

M2

Sprawozdanie Zarządu

IT Fashion Polska Group & Partners sp. z o.o.

za okres od 1 stycznia 2021 roku
do 31 grudnia 2021 roku

SPIS TREŚCI

1.	Dane organizacyjne	3
1.1.	Nazwa i siedziba Spółki	3
1.2.	Kapitał zakładowy	3
1.3.	Zmiany w kapitale.....	3
1.4.	Rada Nadzorcza.....	3
1.5.	Zarząd	4
1.6.	Zmiany w Organach Zarządzających i Nadzorujących Spółki	4
1.7.	Struktura organizacyjna i zatrudnienie w Spółce	5
2.	Działalność Spółki	5
2.1.	Spółka	5
2.2.	Zdarzenia istotnie wpływające na działalność jednostki w okresie sprawozdawczym, a także po jego zakończeniu	6
2.3.	Przewidywany rozwój Spółki	8
3.	Sytuacja finansowa	9
3.1.	Sprzedaż	9
3.2.	Wyniki finansowe	9
3.3.	Struktura aktywów i pasywów	10
3.4.	Podstawowe wskaźniki finansowe	11
3.5.	Źródła finansowania działalności w 2021 roku	11
3.6.	Główne cele finansowe na rok 2022	12
4.	Opis podstawowych ryzyk i zagrożeń	12
4.1.	Ryzyko związane z działalnością firm konkurencyjnych.....	12
4.2.	Ryzyko związane z dostępem do nowych marek	12
4.3.	Ryzyko związane ze wzrostem kosztów marketingowych	12
5.	Informacja o posiadanych przez Spółkę oddziałach.....	13
6.	Ocena zarządzania zasobami finansowymi	13
7.	Instrumenty finansowe	13
8.	Wpływ skutków COVID-19 na Spółkę	13

1. Dane organizacyjne

Spółka pod firmą IT Fashion Polska Group & Partners Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie powstała w wyniku podziału Spółki IT Fashion Polska Group & Partners Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, przy ulicy Moliera nr 2, 00-076 Warszawa wpisanej do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy XII Wydział Gospodarczy KRS za numerem KRS: 0000709586, NIP: 5252663777, Regon 364788859 w trybie art. 529 §1 pkt 4 KSH (podział przez wydzielenie).

Z dniem 1 kwietnia 2022 r. Spółka została połączona jako spółka przejmowana z Moliera2 S.A. (wcześniej Modern Commerce S.A.) jako spółką przejmującą.

1.1. Nazwa i siedziba Spółki

Nazwa Spółki:	Spółka pod firmą IT Fashion Polska Group & Partners Sp. z o.o.
Siedziba:	ul. Moliera nr 2, 00-076 Warszawa
KRS:	0000797819
NIP:	525-279-47-23
REGON:	383678538

1.2. Kapitał zakładowy

Kapitał zakładowy na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania zarządu z działalności wynosi 5.000,00 zł. Na dzień 31.12.2021 właścicielem 100% udziałów w kapitale zakładowym Spółki był Moliera2 S.A. (wcześniej Modern Commerce S.A.).

1.3. Zmiany w kapitale

Wartość kapitału zakładowego w okresie od 01 stycznia 2021r. do 31 grudnia 2021r. nie uległa zmianom.

1.4. Rada Nadzorcza

Na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania z działalności, w Moliera2 S.A., z którą w dniu 1 kwietnia 2022 r. Spółka połączyła się poprzez przejęcie., funkcję w Radzie Nadzorczej pełnią odpowiednio:

Michał Brański	Członek Rady Nadzorczej
Maciej Tygielski	Członek Rady Nadzorczej
Patrycja Matul	Członek Rady Nadzorczej
Łukasz Błażejczyk	Członek Rady Nadzorczej
Martin Solarski	Członek Rady Nadzorczej

1.5. Zarząd

Na dzień sporządzenia sprawozdania z działalności funkcję w Zarządzie pełnią odpowiednio:

Pan Marcin Michnicki	Prezes Zarządu
Pani Anna Godlewska	Członek Zarządu
Pani Marta Sawicka	Członek Zarządu
Pani Agnieszka Gułajska	Prokurent

1.6. Zmiany w Organach Zarządzających i Nadzorujących Spółki

Od 1 stycznia 2021r. do 21 września 2021r. Spółka nie posiadała Rady Nadzorczej.

