

**Sprawozdanie Zarządu
Złote Wyprzedaże S.A.
z działalności Spółki
w roku obrotowym 2020**

Warszawa, 17 marca 2021 rok

Spis treści

1. INFORMACJE OGÓLNE	3
1.1. NAZWA I SIEDZIBA SPÓŁKI.....	3
1.2. KAPITAŁ ZAKŁADOWY	3
1.3. ZMIANY W KAPITALE	3
2. WŁADZE SPÓŁKI.....	4
2.1. RADA NADZORCZA	4
2.2. ZARZĄD.....	5
2.3. ZMIANY W ORGANACH ZARZĄDZAJĄCYCH I NADZORUJĄCYCH SPÓŁKI	5
3. STRUKTURA ORGANIZACYJNA I ZATRUDNIENIE W SPÓŁCE	6
4. PRZEDMIOT DZIAŁALNOŚCI SPÓŁKI	6
5. DZIAŁALNOŚĆ SPÓŁKI ZŁOTE WYPRZEDAŻE S.A. W 2020 ROKU.....	6
6. PRZEWIDYWANY ROZWÓJ, PODSTAWOWE RYZYKA I ZAGROŻENIA SPÓŁKI	10
7. NIETYPOWE ZDARZENIA MAJĄCE WPŁYW NA WYNIK Z DZIAŁALNOŚCI.....	13
8. NABYCIE UDZIAŁÓW (AKCJI) WŁASNYCH, A W SZCZEGÓLNOŚCI CELU ICH NABYCIA, LICZBIE I WARTOŚCI NOMINALNEJ, ZE WSKAZANIEM, JAKĄ CZĘŚĆ KAPITAŁU ZAKŁADOWEGO REPREZENTUJĄ, CENIE NABYCIA ORAZ CENIE SPRZEDAŻY TYCH UDZIAŁÓW (AKCJI) W PRZYPADKU ICH ZBYCIA.	14
9. AKTUALNA I PRZEWIDYWANA SYTUACJA FINANSOWA ZŁOTE WYPRZEDAŻE S.A.	14

1. Informacje ogólne

1.1. Nazwa i siedziba Spółki

Wyszczególnienie	
Nazwa Spółki	Złote Wyprzedaże Spółka Akcyjna
Siedziba	02-127, Warszawa, ul. Mołdawska 9
KRS	0000426614
NIP	521-363-39-50
REGON	146213895

1.2. Kapitał zakładowy

Kapitał zakładowy na dzień 31.12.2020 roku wynosił 2.035.146,50 zł (dwa miliony trzydzieści pięć tysięcy sto czterdzieści sześć złotych i pięćdziesiąt groszy) i dzielił się na:

- 1.001.355 (milion jeden tysiąc trzysta pięćdziesiąt pięć) akcji imiennych serii A o wartości nominalnej 0,10 zł (dziesięć groszy) każda,
- 203.645 (dwieście trzy tysiące sześćset czterdzieści pięć) akcji imiennych serii B o wartości nominalnej 0,10 zł (dziesięć groszy) każda,
- 226.000 (dwieście dwadzieścia sześć tysięcy) akcji imiennych serii C o wartości nominalnej 0,10 zł (dziesięć groszy) każda,
- 182.441 (sto osiemdziesiąt dwa tysiące czterysta czterdzieści jeden) akcji imiennych serii D o wartości nominalnej 0,10 zł (dziesięć groszy) każda.
- 15.000.000 (piętnaście milionów) akcji imiennych serii E o wartości nominalnej 0,10 zł (dziesięć groszy) każda,
- 3.738.024 (trzy miliony siedemset trzydzieści osiem tysięcy dwadzieścia cztery) akcji imiennych serii G o wartości nominalnej 0,10 zł każda

1.3. Zmiany w kapitale

W 2020 roku zarejestrowano następującą zmianę w kapitale zakładowym Spółki.

W 2 kwartale 2020 roku Inwestor branżowy Spółki tj. Vente-Privee Holding.com, Societe Anonyme z siedzibą w Luxemburgu (VP) podjął decyzję o wycofaniu się z rynku polskiego i zakończeniu inwestycji w spółkę Złote Wyprzedaże S.A. W skutek tej decyzji Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki podjęło uchwałę w sprawie nabycia akcji własnych w celu ich umorzenia, a Spółka nabyła od VP 21.182.137 akcji własnych serii F o numerach od F 000 000 001 do F 021 182 137 stanowiących 51% w kapitale

zakładowym Spółki (Akcje serii F) - celem ich umorzenia bez wynagrodzenia. W dniu 29 lipca 2020 r. NZW Spółki podjęło uchwałę w sprawie umorzenia Akcji serii F i obniżeniu kapitału zakładowego Spółki o kwotę 2.118.213,70 zł tj. z kwoty 4.153.360,20 zł do kwoty 2.035.146,50 zł. Obniżenie kapitału zakładowego Spółki nastąpiło poprzez umorzenie Akcji serii F. Po zarejestrowaniu zmian dokonanych w/w uchwałą przez Sąd Rejestrowy w dniu 23.11.2020 r. Modern Commerce SA stała się większościovym akcjonariuszem posiadając 81,63% w kapitale zakładowym Spółki.

