

Sprawozdanie z działalności
GRUPY KAPITAŁOWEJ
Skoczowska Fabryka Kapeluszy
POLKAP S.A.

za rok obrotowy
2016

Skoczów, ul. Powstańców Śląskich 1



Skoczów, 31 maj 2017 r.

1. Informacje ogólne o Grupie Kapitałowej.

Firma Spółki brzmi: Skoczowska Fabryka Kapeluszy Polkap Spółka Akcyjna

Spółka może używać nazwy skróconej: Skoczowska Fabryka Kapeluszy Polkap S.A.

Siedziba Spółki: miasto Skoczów

Adres Spółki: 43-430 Skoczów, ul. Powstańców Śląskich 1

Spółka została zawiązana aktem notarialnym Rep. A. 11101/2010 z dnia 20.09.2010r. w kancelarii notarialnej Dariusz Rzadkowski S.C., Bielsko-Biała (43-300), ul. Cieszyńska 8.

Spółka została zarejestrowana w Sądzie Rejonowym w Bielsku-Białej, VIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego (KRS) pod numerem KRS 0000372055 w dniu 30.11.2010r.

REGON: 241719500

NIP: 548-26-33-372

Podatnik VAT UE: PL5482633372

Organami jednostki byli do 07 września 2016 roku :

- Zarząd w składzie:
- Paweł Kaliciak – prezes zarządu
- Tomasz Bednarski – członek zarządu

Organami jednostki od 07 września do 30 listopada 2016 byli :

- Zarząd w składzie:
- Arkadiusz Herzyk – prezes zarządu
- Jan Chrapek – członek zarządu

a od 30 listopada do 31 maja 2017 roku są :

- Zarząd w składzie :
- Jan Chrapek – prezes zarządu
- Arkadiusz Herzyk – członek zarządu

- Rada nadzorcza w składzie - od 01.01.2016 r. do 28.06.2016 r.

Paweł Książek – członek
Adam Kościsz – członek
Przemysław Małysiak – członek

Sławomir Szata – członek
Marcin Jóźwik – członek
Paweł Wołosowicz – członek
Jerzy Dworzyński – członek

od 28.06 .2016 – skład Rady nadzorczej

Michał Damek – członek
Igor Rozbicki – członek
Paweł Płonka – członek
Marek Łuczkiwicz – członek
Marcin Jóźwik – członek (do 26.09.2016 r.)
Paweł Wołosowicz – członek (do 24.09.2016 r.)
Jerzy Dworzyński – członek (do 13.10.2016 r.)
Marek Sobieski – członek (od 22.11.2016 r.)

– Walne Zgromadzenie.

Firma Spółki brzmi: PWTA spółka z ograniczoną odpowiedzialnością

Siedziba Spółki: miasto Skoczów

Adres Spółki: 43-430 Skoczów, ul. Powstańców Śląskich 1

Spółka została zarejestrowana w Sądzie Rejonowym w Bielsku-Białej, VIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego (KRS) pod numerem KRS 0000621613 w dniu 03.06.2016 r.

REGON: 364617922

NIP: 548-26-74-276

Podatnik VAT UE: PL 5482674276

Organami jednostki byli do 06 września 2016 roku :

- Zarząd w składzie:
- Tomasz Bednarski – prezes zarządu
- Rafał Chrapek – członek zarządu

Organami jednostki od 07 września 2016 są :

- Zarząd w składzie:
- Arkadiusz Herzyk – prezes zarządu
- Jan Chrapek – członek zarządu

– Walne Zgromadzenie.

2. Charakterystyka działalności Grupy Kapitałowej

Informacje dotyczące roku 2016.

Rok 2016 to czas reorganizacji Grupy, zmian w zarządzie i radzie nadzorczej /SFK Polkap SA/, krystalizacji struktury właścicielskiej. Te zdarzenia miały istotny wpływ na wyniki i sytuację finansową firmy oraz na powstanie grupy kapitałowej z udziałem PWTA spółka z.o.o jako podmiotu dystrybucyjnego. Działalność za rok 2016 przyniosła Grupie kapitałowej przychody ze sprzedaży na poziomie **18.119 tys. zł** Zysk na sprzedaży wyniósł **4.760 tys. zł**, zysk brutto **2.779 tys. zł** a netto **2.075 tys. zł**. W roku 2015 prowadzona była tylko działalność jednostkowa, tak, że dane skonsolidowane są nieporównywalne.

