

*Sprawozdanie Zarządu z działalności „MONNARI TRADE” S.A.
za okres od 1 stycznia 2011 r. do 31 grudnia 2011 r.*

**Sprawozdanie Zarządu
z działalności „MONNARI TRADE” S.A.
za okres od dnia 1 stycznia 2011 r.
do 31 grudnia 2011 r.**

Spis treści:

| | |
|---|----|
| Wstęp - Ogólna charakterystyka Spółki..... | 4 |
| 1. Zasady sporządzenia rocznego Sprawozdania finansowego | 5 |
| 2. Omówienie podstawowych wielkości ekonomiczno-finansowych osiągniętych w 2011 roku oraz omówienie perspektyw rozwoju działalności | 5 |
| 3. Opis podstawowych zagrożeń i ryzyk związanych z pozostałymi miesiącami roku | 13 |
| 4. Dobre praktyki..... | 20 |
| 5. Postępowania toczące się przed sądem | 36 |
| 6. Informacja o podstawowych produktach, towarach, usługach | 38 |
| 7. Informacje o zawartych umowach znaczących dla działalności Emitenta | 46 |
| 8. Informacje o powiązaniach organizacyjnych lub kapitałowych emitenta z innymi podmiotami | 47 |
| 9. Informacje o zawarciu przez emitenta lub jednostkę od niego zależną jednej lub wielu transakcji z podmiotami powiązanymi | 50 |
| 10. Informacje o zaciągniętych i wypowiedzianych w danym roku obrotowym umowach dotyczących kredytów i pożyczek | 50 |
| 11. Informacje o udzielonych w danym roku obrotowym pożyczkach, ze szczególnym uwzględnieniem pożyczek udzielonych jednostkom powiązanym emitenta | 51 |
| 12. Informacje o udzielonych i otrzymanych w danym roku obrotowym poręczeniach i gwarancjach | 51 |
| 13. Emisja papierów wartościowych w okresie objętym raportem | 52 |
| 14. Stanowisko Zarządu odnośnie możliwości zrealizowania wcześniej publikowanych prognoz wyników na dany rok | 54 |
| 15. Ocena, wraz z jej uzasadnieniem, dotycząca zarządzania zasobami finansowymi | 54 |
| 16. Ocena możliwości realizacji zamierzeń inwestycyjnych..... | 56 |
| 17. Charakterystyka zewnętrznych i wewnętrznych czynników istotnych dla rozwoju przedsiębiorstwa emitenta..... | 57 |
| 18. Wskazanie skutków zmian w strukturze jednostki gospodarczej | 57 |

*Sprawozdanie Zarządu z działalności „MONNARI TRADE” S.A.
za okres od 1 stycznia 2011 r. do 31 grudnia 2011 r.*

| | |
|---|-----------|
| 19. Zmiany w podstawowych zasadach zarządzania przedsiębiorstwem emitenta i jego Grupą Kapitałową | 57 |
| 20. Wszelkie umowy zawarte między emitentem a osobami zarządzającymi, przewidujące rekompensatę | 58 |
| 21. Wartość wynagrodzeń, nagród lub korzyści wypłaconych, należnych lub potencjalnie należnych dla osób zarządzających i nadzorujących emitenta..... | 58 |
| 22. Łączna liczba i wartość nominalna wszystkich akcji emitenta oraz akcji i udziałów w jednostkach powiązanych emitenta, będących w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących | 59 |
| 23. Informacje o znanych emitentowi umowach w wyniku których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy i obligatariuszy | 60 |
| 24. Informacje o systemie kontroli programów akcji pracowniczych | 60 |
| 25. Informacje o zawartych pomiędzy akcjonariuszami umowach ubezpieczenia, współpracy lub kooperacji..... | 61 |
| 26. Informacje o biegłym rewidencie Spółki..... | 61 |

Ogólna charakterystyka Spółki

Spółka Akcyjna „MONNARI TRADE” istnieje od 2000 r., ale historia marki MONNARI sięga 1998 roku, kiedy działalność była prowadzona w formie spółki cywilnej pod nazwą „MONNARI”.

„MONNARI TRADE” S.A. od 2000 roku stała się kontynuatorką działań „MONNARI” s.c., a od 1 stycznia 2001 roku przejęła całość jej działalności. Firma skoncentrowała się na stworzeniu własnych kompleksowych kolekcji, skierowanych głównie do kobiet powyżej 30 roku życia, w atrakcyjnym segmencie odzieży markowej.

W ciągu kilku lat Spółka zbudowała rozpoznawalną na rynku markę handlową, będącą synonimem najwyższej jakości, elegancji i stylu. Spółka rozwijała się dynamicznie do końca 2008 r.

Kryzys finansowy w roku 2009 doprowadził do poważnej destabilizacji sytuacji Spółki i konieczności złożenia wniosku do sądu o ogłoszenie upadłości. Należy przy tym zauważyć, że zła sytuacja Spółki była spowodowana czynnikami zależnymi od otoczenia. Na skutek szybkich i negatywnych zmian warunków ekonomicznych banki, które według wcześniejszych ustaleń miały zwiększyć kredytowanie Spółki, wycofały się z zawartych wstępnie porozumień i ostatecznie odmówiły zwiększenia swego udziału w kredytowaniu działalności Spółki.

Spółka pod nadzorem Syndyka masy upadłości we współpracy z Zarządem przeprowadziła postępowanie upadłościowe z możliwością zawarcia układu.

Zgromadzenie wierzycieli w dniu 29 września 2010 r. przyjęło układ. Za układem głosowała ponad połowa Wierzycieli posiadających ponad 80% wartości wierzytelności uprawnionych do głosowania. W dniu 22 października 2010 roku Sąd Rejonowy dla Łodzi – Śródmieścia, XIV Wydział Gospodarczy ds. Upadłościowych i Naprawczych zatwierdził układ z wierzycielami. Postanowienie uprawomocniło się 8 listopada 2010 r. Jednocześnie w dniu 8 listopada 2010 r. Sąd Rejonowy dla Łodzi – Śródmieścia w Łodzi, XIV Wydział Gospodarczy ds. Upadłościowych i Naprawczych wydał postanowienie w przedmiocie stwierdzenia z urzędu zakończenia postępowania upadłościowego.

Spółka obecnie prowadzi normalną działalność gospodarczą jednak w mniejszej skali działania niż przed kryzysem.

1. Zasady sporządzenia rocznego Sprawozdania finansowego

Opis przyjętych zasad (polityki) rachunkowości, w tym metod wyceny aktywów i pasywów, ustalenia przychodów, kosztów i wyniku finansowego oraz sposobu sporządzenia sprawozdania finansowego i danych porównywalnych został dokładnie opisany w punkcie 11 Wprowadzenia do Sprawozdania Finansowego za rok obrotowy 2011.

2. Omówienie podstawowych wielkości ekonomiczno-finansowych ujawnionych w rocznym Sprawozdaniu Finansowym, w szczególności opis czynników i zdarzeń, w tym o nietypowym charakterze, mających znaczący wpływ na działalność emitenta i osiągnięte przez niego zyski lub poniesione straty w okresie 2011 roku a także omówienie perspektyw rozwoju działalności emitenta przynajmniej w najbliższym roku obrotowym

Ocena aktualnej sytuacji na rynku odzieży i obuwia w Polsce

W okresie 2011 r. wystąpiły niekorzystne czynniki dla Emitenta z punktu widzenia rodzaju prowadzonej działalności - sprzedaży odzieży kobiecej w segmencie premium, jak także sezonowości sprzedaży.

Mimo, że w 2011 r. wzrost PKB w Polsce wyniósł ok. 4,3 %, co na tle innych państw Unii Europejskiej jest wynikiem pozytywnie wyróżniającym się, jednak wskaźnik ten miał tendencję spadkową – w I kwartale ub.r. wyniósł 4,5 % , a w III kwartale utrzymał się na poziomie 4,2 %. Dla branży, a w szczególności segmentu w którym działa Emitent niesprzyjający był przede wszystkim spadek siły nabywczej konsumentów spowodowany m.in. wzrostem bezrobocia, które wyniosło 12,5 % w grudniu 2011 r., oraz obawa dalszego pogarszania się sytuacji na rynku pracy.

Poza tym, inne wskaźniki ekonomiczne także działały niekorzystnie na możliwości zakupowe grupy docelowej klientek Spółki, w tym podwyższona inflacja (średniorocznie w 2011 r. 3,9%, w grudniu 2011 r. 0,4% m/m i 4,6% r/r.) i siła nabywcza przeciętnych płac porównywalna do poziomu sprzed roku. Istotny pozostaje klimat zagrożenia i niepewności w gospodarce światowej i osłabienia koniunktury w wielu krajach europejskich, co wpływa na ograniczenie zakupów dóbr luksusowych i nie należących do produktów pierwszej potrzeby.

Podobnie jak inne firmy oferujące droższą odzież, MONNARI odczuła de facto stagnację na poziomie porównywalnych salonów działających w okresie od I do IV kwartału 2011 r. w porównaniu do analogicznego okresu 2010 r.

Badania koniunktury gospodarczej z grudnia ub.r. wskazują na utrzymujące się negatywne oceny klimatu koniunktury w handlu detalicznym. Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK) w grudniu 2011 r. wyniósł - 28,6 i był to poziom najniższy w całym 2011 r. Podobnie ukształtował się wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK), który również był najniższy w omawianym okresie i wyniósł -37,4 %.

Wzrost cen notowano w większości grup towarów i usług w 2011 r., za wyjątkiem cen odzieży i obuwia, które obniżały w całym ubiegłym roku w stosunku do 2010 r. i odpowiednio były niższe w październiku i listopadzie o 1,6 % a w grudniu o około 2,1%. Tendencja ta jest niekorzystna z punktu widzenia MONNARI, ze względu na sprzedaż towarów w sektorze premium, gdzie trudniej jest obniżyć cenę w porównaniu do dyskontowej sprzedaży odzieży, ze względu na charakter produktu, jego jakość i koszt wytworzenia i dystrybucji.

Podstawowe wielkości ekonomiczno-finansowe

Przychody netto ze sprzedaży MONNARI w 2011 r. wyniosły 111.205 tys. zł, co oznacza spadek o ok. 8,4 % w stosunku do analogicznego okresu 2010 r., kiedy Spółka osiągnęła przychody na poziomie 121.372 tys. zł.

Według oceny Zarządu, słabsze wyniki sprzedażowe w roku 2011 r. były spowodowane m.in. niesprzyjającymi warunkami pogodowymi w okresie kiedy Spółka wprowadzała do salonów z pierwszą - najwyższą marżą, kolekcje letnią oraz jesienną.

Wyraźna poprawa sprzedaży miała miejsce w grudniu ze względu na przedświąteczne zakupy oraz na lekkie ochłodzenie, co spowodowało, że klienci rozpoczęli zakupy odzież wierzchniej i zimowych dodatków.

Należy przy tym zauważyć, że w 2011 r. nie wszystkie salony były dojrzałe (funkcjonujące powyżej 1 roku) pod względem osiągniętych przychodów (93 salony).

Nieznaczny spadek sprzedaży należy również wiązać z likwidacją salonów (2,4% spadek powierzchni dystrybucji w 2011 r. wobec okresu analogicznego. Należy przy tym zauważyć, że w 2011 r. funkcjonowało 5 nowych salonów o nieugruntowanej pozycji rynkowej, które nie

*Sprawozdanie Zarządu z działalności „MONNARI TRADE” S.A.
za okres od 1 stycznia 2011 r. do 31 grudnia 2011 r.*

generują takich przychodów jak sklepy funkcjonujące powyżej 1 roku (7 obiektów zlikwidowanych w roku 2011).

Zarząd umiarkowanie pozytywnie ocenia wyniki, jakie osiągnęła Spółka w 2011.r., w porównaniu do roku 2010, mimo trudnych uwarunkowań zewnętrznych i wewnętrznych (trwająca restrukturyzacja po zawarciu układu z wierzycielami).

W całym roku 2011 r. Spółka wygenerowała stratę na działalności operacyjnej w wysokości -4.945 tys. zł oraz stratę netto na poziomie -4.986 tys. zł. Wyników tych nie można bezpośrednio porównywać do wyników 2010 r., przede wszystkim z uwagi na ujęcie w roku bieżącym operacji o charakterze nietypowym – zbyciu i aktualizacji wartości środków trwałych przeznaczonych do zbycia oraz nieruchomości inwestycyjnych oraz (-2.567 tys. zł w roku 2011, +10.545 tys. zł w roku 2010) oraz zysków z tytułu zawarcia układu (+2.632 tys. zł w roku 2011, zaś w roku 2010 +73.260 tys. zł).

Na osiągnięte wyniki w 2011 r. istotny wpływ miały ponadto:

- znaczne osłabienie złotego, które Spółka negatywnie odczuła ze względu na rozliczanie zdecydowanej większości zakupionych towarów w walucie USD (osłabienie PLN ok. 15,29% w całym roku 2011 r. w stosunku do 2010 r.) oraz na denominowane w walucie EUR czynsze za najem lokali w centrach handlowych (osłabienie PLN o ok. 11,52% w całym roku 2011 r. w stosunku do 2010 r.), co spowodowało spadek potencjału marży na sprzedaży i wzrost generowanych kosztów sprzedaży;
- doszacowanie odpisu na zapasy towarów i materiałów – wpływ netto (różnica pomiędzy utworzeniem a rozwiązaniem i wykorzystaniem) na zmniejszenie wyniku o 745 tys. zł,
- doszacowanie odpisu na należności - wpływ netto (różnica pomiędzy utworzeniem a rozwiązaniem i wykorzystaniem) na zmniejszenie wyniku o 1.222 tys. zł,
- spisanie przedawnionych i umorzonych zobowiązań w kwocie 2.401 tys. zł,
- koszty związane z utratą nakładów na adaptacje sklepów w związku z ich likwidacją lub ryzykiem likwidacji w kolejnym roku – łącznie 1.279 tys. zł;
- utworzenie odpisu w kwocie 460 tys. zł z tytułu korekty naliczonego podatku VAT, w związku z rozliczeniem podatku w odniesieniu do nieściągalnych wierzytelności, którego prawdopodobieństwo odzyskania jest znikome;

- koszty opłaty PFRON naliczone za okres od dnia zmiany trybu prowadzenia postępowania upadłościowego na upadłość z możliwością zawarcia układu w wysokości 460 tys. zł;
- niekorzystne warunki pogodowe w sezonie letnim i zimowym;
- zmiany w sieci sprzedaży;
- stabilizacja po okresie upadłości organizacji wewnątrz Spółki oraz zewnętrzne porządkowanie spraw związanych z siecią;
- realizacja postanowień układowych.

Perspektyw rozwoju działalności Emitenta w najbliższym roku obrotowym.

Poniżej wskazano czynniki zewnętrzne i wewnętrzne, które mogą mieć istotny wpływ na perspektyw rozwoju Spółki i jej przyszłe wyniki przynajmniej w bieżącym roku obrotowym.

