

SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI GRUPY KAPITAŁOWEJ HUBSTYLE ZA I PÓŁROCZE 2016 ROKU

Warszawa, 30 sierpnia 2016 r.



HubStyle



Podsumowanie operacyjne	3
Opis organizacji i działalności Grupy Kapitałowej HubStyle	7
Segmenty działalności	10
Informacje o zawartych umowach	12
Opis sytuacji na rynku e-commerce	13
Perspektywy rozwoju	15
Strategia rozwoju	16
Ryzyka oraz kluczowe czynniki wpływające na perspektywy rozwoju	17
Sytuacja finansowa Grupy	20
Informacje o akcjach i akcjonariacie	25
Ład korporacyjny	28
Władze HubStyle	28
Pozostałe informacje	35
Oświadczenie Zarządu	37
Słowniczek pojęć	38
Indeks zagadnień	39

HubStyle

sugarfree
DRESS A-DDRESS

CARDIO  **BUNNY**

EMENTE

KRAGELMAN

Freakylicks
nokaut.pl

Wybrane dane finansowe

Wybrane dane finansowe [tys. zł]	01.01.2016 - 30.06.2016	01.01.2015 - 30.06.2015
Przychody ze sprzedaży	9 726	5 626
Strata na działalności operacyjnej	-2 050	-7 239
Strata brutto	-1 975	-7 279
Strata netto	-1 937	-7 285
Całkowite dochody/straty ogółem	-1 937	-7 285
Aktywa razem	16 275	19 474
Rzeczowe aktywa trwałe	186	285
Należności krótkoterminowe	1 030	3 293
Zobowiązania krótkoterminowe	2 548	1 672
Zobowiązania długoterminowe	0	54
Kapitał własny	13 727	17 749
Kapitał podstawowy	1 845	1 603
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	-2 121	-1 802
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-396	3 670
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	-63	-130
Zmiana stanu środków pieniężnych	-2 580	1 738
Zysk (strata) na jedną akcję zwykłą	-0,10	-0,44
Rozwodniony zysk (strata) na jedną akcję zwykłą	-0,10	-0,44

- 73% wzrost przychodów

Najważniejsze wydarzenia w I półroczu 2016 r.

Komentarz Zarządu

W I półroczu 2016 r. Grupa kontynuowała realizację strategii polegającej na budowie silnego portfolio własnych marek lifestylowych oraz działań potwierdzających trwałą rentowność działalności Nokaut.pl.

W I półroczu 2016 roku zrealizowano przychody ze sprzedaży w wysokości 9 726 tys. zł, co oznaczało wzrost o 73% w porównaniu do analogicznego okresu roku poprzedniego. Główną przyczyną wzrostu jest działalność prowadzona w segmencie odzieży, który pojawił się w strukturze Grupy w II kwartale 2015 roku.

Strata netto za I półrocze wyniosła 1 937 tys. zł i była prawie czterokrotnie niższa niż w roku poprzednim. Główną przyczyną straty w okresie objętym niniejszym sprawozdaniem finansowym były nakładane ponoszone na uruchomienie nowych marek (Freakylicks oraz Kragelman), a także wydatki na opracowanie nowej skalowalnej infrastruktury IT [autorskie rozwiązania dotyczące silnika e-commerce oraz wdrożenie systemu ERP]. Okres wakacyjny występujący w II kwartale jest również okresem realizacji najniższych marży na sprzedawanych wyrobach w segmencie odzieżowym, jak i w segmencie usług e-commerce.

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

Pierwsze miesiące 2016 r. były również okresem przygotowań do wprowadzenia kolejnych dwóch conceptów modowych. Opracowana została kompleksowa strategia marketingowa, prowadzone były działania związane z przygotowaniem kanałów sprzedaży nowych marek.

W I półroczu 2016 r. Grupa prowadziła prace związane z uruchomieniem nowego silnika do zarządzania platformami sklepowymi, a także z wdrożeniem systemu ERP. Wszystkie wydatki związane z opracowaniem nowych rozwiązań dedykowanych segmentowi odzieżowemu zostały potraktowane jako koszty operacyjne i w całości zostały odniesione na wynik finansowy.

Zmiany w składzie Zarządu

W I półroczu 2016 r. miały miejsce zmiany w składzie Zarządu HubStyle S.A.

27 kwietnia 2016 roku Rada nadzorcza spółki Hubstyle S.A. powołała do Zarządu Pana Wiktora Dymeckiego.

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

Obecnie w skład Zarządu wchodzi:

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

Uruchomienie sklepu internetowego dla marki Emente

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

Wprowadzenie nowych marek do portfolio HubStyle

Grupa HubStyle kontynuując budowę silnego portfolio własnych marek lifestylowych w I półroczu 2016 r. wprowadziła do sprzedaży dwie nowe marki: Kragelman oraz Freakylicks. Opracowana została kompleksowa strategia marketingowa, prowadzone były działania związane z przygotowaniem kanałów sprzedaży nowych marek.

Kolejne marki w portfolio kierowane są do ściśle określonych grup docelowych: aktywnych i eleganckich mężczyzn, oraz dziewcząt, podkreślający niepokorność, charyzmę i odwagę w kobiecym stylu ubierania. Sprzedaż nowych marek odbywa się głównie za pośrednictwem kanałów e-commerce. Obecnie portfolio HubStyle jest kompletne, a Grupa koncentruje się na dynamicznym wzroście skali biznesu już działających marek odzieżowych.

Najważniejsze wydarzenia pierwszego półrocza 2016 r.

Rozpoczęcie raportowania wstępnych, miesięcznych skonsolidowanych przychodów ze sprzedaży

7 czerwca 2016 roku HubStyle S.A. rozpoczęła raportowanie sprzedaży za miesiąc maj 2016 roku, który był pierwszym pełnym porównywalnym miesiącem z uwagi na objęcie kontroli nad Sugarfree sp. z o.o. 30 kwietnia 2015 roku i wydzieleniem z działalności GK segmentu sprzedaży odzieży.