Starania Grupy Kapitałowej koncentrowały się w końcówce 2016 roku na utrzymaniu ciągłości produkcji i sprzedaży, zapewnieniu firmie płynności finansowej, weryfikacji majątku firmy oraz stanu należności i zobowiązań. Po przeprowadzeniu tej korekty kapitały własne finansują działalność Grupy kapitałowej w 35 % a zobowiązania krótko i długoterminowe w 65 %. Mimo bezpiecznej struktury finansowania priorytetem Zarządu powinna być redukcja długu. W strukturze aktywów mimo korekt dalej przeważa majątek trwały który stanowi prawie 52 % wartości aktywów.

W ocenie obecnego zarządu Grupy wysokie odpisy na rezerwy to w znacznym stopniu efekt niegospodarności poprzedniego zarządu. Aktualnie trwa dochodzenie wyrządzonych szkód na drodze sądowej.

Zarys działalności Grupy Kapitałowej

W 2016r. Grupa Kapitałowa kontynuowała swoją działalność związaną z produkcją i dystrybucją wyrobów gotowych – kapeluszy damskich i męskich wełnianych i włosowych oraz półproduktów do wyrobu kapeluszy (stożki, kapliny, półkapliny).

Spółki Grupy koncentrowały swoją działalność na obsłudze dotychczasowych klientów oraz czyniła starania w celu zdobycia nowych klientów na obecnych rynkach i na rynkach, na których nie była dotychczas obecna. Spółki w 2016 r. renegocjowały i dopasowywały do realiów rynkowych /produkcyjno – sprzedażowych/ pozyskaną licencji Pierre Cardin z 2014r. , co zaowocowało dalszą możliwością kontynuacji sprzedaży na znacznie lepszych warunkach kosztowych dla Spółki oferowanych przez nią produktów.

Spółka w Grupie „Skoczowska Fabryka Kapeluszy Polkap SA” jest to znana na świecie firma specjalizująca się w produkcji i sprzedaży kapeluszy z włosa króliczego i wełny, półproduktów do produkcji kapeluszy jak również czapek dzianych. Tradycja firmy sięga roku 1924. Po wojnie firma została znacjonalizowana. Od roku 2005 działa ponownie jako firma całkowicie prywatna. Do roku 2005 firma produkowała głównie kapelusze i półprodukty z włosa króliczego. Są to wyroby najszlachetniejsze i przez to najdroższe w tej branży. Grupa nadal będzie sprzedawać wyroby zaprojektowane i zaproponowane przez własnych projektantów, jak również wyroby wg wzorów dostarczanych przez klientów (dość częsta praktyka w tej branży).

Spółka PWTA z Grupy działa operacyjnie od 24 października 2016. Stanowi dystrybucyjne ramię Skoczowskiej Fabryki Kapeluszy Polkap S.A.

Otoczenie rynkowe Grupy.

Spółka z Grupy „Skoczowska Fabryka Kapeluszy Polkap SA” jest firmą znaną z produkcji i sprzedaży wyrobów najwyższej jakości. Większość produkowanych wyrobów jest sprzedawana zagranicą zarówno w Europie, jak i na rynki innych części świata. Firma jest jedynym producentem wyrobów kapelusznich z surowców podstawowych (wełna surowa, skóry królicze) w Polsce i jednym z nielicznych w Europie.

Otoczenie rynkowe jest różne w zależności od oferowanego asortymentu.

Wyroby z włosa króliczego:

W Europie głównym konkurentem posiadającym większe możliwości wytwórcze z włosa króliczego jest firma Tonak (Czechy). Firmami o mniejszych zdolnościach wytwórczych są Fepsa (Portugalia), Borsalino (Włochy). Poza Europą znaczące na rynku fabryki znajdują się w USA, Australii, Kolumbii. W tym asortymencie, trudnym do wykonania ze względów technologicznych, nie ma znaczącej konkurencji chińskiej lub innej z kraju o niższych od Polski kosztach wytworzenia.