Sytuacja gospodarcza

Przeważająca część przychodów Emitenta jest osiągnięta na rynku krajowym i z tego względu jest uzależniona od czynników związanych z ogólną sytuacją makroekonomiczną Polski. Szczególne znaczenie dla Emitenta ma tempo wzrostu gospodarczego, stopa bezrobocia, siła nabywcza konsumentów oraz poziom inflacji. Rynek odzieżowy jest branżą cykliczną, która generuje największe zyski i obroty u szczytu koniunktury gospodarczej. Łagodne przejście polskiej gospodarki przez kolejne fale kryzysu mimo wszystko doprowadziło do osłabienia konsumpcji i odbiło się negatywnie na dynamice rynku odzieży i obuwia szczególnie w sektorze premium.

W fazie osłabienia koniunktury konsumenci łatwo rezygnują z zakupów odzieży i obuwia, co znajduje odzwierciedlenie w wynikach spółek z tego sektora, także „MONNARI TRADE” S.A.

Według szacunków zawartych w raporcie PMR *"Handel detaliczny odzieżą i obuwem w Polsce 2011. Analiza rynku i prognozy rozwoju na lata 2011-2013"*, wartość detalicznej sprzedaży odzieży i obuwia zwiększyła się w roku 2011 o 5,8% do 29 mld zł.

Prognozy na 2012 r. zakładają rozwój tego rynku do 31 mld zł, a w 2013 r. do 33 mld zł, co oznacza wzrost o 7 proc. r/r. Z raportu wynika, że wzrost będzie umiarkowany, ale stabilny.

Potwierdzają to dane makroekonomiczne za I kwartał 2012 r. gdzie odnotowano szybszy wzrost sprzedaży detalicznej. Sprzedaż detaliczna w okresie styczeń-marzec b.r. w skali roku

zwiększyła się o 8,4 % (wobec 6,9 % w IV kwartale 2011 r. oraz 6,0 % przed rokiem), w tym największy wzrost sprzedaży odnotowano w grupie „włókno, odzież, obuwie” (o 19,1%).

W bieżącym 2012 roku, włącznie z kwietniem, utrzymuje się trend poprawy ogólnego klimatu koniunktury w handlu detalicznym. Bardzo istotnym parametrem dla sektora odzieżowego są nastroje konsumenckie.

Bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej (BWUK), opisujący obecne tendencje konsumpcji indywidualnej, w kwietniu 2012 r. nie zmienił się w stosunku do poprzedniego miesiąca i utrzymał na poziomie -30,3 pkt proc. Poziom tego wskaźnika jest jednak niższy o 3,5 pkt proc. od wyniku z kwietnia poprzedniego roku.

Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej (WWUK), opisujący oczekiwane w najbliższych miesiącach tendencje konsumpcji indywidualnej, poprawił się w kwietniu b.r. w stosunku do poprzedniego miesiąca o 1,2 pkt proc. i ukształtował na poziomie -34,7 pkt proc., był też znacznie lepszy niż w grudniu ubiegłego roku. Wartość tego wskaźnika była jednak niższa niż przed rokiem o 4,9 pkt proc. Korzystniejszy poziom wyprzedzającego wskaźnika ufności konsumenckiej, w porównaniu do poprzedniego miesiąca, ukształtowany został poprzez poprawę oczekiwań społeczeństwa odnośnie kierunków zmian w poziomie bezrobocia oraz perspektyw oszczędzania pieniędzy.

Kształtowanie się złotego wobec walut USD i EUR

Działalność operacyjna „MONNARI TRADE” S.A. opiera się na korzystaniu z outsourcingu. Spółka zleca produkcję wyrobów markowych kontrahentom z Chin i innych krajów Azji południowo-wschodniej, gdzie koszty wytworzenia są nieporównywalnie niższe niż w Polsce. W związku z tym, duża część zakupów Emitenta nominowana jest w walucie USD, co może mieć znaczący wpływ na jego rentowność w przypadku istotnej zmiany kursu tej waluty w stosunku do PLN. Aby zminimalizować wpływ tego czynnika Emitent wypracował system przedpłat na zakup towarów, a jednocześnie w 2011 r. Spółka zwiększyła też zakupy realizowane w Polsce.

Kondycja złotego w stosunku do walut USD i EUR będzie miała istotny wpływ w 2012 r. na koszty generowane przez Spółkę przy zakupie towarów oraz w rozliczeniach czynszów najmu w centrach handlowych.

Negocjacje z centrami handlowymi

Trwające do 8 listopada 2010 roku postępowanie upadłościowe Spółki wpłynęło na wypowiedzenie znacznej ilości umów najmu oraz ograniczenie przez Emitenta sieci salonów do 98 w roku 2011.

Kontynuowany proces restrukturyzacji mający na celu odbudowanie wizerunku i potencjału Emitenta uzależniony jest od skutków negocjacji z centrami handlowymi, prowadzonych w celu utrzymania sieci salonów w najlepszych lokalizacjach i/lub uruchamianie kolejnych. Z uwagi na fakt, iż rentowność salonów Emitenta w dużej mierze zależy od ich lokalizacji, zdolność do utrzymania lokali stanowi istotny czynnik wpływający na perspektywy rozwoju Emitenta.

Biorąc pod uwagę aktualną kondycję ekonomiczną Spółki można powiedzieć, że w zakresie punktów sprzedaży w centrach handlowych sytuacja jest ustabilizowana. Emitent nie widzi zagrożenia w utracie istotnej liczby salonów. Jednocześnie strategia Spółki zakłada wyważony rozwój sieci salonów nie większy niż przyrost 6 salonów rocznie.

Zarząd ocenia, że wśród obecnie funkcjonujących salonów ok. 70 % należy zaliczyć do bardzo dobrych i dobrych pod względem generowanych przychodów. Procent salonów o niesatysfakcjonujących obrotach i słabych lokalizacjach waha się w okolicy 20 %, rozważenie zmiany lokalizacji dotyczy ok. 10% salonów.

Produkcja

Spółka realizuje politykę zlecenia znacznej części produkcji odzieży do państw charakteryzujących się niższymi kosztami produkcji, przede wszystkim w Chinach. W tym zakresie kooperuje z kilkudziesięcioma partnerami w przedmiocie realizacji, na zlecenie Spółki, procesu produkcyjnego odzieży pod marką MONNARI.

Spółka z uwagą obserwuje rosnące od kilku lat koszty produkcji w Chinach. Powodem tej sytuacji jest inflacja, wzrastająca społeczna presja na płace oraz wzrastający kurs juana w stosunku do USD. Jednocześnie chińskie fabryki zaczynają odczuwać brak pracowników sezonowych, co odbija się na terminowości dostaw do Europy. Przyrost ludności w Chinach powoli, ale nieustannie maleje, jednocześnie rozwijająca się chińska gospodarka potrzebuje coraz więcej ludzi do pracy kierując moce wytwórcze w coraz większym wymiarze na zaspokojenie popytu wewnętrznego.

Średnia cena kupowanych przez Spółkę towarów w 2011 roku umiarkowanie wzrosła. Należy przy tym zaznaczyć, że mimo wzrostu kosztów produkcji w Chinach są one dużo mniejsze niż w Europie, a jakość i stopień wyspecjalizowania dużo wyższy niż w innych krajach tego regionu.

Spółka aktualnie składa zlecenia na produkcję na przyszły rok i na tej podstawie można stwierdzić, że w następnych okresach koszty produkcji będą na podobnym poziomie jak w roku 2011 lub niższym, ze względu na udane negocjacje. Obserwując spadek kosztów produkcji w Polsce, udział zleceń realizowanych w kraju stale rośnie, co wpływa na skrócenie cyklu produkcyjnego i daje więcej możliwości reagowania na potrzeby rynku np. doszycia określonego dobrze sprzedającego się asortymentu.

Czynnikiem, który bezpośrednio i w sposób znaczący wpływa na koszty produkcji Spółki jest kurs złotego w stosunku do USD i EUR. W krótkim i średnim terminie aprecjacja złotego w stosunku do tych walut może łagodzić wzrost kosztów produkcji na dalekim wschodzie.

Zlecenie produkcji oraz jej kontrola

W 2011 r. rozpoczęto a obecnie jest kontynuowana wewnętrzna reorganizacja działów zajmujących się w Spółce przygotowaniem i nadzorem nad produkcją wyrobów.

Przyjęte przez Zarząd cele to skrócenie okresu przygotowania produkcji oraz lepsze planowanie struktury asortymentowej, jakościowej i cenowej oferowanej kolekcji.

Skrócenie okresu przygotowania produkcji będzie możliwe dzięki wprowadzeniu określonej liczby stanowisk kierowników produktu zarządzających bezpośrednio projektami w całym okresie ich przygotowania. Ich pracę wspomogą wdrażany obecnie system informatyczny wspierający zarządzanie przygotowaniem kolekcji.

Lepsze planowanie struktury asortymentowej będzie możliwe dzięki wprowadzeniu wielopłaszczyznowej analizy sprzedaży opartej na wykorzystaniu cech jakościowych przypisanych do poszczególnych produktów. Pozwoli to na wyeliminowanie produktów, które charakteryzować się będą statystycznie dużym ryzykiem porażki.

Pierwsze ekonomiczne efekty powyższych działań będą odczuwalne już w sezonie wiosna-lato 2012 roku i będą wzrastać w kolejnych okresach.

Reorganizacja struktury organizacyjnej

Emitent od końca 2009 roku działa w znacznie mniejszej skali (obecnie tj. na koniec 2011 r. 98 salonów) oraz dodatkowo w innej sytuacji gospodarczej. W związku z tym, Spółka dostosowała wewnętrzną strukturę organizacyjną do bieżącej sytuacji (na przełomie 2009 roku i 2010 roku znaczący spadek zatrudnienia). Przy założeniu stabilnego wzrostu sieci sprzedaży, Emitent przewiduje wzrost zatrudnienia pracowników zatrudnionych w salonach oraz wzmocnienie działów produktowych, których skład po ustabilizowaniu się sytuacji Spółki należy poszerzyć.

Przeciętne zatrudnienie w 2011 r. pozostało na podobnym poziomie, jak w roku 2010.

Przeciętne zatrudnienie

| Wyszczególnienie | 31.12.2011 | 31.12.2010 |
|---------------------------|-------------------|-------------------|
| Emitent | 659 | 712 |
| Grupa Kapitałowa emitenta | 54 | - |
| RAZEM | 713 | 712 |

Największą grupę pracowników stanowią osoby zatrudnione w salonach Spółki – jest to ok. 70% ogółu zatrudnionych osób w Grupie Kapitałowej. Wskaźnik fluktuacji pracowników w 2011 r. był na dość wysokim poziomie i wyniósł ok. 0,40. Zarząd Spółki będzie dążył w roku bieżącym do zmniejszenia rotacji najlepszych pracowników. W związku z czym, w odniesieniu do pracowników sieci salonów wprowadzono Regulamin Premiowania Prowizyjnego – gdzie w zależności od wysokości osiągniętego obrotu każdy salon ma wypłacaną premię. Spółka wdrożyła też konkursy dla sklepów, aby starały się przyciągnąć jak największą liczbę klientów.

Realizowany jest obecnie program stworzenia ścieżki rozwoju kariery w Spółce.

W 2012 r. ten obszar działania Spółki będzie wymagał dalszej reorganizacji, której celem jest zwiększenie generowanych przez salony przychodów ze sprzedaży.

Warunki pogodowe

Brak odpowiednich warunków atmosferycznych, np. obserwowana niedawno późna wiosna, obecnie wczesne lato, może zmniejszyć skłonność do zakupów odzieży z nowej kolekcji, co oddziałuje na długość trwania sezonu sprzedaży oraz może powodować, że potencjalni klienci zrealizują niższe zakupy.

Terminowość realizacji zamówień przez dostawców kolekcji letniej i jesienno-zimowej 2012 r.

Proces zlecanej przez Spółkę produkcji jest stosunkowo długi, od momentu zaprojektowania kolekcji do chwili zaopatrzenia sklepów w towary mija od sześciu do ośmiu miesięcy. Na wydłużenie tego procesu mogą wpływać opóźnienia w realizacji dostaw, co może mieć znaczący wpływ na wyniki sprzedaży, głównie przez skrócenie czasu dysponowania przez salony produktami z aktualnej kolekcji. Brak bieżącej kolekcji na początku sezonu wiąże się ze wzrostem trudno zbywalnych zapasów, których redukcja następuje w okresie wyprzedaży, jednak z dużym znaczeniem na realizowany poziom marży.

Emitent dywersyfikuje dostawców towarów oraz monitoruje czas dostawy poszczególnych kolekcji tak, aby produkty trafiające do salonów były zgodne z zapotrzebowaniem sezonowym oraz nawykami konsumentów. Zwiększenie wolumenu zakupów w Polsce eliminuje częściowo powyższe ryzyko.

Przyjęcie przez klientów kolekcji MONNARI na nowy sezon letni i jesienno-zimowy 2012 r.

Prawidłowa sprzedaż odzieży determinowana jest przez trendy mody i konieczność dopasowania aktualnych kolekcji do obowiązujących w danym sezonie tendencji, jak także pogodzenia ich z gustami klientek. Aby wzmocnić sprzedaż produktów MONNARI, Zarząd Spółki podjął decyzje o zwiększeniu wydatków na promocję i marketing w 2011 r. i będzie kontynuował działania w tym obszarze w 2012 r. Celem działań marketingowych jest odbudowa pozycji marki MONNARI i jej powrót na modowe salony. W 2011 r. twarzą Spółki MONNARI była znana polska Top modelka - Agnieszka Maciąg.

3. Opis podstawowych zagrożeń i ryzyk związanych z pozostałymi miesiącami roku

Ryzyko związane z procesem produkcji i terminowością dostaw

W działalności Spółki, zwłaszcza z uwagi na zlecenie produkcji poza Polskę, pojawia się ryzyko wydłużenia procesu produkcyjnego. Proces produkcji jest stosunkowo długi, od momentu zaprojektowania kolekcji do chwili zaopatrzenia sklepów w towary, mija od sześciu do ośmiu miesięcy. Na wydłużenie tego procesu mogą wpływać opóźnienia w realizacji dostaw, co może mieć znaczący wpływ na wyniki sprzedaży, głównie poprzez skrócenie czasu dysponowania przez salony produktami z aktualnej kolekcji. Brak bieżącej kolekcji na

początku sezonu wiąże się ze wzrostem trudno zbywalnych zapasów, których redukcja następuje w okresie wyprzedaży, jednak z dużym negatywnym wpływem na realizowany poziom marży. Aby zapobiec tym opóźnieniom, Spółka stosuje odpowiednie wyprzedzenie w procesie projektowania, zlecenia produkcji określonego asortymentu oraz współpracy z długoletnimi partnerami.

„MONNARI TRADE” S.A. systematycznie pracuje również nad pozyskiwaniem nowych dostawców. Dzięki temu możliwe jest ograniczanie wpływu trendu wzrostu cen produkcji w Chinach na realizowane ceny zakupu. Jednocześnie prowadzone są prace, mające na celu zwiększenie udziału produkcji u dostawców z Polski. Jest to możliwe dzięki spadkowi cen krajowych spowodowanemu przez drugą falę kryzysu ekonomicznego w Europie, która znacznie zmniejszyła zlecenia klientów z Europy Zachodniej. Dzięki temu skracany jest również cykl produkcji, co pozwala na późniejsze podejmowanie decyzji, a w konsekwencji lepsze dopasowanie wielkości i struktury produktu do występującego na rynku popytu. Taka zmiana geograficznej struktury produkcji umożliwi również wprowadzanie mechanizmów pozwalających na szybkie produkowanie kolejnych partii produktów o szybkiej rotacji.

