktura sprzedaży Emitenta wg kanałów dystrybucji.**

Wyszczególnienie	2012		2011	
	w tys. zł	%	w tys. zł	%
Sklepy detaliczne, w tym:	127.175	96,50	108.082	97,19
- salony firmowe	122.678	93,09	103.361	92,95
- sklepy outletowe	4.497	3,41	4.721	4,24
Sprzedaż zewnętrzna	4.608	3,50	3.123	2,81
<b>Sprzedaż ogółem</b>	<b>131.783</b>	<b>100</b>	<b>111.205</b>	<b>100,00</b>

Salony sprzedaży (wraz z salonami outletowymi) zlokalizowane są w większości w dużych centrach handlowych na terenie całego kraju, głównie w miastach wojewódzkich, m.in. w Łodzi, Warszawie, Gdańsku, Wrocławiu, Katowicach, Lublinie, Krakowie, Poznaniu, Szczecinie. W 2011 r. na przełomie sezonów sprzedażowych uruchomiona została sprzedaż internetowa. Sklep MONNARI rozpoczął dystrybucję towarów pod adresem [www.emonnari.pl](http://www.emonnari.pl) i był odpowiedzią na duże zainteresowanie klientek MONNARI taką formą zakupów. Zarząd ocenia powyższe przedsięwzięcie za udane oraz odpowiadające ogólnym światowym trendom. Zakupy internetowe zaczynają odgrywać coraz bardziej istotną rolę w Polsce i Europie (zakupy on-line w 2011 roku zrobiło 40% Europejczyków), przy czym trend ten jest ewidentnie rosnący. Dzięki ofercie online Spółka może dotrzeć do potencjalnych klientek w każdym czasie i miejscu. Koncepcja rozwoju sprzedaży poprzez kanał internetowy upodabnia działania Spółki do strategii realizowanych przez zagraniczne koncerny odzieżowe na rynkach Europy Zachodniej.

Na koniec 2012 r. sprzedaż towarów Spółki odbywa się w 102 lokalach handlowych oraz poprzez sklep internetowy.

**Liczba sklepów własnych Emitenta (w szt.) z uwzględnieniem powierzchni handlowej sklepów (w tys. m<sup>2</sup>).**

	31.12.2012	31.12.2011
Liczba sklepów własnych, w tym:	102	98
- dolnośląskie	12	13
- kujawsko-pomorskie	7	7
- lubelskie	7	6
- lubuskie	6	6
- łódzkie	6	5

*Sprawozdanie Zarządu z działalności „MONNARI TRADE” S.A.  
za okres od 1 stycznia 2012 r. do 31 grudnia 2012 r.*

	<b>31.12.2012</b>	<b>31.12.2011</b>
- małopolskie	7	9
- mazowieckie	6	7
- opolskie	2	2
- podkarpackie	6	4
- podlaskie	4	4
- pomorskie	7	7
- śląskie	13	11
- świętokrzyskie	5	3
- warmińsko-mazurskie	1	1
- wielkopolskie	8	9
- zachodniopomorskie	5	4
Powierzchnia handlowa w tys. m <sup>2</sup>	<b>15,9</b>	<b>15,5</b>

Spółka dąży, aby w salonach firmowych każdy klient traktowany był w sposób indywidualny, co pozwala wykorzystać salon, jako narzędzie komunikowania się z klientem.

Wystrój i wyposażenie salonów utrzymane są w jednakowej dla całej sieci kolorystyce i stylistyce, nawiązującej do biało-czarno-czerwonego logo MONNARI. Ich powierzchnia, obejmująca od 70 do 220 m<sup>2</sup>, umożliwia profesjonalną, często zmienianą ekspozycję kolekcji.

Kolekcja zaprezentowana jest w salonach w sposób profesjonalny, zgodny z zasadami sztuki kreowania ekspozycji (visual merchandising), która stawia produkt w centrum uwagi kupującego i jest kluczowym działaniem w strategii marketingowej nowoczesnej firmy. Pozwala to klientkom dobrze poznać cały asortyment i komponować sylwetki przez dobór kilku elementów odzieży i uzupełnienie ich dodatkami.

Przestronne wnętrza salonu, właściwa ekspozycja kolekcji, duże i liczne przymierzalnie, pozwalają stworzyć atmosferę komfortu wyboru i zakupów. Istotne znaczenie dla procesu zakupu ma też doradztwo ze strony wyszkolonego personelu. Salon firmowy jest też elementem budowania lojalności. Stałe klientki mają możliwość otrzymania rabatowej Karty Stałego Klienta (KSK), pozwalającej na zakupy z bonifikatą do 15%. Systematyczne zakupy o określonej wartości nagradzane są, zgodnie z przyjętym regulaminem KSK. Klientki MONNARI to w większości kobiety między 30 a 50 rokiem życia, mieszkanki dużych miast, aktywne zawodowo, ceniące aktywny wypoczynek.

*Sprawozdanie Zarządu z działalności „MONNARI TRADE” S.A.  
za okres od 1 stycznia 2012 r. do 31 grudnia 2012 r.*

Spółka stawia sobie za cel, aby we wszystkich jej salonach zakupy odbywały się w miłej atmosferze, aby klientki miały poczucie „shopping experience” czyli ogólnego pozytywnego doświadczenia w czasie zakupów, wzmocnionego poradą ze strony sprzedawcy.

W związku z kontynuowaną w 2012 r. reorganizacją m.in. w tym obszarze, Spółka odnotowała istotną poprawę w obrotach salonów.

#### **Oferta produktowa.**

Kolekcje Emitenta od 2012 r. przygotowywane są już na cztery sezony - wiosna, lato , jesień i zima, a nie jak dotąd na dwa. W ramach każdej „sezonowej” kolekcji znajdują się 2-3 linie odzieżowe, ich ilość uzależniona jest od bieżących trendów mody. Wyraźne oddzielenie sezonów urozmaica i wzbogaca poszczególne kolekcje, co przekłada się na zwiększenie obrotów salonów.

Tworzone przez „MONNARI TRADE” SA kolekcje odzieży damskiej obejmują szereg grup asortymentowych:

- bluzki,
- kurtki,
- płaszcze,
- spodnie,
- spódnice,
- sukienki,
- swetry,
- koszulki,
- żakiety,
- różnego rodzaju dodatki (biżuteria, szale, czapki, kapelusze, rękawiczki, torby, portfele, paski, obuwie, okulary, stroje kąpielowe).

