



RAPORT ROCZNY
SFD S.A.
ZA 2023 ROK

ZAWARTOŚĆ RAPORTU:

1. List Prezesa Zarządu
2. Wybrane dane finansowe
3. Przedmiot działalności
4. Oświadczenia Zarządu
5. Informacja na temat stosowania przez Spółkę zasad Ładu Korporacyjnego

OPOLE, 31 MAJA 2024 roku

Firma: **SFD Spółka Akcyjna**
Siedziba: **Opole**
Adres: **ul. Głogowska 41, 45-315 Opole**
Telefon: **+ 48 (77) 549 25 00**
Faks: **+ 48 (77) 549 25 01**
Strona www: **www.sfdsa.pl**
E-mail: **sekretariat@sfd.pl**

Zarząd:

Mateusz Pazdan – Prezes Zarządu
Bartosz Kogut – Wiceprezes Zarządu
Przemysław Kwiatkowski – Wiceprezes Zarządu
Natalia Pazdan - Wiceprezes Zarządu

1. List Prezesa Zarządu

Szanowni Akcjonariusze,

Jesteśmy liderem branży odżywek i suplementów diety w Polsce, a nasza strategia to internacjonalizowanie modelu biznesowego, dzięki któremu odnieśliśmy tak duży sukces w naszym kraju. W 2023 roku rozpoczęliśmy sprzedaż przez własny sklep e-commerce na Ukrainie, naszym szóstym rynku zagranicznym z własnym e-commerce. Niemniej to reagowanie na zmiany w branży oraz jej otoczeniu w kraju i zagranicą było naszym najważniejszym zadaniem w 2023 roku. Zakończyliśmy go z sukcesem z przygotowanym planem zmian w strategiach sprzedażowych, z wdrożonymi marketingowymi kampaniami wizerunkowymi oraz z nowymi produktami o rosnącym potencjale sprzedażowym, których efekty widoczne będą w kolejnych miesiącach 2024 roku.

Kluczowymi zadaniami minionego roku był: przegląd strategiczny i restrukturyzacja kanałów sprzedaży, wysokie inwestycje marketingowe w wizerunek i pozycjonowanie naszych marek, reagowanie na zmienność cen kluczowych surowców i zapewnienie dostępności najważniejszych produktów naszej oferty, konieczność uszczelnienia i rozbudowy nadzoru nad jakością surowców i produktów oraz utrzymanie kursu rozwoju produktowego Spółki i reagowanie na spadek popytu w niektórych kategoriach produktów. Osiągnięcia naszej Spółki w 2023 roku to wynik działań i pracy w wielu obszarach.

SFD S.A. jest digital first. Wszystkie nasze działania mają początek w Internecie, a sprawdzone produkty i rozwiązania przenosimy do innych kanałów sprzedaży w duchu omnichannel monitorując skuteczność naszej strategii.

W 2023 roku nasz najważniejszy kanał sprzedaży, sklepy własne e-commerce osiągnęły 54% udziału w sprzedaży vs 50% w roku poprzednim. To efekt rozpoczęcia działalności na Ukrainie, ale także sprzedaży na innych rynkach zagranicznych. Po pierwszym etapie wzrostowym zagranicznego e-commerce naszym priorytetem jest obecnie przyspieszenie osiągnięcia rentowności naszych sklepów zagranicznych, stąd planowane obniżenie kosztów marketingowych na tych rynkach przy jednoczesnej zmianie polityki cenowej. Spodziewamy

się, że z końcem 2024 roku nasz zagraniczny e-commerce przekroczy próg rentowności, zaś na początku 2025 roku otworzymy własny sklep e-commerce na kolejnym rynku zagranicznym. W segmencie sprzedaży poprzez zagraniczne marketplaces również nastąpiły zmiany - wycofaliśmy się ze współpracy z Amazon, gdzie model logistyczny generował zbyt wysokie koszty do osiągniętej sprzedaży.

W polskich sklepach własnych e-commerce zaobserwowaliśmy spadek popytu na niektóre kategorie produktów dotyczący całego rynku polskiego. Naszą odpowiedzią były działania, dzięki którym zwiększyliśmy nasz udział w rynku produktów o największych spadkach sprzedaży i jednocześnie rozwijaliśmy naszą ofertę tak, aby wprowadzać na rynek nowe produkty o najwyższym potencjale sprzedażowym.

Liczymy na nasze ostatnie bestsellery - produkty kolagenowe, w szczególności w postaci napojów gotowych do spożycia oraz generalnie napoje, jako nowa kategoria produktowa Spółki. Oczekujemy, że produkty te będą silnikami wzrostu sprzedaży w 2024 roku również dzięki sprzedaży w dużych sieciach handlowych nie tylko w Polsce, ale i zagranicą. W całym 2023 roku Spółka wprowadziła ponad 90 nowych produktów z kategorii odżywek, suplementów diety, żywności dietetycznej, nutrikosmetyków oraz napoi.