2. Władze Spółki

2.1. Rada Nadzorcza

Skład Rady Nadzorczej do 29 lipca 2020	
Imię i Nazwisko	Pełniona funkcja
Xavier Court	Przewodniczący Rady Nadzorczej
Holger Lendner	Członek Rady Nadzorczej
Julien Galinat	Członek Rady Nadzorczej
Michał Skotnicki	Członek Rady Nadzorczej
Marcin Marek Michnicki	Członek Rady Nadzorczej

W dniu 29 lipca 2020 roku odbyło się Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy na którym doszło do zmian w składzie Rady Nadzorczej Spółki – powołany został pan Maciej Tygielski. Trzech członków z poprzedniego składu złożyło rezygnację z pełnienia swoich funkcji i byli to Julien Galinat, Holger Lendner i Xavier Court.

Skład Rady Nadzorczej w okresie 30 lipca 2020 – 30.09.2020	
Imię i Nazwisko	Pełniona funkcja
Marcin Marek Michnicki	Przewodniczący Rady Nadzorczej
Michał Skotnicki	Członek Rady Nadzorczej
Maciej Tygielski	Członek Rady Nadzorczej

W dniu 30.09.2020 r. pan Maciej Tygielski zrezygnował z Rady Nadzorczej Spółki.

W dniu 5.10.2020 r. pan Michał Skotnicki zrezygnował z Rady Nadzorczej Spółki.

W dniu 14.12.2020 r. pan Marcin Michnicki zrezygnował z Rady Nadzorczej Spółki z dniem 15 grudnia 2020 r.

W okresie od dnia 30.09.2020 r. do 14.12.2020 r. Rada Nadzorcza działała w niepełnym składzie.

W dniu 14 grudnia 2020 r. powołany został nowy skład Rady Nadzorczej: Marek Cynowski – Przewodniczący Rady, Christophe Delachaux, Marcel Francisci.

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

Skład Rady Nadzorczej w okresie 15 grudnia 2020 – 31.12.2020	
Imię i Nazwisko	Pełniona funkcja
Marek Cynowski	Przewodniczący Rady Nadzorczej
Christophe Delachaux	Członek Rady Nadzorczej
Marcel Francisci	Członek Rady Nadzorczej

W badanym okresie członkowie Rady Nadzorczej nie pobierali wynagrodzenia.

2.2. Zarząd

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

Skład Zarządu	
Imię i Nazwisko	Pełniona funkcja
Marek Dabrowski	Członek Zarządu

2.3. Zmiany w Organach Zarządzających

W dniu 31.03.2020 r. Pan Maciej Dulski, dotychczasowy prezes, podpisał porozumienie dotyczące rozwiązania umowy o pracę. Następnie złożył też rezygnację z pełnienia funkcji Prezesa Zarządu, która zgodnie ze złożonym oświadczeniem miała miejsce 8 kwietnia 2020 roku.

W następstwie tych wydarzeń i prowadzonych negocjacji pomiędzy właścicielami Spółka nie zdecydowała się na powołanie nowego Zarządu aż do 29 lipca 2020 roku kiedy to funkcję Członka Zarządu objął Marek Dabrowski.

W badanym okresie łączne, należne wynagrodzenie Zarządu wyniosło 261 tys. PLN brutto.

3. Struktura organizacyjna i zatrudnienie w Spółce

Na dzień 31 grudnia 2020 roku Spółka Złote Wyprzedaże S.A. zatrudniała 33 pracowników z tytułu umów o pracę. Główna siedziba Złote Wyprzedaże S.A. znajduje się w Warszawie. Struktura organizacyjna przedstawiała się następująco:

- Zarząd
- Dział Finansowo-Administracyjny
- Dział Handlowy
- Dział Produkcji Kampanii
- Dział Logistyki
- Dział Obsługi Klienta
- Dział Marketingu
- Dział IT

4. Przedmiot działalności Spółki

Spółka prowadzi działalność jako klub zakupowy, którego członkom oferowane są produkty, w tym znanych światowych marek oraz popularnych projektantów w atrakcyjnych cenach. Sprzedaż powyższych artykułów odbywa się za pośrednictwem serwisu internetowego w ramach kilkudniowych wyprzedaży, o których zarejestrowani użytkownicy informowani są poprzez regularnie rozsyłany newsletter, notyfikacje do aplikacji zainstalowanych na telefonach, informacje zamieszczane w serwisach internetowych oraz media społecznościowe. Wśród oferowanych przez serwis marek znajdują się m.in.: Calvin Klein, Armani, Versace, Diesel, Guess, Tommy Hilfiger i wiele innych.

5. Działalność Spółki Złote Wyprzedaże S.A. w 2020 roku

Wyjście z inwestycji inwestora strategicznego spółki należącej do Emitenta

W 2 kwartale 2020 roku Inwestor branżowy Spółki tj. Vente-Privee Holding.com, SocieteAnonyme z siedzibą w Luxemburgu (VP) podjął decyzję o wycofaniu się z rynku

polskiego i zakończeniu inwestycji w Spółkę. Wskutek tej decyzji w dniu 29 lipca 2020 r. Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie podjęło uchwałę w sprawie nabycia akcji własnych w celu ich umorzenia, a Spółka nabyła od VP 21.182.137 akcji własnych serii F o numerach od F 000 000 001 do F 021 182 137 stanowiących 51% w kapitale zakładowym (Akcje serii F) - celem ich umorzenia bez wynagrodzenia. W dniu 29 lipca 2020 r.