#### ***Struktura sprzedaży krajowej towarów Emitenta.***

Wyszczególnienie	2012		2011	
	w tys. zł	%	w tys. zł	%
Odzież	114.844	88,99	96.853	88,81
Dodatki	14.210	11,01	12.203	11,19
<b>Razem</b>	<b>129.054</b>	<b>100,00</b>	<b>109.056</b>	<b>100,00</b>



Atutem markowych kolekcji jest ich spójność, wieloasortymentowość i krótkie serie oferowanych modeli (płaszcze, kurtki, żakiety, spódnice, spodnie, sukienki, bluzki, kamizelki, dzianiny). Pozwala to każdej kobiecie na indywidualne zestawienia poszczególnych elementów garderoby i kreowanie własnego stylu. Odzież uzupełniania jest dodatkami (buty, torby, paski, biżuteria, okulary, szaliki, rękawiczki itp.). Charakter dodatków jest ściśle skorelowany z charakterem kolekcji oferowanej w danym sezonie. Klientki Spółki mogą, zatem systematycznie komponować i uzupełniać swoją garderobę o kolejne markowe elementy, które pozwalają na zachowanie spójnego wizerunku.

### **Sezonowość sprzedaży.**

Przychody ze sprzedaży Emitenta wykazują cykliczną zmienność w ciągu roku. Związane jest to przede wszystkim z sezonowością branży odzieżowej, zależnej od trendów mody i zmieniających się warunków pogodowych. Nasilenie popytu i sprzedaży następuje zwykle na początku zmieniających się pór roku, co zbiega się z wprowadzeniem nowych kolekcji. Czynnikiem wpływającym na wzrost sprzedaży są okresowe wyprzedaże, co zauważalne jest w poziomie generowanych przychodów w miesiącach na przełomie sezonów. Z badań PMR wynika, iż 60% badanych konsumentów przyznaje, że często kupuje odzież i obuwie przy okazji wyprzedaży, a 44% deklaruje, że wyprzedaże zachęcają ich do udania się na zakupy (Raport Handel detaliczny odzieżą i obuwem w Polsce 2012. Analiza rynku i prognozy rozwoju na lata 2012-2014).

### ***Struktura sprzedaży krajowej odzieży i dodatków Emitenta w podziale na kolekcje.***

Wyszczególnienie	2012		2011	
	w tys. zł	%	w tys. zł	%
Jesień-Zima	72 403	56,12	64.256	58,92
Wiosna-Lato	56 651	43,88	44.800	41,08
<b>Razem</b>	<b>129.054</b>	<b>100,00</b>	<b>109.056</b>	<b>100,00</b>

Na wyniki sprzedaży w poszczególnych miesiącach ma też wpływ różnorodność kolekcji (liczba modeli i ich wersji np. kolorystycznych) oraz ceny poszczególnych asortymentów. Sezon jesienno-zimowy cechuje większa sprzedaż odzieży wierzchniej (płaszczy, kurtek)

relatywnie droższej od okryć wiosenno-letnich. Stąd wartość sprzedaży w sezonie jesienno-zimowym jest zwykle wyższa, niż w sezonie wiosenno-letnim.

### **Działania marketingowe w 2012 r.**

Celem działań marketingowych w 2012 r., podobnie jak w 2011 r., była odbudowa pozycji marki MONNARI i jej powrót do grona marek prestiżowych.

W grudniu 2011 r. Spółka rozpoczęła, a w 2012 r. kontynuowała wspólną akcję promocyjną z firmą Whirlpool, w której obie marki uzyskały widoczny efekt synergii. Nowy model pralki Whirlpool - Carisma ze specjalnie dedykowanym pakietem programów przeznaczonym do prania tkanin kolorowych, promowany był poprzez salony MONNARI. Powstał specjalny dedykowany katalog, promocja z marką MONNARI odbywała się także równocześnie w ponad 1000 salonach AGD. W internecie powstała specjalna dedykowana promocji strona „zywekolory.pl”, kampania była widoczna także na portalach branżowych. Dla klientek MONNARI zorganizowany został konkurs podczas którego można było wygrać 100 pralek Whirlpool, wszyscy klienci którzy w okresie trwania promocji kupili promowaną pralkę otrzymywali bony promocyjne na zakupy w salonach MONNARI.

Akcja – „Żywe kolory”, a w drugim etapie „Moda na kolory” spotkała się z dużym zainteresowaniem klientek. Została także zauważona i doceniona przez ogólnopolskie środowisko reklamowe i nagrodzona statuetką Golden Arow za najlepszą „Promocję sprzedaży BtoC ([www.zywekolory.pl](http://www.zywekolory.pl)).

W drugim etapie tej akcji partnerami Spółki były oprócz Whirlpool także Procter & Gamble, a dla klientek przygotowano konkurs podczas którego rozlosowano kolejne 100 pralek..

Spółka zintensyfikowała również działalność reklamową na kilku portalach internetowych. Wszystkie akcje promocyjne są wspierane mailingiem. Kilka razy w miesiącu są przeprowadzane akcje promocyjne za pomocą SMS-ów, które są ważnym kanałem komunikacyjnym z klientkami.

W związku z uruchomieniem sklepu internetowego rozpoczęto działania promocyjne w Internecie. Spółka przeprowadziła kilka kampanii w najpopularniejszych portalach, stosując Formaty Adtaily oraz Doublebillbord. Położono też większy nacisk na komunikację on-line. Prowadzony jest profil Monnari na FB oraz Blog MONNARI [www.blog.emonnari.pl](http://www.blog.emonnari.pl).

Spółka została głównym sponsorem IV Kongresu Kobiet, na którym marka MONNARI była prezentowana na pokazie mody przez znane kobiety związane ze sztuką i biznesem.

W 2012 r. powstały pierwsze lookbooki Monnari. Spółka będzie rozwijać także tę nowoczesną formę komunikacji z klientkami.

Spółka korzysta systematycznie także z tradycyjnych narzędzi marketingowych charakterystycznych dla branży odzieżowej:

- Plakatów wizerunkowych, które zawisły we wszystkich salonach MONNARI;
- Katalogów firmowych;
- Strony wizerunkowej [www.monnari.com.pl](http://www.monnari.com.pl);
- Wszelkich działań PR oraz marketingowych (plakaty, kupony) prowadzonych przez cały rok obrotowy 2012;
- Kampanii prasowej;
- Programu dedykowany klientkom VIP MONNARI;
- Kampanii reklamowej na billboardach w dużych miastach Polski.