W dniu 22 września 2021 w skład Rady Nadzorczej zostali powołani:

Pan Maciej Tygielski	Członek Rady Nadzorczej
Pani Marta Sawicka	Członek Rady Nadzorczej
Pani Magdalena Janowska	Członek Rady Nadzorczej

W dniu 08.03.2022r. rezygnację z funkcji pełnienia Członka Rady Nadzorczej złożyła Pani Marta Sawicka. Tego samego dnia w skład Rady Nadzorczej został powołany Pan Rafał Cheliński.

W 2021 r. członkowie Rady Nadzorczej nie pobierali wynagrodzenia z tytułu pełnienia funkcji w organie.

W okresie od 1 stycznia 2021r. do 21 września 2021r. jedynym członkiem zarządu Spółki była Pani Agnieszka Damentko.

W okresie od dnia 22 września 2021r. do dnia 08.03.2022 r. skład zarządu wyglądał następująco:

Pan Wojciech Klecha	Członek Zarządu
Pan Rafał Cheliński	Członek Zarządu
Pani Agnieszka Damentko	Członek Zarządu

W dniu 08 marca 2022r. Pan Rafał Cheliński oraz Pani Agnieszka Damentko złożyli rezygnacje z pełnienia funkcji Członka Zarządu. Tego samego dnia na stanowisko Prezesa Zarządu został powołany Pan Marcin Michnicki oraz, na stanowisko Członka Zarządu, Pani Marta Sawicka.

Od dnia 08 marca 2022r. w skład zarządu wchodzili:

Pan Marcin Michnicki	Prezes Zarządu
Pan Wojciech Klecha	Członek Zarządu
Pani Marta Sawicka	Członek Zarządu

W dniu 08 marca 2022r. Pani Agnieszka Damentko została powołana na prokurenta.

W dniu 01 kwietnia 2022r. nastąpiło połączenie Spółki z Moliera2 S.A. (wcześniej Modern Commerce S.A.). Skład Zarządu Moliera2 S.A. po połączeniu wyglądał następująco:

Pan Wojciech Klecha	Członek Zarządu
Pani Agnieszka Gułajska	Prokurent.

W dniu 15 kwietnia 2022r. Pan Wojciech Klecha złożył rezygnację z pełnienia funkcji Członka Zarządu. Tego samego dnia Rada Nadzorcza Spółki powołała w skład zarządu następujące osoby:

Pan Marcin Michnicki	Prezes Zarządu
Pani Anna Godlewska	Członek Zarządu
Pani Marta Sawicka	Członek Zarządu.

W dniu sporządzenia niniejszego sprawozdania skład Zarządu pozostaje niezmienny.

Do składania oświadczeń w imieniu Spółki upoważnionych jest dwóch członków zarządu działających łącznie bądź jeden członek zarządu działający łącznie z prokurentem.

1.7. Struktura organizacyjna i zatrudnienie w Spółce

Na dzień 31 grudnia 2021r. przeciętny stan zatrudnienia w spółce wynosił 170 osób, w tym 80 pracowników fizycznych i 90 pracowników umysłowych.

2. Działalność Spółki

2.1. Spółka

W okresie, za który sporządzane jest niniejsze Sprawozdanie Spółka prowadziła działalność operacyjną w niezmiennym istotnie zakresie.

Spółka:

- a) nie prowadziła działalności w zakresie badań i rozwoju;
- b) nie nabyła akcji własnych.

Spółka nie prowadziła rachunkowości zabezpieczeń w kontekście ryzyka zmian cen, kredytowego czy zakłóceń przepływów pieniężnych. W obszarze, w których narażona jest na wskazane ryzyko (przede wszystkim zakup towarów od marek i partnerów zagranicznych w walutach) podejmowane są bieżące działania zabezpieczające przed utratą płynności finansowej.