Wyroby z wełny: fabryka Capital Group w Serbii, w Ameryce Płd. 3 firmy, 1 w USA, 1 firma w Chinach. W tym asortymencie istnieje konkurencja chińska, jednak pochodzące z Chin wyroby są znacznie niższej jakości i przez to są lokowane w innym segmencie rynku niż wyroby Skoczowskiej Fabryki Kapeluszy Polkap SA.

Strategia rynkowa Grupy.

Produkt

Asortyment ten może być poszerzony o inne rodzaje wyrobów w zależności od zapotrzebowania rynku.

Cały cykl produkcji kapeluszy odbywa się już w przedsiębiorstwie. Portfolio produktów dzieli się na kapelusze wykonane z 100% filcu wełnianego, 100% filcu włosowego (króliczego lub zajęczego). Firma posiada duży wybór form i szerokie możliwości zdobienia kapeluszy. Kapelusze oferowane są:

- we wszystkich dostępnych rozmiarach,
- kolorach gładkich i melanzach, wybieranych zgodnie z naszą kartą kolorów jak również całą gamę odcieni na życzenie,
- w różnym wykończeniu powierzchni (gładka, zamszowa, welurowa, surowa),
- w różnych stopniach usztywnienia
- z impregnacją wodoodporną,

Firma oferuje również półprodukty wełniane i włosowe w postaci:

- stożków od 70-250 gr.
- półkaplinów od 100-250 gr.
- kaplinów od 110-250 gr.
- Spółka z Grupy systematycznie wdraża strategię sprzedaży nowych wyrobów, są to zarówno czapki szyte (tzw. kaszkiety) – została stworzona nowa kolekcja Jesień/Zima 2017-2018 - jak również berety wojskowe i cywilne, czapki dziane i kapelusze słomkowe typu „Panama”. W strategii firmy jest wprowadzenie kapeluszy lekkich na sezon letni dla społeczności żydowskich. Najnowsza kolekcja kapeluszy modowych produkowanych pod licencją Pierre Cardin zyskała najwyższe uznanie słynnego Designera co pozwoliło na rozszerzenie licencji na nowe kraje, a to z kolei ponownie zwiększa możliwości sprzedaży do nowych klientów.

Ceny i terminy płatności

Dla dotychczasowych klientów Grupa stosowała ceny wg wcześniejszych ustaleń. Dla nowych klientów Grupa stosowała ceny wynikające z wynegocjowanych cenników, udzielając ewentualnie rabatów uzależnionych głównie od wielkości zamówień i historii współpracy. Zwyczajowo w tej branży pod koniec roku są ustalane zwiększone ceny na rok następny i wtedy spółka będzie mogła renegocjować ceny z roku 2016. Oczywiście w przypadku wzrostu czynników kosztowych i konieczności zwiększenia cen zakupu ceny

sprzedaży do klientów będą renegocjowane.

Grupa będzie stosować sprzedaż z wydłużonym terminem płatności (zwyczajowo 14, maksymalnie 30 dni) dla dotychczasowych, zaufanych klientów. Nowi klienci będą mogli uzyskać wydłużony termin płatności wyłącznie w przypadku złożenia zabezpieczenia płatności. W pozostałych przypadkach spółka sprzedawać będzie wyłącznie na przedpłaty lub z zerowym terminem płatności (przy odbiorze towaru). Dla nowo pozyskanych klientów na rynkach charakteryzujących się większą niestabilnością systemu bankowego – Rosja i Ukraina – Spółka rozważa możliwości ubezpieczenia transakcji w poprzez ubezpieczyciela Kuke.

Klientów którym zależy na wydłużonym terminie płatności Grupa oferuje możliwość faktoringu bankowego. Grupa nie stosuje akredytywy.