#### **Udział MONNARI w akcjach prospołecznych.**

W 2012 r. Spółka wspierała akcje charytatywne.

MONNARI była partnerem UNICEF-u wspomagając akcję "Reszta w dobrych rękach" ([www.dobrydukat.pl](http://www.dobrydukat.pl)). Spółka kontynuuje tę współpracę w 2013 r. oraz planuje zostać stałym partnerem UNICEF.

Jako jedna z czterech firm MONNARI wspierała PCK w akcji „Godne dzieciństwo”. Akcja zbieranie pieniędzy na posiłki dla dzieci wsparta była informacjami na billboardach oraz w Internecie.



#### **Rynki zbytu.**

Emitent działa głównie na rynku krajowym, choć marginalna część jego przychodów uzyskiwana jest ze sprzedaży eksportowej. Poniższa tabela prezentuje przychody ogółem ze sprzedaży towarów, produktów i usług wypracowane przez Emitenta w podziale na rynek krajowy i zagraniczny.

#### ***Terytorialna struktura sprzedaży Emitenta.***

Wyszczególnienie	2012		2011	
	w tys. zł	%	w tys. zł	%
Sprzedaż usług ogółem, w tym:	2.318	1,76	2.126	1,91
- krajowa	2.318	1,76	2.126	1,91
- zagraniczna	-	-	-	-
Sprzedaż materiałów ogółem, w tym:	411	0,31	23	0,02
- krajowa	411	0,31	23	0,02
- zagraniczna	-	-	-	-
Sprzedaż towarów ogółem, w tym:	129.054	97,93	109 056	98,07
- krajowa	128.995	97,88	108.971	97,99
- zagraniczna	59	0,03	85	0,08
<b>Razem</b>	<b>131.783</b>	<b>100,00</b>	<b>111.205</b>	<b>100,00</b>

Prowadzona na rynku polskim działalność o zasięgu ogólnokrajowym skupiona jest głównie w segmencie detalicznym. Niewielka część przychodów generowanych przez Emitenta na rynku krajowym dokonywana jest w segmencie hurtowym. Poniższe tabele przedstawiają

przychody ze sprzedaży towarów Emitenta w 2012 i 2011 roku wg kanałów dystrybucji w podziale na segment krajowej sprzedaży hurtowej i detalicznej.

***Struktura rynków zbytu towarów Emitenta w kraju.***

Wyszczególnienie	2012		2011	
	w tys. zł	%	w tys. zł	%
Sprzedaż towarów detaliczna	127 175	98,59	108.082	99,18
Sprzedaż towarów hurtowa	1 820	1,41	889	0,82
<b>Razem</b>	<b>128.995</b>	<b>100,00</b>	<b>108.971</b>	<b>100,00</b>

Długoterminowa strategia rozwoju Spółki zakłada ciągłe umacnianie dotychczasowej pozycji rynkowej poprzez m.in. budowę własnej sieci salonów firmowych oraz rozwój sprzedaży poprzez sklep internetowy. Odpowiedni dobór lokalizacji punktów sprzedaży umożliwia Emitentowi maksymalizację zysków. W tym celu Emitent dąży do usytuowania swoich salonów w najatrakcyjniejszych punktach handlowych. Są to głównie galerie i centra handlowe w największych miastach Polski.

**Źródła zaopatrzenia w materiały do produkcji, w towary i usługi.**

Od 2001 roku produkcja całej odzieży (tzw. przeszycie) wykonywana jest, zgodnie z projektami i specyfikacjami Spółki, przez wykonawców zewnętrznych, z wykorzystaniem najwyższej klasy surowców kupowanych u kilkudziesięciu dostawców. Zlecanie produkcji na zewnątrz pozwala znacznie ograniczać koszty stałe, jakie byłyby związane z utrzymywaniem zaplecza produkcyjnego – Spółka nie posiada własnego zakładu produkcyjnego. Wykonanie produkcji zlecane jest firmom zewnętrznym w Polsce, Chinach i innych krajach.

„MONNARI TRADE” S.A. nie posiada jednego odbiorcy lub dostawcy, którego udział w sprzedaży lub zaopatrzeniu osiągałby, co najmniej 10% przychodów Spółki ze sprzedaży ogółem. Poszczególni dostawcy towarów i dodatków realizują poniżej 5% wolumenu asortymentów zamawianych i sprzedawanych przez Spółkę.

**7. Informacje o zawartych umowach znaczących dla działalności Emitenta, w tym znanych Emitentowi umowach zawartych pomiędzy akcjonariuszami (wspólnikami), umowach ubezpieczenia, współpracy lub kooperacji.**

Zarząd Emitenta nie powziął żadnych informacji o umowach zawartych pomiędzy akcjonariuszami (wspólnikami), umowach ubezpieczenia, współpracy lub kooperacji.

Spółka „MONNARI TRADE” S.A. w roku obrotowym 2012 nie zawarła żadnych znaczących umów, mających wpływ na prowadzoną działalność gospodarczą.

**8. Informacje o powiązaniach organizacyjnych lub kapitałowych emitenta z innymi podmiotami oraz określenie jego głównych inwestycji krajowych i zagranicznych (papiery wartościowe, instrumenty finansowe, wartości niematerialne i prawne oraz nieruchomości), w tym inwestycji kapitałowych dokonanych poza jego grupą jednostek powiązanych oraz opis metod ich finansowania.**

Na dzień 31 grudnia 2012 roku oraz na dzień przekazania niniejszego Sprawozdania, Spółka „MONNARI TRADE” S.A. tworzyła Grupę Kapitałową, składającą się z poniżej wymienionych spółek.