Ryzyko związane z sezonowością sprzedaży

Działalność Spółki, podobnie jak innych podmiotów działających w branży odzieżowej, charakteryzuje się znaczną sezonowością popytu. Uczestnicy rynku osiągają najwyższe wyniki sprzedaży w sezonie wiosennym i jesiennym. Zjawisko to ma wpływ na wyniki finansowe osiągnięte przez Spółkę w poszczególnych kwartałach. Sezonowość ma również wpływ na okresowe znaczne zwiększenie zapotrzebowania na kapitał obrotowy, co obliguje Spółkę do przywiązywania szczególnej uwagi do efektywności procesów logistycznych, których celem jest maksymalne skrócenie terminów dostaw gotowych produktów do salonów.

Przychody ze sprzedaży Spółki wykazują zmienność w ciągu roku. Jest to związane przede wszystkim z sezonowością branży odzieżowej, zależnej od trendów mody i zmieniających się warunków pogodowych. Nasilenie popytu i sprzedaży następuje zwykle na początku zmieniających się pór roku, co zbiega się z wprowadzaniem nowych kolekcji. Cykl projektowania, produkcji i sprzedaży skupia się na dwóch sezonach: wiosna – lato i jesień – zima. Czynnikiem wpływającym na wzrost sprzedaży są okresowe wyprzedaże, co zauważalne jest w poziomie generowanych przychodów w miesiącach na przełomie sezonów.

Wyprzedaże wpływające na wzrost poziomu przychodów oraz zmniejszenie stanów magazynowych mają również przełożenie na wysokość realizowanych marż.

Na wyniki sprzedaży w poszczególnych miesiącach ma też wpływ różnorodność kolekcji (liczba modeli i ich wersji np. kolorystycznych) oraz ceny poszczególnych asortymentów. Sezon jesienno-zimowy cechuje większa sprzedaż odzieży wierzchniej (płaszczy, kurtek) relatywnie droższej od okryć wiosenno-letnich. Stąd wartość sprzedaży w sezonie jesienno-zimowym jest zwykle wyższa, niż w sezonie wiosenno-letnim.

Ryzyko związane ze zmianami w trendach mody

Branża odzieżowa jest silnie skorelowana ze zmianami trendów mody. Jednym z podstawowych warunków sprzedawalności poszczególnych kolekcji jest dopasowanie asortymentu do aktualnych preferencji odbiorców. Rozminięcie się z gustami klientów stwarza ryzyko powstania zapasów trudno zbywalnych. Ryzyko to jest w znacznym stopniu eliminowane przez Spółkę dzięki powstaniu sieci outletów (sklepów sprzedających końcówki serii), które wyprzedają zapasy towarów. Ponadto, Spółka posiada profesjonalny zespół, który zajmuje się przygotowaniem kolekcji na nadchodzące sezony.

Ryzyko związane z warunkami pogodowymi

W krótkim horyzoncie czasowym negatywny lub pozytywny rozkład warunków pogodowych może wpływać na wielkość sprzedaży, a co za tym idzie na poziom marż Spółki. Jednak w długim okresie czasu czynniki pogodowe i klimatyczne nie wpływają na rozwój Spółki. „MONNARI TRADE” S.A. ogranicza wpływ tego ryzyka opierając swoją ofertę o modele dostosowane do dominujących w klimacie europejskim warunków pogodowych (nieskrajnych), a także poprzez sprzedaż końcówek kolekcji za pośrednictwem outletów.

Ryzyko związane z utratą kontraktów handlowych w szczególności w zakresie umów z centrami handlowymi oraz dostawcami towarów handlowych

Fakt ogłoszenia upadłości likwidacyjnej, zmienionej następnie na upadłość układową, osłabił pozycję rynkową Spółki, co miało bezpośrednie przełożenie na współpracę z centrami handlowymi i zagrożenie wypowiedzenia umów na powierzchni handlowe. Utrata płynności finansowej i powstałe ryzyko w zakresie nie wywiązywania się z dotychczasowych umów w dłuższym horyzoncie czasowym, wpłynęło na relacje z dostawcami towarów handlowych.

Prowadzone rozmowy z dyrekcjami centrów handlowych oraz realizacja założeń układowych minimalizują to ryzyko i wpływają na odbudowanie wizerunku rzetelnego i wiarygodnego partnera handlowego i płatnika.

Ryzyko związane z wykonywaniem obowiązków związanych z ochroną bazy danych osobowych klientów

Spółkę obciąża ryzyko połączone z wykonywaniem obowiązków związanych z ochroną bazy danych osobowych klientów, udostępnianych za zgodą klientów posiadających kartę stałego klienta. Ryzyko wiąże się z potencjalną możliwością wszczęcia postępowań przeciwko Członkom Zarządu Spółki oraz ewentualnego ponoszenia roszczeń odszkodowawczych przez osoby, których dane osobowe zostały zamieszczone w bazie danych. Zarząd Spółki podjął stosowne działania mające na celu zapewnienie bezpieczeństwa przechowywanych danych.

Ryzyko wzrostu kosztów wytworzenia u dostawców

Spółka w znacznej mierze współpracuje z producentami odzieży z krajów charakteryzujących się niższymi kosztami produkcji, w tym przede wszystkim w Chinach. Pozostała produkcja jest realizowana w Polsce. W chwili obecnej Spółka prowadzi współpracę z kilkudziesięcioma partnerami realizującymi na zlecenie Spółki produkcję odzieży pod marką MONNARI. Zlecenie zamówień zewnętrznym dostawcom, bez konieczności utrzymywania zaplecza technicznego, pozwala Spółce osiągnąć wyższą marżę handlową oraz ograniczyć koszty stałe, a tym samym poprawiać efektywność sprzedaży, która ostatecznie wpływa również na wzrost wyniku finansowego Spółki. Wzrost kosztów produkcji u dotychczasowych dostawców może mieć wpływ na obniżenie realizowanych marż. W przypadku wystąpienia takiej sytuacji, Spółka posiada alternatywne źródła zaopatrzenia. Systematycznie też wrasta ilość dostawców pochodzących z Polski.

Od roku 2008 Spółka kupuje dodatki i półfabrykaty do produkcji kolekcji MONNARI od producentów z krajów azjatyckich. Taki zabieg wpływa na znaczne zmniejszenie kosztu wytworzenia zamawianych wyrobów. Do tej pory zakupy dodatków i półfabrykatów były dokonywane najczęściej w Europie, co powodowało, że ich cena była znacznie wyższa i określona w walucie EUR oraz zawierała koszty transportu do Azji. Wykorzystując miejscowe kontakty grupy stałych dostawców/producentów oraz ich doskonałą znajomość

rynku, Spółka podjęła działania w kierunku zmiany struktury zakupów komponentów i wyrobów na znacznie korzystniejszą.

Ponadto, Spółka wnikliwie obserwuje zmiany regulacji prawnych dotyczących opodatkowania przedsiębiorców na terenie Chińskiej Republiki Ludowej, co pozwala na dodatkowe negocjacje cen zakupu usług i towarów.

Ryzyko utraty wykwalifikowanego personelu

Jednym z kluczowych czynników przedsiębiorstwa posiadającego sieć sprzedaży detalicznej odzieży markowej jest posiadanie kadry personelu o odpowiednich predyspozycjach.

Sprzedawcy zatrudnieni w salonach to osoby posiadające odpowiednie kwalifikacje zawodowe oraz umiejętności interpersonalne. Dzięki temu wzajemny kontakt pomiędzy kupującym

a sprzedającym jest łatwiejszy, bliższy i prowadzony w sposób profesjonalny, co umożliwia nawiązanie stałej i długoterminowej relacji. W związku z ograniczonymi możliwościami pozyskania wysokokwalifikowanych sprzedawców na rynku pracy oraz koniecznością przeprowadzenia zwolnień grupowych, w związku z zamykaniem części salonów firmowych, udało się zminimalizować negatywne skutki związane z utratą wykwalifikowanego personelu. Należy zaznaczyć, że sukcesem jest zachowanie w Spółce kluczowych specjalistów, mimo konieczności wprowadzenia ograniczeń kosztów. Zarząd Spółki będzie dążył do zmniejszenia rotacji pracowników salonów firmowych.

Ryzyko związane z uchyleniem układu

W dniu 30 października 2010 r. uprawomocniło się postanowienie z dnia 22 października 2010 r. Sądu Rejonowego dla Łodzi Śródmieścia w Łodzi XIV Wydział Gospodarczy dla spraw Upadłościowych i Naprawczych w przedmiocie zatwierdzenia układu zawartego na Zgromadzeniu Wierzycieli w dniu 29 września 2010 r. (sygn.akt XIV GUp 19/09).

Zgodnie z postanowieniami art. 302 § 1 Ustawy z dnia 28 lutego 2003 r. Prawo Upadłościowe i Naprawcze układ może zostać uchylony przez sąd na wniosek wierzyciela lub upadłego albo osoby, która z mocy układu uprawniona jest do wykonywania lub nadzorowania wykonania układu, jeżeli upadły nie wykonuje postanowień układu albo oczywiste jest, że układ nie będzie wykonany. Uchylenie układu z innych niż określone w art. 302 § 1 Prawa

Upadłościowego i Naprawczego jest niedopuszczalne (art. 302 § 2 Prawa Upadłościowego i Naprawczego).

Zgodnie z art. 304 § 1 Prawa Upadłościowego i Naprawczego, sąd uchylając układ, otwiera zakończone postępowanie i zmienia sposób prowadzenia postępowania z postępowania z możliwością zawarcia układu na postępowanie obejmujące likwidację majątku upadłego i ustanawia sędziego komisarza oraz syndyka albo umarza postępowanie. Otwarcie postępowania rodzi takie same skutki jak ogłoszenie upadłości, a w postępowaniu mogą uczestniczyć także wierzyciele, których wierzytelności powstały po ogłoszeniu upadłości (art. 304 § 2 Prawa Upadłościowego i Naprawczego).

W przypadku uchylenia układu w podjętym postępowaniu upadłościowym dotychczasowi wierzyciele dochodzą swych roszczeń w ich pierwotnej wysokości, odsetki nalicza się do dnia uprawomocnienia się postanowienia o uchyleniu układu, zaś wypłacone na postawie układu sumy zalicza się na poczet dochodzonych wierzytelności (art. 305 § 1 Prawa Upadłościowego i Naprawczego).

Na dzień przekazania niniejszego Sprawozdania postanowienia układowe są wykonane w 59%.

W ocenie Emitenta wobec wykonania układu w znaczącej części oraz posiadania zasobów służących dalszemu wykonaniu układu wobec wierzycieli dotychczas niezaspokojonych, nie zachodzą podstawy do uchylenia układu w oparciu o przepisy art. 302 Prawa Upadłościowego i Naprawczego.

Ryzyko związane z aktualną sytuacją gospodarczą Polski.

Przeważająca część przychodów Spółki jest osiągnięta na rynku krajowym i z tego względu jest uzależniona od czynników związanych z ogólną sytuacją makroekonomiczną Polski. Szczególne znaczenie dla „MONNARI TRADE” S.A. ma tempo wzrostu gospodarczego, stopa bezrobocia, siła nabywcza konsumentów oraz poziom inflacji.

Po czterech miesiącach b.r. można zaobserwować spowolnienie polskiej gospodarki, dynamika wzrostu produkcji przemysłowej jest dużo słabsza, poza tym obserwowane podwyżki płac nie rekompensują wzrostu cen. Mimo tej tendencji, w I kwartale b.r. wzrosła sprzedaż w handlu detalicznym, w tym w sposób znaczący w branży odzieżowej i obuwniczej.

Szacuje się, że tempo wzrostu PKB w I kwartale 2012 r. wyniosło ok. 3,5% r/r., jednak w kolejnych kwartałach może spaść poniżej 3%.

Niekorzystna sytuacja rynkowa może wpłynąć negatywnie na sprzedaż realizowaną przez Spółkę.

Ryzyko kursu walutowego

Działalność operacyjna Spółki opiera się na korzystaniu z outsourcingu produkcji towarów. Spółka zleca produkcję markowych wyrobów kontrahentom z Azji. W związku z tym, duża część zakupów Spółki nominowana jest w walucie USD, co może mieć znaczący wpływ na jej rentowność w przypadku wzmocnienia się tej waluty w stosunku do PLN. Według danych tabeli kursów średnich Narodowego Banku Polskiego, kurs dolara amerykańskiego w dniu 31.12.2010 r. był na poziomie 2,9641 PLN, a w dniu 31.12.2011 r. wyniósł 3,4174 PLN, co oznacza wzrost o 15,29 %.

Emitent narażony jest również na ryzyko walutowe związane z wahaniami kursu waluty EUR, w związku z rozliczeniem kosztów najmu lokali w centrach handlowych.

Wahania średniego kursu EUR w 2011 r. były mniejsze niż USD. Według danych tabeli kursów średnich Narodowego Banku Polskiego na dzień 31.12.2010 r. za 1 EUR należało zapłacić 3,9603 PLN, a na dzień 31.12.2011 r. 4,4168 PLN, co oznacza wzrost o 11,52 %.

Ryzyko zmiany kursu USD jest częściowo minimalizowane przez wcześniejsze zakupy kolekcji po określonej cenie wynikającej ze stosowanego przez producentów systemu przedpłat. Jednocześnie wolumen zakupów płaconych w EUR ciągle maleje, zmniejszając ryzyko zakupów w tej walucie, głównie z uwagi na zmianę kanału dostaw dodatków i półfabrykatów do produkcji kolekcji z firm pochodzących z krajów Unii Europejskiej na producentów z krajów azjatyckich a także krajowych. Zmniejszenie liczby salonów, których czynsze są denominowane w EUR również ma znaczenie na ograniczenie wpływu ryzyka walutowego na poziom kosztów stałych sprzedaży.

Spółka, z uwagi na potrzebę angażowania wolnych środków z finansowanie zakupu kolekcji odzieży z znaczącej części przed sezonem sprzedaży, nie korzysta z instrumentów zabezpieczających ryzyko kursowe oferowanych przez instytucje finansowe.

Ryzyko wzrostu konkurencji ze strony zagranicznych producentów odzieży

Polski rynek odzieży jest bardzo atrakcyjny dla potencjalnych konkurentów z zagranicy. Obecna sytuacja w Polsce i na świecie w branży odzieżowej powoduje, że zagraniczne firmy nie znajdujące wystarczającego rynku zbytu w rodzinnych krajach rozpoczynają poszukiwanie kanałów dystrybucji na innych rynkach. Załamanie gospodarki spowodowało, że polskie firmy w dużej mierze ograniczyły rozwój organiczny poprzez rozbudowę sieci sprzedaży, a w większości przypadków zmniejszyły dotychczas posiadaną liczbę salonów. Taka sytuacja może sprzyjać przejęciom słabszych firm i konsolidacji rynku odzieżowego, jak również wejściu kolejnych marek zagranicznych, z uwagi na łatwiejsze pozyskanie powierzchni sprzedażowych w centrach handlowych.