Zarząd HubStyle S.A. poinformował, że rozpoczyna publikowanie raportów miesięcznych i będzie przekazywał do publicznej wiadomości, w formie raportu bieżącego, wstępne skonsolidowane przychody ze sprzedaży za poprzedni miesiąc wraz z danymi za okres porównywalny poprzedniego roku obrotowego.

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

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

Zarząd Emitenta informuje, że na tym etapie nie podjął jeszcze żadnych wiążących decyzji dotyczących wyboru konkretnego scenariusza, związanego z posiadaniem pakietem udziałów w Nokaut.pl. Zarząd Emitenta będzie informował, w odrębnych raportach bieżących, o wszelkich istotnych okolicznościach rozpoczętego procesu analizy, zgodnie z obowiązującymi w tym zakresie przepisami prawa.

Struktura organizacji oraz skład Grupy Kapitałowej

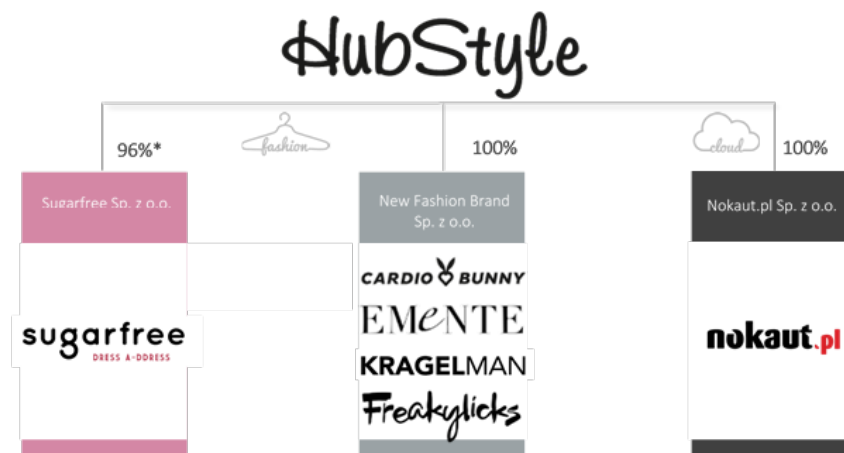
Jednostką dominującą Grupy jest spółka HubStyle S.A. (dawna Grupa Nokaut S.A.). Spółka powstała 10 listopada 2010 roku w wyniku przekształcenia Nokaut Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (powołanej 11 stycznia 2006 roku na mocy aktu notarialnego sporządzonego w Kancelarii Notarialnej przed notariuszem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

Zmiany w strukturze Grupy

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

Struktura Grupy

Strukturę Grupy Kapitałowej tworzonej przez HubStyle S.A. na dzień 30 czerwca 2016 r. przedstawia poniższy schemat:



2

Opis organizacji i działalności Grupy

Opis działalności prowadzonej przez Grupę

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

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

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

Grupa działa na kilku rynkach zbytu. Jednym z nich jest sprzedaż przeklików do sklepów internetowych oraz sprzedaż abonamentów na użytkowanie oprogramowania do prowadzenia sklepów internetowych. Przychody generowane przez porównywarkę Nokaut.pl są uzależnione od liczby użytkowników. Spółka pozyskuje użytkowników z czterech kanałów:

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

Sprzedaż odzieży, pod markami Sugarfree, Cardio Bunny, Emence, Kragelman, Freakylicks odbywa się przez internet i kierowana jest głównie na rynek polski. Grupa przygotowuje się do rozpoczęcia sprzedaży zagranicznej i uruchomiła obcojęzyczne wersje e-sklepów oraz pilotażową ocenę potencjału rynków zagranicznych. Zamówienia zagraniczne są już realizowane.

Sprzedaż odzieży kanałami e-commerce stanowi obecnie nowe źródło przychodów Grupy Kapitałowej. Spółki z Grupy podejmują działania mające na celu stały wzrost w tym obszarze, m.in. dzięki:

- Stałej poprawie komunikacji z klientem i zmniejszaniu ilości zwrotów,
- Podnoszeniu konwersji poprzez rozwój funkcjonalności platform e-commerce,
- Wprowadzeniu nowych, skalalnych systemów informatycznych oraz centrum logistycznego,

- Jeszcze lepszemu dostosowaniu ilości modeli i kolekcji do sezonów sprzedażowych - wprowadzenie dóbr komplementarnych do kolekcji,
- Rozwojowi na międzynarodowych rynkach - w szczególności jeśli chodzi o marki Cardio Bunny i Sugarfree,
- Dywersyfikacji przychodów poprzez uruchamianie nowych marek własnych,
- Spójnej strategii marketingowej opracowanej dla poszczególnych marek – zapewnienie dotarcia do ściśle określonej grupy docelowej. W tym zakresie podejmowana jest współpraca z celebrytami: znanymi blogerkami, aktorkami, prezenterkami oraz sportsmenkami. Promocja w dużej mierze skoncentrowana jest na mediach społecznościowych, tj. Facebooku, Instagramie czy Snapchacie.

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

Wartość zakupów dokonanych u żadnego z dostawców nie przekroczyła wielkości 10%.

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

W zależności od warunków ekonomicznych Grupa posiada możliwość szybkiej zmiany źródeł zaopatrzenia.

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

HubStyle S.A. (dawniej Grupa Nokaut S.A.) - spółka holdingowa

Spółka do kwietnia 2014 r. prowadziła platformę internetową, która służyła do komunikacji na rynku internetowym pomiędzy sprzedającymi a kupującymi. 30 kwietnia 2014 roku Zorganizowana Część Przedsiębiorstwa Grupy Nokaut S.A. została przeniesiona do spółki Nokaut.pl Sp. z o.o. Przedmiotem działalności wydzielonej części przedsiębiorstwa jest prowadzenie internetowej porównywarki cen produktów. Od 1 maja 2014 prowadzenie internetowej porównywarki cen www.nokaut.pl odbywa się w ramach spółki zależnej Nokaut.pl Sp. z o.o.