Dnia 29 Lipca 2020 r. Modern Commerce SA oraz Spółka podpisały umowę z Vente-Privee.com Holding Societe Anonyme i Vente-Privee.com, na mocy której Vente-Privee.com Holding Societe Anonyme i Vente-Privee.com umorzyło całość swoich należności z tytułu udzielonych Spółce Złote Wyprzedaże pożyczek w łącznej kwocie 13 735 340,99 zł obejmującej wartość nominalną pożyczki i narosłych odsetek oraz część długu wynikającego ze wzajemnych relacji handlowych w łącznej wartości 3 251 677,51 zł. Realizacja umowy miała bezpośredni znaczący wpływ na wyniki finansowe Spółki Akcyjnej Złote Wyprzedaże.

Spółka oraz VP określili warunki współpracy biznesowej (współpraca trwała do końca września 2020 r.) w zakresie dystrybucji towarów sprzedawanych przez VP podpisując Commercial Sale Agreement.

Obecnie Spółka nie jest uprawniona do korzystania ze znaków handlowych oraz nazwy VEEPEE (po krótkim okresie przejściowym).

Spółka rozwiązała umowy z niektórymi podmiotami grupy VP, w tym Commercialisation i Services Agreement.

W 2020 roku najistotniejszym wydarzeniem z punktu widzenia spółki było odłączenie od kluczowego inwestora. W konsekwencji spółka musiała przeprowadzić reorganizację wszystkich procesów oraz w wyznaczonym terminie (czerwiec 2020) powrócić do pierwotnej marki Zlotewyprzedaze.pl. Od stycznia do połowy marca 2020 roku firma działająca w ramach międzynarodowego holdingu Vente-Privee realizowała spójną dla grupy strategię rozwoju. Postawione z końcem 2019 roku cele zaczęły wchodzić w początkowe fazy realizacji. Inwestycje w rozwój i nowy kapitał ludzki wymusiły zmianę przestrzeni biurowej. W tym celu w lutym 2020 roku Veepee Polska w ramach tej samej infrastruktury budowlanej przeniósł swoją siedzibę do nowo odremontowanej przestrzeni na 5 piętrze. W dalszej perspektywie miał się rozpocząć kolejny proces rozwoju kadry specjalistów.

Punktem zwrotnym okazał się marzec 2020 roku, kiedy z końcem miesiąca spółka przeszła gruntowną restrukturyzację. Zarząd spółki z uwagi na niesprzyjającą sytuację gospodarczą i epidemiologiczną na świecie zmuszony był do podjęcia radykalnych działań. W tamtym czasie wszystkie wydatki zostały zredukowane do minimum. Największe zmiany zostały wprowadzone w obszarach:

- Struktura zatrudnienia: liczba pracowników zredukowana o 30%
- Wydatki marketingowe: budżet ograniczono o ponad 80%
- Infrastruktura: zmniejszenie powierzchni biurowej, rezygnacja z parkingów dla pracowników
- Dodatki dla pracowników: rezygnacja z benefitów

Czas przejściowy spółka notowała od marca do października 2020 roku. W tym okresie w mocno zredukowanej strukturze Złote Wyprzedaże przyjęły strategię utrzymania biznesu. Zamrożono wszelkie inwestycje i w ramach posiadanych zasobów realizowano podstawową działalność firmy. Miesiące od kwietnia do września 2020 skoncentrowane były na wygaszaniu współpracy ze grupą Vente-Privee Francja. W ramach umowy spółka otrzymała limit obrotu jaki może wygenerować na kampaniach z sourcingu grupy. Należy zauważyć, że w miesiącach maj-czerwiec wyprzedaże realizowane z lokalnego sourcingu stanowiły zaledwie ¼ oferty sklepu, pozostałe ¾ stanowiły kampanie VP. Naturalnym celem firmy stało się zwiększenie oferty pozyskiwanej lokalnie. W tym samym czasie zespół Zlotewyprzedaze.pl pracował nad projektem powtórnego rebrandingu – oprócz przygotowania odświeżonej identyfikacji wizualnej konieczne było przepięcie technologiczne, co wymagało zaangażowania wszystkich zasobów firmy.

W końcowej fazie współpracy z Veepee spółka zrealizowała jeszcze kilka dużych kampanii opartych o światowe marki, takich jak: Ralph Lauren, Calvin Klein, Karl Lagerfeld czy Hugo Boss. Z końcem września 2020 współpraca z grupą Vente-Privee została całkowicie zakończona.

W międzyczasie do rady nadzorczej spółki Zlotewyprzedaze.pl dołączył nowy członek Maciej Tygielski. We wrześniu 2020 roku rozpoczął on audyt przedsiębiorstwa, a w październiku jako nowy dyrektor generalny rozpoczął pracę nad nową krótko i długofalową strategią. Domknął on m.in. tematy związane z zakończeniem współpracy z Veepee (Vente-Privee Group) oraz wyznaczył nowy kierunek rozwoju firmy, który w przyszłości ma pozwolić na uzyskanie pełnej samodzielności rynkowej.

W Q4 Złote Wyprzedaże uruchomiły nową formę sprzedaży produktów gromadzonych na magazynie (zwroty) – zakładkę „Szybkie zakupy”. Takie podejście uwalnia tysiące produktów, które do tej pory nie były dostępne w regularnej ofercie sklepu. Spółka zyskała również dodatkowy benefit dla klientów, a mianowicie szybką wysyłkę towarów (48h od zakupu). Dynamiczny rozwój tej formy sprzedaży pociągnął za sobą wprowadzenie tego modelu również w aplikacji mobilnej.