Ryzyko zmiany przepisów celnych i podatkowych

Przepisy celne i podatkowe mają duże znaczenie dla funkcjonowania Spółki. Zmiany w tym zakresie mogą wpływać w istotny sposób na warunki działania Spółki. Emitent prowadzi zakupy importowe odzieży, przy czym aktualnie większość importu pochodzi z Chin. Wprowadzenie limitów importowych oraz ceł zaporowych może w przyszłości wpłynąć na wynik finansowy Spółki poprzez obniżenie realizowanych marż. Jednakże zmiany warunków w tym zakresie będą miały wpływ na wszystkie podmioty gospodarcze w tej branży funkcjonujące na rynku.

4. Dobre Praktyki

Niniejsze Oświadczenie stanowi wyodrębnioną część Sprawozdania Zarządu z działalności Spółki „MONNARI TRADE” S.A. w okresie od 01.01.2011 r. do 31.12.2011 r.

a) Wskazanie zbioru zasad ładu korporacyjnego, któremu podlega emitent, oraz miejsca, gdzie tekst zbioru zasad jest publicznie dostępny

W 2011 roku, Spółka „MONNARI TRADE” S.A., jak również jej organy stosowały się do zbioru zasad „Dobrych Praktyk Spółek Notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych” („DPSN”), obowiązującego na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.

Powyższy Kodeks dostępny jest na stronie internetowej poświęconej łaadowi korporacyjnemu na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie - www.corp-gov.gpw.pl oraz na

korporacyjnej stronie internetowej „MONNARI TRADE” S.A. www.monnaritrade.com w zakładce Ład Korporacyjny.

Spółka posiada korporacyjną stronę internetową, o zakresie i sposobie prezentacji wzorowanym na modelowym serwisie relacji inwestorskich, zalecanym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie oraz dokłada starań, aby były na niej umieszczane na bieżąco wszystkie istotne informacje z działalności Spółki i jej Grupy Kapitałowej. Spółka odpowiada na zapytania i uwagi zgłaszane przez szeroko rozumianych interesariuszy Spółki.

Z uwagi na przeprowadzane postępowanie upadłościowe oraz konieczność radykalnej redukcji kosztów Spółka w 2010 r. i 2011 r. nie transmitowała obrad walnego zgromadzenia z wykorzystaniem sieci Internet.

W okresie 2011 r. nie miało miejsca odwołanie walnego zgromadzenia lub zmiana jego terminu. Według opinii Zarządu, Spółka w żaden sposób nie uniemożliwiła lub nie ograniczała akcjonariuszom wykonywania prawa do uczestnictwa w walnym zgromadzeniu.

Poza tym, Spółka przestrzega, aby żaden z akcjonariuszy nie był uprzywilejowany w stosunku do pozostałych akcjonariuszy w zakresie transakcji i umów zawieranych przez spółkę z akcjonariuszami lub podmiotami z nimi powiązanymi.

b) W 2011 roku Spółka stosowała wszystkie obligatoryjne zasady ładu korporacyjnego zawarte w kodeksie „DPSN” za wyjątkiem:

Zasada nr II pkt. 2

„Spółka zapewnia funkcjonowanie swojej strony internetowej również w języku angielskim, przynajmniej w zakresie wskazanym w części II. pkt 1.”

Spółka stosowała powyższą zasadę do końca 2009 r., jednak ze względu na aktualną sytuację finansową oraz ograniczoną liczbę pracowników, a także brak większego zainteresowania ze strony zagranicznych inwestorów Spółka nie stosuje tej zasady. Spółka zamierza kontynuować prowadzenie anglojęzycznej strony korporacyjnej, jednak ze względu na koszty bieżącego prowadzenia strony w języku angielskim decyzja ta jest odsunięta w czasie.

Zasada nr III pkt. 6

„Przynajmniej dwóch członków rady nadzorczej powinno spełniać kryteria niezależności od spółki i podmiotów pozostających w istotnym powiązaniu ze spółką. W zakresie kryteriów

niezależności członków rady nadzorczej powinien być stosowany Załącznik II do *Zalecenia Komisji Europejskiej z dnia 15 lutego 2005 r. dotyczącego roli dyrektorów niewykonawczych lub będących członkami rady nadzorczej spółek giełdowych i komisji rady (nadzorczej)*.

Niezależnie od postanowień pkt b) wyżej wymienionego Załącznika osoba będąca pracownikiem spółki, podmiotu zależnego lub podmiotu stowarzyszonego nie może być uznana za spełniającą kryteria niezależności, o których mowa w tym Załączniku. Ponadto, za powiązanie z akcjonariuszem wykluczające przymiot niezależności członka rady nadzorczej w rozumieniu niniejszej zasady rozumie się rzeczywiste i istotne powiązanie z akcjonariuszem mającym prawo do wykonywania 5 % i więcej ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu.”

W wyniku zmian w Radzie Nadzorczej Spółki dokonanych przez Zwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki w dniu 30 czerwca 2011 r., w składzie tego organu jest tylko jeden niezależny Członek Rady według kryteriów wskazanych w powyższej zasadzie Dobrych Praktyk. Kwestia ewentualnego poszerzenia składu Rady Nadzorczej pozostaje do decyzji Walnego Zgromadzenia Spółki.

c) Opis głównych cech stosowanych w przedsiębiorstwie emitenta systemów kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem w odniesieniu do procesu sporządzania sprawozdań finansowych i skonsolidowanych sprawozdań finansowych.

Proces sporządzania sprawozdań finansowych podlega w Spółce kontroli wewnętrznej polegającej na:

- weryfikacji stosowania jednolitej polityki rachunkowości przez Spółkę w zakresie ujęcia,
- wyceny i ujawnień zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej (MSSF),
- stosowaniu procedur dot. ewidencji księgowej oraz kontrolę ich przestrzegania,
- przeglądzie przez niezależnego audytora publikowanych sprawozdań finansowych za I półrocze roku obrotowego oraz badanie rocznych sprawozdań finansowych,
- procedurze autoryzacji i opiniowania sprawozdań finansowych przed publikacją,
- do czasu opublikowania sprawozdania finansowe udostępniane są wyłącznie osobom uczestniczącym w procesie ich przygotowania, weryfikacji i zatwierdzenia.

*Sprawozdanie Zarządu z działalności „MONNARI TRADE” S.A.
za okres od 1 stycznia 2011 r. do 31 grudnia 2011 r.*

Ewidencja zdarzeń gospodarczych w MONNARI TRADE S.A. prowadzona jest w zintegrowanym systemie klasy EPR, którego konfiguracja jest zgodna z przyjętą w Spółce polityką rachunkowości. Według oceny Zarządu system ten jest funkcjonalny, pozwala na kontrolę zawieranych transakcji oraz zapewnia bezpieczeństwo przed nieuprawnionym dostępem do danych w nim zawartych.

Spółka obecnie formalizuje i wdraża procedury niezależnej i obiektywnej oceny systemów zarządzania ryzykiem i kontroli wewnętrznej. Szczególnej kontroli wewnętrznej został poddany obszar zakupów towarów służących do tworzenia kolekcji. Monitoring czasu wykonania zleceń jest kontrolowany przez dedykowanych pracowników w miejscach produkcji zleconych kolekcji.

Część obszarów działania Emitenta wymaga wprowadzenia dodatkowych uregulowań i stworzenia awaryjnych sposobów działania.

d) Wskazanie akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio znaczne pakiety akcji wraz ze wskazaniem liczby posiadanych przez te podmioty akcji, ich procentowego udziału w kapitale zakładowym, liczby głosów z nich wynikających i ich procentowego udziału w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu.

Lista akcjonariuszy posiadających powyżej 5 % w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu „MONNARI TRADE” S.A. na dzień sporządzenia niniejszego Sprawozdania za 2011, tj. 31 grudnia 2011 r. oraz na dzień jego publikacji, tj. 30 kwietnia 2011 r. prezentują poniższe tabele.

Struktura akcjonariuszy Emitenta, posiadających powyżej 5% głosów na WZ na dzień 31.12.2011 r.

| Akcjonariusz | Liczba akcji [w szt.] | Udział w kapitale zakładowym Emitenta [%] | Liczba głosów | Udział w głosach na WZ Emitenta, [%] |
|--------------------------|-----------------------|---|---------------|--------------------------------------|
| Mirosław Misztal | 7.720.000 | 24,90 | 8.920.000 | 23,73 |
| Fair Sp. z o.o. | 2.533.000 | 8,17 | 5.066.000 | 13,48 |
| MW Inwestycja Sp. z o.o. | 2.500.000 | 8,06 | 2.500.000 | 6,65 |
| Jakub Banasiak | 2.000.000 | 6,45 | 4.000.000 | 10,64 |

Struktura akcjonariuszy Emitenta, posiadających powyżej 5% głosów na WZ na dzień przekazania Raportu kwartalnego za IV kwartał 2011 r.- 29.02.2012 r.

| Akcjonariusz | Liczba akcji [w szt.] | Udział w kapitale zakładowym Emitenta [%] | Liczba głosów | Udział w głosach na WZ Emitenta, [%] |
|--------------------------|-----------------------|---|---------------|--------------------------------------|
| Mirosław Misztal | 7 987 000 | 25,76 | 9.187.000 | 24,44 |
| Fair sp. z o.o. | 2.533.000 | 8,17 | 5.066.000 | 13,48 |
| MW Inwestycja Sp. z o.o. | 2.500.000 | 8,06 | 2.500.000 | 6,65 |
| Jakub Banasiak | 2.000.000 | 6,45 | 4.000.000 | 10,64 |

Obecnie kapitał zakładowy Spółki dzieli się na 31 010 073 akcje, które dają 37 588 829 głosów na Walnym Zgromadzeniu.

e) Wskazanie posiadaczy wszelkich papierów wartościowych, które dają specjalne uprawnienia kontrolne, wraz z opisem tych uprawnień

Ze wszystkich emisji przeprowadzonych przez Spółkę tylko akcje serii A II-jej emisji są akcjami uprzywilejowanymi co do prawa głosu. Uprzywilejowanie akcji polega na tym, że na każdą akcję przysługują 2 głosy na Walnym Zgromadzeniu.

Listę akcjonariuszy na dzień 31.12.2011 r. (tożsamą na dzień publikacji raportu) posiadających specjalne uprawnienia zawiera poniższa tabela:

| Akcjonariusz | Liczba akcji uprzywilejowanych [w szt.] | Liczba głosów |
|------------------|---|---------------|
| Mirosław Misztal | 1 200 000 | 2 400 000 |
| Fair sp. z o.o. | 2 533 000 | 5 066 000 |
| Jakub Banasiak | 2.000.000 | 4.000.000 |
| Agata Józwiak | 845 756 | 1 691 512 |

f) Wskazanie wszelkich ograniczeń odnośnie do wykonywania prawa głosu, takich jak ograniczenie wykonywania prawa głosu przez posiadaczy określonej części lub liczby głosów, ograniczenia czasowe dotyczące wykonywania prawa głosu lub zapisy, zgodnie z którymi, przy współpracy spółki, prawa kapitałowe związane z papierami wartościowymi są oddzielone od posiadania papierów wartościowych

W dokumentach statutowych Spółki nie ma zapisów ograniczających wykonywanie prawa głosu, ani w odniesieniu do określonej części lub liczby głosów, ani ograniczeń czasowych. Nie

występują również zapisy oddzielające prawa kapitałowe związane z papierami wartościowymi od posiadania papierów wartościowych.

g) Wskazanie wszelkich ograniczeń dotyczących przenoszenia prawa własności papierów wartościowych emitenta

W dokumentach statutowych Spółki brak jest zapisów ograniczających przenoszenie prawa własności papierów wartościowych Emitenta.

h) Opis zasad dotyczących powoływania i odwoływania osób zarządzających oraz ich uprawnień, w szczególności prawo do podjęcia decyzji o emisji lub wykupie akcji

Zarząd jest organem zarządzającym i wykonawczym Spółki, reprezentującym ją na zewnątrz, jego zasady działania zawiera Regulamin zatwierdzany przez Radę Nadzorczą.

Skład i kadencja

Zarząd Spółki jest jednoosobowy lub wieloosobowy. W przypadku Zarządu wieloosobowego składa się on od dwóch do pięciu członków. Członkowie Zarządu powoływani są na okres wspólnej kadencji trwającej 5 (pięć) lat.

Członkowie Zarządu są powoływani i odwoływani przez Radę Nadzorczą. Liczbę Członków Zarządu danej kadencji ustala Rada Nadzorcza. Rada Nadzorcza może dokonać w czasie trwania kadencji zmian liczby Członków Zarządu. Członkowie Zarządu mogą być powoływani ponownie.

Mandat Członka Zarządu, w tym również wybranego w trakcie kadencji wygasa:

- z dniem odbycia Walnego Zgromadzenia zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za ostatni pełny rok obrotowy kadencji,
- z dniem złożenia rezygnacji przez Członka Zarządu,
- z dniem odwołania go przez Radę Nadzorczą,
- w skutek śmierci,
- w razie utraty zdolności do czynności prawnych w całości lub w części.

Poszczególni Członkowie Zarządu lub cały Zarząd mogą być - z ważnych powodów - zawieszani lub odwołani przez Radę Nadzorczą przed upływem kadencji. Uprawnienie to przysługuje również Walnemu Zgromadzeniu. Odwołany Członek Zarządu oraz Członek, który złożył rezygnację z pełnionej funkcji, jest obowiązany:

- a) złożyć wyjaśnienia w toku przygotowywania sprawozdania Zarządu i sprawozdania finansowego, obejmującego okres pełnienia przez niego funkcji Członka Zarządu oraz do udziału w Walnym Zgromadzeniu, zatwierdzającym wymienione wyżej sprawozdania,
- b) należycie rozliczyć się z prowadzonych spraw i przekazać posiadane dokumenty swojemu następcy lub osobie wskazanej przez Radę Nadzorczą - w celu zapewnienia ciągłości funkcjonowania Spółki.

W razie odwołania lub zawieszenia w czynnościach Członka Zarządu, względnie całego Zarządu oraz gdy Zarząd z innych powodów nie może działać - Rada Nadzorcza może delegować Członka lub Członków Rady, do czasowego wykonywania czynności Członka Zarządu Spółki.

Kompetencje

Zarząd Spółki prowadzi sprawy Spółki i reprezentuje ją we wszystkich sprawach niezastrzeżonych do kompetencji Rady Nadzorczej Spółki lub Walnego Zgromadzenia w postanowieniach Statutu lub bezwzględnie obowiązujących przepisach prawa.

Zarząd może udzielić prokury oraz innych pełnomocnictw, do wykonywania czynności określonego rodzaju lub czynności szczególnych. Powołanie prokurenta wymaga zgody wszystkich Członków Zarządu, natomiast odwołać prokurę może samodzielnie każdy z Członków Zarządu.

W przypadku gdy w skład Zarządu Spółki wchodzi więcej niż jedna osoba Zarząd jest organem kolegialnym, wykonującym swe uprawnienia poprzez podejmowanie uchwał.

Do wyłącznych kompetencji Zarządu należy nabywanie i zbywanie nieruchomości, prawa użytkowania wieczystego lub udziału w nieruchomości lub prawie użytkowania wieczystego. Dokonanie czynności prawnej mającej za przedmiot nabycie i zbycie nieruchomości, prawa użytkowania wieczystego lub udziału w nieruchomości lub prawie użytkowania wieczystego nie wymaga uchwały Walnego Zgromadzenia.