1. Monnari Trade Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
2. Monnari Trade Logistic Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
3. Monnari Trade Advantage Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
4. Monnari Trade Assets Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
5. Monnari Trade Benefit Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
6. Monnari Trade Centre Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
7. Monnari Trade Challenge Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
8. Monnari Trade Estate Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
9. Monnari Trade Favour Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
10. Monnari Trade Member Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
11. Monnari Trade Ownership Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
12. Monnari Trade Partner Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
13. Monnari Trade Products Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
14. Monnari Trade Prosperity Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
15. Monnari Trade Shopping Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,

*Sprawozdanie Zarządu z działalności „MONNARI TRADE” S.A.  
za okres od 1 stycznia 2012 r. do 31 grudnia 2012 r.*

16. Monnari Trade Team Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
17. Monnari Trade Treasure Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi.
18. Monnari Trade Business Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
19. Monnari Trade Capital Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
20. Monnari Trade Crew Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
21. Monnari Trade Development Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
22. Monnari Trade Interest Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
23. Monnari Trade Market Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
24. Monnari Trade Order Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
25. Monnari Trade Profit Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
26. Monnari Trade Supply Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
27. Monnari Trade Transaction Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi.
28. Monnari Trade Common Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
29. Monnari Trade Company Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
30. Monnari Trade Contract Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
31. Monnari Trade Coustom Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
32. Monnari Trade Cooperative Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
33. Fashion Line Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
34. Leading Line Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
35. Fashion Sale Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
36. Fashion Taste Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
37. Fashion Trend Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi.

Po dniu bilansowym, na które zostało sporządzone niniejsze Sprawozdanie zostały zarejestrowane następujące spółki:

1. COMMON SALE Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
2. FASHION PARTNER Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
3. FASHION SYSTEM Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
4. MONNARI TRADE PRACTICE Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
5. FASHION NEW LOOK Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
6. FASHION PRIZE Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
7. FASHION WORK Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,



*Sprawozdanie Zarządu z działalności „MONNARI TRADE” S.A.  
za okres od 1 stycznia 2012 r. do 31 grudnia 2012 r.*

8. MONNARI TRADE PRIZE Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
9. MONNARI TRADE VOGUE Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
10. COMMON SERVICE Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
11. COMMON TRADE Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
12. COMMON PARTNER Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
13. MONNARI TRADE LOOK Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
14. MONNARI TRADE MODE Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
15. MONNARI TRADE QUALITY Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
16. COMMON SUPPLY Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
17. MONNARI TRADE SERVICE Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
18. MONNARI TRADE STYLE Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi.

„MONNARI TRADE” S.A. posiada w każdej z wyżej wymienionych spółek 100 % kapitału zakładowego, który wynosi 5 tys. zł oraz 100 % głosów na zgromadzeniu wspólników. Podstawowym przedmiotem działalności powyżej opisanych spółek zależnych jest sprzedaż odzieży, nadzór nad zakupami i produkcją oraz projektami dotyczącymi zarządzania zasobami ludzkimi - w tym zakresie podmioty te będą wspomagać Spółkę Dominującą – „MONNARI TRADE” S.A. Utworzenie wyżej wymienionych spółek ma na celu wydzielenie ze Spółki Dominującej obszarów, które należy zreorganizować tak, aby odpowiadały aktualnym wymaganiom rynkowym, co ma prowadzić do podniesienia efektywności działania.

Spółka realizuje od ubiegłego roku proces optymalizacji zatrudnienia w MONNARI TRADE S.A. polegający na decentralizacji zatrudnienia poprzez spółki zależne dedykowane do określonego salonu lub zadań.

„MONNARI TRADE” S.A. traktuje nowoutworzone spółki, jako inwestycję długoterminową.

Rozmiar prowadzonej działalności jednostek zależnych (udział jednostek zależnych w przychodach i sumie bilansowej Grupy Kapitałowej, poziom generowanych przychodów i wyników finansowych) jest nieistotny dla oceny sytuacji majątkowej, finansowej oraz wyniku finansowego Grupy Kapitałowej, tym samym Spółka dominująca, kierując się zasadą istotności, o której mowa w par. 5 i 8 MSR 8 „Zasady (polityka) rachunkowości, zmiany wartości szacunkowych i korygowanie błędów”, odstąpiła od sporządzenia skonsolidowanego



sprawozdania finansowego za I półrocze 2012 r. Nadto spółki zależne dokonywały transakcji jedynie z Jednostką Dominującą, co sprawia, że po wyłączeniu wewnątrzgrupowych aktywów, pasywów przychodów i kosztów sprawozdanie skonsolidowane było praktycznie takie samo jak sprawozdanie jednostkowe.

Ponadto, Spółka posiada udziały i akcje w innych jednostkach, jednak z uwagi na utratę kontroli:

- nad spółką Mattoni AG z siedzibą w Berlinie, Niemcy (100% głosów na walnym zgromadzeniu) w dniu 10 września 2009 roku w wyniku ogłoszenia przez Sąd Rejonowy w Charlottenburg otwarcia postępowania upadłościowego,
  - nad spółką OOO MOD z siedzibą w Kaliningradzie, Rosja (70% głosów na walnym zgromadzeniu) w I półroczu 2009 r. z powodu braku porozumienia z drugim udziałowcem, który bezpośrednio kierował funkcjonowaniem spółki
- w/w podmioty nie wchodzą w skład Grupy Kapitałowej „MONNARI TRADE” S.A.

Spółka nie ma innych powiązań organizacyjnych i kapitałowych poza wskazanymi powyżej podmiotami oraz nie dokonywała innych inwestycji kapitałowych i finansowych.

**9. Informacje o zawarciu przez emitenta lub jednostkę od niego zależną jednej lub wielu transakcji z podmiotami powiązanymi, jeżeli pojedynczo lub łącznie są one istotne i zostały zawarte na innych warunkach niż rynkowe, wraz ze wskazaniem ich wartości, przy czym informacje dotyczące poszczególnych transakcji mogą być zgrupowane według rodzaju, z wyjątkiem przypadku, gdy informacje na temat poszczególnych transakcji są niezbędne do zrozumienia ich wpływu na sytuację majątkową, finansową i wynik finansowy emitenta.**

Transakcje z podmiotami powiązanymi były zawierane na warunkach nie odbiegających od warunków rynkowych.

Specyfikacja wszystkich transakcji z podmiotami powiązanymi przedstawiona została w punkcie 7 i 8 Dodatkowych Not Objaśniających do Sprawozdania Finansowego.

**10. Informacje o zaciągniętych i wypowiedzianych w danym roku obrotowym umowach dotyczących kredytów i pożyczek, z podaniem co najmniej ich kwoty, rodzaju i wysokości stopy procentowej, waluty i terminu wymagalności.**

W roku 2012 r. Spółka nie zaciągała i nie spłacała kredytów bankowych (poza spłatą wierzytelności PKO BP S.A. wynikającej z układu, o której mowa w Nocie 15b Sprawozdania finansowego). Zobowiązania z tego tytułu wynikają z umów zawartych przed ogłoszeniem upadłości likwidacyjnej tj. przed 10.08.2009 r.