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

Opis działalności prowadzonej przez Grupę

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

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

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

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

New Fashion Brand Sp. z o.o. jest jednostką specjalnego przeznaczenia (SPV) i pełni rolę inkubatora dla rozwoju nowych odzieżowych marek własnych. Jest elementem realizacji przyjętej koncepcji budowy portfolio silnych marek własnych w segmencie odzieżowym. Spółka jest odpowiedzialna za utworzenie, rozwój oraz promocję nowych conceptów modowych, a także nadzorowanie ich wzrostu, aż do momentu osiągnięcia zakładanego poziomu rentowności. Spółka w grudniu 2015 r. wprowadziła dwie nowe marki: Cardio Bunny, Emente, Kragelman oraz Freakylicks.

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

Marka Emente to ubrania dla kobiet wymagających, rozczerowanych jakością oferowaną w dużych sieciach handlowych. Ideą marki jest tworzenie wyjątkowych produktów dla pewnych siebie i znających swoją wartość kobiet. Kolekcje Emente tworzone są przez kobiety, z myślą o potrzebach innych kobiet, które wyznają podobne wartości. Oferowany asortyment jest unikatowy pod względem jakości oraz opieki nad każdą klientką. Ubrania uszyte są z tkanin najwyższej jakości, w polskich szwalniach, przy zachowaniu tradycyjnych technik krawieckich.

Kragelman to pierwsza marka w portfolio HubStyle skierowana do nowoczesnych mężczyzn, coraz częściej zapracowanych, aktywnych i dbających o swój wygląd. Koszule o zróżnicowanej stylistyce dostosowane są do aktualnych trendów modowych, a jednocześnie wygodne. Łączą miejską elegancję z luzem i naturalnością. Nazwa marki Kragelman powstała od słowa kragel, czyli kołnierz.

Marka Freakylicks skupia się na modzie ulicznej, podkreśla niepokorność, charyzmę i odwagę w kobiecym stylu ubierania. Brand wnosi świeżość w styl ubierania się młodych i niezależnych kobiet żyjących w dużym mieście. Kreuje kobiecy, uliczny styl, dodając pikanterii tradycyjnym rozwiązaniom. Kładzie nacisk na indywidualny, odważny styl.

Zarząd Hubstyle S.A. tworząc jednostkę specjalnego przeznaczenia sprawił, że koszty ponoszone na rozwój nowych marek nie są alokowane w już funkcjonujących conceptach, co zapewnia transparentność działań wykonywanych przez Spółki z Grupy Hubstyle S.A.

Segment inwestycyjny

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

Segmenty działalności

Działalność spółek z Grupy HubStyle skoncentrowana jest w trzech segmentach operacyjnych:

Usługi dla e-commerce



Sprzedaż odzieży



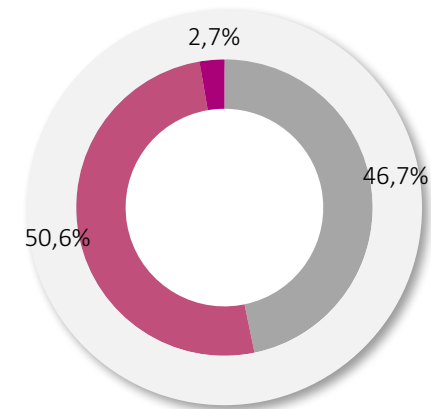
Inwestycyjny

Obejmuje aktywa i pasywa oraz przychody i koszty dotyczące zarządzania:

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

Strukturę sprzedaży Grupy HubStyle według wartości, przedstawia poniższa tabela:

Źródło przychodów	01.01.2016 - 30.06.2016	
	tys. zł	Udział w sprzedaży
Usługi dla e-commerce	4 925	46,7%
Sprzedaż odzieży	5 327	50,6%
Inwestycyjny	284	2,7%



■ Usługi dla e-commerce ■ Sprzedaż odzieży ■ Inwestycyjny

Segmenty działalności

SEGMENTY OPERACYJNE					
Wyszczególnienie	Usługi dla e-commerce (SEGMENT I)	Sprzedaż odzieży (SEGMENT II)	Inwestycyjny (SEGMENT III)	Transakcje pomiędzy segmentami	Razem
na dzień 30.06.2016 oraz za okres od 01.01. do 30.06.2016					
Aktywa segmentu:	6 912	2 884	26 674	- 20 195	16 275
Zobowiązania segmentu	1 166	2 064	192	-874	2 548
Przychody segmentu:	4 925	5 327	284	-199	10 337
Koszty segmentu	4 790	6 827	1 356	-660	12 313
Zysk/strata brutto segmentu	135	-1 500	-1 072	461	-1 976
Zysk/strata netto segmentu	135	-1 447	-1 088	463	-1 937
na dzień 31.12.2015 oraz za okres od 01.01. do 31.12.2015					
Aktywa segmentu:	7 277	2 808	30 298	-21 728	18 655
Zobowiązania segmentu	1 675	1 543	1 248	-1 475	2 991
na dzień 30.06.2015 oraz za okres od 01.01. do 30.06.2015					
Przychody segmentu:	5 133	910	615	-949	5 709
Koszty segmentu	5 721	768	6 722	-223	12 988
Zysk/strata brutto segmentu	-588	142	-6 107	-726	-7 279
Zysk/strata netto segmentu	-593	141	-6 107	-726	-7 285

Informacje o zawartych umowach

Umowy znaczące zawarte przez spółki z Grupy Kapitałowej

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

Informacja o istotnych transakcjach z podmiotami powiązanymi

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

Zaciągnięte i wypowiedziane umowy kredytów i pożyczek

Na dzień 30 czerwca 2016 r. Grupa Kapitałowa nie posiadała kredytów i pożyczek poza Grupą.