Dystrybucja

W przypadku dystrybucji sprzedaż prowadzona była na dotychczasowych zasadach do października 2016 roku, natomiast od tego momentu dystrybucją i sprzedażą wyrobów Grupy zajmowała się Spółka handlowo – dystrybucyjna PWTa. Grupa prowadziła rozmowy i ustanowiła przedstawicieli handlowych zwłaszcza na odległych terytorialnie i obiecujących rynkach w USA. Jako docelowe miejsce rozważa się Denver w stanie Colorado ze względu na obecność wszystkich znaczących producentów, jak również duże nagromadzenie potencjalnych klientów) co powinno przynieść efekty w postaci dystrybucji towarów na ten obszar. Grupa zamierza w sposób zdecydowany zintensyfikować działalność na rynkach zagranicznych, szczególnie na rynku amerykańskim w segmencie sprzedaży kapeluszy żydowskich polskim w każdym asortymencie oferowanych wyrobów, zarówno przez dotarcie do detalu jak również poprzez powiązania z innymi firmami odzieżowymi mającymi rozbudowany system dystrybucji detalicznej. W ostatnim czasie do współpracy pozyskani zostali nowi dystrybutorzy na terenie takich krajów jak: Francja, Holandia, Niemcy, Austria, Rosja i Wielka Brytania.

Promocja

Spółka z Grupy, Skoczowska Fabryka Kapeluszy Polkap SA jest w branży kapeluszniczej (producenci gotowych wyrobów, dystrybutorzy) marką znaną. Promocja wyrobów odbywa się głównie poprzez osobiste kontakty i prezentację modeli i ich jakości poszczególnym klientom. Dokonują tego zarówno zatrudnieni pracownicy jak i przedstawiciele handlowi. W roku 2017 promocja wyrobów nadal koncentruje się na

osobistych kontaktach z potencjalnymi odbiorcami. Ma to istotne znaczenie z uwagi na specyfikę wyrobu i ustalenie szczegółowych potrzeb klientów. Stąd też wzrost pozostałych kosztów rodzajowych, związanych z delegacjami m.in. do USA i krajów Europy zachodniej. Pod koniec 2016r. podjęto decyzję o udziale w imprezach targowych w Europie, m.in. wizyta na targach w Paryżu i wystawienie kolekcji w Dusseldorfie na początku roku 2017. W tym celu przygotowano specjalną kolekcję, głównie pod marką Pierre Cardin. Docelowo spółka będzie korzystać z bardziej urozmaiconych form promocji, skierowanych głównie do klienta detalicznego – więcej na ten temat w podstawowych kierunkach polityki marketingowej.

Kierunki polityki marketingowej.

Kierunki polityki marketingowej Grupy Spółek będą oparte o silne strony firmy, którymi są niewątpliwie:

- bardzo wysoka jakość oferowanych wyrobów w umiarkowanych cenach;
- szeroka gama oferowanych wyrobów (włos króliczy i wełna) – szersza niż u pozostałych dostawców
- terminowość realizacji zamówień;
- szybkie reagowanie na zmieniające się trendy i warunki prowadzenia działalności;
- duża elastyczność procesów produkcyjnych, umożliwiającą szybką reakcję na zamówienia
- sukcesywne zdobywane doświadczenie oraz ciągle podnoszenie kwalifikacji kadry.

Sprzedaż Grupy za granicą oparta jest głównie na odbiorcach półproduktów i wyrobów gotowych, które następnie są sprzedawane pod markami odbiorców. Sprzedaż odbywa się głównie przez dużych dystrybutorów, którzy dostarczają wyroby do mniejszych odbiorców lub do detalu. Spółka zamierza poczynić starania w kierunku pozyskania zagranicznego rynku detalicznego.

Podstawowym celem działań marketingowych będzie stała i sukcesywna zmiana struktury sprzedaży w kierunku małych odbiorców, którzy nabywają oferowane przez spółkę wyroby od dużych dystrybutorów. Zwiększy to w sposób znaczący marże handlowe i tym samym zyski spółki.

Na polskim rynku marka Spółka z Grupy Skoczowska Fabryka Kapeluszy Polkap SA była w przeszłości i jest do dzisiaj dobrze postrzegana. Działania marketingowe będą więc koncentrować się na wzmocnieniu dobrego odbioru marki przez klienta detalicznego.

Podstawowe produkty sprzedawane przez Spółkę.

Podstawowymi produktami oferowanymi przez spółkę są:

- kapelusze i półprodukty z włosa króliczego – około 40% wartości przychodu
- kapelusze i półprodukty z wełny – około 60% wartości przychodu

Sezonowość sprzedaży

W branży występuje sezonowość sprzedaży.

