

MOLIERA2 S.A.

Sprawozdanie Zarządu

MOLIERA2 S.A.

za okres od 1 stycznia 2025 roku
do 31 grudnia 2025 roku



SPIS TREŚCI

| | |
|--|----|
| 1. Dane organizacyjne | 3 |
| 1.1. Nazwa i siedziba Spółki | 3 |
| 1.2. Kapitał zakładowy | 3 |
| 1.3. Zmiany w kapitale | 4 |
| 1.4. Rada Nadzorcza | 4 |
| 1.5. Zarząd | 4 |
| 1.6. Zmiany w Organach Zarządzających i Nadzorujących Spółki | 5 |
| 1.7. Struktura organizacyjna i zatrudnienie w Spółce | 6 |
| 2. Działalność Spółki | 7 |
| 2.1. Spółka | 7 |
| 2.2. Zdarzenia istotnie wpływające na działalność jednostki w okresie sprawozdawczym, a także po jego zakończeniu | 7 |
| 2.3. Przewidywany rozwój Spółki | 9 |
| 3. Sytuacja finansowa | 10 |
| 3.1. Sprzedaż | 10 |
| 3.2. Wyniki finansowe | 10 |
| 3.3. Struktura aktywów i pasywów | 11 |
| 3.4. Źródła finansowania działalności w 2025 roku | 12 |
| 3.5. Główne cele finansowe na rok 2026 | 12 |
| 4. Zarząd Spółki | 13 |
| 5. Opis podstawowych ryzyk i zagrożeń | 13 |
| 5.1. Ryzyko związane z działalnością firm konkurencyjnych | 13 |
| 5.2. Ryzyko związane z dostępem do nowych marek | 13 |
| 5.3. Ryzyko związane ze wzrostem kosztów marketingowych | 13 |
| 6. Informacja o posiadanych przez Moliera2 S.A. oddziałach | 14 |
| 7. Ocena zarządzania zasobami finansowymi | 14 |
| 8. Instrumenty finansowe | 14 |
| 9. Wpływ skutków rosyjskiej agresji na Ukrainę na Spółkę | 14 |



1. Dane organizacyjne

Spółka Moliera2 S.A. (dawniej Modern Commerce S.A., nazywana dalej „Spółka”) prowadziła w pierwszym kwartale 2022 roku działalność operacyjną, polegającą na nadzorze właścicielskim nad rozwojem operacyjnym spółek zależnych: Złote Wyprzedaże S.A., Mamissima Sp. z o.o. oraz ITF Polska & Partners Sp. z o.o. W dniu 1 kwietnia 2022 roku Moliera2 S.A. (pierwotnie: Modern Commerce S.A.) jako podmiot przejmujący połączyła się ze spółkami: Złote Wyprzedaże S.A., ITF Polska & Partners Sp. z o.o. oraz Mamissima Sp. z o.o., posiadając 100% udziału w kapitale zakładowym każdej ze spółek przejmowanych. Połączenia dokonano metodą łączenia udziałów.

1.1. Nazwa i siedziba Spółki

Nazwa Spółki: Moliera2 Spółka Akcyjna (dawniej: Modern Commerce Spółka Akcyjna)
Siedziba: Plac Marszałka Józefa Piłsudskiego 3, 00-078 Warszawa
KRS: 0000354814
NIP: 522-290-97-94
REGON: 141718320

1.2. Kapitał zakładowy

Kapitał zakładowy na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania zarządu z działalności wynosił 67.931.603,60 zł i dzielił się na serie akcji:

| | |
|---------|-------------------|
| Seria A | 1 500 000 akcji |
| Seria B | 152 251 akcji |
| Seria C | 5 000 akcji |
| Seria D | 120 000 akcji |
| Seria E | 300 000 akcji |
| Seria I | 101 758 169 akcji |
| Seria J | 2 000 000 akcji |
| Seria K | 13 500 000 akcji |
| Seria L | 26 792 474 akcji |
| Seria M | 12 500 000 akcji |
| Seria N | 15 000 000 akcji |
| Seria O | 148 131 000 akcji |
| Seria P | 42 057 142 akcji |
| Seria Q | 30 000 000 akcji |
| Seria T | 3 200 000 akcji |
| Seria U | 30 300 000 akcji |
| Seria V | 150 000 000 akcji |
| Seria W | 102 000 000 akcji |