W 2 połowie 2023 roku podjęliśmy decyzję o wprowadzeniu zmian w sieci naszych sklepów stacjonarnych: część z nich zamknęliśmy, część zaś stała się naszymi sklepami franczyzowymi. Na koniec roku Spółka posiadała 21 sklepów własnych oraz 73 sklepy franczyzowe. W pierwszych miesiącach 2024 roku obserwujemy wzrost rentowności w tym kanale sprzedaży.

W 2023 roku sprzedaż w sieciach handlowych uległa obniżeniu ze względu na duże obroty realizowane w tym kanale w roku poprzednim. Dane z pierwszych dwóch lat współpracy z sieciami posłużyły nam do opracowania nowej strategii obecności w sieciach handlowych, która zakłada wprowadzanie nowych produktów w ramach ofert in&out, a także zwiększanie obecności w formule stałego listingu.

Szczególne miejsce w naszych działaniach w 2023 roku było rozbudowanie systemu kontroli jakości, który poszerzyliśmy o badania surowców dostarczanych do produkcji. To efekt sytuacji, z jaką zetknęliśmy się we wrześniu, kiedy w niektórych produktach keratynowych naszej firmy pojawiły się niedopuszczalne przekroczenia poziomu metali ciężkich. Planujemy dalszy rozwój infrastruktury służącej nadzorowi nad jakością i docelowe stworzenie własnego laboratorium. Laboratorium pozwoli nam nie tylko racjonalizować koszty badań surowców i produktów w tak dużej skali, ale także znacznie skróci czas oczekiwania na wyniki badań i zmniejszy ryzyko działalności. Jest to nasz projekt priorytetowy z uwagi na zaufanie klientów oraz partnerów w tym sieci handlowych, gdzie planujemy istotne zwiększenie wolumenów sprzedaży i częstotliwości dostaw.

Podsumowując rok nasze przychody ze sprzedaży w 2023 roku wyniosły 343,4 mln zł, o 5,5% więcej niż rok wcześniej. Zysk EBITDA i zysk netto wyniosły odpowiednio 7,7 mln zł (vs 20,5 mln zł w 2022 roku) oraz 0,5 mln (vs 12,5 mln zł w 2022 roku). Podwyższone koszty to m.in wzrost kosztów związanych z kontrolą jakości, ale przede wszystkim duże nakłady na realizację kampanii marketingowych podnoszących świadomość marek własnych. Jest to

zamierzona decyzja Spółki, a celem tych kampanii jest zwiększanie sprzedaży w średnim i długim terminie. Przewidujemy, że trend spadkowy w sprzedaży zostanie zahamowany w 2 kwartale 2024r, a w kolejnych kwartałach powrócimy do trendu wzrostowego.

Chciałbym bardzo gorąco i serdecznie podziękować Pracownikom Spółki za ich wytrwałą pracę na tak wielu polach, zaangażowanie i inicjatywy. Dziękuję za zaufanie naszym Partnerom oraz Akcjonariuszom. Naszą pracę w Spółce wykonujemy tak, aby być wiarygodnym podmiotem zarówno w kontaktach handlowych, jak i na rynku kapitałowym.

Przed nami niezwykle ciekawy rok 2024, w którym będziemy realizować nasze plany i nowe strategie.

Życzę nam wszystkim powodzenia !

Z poważaniem

Mateusz Pazdan
Prezes Zarządu

2. Wybrane jednostkowe dane finansowe - bilans

Dane wyrażone w Euro zostały przeliczone według średniego kursu NBP obowiązującego na dzień bilansowy:

JEDNOSTKOWY BILANS SFD S.A. ZA 2023

1 EUR = 4,3480 zł dla danych z 2023 r.

1 EUR = 4,6899 zł dla danych z 2022 r.

WYSZCZEGÓLNIENIE	PLN		EUR	
	31.12.2022	31.12.2023	31.12.2022	31.12.2023
I. Kapitał własny	47 267 273,54	42 526 857,95	10 078 524,82	9 780 786,10
III. Należności krótkoterminowe	14 625 771,41	17 478 539,36	3 118 567,86	4 019 903,26
IV. Środki pieniężne i inne aktywa pieniężne	3 604 893,34	7 357 317,35	768 650,36	1 692 115,31
V. Zobowiązania długoterminowe	8 556 607,51	2 544 509,97	1 824 475,47	585 213,88
VI. Zobowiązania krótkoterminowe	46 449 571,24	43 405 092,00	9 904 170,93	9 982 771,85

Wybrane jednostkowe dane finansowe – rachunek zysków i strat

Dane wyrażone w Euro zostały przeliczone według średniego kursu NBP przypadającego na dzień bilansowy:

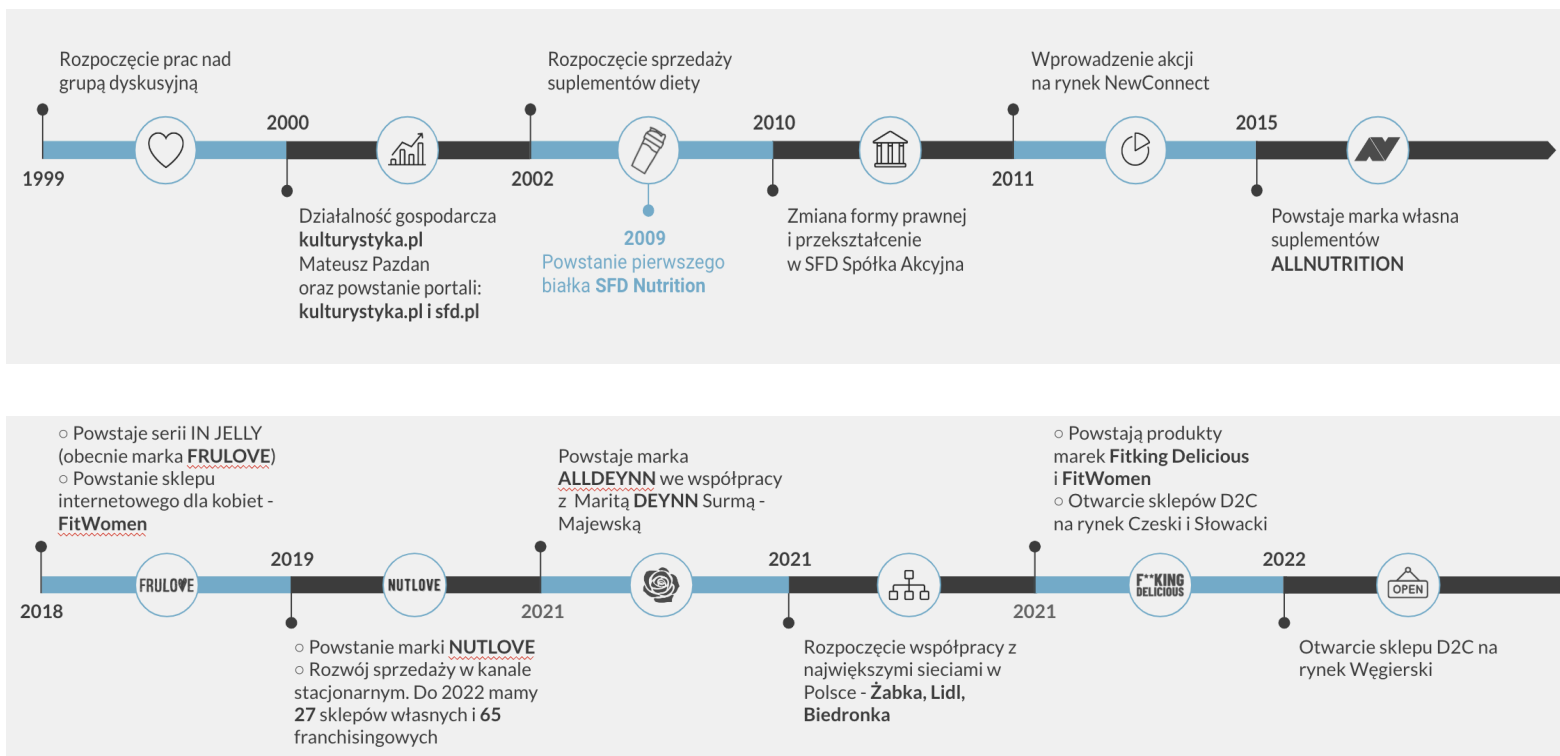
1 EUR = 4,3480 zł dla danych z 2023 r.

1 EUR = 4,6899 zł dla danych z 2022 r.

WYSZCZEGÓLNIENIE	PLN		EUR	
	Okres od 01.01.2022 do 31.12.2022	Okres od 01.01.2023 do 31.12.2023	Okres od 01.01.2022 do 31.12.2022	Okres od 01.01.2023 do 31.12.2023
Przychody netto ze sprzedaży	325 347 402,17	343 393 016,36	69 371 927,37	78 977 234,67
Amortyzacja	3 154 156,74	3 715 339,36	672 542,43	854 493,87
Zysk/strata na sprzedaży	17 628 233,71	4 627 788,17	3 758 765,37	1 064 348,71
Amortyzacja wartości firmy Kulturystyka.pl Mateusz Pazdan	360 908	360 908	76 954,31	83 005,52
Zysk/strata na działalności operacyjnej	16 890 019,97	3 573 199,42	3 601 360,36	821 802,99
Zysk/strata brutto	15 776 718,03	1 259 209,42	3 363 977,49	289 606,58
Zysk/strata netto	12 537 941,99	544 973,61	2 673 392,18	125 338,92

3. Przedmiot Działalności

3.1 Historia SFD S.A



Spółka SFD S.A. jest kontynuacją działalności gospodarczej **KULTURYSTYKA.PL** Mateusz Pazdan prowadzonej wcześniej przez założyciela SFD S.A. Działalność została zapoczątkowana pod koniec lat 90. Mateusz Pazdan dostrzegł lukę w pojawiających się internetowych grupach dyskusyjnych. Brakowało wówczas grupy dyskusyjnej dotyczącej kulturystyki amatorskiej. Nie było też takiego miejsca w Internecie, w którym ludzie aktywni mogliby ze sobą porozmawiać, wymieniać się swoimi doświadczeniami i spostrzeżeniami. Mateusz Pazdan, jako informatyk z zamiłowania, w 1999 roku rozpoczął pracę nad pierwszą w Polsce grupą dyskusyjną zrzeszającą ludzi aktywnych fizycznie.