Niższe przychody są notowane w okresie grudzień – luty (długa przerwa świąteczna w Niemczech oraz udział większości dystrybutorów w targach branżowych, gdzie odbywa się kontraktacja zamówień) oraz sierpień (przerwa wakacyjna).

Struktura odbiorców

Spółka z Grupy sprzedaje większość swoich wyrobów za granicę. Sprzedaż poza granice kraju stanowi 90 %. Od października 2016 roku sprzedaż krajowa jest również dystrybuowana przez Spółkę PWTA.

Inwestycje.

Aktualnie trwa kontynuacja termomodernizacji budynków , która rozpoczęta została w lipcu 2015r. i zakończy się na przełomie maja i czerwca 2017 roku. Spółka pozyskała na ten cel środki z Wojewódzkiego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej w Katowicach. Wartość inwestycji przekroczy poziom 3 mln złotych, z czego 20% to środki własne firmy.

Opis podstawowych zagrożeń i ryzyk

Ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną

Działalność Emitenta oraz osiągnięte przez niego wyniki finansowe w dużym stopniu uzależnione są od panującej na rynkach sytuacji gospodarczej. Głównymi czynnikami kształtującymi jego sytuację ekonomiczną są: tempo wzrostu gospodarczego, stopa bezrobocia, inflacja, wysokość stóp procentowych, a także polityka fiskalna i monetarna. Spośród nich, największe znaczenie mają wzrost gospodarczy, oraz tempo jego przebiegu. Dodatni wzrost powoduje poprawę sytuacji finansowo – ekonomicznej Emitenta oraz zwiększa perspektywy jego rozwoju, podczas gdy ujemny może negatywnie wpłynąć na działalność prowadzoną przez Emitenta. Powyższe uwarunkowania zależą w dużym stopniu od tempa przebiegu poszczególnych zjawisk gospodarczych, oddziałując przy tym na tempo rozwoju Spółki. Elementy te przekładają się na wartość papierów wartościowych, co z kolei ściśle wiąże się z wartością firmy.

Zasadnicze znaczenie w podejmowaniu decyzji przez Inwestorów mają prognozy związane ze stanem gospodarki. W przypadku dobrych prognoz odnotowuje się wzmożone zainteresowanie Inwestorów rynkiem kapitałowym, co z kolei przekłada się na zwiększenie jego płynności. Wówczas zwiększa się zainteresowanie pozyskiwania kapitału poprzez rynek kapitałowy. W przeciwniej sytuacji, firmy poszukują alternatywnych, dużo bezpieczniejszych form pozyskiwania źródeł finansowania. Dynamika wzrostu gospodarczego zależy od wartości głównych zagregowanych wskaźników makroekonomicznych, w których skład wchodzi: PKB per capita, poziom bezrobocia, efektywność pracy, wartość konsumpcji, wartość inwestycji, wartość oszczędności, wartość eksportu netto, podaż pieniądza, poziom inflacji i wartość stóp procentowych. Pewien, stosunkowo niewielki wpływ na kształtowanie się poziomu gospodarki mają również bezpośrednie inwestycje zagraniczne oraz wartość portfeli funduszy emerytalnych.

Ryzyko związane ze zmianami regulacji prawnych

Rynek, na którym działa Spółka, podlega ciągłym wahaniom, co może mieć negatywny wpływ na jej funkcjonowanie. Duża zmienność przepisów prawa oraz brak jednoznacznej ich interpretacji, w szczególności w dziedzinie prawa podatkowego, wynikają z procesów zachodzących na scenie politycznej, związanych głównie z polaryzacją idei i koncepcją rozwoju kraju. Przekłada się to na możliwość wejścia w życie regulacji niekorzystnych dla uczestników rynków kapitałowych, gdyż ich charakterystyka wymaga wypełnienia dodatkowych obligatoryjnych obowiązków, co z kolei może wpłynąć na wzrost kosztów prowadzenia Spółki.