1.3. Zmiany w kapitale

Na dzień 31 grudnia 2024 r. kapitał zakładowy Spółki wynosił 57.731.603,60 zł i dzielił się na 577.316.036 akcji o wartości nominalnej 0,10 zł każda. W dniu 27 czerwca 2025 r. Zarząd Spółki podjął uchwałę o podwyższeniu kapitału zakładowego o kwotę 10.200.000,00 zł poprzez emisję 102.000.000 akcji zwykłych na okaziciela serii W o wartości nominalnej 0,10 zł każda i cenie emisyjnej 0,10 zł za akcję, z wyłączeniem prawa poboru dotychczasowych akcjonariuszy.

Subskrypcja akcji serii W została przeprowadzona w dniach 30 czerwca – 1 lipca 2025 r. i objęła łącznie 102.000.000 akcji, z czego 2.000.000 akcji zostało pokrytych wkładami pieniężnymi, a 100.000.000 akcji wkładami niepieniężnymi w postaci wierzytelności.

W dniu 5 września 2025 r. Sąd Rejestrowy zarejestrował podwyższenie kapitału zakładowego oraz zmianę § 5 Statutu Spółki. W konsekwencji kapitał zakładowy Spółki na dzień 31 grudnia 2025 r. wynosił 67.931.603,60 zł i dzielił się na 679.316.036 akcji o wartości nominalnej 0,10 zł każda.

1.4. Rada Nadzorcza

Na dzień sporządzenia sprawozdania z działalności Spółki, funkcję w Radzie Nadzorczej pełnią odpowiednio:

| | |
|------------------------|--------------------------------|
| Łukasz Błażejczyk | Przewodniczący Rady Nadzorczej |
| Maciej Tygielski | Członek Rady Nadzorczej |
| Martin Solarski | Członek Rady Nadzorczej |
| Aleksandra Petrykowska | Członkini Rady Nadzorczej |
| Marek Cynowski | Członek Rady Nadzorczej |

1.5. Zarząd

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

| | |
|-------------------|--------------------|
| Marcin Michnicki | Prezes Zarządu |
| Jakub Kwiatkowski | Wiceprezes Zarządu |



1.6. Zmiany w Organach Zarządzających i Nadzorujących Spółki

W okresie od 1 stycznia 2025 r. do 14 stycznia 2025 r. skład Rady Nadzorczej Spółki był następujący:

Łukasz Błażejczyk – Przewodniczący Rady Nadzorczej
Maciej Tygielski – Członek Rady Nadzorczej
Patrycja Matul – Członek Rady Nadzorczej
Martin Solarski – Członek Rady Nadzorczej
William Ford – Członek Rady Nadzorczej

W dniu 15 stycznia 2025 r. Pan William Ford złożył rezygnację z pełnienia funkcji Członka Rady Nadzorczej Emitenta. Tym samym, w okresie od 15 stycznia 2025 r. do 27 kwietnia 2025 r. skład Rady Nadzorczej był następujący:

Łukasz Błażejczyk – Przewodniczący Rady Nadzorczej
Maciej Tygielski – Członek Rady Nadzorczej
Patrycja Matul – Członek Rady Nadzorczej
Martin Solarski – Członek Rady Nadzorczej

W dniu 28 kwietnia 2025 r. Pani Patrycja Matul złożyła rezygnację z pełnienia funkcji Członka Rady Nadzorczej Emitenta ze skutkiem na dzień 28 kwietnia 2025 r. Tym samym, w okresie od 28 kwietnia 2025 r. do 4 maja 2025 r. skład Rady Nadzorczej był następujący:

Łukasz Błażejczyk – Przewodniczący Rady Nadzorczej
Maciej Tygielski – Członek Rady Nadzorczej
Martin Solarski – Członek Rady Nadzorczej

W dniu 5 maja 2025 r. Rada Nadzorcza Spółki, działając na podstawie § 14 ust. 4 Statutu Spółki, w drodze kooptacji powołała na Członków Rady Nadzorczej Panią Aleksandrę Petrykowską oraz Pana Marka Cynowskiego. Tym samym, w okresie od 5 maja 2025 r. do 31 marca 2026 r. skład Rady Nadzorczej był następujący:

Łukasz Błażejczyk – Przewodniczący Rady Nadzorczej
Maciej Tygielski – Członek Rady Nadzorczej
Martin Solarski – Członek Rady Nadzorczej
Aleksandra Petrykowska – Członkini Rady Nadzorczej
Marek Cynowski – Członek Rady Nadzorczej

W okresie od 1 stycznia 2025 r. do 11 września 2025 r. skład Zarządu Spółki był następujący:

Marcin Michnicki – Prezes Zarządu
Piotr Frankowski – Członek Zarządu

W dniu 16 czerwca 2025 r. Zarząd Spółki udzielił Pani Agnieszce Gułajskiej prokury samoistnej.



W dniu 12 września 2025 r. Pan Piotr Frankowski złożył rezygnację z pełnienia funkcji Członka Zarządu ze skutkiem na dzień jej złożenia. Tym samym, w okresie od 12 września 2025 r. do 15 marca 2026 r. skład Zarządu Spółki był następujący:

Marcin Michnicki – Prezes Zarządu

W dniu 16 marca 2026 r. Rada Nadzorcza Spółki podjęła uchwałę w sprawie powołania Pana Jakuba Kwiatkowskiego do Zarządu Spółki oraz powierzenia mu funkcji Wiceprezesa Zarządu na okres pięcioletniej kadencji. Tym samym, w okresie od 16 marca 2026 r. do dnia sporządzenia sprawozdania z działalności Spółki skład Zarządu wygląda następująco:

Marcin Michnicki – Prezes Zarządu

Jakub Kwiatkowski – Wiceprezes Zarządu

Na dzień sporządzenia sprawozdania, do składania oświadczeń w imieniu Spółki uprawnieni są dwaj członkowie Zarządu działający łącznie, przy czym Pani Agnieszka Gułajska posiada prokurę samoistną, uprawniającą ją do samodzielnego reprezentowania Spółki.

1.7. Struktura organizacyjna i zatrudnienie w Spółce

W okresie, za który sporządzane jest niniejsze Sprawozdanie:

- Spółka prowadziła działalność operacyjną,
- Spółka nie prowadziła badań,
- Spółka nie nabyła akcji własnych,
- Spółka nie posiadała oddziałów (zakładów),
- Spółka nie posiadała instrumentów finansowych w zakresie zarządzania ryzykiem finansowym.

Na dzień 31 grudnia 2025 w Spółce zatrudnione było łącznie 71 osób na umowę o pracę, na umowę zlecenia i inne.

Znacząca inwestycja:

| | |
|--------------|--|
| Nazwa Spółki | Rebel Tang Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością |
| Siedziba | 00-844, Warszawa, ul. Grzybowska 80/82 |
| KRS | 0000841477 |
| NIP | 525-282-31-23 |
| REGON | 386067597 |

Moliera2 S.A. na 31.12.2025 r. posiadała 18,32 % udziału w kapitale spółki Rebel Tang Sp. z o.o.

2. Działalność Spółki

2.1. Spółka

Spółka Moliera2 S.A. prowadzi działalność w zakresie sprzedaży detalicznej odzieży, obuwia oraz akcesoriów marek luksusowych oraz marek premium w ramach sklepów internetowych, w szczególności poprzez domenę www.moliera2.com, jak również w dwóch stacjonarnych butikach zlokalizowanych w Warszawie i Poznaniu. Moliera2 to jeden z najbardziej doświadczonych sprzedawców i lider sektora dóbr luksusowych online w Polsce, obecny na rynku od ponad 10 lat, przyciągający swoich klientów zróżnicowaną ofertą 38.000 produktów ponad 220 marek, z czego wiele z nich dostępnych na wyłączność, a także wyjątkową obecnością we wszystkich kanałach sprzedaży (omnichannel). Spółka osiągnęła sukces w postaci stworzenia silnej i rozpoznawalnej marki, która cieszy się zainteresowaniem zamożnej i lojalnej grupy użytkowników, co przekłada się na jedną z najwyższych średnich wartości koszyka zakupowego w Polsce. Spółka zamierza dalej rozwijać swoją działalność prowadzoną pod marką Moliera2, w szczególności w zakresie sprzedaży dóbr luksusowych i premium on-line, w tym celu zbudowała wewnętrzne kompetencje pozwalające kontynuować wzmocnienie obecności w tych kanałach sprzedażowych.