W 2000 roku została utworzona pierwsza prywatna strona internetowa Pana Mateusza Pazdana zamieszczona pod adresem www.kulturystyka.pl oraz pierwsze autorskie forum dyskusyjne zamieszczone pod adresem www.sfd.pl. Dzięki zaangażowaniu sympatyków kulturystyki i fitness portal www.kulturystyka.pl szybko stał się największym serwisem tego typu w Polsce, a serwis www.sfd.pl podstawowym kompendium wiedzy z zakresu wszelkiego rodzaju aktywności fizycznych. Forum umożliwiło wymianę poglądów, dyskusję, pomoc ludzi bardziej zaawansowanych dla tych, którzy dopiero zaczynali swoją przygodę ze sportem. Wraz ze stale zwiększającym się zasięgiem obu serwisów pojawiła się konieczność rozbudowy infrastruktury technicznej. Zrealizowane zostały inwestycje w serwery i łącza.

We wrześniu 2000 roku została powołana do życia działalność gospodarcza pod nazwą **KULTURYSTYKA.PL** Mateusz Pazdan. Na początku zakres działalności ograniczał się do sprzedaży usług internetowych w zakresie reklamy. Były to głównie reklamy producentów

odżywek. W kolejnych latach działalności, w związku z dynamicznie rozwijającym się rynkiem suplementów diety w Polsce oraz rozwojem sprzedaży internetowej, firma włączyła do swojej oferty sprzedaż suplementów diety. Od 2002 roku sprzedaż suplementów diety stała się głównym źródłem przychodów firmy KULTURYSTYKA.PL

Na początku 2010 roku podjęto decyzję o dalszym rozwoju działalności poprzez zmianę formy prawnej z działalności gospodarczej na spółkę akcyjną oraz wprowadzenie akcji Spółki na rynek NewConnect. W dniu 27 października 2010 roku zawiązana została spółka akcyjna pod nazwą SFD S.A. z siedzibą w Opolu. Spółka została zarejestrowana w dniu 16 grudnia 2010 roku. Głównym akcjonariuszem Spółki został Mateusz Pazdan, który objął łącznie 35 000 000 akcji pokrywając je wkładem niepieniężnym (aportem) w postaci przedsiębiorstwa pod nazwą KULTURYSTYKA.PL Mateusz Pazdan o wartości 10,5 mln PLN.

W dniu 20.11.2014 Spółka została uhonorowana prestiżowym, pierwszym miejscem w kategorii „Firma Średnia województwo opolskie” nadawanym przez „Skrzydła Biznesu” pod patronatem Dziennika Gazety Prawnej. "Skrzydła Biznesu" to kompleksowy projekt skierowany do sektora MŚP składający się z prestiżowego rankingu firm, cyklu konferencji oraz merytorycznych dodatków ukazujących się w całym nakładzie Dziennika Gazety Prawnej.

W 2019 roku Prezes Spółki Mateusz Pazdan objął rolę eksperta BCC ds. Suplementów Diety, Żywności Wzbogaconej i Funkcjonalnej.

3.2. Model biznesowy SFD S.A.

PARTNERZY

SFD S.A. współpracuje z partnerami polskimi i zagranicznymi w zakresie dostaw i produkcji żywności dietetycznej oraz odżywek i suplementów diety. Dostawcami Spółki jest ponad 100 wyselekcjonowanych producentów z całego świata. SFD S.A. zaopatruje się bezpośrednio od producentów, jak i u bezpośrednich importerów tych towarów. Spółka współpracuje także z producentami odżywek, suplementów diety i akcesoriów sportowych tworząc produkty marek własnych.

SFD S.A. jest członkiem Opolskiej Izby Gospodarczej i Business Center Club. Prezes Spółki Mateusz Pazdan objął rolę eksperta BCC ds. Suplementów Diety, Żywności Wzbogaconej i Funkcjonalnej.

W 2022 roku SFD S.A. dołączyło do Corporate Connections, międzynarodowej, profesjonalnej organizacji biznesowej, skupiającej właścicieli firm, dążących do intensywnego rozwoju.

KLUCZOWE DZIAŁANIA

Kluczowe działania Spółki to:

- pozyskiwanie nowych klientów i praca nad utrzymaniem klienta poprzez intensywną pracę w zakresie marketingu, sprzedaży oraz obsługi posprzedażowej;
- pozyskiwanie nowych rynków;
- dbanie o rozwój marek własnych, nowe linie produktów oraz jakość produktów

- optymalizacja zamówień i kosztów;
- usprawnienia logistyczne;
- rozwój pracowników.

KLUCZOWE ZASOBY

Kluczowe zasoby Spółki to:

- pracownicy i ich wiedza;
- asortyment złożony z około 8000 SKU;
- marki własne;
- zaplecze magazynowo-handlowe;
- portale internetowe;
- sklepy własne i sklepy franczyzowe.