W obszarze IT firma skoncentrowała się na optymalizacji kosztów. Audyt oraz poszukiwanie rozwiązań na rynku pozwoliły zoptymalizować koszty hostingu. Dobrze wynegocjowane stawki z nowym partnerem biznesowym umożliwiły zredukowanie kosztów hostingu strony Zlotewyprzedaze.pl o 20% oraz kosztów utrzymania, wsparcia i hostingu systemu ERP o 70%.

Odłączenie od głównego udziałowca Vente-Privee postawiło spółkę przed nowymi wyzwaniem, w szczególności sourcingiem marek do portfolio firmy. Do tej pory ponad 60% oferty stanowiły kampanie Veepee, a ok 40% pozyskane lokalnie. Zapewnienie odpowiedniej oferty markowych produktów stało się jednym z priorytetów. W tym celu rozwinięta została komórka Key Account Managers (New Business). Z inicjatywy Macieja Tygielskiego nowopowstała komórka rozpoczęła w Q4 prężne pozyskiwanie nowych dostawców. Wdrożono m.in. współpracę na zasadach dropshipment, w wyniku czego pozyskano bezpośrednie kontrakty z takimi markami jak: DUKA, Phenome (dropshipment), Desigual, Eurofirany,

Triumph, Sloggi, Nowodvorski, Zwilling, Bjorn, AA Long4Lashes, iRobot, Segway, Love Moschino, GUESS, Karl Lagerfeld, Tory Burch i inne.

W celach adaptacji do warunków rynkowych w ostatnich miesiącach 2020 r. Złote Wyprzedaże wyszły naprzeciw dostawcom niezdigitalizowanym. W tym celu zostało uruchomione studio zdjęciowe, co pozwoliło na podjęcie skutecznej współpracy z markami do tej pory nieosiągalnymi.

Wyznaczona perspektywa modernizacji i orientacja wokół innowacyjnych rozwiązań pozwoliła w Q4 aktywować nowe zasoby w postaci dedykowanych specjalistów:

- Pozyskano nowe zewnętrzne kompetencje umożliwiające rozwój efektywnej strategii marketingowej. Wysokiej jakości usługi marketingowe są stopniowo wdrażane od końca 2020 roku. Szczególna uwaga została zwrócona na optymalne wsparcie aplikacji mobilnej i pozyskiwanie użytkowników w tym kanale.
- Do zespołu dołączył doświadczony specjalista ds. jakościowej analizy danych i szeroko rozumianego e-commerce.
- Uruchomiono nowe kanały komunikacji, w szczególności marketing efektywnościowy z partnerami afiliacyjnymi.

W grudniu 2020 spółka wyszła naprzeciw użytkownikom serwisu Zlotewyprzedaze.pl wydłużając godziny pracy działu obsługi klienta z zakresu 9:00 – 17:00 do 9:00 – 19:00.

Osiągnięte przez spółkę wyniki za ostatni kwartał 2020 roku wykazały optymalne wykorzystanie wszystkich zasobów. Spółka w krótkim czasie poradziła sobie z wyzwaniem jakie stawiało przed nią zakończenie współpracy z inwestorem strategicznym grupą Vente-Privée. W 2019 roku w ramach serwisu zrealizowane 3226 kampanii (1 880 z VP oraz 1 346 z lokalnego sourcingu), w 2020 liczba ta spadła o 45% do poziomu 1777 kampanii (1020 pozyskanych lokalnie i 757 z sourcingu VP). Analiza danych wykazała:

- utrzymujący się w poprzednich latach na poziomie 41% średni spadek przychodów z listopada na grudzień w 2020 roku był najniższy w całej historii Złotych Wyprzedaży i wyniósł 24%.
- najwyższy od trzech lat wzrost przychodu miesiąc do miesiąca listopad/grudzień 2020 na poziomie 23% (w 2018 wyniósł 19%, a w 2019 oscylował w okolicach 20%).

W 2020 roku najistotniejszymi wydarzeniami z punktu widzenia spółki był rebranding na międzynarodową markę Veepee oraz dalszy dynamiczny rozwój sprzedaży dzięki wyjątkowej ofercie przedstawionej użytkownikom oraz działaniom nastawionym na dotarcie do jak najszerszej grupy odbiorców. Cele te zostały osiągnięte dzięki skoordynowanej współpracy całej organizacji.

Osiągnięty przez Spółkę wzrost sprzedaży wyniósł +43% vs rok poprzedni w ujęciu brutto (z VAT przed potrąceniem zwrotów).

6. Przewidywany rozwój, podstawowe ryzyka i zagrożenia Spółki

Zarząd Spółki Złote Wyprzedaże S.A. zamierza rozwijać aktualny profil działalności typu flash sales ale i szukać nowych możliwości rozwoju sprzedaży. Współpraca ze strategicznym inwestorem w latach 2016-2020 grupą Vente Privee pozwoliła zwiększyć skalę działalności oraz pozyskać nowych klientów sklepu.