Obecnie Moliera2 S.A. posiada udziały w spółce Rebel Tang Sp. z o.o. (18,32%), która nie podlega konsolidacji, stanowiąc długoterminową inwestycję Spółki. Rebel Tang to firma z branży food-tech (food & technology), która tworzy wirtualne restauracje funkcjonujące tylko w formie dostaw do klienta. Koncepcja biznesowa jest oparta na dedykowanej platformie technologicznej, którą każdy restaurator może w prosty sposób wdrożyć we własnej kuchni. Oferta Rebel Tang to kompleksowe rozwiązanie dla każdego restauratora w Polsce, który chce zwiększyć swoje dochody. Spółka pomaga bardziej efektywnie wykorzystać potencjał posiadanego zespołu i sprzętów w kuchni. Oferuje ona wirtualne marki w formie franczyzy, gotowe do wdrożenia w każdej restauracji. Partnerzy podmiotu otrzymują w pełni przygotowany koncept gastronomiczny - od pełnej obsługi marketingowej, wsparcia technologicznego przez obsługę firm oferujących dowóz jedzenia do pełnego łańcucha dostaw produktów.

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

Rok 2025 r. w branży fashion obfitował w dalsze wyzwania operacyjne, w tym zwłaszcza dla multibrandowych platform e-commerce (co przy prawie 76% udziale kanału online w sprzedaży Spółki ma istotne znaczenie). Cała branża wciąż pozostawała pod presją wysokiej konkurencji (w tym, coraz bardziej widocznych i konkurujących z krajowymi serwisów zagranicznych), co wymagało ciągłego monitorowania zachowania klientów i rynku, aby zachowując elastyczność, dynamicznie dostosowywać stronę podażową do obserwowanych warunków popytu. Wciąż zauważalny był wzrost wrażliwości cenowej konsumentów zwłaszcza w obszarze online. Liczba transakcji spadła o 26% r/r, ponieważ konsumenci kierowali swoją uwagę ku zakupom online w poszukiwaniu jak najkorzystniejszych cen, w efekcie kupując znacząco mniej produktów. Średni koszyk natomiast pozostał na tym samym poziomie co w 2024 roku. Zauważalna była i wciąż jest znacząco wyższa niż wcześniej aktywność klienta w zakresie porównywania cen oferowanych produktów z konkurencją, przez co również presja na obniżanie marż jest znacząca i nie ustaje. Warto odnotować też istotne skrócenie się okresu sprzedaży w tzw. „pierwszej cenie”, rynek szybciej aniżeli w latach poprzednich startuje z sezonowymi promocjami, co ogranicza czas na wypracowanie wyższych marż. Dzięki



efektywniejszemu zarządzaniu kapitałem obrotowym oraz lepszej selekcji marek (oferty), marża brutto w 2025 roku wzrosła średnio o 5pp.

Z jednej strony, podjęliśmy wyteżoną pracę z produktem, ofertą i polityką cenową, z drugiej zaś skupiliśmy się na maksymalnej optymalizacji kosztowej, co w czasach wzmożonej konkurencji, niestabilności gospodarczej oraz wzrostu skłonności do zmniejszania konsumpcji (zwłaszcza w sektorze fashion) i wrażliwości cenowej Klientów, uznaliśmy za jedno z podstawowych działań organizacji.

To, na co jednak należy zwrócić szczególną uwagę, to obszar kosztów podstawowej działalności operacyjnej, nad którego optymalizacją Zarząd Spółki pracował w roku ubiegłym. Spółka obniżyła koszty operacyjne o 7.6 mln złotych (-20% r/r).

Dnia 27 czerwca 2025 r. została przedłużona umowa kredytowa z ING Bank Śląski S.A., na mocy której bank przedłużył kredyt odnawialny do dnia 31.12.2025. Spółka spłaciła w całości ten kredyt w wyznaczonym terminie.