W roku 2021 IT Fashion Polska Group & Partners prowadziła działalność handlową pod marką Moliera2. Sprzedaż odbywała się poprzez kanał tradycyjny w 6 butikach stacjonarnych na terenie Polski (Warszawa 2 sklepy, Poznań, Katowice, Sopot, Zakopane) oraz za pośrednictwem sklepu internetowego moliera2.com,

który działa na rynku polskim i czeskim. Podmiot specjalizuje się w sprzedaży produktów luksusowych, zarówno zagranicznych, jak i krajowych marek. Aktualnie w portfolio Moliera2 znajduje się ok. 350 marek, większość na wyłączność.

Działalność Spółki w 2021 roku była skoncentrowana na dalszym rozwoju biznesu w części e-commerce oraz optymalizacji sprzedaży omnichannel poprzez wzmacnianie sieci salonów stacjonarnych.

Po raz pierwszy w historii Spółki podjęto decyzję o współpracy ze światową marką poprzez otwarcie dedykowanego, stacjonarnego salonu monobrandowego dla Philipp Plein. Butik otwarty został na początku 2022 roku na Placu Trzech Krzyży w Warszawie.

Po zakończeniu okresu sprawozdawczego, 1 kwietnia 2022r. Spółka jako jeden z podmiotów przejmowanych wraz ze spółkami Złote Wyprzedaże S.A. i Mamissima Sp. z o.o. połączyła się z Moliera2 S.A. (wcześniej Modern Commerce S.A.) jako podmiotem przejmującym. Połączenie zostało dokonane w ramach sukcesji generalnej.

2.2. Zdarzenia istotnie wpływające na działalność jednostki w okresie sprawozdawczym, a także po jego zakończeniu

W 2021 roku Moliera2 realizowało strategię skupiającą się na: 1) rozwoju obszaru e-commerce, mając na uwadze omnichannel, 2) optymalizacji procesów logistycznych, 3) pozyskaniu nowych, znaczących marek, 4) uruchomieniu monobrandowego salonu Philippa Pleina.

Rozwój platformy ecommerce koncentrował się wokół projektów digitalizujących punkty styku Klientów z marką, w tym:

- a) projekt rozwoju Klubu Korzyści – programu lojalnościowego, który pozwala gromadzić punkty za zakupy, a następnie wydawać je poprzez zamianę na rabaty 5%, 10%, 15% lub zamianę na rabaty kwotowe; digitalizacja kart podarunkowych, które umożliwiły rozwój oferty kart podarunkowych o dowolnej wartości online i offline. Dzięki wdrożeniu zaobserwowano znaczny wzrost ilości i wartości sprzedawanych kart (ok. 220% rdr);
- b) rozszerzenie metod płatności w ramach oferty tzw. alternatywnych – na platformie pozostało PayPro oraz raty PayU. Wymieniono natomiast Twisto na Klarę, która wyraźnie wsparła udział wysokich koszyków w serwisie
- c) optymalizacja strony WWW w zakresie filtrów na listingach oraz przebudowy drzewa kategorii produktów.

Porównując rok 2021 do 2020 wzrosty zanotowano, jeśli chodzi o:

- a) ilość użytkowników na stronie (o 16,79%);
- b) odsetek nowych użytkowników (15,7%).
- c) podobnie wzrosła liczba sesji oraz średni czas użytkownika na stronie.

Optymalizacji podlegał też proces logistyczny. Biorąc pod uwagę nieustający wzrost biznesu, w celu zapewnienia efektywnej obsługi klientów, przeniesiono magazyn Spółki do nowej hali zapewniając jeden punkt obsługi zamiast dotychczasowych paru umiejscowionych w niedużym magazynie głównym oraz magazynach sklepowych, dzięki co przyczyniło się również do poprawy rotacji produktów. Dodatkowo do nowego magazynu przeniesiono również Dział Realizacji Online, który do tej pory pracował pod adresem Moliera 2. Dzięki przeniesieniu do wspólnej przestrzeni magazynu i realizacji wysyłek skróceniu uległ termin dostaw do Klientów oraz pojawiła się możliwość rozpoczęcia prac nad one-day delivery. Do nowego magazynu przeniesiono też Zespół Sesji Fotograficznej, która tworzy content produktowy na moliera2.com. W 2021 roku rozpoczęto realizację regularnych sesji video na kartę produktu obok realizowanych już wcześniej sesji fotograficznych. Działania te łącznie przyczyniły się znacząco do zwiększenia możliwości składowania towaru, a także umożliwiły przyspieszenie procesów logistyczny. System składowania został zaprojektowany tak, aby maksymalnie efektywnie wykorzystać dostępną przestrzeń oraz przyspieszyć proces kompletacji towaru.