Spółka dysponuje wyspecjalizowaną kadrą, której wiedza przyczynia się do sukcesu Spółki i buduje zadowolenie klienta.

Asortyment produktów zawiera linie produktów marek własnych. Ważnym elementem strategii Spółki są stale rozwijane własne linie suplementów diety. Zostały one stworzone na bazie doświadczenia i wiedzy ekspertów oraz opinii tysięcy użytkowników portali internetowych należących do Spółki.

Prowadzonych jest szereg działań marketingowych mających istotny wpływ na rozpoznawalność marki SFD. Spółka aktywnie prezentuje swoją ofertę podczas największych imprez targowych w Polsce i Europie. Spółka stała się producentem własnych marek suplementów tj. ALLNUTRITION, SFD NUTRITION, NUTLOVE, FRULOVE, FITKING DELICIOUS, ALLDEYNN i LOCO. Permanentnie dokonywany jest także proces zmiany modelu działalności Spółki z dystrybucyjnej na produkcyjno-dystrybucyjną.

SFD NUTRITION to pierwsza produktowa marka własna Spółki, która ma już ugruntowaną pozycję na rynku z uwagi na jej wieloletni staż i zaufanie konsumentów. Jako druga powstała marka BERSERK LABS, która dedykowana jest dla sympatyków sportów walki. W roku 2015 stworzona została marka ALLNUTRITION, która w ciągu czterech lat istnienia, stała się liczącym graczem na rynku suplementów diety. Dzięki rozwojowi w kierunku zdrowej żywności dietetycznej marka znacząco poszerzyła grono odbiorców o osoby nie tylko związane ze sportem i kulturystyką, ale również o konsumentów dbających o zdrowe i zbilansowane odżywianie.

Zaplecze handlowo-magazynowym to zaplecze o powierzchni ok 7080m² z wyspecjalizowaną kadrą.

SFD S.A. prowadzi działalność za pośrednictwem własnych portali internetowych takich jak:

- www.sfd.pl
- www.allnutrition.pl
- www.allnutrition.cz
- www.allnutrition.sk
- www.allnutrition.hu
- www.allnutrition.ro
- www.allnutrition.at
- www.allnutrition.com
- www.allnutrition.ua
- www.fitwomen.pl
- www.nutlove.pl
- www.alldeynn.pl
- www.potreningu.pl

- www.kulturystyka.pl
- www.fight24.pl

Platforma sprzedaży Spółki przez Internet, znajdująca się pod adresem www.sfd.pl/sklep jest odwiedzana ponad 8 000 000 razy miesięcznie przez blisko 750 000 unikalnych użytkowników. W 2018 roku Spółka podjęła decyzję o przebudowie witryny www.sfd.pl, na której znajduje się sklep internetowy Spółki, i zmianie jej charakteru z forum na portal, którego dawne forum stało się częścią. Witryna zyskała na popularności oraz zdobyła nowych użytkowników.

Spółka rozpoczęła również realizować koncepcję modelu omnichannel, rozwijając sieć własnych oraz franczyzowych sklepów stacjonarnych. Na koniec pierwszego kwartału 2024 roku Spółka posiada 21 sklepów własnych oraz 73 sklepy franczyzowe.

BUDOWANIE WARTOŚCI

Budowanie wartości dla klienta odbywa się każdego dnia poprzez wspieranie ludzi w dążeniu do lepszej sylwetki oraz w realizacji ich celów związanych ze sportem i zdrowiem, zapewniając edukację, motywując oraz dostarczając wysokiej jakości produkty i usługi.

Budowanie wartości dla akcjonariusza odbywa się poprzez działania w kierunku wypracowywania zysku, które są efektem ukierunkowania na wzrosty przychodów z jednoczesną optymalizacją kosztów i procedur. oraz takie zarządzanie Spółką, żeby pracownicy mogli się realizować w pracy, a tym samym mieli motywację do bardziej efektywnej pracy.

RELACJE Z KLIENTAMI

Spółka dba o dobre relacje z klientem oraz o utrzymanie klienta, jak również buduje przestrzeń dla nowych klientów. Dobre relacje z klientami to domena zarówno działów handlowych Spółki, jak i Działu Marketingu.

Spółka dostarcza klientom fachowej wiedzy z zakresu sportu, kulturystyki oraz fitness poprzez własne serwisy internetowe oraz fora dyskusyjne, na których użytkownicy wymieniają się opiniami na interesujące ich tematy.

SEGMENTY KLIENTÓW

B2C - osoby fizyczne, które mają na celu poprawę własnej sylwetki oraz samopoczucia poprzez wszelkiego rodzaju aktywności fizyczne lub osoby poszukujące produktów żywnościowych o np. obniżonej zawartości cukru czy też żywności wzbogaconej o np. kompleksy minerałów czy witamin .