Udzielone pożyczki

W okresie sprawozdawczym Emitent ani jego jednostki zależne nie udzielały poręczeń kredytu, pożyczki lub gwarancji, których łączna wartość stanowiłaby równowartość co najmniej 10% kapitałów własnych Emitenta.

Udzielone i otrzymane poręczenia i gwarancje

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

Umowy objęcia obligacji

W I półroczu 2016 r. Spółka nie posiadała umów objęcia obligacji.

Umowy o współpracy lub kooperacji

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

Umowy ubezpieczenia

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

Opis sytuacji na rynku e-commerce

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

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

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

Charakterystyka rynku



Kupujący w sieci



Internauci w Polsce



76,6% penetracja internetu w Polsce
Źródło: NetTrack, MillwardBrown

25,8 mln
liczba internautów w Polsce



48% internautów dokonało kiedyś zakupów online

e-handel transgraniczny

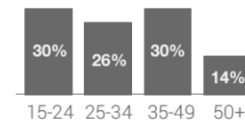


47% internautów kupuje w polskich e-sklepach



10% internautów kupuje w zagranicznych e-sklepach

Wiek



Wielkość miejscowości zamieszkania

25% Wieś
40% Miasto do 200 tys. mieszkańców
35% Miasto powyżej 200 tys. mieszkańców

Wysztalcenie



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

Sytuacja materialna gospodarstwa domowego



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

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

Rynek e-commerce

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

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

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

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

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

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

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

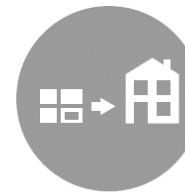
Oprócz zakupów online, badani Gemiusa deklarują, że stosunkowo najczęściej używają internetu korzystając z Facebooka (62%), poszukując produktów, które planują kupić (60%), porównując ceny (60%), przeglądając prasę online (56%) oraz optacając rachunki (51%). Na rynku polskim aktualnie funkcjonuje ponad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

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

Czynniki motywujące do robienia zakupów



84%
Dostępność
całą dobę



79%
Brak konieczności
jechać do sklepu



75%
Ceny atrakcyjniejsze,
niż w sklepach tradycyjnych

Średnie wydatki



83 zł/miesiąc
Odzież, akcesoria
i dodatki



37 zł/miesiąc
Książki/płyty/filmy



36 zł/miesiąc
Bilety do kina/teatru



77 zł/miesiąc
Obuwie



98 zł/6 miesięcy
Sprzęt RTV/AGD



90 zł/6 miesięcy
Urządzenia mobilne

Perspektywy rozwoju

Czynniki istotne dla rozwoju działalności Grupy Kapitałowej oraz opis perspektyw rozwoju

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

- Utrzymanie się dynamiki rozwoju rynku e-commerce oraz rynku reklamy. Rynek e-commerce, jest młody, cechuje się wysoką dynamiką zmian. Zmiana kierunku rozwoju rynku może spowodować konieczność dostosowania strategii i produktów do zmian, co może zmniejszyć dynamikę wzrostu dochodów.
- Pozycja konkurencyjna innych podmiotów na rynku, w szczególności sklepów internetowych z branży modowej oraz funkcjonujących porównywarek cen.
- Tendencje związane z zakupami realizowanymi za pośrednictwem internetu: czynniki motywujące do robienia zakupów online, obniżenie kosztów związanych ze sprzedażą przez internet, średnie miesięczne wydatki e-kupujących
- Zmiany w algorytmach pozycjonowania stron w wyszukiwarce www.google.pl. Dalsze obniżanie pozycji stron www.porownywarki.nokaut.pl może skutkować zmniejszeniem przychodów z przeklików i reklamy typu display, bądź zwiększeniem kosztów pozyskania ruchu. Z drugiej strony poprawa pozycji w wynikach wyszukiwania www.Google.pl spowoduje poprawę tych wartości.

Czynniki wewnętrzne to m.in.:

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

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

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

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

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

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

Strategia rozwoju i poniesione nakłady inwestycyjne

Strategia rozwoju Grupy

W związku ze strategicznymi transakcjami, w tym przejęciem przez Emitenta kontroli nad spółką Sugarfree sp. z o.o. (dawniej HubStyle sp. z o.o.) oraz sprzedażą pakietu akcji Morizon S.A., Zarząd HubStyle S.A. 24 czerwca 2015 r. przedstawił Akcjonariuszom oraz Radzie Nadzorczej kierunki, cele i sposoby realizacji nowej strategii rozwoju Grupy Kapitałowej. Zgodnie ze zaktualizowaną strategią kluczowym aktywem Grupy, jest spółka Sugarfree sp. z o.o. (dawniej HubStyle sp. z o.o.), a nadrzędnym celem jej realizacji jest zajęcie istotnej pozycji na polskim rynku e-commerce i budowa portfolio silnych marek własnych.

Podstawowe założenia i kierunki wyznaczone Spółce przez Zarząd to:

1 Koncentracja na e-commerce

Koncentracja na szybko rosnących segmentach rynku e-commerce, poprzez wykorzystanie doświadczeń z tworzenia marki "Sugarfree" oraz sklepu internetowego sugarfree.pl.

2 Rozwój Sugarfree

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

3 Nowe marki

Wprowadzanie i rozwój kolejnych marek własnych w segmencie mody, oraz innych segmentach rynku e-commerce, gdzie uda się wykorzystać know-how oraz synergie z Sugarfree.

4 Wykorzystanie rozwoju e-commerce

Zajmowanie strategicznych pozycji w najbardziej obiecujących segmentach rynku e-commerce, poprzez inwestycje organiczne w nowe marki własne, a także selektywne akwizycje.

5 Finansowanie

Realizacja strategii zostanie sfinansowana ze środków pozyskanych poprzez sprzedaż pakietu akcji Morizon, a także innych aktywów, które nie są obecnie postrzegane jako kluczowe dla realizacji Strategii Rozwoju, w tym porównywarka cen Nokaut.pl.