Ryzyko związane z interpretacją przepisów podatkowych

Istotne ryzyko dla nabywców instrumentów finansowych stanowi z punktu widzenia działalności Spółki, funkcjonującej w oparciu o przepisy prawa polskiego, wysoka częstotliwość zmian zachodzących w przepisach fiskalnych oraz ich niejednoznaczne sformułowanie. Może to prowadzić do odmiennego od organów podatkowych interpretowania odpowiednich kwestii podatkowych przez Spółkę, co z kolei skutkować może nałożeniem na Spółkę znacznych zobowiązań fiskalnych. Czynnikiem zwiększającym ryzyko jest także

konieczność dostosowywania polskiego prawa podatkowego do prawa Unii Europejskiej, co może przyczyniać się do dokonywania częstych zmian w jego brzmieniu oraz interpretacji. Istnieje ryzyko, że sytuacja taka wpłynie negatywnie na wynik finansowy Spółki, narażając ją na niebezpieczeństwo związane z płynnością.

Ryzyko wahań kursów walut

Głównymi odbiorcami produktów i towarów Emitenta są podmioty działające na rynkach zagranicznych. Tym samym jego przychody uzależnione są od aktualnych kursów walut, w szczególności PLN wobec EUR i USD oraz innych walut. Wahania kursu waluty polskiej w stosunku do innych, które stanowią podstawę wyliczania ceny produktów będących podstawą przychodów, stanowią istotny czynnik określający wysokość osiąganych przez Spółkę przychodów i wypracowanego zysku netto. Również surowce używane do produkcji wyrobów nabywane są u dostawców zagranicznych, co powoduje uzależnienie kosztów materiałów od zmian kursów walut. Zmiany te mogą mieć tym samym negatywny wpływ na wyniki, sytuację finansową i perspektywy rozwoju Spółki.

Ryzyko związane z nieosiągnięciem celów strategicznych Spółki

Strategia Spółki zakłada poprawę warunków zakupu, przyspieszenie realizacji zamówień, poszerzenie portfela produktów oraz wejście na nowe rynki zbytu. Wymienione wyżej elementy stanowią główne cele strategiczne, na które przeznaczony został kapitał pozyskany w drodze emisji akcji serii B. Ich osiągnięcie wymaga odpowiedniej wiedzy i doświadczenia osób odpowiedzialnych za kierowanie firmą. Największe zagrożenie w tym aspekcie wynika ze strony zbyt optymistycznej oceny efektów przyjętych założeń strategicznych, w tym podejmowania błędnych decyzji dotyczących organizacji działań dystrybucyjnych oraz związanych z poszerzeniem asortymentu produktowego.

Spółka na bieżąco analizuje realizację założonej strategii i podejmuje wiele działań zmierzających zwłaszcza do poszerzenia rynków sprzedaży i dywersyfikacji ryzyka w tym zakresie. Aby poszerzyć bazę klientów podjęto w ostatnim czasie szereg istotnych działań a zwłaszcza:

- uzyskanie licencji marki Pierre Cardin i sprzedaż wyrobów pod tą marką co skutkuje znacznym zainteresowaniem rynku i wejściem do wielu nowych klientów, zarówno w Polsce jak i zagranicą,
- podpisanie umów z najważniejszymi dystrybutorami kapeluszy na rynku żydowskim w USA, Izraelu, Wielkiej Brytanii co ma znaczący wpływ na stabilizację po stronie sprzedaży.

Jeśli chodzi o zakupy Spółka posiada wielu długoletnich dostawców gwarantujących stabilność dostaw. Zresztą większość używanych surowców jest ogólnie dostępna i ich zakup nie stanowi problemu.

Poszerzenie portfela produktów odbywa się w sposób bardzo wyważony, w kooperacji ze stylistami i odbiorcami.

W związku z powyższym istnieje niewielkie ryzyko nieosiągnięcia założonych celów, co znalazłoby odbicie w sytuacji finansowej Emitenta. W celu ograniczenia niniejszego ryzyka na bieżąco analizowane są czynniki mogące mieć wpływ na działalność i wyniki Spółki. Wspomniana analiza służy opracowywaniu odpowiednich kroków, zmierzających w razie konieczności do łagodzenia i neutralizowania negatywnych czynników.