Moliera2 dba również o rozwój portfolio marek. W tym kluczowe inicjatywy skupione są wokół pozyskiwanie marek w modelu sprzedaży wyłącznej na terenie Polski. Jest to możliwe dzięki inicjatywom tj. shop-in-shop lub cornery w butikach Moliera2, czyli specjalnie wydzielone strefy dla określonych marek. W minionym roku, do znaczących należały projekty SIS Love Shack Fancy w salonie przy Moliera 2, SIS Philippa Pleina w Poznaniu oraz corner The Marc Jacobs, uznane za ważne wydarzenia w świecie fashion.

Moliera2 rozwijało swoją działalność również w modelu marketplace (projekt Moliera2 i Przyjaciele), który dał szansę głównie polskim projektantom na sprzedaż kolekcji online. Zarówno w salonach, jak i na stronie internetowej pojawiły się kolekcje takich marek jak: Paprocki i Brzozowski, Lemiss, Lana Nguen i in.

Rok 2021 to również moment decyzji o podjęciu współpracy z marką Philipp Plein. Otwarcie sklepu nastąpiło w Q1 2022r., natomiast umowy, prace adaptacyjne i zatowarowanie miały miejsce w 2021 roku. Ta prestiżowa marka pokazuje nowy model możliwości współpracy z Moliera2. Możliwość sprzedaży, pogłębiona o budowanie realnych relacji biznesowych daje szansę na zbudowanie nowego modelu współpracy ze światowymi markami na terenie Polski.

W dniu 1 kwietnia 2022 roku doszło do połączenia Moliera2 S.A., jako spółki przejmującej, ze spółką IT Fashion Polska Group & Partners Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie jako spółki przejmowanej („Spółka Przejmowana”). Połączenie nastąpiło w trybie art. 492 § 1 pkt 1 ustawy z dnia 15 września 2000 r. kodeks spółek handlowych, tj. poprzez przeniesienie całego majątku IT Fashion Polska Group & Partners sp. z o.o. na Moliera2 S.A.

W konsekwencji Połączenia Spółka Przejmowana została rozwiązana i przestała istnieć jako osobny podmiot w obrocie prawnym, a we wszystkie prawa i obowiązki Spółki Przejmowanej wstąpiła spółka Moliera2, kontynuując dotychczasową działalność.

W szczególności na Moliera2 przeszły wszelkie relacje umowne.

2.3. Przewidywany rozwój Spółki

Naszym celem jest aby Moliera2 była liderem rynku marek luksusowych dla wymagającego, zamożnego konsumenta podążającego z duchem czasu. Dla takiego klienta dokonujemy selekcji marek do naszego portfolio.

Na 2022 r. planowane są działania zmierzające do zwiększenia efektywności działań marketingowych we współpracy z markami, jak również dalsze pozyskiwanie marek luksusowych ze szczególnym uwzględnieniem marek na wyłączność.

Celem biznesowym na 2022r. jest dla nas wyjątkowa dbałość o doświadczenia omnichannelowe naszego klienta docelowego przy jednoczesnym dążeniu do zwiększania efektywności i poprawy rentowności naszego modelu biznesowego.

W 2022 roku działalność Spółki będzie się skupiać na poprawie efektywności operacyjnej oraz optymalizacji w ramach nowej struktury powstałej po połączeniu spółek. Uwaga zostanie skupiona na działaniach digitalizujących i automatyzujących biznes, jak również zwiększających efektywność kluczowych procesów w organizacji. Duże znaczenie będzie miała planowana transformacja cyfrowa organizacji, zapewniająca lepsze możliwości zarządcze i decyzyjne.