Spółki zależne w roku 2012 nie zaciągały i nie spłacały kredytów lub pożyczek udzielonych przez podmioty zewnętrzne (spoza Grupy Kapitałowej). Spółki zależne otrzymały w roku 2012 pożyczki od jednostki dominującej „Monnari Trade” S.A. w celu finansowania ich działalności. Szczegóły prezentuje tabela zamieszczona w punkcie 11 Sprawozdania Zarządu.

**11. Informacje o udzielonych w danym roku obrotowym pożyczkach, ze szczególnym uwzględnieniem pożyczek udzielonych jednostkom powiązanym emitenta, z podaniem co najmniej ich kwoty, rodzaju i wysokości stopy procentowej, waluty i terminu wymagalności.**

„MONNARI TRADE” S.A. udzieliła w 2012 r. pożyczek podmiotom zależnym:

	Kwota udzielonej pożyczki	Kwota spłaty pożyczki	Kwota spłaty pożyczki pozostała do spłaty (nominalnie)	Wycena pożyczki na dzień 31.12.2012 r.
Monnari Trade Capital Sp. z o.o.	30	10	20	21
Monnari Trade Interest Sp. z o.o.	210		210	225
Monnari Trade Partner Sp. z o.o.	132		132	136
Monnari Trade Profit Sp. z o.o.	10		10	10
Monnari Trade Prosperity Sp. z o.o.	5		5	5
Monnari Trade Supply Sp. z o.o.	5		5	5
Monnari Trade Market Sp. z o.o.	5	4	1	1
Monnari Trade Business Sp. z o.o.	125	22	103	105
Monnari Trade Development Sp. z o.o.	145		145	147
Monnari Trade Contract Sp. z o.o.	2		2	2
Monnari Trade Cooperative Sp. z o.o.	72		72	73
Monnari Trade Custom Sp. z o.o.	39		39	39
<b>Razem</b>	<b>780</b>	<b>36</b>	<b>744</b>	<b>769</b>

**12. Informacje o udzielonych i otrzymanych w danym roku obrotowym poręczeniach i gwarancjach, ze szczególnym uwzględnieniem poręczeń i gwarancji udzielonych jednostkom powiązanym emitenta.**

„MONNARI TRADE” S.A. udzieliła w 2012 r. podmiotom zależnym zabezpieczenia spłaty gwarancji bankowych w drodze wniesienia depozytów pieniężnych o łącznej wartości 633 tys. zł. Poniższa tabela prezentuje podmioty i kwoty gwarancji zabezpieczonych w/w depozytem.

<b>Podmiot</b>	<b>Kwota gwarancji</b>
Monnari Trade Shopping Sp. z o.o.	51
Monnari Trade Member Sp. z o.o.	33
Monnari Trade Challenge Sp. z o.o.	77
Monnari Trade Estate Sp. z o.o.	112
Monnari Trade Favour Sp. z o.o.	123
Monnari Trade Partner Sp. z o.o.	17
Monnari Trade Crew Sp. z o.o.	51
Monnari Trade Benefit Sp. z o.o.	88
<b>Razem</b>	<b>552</b>

Ponadto Emitent w dniu 31 grudnia 2008 roku, 23 stycznia 2009 roku oraz 13 lutego 2009 roku zawiązał depozyty pieniężne w Deutsche Banku PBC SA w łącznej kwocie 2,4 mln zł, celem poręczenia kredytu Pani Agaty Jóźwiak – akcjonariusza Spółki. Decyzja Zarządu o ustanowieniu depozytu była podyktowana zagrożeniem wyprzedaży przez bank akcji Spółki, będących w posiadaniu akcjonariusza, co mogłoby przeszkodzić, na ówczesnym etapie poszukiwania źródeł finansowania Spółki, w pozyskaniu ewentualnego strategicznego inwestora. W dniu 19 czerwca 2009 roku depozyty w Deutsche Banku uległy zmniejszeniu do wysokości 2,0 mln zł. Bank w związku z brakiem spłaty kredytu przez Panią Agatę Jóźwiak zrealizował w grudniu 2009 roku zabezpieczenie wynikające z ww. depozytu. Wobec spłaty części zadłużenia wierzytelność Spółki z powyższego tytułu na 31 grudnia 2011 roku wynosiła 1.858 tys. zł i w całości była objęta odpisem aktualizującym wartość. Ponadto, zabezpieczeniem wierzytelności był weksel „in blanco” oraz udział w wysokości 50% nieruchomości zabudowanej w Łodzi oraz zastaw zwykły i rejestrowy na 228.000 akcji MONNARI TRADE S.A. oraz poręczenie osób fizycznych.

Wobec braku spłaty zadłużenia, Spółka zrealizowała zabezpieczenie ww. wierzytelności w postaci przejęcia 50 % prawa własności do nieruchomości zabudowanej w Łodzi. W związku

z powyższym, przedmiotowa wierzytelność uległa zmniejszeniu i na dzień 31.12.2012 r. wynosiła 1 358 tys. zł.

Z dłużnikiem i poręczycielami prowadzone są negocjacje, zmierzające do zakończenia sprawy.

**13. Emisja papierów wartościowych w okresie objętym raportem – opis wykorzystania przez emitenta wpływów z emisji do chwili sporządzenia sprawozdania z działalności.**

W okresie objętym niniejszym Sprawozdaniem Spółka nie dokonała emisji akcji.

**14. Stanowisko Zarządu odnośnie możliwości zrealizowania wcześniej publikowanych prognoz wyników na dany rok, w świetle wyników zaprezentowanych w raporcie rocznym w stosunku do wyników prognozowanych.**

Spółka nie podawała do publicznej wiadomości prognoz wyników na dany okres, za który sporządzone jest niniejsze Jednostkowe Sprawozdanie za rok obrotowy 2012.

**15. 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.**

Suma bilansowa na dzień 31 grudnia 2012 roku wyniosła 109.986 tys. zł i była wyższa o 8.513 tys. zł w stosunku do stanu na dzień 31.12.2011 r., co było wynikiem przede wszystkim nabycia nieruchomości inwestycyjnej oraz zwiększeniem środków pieniężnych oraz ich ekwiwalentów wypracowanych na działalności operacyjnej jednostki.