Nokaut.pl Sp. z o.o., spółka z Grupy dostarczająca zaawansowane rozwiązania internetowe łączące sprzedających i kupujących, kontynuuje strategię minimalizacji ryzyka wpływu Google na wyniki finansowe generowane w tym obszarze. Podejście to zakłada kontynuację świadczenia usług marketingowych dla rynku e-commerce, lecz nacisk położony jest na rozwój sieci reklamowej opartej o rozwiązania autorskie. Spółka podejmuje działania, których celem jest systematyczne zwiększanie liczby „klików”, czyli wejść na strony partnerów z platform Spółki oraz generowanie coraz wyższej wartości z programu partnerskiego.

Zakres działań został podzielony na 2 komplementarne projekty Marketing Net oraz Quality Web. Celem projektów jest rozwój technologii programu partnerskiego oraz budowanie za jego pośrednictwem zasięgu w docieraniu do potencjalnych kupujących w sklepach internetowych. Serwis Nokaut.pl docelowo będzie funkcjonował jako część sieci reklamowej, której model zakłada podział przychodów ze współpracującymi wydawcami.

Poniesione nakłady inwestycyjne

W okresie sprawozdawczym Grupa Kapitałowa HubStyle S.A. nie poniosła istotnych nakładów inwestycyjnych. Spółka ponosiła nakłady operacyjne związane z rozwojem platformy e-commerce oraz nakłady związane z uruchomieniem i wdrożeniem do sprzedaży nowych marek Kragelman i Freakylicks.

Ryzyka oraz kluczowe czynniki wpływające na perspektywy rozwoju Grupy

Perspektywy rozwoju rynku na którym działa Grupa HubStyle

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

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

W przyszłości istotny udział w sprzedaży internetowej będą miały urządzenia mobilne. Obecnie internauci najczęściej do zakupów wykorzystują laptopy, natomiast wykorzystanie smartfonów czy tabletów dynamicznie rośnie: 37% respondentów zadeklarowało, że zakupy robią za pomocą smartfona, a 24% z tabletu. Jak wynika z szacunków i prognoz opublikowanych w raporcie eMarketer, sprzedaż detaliczna za pośrednictwem urządzeń przenośnych w Wielkiej Brytanii wzrosła z 27,7% w 2014 do prognozowanych 43,7% w 2019 r. Obecnie wyzwaniem dla sklepów internetowych jest tworzenie serwisów w technologii responsywnej, która umożliwia pełny dostęp z urządzeń mobilnych.

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

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

Ryzyka związane z działalnością prowadzoną przez Emitenta

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

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

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

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

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

c. Ryzyko nieterminowego spływu należności i utraty płynności finansowej

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

Ryzyka oraz kluczowe czynniki wpływające na perspektywy rozwoju Grupy

d. Ryzyko związane z realizacją przejęć

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

e. Ryzyko związane ze zlecaniem produkcji wyrobów do zewnętrznych podmiotów

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

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

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

Ryzyka związane z otoczeniem, w jakim działa Emitent

a. Ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną Polski i krajów UE

Według prognoz Instytutu Badań nad Gospodarką Rynkową w 2016 r. wzrost gospodarczy wyniesie 3,4%. Tempo wzrostu popytu krajowego wyniesie 3,7%. Polska gospodarka jest jedną z najszybciej rozwijających się w Unii Europejskiej. Natomiast ewentualny spadek skłonności do konsumpcji w Polsce, może mieć negatywne przełożenie na przychody z działalności operacyjnej Grupy. Główne źródło dochodów Spółek zależnych jest bezpośrednio powiązane z poziomem wydatków konsumpcyjnych osób fizycznych, drugie pod względem wartości źródło dochodów jest zależne od wydatków przedsiębiorstw na promocję. Emitent ocenia to ryzyko jako średnie.

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

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

Ryzyka oraz kluczowe czynniki wpływające na perspektywy rozwoju Grupy

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

Rynek internetowy, w szczególności rynek e-commerce, jest młody, wobec czego cechuje się wysoką dynamiką zmian. Potrzeby czy przyzwyczajenia klientów mogą się nieoczekiwanie zmieniać. Istnieje ryzyko, iż powstaną nowe metody dokonywania zakupów czy sposoby poszukiwania najkorzystniejszej oferty sprzedaży towaru czy usługi. Podmioty funkcjonujące na rynku handlu elektronicznego muszą być gotowe do ciągłego dostosowywania swojej oferty do zmieniającego się otoczenia rynkowego w celu jak najlepszego zaspokojenia, zarówno potrzeb konsumentów, jak i użytkowników oferowanych systemów. Zmiana kierunku rozwoju sprzedaży odzieży na rynku e-commerce bądź rynku reklamy internetowej może spowodować konieczność dostosowania strategii i produktów spółek zależnych do nowych warunków, a tym samym wpłynąć na wyniki Grupy HubStyle. Emitent ocenia to ryzyko jako średnie.

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

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

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

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

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

f. Ryzyko związane z technologią informatyczną

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

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

Prezentacja wyników skonsolidowanych za I półrocze 2016 r.

3 Sytuacja finansowa Grupy

Wybrane dane finansowe [tys. zł]	01.01.2016 - 30.06.2016	01.01.2015 - 30.06.2015
Przychody ze sprzedaży	9 726	5 626
Strata na działalności operacyjnej	-2 050	-7 239
Strata brutto	-1 975	-7 279
Strata netto	-1 937	-7 285
Całkowite dochody/straty ogółem	-1 937	-7 285
Aktywa razem	16 275	19 474
Rzeczowe aktywa trwałe	186	285
Należności krótkoterminowe	1 030	3 293
Zobowiązania krótkoterminowe	2 548	1 672
Zobowiązania długoterminowe	0	54
Kapitał własny	13 727	17 749
Kapitał podstawowy	1 845	1 603
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	-2 121	-1 802
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-396	3 670
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	-63	-130
Zmiana stanu środków pieniężnych	-2 580	1 738
Zysk (strata) na jedną akcję zwykłą	-0,10	-0,44
Rozwodniony zysk (strata) na jedną akcję zwykłą	-0,10	-0,44