Dnia 6 czerwca 2025 r. został podpisany także aneks do umowy kredytowej z mBank S.A., na mocy którego bank przedłużył kredyt do 29 maja 2026.

Spółka Moliera2 nadal konsekwentnie realizowała swoje założenia biznesowe, koncentrując się na nieustannym podnoszeniu efektywności operacyjnej. Przez ostatni rok wdrażane były wyniki prac nad integracjami partnerskimi (marketplace), gdzie Spółka znacząco poszerzyła dostępny asortyment i zaoferowała większą dostępność produktów dla klientów. To wszystko przyczyniło się do dalszego wzmocnienia Spółki w segmencie rynku mody. Ciągłe wdrażanie nowoczesnych rozwiązań technologicznych sprawia, że Spółka zwiększa coraz to bardziej swoją konkurencyjność na rynku.

Dzięki tym działaniom, wzrost sprzedaży w kanale marketplace w 2025 roku wyniósł 22%.

Przyszłe działania Spółki będą skupiały się na obszarze zwiększenia integracji z partnerami, jak również na poszerzaniu jeszcze mocniej dostępności asortymentu. W tym miejscu Spółka będzie się skupiać na intensyfikowaniu działań. Jedną z kluczowych inicjatyw w ramach integracji z partnerami będzie obecnie przygotowywana aplikacja z obszaru Marketplace. Ta wewnętrzna inicjatywa pozwoli Spółce na poszerzenie swojej działalności i dostępności dla Klientów w tym obszarze rynku.

Moliera2 aktywnie realizuje nowe inicjatywy, co zgodnie z założeniami zarządu przełoży się na wzrost wartości organizacji oraz stworzy solidne fundamenty dla jej przyszłego rozwoju.

W dniu 27 kwietnia 2026 Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy podjęto uchwały w sprawie:

- restrukturyzacji kapitału własnego poprzez obniżenie kapitału zakładowego i utworzenie kapitału rezerwowego,
- podwyższenia kapitału zakładowego w drodze emisji akcji serii X z wyłączeniem prawa poboru,
- ustanowienia programu motywacyjnego opartego na akcjach,
- upoważnienia zarządu do podwyższenia kapitału w ramach kapitału docelowego,
- reorganizacji działalności poprzez przeniesienie zorganizowanej części przedsiębiorstwa do spółki zależnej.

W związku z powyższym, w dniu 30 kwietnia 2026 roku został sporządzony akt założycielski i umowa Spółki zależnej - Moliera sp z o.o.

Dnia 4 maja 2026 roku Spółka zawarła z akcjonariuszem Athena T Limited umowę pożyczki w kwocie 15.000.000 zł. Oprocentowanie pożyczki wynosi 8,5% w skali roku, a w przypadku opóźnienia w spłacie 15% w skali roku. Spłata pożyczki wraz z odsetkami nastąpi 30 kwietnia 2027 roku z możliwością przedłużenia o kolejne okresy trzymiesięczne za zgodą stron. Pożyczkodawcy przysługuje prawo konwersji całości lub części pożyczki wraz z odsetkami na akcje Spółki po cenie 0,10 zł za akcję. Pozyskane środki zostaną przeznaczone na finansowanie bieżącej działalności i rozwój sieci sprzedaży.

2.3. Przewidywany rozwój Spółki

Naszym celem jest, aby Moliera2 stała się liderem na rynku marek luksusowych dla wymagającego, zamożnego konsumenta, który podąża z duchem czasu. Dokonujemy selekcji marek do naszego portfolio, które będą spełniać oczekiwania naszych klientów.

Na bieżąco planujemy działania mające na celu zwiększenie efektywności działań marketingowych poprzez współpracę z istniejącymi markami oraz pozyskiwanie nowych marek luksusowych, ze szczególnym uwzględnieniem tych, które będą dostępne wyłącznie u nas. Planowana jest również budowa i rozwój marki własnej.

Głównym celem biznesowym Spółki jest doskonała dbałość o doświadczenia omnichannelowe naszych klientów, jednocześnie dążąc do zwiększenia efektywności i poprawy rentowności modelu biznesowego.