Wartość aktywów trwałych uległa zmniejszeniu wobec 2011 r. z uwagi na likwidację części salonów oraz naliczoną amortyzację i wyniosła na koniec 2012 r. 22 069 tys. zł. Z uwagi na wzrost środków pieniężnych, nabycie nieruchomości inwestycyjnej oraz wzrost należności krótkoterminowych w sposób znaczący wzrosły aktywa obrotowe Spółki, bo aż o 12 130 tys. zł, do poziomu 87 917 tys. zł na koniec 2012 r. Kapitał własny na dzień 31 grudnia 2012 roku wyniósł 71 462 tys. zł i był wyższy o 8 233 tys. zł w stosunku do stanu na dzień 31 grudnia 2011 roku z uwagi na pozytywny wynik finansowy w roku obrotowym 2012.

Spółka nie korzystała z dodatkowego zewnętrznego finansowania w postaci udzielonych w 2012 r. pożyczek i kredytów.

*Sprawozdanie Zarządu z działalności „MONNARI TRADE” S.A.  
za okres od 1 stycznia 2012 r. do 31 grudnia 2012 r.*

Przepływy pieniężne generowane z działalności operacyjnej pozwalały na bieżące regulowanie wierzytelności Spółki. Środki pieniężne na koniec 2012 r. wyniosły 26 998 tys. zł i były wyższe o 3.365 tys. zł r/r., co świadczy o znacznej poprawie płynności finansowej Spółki.

Poniższe wskaźniki opisują sytuację finansową Spółki na dzień sporządzenia niniejszego Sprawozdania.

	2012	2011
<b>Rentowność majątku (ROA), (%)</b>		
wynik finansowy netto / średnioroczny stan aktywów	7,8%	-4,3%
<b>Rentowność kapitału własnego (ROE), (%)</b>		
wynik finansowy netto / średnioroczny stan kapitału	12,2%	-8,2%
<b>Zyskowność netto sprzedaży (%)</b>		
wynik finansowy netto / przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	6,2%	-4,5%
<b>Zyskowność brutto sprzedaży (%)</b>		
wynik brutto ze sprzedaży / przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	52,5%	50,4%
<b>Płynność - wskaźnik płynności bieżącej</b>		
aktywa obrotowe* / zobowiązania krótkoterminowe	1,8	4,0
*) z wyłączeniem aktywów trwałych przeznaczonych do zbycia		
<b>Płynność - wskaźnik płynności szybki</b>		
aktywa obrotowe* - zapasy / zobowiązania krótkoterminowe	1,2	2,4
*) z wyłączeniem aktywów trwałych przeznaczonych do zbycia		
<b>Płynność - wskaźnik natychmiastowej wymagalności</b>		
środki pieniężne / zobowiązania krótkoterminowe	0,7	1,7
<b>Szybkość obrotu należności w dniach</b>		
średnioroczny stan ogółu należności z tytułu dostaw i usług** x 365 / przychód netto ze sprzedaży produktów oraz towarów i materiałów	110	73
**) wyłączono przychody ze sprzedaży detalicznej regulowanej gotówką		
<b>Szybkość obrotu zapasów w dniach</b>		
średnioroczny stan zapasów x 365 / wartość sprzedanych towarów i materiałów + koszt wytworzenia sprzedanych produktów	124	168

*Sprawozdanie Zarządu z działalności „MONNARI TRADE” S.A.  
za okres od 1 stycznia 2012 r. do 31 grudnia 2012 r.*

	2012	2011
<b>Wskaźnik rotacji majątku</b>		
<i>przychód netto ze sprzedaży produktów oraz towarów i materiałów / średnioroczny stan aktywów</i>	1,3	1,0
<b>Stopień spłaty zobowiązań w dniach</b>		
<i>średnioroczny stan ogółu zobowiązań z tytułu dostaw i usług x 365 / wartość sprzedanych towarów i materiałów + koszt wytworzenia sprzedanych produktów</i>	28	46
<b>Pokrycie aktywów trwałych kapitałem własnym i zobowiązaniami długoterminowymi</b>		
<i>kapitał własny + zobowiązania długoterminowe / aktywa trwałe</i>	3,3	3,4
<b>Trwałość struktury finansowania</b>		
<i>kapitał własny + zobowiązania długoterminowe / suma aktywów</i>	0,7	0,9

Spółka w 2012 r. konsekwentnie realizowała układ z wierzycielami oraz restrukturyzowała wewnętrzną organizację Spółki mając za cel usprawnienie działania oraz optymalizację kosztów. Działania te będą kontynuowane w 2013 r.

Zarząd „MONNARI TRADE” S.A. pozytywnie ocenia zdolność Spółki do wywiązywania się z zaciągniętych zobowiązań, oraz nie widzi istotnych zagrożeń z tym związanych na dzień przekazania niniejszego sprawozdania oraz w okresie bieżącego roku obrotowego.

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

Zarząd Spółki „MONNARI TRADE” S.A. w 2013 r. zamierza otworzyć około 10 salonów w nowych lokalizacjach, przy czym kilka nierentownych salonów będzie zamkniętych. Nakłady inwestycyjne w części będą zrealizowane przez deweloperów, a w części przez Spółkę (meble i sprzęt). Według oceny Zarządu powyższe plany są dostosowane do możliwości finansowych Spółki i będą zrealizowane z środków własnych „MONNARI TRADE” S.A.

**17. Charakterystyka zewnętrznych i wewnętrznych czynników istotnych dla rozwoju przedsiębiorstwa emitenta oraz opis perspektyw rozwoju działalności emitenta co najmniej do końca roku obrotowego następującego po roku obrotowym, za który sporządzono sprawozdanie finansowe zamieszczone w raporcie rocznym, z uwzględnieniem elementów strategii rynkowej przez niego wypracowanej.**

Perspektywy rozwoju "MONNARI TRADE" S.A. zostały omówione w pkt. 2 niniejszego Sprawozdania. Poza wskazanymi tam czynnikami wewnętrznymi i zewnętrznymi należy uwzględnić wśród istotnych czynników determinujących rozwój Spółki:

- efektywność kosztową,
- korzystne/niekorzystne perspektywy popytu konsumenckiego w 2013 r.,
- wysokość i długość okresu przecen wynikająca z wielkości stoków magazynowych po głównych sezonach
- poprawę sprzedaży na m2 salonu,
- dalszy rozwój powierzchni handlowej i sklepu internetowego,
- zdynamizowanie sprzedaży zapasów poprzez salony outletowe.