B2B – sieci handlu nowoczesnego, franczyzobiorcy, zagraniczni odbiorcy hurtowi oraz apteki

KANAŁY DYSTRYBUCJI I KOMUNIKACJI

Głównym kanałem dystrybucji spółki jest e-commerce, w którym wyróżnić możemy sprzedaż za pośrednictwem własnych platform internetowych: www.sfd.pl/sklep, www.potreningu.pl, www.fitwomen.pl, allnutrition.cz, allnutrition.sk, allnutrition.hu,

www.allnutrition.at, www.allnutrition.ro, www.allnutrition.ua oraz platform sprzedaży takich jak Allegro czy Amazon.

Dodatkowo Spółka na koniec 1 kwartału 2024 roku dysponuje 21 sklepami własnymi z możliwością odbioru towaru zamówionego za pośrednictwem internetowego sklepu SFD oraz 73 sklepami franczyzowymi.

Ponadto spółka sprzedaje produkty oraz towary sieciom handlu nowoczesnego, hurtowym odbiorcom zagranicznym oraz aptekom. Całość tworzy dystrybucję w modelu omnichannel.

STRUKTURA KOSZTÓW

Najbardziej istotnymi kosztami w strukturze kosztów są koszty własne sprzedanych towarów i produktów, koszty pracownicze, marketingu oraz transportu.

STRUKTURA PRZYCHODÓW

Główny strumień przychodów SFD S.A. stanowi sprzedaż internetowa suplementów diety, odżywek i żywności dietetycznej. Dodatkowo spółka prowadzi sprzedaż do sieci handlu nowoczesnego, aptek oraz sieci sklepów własnych i franczyzowych. Spółka zaopatruje ponad 1000 odbiorców B2B i każdego miesiąca realizuje około 100 tysięcy wysyłek detalicznych oraz hurtowych.

SFD w zakresie usług doradztwa sprzedaje w każdym miesiącu ponad 1000 indywidualnych planów treningowo-dietetycznych.

4. Oświadczenia Zarządu

OŚWIADCZENIE ZARZĄDU W SPRAWIE RZETELNOŚCI SPORZĄDZENIA SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO

Zarząd SFD S.A. („Emitent”) oświadcza, że wedle jego najlepszej wiedzy, roczne sprawozdanie finansowe i dane porównywalne zostały sporządzone zgodnie z przepisami obowiązującymi Emitenta lub standardami uznawanymi w skali międzynarodowej, oraz że odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową emitenta oraz jego wynik finansowy, oraz że sprawozdanie z działalności emitenta zawiera prawdziwy obraz sytuacji emitenta, w tym opis podstawowych zagrożeń i ryzyk.

Bartosz Kogut
Wiceprezes Zarządu

Mateusz Pazdan
Prezes Zarządu

Przemysław Kazimierz Kwiatkowski
Wiceprezes Zarządu

Natalia Pazdan
Wiceprezes Zarządu

Opole, dnia 31 maja 2024 roku

OŚWIADCZENIE ZARZĄDU W SPRAWIE PODMIOTU UPRAWNIONEGO DO BADANIA SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH

Zarząd SFD S.A. („Emitent”) oświadcza, że podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych, dokonujący badania rocznego sprawozdania finansowego, został wybrany zgodnie z przepisami, w tym dotyczącymi wyboru i procedury wyboru firmy audytorskiej, wraz ze wskazaniem, że firma audytorska oraz członkowie zespołu wykonującego badanie spełniali warunki do sporządzenia bezstronnego i niezależnego sprawozdania z badania rocznego sprawozdania finansowego zgodnie z obowiązującymi przepisami, standardami wykonywania zawodu i zasadami etyki zawodowej.

Bartosz Kogut
Wiceprezes Zarządu

Mateusz Pazdan
Prezes Zarządu

Przemysław Kwiatkowski
Wiceprezes Zarządu

Natalia Pazdan
Wiceprezes Zarządu

Opole, dnia 31 maja 2024 roku

5. Informacja na temat stosowania przez Spółkę Zasad Ładu Korporacyjnego

Informacja o aktualnym stanie stosowania zasad ładu korporacyjnego określonych w dokumencie Dobre Praktyki Spółek Notowanych na NewConnect

Spółka przyjmuje model biznesowy i strategię biznesową, które powinny brać pod uwagę oczekiwania akcjonariuszy oraz wychodzić naprzeciw potrzebom interesariuszy, w tym także – w zakresie odpowiednim do rodzaju oraz skali prowadzonej działalności - uwzględniać kwestie ESG.

Spółka prowadzi przejrzystą i rzetelną politykę informacyjną oraz dba o systematyczną, należyłą komunikację z inwestorami i analitykami.

Rada nadzorcza i zarząd mają decydujące znaczenie dla prawidłowego funkcjonowania spółki, jej długoterminowego rozwoju, osiągnięcia strategicznych celów i uzyskiwania satysfakcjonujących wyników. Mając na uwadze dbałość o najwyższe standardy w zakresie zarządzania spółką i sprawowania nad nią nadzoru, osoby podejmujące decyzje w sprawie wyboru członków zarządu lub rady nadzorczej dążą do zapewnienia wszechstronności i różnorodności tych organów, między innymi pod względem wykształcenia, specjalistycznej wiedzy, doświadczenia zawodowego i płci, tak by w skład zarządu i rady nadzorczej powoływane były osoby posiadające kwalifikacje, kompetencje i doświadczenie niezbędne do prawidłowego wywiązywania się przez te organy z ich obowiązków i zadań.