Permanently koncentrujemy wysiłki na poprawie efektywności operacyjnej, dostosowując się do nowo wprowadzonej struktury organizacyjnej. Priorytetem będzie digitalizacja i automatyzacja procesów biznesowych, co zasadniczo zwiększy wydajność kluczowych procesów w firmie.

Będziemy podejmować działania mające na celu wzrost marży operacyjnej i rentowności firmy, przy jednoczesnym budowaniu odpowiednio dopasowanego do potrzeb naszych klientów zapasu kolekcji. Skupimy się na odpowiednim doborze asortymentu, który umożliwi zaspokojenie wymagających potrzeb zakupowych naszych konsumentów.

Przy jednoczesnej ewolucji kanałów dystrybucji 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, frekwencji i retencji) i zwiększania średniego koszyka zakupowego. Będzie to oznaczało konieczność gruntownej rewizji polityki cenowej i ustalenia długoterminowej strategii w tym obszarze. Planujemy wykorzystać do tego działania z zakresu data science i AI, które poprawią naszą efektywność decyzyjną. Kontynuowane będą również renegocjacje warunków handlowych z markami (zarówno obecnymi, jak i nowo pozyskiwanymi) zarówno w kontekście cen zakupu, jak i terminów płatności poprawiających efektywność kapitału pracującego i płynność organizacji. Działania te mają przyczynić się do wzrostu możliwości skalowania biznesu oraz poprawy rentowności na poziomie EBITDA.

Zarząd nie przewiduje w 2026 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 i zdywersyfikowania oferty



asortymentowej Zarząd ocenia perspektywę dalszego funkcjonowania Spółki jako pomyślną i będzie kontynuował działania mające na celu zwiększenie wartości Spółki.

3. Sytuacja finansowa

3.1. Sprzedaż

Działalność spółki Moliera2 S.A. opierała się przede wszystkim na handlu detalicznym odzieżą z segmentu luksus i premium, prowadzonym poprzez portale internetowe (76% biznesu) oraz sklepy stacjonarne (24%).

W strukturze przychodów Spółki dominuje sprzedaż detaliczna, tj. żaden z klientów nie przekroczył 10% udziału w przychodach ze sprzedaży, stąd nie jest prezentowana informacja o głównych Klientach.

Okres od stycznia do grudnia 2025 r. zamknął się przychodem netto na poziomie 57.840.581,39 zł, a więc spadkiem o 26% rdr. Marża brutto ze sprzedaży towarów wzrosła o 5 pp w porównaniu z analogicznym okresem poprzedniego roku. Główne powody spadku sprzedaży to:

- Zbyt późne odebranie towarów przez Spółkę, zwłaszcza z sezonu wiosenno-letniego, co znacząco wpłynęło na możliwość sprzedaży produktów w tzw. "pierwszej cenie",
- Zamknięcie 3 salonów stacjonarnych (z powodu braku realizacji celów rentowności)
- Obniżona aktywność klientów zarówno w kanał online jak i offline

3.2. Wyniki finansowe w tys. zł

Wybrane pozycje z rachunku zysków i strat za 2025 rok:

| | PLN '000 |
|---|-----------------|
| Przychody ze sprzedaży | 57.841 |
| Koszty działalności operacyjnej | 72.642 |
| Strata brutto na sprzedaży | (14.801) |
| Pozostałe przychody operacyjne | 1.682 |
| Pozostałe koszty operacyjne | 2.835 |
| Strata na działalności operacyjnej | (15.954) |
| Przychody finansowe | 101 |
| Koszty finansowe | 2.735 |
| Strata przed opodatkowaniem | (18.588) |
| Podatek dochodowy | (130) |
| Podatek odroczony | 0 |
| Zysk (strata) netto | (18.718) |

Wynik EBITDA za 2025 wyniósł -14.8 mPLN, co oznacza pogorszenie wyniku o 4% w stosunku do roku 2024.