Prawo do podjęcia decyzji o emisji lub wykupie akcji należy do kompetencji Walnego Zgromadzenia.

W ramach Zarządu nie działają żadne komitety.

i) Opis zasad zmiany statutu lub umowy spółki

Zmiana obowiązującego Statutu należy do kompetencji Walnego Zgromadzenia.

j) Sposób działania walnego zgromadzenia i jego zasadnicze uprawnienia oraz opis praw akcjonariuszy i sposobu ich wykonywania, w szczególności zasady wynikające z regulaminu walnego zgromadzenia, jeżeli taki regulamin został uchwalony, o ile informacje w tym zakresie nie wynikają wprost z przepisów prawa

Podstawa prawna

Walne Zgromadzenie Spółki obraduje według zasad określonych przepisami Kodeksu spółek handlowych, Statutu Spółki oraz Regulaminu Walnego Zgromadzenia. Walne Zgromadzenie obraduje jako zwyczajne lub nadzwyczajne.

Miejsce

Walne Zgromadzenia odbywają się w Łodzi lub w Warszawie.

Zwołanie

Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie zwołuje Zarząd Spółki z własnej inicjatywy lub na pisemny wniosek Rady Nadzorczej albo na wniosek akcjonariusza lub akcjonariuszy reprezentujących co najmniej jedną dziesiątą kapitału zakładowego.

Zwołanie Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia na wniosek Rady Nadzorczej lub akcjonariuszy powinno nastąpić w ciągu dwóch tygodni od daty zgłoszenia wniosku.

Walne Zgromadzenie zwołane na wniosek akcjonariuszy powinno się odbyć w terminie wskazanym we wniosku; a jeżeli dotrzymanie tego terminu napotyka na istotne przeszkody – w najbliższym terminie umożliwiającym rozstrzygnięcie spraw wnoszonych pod jego obrady.

Rada Nadzorcza oraz akcjonariusz lub akcjonariusze reprezentujący co najmniej jedną dziesiątą kapitału zakładowego mogą żądać umieszczenia poszczególnych spraw w porządku obrad najbliższego Walnego Zgromadzenia.

Kworum

Walne Zgromadzenie jest ważne bez względu na ilość reprezentowanego na nim kapitału zakładowego.

*Sprawozdanie Zarządu z działalności „MONNARI TRADE” S.A.
za okres od 1 stycznia 2011 r. do 31 grudnia 2011 r.*

Do kompetencji Walnego Zgromadzenia należy:

- a) rozpatrzenie i zatwierdzenie sprawozdania Zarządu z działalności spółki oraz sprawozdania finansowego za ubiegły rok obrotowy oraz udzielenie absolutorium członkom organów spółki z wykonania przez nich obowiązków,
- b) powzięcie uchwały o podziale zysku lub pokryciu straty;
- c) zmiana przedmiotu działalności Spółki;
- d) zmiana Statutu;
- e) podwyższenie lub obniżenie kapitału zakładowego Spółki;
- f) umarzanie akcji Spółki;
- g) postanowienia dotyczące roszczeń o naprawienie szkody wyrządzonej przy zawiązaniu spółki lub sprawowaniu zarządu albo nadzoru;
- h) zbycie i wydzierżawienie przedsiębiorstwa lub jego zorganizowanej części oraz ustanowienie na nich ograniczonego prawa rzeczowego;
- i) emisja obligacji zamiennych lub obligacji z prawem pierwszeństwa;
- j) rozwiązanie lub likwidacja Spółki;
- k) inne sprawy, zastrzeżone przez przepisy Kodeksu spółek handlowych lub postanowienia niniejszego Statutu.

Zarząd i Rada Nadzorcza

Na Walnym Zgromadzeniu powinni być obecni członkowie Rady Nadzorczej i Zarządu.

Biegły rewident

powinien być obecny na Zwyczajnym Walnym Zgromadzeniu oraz na Nadzwyczajnym Walnym Zgromadzeniu, jeżeli przedmiotem obrad mają być sprawy finansowe Spółki.

W granicach swoich kompetencji i w zakresie niezbędnym dla rozstrzygnięcia spraw omawianych przez Walne Zgromadzenie Zarząd, Rada Nadzorcza i biegły rewident powinni udzielić uczestnikom Zgromadzenia wyjaśnień i informacji dotyczących Spółki.

Przewodniczącego wybiera się spośród osób uprawnionych do uczestniczenia w Zgromadzeniu. Każda osoba uprawniona do uczestnictwa w Zgromadzeniu ma prawo zgłosić jednego kandydata na funkcję Przewodniczącego Walnego Zgromadzenia.

Sporządzenie listy obecności następuje na podstawie listy osób uprawnionych do udziału w Walnym Zgromadzeniu przygotowanej przez Zarząd. W czasie obrad lista obecności powinna być dostępna dla wszystkich uczestników Zgromadzenia.

Komisja skrutacyjna wybierana jest spośród uczestników Zgromadzenia w głosowaniu jawnym, o ile Zgromadzenie wyłączyło tajność wyborów. Każdy akcjonariusz może zgłosić jednego kandydata.

Jeżeli głosowania są przeprowadzane przy użyciu specjalistycznego sprzętu elektronicznego, a liczba osób uczestniczących w obradach Zgromadzenia nie jest znaczna, Przewodniczący Walnego Zgromadzenia może odstąpić od wyboru komisji skrutacyjnej. W takim przypadku wszelkie protokoły z głosowań podpisuje Przewodniczący.

Porządek obrad akcjonariusze przyjmują w głosowaniu jawnym, zwykłą większością głosów obecnych, bądź podejmują decyzje o dokonaniu zmian w porządku obrad, z zastrzeżeniem bezwzględnie obowiązujących przepisów prawa. Uchwała o zdjęciu lub zaniechaniu rozpatrywania sprawy umieszczonej w porządku obrad powinna zapaść jedynie w przypadku, gdy przemawiają za nią istotne i rzeczowe powody. Wniosek w takiej sprawie powinien być szczegółowo umotywowany. Uchwały dotyczące usunięcia spraw umieszczonych w porządku obrad Walnego Zgromadzenia na żądanie zgłoszone przez akcjonariusza lub akcjonariuszy reprezentujących co najmniej jedna dziesiąta kapitału zakładowego, wymagają dla swojej ważności zgody tych akcjonariuszy oraz większości $\frac{3}{4}$ (trzech czwartych) głosów oddanych.

Dyskusja - na żądanie osoby zabierającej głos, jej oświadczenie zostaje przyjęte do protokołu Walnego Zgromadzenia. W przypadku zbieżności merytorycznej kilku rozpatrywanych spraw, Przewodniczący Walnego Zgromadzenia może wystąpić, aby dyskusja nad kilkoma punktami porządku obrad była przeprowadzana łącznie. Każdy akcjonariusz uczestniczący w obradach może wyrazić sprzeciw wobec takiej propozycji. Do czasu zamknięcia dyskusji, każdy akcjonariusz może wnosić propozycje zmian do projektów uchwał.

Projekty uchwał objęte porządkiem obrad przewidzianym w ogłoszeniu o Zgromadzeniu, Zarząd Spółki przygotowuje i podaje do publicznej wiadomości. Jeżeli w toku dyskusji mówcy

nie sformułowali wyraźnie brzmienia proponowanej uchwały, do ostatecznej redakcji zgłoszonych wniosków obowiązany jest Przewodniczący, chyba że zostanie powołana komisja. W przypadku zgłoszenia w toku obrad Zgromadzenia znacznej liczby wniosków, Zgromadzenie na wniosek Przewodniczącego może powołać komisję wnioskową składającą się z trzech członków, dokonującą ostatecznej redakcji projektów uchwał.

Odrzucenie w wyniku głosowania projektu uchwały z powodu nie uzyskania wymaganej większości głosów nie będzie oznaczało, że Zgromadzenie podjęło uchwałę negatywną, o treści przeciwnej do wniosku poddanego pod głosowanie. Uchwały Walnego Zgromadzenia zapadają zwykłą większością głosów oddanych, chyba że Kodeks spółek handlowych lub Statut przewiduje surowsze warunki podjęcia uchwały. Osoba zgłaszająca sprzeciw wobec uchwały powinna go zwięźle uzasadnić.

Głosowanie - Akcjonariusz nie może ani osobiście, ani przez pełnomocnika, ani jako pełnomocnik innej osoby głosować nad powzięciem uchwał dotyczących,

- a) jego odpowiedzialności wobec Spółki z jakiegokolwiek tytułu, w tym udzielenia absolutorium,
- b) jego wyboru do organów Spółki,
- c) zwolnienia z zobowiązania wobec Spółki,
- d) sporu pomiędzy nim, a Spółką.

Z wyjątkiem spraw wymienionych poniżej, głosowania są jawne. Głosowanie tajne zarządza się:

- a) przy wyborach oraz nad wnioskami o odwołanie członków organów Spółki,
- b) nad wnioskami o pociągnięcie członków organów Spółki do odpowiedzialności,
- c) w sprawach osobowych,
- d) na żądanie choćby jednego z akcjonariuszy obecnych lub reprezentowanych na Walnym Zgromadzeniu.

Wybór członków Rady Nadzorczej - każdy akcjonariusz ma prawo zgłosić jednego kandydata na stanowisko Członka Rady Nadzorczej. Na wniosek akcjonariuszy, reprezentujących co najmniej jedną piątą kapitału zakładowego, wybór Rady Nadzorczej powinien być dokonany przez Walne Zgromadzenie w drodze głosowania oddzielnymi grupami. Osoby reprezentujące na Walnym Zgromadzeniu tę część akcji, która przypada z podziału ogólnej liczby reprezentowanych akcji przez liczbę członków Rady, mogą utworzyć oddzielną grupę, celem

wyboru jednego członka Rady, nie biorą jednak udziału w wyborze pozostałych członków. Wniosek o wybór członków Rady Nadzorczej w drodze głosowania grupami powinien być zgłoszony Spółce na piśmie w terminie co najmniej sześciu tygodni przed terminem zwołania Walnego Zgromadzenia. Akcjonariusz może należeć tylko do jednej grupy. Każda z grup podejmuje decyzję o wyborze członka Rady zwykłą większością głosów oddanych. Uchwała z obrad grupy jest protokołowana przez notariusza.

Jeżeli na Walnym Zgromadzeniu nie dojdzie do utworzenia co najmniej jednej grupy zdolnej do wyboru członka Rady Nadzorczej, nie dokonuje się wyborów.

Przerwa w obradach Zgromadzenia - Uchwała o zarządzeniu przerwy w Zgromadzeniu nie wymaga dodatkowego ogłoszenia w sposób przewidziany dla zwoływania Zgromadzenia, w tym co do miejsca wznowienia obrad po przerwie z zastrzeżeniem, że Zgromadzenie będzie odbywać się w tej samej miejscowości.

Protokół - przebieg Walnego Zgromadzenia jest protokołowany przez notariusza, a protokół powinien obejmować w szczególności:

- a) stwierdzenie prawidłowości zwołania Walnego Zgromadzenia i jego zdolność do podjęcia uchwał w sprawach objętych porządkiem obrad;
- b) treść powziętych uchwał z jednoczesnym podaniem ilości głosów oddanych za każdą uchwałą;
- c) zgłoszone sprzeciwy;
- d) pisemne oświadczenia uczestników Walnego Zgromadzenia.

Protokół podpisuje Przewodniczący i notariusz.

Przewodniczący bez ważnych przyczyn nie może opóźnić podpisania protokołu Walnego Zgromadzenia. Do protokołu dołącza się listę obecności z podpisami uczestników Walnego Zgromadzenia, a także, na żądanie uczestnika, jego pisemne oświadczenia.

Wypis aktu notarialnego zawierającego protokół wraz z dowodami zwołania Walnego Zgromadzenia oraz pełnomocnictwami do wykonywania prawa głosu lub dokumenty stwierdzające fakt działania akcjonariusza przez innego przedstawiciela Zarząd Spółki dołącza do księgi protokołów, którą akcjonariusze mają prawo przeglądać i żądać wydania z niej poświadczonych przez Zarząd odpisów uchwał. Wydając akcjonariuszowi odpis notarialnego protokołu Zgromadzenia, Spółka może żądać kosztów jego sporządzenia.

Przebieg obrad może być, na wniosek Zarządu, dodatkowo rejestrowany za pomocą zapisów fonicznych lub wizualnych.

k) Skład osobowy i zmiany, które w nim zaszły w ciągu ostatniego roku obrotowego, oraz opis działania organów zarządzających, nadzorujących lub administrujących oraz ich komitetów.

Zarząd

Opis działania Zarządu przedstawiony został w podpunkcie h) niniejszego Sprawozdania, w tym opis zasad dotyczących powoływania i odwoływania osób zarządzających oraz ich uprawnień, w szczególności prawo do podjęcia decyzji o emisji lub wykupie akcji.

Na dzień 31 grudnia 2011 roku skład Zarządu Spółki był jednoosobowy - funkcję Prezesa Zarządu pełnił Pan Mirosław Misztal. W związku z powyższym, w obrębie Zarządu nie były utworzone żadne komitety.

W 2011 r. skład Zarządu Emitenta nie uległ zmianie.

W dniu 13 stycznia 2011 r. Zarząd MONNARI TRADE S.A. ustanowił Pana Mariusza Bujakiewicza prokurentem samoistnym.

Skład Zarządu Emitenta nie uległ zmianie do dnia publikacji niniejszego raportu.

Rada Nadzorcza

Skład Rady Nadzorczej „MONNARI TRADE” S.A. do dnia 30 czerwca 2011 r.:

Jerzy Leszczyński - Przewodniczący Rady Nadzorczej,

Ryszard Zatorski - Członek Rady Nadzorczej,

Zbigniew Wojnicki - Członek Rady Nadzorczej,

Tomasz Morawski - Członek Rady Nadzorczej,

Adam Majka Członek - Rady Nadzorczej,

Elżbieta Zawadzka Członek Rady Nadzorczej.

W dniu 30 czerwca 2011 r. Zwyczajne Walne Zgromadzenie w związku z wygaśnięciem mandatów Pana Tomasza Morawskiego oraz Pani Elżbiety Zawackiej powołało w skład Rady Nadzorczej „MONNARI TRADE” S.A. Pana Jacka Pierzyńskiego oraz Panią Annę Augustyniak-Kala.

Skład Rady Nadzorczej na dzień 31.12.2011 r.

Jerzy Leszczyński - Przewodniczący Rady Nadzorczej,

Ryszard Zatorski - Członek Rady Nadzorczej,

Zbigniew Wojnicki - Członek Rady Nadzorczej,

Jacek Pierzyński - Członek Rady Nadzorczej,

Adam Majka - Członek Rady Nadzorczej,

Anna Augustyniak-Kala – Członek Rady Nadzorczej.

Skład Rady Nadzorczej Emitenta nie uległ zmianie do dnia publikacji sprawozdania.

Podstawa prawna - Rada Nadzorcza Spółki działa na podstawie Kodeksu spółek handlowych, Statutu Spółki, uchwał Walnego Zgromadzenia i innych obowiązujących przepisów prawa, oraz posiada Regulamin zatwierdzony przez Walne Zgromadzenie.

Skład - Rada Nadzorcza składa się od 5 do 7 członków powoływanych i odwoływanych przez Walne Zgromadzenie. Rada Nadzorcza lub poszczególni jej Członkowie mogą być w każdym czasie odwołani w sposób przewidziany dla ich odwołania przed upływem kadencji.