Rachunek zysków i strat

	01.01.2016- 30.06.2016	01.01.2015- 30.06.2015	Zmiana	01.04.2016- 30.06.2016	01.04.2015- 30.06.2015	Zmiana
Przychody ze sprzedaży	9 726	5 626	73%	5 082	2 644	92%
Pozostałe przychody operacyjne	168	50	236%	108	12	800%
Zmiana stanu produktów	337			169		
RAZEM PRZYCHODY Z DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ	10 231	5 676	80%	5 359	2 656	102%
Amortyzacja	293	826	-65%	229	449	-49%
Zużycie materiałów i energii	2 338	180	>1000%	1 047	125	738%
Usługi obce	7 539	5 357	41%	4 076	2 752	48%
Podatki i opłaty	32	18	78%	17	11	55%
Wynagrodzenia	1 520	567	168%	807	368	119%
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	223	94	137%	110	47	134%
Pozostałe koszty rodzajowe	125	41	205%	58	30	93%
Wartość sprzedanych towarów i materiałów		57			57	-100%
Pozostałe koszty operacyjne	211	5 708	-96%	199	5 674	-96%
KOSZTY DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ	12 281	12 848	-4%	6 543	9 513	-31%
ZYSK (STRATA) Z DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ	-2 050	-7 172	71%	-1 184	-6 857	83%
Przychody finansowe	106	33	221%	48		
Koszty finansowe	32	140	-77%	12	105	-89%
Odpis ujemnej wartości firmy					3	-100%
Zysk (strata) netto z udziałów w jednostkach podporządkowanych wycenianych met. Praw własności					-114	-100%
ZYSK (STRATA) PRZED OPODATKOWANIEM	-1 976	-7 279	73%	-1 148	-7 079	84%
Podatek dochodowy	-39	6	-750%	-60	-8	650%
ZYSK (STRATA) NETTO	-1 937	-7 285	73%	-1 088	-7 071	85%
Zysk (strata) netto przypadające na:						
- akcjonariuszy podmiotu dominującego	-1 921	-7 303	74%	-1 092	-7 093	85%
- udziały niekontrolujące	-16	18	-189%	4	22	-82%

Struktura aktywów i pasywów

Aktywa	30.06.2016	31.12.2015
Aktywa trwałe	12 205	12 057
Wartości niematerialne	3 690	3 632
Wartości firmy	5 510	5 510
Inwestycje w jednostki zależne		
Rzeczowe aktywa trwałe	186	241
Należności długoterminowe	49	15
Udzielone pożyczki długoterminowe	2 667	2 596
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	96	58
Inne aktywa krótkoterminowe	7	5
Aktywa obrotowe	4 070	6 598
Zapasy	1 862	1 270
Należności krótkoterminowe	1 030	1 526
Udzielone pożyczki krótkoterminowe	24	24
Środki pieniężne	1 078	3 658
Inne aktywa	76	120
Aktywa razem	16 275	18 655

Pasywa	30.06.2016	31.12.2015
Kapitał własny	13 727	15 664
Przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej	13 602	15 523
Kapitał podstawowy	1 845	1 845
Kapitał zapasowy	32 475	32 475
Kapitał rezerwowy		
Suma całkowitych dochodów	-20 718	-18 797
suma całkowitych dochodów netto	-1 921	-9 355
suma całkowitych dochodów z lat ubiegłych	-18 797	-9 442
Przypadający udziałom niekontrolującym	125	141
Zobowiązania długoterminowe		
Zobowiązania krótkoterminowe	2 548	2 991
Leasing finansowy	20	82
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług	1 768	1 740
Inne zobowiązania	175	611
Rezerwy na zobowiązania	148	87
Pozostałe zobowiązania krótkoterminowe	437	471
Pasywa razem	16 275	18 655

	01.01.2016- 30.06.2016	01.01.2015- 30.06.2015	Zmiana
A. Przepływy środków pieniężnych z działalności operacyjnej			
I. Zysk (strata) przed opodatkowaniem	-1 976	-7 285	73%
II. Korekty razem	-145	5 483	-103%
1. Amortyzacja	293	826	-65%
2. Odsetki i udziały w zyskach (dywidendy)	-95	-6	>1000%
3. Zysk z działalności inwestycyjnej	123	5 712	-98%
4. Zmiana stanu rezerw	61	-1	>1000%
5. Zmiana stanu zapasów	-591	-507	17%
6. Zmiana stanu należności	462	-11	>1000%
7. Zmiana stanu zobowiązań krótkoterm. z wyjątkiem pożyczek i kredytów	-407	-338	-20%
8. Zmiana stanu rozliczeń międzyokresowych	8	-90	109%
9. Zapłacony podatek dochodowy	0	6	-100%
10. Inne korekty	1	-108	-100%
III. Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej (I+/-II)	-2 121	-1 802	-18%
B. Przepływy środków pieniężnych z działalności inwestycyjnej			
I. Wpływy	58	3 708	-98%
1. Z aktywów finansowych, w tym:	24	3 672	-99%
- spłata udzielonych pożyczek długoterminowych	24	6	300%
odsetki		6	-100%
zbycie aktywów finansowych		3 660	-100%
2. Zbycie wartości niematerialnych oraz rzeczowych aktywów trwałych	34	36	-6%
3. Inne wpływy inwestycyjne			
II. Wydatki	454	38	>1000%
1. Nabycie wartości niematerialnych oraz rzeczowych aktywów trwałych	454	33	>1000%
2. Nabycie udziałów w jednostce zależnej			
3. Udzielone pożyczki		5	-100%
III. Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej (I-II)	-396	3 670	-111%
C. Przepływy środków pieniężnych z działalności finansowej			
II. Wydatki	63	130	-52%
1. Płatności zobowiązań z tytułu umów leasingu finansowego	62	130	-52%
2. Odsetki	1		
III. Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej (I-II)	-63	-130	52%
D. Przepływy pieniężne netto, razem (A.III+/-B.III+/-C.III)	-2 580	1 738	-248%
E. Bilansowa zmiana stanu środków pieniężnych, w tym:	-2 580	1 738	-248%
F. Środki pieniężne na początek okresu	3 658	3 881	-6%
G. Środki pieniężne na koniec okresu (F+/-D), w tym:	1 078	5 619	-81%