3.3. Struktura aktywów i pasywów

| | Stan na 31.12.2025 PLN'000 | Struktura 31.12.2025 % | Stan na 31.12.2024 PLN'000 | Struktura 31.12.2024 % |
|---------------------------------|----------------------------------|------------------------------|----------------------------------|------------------------------|
| Aktywa trwałe | 4.813 | 21.17% | 7.321 | 18,01% |
| Aktywa obrotowe | 17.917 | 78.83% | 33.338 | 81,99% |
| Aktywa razem | 22.730 | 100,00% | 40.659 | 100,00% |
| Kapitał własny | 2.265 | 9,96% | 11.315 | 27.83% |
| Zobowiązanie długoterminowe | 0 | 0% | 180 | 0.44% |
| Zobowiązania krótkoterminowe | 17.989 | 79.14% | 27.741 | 68.23% |
| Rezerwy na zobowiązania | 278 | 1.22% | 307 | 0.75% |
| Rozliczenie międzyokresowe | 2.198 | 9.68% | 1.116 | 2.75% |
| Pasywa razem | 22.730 | 100,00% | 40.659 | 100,00% |

Struktura aktywów spadła rdr o ponad 40%. Spowodowane jest to wyprzedają zapasu towarów (spadek o 48%) oraz redukcją zakupów nowych towarów.

| Wskaźnik | Definicja | Wartość na 31.12.2025 | Wartość na 31.12.2024 |
|--|---|--------------------------|--------------------------|
| Wskaźnik bieżącej płynności finansowej I stopnia | <u>Aktywa obrotowe</u> Zobowiązania krótkoterminowe + RMB | 88.76% | 115.53% |
| Wskaźnik bieżącej płynności finansowej II stopnia (szybki) | <u>Aktywa obrotowe - zapasy</u> Zobowiązania krótkoterminowe + RMB | 18.84% | 21.16% |
| Wskaźnik bieżącej płynności finansowej III stopnia | <u>Środki pieniężne i inne aktywa pieniężne</u> Zobowiązania bieżące | 7,63% | 12.66% |

W ujęciu statycznym, zarówno na dzień 31.12.2025, jak i w analogicznym okresie roku poprzedniego sytuacja majątkowa i struktura bilansu Spółki była poprawna.



| Wskaźnik | Definicja | Wartość na 31.12.2025 | Wartość na 31.12.2024 |
|--|---|-----------------------|-----------------------|
| Obciążenie aktywów zobowiązaniami | $\frac{\text{zobowiązania ogółem}}{\text{aktywa ogółem}}$ | 79.14% | 68.67% |
| Pokryciem aktywów ogółem kapitałami własnymi | $\frac{\text{kapitały własne + rezerwy}}{\text{aktywa ogółem}}$ | 11.19% | 28.58% |
| Pokryciem aktywów trwałych kapitałami własnymi | $\frac{\text{kapitały własne + rezerwy}}{\text{aktywa trwałe}}$ | 52.85% | 158.75% |

Biorąc pod uwagę specyfikę działalności gospodarczej, która ogranicza możliwość pełnego sfinansowania zapasów poprzez zobowiązania handlowe, głównie ze względu na sezonowość i potrzebę zaopatrzenia się w towar na przyszły sezon ponad rok wcześniej, ważne jest, aby zrozumieć, że Spółka, dążąc do rozwoju i poszerzania oferty dla klientów, będzie szukać różnych form finansowania długoterminowego, co może skutkować wzrostem udziału takiego finansowania w jej strukturze kapitałowej.

3.4. Źródła finansowania działalności w 2025 roku

Głównymi źródłami finansowania działalności Spółki w 2025 roku były bieżące wpływy z działalności gospodarczej – sprzedaż kolekcji, zaciągnięte w celu sfinansowania zakupu produktów, kredyty i pożyczki krótkoterminowe. Nie zidentyfikowano przesłanek mogących świadczyć o możliwości utraty płynności finansowej biznesu w najbliższej przyszłości oraz ryzyka kontynuacji działalności, obejmującej okres kolejnych co najmniej 12 miesięcy.

3.5. Główne cele finansowe na rok 2026

Na 2026 r. planowane są działania zmierzające do zwiększenia efektywności działań marketingowych we współpracy z markami, jak również dalsze pozyskiwanie marek partnerskich.

Spółka planuje także kontynuowanie rozpoczętych w 2025 roku działań restrukturyzacyjnych, mających na celu optymalizację kosztową oraz organizacyjną.