W przypadku ustania członkostwa w Radzie Nadzorczej na skutek rezygnacji lub z przyczyn losowych, Rada Nadzorcza może dokooptować w to miejsce nowego Członka Rady. Dokooptowany Członek Rady powinien być przedstawiony przez Radę do zatwierdzenia na najbliższym Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy.

Kadencja Rady Nadzorczej trwa pięć lat. Członkowie Rady Nadzorczej mogą być powoływani ponownie.

Posiedzenia Rada Nadzorcza powinna być zwoływana w miarę potrzeb, nie rzadziej jednak niż 3razy w roku obrotowym. Zarząd lub Członek Rady Nadzorczej mogą żądać zwołania Rady Nadzorczej podając proponowany porządek obrad. Przewodniczący Rady Nadzorczej zwołuje posiedzenie w terminie 2 (słownie: dwóch)tygodni od dnia otrzymania wniosku, przy czym tak zwołane posiedzenie powinno odbyć się w terminie

nie dłuższym niż jeden miesiąc od dnia otrzymania wniosku o zwołaniu posiedzenia Rady Nadzorczej.

Posiedzenia Rady Nadzorczej zwoływane są przez Przewodniczącego, a w przypadku braku możliwości zwołania posiedzenia przez Przewodniczącego zwołuje je inny Członek Rady Nadzorczej, zawiadomieniem wysłanym listem poleconym, telefaksem, (jeżeli uzyskano

potwierdzenie transmisji) lub doręczonym osobiście nie później niż 7 (słownie: siedem) dni przed posiedzeniem.

Posiedzenia Rady Nadzorczej są dostępne i jawne dla Członków Zarządu za wyjątkiem spraw dotyczących bezpośrednio Zarządu jak i jego Członków, w szczególności: odwołania, odpowiedzialności oraz ustalenia wysokości wynagrodzenia.

Kompetencje - Rada Nadzorcza sprawuje stały nadzór nad działalnością Spółki we wszystkich dziedzinach jej działalności.

Do szczególnych kompetencji Rady Nadzorczej, oprócz spraw zastrzeżonych postanowieniami Statutu Spółki, należy:

- a) ocena rocznego sprawozdania finansowego,
- b) ocena sprawozdania Zarządu Spółki oraz wniosków Zarządu co do podziału zysku lub pokrycia strat,
- c) ocenę sytuacji Spółki,
- d) składanie Walnemu Zgromadzeniu sprawozdania z wyników czynności, o których mowa w podpunkcie a, b i c,
- e) powoływanie i odwoływanie Członków Zarządu Spółki oraz ustalanie wysokości ich wynagrodzenia,
- f) zawieszanie w czynnościach z ważnych powodów Członka Zarządu lub całego Zarządu,
- g) delegowanie Członka lub Członków Rady Nadzorczej do czasowego wykonywania obowiązków Członka Zarządu Spółki w razie zawieszenia Członków Zarządu czy też całego Zarządu lub gdy Zarząd z innych powodów nie może działać,
- h) wybór biegłego rewidenta uprawnionego do przeprowadzania badania sprawozdania finansowego, w taki sposób, aby zapewniona była niezależność przy realizacji powierzonych mu zadań.

Radzie Nadzorczej przysługuje prawo kontrolowania pełnego zakresu działalności Spółki, a w szczególności prawo do:

- a) sprawdzania akt i dokumentacji Spółki,
- b) dokonywania rewizji majątku Spółki,
- c) żądania od Zarządu przedstawienia wszelkich dokumentów i innych materiałów dotyczących działalności Spółki,
- d) żądania od pracowników Spółki stosownych sprawozdań i wyjaśnień.

Obowiązki - Członek Rady Nadzorczej powinien przede wszystkim mieć na względzie interes Spółki. Członek Rady Nadzorczej nie powinien rezygnować z pełnienia tej funkcji w trakcie kadencji, jeżeli mogłoby to uniemożliwić działanie Rady, a w szczególności jeśli mogłoby to uniemożliwić terminowe podjęcie istotnej uchwały.

Członek Rady Nadzorczej oddelegowany przez Radę Nadzorczą do stałego pełnienia nadzoru powinien składać Radzie Nadzorczej szczegółowe sprawozdania z pełnionej funkcji.

Działanie - Rada Nadzorcza realizuje swe zadania i uprawnienia poprzez podejmowanie uchwał oraz poprzez czynności kontrolne i doradcze.

Rada Nadzorcza podejmuje uchwały zwykłą większością głosów. W przypadku równości głosów rozstrzyga głos Przewodniczącego.

Rada Nadzorcza może podejmować uchwały również w formie pisemnej, jak również przy wykorzystaniu środków bezpośredniego porozumiewania się na odległość tj. za pośrednictwem telefonu, audiokonferencji, wideokonferencji lub poczty elektronicznej.

Podejmowanie uchwał w trybie określonym powyżej nie dotyczy wyborów Przewodniczącego czy Wiceprzewodniczącego Rady Nadzorczej, a także powołania Członka Zarządu oraz odwołania i zawieszania w czynnościach tych osób.

Podjęcie przez Radę Nadzorczą uchwał w formie pisemnej odbywa się bez zwoływania i prowadzenia posiedzenia, po podpisaniu ich przez wszystkich Członków Rady Nadzorczej Spółki. Warunkiem podejmowania uchwał w tym trybie jest przesłanie projektu takiej uchwały każdemu z Członków Rady Nadzorczej Spółki.

Członkowie Rady Nadzorczej mogą brać udział w podejmowaniu uchwał Rady Nadzorczej, oddając swój głos na piśmie za pośrednictwem innego Członka Rady Nadzorczej. Oddanie głosu na piśmie nie może dotyczyć spraw wprowadzonych do porządku obrad na posiedzeniu Rady Nadzorczej.

Każdy Członek Rady Nadzorczej może żądać na piśmie lub ustnie w trakcie posiedzenia, aby Przewodniczący włączył określone sprawy do porządku obrad następnego posiedzenia.

Zarząd Spółki przygotowuje wszelkie materiały dotyczące spraw będących przedmiotem posiedzenia

Rady Nadzorczej oraz dostarcza takie materiały wszystkim Członkom Rady Nadzorczej co najmniej 7 (słownie: siedem) dni przed datą posiedzenia.

Członkowie Rady Nadzorczej są zobowiązani do informowania Zarządu o:

- a) Zbyciu lub nabyciu akcji spółki lub też spółki wobec niej dominującej lub zależnej, jak również o transakcjach z takimi spółkami. Informacja ta powinna być złożona na piśmie niezwłocznie po zajściu wskazanych zdarzeń,
- b) Osobistym, faktycznym i organizacyjnym powiązaniu z akcjonariuszem Spółki, który posiada co najmniej 5 % głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki.

W przypadku zaistnienia konfliktu interesów Członek Rady Nadzorczej jest zobowiązany powiadomić pozostałych Członków Rady Nadzorczej i powstrzymać się od zabierania głosu w dyskusji oraz od głosowania nad przyjęciem uchwały w sprawie, której zaistniał konflikt interesów.

Rada Nadzorcza „MONNARI TRADE” S.A. działała kolegialnie podejmując swoje decyzje w formie uchwał.

W ramach Rady Nadzorczej działa Komitet Audytu. Komitet Audytu funkcjonował i realizował swoje zadania, które reguluje Załącznik I do Zaleceń Komisji Europejskiej z dnia 15 lutego 2005 r., na posiedzeniach zwykłych Rady Nadzorczej, których w roku 2011 było 6.

5. Wskazanie postępowań toczących się przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej, z uwzględnieniem informacji w zakresie:

- a) postępowania dotyczącego zobowiązań albo wierzytelności emitenta lub jednostki od niego zależnej, których wartość stanowi co najmniej 10% kapitałów własnych emitenta, z określeniem: przedmiotu postępowania, wartości przedmiotu sporu, daty wszczęcia postępowania, stron wszczętego postępowania oraz stanowiska emitenta,
- b) dwu lub więcej postępowań dotyczących zobowiązań oraz wierzytelności, których łączna wartość stanowi odpowiednio co najmniej 10% kapitałów własnych emitenta, z określeniem łącznej wartości postępowań odrębnie w grupie zobowiązań oraz wierzytelności wraz ze stanowiskiem emitenta w tej sprawie oraz, w odniesieniu do największych postępowań w grupie zobowiązań i grupie wierzytelności — ze wskazaniem ich przedmiotu, wartości przedmiotu sporu, daty wszczęcia postępowania oraz stron wszczętego postępowania

Postępowanie upadłościowe

W dniu 22 października 2010 r. sąd upadłościowy zatwierdził układ zawarty na Zgromadzeniu Wierzycieli w dniu 29 września 2010 r. W dniu 8 listopada 2010 r. Sąd wydał postanowienie w przedmiocie stwierdzenia z urzędu zakończenia postępowania

upadłościowego. Obecnie „MONNARI TRADE” S.A. jest w okresie wykonywania układu z wierzycielami i realizuje go zgodnie z jego treścią.

Na dzień przekazania niniejszego raportu Spółka wykonała 59% układ z wierzycielami (pod względem wartości zaspokojenia). Układ jest realizowany zgodnie z postanowieniem Sądu.

Sprawy z powództwa oraz przeciwko ROY S.A. w upadłości likwidacyjnej

Najistotniejszym elementem spornych roszczeń zgłoszonych do masy upadłości „MONNARI TRADE” S.A. jest wierzytelność w kwocie 12,5 mln zł zgłoszona przez Roy S.A. w upadłości likwidacyjnej i dochodzona odrębnym postępowaniem przed sądem powszechnym.

Roszczenie Roy S.A. w upadłości likwidacyjnej wynikające z odszkodowania za straty powstałe z nie wywiązania się przez „MONNARI TRADE” S.A. z umowy inwestycyjnej jest w całości bezzasadne i jako takie nie znajduje odzwierciedlenia w sprawozdaniu finansowym.

Jednocześnie „MONNARI TRADE” S.A. posiada wierzytelności przysługujące od Roy S.A. z tytułu objęcia emisji obligacji, udzielonych gwarancji i sprzedaży na łączną kwotę 10,6 mln zł (wierzytelności w całości objęte odpisami z tytułu utraty wartości).

Sprawa przeciwko MOLTON Sp. z o.o. w upadłości likwidacyjnej

„MONNARI TRADE” S.A., w ramach toczącego się postępowania upadłościowego podmiotu zależnego „MOLTON” Sp. z o.o., dokonała zgłoszenia do masy upadłości wierzytelności na łączną kwotę 16.687 tys. zł, w tym 15.180 tys. zł z tytułu obligacji. Wierzytelności te, z uwagi na oddalenie roszczenia Spółki przez Syndyka masy upadłości „MOLTON” Sp. z o.o., traktowane są jako sporne. Wierzytelności te są w całości objęte odpisem aktualizującym wartość.

W okresie objętym niniejszym sprawozdaniem oraz na dzień jego przekazania nie toczą się inne istotne postępowania dotyczące zobowiązań albo wierzytelności Spółki, postępowania przed organem właściwym dla postępowania arbitrażowego, ani organem administracji publicznej.

6. Informacja o podstawowych produktach, towarach, usługach wraz z ich określeniem wartościowym i ilościowym oraz udziałem poszczególnych produktów, towarów i usług w sprzedaży emitenta ogółem, a także zmianach w tym zakresie w danym roku obrotowym

Głównym obszarem działalności gospodarczej „MONNARI TRADE” S.A. jest tworzenie szerokiej i zróżnicowanej oferty asortymentowej odzieży damskiej, obejmującej modne, wygodne i wysokiej jakości ubrania, a następnie jej sprzedaż poprzez sieć własnych sklepów firmowych.

Działalność gospodarcza Spółki obejmuje w szczególności:

- projektowanie kolekcji odzieży,
- zlecenie produkcji oraz jej kontrolę,
- działania marketingowe,
- sprzedaż odzieży i dodatków pod marką MONNARI we własnej sieci salonów.

„MONNARI TRADE” S.A. jest podmiotem wysoko wyspecjalizowanym, który posiada doświadczoną grupę projektantów przygotowujących nowe kolekcje ubrań zgodne z najnowszymi trendami mody.

Największym atutem Emitenta jest dobrze rozpoznawalna na rynku marka handlowa:



Obecnie sprzedaż odzieży damskiej prowadzona jest przez Emitenta tylko pod tą marką.

Kanały dystrybucji

Emitent sprzedaje swoje towary poprzez:

- salony firmowe,
- salony outletowe,
- sprzedaż zewnętrzna,
- sprzedaż przez sklep internetowy.

Zgodnie z przyjętą przez Zarząd strategią rozwoju Emitenta, najważniejszym kanałem dystrybucji Spółki są sklepy detaliczne. Udział przychodów w tym kanale dystrybucji w okresie objętym niniejszym Sprawozdaniem waha się w przedziale 97%.

Struktura sprzedaży Emitenta wg kanałów dystrybucji

| Wyszczególnienie | 2011 | | 2010 | |
|---------------------------|----------------|---------------|----------------|---------------|
| | w tys. zł | % | w tys. zł | % |
| Sklepy detaliczne, w tym: | 108.082 | 97,19 | 114.267 | 94,15 |
| - salony firmowe | 103.361 | 92,95 | 108.943 | 89,76 |
| - sklepy outletowe | 4.721 | 4,24 | 5.324 | 4,39 |
| Sprzedaż zewnętrzna | 3.123 | 2,81 | 7.105 | 5,85 |
| Sprzedaż ogółem | 111.205 | 100,00 | 121.372 | 100,00 |

Salony sprzedaży (wraz z salonami outletowymi) zlokalizowane są w większości w dużych centrach handlowych na terenie całego kraju, głównie w miastach wojewódzkich, m.in. w Łodzi, Warszawie, Gdańsku, Wrocławiu, Katowicach, Lublinie, Krakowie, Poznaniu, Szczecinie. W 2011 r. na przełomie sezonów sprzedażowych uruchomiona została sprzedaż internetowa. Sklep MONNARI rozpoczął dystrybucję towarów pod adresem www.emonnari.pl i był odpowiedzią na duże zainteresowanie klientek MONNARI taką formą zakupów.

Zarząd ocenia powyższe przedsięwzięcie za udane - z miesiąca na miesiąc sklep internetowy zwiększa swoje obroty.

Koncepcja rozwoju sprzedaży poprzez kanał internetowy upodabnia działania Spółki do strategii realizowanych przez zagraniczne koncerny odzieżowe na rynkach Europy Zachodniej.

Na koniec 2011 r. sprzedaż towarów Spółki odbywa się w 98 lokalach handlowych oraz poprzez sklep internetowy.