Planujemy kontynuację dynamicznego zwiększania skali działalności, zwłaszcza w kanale online. Będziemy podejmować działania zmierzające do wzrostu marży operacyjnej i rentowności firmy. Nacisk zostanie położony na zbudowanie jak najlepiej dopasowanego do potrzeb naszego Klienta zapasu kolekcji, w tym na odpowiedni dobór asortymentu, który umożliwi realizację wymagających celów zakupowych naszych konsumentów.

Będziemy dążyć do poprawy naszych kluczowych wskaźników efektywności operacyjnej (głównie % udziału kosztów logistyki, czy % udziału kosztów marketingu (w tym performance marketingu do sprzedaży (głównie online)), dążąc jednocześnie do wzrostu bazy naszych lojalnych klientów (w tym konwersji, frekwencyjności i retencji), zwiększania średniego koszyka zakupowego, przy jednoczesnym utrzymaniu marż brutto ze sprzedaży co najmniej na niezmiennym poziomie (średnio ok. 40% w 2021r), co będzie oznaczało głównie konieczność zwiększenia efektywności współpracy z naszymi markami (negocjacje lepszych warunków handlowych, zarówno cen zakupu, jak i terminów płatności poprawiających kapitał pracujący i płynność organizacji). Działania te mają przyczynić się do wzrostu możliwości skalowalności biznesu oraz poprawy rentowności na poziomie EBITDA (która wyniosła 3,4% przychodów ze sprzedaży w 2021 r.).

Zarząd nie przewiduje w 2022 roku zagrożeń dla działalności Spółki i ocenia ryzyko ewentualnych niekorzystnych zmian na rynku jako niskie. W związku z perspektywą intensywnych działań w celu dotarcia do nowej grupy klientów, Zarząd ocenia perspektywę dalszego funkcjonowania Spółki jako pomyślną i będzie kontynuował działania mające na celu zwiększenie wartości Spółki.

3. Sytuacja finansowa

3.1. Sprzedaż

W 2021 r. Spółka wygenerowała łączną sprzedaż na poziomie operacyjnym w wysokości 101.249.400,94 zł (w tym przychody ze sprzedaży towarów 96.785.413,46 zł) przy kosztach operacyjnych na poziomie 97.025.483,04 zł, co pozwoliło uzyskać zysk ze sprzedaży w wysokości 4.223.917,90 zł i marżę brutto na sprzedaży 40%. Zysk netto Spółki w 2021 roku wyniósł 1.720.180,53 zł.

3.2. Wyniki finansowe

Wybrane pozycje z rachunku zysków i strat za 2021 rok:

	PLN '000
Przychody ze sprzedaży	101.249,4
Koszty działalności operacyjnej	97.025,5
Zysk brutto na sprzedaży	4.223,9
Pozostałe przychody operacyjne	1.311,9
Pozostałe koszty operacyjne	3.052,2
Zysk na działalności operacyjnej	2.483,6
Przychody finansowe	22,6
Koszty finansowe	305,4
Zysk przed opodatkowaniem	2.200,9
Podatek dochodowy	480,7
Pozostałe odpisy	0,0
Zysk netto	1.720,7

Spółka zakończyła rok obrotowy zyskiem netto w wysokości 1.720.180,53 zł. Przychody ze sprzedaży wzrosły znacząco (o 32%) w stosunku do porównywalnego okresu roku ubiegłego, przy jednoczesnym wzroście o ponad 2 p.p. marży brutto na sprzedaży, co w połączeniu ze znacznym spadkiem innych pozycji kosztów operacyjnych przyczyniło się do istotnego wzrostu zysku ze sprzedaży, który wyniósł 4.223.917,90 zł (wzrost o 210% rdr).