Elementy strategii rynkowej wypracowane przez „MONNARI TRADE” S.A. zostały omówione w pkt. 6 niniejszego Sprawozdania.

**18. Wskazanie skutków zmian w strukturze jednostki gospodarczej, w tym w wyniku połączenia jednostek gospodarczych, przejęcia lub sprzedaży jednostek grupy kapitałowej emitenta, inwestycji długoterminowych, podziału, restrukturyzacji i zaniechania działalności.**

W okresie objętym niniejszym Sprawozdaniem nie nastąpiły zmiany w strukturze jednostki gospodarczej, w tym w wyniku połączenia jednostek gospodarczych, przejęcia lub sprzedaży jednostek, inwestycji długoterminowych, podziału i zaniechania działalności.

Spółka prowadzi wewnętrzną restrukturyzację, która ma na celu optymalizację działania działów odpowiedzialnych za projektowanie, produkcję i sprzedaż towarów.

**19. Zmiany w podstawowych zasadach zarządzania przedsiębiorstwem emitenta i jego grupą kapitałową.**

Podstawową zmianą w zakresie zarządzania przedsiębiorstwem Emitenta w 2012 r. było zarejestrowanie kolejnych spółek zależnych, które zostały opisane w pkt. 8 niniejszego Sprawozdania. Spółki zależne zgodnie ze swoim przedmiotem działania mają za zadanie wspierać Spółkę Dominującą w określonych obszarach, a także dywersyfikować ryzyka i koszty z tym związane.

**20. 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.**

Nie istnieją żadne umowy zawarte między „MONNARI TRADE” S.A. 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.

**21. Wartość wynagrodzeń, nagród lub korzyści, w tym wynikających z programów motywacyjnych lub premiowych opartych na kapitale emitenta, w tym programów opartych na obligacjach z prawem pierwszeństwa, zamiennych, warrantach subskrypcyjnych (w pieniądzu, naturze lub jakiegokolwiek innej formie), wypłaconych, należnych lub potencjalnie należnych, odrębnie dla każdej z osób zarządzających i nadzorujących emitenta w przedsiębiorstwie emitenta, bez względu na to, czy odpowiednio były one zaliczane w koszty, czy też wynikały z podziału zysku; w przypadku gdy emitentem jest jednostka dominująca, wspólnik jednostki współzależnej lub znaczący inwestor — oddzielnie informacje o wartości wynagrodzeń i nagród otrzymanych z tytułu pełnienia funkcji we władzach jednostek podporządkowanych; jeżeli odpowiednie informacje zostały przedstawione w sprawozdaniu finansowym — obowiązek uznaje się za spełniony poprzez wskazanie miejsca ich zamieszczenia w sprawozdaniu finansowym.**

Informacje o wartości wynagrodzeń, nagród lub korzyści, w tym wynikających z programów motywacyjnych lub premiowych opartych na kapitale emitenta zawarte są w punkcie 11 Dodatkowych Not objaśniających do Sprawozdania Finansowego.



*Sprawozdanie Zarządu z działalności „MONNARI TRADE” S.A.  
za okres od 1 stycznia 2012 r. do 31 grudnia 2012 r.*

W „MONNARI TRADE” S.A. nie istnieją specjalnie dedykowane dla osób zarządzających i nadzorujących programy motywacyjne lub premiowe oparte na kapitale emitenta, w tym programy oparte na obligacjach z prawem pierwszeństwa, zamiennych, w związku z czym poza wskazanymi wyżej wynagrodzeniami nie były wypłacane i nie są należne osobom zarządzającym i nadzorującym inne wynagrodzenia.

W Spółce jest przyjęty Program Motywacyjny oparty na warrantach subskrypcyjnych skierowany do wszystkich pracowników Spółki opisany w pkt. 24 niniejszego Sprawozdania, zarówno w 2012 r. jak i 2011 r. nie był realizowany.

**22. W przypadku spółek kapitałowych — określenie łącznej liczby i wartości nominalnej wszystkich akcji (udziałów) emitenta oraz akcji i udziałów w jednostkach powiązanych emitenta, będących w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących emitenta (dla każdej osoby oddzielnie).**

**Zarząd „MONNARI TRADE” S.A.**

Stan posiadania akcji (łączna liczba i wartość nominalna wszystkich akcji) „MONNARI TRADE” S.A. przez Pana Mirosława Misztala – Prezesa Zarządu od dnia przekazania raportu kwartalnego za IV kwartał 2012 r. tj. dnia 26 lutego 2013 r., do dnia przekazania niniejszego Sprawozdania nie uległ zmianie.

Imię i nazwisko	Funkcja	Liczba akcji /głosów 31.12.2012 r.	Liczba akcji /głosów 26.02.2013 r.	Liczba akcji /głosów dzień publikacji
Mirosław Misztal	Prezes Zarządu	7.987.000 akcji/ 9.187.000 głosów	7.987.000 akcji / 9.187.000 głosów	7 987 000 akcji/ 9 187 000 głosów

**Rada Nadzorcza „MONNARI TRADE” S.A.**

Według złożonych oświadczeń, nikt z Członków Rady Nadzorczej Spółki nie posiadał w omawianym wyżej okresie i nie posiada akcji ani opcji na akcje „MONNARI TRADE” S.A. na dzień przekazania niniejszego Sprawozdania.

Osoby zarządzające i nadzorujące Emitenta oraz spółki zależne nie posiadają akcji lub udziałów w jednostkach powiązanych Emitenta.

**23. Informacje o znanych emitentowi umowach (w tym również zawartych po dniu bilansowym), w wyniku których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy i obligatariuszy.**

Zarządowi MONNARI TRADE S.A. nie są znane żadne umowy w wyniku, których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy i obligatariuszy.