Analiza wskaźnikowa

Wskaźniki zadłużenia	30.06.2016	31.12.2015
Wskaźnik ogólnego zadłużenia	15,66%	16,03%
Wskaźnik zadłużenia długoterminowego	0,0%	0,0%
Wskaźnik zadłużenia krótkoterminowego	15,66%	16,03%
Wskaźniki płynności	30.06.2016	31.12.2015
Wskaźnik bieżącej płynności	1,6	2,21
Wskaźnik wysokiej płynności	0,84	1,74
Wskaźnik podwyższonej płynności	0,42	1,22

Prognoza finansowa HubStyle S.A.

Spółka HubStyle S.A. nie publikuje prognoz finansowych.

Polityka dywidendy HubStyle S.A.

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

Opis istotnych pozycji pozabilansowych

W skonsolidowanym sprawozdaniu Grupy HubStyle nie występują istotne pozycje pozabilansowe.

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

W okresie objętym niniejszym sprawozdaniem Spółka nie przeprowadziła emisji akcji.

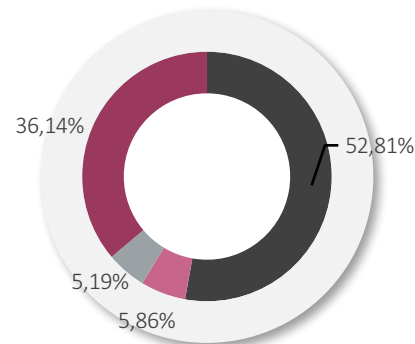
Wskaźnik	Wyszczególnienie
Wskaźnik ogólnego zadłużenia	Wskaźnik ogólnego zadłużenia = zobowiązania długo- i krótkoterminowe ogółem / aktywa ogółem
Wskaźnik zadłużenia długoterminowego	Wskaźnik zadłużenia długoterminowego = zobowiązania długoterminowe / aktywa ogółem
Wskaźnik zadłużenia krótkoterminowego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

Struktura kapitału zakładowego

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

Struktura akcjonariatu

Struktura akcjonariatu na dzień sporządzenia raportu okresowego wygląda następująco:



■ Wojciech Czernecki (bezpośrednio oraz poprzez Duratonic Investments Ltd.)

■ Maciej Filipkowski

■ Rafał Brzoska

■ Pozostali

Akcjonariusz	Liczba głosów na WZ	Udział w głosach na WZ
Wojciech Czernecki (Samodzielnie lub poprzez Duratonic Investments Ltd.)	9 743 276	52,81%
Maciej Filipkowski	1 081 000	5,86%
Rafał Brzoska	957 733	5,19%
Pozostali	6 667 449	36,14%

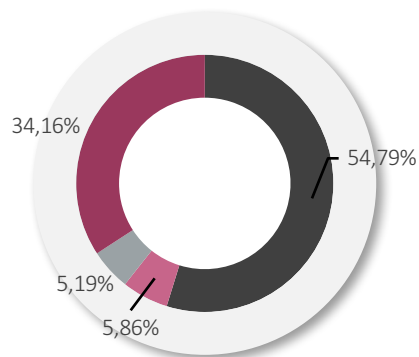
4

Informacje o akcjach i akcjonariacie

Struktura akcjonariatu

Struktura akcjonariatu

Struktura akcjonariatu na dzień 30.06.2016 r.



■ Wojciech Czernecki (bezpośrednio oraz poprzez Duratonic Investments Ltd.)

■ Maciej Filipkowski

■ Rafał Brzoska

■ Pozostali

Akcjonariusz	Liczba głosów na WZ	Udział w głosach na WZ
Wojciech Czernecki (Samodzielnie lub poprzez Duratonic Investments Ltd.)	10 109 580	54,79%
Maciej Filipkowski	1 081 000	5,86%
Rafał Brzoska	957 733	5,19%
Pozostali	6 301 145	34,16%

Zmiany w strukturze akcjonariatu

W trakcie I półrocza 2016 roku, a także w okresie bieżącego roku, do momentu opublikowania niniejszego raportu miały miejsce następujące zmiany w Akcjonariacie:

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

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

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

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

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

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

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

Zmiany w strukturze akcjonariatu

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Władze HubStyle

Zarząd

Skład osobowy Zarządu Spółki

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

Monika Englicht, Prezes Zarządu

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

Wojciech Patyna, Wiceprezes Zarządu

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

Wiktor Dymecki, Członek Zarządu

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



5

ład korporacyjny

Władze HubStyle

W I półroczu 2016 r. miała miejsce następująca zmiana w Zarządzie:

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

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

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

Poniżej prezentujemy opis kariery zawodowej pana Wiktora Dymeckiego:

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

Wielkość wynagrodzeń

Wynagrodzenie osób wchodzących w skład Zarządu HubStyle S.A. pobierane w okresie od 1 stycznia 2016 r. do 30 czerwca 2016 r.:

Imię i nazwisko	Funkcja	Wynagrodzenie
Monika Englicht	Prezes Zarządu	108
Wojciech Patyna	Wiceprezes Zarządu	72
Wiktor Dymecki	Członek Zarządu	24
Razem	-	204