Dzięki poczynionym w ostatnich latach inwestycjom serwis internetowy uzyskuje bardzo wysokie wskaźniki dostępności, a według ankiet przeprowadzanych wśród naszych klientów jest postrzegany w dobrym świetle. Dzięki funkcjonowaniu aplikacji mobilnej sklep internetowy może dotrzeć do użytkowników w trakcie wyjazdów i tym samym zwiększa ich skłonność do zakupów. W dalszym ciągu prowadzone są działania marketingowe nakierowane na najwyższą efektywność i szybką konwersję pozyskanych rejestracji na kupujących.

Obecnie, kluczowe z punktu widzenia Spółki jest utrzymywanie niezawodności oraz dostępności serwisu internetowego. Rozwój oferty serwisu opierać się będzie o nowe kategorie pozyskiwanie nowych kanałów sprzedaży, nowy asortyment oraz wprowadzenie oferty umożliwiającej szybką wysyłkę do klienta.

Na podstawie doświadczeń, wiedzy pracowników i analiz nowego dyrektora zarządzającego wyselekcjonowano najważniejsze projekty rozwojowe spółki:

- Analiza behawioralna użytkowników serwisu na podstawie konsumowanych treści oraz nadreprezentacji w przypadku zainteresowań, intencji zakupowych oraz ulubionych marek
- Ograniczenie kosztów dostawy – projekt 1 paczka dla produktów z wielu kampanii (wyprzedaży)
- Przejęcie kontroli nad developmentem aplikacji mobilnej (in-house)
- Pozyskanie nowego team leadera zespołu obsługi klienta
- Nowy system zabezpieczeń serwisu przed atakami hakerskimi – najwyższy poziom zabezpieczenia danych klientów
- Rozwój oferty produktowej, rozszerzenie działalności o nowe kategorie i najpopularniejsze marki
- Rozwój price-checkingu (oferowanie najatrakcyjniejszych cen na rynku)
- Nowe kanały do komunikacji marketingowej służące do akwizycji nowych użytkowników (rozszerzenie marketing-mix)
- Aktywacja / Reaktywacja bazy użytkowników. Opracowanie nowej strategii zarządzania bazą (CRM)
- Inwestycja w narzędzia analityczne i rozwój raportowania
- Inwestycja w rozwój architektury technologicznej oraz narzędzi MarTech
- Budowanie strategii oraz optymalizacja widoczności sklepu w organicznych wynikach wyszukiwarki Google (SEO)

- Rozpoczęcie projektu ASO – pozycjonowanie aplikacji mobilnej Zlotewyprzedaze.pl w sklepach App Store oraz Google Play
- Ekspansja na nowe rynki – postawienie siostrzanego serwisu w innych krajach
- Quarticon - wyszukiwarka i automatyzacja rekomendacji produktów opartych o systemy sztucznej inteligencji
- Przebudowa mechanizmu importów produktów - proces, który bardzo mocno obciąża serwis, zostanie zoptymalizowany.

Perspektywy dotyczące rynku branży e-commerce na kolejne kilka lat są wciąż obiecujące. Odnotowuje się rosnącą popularność zakupów internetowych w Polsce. Jak wynika z badań, gałąź branży związana z klubami zakupowymi wciąż znajduje się w naszym kraju w fazie rozwoju.

W 2020 roku pod wpływem wydarzeń związanych z wybuchem epidemii ogłoszonej przez WHO w dniu 11 marca oraz wprowadzeniu stanu zagrożenia epidemicznego w Polsce nastąpiło znaczące ograniczenie aktywności gospodarczej. W efekcie wprowadzenia ograniczeń w przepływie osób z zagranicy, wprowadzeniu ograniczeń co do zgromadzeń aż po zakazy prowadzenia działalności w niektórych branżach w otoczeniu Spółki zaobserwowano skutki gospodarcze takie jak:

- Zakłócenie działalności gospodarczej w Polsce, z kaskadowym oddziaływaniem na łańcuch dostaw;
- Znaczące ograniczenia dla przedsiębiorstw w niektórych sektorach, zarówno w Polsce, jak i na rynkach o wysokiej zależności od zagranicznego łańcucha dostaw, a także od przedsiębiorstw zorientowanych na eksport, które w dużym stopniu polegają na rynkach zagranicznych. Dotknięte sektory obejmują przede wszystkim handel i transport, podróże i turystykę, rozrywkę, produkcję, budownictwo, handel detaliczny, ubezpieczenia, edukację i sektor finansowy;
- Znaczny spadek popytu na towary i usługi niebędące towarami i usługami pierwszej potrzeby;
- Wzrost niepewności gospodarczej odzwierciedlony wahaniami cen aktywów i kursów walut obcych.

Zamknięcie dużej części punktów sprzedaży detalicznej w Polsce spowodowało zdynamizowanie rozwoju rynku e-commerce, który stał się miejscem zaopatrzenia w produkty pierwszej potrzeby dla dużej ilości obywateli. Według ekspertów rosnąca popularność zakupów internetowych jeszcze przyspieszy pod wpływem epidemii 2020 roku i związanego z tym poczuciem zagrożenia czy czasowym zamknięciem sklepów stacjonarnych. Wielu Polaków z konieczności wybierze zakupy on-line, które okażą się zdecydowanie lepszą alternatywą wobec tych tradycyjnych. Dzięki tym doświadczeniom większa ilość konsumentów przekona się do tej metody zakupów i zwiększy się udział e-commerce w handlu ogółem.