Przy czym, stosownie do treści postanowienia Sądu Rejonowego dla Łodzi-Śródmieścia w Łodzi XIV Wydział Gospodarczy dla spraw Upadłościowych i Naprawczych z dnia 22 października 2010 r. (sygn. akt XIV GUp 19/09) w przedmiocie zatwierdzenia układu ("Układ") zawartego przez zgromadzenie wierzycieli w dniu 29 września 2010 r., w ramach postępowania upadłościowego z możliwością zawarcia układu, jakie toczyło się wobec Spółki, z upływem dnia 14 grudnia 2012 r. Spółka nabyła nieodpłatnie 446.984 sztuk w pełni pokrytych akcji własnych, powstałych w oparciu o treść postanowienia Sądu Rejonowego dla Łodzi Śródmieścia w Łodzi XX Wydział Krajowego Rejestru Sądowego z dnia 14 grudnia 2010 r. o wpisie do Rejestru podwyższenia kapitału zakładowego Spółki w wykonaniu Układu. Nabyciu podlegały wyłącznie akcje, które nie zostały wydane akcjonariuszom, których wierzytelności wobec Spółki podlegały konwersji na jej akcje. Wartość nominalna nabytych 446.984 akcji wynosi 44 698,40 zł. Nabyte akcje stanowią 1,44% udziału w kapitale zakładowym Spółki i dają 446.984 głosy (1,19% ogólnej liczby głosów) na zgromadzeniu akcjonariuszy.

Zarząd Spółki zamierza w porządku obrad najbliższego Walnego Zgromadzenia umieścić punkt o ich umorzeniu i zmianie Statutu Spółki. W przypadku rejestracji przez Sąd powyższej zmiany Statutu, ulegną zmianie proporcje posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy i obligatariuszy.

**24. Informacje o systemie kontroli programów akcji pracowniczych.**

W dniu 29 stycznia 2007 r. Rada Nadzorcza „MONNARI TRADE” S.A. przyjęła Regulamin Programu Motywacyjnego zakładający przydział warrantów subskrypcyjnych dla kluczowych pracowników Spółki. Program rozpoczął się w roku 2007 i będzie realizowany do 2015 r. (zgodnie z Uchwałą Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia „MONNARI TRADE” S.A. z dnia 30.06.2009 r. wydłużającą okres trwania Programu Motywacyjnego).

Maksymalna liczba warrantów subskrypcyjnych w całym okresie trwania Programu wynosi 300.000. W 2008 roku zostało przydzielonych 99 pracownikom 34 000 warrantów serii A, które zostały zamienione na akcje i dopuszczone do obrotu na GPW.

Warranty emitowane są nieodpłatnie, jako papiery wartościowe na okaziciela. Akcje są obejmowane za ich wartość nominalną, czyli 0,10 zł. Warranty są obejmowane przez Osoby Uprawnione na podstawie ilości wskazanej w stosownej uchwale Zarządu w przypadku osób spoza Zarządu, oraz w uchwale Rady Nadzorczej w przypadku Zarządu, po spełnieniu warunków lojalnościowego, jakościowego oraz uznaniowego.

Rada Nadzorcza w odniesieniu do Osób Uprawnionych z grona Zarządu jak również Zarząd w odniesieniu do Osób Uprawnionych spoza grona Zarządu, mogą wskazać dodatkowo inne kryteria jakościowe związane ze stawianymi Osobie Uprawnionej w danym roku zadaniami.

Rada Nadzorcza Spółki na wniosek Zarządu, w ciągu 14 dni od dnia weryfikacji spełnienia kryteriów, podejmuje uchwałę o spełnieniu kryteriów przez poszczególne Osoby Uprawnione ze wskazaniem ilości Warrantów przypadającej każdej z nich oraz przeznaczeniem warrantów nieprzydzielonych w danym roku obowiązywania Programu.

Z uwagi na trudną sytuację Spółki w latach 2009-2011, program emisji warrantów został w zrealizowany jedynie w części. Kontynuacja Programu Motywacyjnego będzie możliwa po pełnym ustabilizowaniu sytuacji ekonomicznej i finansowej Spółki oraz wypełnieniu do końca postanowień układowych.

**25. Informacje o zawartych umowach znaczących dla działalności emitenta, w tym znanych emitentowi umowach zawartych pomiędzy akcjonariuszami (wspólnikami), umowach ubezpieczenia, współpracy lub kooperacji.**

W 2012 roku Spółka "MONNARI TRADE" S.A. nie zawarła żadnych znaczących umów mających wpływ na prowadzoną działalność gospodarczą. Zarząd Spółki nie powziął żadnych informacji o zawartych pomiędzy akcjonariuszami, umowach ubezpieczenia, współpracy lub kooperacji.

**26. Informacje o dacie zawarcia przez emitenta umowy, z podmiotem uprawnionym do badania sprawozdań finansowych, o dokonanie badania lub przeglądu sprawozdania finansowego lub skonsolidowanego sprawozdania finansowego oraz okresie, na jaki została zawarta ta umowa, wynagrodzeniu podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań**

*Sprawozdanie Zarządu z działalności „MONNARI TRADE” S.A.  
za okres od 1 stycznia 2012 r. do 31 grudnia 2012 r.*

**finansowych, wypłaconym lub należnym za rok obrotowy odrębnie za badanie rocznego sprawozdania finansowego, inne usługi w tym przegląd sprawozdania finansowego, usługi doradztwa podatkowego, pozostałe usługi.**

Spółka „MONNARI TRADE” S.A. przy badaniu jednostkowego sprawozdania finansowego za 2012 r. oraz przy przeglądzie półrocznego sprawozdania za rok 2012 r., korzystała z usług DGA Audyt Sp. z o.o., wpisaną na listę podmiotów uprawnionych do badania sprawozdań finansowych pod numerem 380 rejestru.

Umowa o przegląd Sprawozdania Finansowego „MONNARI TRADE” S.A. za I półrocze 2012 roku oraz umowa o badanie Sprawozdania Finansowego „MONNARI TRADE” S.A. za 2012 rok została zawarta z ww. spółką w dniu 28 lipca 2012 roku.

Wynagrodzenie za powyższe usługi strony ustaliły odpowiednio:

- za przegląd półroczny w wysokości 8 tys. zł netto, które zostało uregulowane po zakończeniu przeglądu,
- za badania roczne w wysokości 18 tys. zł netto, które zostanie uregulowane po zakończeniu badania.

Żadna ze spółek Grupy Kapitałowej „MONNARI TRADE” S.A., z uwagi na niespełnienie progu zobowiązującego do badania sprawozdania finansowego, nie korzystała z usług audytorskich. DGA Audyt Sp. z o.o. nie świadczyła w 2012 r. innych usług dla „MONNARI TRADE” S.A. bądź spółek zależnych, poza audytorskimi opisanymi powyżej.

Data	Imię i nazwisko	Stanowisko/Funkcja	Podpis
16.04.2013 r.	Mirosław Misztal	Prezes Zarządu	