3.3. Struktura aktywów i pasywów

	Stan na	Struktura
	31.12.2021	31.12.2021
	PLN'000	%
Aktywa trwałe	6.112,1	10.00%
Aktywa obrotowe	55.012,9	90.00%
Aktywa razem	<u>61.124,9</u>	<u>100,0</u>

Struktura aktywów nie uległa znaczącej zmianie rdr. Najistotniejszą pozycję stanowią zapasy przeznaczone do sprzedaży w ramach działalności operacyjnej Spółki.

Kapitał własny	33.708,6	56.43%
Zobowiązanie długoterminowe	4.531,0	7.87%
Zobowiązania krótkoterminowe	21.556,1	33.78%
Rezerwy na zobowiązania	163,4	0,26%
Rozliczenie międzyokresowe	<u>1.165,9</u>	<u>1,67%</u>
Pasywa razem	<u>61.124,9</u>	<u>100,00</u>

Struktura pasywów uległa zmianie w wyniku zwiększenia zaangażowania kapitału dłużnego, będącego głównie wynikiem zaciągniętych pożyczek służących finansowaniu bieżącemu biznesu w celu zapewnienia jego efektywnego wzrostu.

Biorąc pod uwagę charakter biznesu, umożliwiający jedynie częściowe finansowanie salda zapasów zobowiązaniami handlowymi, co wynika głównie z sezonowości i konieczności zatowarowania się na zbliżający sezon minimum kilka miesięcy przed jego rozpoczęciem, należy mieć na uwadze, że Spółka chcąc rozwijać się i poszerzać ofertę dla Klientów, zmierzać będzie do pozyskiwania różnych form finansowania dłużnego, przez co ich udział może wzrastać.

3.4. Podstawowe wskaźniki finansowe

Wskaźnik	Definicja	Wartość na 31.12.2021
Wskaźnik bieżącej płynności finansowej I stopnia	<u>Aktywa obrotowe</u>	2,68
	Zobowiązania bieżące	
Wskaźnik bieżącej płynności finansowej II stopnia (szybki)	<u>Aktywa obrotowe - zapasy</u>	0,09
	Zobowiązania bieżące	
Wskaźnik bieżącej płynności finansowej III stopnia	<u>Środki pieniężne i inne aktywa pieniężne</u>	0,06
	Zobowiązania bieżące	

W ujęciu statycznym, na dzień 31.12.2021 roku sytuacja majątkowa i struktura bilansu Spółki była poprawna.

Wskaźnik	Definicja	Wartość na 31.12.2021
Obciążenie aktywów zobowiązaniami	<u>zobowiązania ogółem</u> aktywa ogółem	0,43
Pokryciem aktywów ogółem kapitałami własnymi	<u>kapitały własne + rezerwy</u> aktywa ogółem	0,57
Pokryciem aktywów trwałych kapitałami własnymi	<u>kapitały własne + rezerwy</u> aktywa trwałe	6,05

3.5. Źródła finansowania działalności w 2021 roku

Głównymi źródłem finansowania działalności Spółki w 2021 roku były przychody generowane ze sprzedaży oraz pożyczki (wewnątrzgrupowe i od jednostek pozostałych). Nie zidentyfikowano przesłanek mogących świadczyć o możliwości utraty płynności finansowej biznesu w najbliższej przyszłości, obejmującej okres kolejnych co najmniej 12 miesięcy.

3.6. Główne cele finansowe na rok 2022

Zarząd zakłada, że przychody w 2022 roku wzrosną do poziomu 130.000 tys. zł, a wynik netto ukształtuje się na poziomie 10.000 tyś. zł. Jednocześnie, Spółka zamierza dążyć do optymalizacji i poprawy kluczowych wskaźników operacyjnych, zwiększając rentowność biznesu.