Liczba sklepów własnych Emitenta (w szt.) z uwzględnieniem powierzchni handlowej sklepów (w tys. m²)

| | 31.12.2011 | 31.12.2010 |
|---------------------------------|------------|------------|
| Liczba sklepów własnych, w tym: | 98 | 99 |
| - dolnośląskie | 13 | 11 |
| - kujawsko-pomorskie | 7 | 6 |
| - lubelskie | 6 | 5 |
| - lubuskie | 6 | 4 |
| - łódzkie | 5 | 8 |
| - małopolskie | 9 | 8 |
| - mazowieckie | 7 | 8 |

*Sprawozdanie Zarządu z działalności „MONNARI TRADE” S.A.
za okres od 1 stycznia 2011 r. do 31 grudnia 2011 r.*

| | 31.12.2011 | 31.12.2010 |
|---|-------------------|-------------------|
| - opolskie | 2 | 2 |
| - podkarpackie | 4 | 4 |
| - podlaskie | 4 | 4 |
| - pomorskie | 7 | 7 |
| - śląskie | 11 | 13 |
| - świętokrzyskie | 3 | 3 |
| - warmińsko-mazurskie | 1 | 1 |
| - wielkopolskie | 9 | 11 |
| - zachodniopomorskie | 4 | 4 |
| Powierzchnia handlowa w tys. m² | 15,5 | 15,9 |

Poza regularną sprzedażą w salonach, Spółka organizuje dwa razy w roku kiermasze wyprzedażowe w kilku centrach handlowych w miesiącach wyprzedażowych – styczeń/luty, lipiec/sierpień.

Spółka dąży, aby w salonach firmowych każdy klient traktowany był w sposób indywidualny, co pozwala wykorzystać salon, jako narzędzie komunikowania się z klientem.

Wystrój i wyposażenie salonów utrzymane są w jednakowej dla całej sieci kolorystyce i stylistyce, nawiązującej do biało-czarno-czerwonego logo MONNARI. Ich powierzchnia, obejmująca od 70 do 220 m², umożliwia profesjonalną, często zmienianą ekspozycję kolekcji. Kolekcja zaprezentowana jest w salonach w sposób profesjonalny, zgodny z zasadami sztuki kreowania ekspozycji (visual merchandising), która stawia produkt w centrum uwagi kupującego i jest kluczowym działaniem w strategii marketingowej nowoczesnej firmy. Pozwala to klientkom dobrze poznać cały asortyment i komponować sylwetki przez dobór kilku elementów odzieży i uzupełnienie ich dodatkami.

Przestronne wnętrza salonu, właściwa ekspozycja kolekcji, duże i liczne przymierzalnie, pozwalają stworzyć atmosferę komfortu wyboru i zakupów. Istotne znaczenie dla procesu zakupu ma też doradztwo ze strony wyszkolonego personelu. Salon firmowy jest też elementem budowania lojalności. Stałe klientki mają możliwość otrzymania rabatowej Karty Stałego Klienta (KSK), pozwalającej na zakupy z bonifikatą do 15%. Systematyczne zakupy o określonej wartości nagradzane są, zgodnie z przyjętym regulaminem KSK. Klientki MONNARI

to w większości kobiety między 30 a 50 rokiem życia, mieszkanki dużych miast, aktywne zawodowo, ceniące aktywny wypoczynek.

W związku z kontynuowaną od 2011 r. reorganizacją w tym obszarze, Spółka planuje poprawić przychody generowane przez salony firmowe.

Oferta produktowa

Kolekcje Emitenta przygotowywane są na dwa sezony: wiosna-lato oraz jesień-zima. W ramach każdej „sezonowej” kolekcji znajdują się 2-3 linie odzieżowe, ich ilość uzależniona jest od bieżących trendów mody.

Tworzone przez „MONNARI TRADE” SA kolekcje odzieży damskiej obejmują szereg grup asortymentowych:

- bluzki,
- kurtki,
- płaszcze,
- spodnie,
- spódnice,
- sukienki,
- swetry,
- koszulki,
- żakiety,
- różnego rodzaju dodatki (biżuteria, szale, czapki, kapelusze, rękawiczki, torby, portfele, paski, obuwie, okulary, stroje kąpielowe).

Struktura sprzedaży krajowej towarów Emitenta

| Wyszczególnienie | 2011 | | 2010 | |
|------------------|----------------|---------------|----------------|---------------|
| | w tys. zł | % | w tys. zł | % |
| Odzież | 96.853 | 88,81 | 105.269 | 88,26 |
| Dodatki | 12.203 | 11,19 | 14.006 | 11,74 |
| Razem | 109.056 | 100,00 | 119.275 | 100,00 |

Atutem markowych kolekcji jest ich spójność, wieloasortymentowość i krótkie serie oferowanych modeli (płaszcze, kurtki, żakiety, spódnice, spodnie, sukienki, bluzki, kamizelki,

dzianiny). Pozwala to każdej kobiecie na indywidualne zestawienia poszczególnych elementów garderoby i kreowanie własnego stylu. Odzież uzupełniania jest dodatkami (buty, torby, paski, biżuteria, okulary, szaliki, rękawiczki itp.). Charakter dodatków jest ściśle skorelowany z charakterem kolekcji oferowanej w danym sezonie. Klientki Spółki mogą, zatem systematycznie komponować i uzupełniać swoją garderobę o kolejne markowe elementy, które pozwalają na zachowanie spójnego wizerunku.

Sezonowość sprzedaży

Przychody ze sprzedaży Emitenta wykazują cykliczną zmienność w ciągu roku. Związane jest to przede wszystkim z sezonowością branży odzieżowej, zależnej od trendów mody i zmieniających się warunków pogodowych. Nasilenie popytu i sprzedaży następuje zwykle na początku zmieniających się pór roku, co zbiega się z wprowadzeniem nowych kolekcji. Cykl projektowania, produkcji i sprzedaży skupia się na dwóch sezonach: wiosna-lato oraz jesień-zima. Czynnikiem wpływającym na wzrost sprzedaży są okresowe wyprzedaże, co zauważalne jest w poziomie generowanych przychodów w miesiącach na przełomie sezonów.

Struktura sprzedaży krajowej odzieży i dodatków Emitenta w podziale na kolekcje

| Wyszczególnienie | 2011 | | 2010 | |
|------------------|----------------|---------------|----------------|---------------|
| | w tys. zł | % | w tys. zł | % |
| Jesień-Zima | 64.256 | 58,92 | 71.198 | 59,69 |
| Wiosna-Lato | 44.800 | 41,08 | 48.077 | 40,31 |
| Razem | 109.056 | 100,00 | 119.275 | 100,00 |

Na wyniki sprzedaży w poszczególnych miesiącach ma też wpływ różnorodność kolekcji (liczba modeli i ich wersji np. kolorystycznych) oraz ceny poszczególnych asortymentów. Sezon jesienno-zimowy cechuje większa sprzedaż odzieży wierzchniej (płaszczy, kurtek) relatywnie droższej od okryć wiosenno-letnich. Stąd wartość sprzedaży w sezonie jesienno-zimowym jest zwykle wyższa, niż w sezonie wiosenno-letnim.

Działania marketingowe w 2011 r.

Celem działań marketingowych w 2011 r. była odbudowa pozycji marki MONNARI i jej powrót do grona marek prestiżowych.

*Sprawozdanie Zarządu z działalności „MONNARI TRADE” S.A.
za okres od 1 stycznia 2011 r. do 31 grudnia 2011 r.*

W 2011 r. twarzą Spółki MONNARI była polska Top modelka - Agnieszka Maciąg. Zdjęcia powstałe podczas sesji były podstawą do powstania:

- Plakatów wizerunkowych, które zawisły we wszystkich salonach MONNARI;
- Katalogów firmowych;
- Strony wizerunkowej www.monnari.com.pl;
- Wszelkich działań PR oraz marketingowych (plakaty, kupony) prowadzonych przez cały rok obrotowy 2011;
- Kampanii prasowej;
- Kampanii reklamowej na billboardach w dużych miastach Polski.



W ciągu całego roku 2011 r. Spółka przeprowadziła także szereg akcji promocyjnych, w tym m.in.:

- akcje walentynkową, mikołajkową, świąteczne okazje itd.;
- wiosenne kuponowanie - akcję polegającą na rozdawaniu kuponów o nominałach 50 i 100 zł, które były realizowane podczas następnego zakupu o określonej wartości,
- weekendowe przeceny na wybrany asortyment;
- konkurs dla Klientek MONNARI organizowany we współpracy z firmą Bielenda,
- udział w majowej edycji Fashion Week;
- akcje informacyjne na temat kolekcji MONNARI poprzez zdjęcia packshotowe, które ukazywały się wielu pismach modowych oraz na portalach modowych w Internecie;
- program dedykowany klientkom VIP MONNARI.

Spółka położyła szczególny nacisk na odbudowanie Klubu Stałego Klienta MONNARI, dzięki czemu ilość wydawanych kart zwiększyła się dwukrotnie.

Wdrożono akcję urodzinową dedykowaną klientkom VIP, która jest kontynuowana obecnie.

Marka MONNARI była promowana w prasie kobiecej m.in. w tytułach takich jak: Twój Styl, Pani, Zwierciadło, Wysokie Obcasy, Hot, Avanti itp.

*Sprawozdanie Zarządu z działalności „MONNARI TRADE” S.A.
za okres od 1 stycznia 2011 r. do 31 grudnia 2011 r.*

W związku z uruchomieniem sklepu internetowego rozpoczęto działania promocyjne w Internecie. Spółka przeprowadziła kilka kampanii w najpopularniejszych portalach, stosując Formaty Adtaily oraz Doublebillbord. Położono też większy nacisk na komunikację on-line. Uruchomiony został profil Monnari na FB oraz utworzono Blog MONNARI www.blog.emonnari.pl.

Akcje marketingowe były wspierane wysyłką SMS-ów do klientek z bazy stałych Klientek MONNARI oraz mailingiem do Klientek, które pozostawiły swoje adresy mailowe.

W grudniu 2011 r. Spółka rozpoczęła wspólną akcję promocyjną z firmą Whirlpool, w której obie marki uzyskały widoczny efekt synergii.

Nowy model pralki Whirlpool - Carisma ze specjalnie dedykowanym pakietem programów przeznaczonym do prania tkanin kolorowych, promowany był poprzez salony MONNARI. Powstał specjalny dedykowany katalog, promocja z marką MONNARI odbywała się także równocześnie w ponad 1000 salonach AGD. W internecie powstała specjalna dedykowana promocji strona „zywekolory.pl”, kampania była widoczna także na portalach branżowych.

Dla klientek MONNARI zorganizowany został konkurs podczas którego można było wygrać 100 pralek Whirlpool, wszyscy klienci którzy w okresie trwania promocji kupili promowaną pralkę otrzymywali bony promocyjne na zakupy w salonach MONNARI.



Rynki zbytu

Emitent działa głównie na rynku krajowym, choć marginalna część jego przychodów uzyskiwana jest ze sprzedaży eksportowej. Poniższa tabela prezentuje przychody ogółem ze

*Sprawozdanie Zarządu z działalności „MONNARI TRADE” S.A.
za okres od 1 stycznia 2011 r. do 31 grudnia 2011 r.*

sprzedaży towarów, produktów i usług wypracowane przez Emitenta w podziale na rynek krajowy i zagraniczny.

Terytorialna struktura sprzedaży Emitenta

| Wyszczególnienie | 2011 | | 2010 | |
|------------------------------------|----------------|---------------|----------------|---------------|
| | w tys. zł | % | w tys. zł | % |
| Sprzedaż usług ogółem, w tym: | 2.126 | 1,91 | 2.068 | 1,70 |
| - krajowa | 2.126 | 1,91 | 2.068 | 1,70 |
| - zagraniczna | - | - | - | - |
| Sprzedaż materiałów ogółem, w tym: | 23 | 0,02 | 29 | 0,03 |
| - krajowa | 23 | 0,02 | 29 | 0,03 |
| - zagraniczna | - | - | - | - |
| Sprzedaż towarów ogółem, w tym: | 109 056 | 98,07 | 119.275 | 98,27 |
| - krajowa | 108.971 | 97,99 | 119.173 | 98,19 |
| - zagraniczna | 85 | 0,08 | 102 | 0,08 |
| Razem | 111.205 | 100,00 | 121.372 | 100,00 |

Prowadzona na rynku polskim działalność o zasięgu ogólnokrajowym skupiona jest głównie w segmencie detalicznym. Niewielka część przychodów generowanych przez Emitenta na rynku krajowym dokonywana jest w segmencie hurtowym. Poniższe tabele przedstawiają przychody ze sprzedaży towarów Emitenta w 2011 i 2010 roku wg kanałów dystrybucji w podziale na segment krajowej sprzedaży hurtowej i detalicznej.

Struktura rynków zbytu towarów Emitenta

| Wyszczególnienie | 2011 | | 2010 | |
|-----------------------------|----------------|---------------|----------------|---------------|
| | w tys. zł | % | w tys. zł | % |
| Sprzedaż towarów detaliczna | 108.082 | 99,18 | 114.267 | 95,88 |
| Sprzedaż towarów hurtowa | 889 | 0,82 | 4.906 | 4,12 |
| Razem | 108.971 | 100,00 | 119.173 | 100,00 |

Długoterminowa strategia rozwoju Spółki zakłada ciągłe umacnianie dotychczasowej pozycji rynkowej poprzez m.in. budowę własnej sieci salonów firmowych oraz rozwój sprzedaży poprzez sklep internetowy. Odpowiedni dobór lokalizacji punktów sprzedaży umożliwi Emitentowi maksymalizację zysków. W tym celu Emitent dąży do usytuowania swoich

salonów w najatrakcyjniejszych punktach handlowych. Są to głównie galerie i centra handlowe w największych miastach Polski.

Źródła zaopatrzenia w materiały do produkcji, w towary i usługi.

Od 2001 roku produkcja całej odzieży (tzw. przeszycie) wykonywana jest, zgodnie z projektami i specyfikacjami Spółki, przez wykonawców zewnętrznych, z wykorzystaniem najwyższej klasy surowców kupowanych u kilkudziesięciu dostawców. Zlecenie produkcji na zewnątrz pozwala znacznie ograniczać koszty stałe, jakie byłyby związane z utrzymaniem zaplecza produkcyjnego – Spółka nie posiada własnego zakładu produkcyjnego. Wykonanie produkcji zlecane jest firmom zewnętrznym w Polsce, Chinach i innych krajach.

„MONNARI TRADE” S.A. nie posiada jednego odbiorcy lub dostawcy, którego udział w sprzedaży lub zaopatrzeniu osiągałby, co najmniej 10% przychodów Spółki ze sprzedaży ogółem. Poszczególni dostawcy towarów i dodatków realizują poniżej 5% wolumenu asortymentów zamawianych i sprzedawanych przez Spółkę.

7. Informacje o zawartych umowach znaczących dla działalności Emitenta, w tym znanych Emitentowi umowach zawartych pomiędzy akcjonariuszami (wspólnikami), umowach ubezpieczenia, współpracy lub kooperacji

Zarząd Emitenta nie powziął żadnych informacji o umowach zawartych pomiędzy akcjonariuszami (wspólnikami), umowach ubezpieczenia, współpracy lub kooperacji.

Spółka „MONNARI TRADE” S.A. w roku obrotowym 2011 nie zawarła żadnych znaczących umów, mających wpływ na prowadzoną działalność gospodarczą, za wyjątkiem umowy będącej realizacją zawartego układu z wierzycielami, opisaną poniżej (raport bieżący nr 23 /2011).