Zachowując niezależność opinii i osądów, członkowie zarządu i członkowie rady nadzorczej powinni działać w interesie spółki.

Skuteczne, odpowiednie do wielkości spółki i rodzaju oraz skali prowadzonej działalności rozwiązania w zakresie kontroli wewnętrznej, zarządzania ryzykiem, nadzoru zgodności działalności z prawem oraz audytu wewnętrznego stanowią nieodzowne narzędzia faktycznego sprawowania nadzoru nad spółką.

Treść zasady	Stosowanie zasady TAK/NIE	Komentarz Spółki
1. Oprócz realizowania obowiązków informacyjnych określonych we właściwych przepisach prawa i regulacjach alternatywnego systemu obrotu spółka zamieszcza na swojej stronie internetowej, w czytelnej formie i wyodrębnionym miejscu , oraz niezwłocznie aktualizuje:		
1.1. podstawowe informacje o spółce, opis jej działalności, a także informację na temat posiadanych spółek zależnych i przedmiocie ich działalności;	TAK	

1.2. krótki opis modelu biznesowego oraz przyjętej strategii biznesowej, z uwzględnieniem zawartych w strategii obszarów z zakresu ESG;	NIE	spółka nie publikuje swojej strategii biznesowej, opis modelu biznesowego jest zawarty w raportach kwartalnych, na stronie znajdują się opisane główne obszary działalności z zakresu ESG
1.3. datę wprowadzenia akcji spółki do alternatywnego systemu obrotu na rynku NewConnect (datę debiutu) oraz wszystkie wcześniejsze nazwy spółki, jeżeli od daty debiutu firma spółki uległa zmianie;	TAK	
1.4. skład zarządu i rady nadzorczej spółki oraz życiorysy zawodowe osób wchodzących w skład tych organów;	TAK	
1.5. informacje o spełnianiu przez każdego z członków rady nadzorczej kryteriów niezależności, o których mowa w pkt 3, w tym o rzeczywistych i istotnych powiązaniach z akcjonariuszem dysponującym akcjami reprezentującymi nie mniej niż 5% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu spółki;	TAK	
1.6. dokumenty korporacyjne spółki;	TAK	
1.7. udostępniane interesariuszom materiały informacyjne na temat spółki, przyjętej strategii i jej realizacji;	NIE	spółka nie publikuje swojej strategii biznesowej
1.8. wybrane dane finansowe i opublikowane prognozy;	TAK	
1.9. aktualną strukturę akcjonariatu, ze wskazaniem akcjonariuszy posiadających co najmniej 5% ogólnej liczby głosów w spółce;	TAK	
1.10. dokumenty informacyjne spółki, prospekty wraz z suplementami oraz inne dokumenty będące podstawą oferty publicznej akcji lub wprowadzenia akcji do alternatywnego systemu obrotu;	TAK	
1.11. raporty bieżące i okresowe opublikowane przez spółkę w ciągu ostatnich 5 lat;	TAK	
1.12. kalendarium publikacji raportów finansowych, publicznie dostępnych spotkań z inwestorami, analitykami i mediami oraz innych wydarzeń istotnych z punktu widzenia inwestorów;	TAK	
1.13. sekcję pytań zadawanych spółce zarówno przez akcjonariuszy, jak i osoby niebędące akcjonariuszami, wraz z odpowiedziami udzielonymi przez spółkę;	TAK	

1.14. informację na temat podmiotu, z którym spółka podpisała umowę o świadczenie usług Autoryzowanego Doradcy;	TAK	
1.15. opublikowane w ostatnim raporcie rocznym oświadczenie o stosowaniu przez spółkę zasad ładu korporacyjnego zawartych w niniejszym dokumencie;	TAK	
1.16. dane kontaktowe do osób odpowiedzialnych w spółce za komunikację z inwestorami, ze wskazaniem dedykowanego adresu e-mail lub numeru telefonu.	TAK	
2. Zakres aktywności zawodowej osób wchodzących w skład zarządu lub rady nadzorczej powinien zapewnić sprawne i wydajne zarządzanie spółką oraz sprawowanie efektywnego nadzoru w zakresie realizacji celów strategicznych i osiągniętych wyników.	TAK	
3. Co najmniej dwóch członków rady nadzorczej powinno spełniać kryteria niezależności wymienione w ustawie z dnia 11 maja 2017 r. o biegłych rewidentach, firmach audytorskich oraz nadzorze publicznym, a także wykazywać się brakiem rzeczywistych i istotnych powiązań z akcjonariuszem posiadającym co najmniej 5% ogólnej liczby głosów w spółce.	TAK	
4. Członek zarządu lub rady nadzorczej powinien unikać podejmowania aktywności zawodowej lub pozazawodowej, która mogłaby prowadzić do powstawania konfliktu interesów lub wpływać negatywnie na jego reputację jako członka organu spółki. O zaistniałym konflikcie interesów lub możliwości jego powstania członek zarządu lub rady nadzorczej niezwłocznie informuje pozostałych członków właściwego organu spółki oraz nie bierze udziału w dyskusji i głosowaniu nad uchwałą w sprawie, w której w stosunku do jego osoby może wystąpić konflikt interesów.	TAK	