Rada Nadzorcza

Skład osobowy Rady Nadzorczej

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

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

Wojciech Czernecki, Przewodniczący Rady Nadzorczej

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

Krzysztof Rąpała, Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej

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

Władze HubStyle

Rafał Brzoska, Członek Rady Nadzorczej

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

Maciej Filipkowski, Członek Rady Nadzorczej

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

Kamil Gaworecki, Członek Rady Nadzorczej

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

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

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

Akcje w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących

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

Imię i nazwisko	Funkcja	Liczba akcji	Zmiana
Wojciech Czernecki	Przewodniczący Rady Nadzorczej	9 743 276	- 366 304
Maciej Filipkowski	Członek Rady Nadzorczej	1 081 000	brak
Rafał Brzoska	Członek Rady Nadzorczej	957 773	brak
Kamil Gaworecki	Członek Rady Nadzorczej	255 062	brak

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

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

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

Inne informacje

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Opis zasad zmiany statutu lub umowy spółki emitenta

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

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

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

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

Inne informacje

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

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

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

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

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

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

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

Stosowanie Zasad Ładu Korporacyjnego

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

6

Pozostałe informacje

Pozostałe informacje

Podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych

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

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

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

Informacja o zatrudnieniu

Na I półrocza 2016 r. zatrudnienie w Grupie HubStyle wyniosło 37 osób. Są to głównie specjaliści odpowiedzialni za rozwój marek HubStyle, obsługę klienta oraz działania marketingowe. W Zarządzie zasiadają osoby od wielu lat związane z rynkiem e-commerce. W przeliczeniu na etaty zatrudnienie wyniosło 36.

Zatrudnienie	30 czerwca 2016 r.	30 czerwca 2015 r.
Przeciętne zatrudnienie	37	23
w tym pracownicy umysłowi	37	23

Nagrody, wyróżnienia, osiągnięcia

W I półrocza 2016 r. Grupa nie otrzymała nagród oraz wyróżnień.

Pozostałe informacje

Potencjalne zmiany w strukturze akcjonariatu

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

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

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

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

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

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

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

Zmiany w podstawowych zasadach zarządzania przedsiębiorstwem Emitenta i jego Grupą Kapitałową

Nie wystąpiły tego rodzaju zmiany.

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

Spółka nie ma tego rodzaju umów.

Informacje o systemie kontroli programów akcji pracowniczych.

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

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

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

Opis prowadzonych postępowań sądowych i administracyjnych

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

Oświadczenie o rzetelności sporządzenia sprawozdania finansowego i sprawozdania z działalności

Warszawa, 30 sierpnia 2016 r.

Warszawa, 30 sierpnia 2016 r.

Oświadczenie Zarządu w sprawie rzetelności sporządzenia śródrocznego sprawozdania finansowego za I półrocze 2016 roku oraz półrocznego sprawozdania Zarządu z działalności Grupy Kapitałowej HubStyle za I półrocze 2016 roku

Zarząd HubStyle S.A. oświadcza, że wedle jego najlepszej wiedzy, śródroczne skrócone sprawozdanie finansowe Grupy Kapitałowej i śródroczne jednostkowe sprawozdanie finansowe Spółki Hubstyle S.A. za I półrocze 2016 r. i dane porównywalne sporządzone zostały zgodnie z obowiązującymi zasadami rachunkowości. Zaprezentowane dane odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową oraz wynik finansowy Grupy Kapitałowej HubStyle. Zarząd oświadcza także, iż sprawozdanie Zarządu z działalności Grupy Kapitałowej HubStyle zawiera prawdziwy obraz rozwoju i osiągnięć oraz sytuacji Grupy Kapitałowej, w tym opis podstawowych ryzyk i zagrożeń.

Monika Englicht, Prezes Zarządu

Wojciech Patyna, Wiceprezes Zarządu

Wiktor Dymecki, Członek Zarządu

Oświadczenie zarządu w sprawie wyboru podmiotu uprawnionego do przeglądu skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej HubStyle S.A. za I półrocze 2016 roku

Zarząd HubStyle S.A. oświadcza, że podmiot uprawniony do przeglądu półrocznego skróconego skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej Hubstyle S.A. oraz półrocznego skróconego jednostkowego sprawozdania finansowego spółki Hubstyle S.A. za I półrocze 2016 r. tj. Polska Grupa Audytorska Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością spółka komandytowa z siedzibą w Warszawie, Jana III Sobieskiego 104 lok. 49, został wybrany zgodnie z przepisami prawa. Podmiot ten oraz biegli rewidenci, dokonujący przeglądu tego sprawozdania, spełniali warunki do wyrażenia bezstronnej i niezależnej opinii o półrocznym rocznym sprawozdaniu finansowym, zgodnie z obowiązującymi przepisami i normami zawodowymi.

Monika Englicht, Prezes Zarządu

Wojciech Patyna, Wiceprezes Zarządu

Wiktor Dymecki, Członek Zarządu

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

Podsumowanie operacyjne	Strategia rozwoju	Ład korporacyjny
Wybrane dane finansowe	Perspektywy rozwoju rynku na którym działa Grupa	Władze HubStyle
Komentarz Zarządu	Ryzyka związane z działalnością i otoczeniem	Inne informacje
Najważniejsze wydarzenia w I półroczu 2016 r.	Sytuacja finansowa Grupy HubStyle	Stosowanie zasad ładu korporacyjnego
Opis organizacji i działalności Grupy Kapitałowej	Prezentacja wyników finansowych Grupy	Pozostałe informacje
Struktura organizacji oraz skład Grupy Kapitałowej	Polityka dywidendy	Podmiot uprawniony do badania sprawozdania finansowego
Opis działalności prowadzonej przez Grupę	Podstawowe wskaźniki	Informacje o zatrudnieniu
Segmenty działalności	Informacje o akcjach i akcjonariacie	Potencjalne zmiany w strukturze akcjonariatu
Informacje o zawartych umowach	Struktura kapitału zakładowego	Opis prowadzonych postępowań sądowych i administracyjnych
Opis sytuacji na rynku e-commerce	Struktura akcjonariatu	Oświadczenie Zarządu
Czynniki istotne dla rozwoju działalności Grupy	Zmiany w strukturze akcjonariatu	Słowniczek pojęć

HubStyle