Spółka planuje otworzyć nowy salon stacjonarny w budynku Metropolitan w Warszawie, który stanie się jednym z ważniejszych punktów mody luksusowej na mapie Warszawy. Otwarcie salonu w tej lokalizacji (oraz w sąsiedztwie innych prestiżowych brandów) przyciągnie nie tylko nowe marki, ale przede wszystkim pozwoli pozyskać nowe grono lojalnych klientów.

Planowana jest kontynuacja rozwoju oferty w nowych kategoriach i markach, na które zgłaszają popyt nasi klienci, jak też działania zmierzające do wzrostu marży operacyjnej i rentowności Spółki. Nacisk położony zostanie na dalszy rozwój kanałów online w tym modelu marketplace, integrując nowych partnerów na platformie Spółki.

4. Zarząd Spółki

W 2025 w skład Zarządu wchodzi:

Pan Marcin Michnicki – Prezes Zarządu – od 01.01.2025 do 31.12.2025

Pan Piotr Frankowski – Członek Zarządu – od 01.01.2025 do 12.09.2025

Na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania w skład Zarządu wchodzi:

Pan **Marcin Michnicki**

Prezes Zarządu

Pan **Jakub Kwiatkowski**

Wiceprezes Zarządu

5. Opis podstawowych ryzyk i zagrożeń

5.1. 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 zależy od takich czynników, jak warunki handlowe wynegocjowane z markami (posiadanie w ofercie marek na „wyłączność”, co Spółka zamierza systematycznie zwiększać), dostosowanie oferty do oczekiwań klientów, w tym dywersyfikacja oferty (planowane są działania w celu poszerzenia i zroźnicowania oferowanego asortymentu dóbr luksusowych jako odpowiedź na zgłaszane potrzeby Klienta) 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.

5.2. Ryzyko związane z dostępem do nowych marek

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

5.3. Ryzyko związane ze wzrostem kosztów marketingowych

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



6. Informacja o posiadanych przez Moliera2 S.A. punktach sprzedaży

Na koniec 2025 roku Spółka posiadała 2 salony sprzedażowe w formie stacjonarnej:

1. Warszawa, ul. Moliera 2
2. Poznań, al. Marcinkowskiego 10

7. Ocena zarządzania zasobami finansowymi

Zarząd ocenia, że sytuacja finansowa Spółki w 2025 była względnie stabilna i taka pozostaje również po zakończeniu okresu sprawozdawczego.

Linie kredytowe zostały przedłużone, kredyt obrotowy w wysokości 1.170.000 zł w mBank SA do 29 maja 2026 r.

8. Instrumenty finansowe

Instrumenty finansowe posiadane przez Spółkę, a w szczególności związane z nimi ryzyka zostały ujęte kompleksowo i opisane w kontekście potencjalnie generowanego ryzyka w Nocie 36 sprawozdania finansowego za rok obrotowy kończący się 31.12.2025 r.

9. Wpływ skutków rosyjskiej agresji na Ukrainę i konfliktu na Bliskim Wschodzie na Spółkę

Rosyjska agresja na Ukrainę nie jest traktowana przez Spółkę jako istotny czynnik ryzyka działalności jednostki, jak i czynnik determinujący kształtowanie się wyniku finansowego, a także płynności finansowej Spółki w przyszłości. Spółka nie posiada aktywów trwałych ani umów najmu na rynku ukraińskim. Nie jest również prowadzona sprzedaż produktów na ten rynek. Stąd też, w efekcie rozpoczęcia wojny i imigracja dużej części ludności z Ukrainy na terytorium Polski przyczyniła się jedynie do nieznacznego wzrostu udziału Klientów ukraińskich w bazie naszych dotychczasowych Klientów, co pozytywnie wpłynęło na sprzedaż Spółki – zwłaszcza w salonach stacjonarnych.

Konflikt na Bliskim Wschodzie może wpływać na sytuację makroekonomiczną, w tym poziom cen surowców oraz stabilność łańcuchów dostaw. Na dzień sporządzenia sprawozdania Spółka nie identyfikuje istotnego wpływu tego zdarzenia na swoją sytuację finansową ani wyniki działalności. Zarząd monitoruje rozwój sytuacji na bieżąco.

Warszawa, dnia 27.05.2026