Nie bez znaczenia jest także popularyzacja płatności mobilnych, które przełamują barierę korzystania z telefonu do płacenia za towary w sklepie. Możliwość płatności mobilnych (blik,

google pay i apple pay) została także udostępniona użytkownikom naszej aplikacji mobilnej i sklepu internetowego. Wzrost średniej wartości koszyka zakupowego konsumentów korzystających z naszego serwisu potwierdza też generalny wzrost zdolności zakupowych Polaków.

W efekcie analizy spodziewanych negatywnych skutków epidemii Spółka zdecydowała się przeprowadzić optymalizacje kosztowe dotyczące struktury zatrudnienia, które przyczynią się do polepszenia rentowności Spółki jeszcze w 2020 oraz dalszą poprawę wyników w kolejnych latach. Podstawowym celem będzie zwiększenie średniego obrotu per realizowana kampania wyprzedazowa oraz skupienie się na dostarczaniu atrakcyjnej oferty wyprzedazowej do klienta.

W związku z obecną działalnością Spółki, do innych zagrożeń i czynników ryzyka należy zaliczyć:

- sytuację makroekonomiczną w kraju, jak i na świecie:
Na koniunkturę branży e-commerce, w której działa Spółka, istotnie wpływa sytuacja gospodarcza w Polsce, jak i na świecie, wyrażona w poziomie wskaźników makroekonomicznych. Czynniki wpływające na dynamikę przychodów Złote Wyprzedaże S.A. to głównie: tempo wzrostu i wartości PKB, poziom stóp procentowych, wysokość dochodów gospodarstw domowych, stopa bezrobocia, poziom nakładów inwestycyjnych w gospodarce oraz polityka gospodarcza i fiskalna państwa. W przypadku negatywnych zmian powyższych wskaźników może dojść do zmniejszenia popytu na produkty oferowane przez Złote Wyprzedaże S.A.
- polski system podatkowy oraz otoczenie prawne:
Polski system podatkowy charakteryzuje się częstymi zmianami przepisów podatkowych. Dodatkowo, wiele z istniejących przepisów podatkowych nie zostało sformułowanych w sposób dostatecznie precyzyjny, co rodzi możliwość wystąpienia błędów oraz nałożenia na Spółkę ewentualnych kar finansowych. Otoczenie prawne w Polsce uważane jest za mało stabilne, często zmieniane są przepisy prawa dotyczące prowadzenia działalności gospodarczej. Do najczęściej aktualizowanych należy Ustawa o podatku od towarów i usług, Ustawa o podatku dochodowym od osób prawnych, Kodeks spółek handlowych.
- konkurencja obecna na rynku polskim
Wartość rynku e-commerce w Polsce rośnie nieprzerwanie od momentu jego utworzenia (szacunkowa wartość na koniec 2019 r. oscyluje w okolicach 50 mld zł). Coroczny dynamiczny wzrost wartości rynku sprawia, iż z uwagi na jego atrakcyjność rośnie liczba podmiotów prowadzących na nim działalność. W ramach polskiego rynku e-commerce funkcjonują serwisy aukcyjne, sklepy internetowe, serwisy zakupów grupowych, czy kluby zakupowe. Spółka prowadzi działalność w ramach rynku klubów zakupowych, a do głównych jego konkurentów zaliczyć można: Limango, Zalando lounge, Westwing Home & Living Poland.

Istnieje jednak ryzyko, że produkty oferowane przez Spółkę nie zdobędą odpowiedniego poziomu popularności, który zagwarantuje stabilność przychodów i tym samym wyników osiągniętych przez Spółkę. Dodatkowo w przypadku nasilającej się konkurencji Spółka może zostać zmuszona do zredukowania realizowanych marż, co negatywnie wpłynęłoby na rentowność prowadzonej działalności.

Spółka w obszarze swojej działalności, w tym również w zakresie posiadanych instrumentów finansowych (pożyczek udzielonych i otrzymanych), identyfikuje następujące ryzyka:

Cele i zasady zarządzania ryzykiem finansowym

Spółka narażona jest na ryzyko rynkowe, obejmujące przede wszystkim ryzyko zmiany kursów wymiany walut. Spółka nie posiada ani nie emituje pochodnych instrumentów finansowych.

Ryzyko walutowe

Spółka narażona jest na ryzyko walutowe z tytułu zawieranych transakcji. Ryzyko takie powstaje w wyniku dokonywania przez jednostkę operacyjną transakcji sprzedaży lub zakupów w walutach innych niż jej waluta wyceny.

Spółka stara się negocjować warunki zamówień od dostawców w taki sposób, żeby płatność następowała niedługo po złożeniu zamówienia, minimalizując to ryzyko. Ryzyko walutowe w operacjach handlowych jest obecnie ograniczone do kwoty zobowiązań EUR których terminy płatności wynoszą do 45 dni, a średnio 7-10 dni

Ryzyko płynności

Spółka jest pożyczkobiorcą, w związku z czym narażona jest na ryzyko płynności, wyrażone jako brak możliwości zrealizowania obowiązku, wynikającego z posiadanego instrumentu finansowego w odpowiednim czasie. W lipcu 2020 roku podpisane zostało porozumienie z VP Holding, będącego pożyczkodawcą Spółki w sprawie umorzenia pożyczek w kwocie przekraczającej 3 mln EUR (z odsetkami).

Spółka podpisała w dniu 30.07.2020 r. ze spółką Modern Commerce SA porozumienie o spłacie pożyczki w kwocie 453.724,61 EUR. Pożyczka ta została spłacona w całości do dnia 14 stycznia 2021 r.