Ryzyko związane z sezonowością sprzedaży

Branża, w której działa Emitent charakteryzuje się sezonowością sprzedaży w ciągu roku. Z tego też względu wymagany jest ścisły monitoring rynku a także odpowiednia elastyczność w dostosowaniu do zmieniającego się otoczenia rynkowego. Niższe przychody notowane są w okresie od grudnia do lutego, co związane jest z długą przerwą świąteczną w Niemczech - głównym rynku zbytu oraz w sierpniu ze względu na okres wakacji. Z kolei w okresie jesiennym, tj. w miesiącach wrzesień – listopad oraz wiosennym, tj. marzec – czerwiec obserwuje się wzrost sprzedaży. Spółka minimalizuje sezonowość w okresach mniejszego nasilenia sprzedaży stosując wachlarz zachęt w postaci upustów, wydłużonego terminu płatności, jednak okresowość ta nie pozostaje bez wpływu na wyniki Emitenta.

Aby ograniczyć to ryzyko Spółka poszerza ilościowo i wartościowo sprzedaż na rynki nieobciążone sezonowością, np. rynek żydowski, co znacznie ogranicza wpływ tego czynnika na działalność Spółki. Ma to ewidentne odzwierciedlenie w wynikach pierwszych dwóch kwartałów 2016 roku, gdzie wartość sprzedaży jest nie tylko znacznie wyższa niż w roku poprzednim ale również bardzo stabilna.

Ryzyko związane ze zmianą gustów nabywców produktów Emitenta

Wielkość sprzedaży wyrobów Emitenta w dużej mierze zależy od dostosowania się do zmiennych preferencji Klientów. Decyzje dotyczące kupna wyrobów Emitenta uzależnione są od: gustów nabywców, obowiązującej w danym sezonie modzie, a także panujących trendów. Wyprodukowana kolekcja może nie znaleźć oczekiwanego zainteresowania ze strony Klientów. Kapelusze stanowią część ubioru charakterystyczną dla wybranej grupy odbiorców. Emitent pragnie dotrzeć do jak najszerszego grona Klientów, aby nie zawęzić rynku zbytu. Omawiane ryzyko neutralizowane jest poprzez szeroki asortyment produktów, dostosowany do danego odbiorcy, zaś modele produktów projektowane są na specjalne zamówienia Klientów, także tych indywidualnych. Rynek kapeluszniczy charakteryzuje się również lojalnością nabywców, stąd Emitent dba o stałych nabywców.

Ryzyko związane z uzależnieniem od dostawców

Wielkość sprzedaży zależy głównie od dwóch zasadniczych czynników: wielkości popytu na produkty Emitenta oraz jego zdolności produkcyjnych. W przypadku problemów dostawców w zapewnieniu odpowiedniej wielkości i terminowości dostaw, sprzedaż Emitenta może ulec zmniejszeniu, co przełoży się bezpośrednio na osiągnięte przez niego wyniki finansowe. Problemem jest również uzależnienie od cen materiałów.

Ryzyko jest jednak ograniczane do minimum z uwagi na dużą ilość dostawców wełny oraz skóry króliczej – podstawowych surowców wykorzystywanych w procesie produkcyjnym. Ponadto ograniczeniu ryzyka sprzyja podpisywanie umowy z pojedynczym dostawcą na okres jednego roku. W rezultacie, w przypadku ograniczenia bądź zerwania dostaw przez partnerów Emitenta, dostarczających surowiec, Emitent jest w stanie szybko znaleźć na rynku nowego dostawcę i podpisać z nim umowę.

Ryzyko utraty kluczowych pracowników

Działalność Emitenta w dużym stopniu zależy od wiedzy, doświadczenia i profesjonalizmu kadry pracowniczej. Strategia zakładająca poszerzenie rynków zbytu zależna jest od umiejętności negocjacyjnych oraz organizacyjnych osób zarządzających firmą, jak i odpowiedzialnych za wykonywanie poszczególnych zadań. W Spółce podział pracy jest ściśle określony, a każdy z pracowników ma przydzielone własne zadania. Istnieje zatem ryzyko, iż w przypadku odejścia któregośkolwiek z kluczowych pracowników działalność Emitenta zostanie zachwiana. Z tego też powodu mogą powstać opóźnienia w realizacji strategii Emitenta bądź uchybienia związane z prowadzoną już działalnością.