<p>5. Spółka zapewnia rozwiązania w zakresie kontroli wewnętrznej, zarządzania ryzykiem, w tym ryzykiem dotyczącym sporządzania sprawozdań finansowych oraz w zakresie nadzoru zgodności działalności z prawem, a także funkcję audytu wewnętrznego. Rozwiązania przyjęte przez spółkę w tym zakresie powinny być dostosowane do wielkości spółki oraz rodzaju i skali prowadzonej działalności, jak również do poziomu ryzyka związanego z jej prowadzeniem.</p>	<p>NIE</p>	<p>Spółka zapewnia kontrolę wewnętrzną, zarządzanie ryzykiem oraz compliance stosownie do wymogów i skali prowadzonej działalności</p>
<p>6. Rada nadzorcza w ramach przysługujących jej uprawnień monitoruje proces sporządzania sprawozdań finansowych. W tym celu rada nadzorcza co najmniej zapoznaje się z harmonogramem prac koniecznych dla sporządzenia sprawozdania finansowego zgodnie z obowiązującymi przepisami i omawia ten harmonogram z zarządem spółki, a także utrzymuje komunikację z biegłym rewidentem wybranym do badania sprawozdania finansowego.</p>	<p>TAK</p>	
<p>7. Rada nadzorcza zapoznaje się z porządkiem obrad walnego zgromadzenia oraz opiniuje materiały, które mają być przedstawione przez spółkę walnemu zgromadzeniu.</p>	<p>TAK</p>	
<p>8. Zarząd spółki, zwołując walne zgromadzenie, dokonuje wyboru terminu, miejsca i formy walnego zgromadzenia tak, by umożliwić udział w obradach jak największej liczbie akcjonariuszy.</p>	<p>TAK</p>	
<p>9. W przypadku otrzymania przez zarząd informacji o zwołaniu walnego zgromadzenia na podstawie art. 399 § 2 - 4 Kodeksu spółek handlowych zarząd niezwłocznie dokonuje czynności, do których jest zobowiązany w związku z organizacją i przeprowadzeniem walnego zgromadzenia. Zasada ta ma zastosowanie również w przypadku zwołania walnego zgromadzenia na podstawie upoważnienia wydanego przez sąd rejestrowy zgodnie z art. 400 § 3 Kodeksu spółek handlowych.</p>	<p>TAK</p>	

<p>10. Członkowie zarządu i rady nadzorczej uczestniczą w obradach walnego zgromadzenia, w miejscu obrad lub za pośrednictwem środków dwustronnej komunikacji elektronicznej w czasie rzeczywistym, w składzie umożliwiającym udzielenie merytorycznych odpowiedzi na pytania zadawane w trakcie walnego zgromadzenia.</p>	TAK	
<p>11. Żaden akcjonariusz nie powinien być uprzywilejowany w stosunku do pozostałych akcjonariuszy w zakresie transakcji zawieranych przez spółkę z akcjonariuszami lub podmiotami z nimi powiązanymi.</p>	TAK	
<p>12. Przed zawarciem przez spółkę istotnej umowy z akcjonariuszem posiadającym co najmniej 5% ogólnej liczby głosów w spółce lub podmiotem z nim powiązany zarząd zwraca się do rady nadzorczej o wyrażenie zgody na taką transakcję. Rada nadzorcza przed wyrażeniem zgody dokonuje oceny wpływu takiej transakcji na interes spółki, zwracając uwagę, aby interesy różnych grup akcjonariuszy nie przeważały nad interesem spółki. Powyższemu obowiązkowi nie podlegają transakcje typowe i zawierane na warunkach rynkowych w ramach prowadzonej działalności operacyjnej przez spółkę z podmiotami wchodzącymi w skład grupy kapitałowej spółki, które są objęte konsolidacją. W przypadku gdy decyzję w sprawie zawarcia przez spółkę istotnej umowy z podmiotem powiązany podejmuje walne zgromadzenie, przed podjęciem takiej decyzji spółka zapewnia wszystkim akcjonariuszom dostęp do informacji niezbędnych do dokonania oceny wpływu tej transakcji na interes spółki.</p>	TAK	
<p>13. W przypadku zgłoszenia przez inwestora żądania udzielenia informacji na temat spółki, spółka udziela odpowiedzi nie później niż w terminie 14 dni.</p>	TAK	

14. W przypadku naruszenia przez emitenta obowiązku informacyjnego określonego w Załączniku Nr 3 do Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu emitent powinien niezwłocznie opublikować, w trybie właściwym dla przekazywania raportów bieżących na rynku NewConnect, informację wyjaśniającą zaistniałą sytuację.	TAK	
---	-----	--