Jednocześnie Spółka na podstawie umowy z dnia 8 stycznia 2021 r. otrzymała pożyczkę w wysokości 750.000,00 złotych.

7. Nietypowe zdarzenia mające wpływ na wynik z działalności

W wyniku przeprowadzenia przez Spółkę testu na wartość towarów na magazynie, podczas którego zdecydowano o możliwości dalszej odsprzedaży tych towarów Zarząd zdecydował o zmniejszeniu odpisu na towar znajdujący się na magazynie do kwoty 465tys. PLN (w

porównaniu do wartości z 2019 roku w wys. 1.274 tys.PLN).

Ponadto Spółka tak jak w poprzednich latach podjęła decyzję o utworzeniu rezerwy na zwroty towarów. W 2019 roku rezerwa na zwroty została oszacowana przy uwzględnieniu ceny zakupu oraz sprzedaży towaru oraz przy założeniu kosztów operacyjnych obsługi tych zwrotów. Spółka przeprowadziła także analizę pozwalającą oszacować wysokość rezerwy na cut-off, która wiąże się z towarami odebranymi przez klientów w 2020, a rejestracją zakupu w 2019.

Skutki finansowe i wpływ na wynik oraz kapitał własny powyższych zdarzeń został ujawniony w sprawozdaniu finansowym Spółki.

8. Nabycie udziałów (akcji) własnych, a w szczególności celu ich nabycia, liczbie i wartości nominalnej, ze wskazaniem, jaką część kapitału zakładowego reprezentują, cenie nabycia oraz cenie sprzedaży tych udziałów (akcji) w przypadku ich zbycia.

W dniu 29 lipca Spółka nabyła od dotychczasowego akcjonariusza VP Holding 51% udziałów bez wynagrodzenia celem ich umorzenia. Następnie Spółka zawnioskowała do KRS o wpis w rejestrze dotyczący zmniejszenia kapitału w wyniku umorzenia akcji własnych. Zmiany zostały wpisane w KRS w dniu 23.11.2020 r.

W wyniku zmian struktura akcjonariatu kształtowała się w następujący sposób:

Akcjonariusz	wg stanu na dzień 29.07.2020			wg stanu po umorzeniu akcji VP Holding (po 23.11.2020)		
	Liczba akcji	Wartość nominalna akcji	Udział %	Liczba akcji	Wartość nominalna akcji	Udział %
<i>Modern Commerce S.A.</i>	16 613 441	1 661 344,10	40%	16 613 441	1 661 344,10	81,6%
<i>Złote Wyprzedaże SA</i>	21 182 137	2 118 213,70	51%			
<i>M.Skotnicki</i>	3 738 024	373 802,40	9%	3 738 024	373 802,40	18,4%
	41 533 602	4 153 360,20	100%	20 351 465	2 035 147	100%

9. Aktualna i przewidywana sytuacja finansowa Złote Wyprzedaże S.A.

Przychody w Spółce Złote Wyprzedaże S.A. za rok 2020 wykazały wartość 15.378 tys zł. Koszty działalności operacyjnej wyniosły 17.970 tys zł. Spółka odnotowała stratę na sprzedaży w kwocie 2.592tys. zł.

Istotne koszty działalności Spółki obejmują usługi obce, wynagrodzenia, amortyzację i ubezpieczenia społeczne. W 2020 roku Zarząd podejmował działania zmierzające do

rozbudowania oferty oraz budowania kompetencji w celu osiągnięcia jak najszybszej integracji z nowym partnerem biznesowym. Koszty podlegały regularnej kontroli zasadności.

Koszty rodzajowe (w tys. PLN)	2019	2020
Amortyzacja	930	397
Zużycie materiałów i energii	218	179
Usługi obce	8.213	5.710
Podatki i opłaty	14	23
Wynagrodzenia	3.664	2.700
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	769	536
Pozostałe koszty rodzajowe	182	30
Razem	13.990	9.575

W 2020 roku Zarząd skoncentrował się na procesach dążących do poszerzenia oferty o nowe marki, szeroko pojętym rozwoju Spółki oraz dbaniu o wzrost sprzedaży dzięki poszerzaniu oferty, pozyskiwaniu nowych użytkowników oraz zwiększaniu częstotliwości zakupów.

Podstawowe dane bilansu oraz rachunku zysków i strat zostały zaprezentowane w tabeli nr 1.

Tabela nr 1

Nazwa	31.12.2020 r. (tys. PLN)
Aktywa trwałe	236
Aktywa obrotowe	5.187
Razem	5.423

Nazwa	31.12.2020 r. (tys. PLN)
Kapitały własne	-6.012
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	11.435
Razem	5.423

Wyszczególnienie	31.12.2020 r. (tys. PLN)
-------------------------	---------------------------------

Udział majątku obrotowego w aktywach	96%
Udział kapitału własnego w pasywach	-111%

Nazwa	31.12.2020 r.(tys. PLN)
Przychody ze sprzedaży	15.378
Koszty operacyjne	17.970
Strata na sprzedaży	2.592
Pozostałe przychody operacyjne	17.593
Pozostałe koszty operacyjne	39
Przychody finansowe	81
Koszty finansowe	149
Podatek dochodowy	0
Zysk netto	14.632

Zestawienie podstawowych wskaźników prezentujących sytuację finansowo-majątkową Spółki. Wskaźniki finansowe zostały zaprezentowane w tabeli nr 2.