Mając na uwadze opisywane ryzyko, w Spółce realizowany jest optymalny system motywacyjny, budujący pozytywne relacje z pracownikami. Działania te mają na celu ograniczenie fluktuacji kadry, co ma przełożenie na utrzymanie zatrudnienia wykwalifikowanych pracowników posiadających odpowiednie doświadczenie w branży.

Ryzyko ze strony konkurencji

Branża działalności Emitenta ma charakter niszowy, funkcjonuje w niej niewiele firm. Na rynku polskim Emitent praktycznie nie posiada konkurentów o podobnej skali działania oraz zakresie oferty, zarówno pod kątem ilościowym, jak i jakościowym. Większość firm na rynku polskim to niewielkie manufaktury, prowadzące działalność w ograniczonym zakresie. Istotna konkurencja istnieje na rynku europejskim, głównie ze strony firm z Czech, Niemiec i Włoch. Pewną konkurencję stanowią również produkty pochodzące z krajów Dalekiego Wschodu, głównie Chin. W tym wypadku zagrożeniem dla Emitenta może być jedynie konkurencja cenowa ze strony azjatyckich producentów, oferujących wyroby po niskich cenach, ale również o bardzo niskiej jakości. Ryzyko to zostało zmniejszone po bankructwie w 2015 roku dwóch chińskich fabryk. W celu ograniczenia niniejszego ryzyka, Spółka poszerza asortyment swoich produktów, stosuje specjalne warunki umów dla klientów, promuje swoje wyroby poprzez osobiste kontakty i prezentacje modeli, bierze udział w targach oraz imprezach wystawienniczych na rynkach międzynarodowych.

Ryzyko związane z wpływem akcjonariuszy na Spółkę

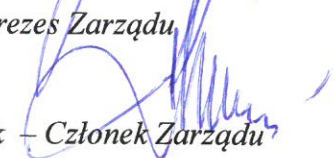
Zgodnie ze stanem na dzień sporządzenia raportu, znaczącymi akcjonariuszami Spółki są: Marek Sobieski, który posiada bezpośrednio 2.024.134 akcji Emitenta (ponad 44% udział w kapitale zakładowym Spółki) a pośrednio poprzez podmiot powiązany Medisantus Sp. z o.o. 2.478.680 akcji Emitenta (ponad 54% udział w kapitale zakładowym Spółki) - tyle samo głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy. Wpływ akcjonariusza w osobie Marka Sobieskiego na działalność Emitenta jest znacznie większy niż pozostałych akcjonariuszy, w związku ze strukturą akcjonariatu może zaistnieć ryzyko wpływu znaczących akcjonariuszy na działalność i funkcjonowanie Spółki. Należy jednak zaznaczyć, iż poprzez dobór kadry zarządzającej ryzyko jest neutralizowane.

Ryzyko związane z procesem produkcyjnym

Ryzyko związane z procesem produkcyjnym realizowanym przez podmiot wiąże się z przejściem odpowiedzialności za zarządzanie majątkiem produkcyjnym oraz kadrą odpowiedzialną za procesy produkcyjne. Eksploatacja majątku produkcyjnego, w postaci maszyn i urządzeń, niesie ze sobą ryzyko awarii, powodujących przerwy w procesie produkcyjnym. W szczególności mogą one wynikać z przerw w dostawach energii elektrycznej. Ryzyko to jest ograniczone poprzez ilość maszyn i urządzeń, składających się na majątek Emitenta. Ich ilość przekracza zapotrzebowanie wynikające z poziomu zamówień realizowanych przez Emitenta, stąd w przypadku awarii maszyny lub urządzenia na każdym z etapów procesu produkcyjnego, Spółka dysponuje urządzeniem, które będzie w stanie zastąpić te środki produkcji. Z kolei w przypadku przerw w dostawie energii elektrycznej, Emitent może zmienić godziny pracy tak, aby zrealizować zaplanowane zamówienie. Ryzyko związane z działalnością produkcyjną obejmuje także ryzyko utraty pracowników produkcyjnych. Ryzyko to jest ograniczone poprzez fakt współpracy Emitenta z firmą zewnętrzną, zajmującą się rekrutacją pracowników produkcyjnych.



Jan Chrapek – Prezes Zarządu



Arkadiusz Herzyk – Członek Zarządu