4. Opis podstawowych ryzyk i zagrożeń

4.1. Ryzyko związane z działalnością firm konkurencyjnych

Moliera2 jest bezpośrednio narażona na działalność konkurencyjną firm oferujących sprzedaż odzieży za pośrednictwem serwisów internetowych oraz w sklepach stacjonarnych. Ryzyko to jest jednak stosunkowo niskie, ze względu na koncentrację sprzedaży Spółki w sektorze rynku marek luksusowych, gdzie liczba bezpośrednio konkurujących ze sobą podmiotów jest względnie ograniczona. Pozycja w branży zależna jest od takich czynników, jak warunki handlowe wynegocjowane z markami (posiadanie w ofercie dużej ilości marek na „wyłączność”, co Spółka zamierza systematycznie zwiększać – stanowi to jeden z głównych celów na najbliższy rok), dostosowanie oferty do oczekiwań klientów oraz jakość oferowanych produktów oraz obsługa klienta.

Spółka stara się minimalizować wskazane ryzyko poprzez systematyczną analizę otoczenia konkurencyjnego oraz konsekwentną realizację przyjętej strategii rozwoju w oparciu o posiadane i sukcesywnie rozbudowywane przewagi konkurencyjne.

4.2. Ryzyko związane z dostępem do nowych marek

Znaczącym ryzykiem prowadzenia sprzedaży w sektorze marek luksusowych jest ich ograniczona dostępność. Spółka stara się minimalizować to ryzyko poprzez nawiązywanie długoterminowych partnerskich relacji z domami mody oraz poprzez współpracę ze światowej klasy ekspertami z branży.

4.3. Ryzyko związane ze wzrostem kosztów marketingowych

Moliera2 S.A. jest narażona na ryzyko wzrostu kosztów marketingowych, będących istotną grupą kosztów operacyjnych służących rozwojowi biznesu. Chcąc generować wyższą dynamikę sprzedaży zmuszona jest do silnej penetracji rynku, co często przekłada się na wzrost kosztów marketingowych. Spółka minimalizuje to ryzyko poprzez strategię kreacji rynku oraz stałe lojalizowanie klienta. Spółka na bieżąco monitoruje skuteczność prowadzonych kampanii marketingowych kierując strumień wydatków na narzędzia najbardziej efektywne.

5. Informacja o posiadanych przez Spółkę oddziałach

Spółka nie posiada samofinansujących się Oddziałów.

Na 31 grudnia 2021 roku Spółka posiadała 7 salonów sprzedażowych w formie stacjonarnej:

1. Warszawa, ul. Moliere 2
2. Warszawa, ul. Moliere 2/4
3. Warszawa, ul. Hoża 1
4. Sopot, ul. Bohaterów Monte Casino 26
5. Zakopane, ul. Krupówki 49
6. Katowice, ul. Uniwersytecka 13
7. Poznań, al. Marcinkowskiego 10

Poza tym, działalność operacyjna prowadzona jest w kanale online.

6. Ocena zarządzania zasobami finansowymi

Zarząd ocenia, że sytuacja finansowa Spółki w 2021 była stabilna i taka pozostaje również po zakończeniu okresu sprawozdawczego.

W związku z chęcią zapewnienia stabilnego wzrostu biznesu, w tym rozszerzania oferty dla Klientów, w 2022 r. zwiększono dostępność linii kredytowych: w 1 kwartale 2022 r. Spółka podpisała aneks na zwiększenie o 6 mln zł linii kredytowej w ING Bank Śląski S.A. oraz podpisała umowę gwarantującą elastyczny kredyt odnawialny w wysokości 10 mln zł z mBank S.A.

7. Instrumenty finansowe

Na dzień 31 grudnia 2021r. Spółka posiadała:

- Kredyt w rachunku bieżącym na kwotę 1.500.000,00 zł
- Gwarancję bankową na kwotę 409.090,91 zł
- Linie gwarancyjną na kwotę 3.000.000,00 zł
- Pożyczkę od podmiotu niepowiązanego na kwotę 7.845.668,11 zł
- Pożyczkę od podmiotu posiadającego na 31.12.2021 100% udziału w kapitale Spółki na kwotę 5.000.000,00 zł.

Szczegóły dotyczące instrumentów finansowych znajdują się w nocie 35 w sprawozdaniu finansowym.

8. Wpływ skutków COVID-19 na Spółkę

Wpływ pandemii na biznes został szczegółowo opisany w nocie 30 do sprawozdania finansowego.

Warszawa, dnia 26.05.2022 roku