Tabela nr 2

Nazwa	Złote Wyprzedaże S.A. 31.12.2020 r.
Wskaźnik płynności <i>(aktywa obrotowe/zobowiązania bieżące)</i>	0,52
Wskaźnik płynności przyspieszonej <i>(aktywa obrotowe – zapasy – RMK/zobowiązania bieżące)</i>	0,02
Wskaźnik ogólnego zadłużenia <i>(zobowiązania i rezerwy na zobowiązania/aktywa ogółem)</i>	1,96
Kapitał obrotowy <i>(zobowiązania krótkoterminowe minus aktywa obrotowe)</i>	4.799 tys.
Kapitał obrotowy <i>(zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe minus aktywa obrotowe)</i>	5.431 tys.
Return on Assets (ROA) <i>(zysk netto/aktywa ogółem)</i>	270%
Rentowność operacyjna sprzedaży (ROS)	-7%

<i>(zysk z działalności operacyjnej + amortyzacja/przychody netto ze sprzedaży produktów towarów i materiałów + pozostałe przychody operacyjne + przychody finansowe + zyski nadzwyczajne)</i>	
--	--

Powyższe parametry wskazują na poprawę sytuacji finansowej Spółki w roku 2020 w porównaniu do roku 2019. Kapitał obrotowy spółki na dzień bilansowy wykazywał nadwyżkę w wysokości 4.799 tys. zł. Działalność Spółki w 2020 roku finansowana była ze środków własnych. Kapitał własny na dzień bilansowy był ujemny i wynosił -6.012 tys. zł. Przepływy pieniężne z podstawowej działalności operacyjnej wyniosły -177 tys. zł.

Rok obrotowy zakończony z dniem 31.12.2020, był dla Spółki rokiem pełnym wyzwań szerzej opisanych w punkcie 5 powyżej. W 2020 zaobserwowaliśmy spadek przychodów przekraczający 15%, przy jednoczesnym spadku kosztu prowadzonej działalności operacyjnej o ponad 27%, co w rezultacie wpłynęło na znaczne ograniczenie realizowanej straty na sprzedaży z 6.515 tys. zł w 2019 do 2.592 tys. w roku 2020.

Działania, które Spółka podjęła w 2019 roku oraz cały okres współpracy zakończonej w 2020 z Grupą Vente-Privee bezpośrednio wpłynęły na wzrost bazy klientów oraz możliwości generowania sprzedaży. W przyszłości pomimo zakończonej współpracy z Veepee oraz rozszerzeniu modelu działania sklepu po uniezależnieniu się od Veepee, Zarząd oczekuje poprawy kondycji finansowej Spółki w przyszłych latach. Ponadto w wyniku decyzji podjętych w 2020 roku dokonano redukcji kosztów poprzez dopasowanie składu osobowego oraz zdecydowano o wyeliminowaniu negatywnych kontrybucyjnie kampanii z planingu, co przyczynia się do zmniejszenia kosztów funkcjonowania Spółki bez znaczącej zmiany w poziomie generowanych obrotów. Zarząd spodziewa się, że podjęte wysiłki przyczynią się do uzyskania pozytywnego wyniku EBITDA już za Q2 2021 roku.

Wśród podpisanych 29 lipca 2020 roku dokumentów Spółka podpisała także porozumienie na podstawie którego pożyczki od VP opiewające na kwotę 2.613.386,42 EUR oraz 509.204,57 EUR wygasły, co pozwoliło już obecnie istotnie zmniejszyć zobowiązania krótkoterminowe Spółki.

Płynność Spółki utrzymywana jest na poziomie pozwalającym regulować wszystkie należności inne niż dług handlowy względem spółki Vente-Privee.com oraz VP Logistics, co do którego Spółka zamierza podjąć próby renegocjacji warunków spłaty w najbliższych miesiącach. Na dzień 31.12.2020 W dalszym ciągu pozostaje do spłaty dług handlowy względem Vente-Privee.com w kwocie 1.729.369,03 EUR oraz dług względem VP Logistics w kwocie 150.780,18 EUR.

W przypadku zrealizowania negatywnego scenariusza oraz fiaska negocjacji z Vente-Privee.com i VP Logistics Spółka znajdzie się w sytuacji zagrożenia dla dalszego funkcjonowania

z powodu niedostatecznego finansowania. Obecnie ustalenia co do dalszego finansowania aktywności Spółki podejmowane są z nowym akcjonariuszem Modern Commerce.

W świetle powyższych faktów, kierownictwo Spółki uznaje, że istnieje znacząca niepewność, która może budzić poważne wątpliwości co do zdolności Spółki do kontynuacji działalności, wynikające z możliwych do uzyskania warunków dla uregulowania długu handlowego względem Spółek z grupy VP, możliwości pozyskania finansowania od obecnego akcjonariusza większościowego oraz realizacji zakładanych poziomów sprzedaży w oparciu o kanały zakupów oraz nowe kanały sprzedaży, które są obecnie we wczesnej fazie rozwoju oraz nie wynikają z zawartych umów z kontrahentami. W związku z powyższym, plany kierownictwa mogą okazać się niewystarczające dla celów ograniczenia ryzyka operacyjnego i ryzyka płynności Spółki.

Imię i Nazwisko	Pełniona funkcja	Podpis
Marek Dabrowski	Członek Zarządu	