W dniu 12 maja 2011 roku Emitent przeniósł na rzecz Raiffeisen Bank Polska S.A. własność nieruchomości położonej w Łodzi przy ul. J. Kilińskiego 298 w zamian za zwolnienie z długu. Przeniesienie własności nieruchomości nastąpiło w wykonaniu warunków układu zawartego w postępowaniu upadłościowym z możliwością zawarcia układu w dniu 29 września 2010 r., zatwierdzonego postanowieniem Sądu Rejonowego dla Łodzi Śródmieścia w Łodzi XIV Wydział do spraw Upadłościowych i Naprawczych, wydanym w dniu 22 października 2010 r.,

w sprawie o sygn. akt XIV GUp 19/09. W zamian za nabycie własności tej nieruchomości została umorzona część wierzytelności Raiffeisen Bank Polska S.A. przysługujących mu względem Emitenta do wysokości ceny netto nabycia tej Nieruchomości, która wyniosła 15.600 tys. zł, przy jednoczesnym zobowiązaniu się do przelania równowartości podatku VAT wynikającej z powyższej transakcji na rachunek Emitenta.

Na mocy w/w umowy zostały umorzone pozostałe wierzytelności banku w łącznej kwocie 11.995 tys. zł, a niezaspokojone w sposób opisany powyżej. Kwoty umorzonych wierzytelności odniesiono w wynik 2010 r. w pozycji „Zyski z tytułu zawarcia układu”.

Nieruchomość będąca przedmiotem umowy prezentowana była w sprawozdaniu Emitenta w pozycji Sprawozdania z pozycji finansowej „Aktywa trwałe przeznaczone do zbycia” w wycenie równoważnej wartości transakcji tj. w kwocie 15.600 tys. zł.

Nie istnieją inne powiązania pomiędzy Emitentem i osobami zarządzającymi lub nadzorującymi Emitenta a Raiffeisen Bank Polska S.A. i osobami nim zarządzającymi poza łączącymi strony transakcji z tytułu umowy o prowadzenie rachunku bankowego oraz wynikającymi z treści układu z wierzycielami z dnia 29 września 2010 r., na mocy którego doszło do opisanej powyżej spłaty wierzytelności w części i umorzenia w pozostałej części.

8. Informacje o powiązaniach organizacyjnych lub kapitałowych emitenta z innymi podmiotami oraz określenie jego głównych inwestycji krajowych i zagranicznych (papiery wartościowe, instrumenty finansowe, wartości niematerialne i prawne oraz nieruchomości), w tym inwestycji kapitałowych dokonanych poza jego grupą jednostek powiązanych oraz opis metod ich finansowania.

Na dzień 31 grudnia 2011 roku oraz na dzień przekazania niniejszego Sprawozdania, Spółka „MONNARI TRADE” S.A. tworzyła Grupę Kapitałową, składającą się z poniżej wymienionych spółek.

W lipcu 2011 r. zostały zarejestrowane: Monnari Trade Sp. z o.o. oraz Monnari Trade Logistic Sp. z o.o. Przedmiotem działania Monnari Trade Sp. z o.o. jest wsparcie Spółki dominującej w zakresie nadzoru nad produkcją oraz projektów dotyczących zarządzania zasobami ludzkimi.

Spółka Monnari Trade Logistic Sp. z o.o. ma się zajmować wzmocnieniem organizacji logistyki dostaw do sieci salonów Spółki dominującej.

*Sprawozdanie Zarządu z działalności „MONNARI TRADE” S.A.
za okres od 1 stycznia 2011 r. do 31 grudnia 2011 r.*

W listopadzie 2011 r. w Sądzie Rejonowym w Łodzi zostały zarejestrowane następujące spółki zależne „MONNARI TRADE” S.A.:

1. Monnari Trade Advantage Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
2. Monnari Trade Assets Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
3. Monnari Trade Benefit Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
4. Monnari Trade Centre Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
5. Monnari Trade Challenge Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
6. Monnari Trade Estate Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
7. Monnari Trade Favour Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
8. Monnari Trade Member Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
9. Monnari Trade Ownership Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
10. Monnari Trade Partner Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
11. Monnari Trade Products Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
12. Monnari Trade Prosperity Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
13. Monnari Trade Shopping Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
14. Monnari Trade Team Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
15. Monnari Trade Treasure Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi.

Po dniu bilansowym, na który sporządzono niniejsze Sprawozdanie zostały zarejestrowane w Sądzie Rejonowym w Łodzi następujące spółki zależne „MONNARI TRADE” S.A.:

1. MONNARI TRADE BUSINESS Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
2. MONNARI TRADE CAPITAL Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
3. MONNARI TRADE CREW Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
4. MONNARI TRADE DEVELOPMENT Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
5. MONNARI TRADE INTEREST Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
6. MONNARI TRADE MARKET Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
7. MONNARI TRADE ORDER Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
8. MONNARI TRADE PROFIT Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi,
9. MONNARI TRADE SUPPLY Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi
10. MONNARI TRADE TRANSACTION Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi

*Sprawozdanie Zarządu z działalności „MONNARI TRADE” S.A.
za okres od 1 stycznia 2011 r. do 31 grudnia 2011 r.*

„MONNARI TRADE” S.A. posiada w każdej z wyżej wymienionych spółek 100 % kapitału zakładowego, który wynosi 5 tys. zł oraz 100 % głosów na zgromadzeniu wspólników. Podstawowym przedmiotem działalności powyżej opisanych spółek zależnych jest sprzedaż odzieży, w tym też zakresie podmioty te będą wspomagać Spółkę Dominującą - "MONNARI TRADE" S.A. Pan Mirosław Misztal pełniący funkcje Prezesa Zarządu w „MONNARI TRADE” S.A. również pełni funkcje Prezesa Zarządu we wszystkich wyżej wymienionych spółkach zależnych.

Utworzenie wyżej wymienionych spółek ma na celu wydzielenie ze Spółki Dominującej obszarów, które należy zreorganizować tak, aby odpowiadały aktualnym wymaganiom rynkowym, co ma prowadzić do podniesienia efektywności działania.

Spółka Dominująca poprzez budowę Grupy Kapitałowej dywersyfikuje również ryzyka związane z ewentualnym niepowodzeniem określonych przedsięwzięć gospodarczych.

„MONNARI TRADE” S.A. traktuje nowoutworzone spółki, jako inwestycje długoterminowe.

Wyżej wymienione Spółki, za wyjątkiem MONNARI TRADE ADVANTAGE Sp. z o.o. i MONNARI TRADE Sp. z o.o., nie rozpoczęły działalności gospodarczej w 2011 r.

Rozmiar prowadzonej działalności jednostek zależnych (udział jednostek zależnych w przychodach i sumie bilansowej Grupy Kapitałowej, poziom generowanych przychodów i wyników finansowych) jest nieistotny dla oceny sytuacji majątkowej, finansowej oraz wyniku finansowego Grupy Kapitałowej, tym samym Spółka dominująca, kierując się zasadą istotności, o której mowa w par. 5 i 8 MSR 8 *„Zasady (polityka) rachunkowości, zmiany wartości szacunkowych i korygowanie błędów”*, odstąpiła od sporządzenia skonsolidowanego sprawozdania finansowego za 2011 r. Nadto spółki zależne dokonywały transakcji jedynie z Jednostką Dominującą, co sprawia, że po wyłączeniu wewnątrzgrupowych aktywów, pasywów przychodów i kosztów sprawozdanie skonsolidowane było praktycznie takie samo jak sprawozdanie jednostkowe.

W 2009 r., w związku z brakiem dalszego finansowania „MONNARI TRADE” S.A. przez banki, Spółka nie mogła zapewnić bieżącego finansowania podmiotom zależnym: MOLTON Sp. z o.o., OOO MOD, Mattoni AG oraz zrealizować inwestycji w spółkę ROY Sp. z o.o. Ta sytuacja

zmusiła Zarząd Spółki do stworzenia w latach ubiegłych odpisów i rezerw w wysokości dotychczasowych inwestycji w te spółki.

Kryzys finansowy spowodował spadek sprzedaży również podmiotów zależnych.

Spółka utraciła kontrolę nad spółką Molton Sp. z o.o. w wyniku ogłoszenia przez sąd upadłości likwidacyjnej tej spółki w dniu 26 lutego 2009 roku, a nad spółką Mattoni AG z siedzibą w Berlinie w dniu 10 września 2009 roku w wyniku ogłoszenia przez Sąd Rejonowy w Charlottenburg otwarcia postępowania upadłościowego.

W przypadku spółki działającej w Kaliningradzie OOO MOD powodem utraty kontroli nad tą spółką był brak porozumienia z drugim udziałowcem, który bezpośrednio kierował funkcjonowaniem spółki i jej dwóch salonów.

Spółka nie ma innych powiązań organizacyjnych i kapitałowych poza wskazanymi powyżej podmiotami oraz nie dokonywała innych inwestycji kapitałowych i finansowych.

9. Informacje o zawarciu przez emitenta lub jednostkę od niego zależną jednej lub wielu transakcji z podmiotami powiązаныmi, jeżeli pojedynczo lub łącznie są one istotne i zostały zawarte na innych warunkach niż rynkowe, wraz ze wskazaniem ich wartości, przy czym informacje dotyczące poszczególnych transakcji mogą być zgrupowane według rodzaju, z wyjątkiem przypadku, gdy informacje na temat poszczególnych transakcji są niezbędne do zrozumienia ich wpływu na sytuację majątkową, finansową i wynik finansowy emitenta.

Transakcje z podmiotami powiązаныmi były zawierane na warunkach nie odbiegających od warunków rynkowych.

Specyfikacja wszystkich transakcji z podmiotami powiązаныmi przedstawiona została w punkcie 7 i 8 Dodatkowych Not objaśniających do Sprawozdania Finansowego.

10. Informacje o zaciągniętych i wypowiedzianych w danym roku obrotowym umowach dotyczących kredytów i pożyczek, z podaniem co najmniej ich kwoty, rodzaju i wysokości stopy procentowej, waluty i terminu wymagalności

Spółka Dominująca jak także żadna ze spółek Grupy Kapitałowej nie zaciągała w 2011 r. kredytów i pożyczek. Nie miały też miejsca wypowiedzenia umów dot. kredytów i pożyczek.

11. Informacje o udzielonych w danym roku obrotowym pożyczkach, ze szczególnym uwzględnieniem pożyczek udzielonych jednostkom powiązanim emitenta, z podaniem co najmniej ich kwoty, rodzaju i wysokości stopy procentowej, waluty i terminu wymagalności

„MONNARI TRADE” S.A. nie udzieliła w 2011 r. żadnemu podmiotowi, w tym podmiotowi powiązanemu, pożyczek.

12. Informacje o udzielonych i otrzymanych w danym roku obrotowym poręczeniach i gwarancjach, ze szczególnym uwzględnieniem poręczeń i gwarancji udzielonych jednostkom powiązanim emitenta.

„MONNARI TRADE” S.A. nie udzieliła w 2011 r. żadnemu podmiotowi w tym podmiotowi powiązanemu poręczeń i gwarancji. Spółka także nie otrzymała w 2011 r. żadnego poręczenia lub gwarancji.

Emitent w dniu 31 grudnia 2008 roku, 23 stycznia 2009 roku oraz 13 lutego 2009 roku zawarł depozyty pieniężne w Deutsche Banku PBC SA w łącznej kwocie 2,4 mln zł, celem poręczenia kredytu Pani Agaty Józwiak – akcjonariusza Spółki. Decyzja Zarządu o ustanowieniu depozytu była podyktowana zagrożeniem wyprzedaży przez bank akcji Spółki, będących w posiadaniu akcjonariusza, co mogłoby przeszkodzić, na ówczesnym etapie poszukiwania źródeł finansowania Spółki, w pozyskaniu ewentualnego strategicznego inwestora. W dniu 19 czerwca 2009 roku depozyty w Deutsche Banku uległy zmniejszeniu do wysokości 2,0 mln zł.

Bank w związku z brakiem spłaty kredytu przez Panią Agatę Józwiak zrealizował w grudniu 2009 roku zabezpieczenie wynikające z ww. depozytu. Wobec spłaty części zadłużenia wierzytelność Spółki z powyższego tytułu na 31 grudnia 2011 roku wynosi 1.858 tys. zł i w całości objęta jest odpisem aktualizującym wartość. Zabezpieczeniem wierzytelności jest weksel „in blanco”, udział w wysokości 50% nieruchomości zabudowanej w Łodzi oraz zastawem zwykłym i rejestrowym na 228.000 akcji MONNARI TRADE S.A, poręczenie osób fizycznych.

Z dłużnikiem i poręczycielami prowadzone są negocjacje, zmierzające do zakończenia sprawy.

13. Emisja papierów wartościowych w okresie objętym raportem – opis wykorzystania przez emitenta wpływów z emisji do chwili sporządzenia sprawozdania z działalności

W okresie objętym niniejszym Sprawozdaniem Spółka dokonała emisji akcji w związku z uchwałą Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia nr 3 z dnia 26 stycznia 2011 roku w sprawie podwyższenia kapitału zakładowego w drodze emisji nowych akcji serii G, w drodze subskrypcji prywatnej z wyłączeniem prawa poboru oraz w sprawie zmiany statutu Spółki.

Informacje dotyczące emisji:

1. Data rozpoczęcia i zakończenia subskrypcji:
 - data rozpoczęcia subskrypcji – 26.01.2011 r.
 - data zakończenia subskrypcji – 24.03.2011 r.
2. Emisja została przeprowadzona w trybie subskrypcji prywatnej tj. zawarcia umów objęcia akcji z inwestorami wskazanymi w treści ww. Uchwały Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia. W związku z powyższym w ramach powyższej oferty prywatnej nie doszło do przydziału w rozumieniu przepisów kodeksu spółek handlowych. Wszystkie akcje zostały objęte w dniu 24.03.2011 r.
3. Liczba akcji objętych subskrypcją - 12.500.000 akcji serii G.
4. Redukcja nie wystąpiła. Akcje zostały objęte w subskrypcji prywatnej, wobec czego nie składano zapisów na akcje.
5. W ramach subskrypcji prywatnej objęto 12.500.000 akcji serii G.
6. Cena emisyjna po jakiej były obejmowane akcje to 0,80 zł.
7. W ramach subskrypcji zawarto 3 umowy objęcia Akcji serii G.
8. Emitent nie zawarł umowy o submisję.
9. Wartość przeprowadzonej subskrypcji (stanowiąca iloczyn akcji stanowiących przedmiot subskrypcji i ceny emisyjnej jednej akcji) to 10.000.000 zł
10. Łączna wysokość kosztów poniesionych i przewidzianych do poniesienia, które zostaną zaliczone do kosztów emisji wynosi: 103 tys. zł, w tym:
 - a) koszty przygotowania i przeprowadzenia oferty – 2 tys. zł
 - b) koszty wynagrodzenia subemitentów – 0 tys. zł,
 - c) koszty sporządzenia prospektu emisyjnego z uwzględnieniem kosztów doradztwa to 89 tys. zł,

- d) koszty promocji oferty – 0 tys. zł
- e) pozostałe koszty emisji (opłaty ewidencyjne, skarbowe, notarialne) wyniosły – 12 tys. zł.

Metoda rozliczenia w księgach i sposób ujęcia w sprawozdaniu finansowym.

Koszty emisji akcji ujmowane są w księgach rachunkowych, jako zmniejszenie kapitału zapasowego - do wysokości nadwyżki wartości emisyjnej akcji nad ich wartością nominalną, odniesioną na ten kapitał i tak zostaną zaprezentowane w sprawozdaniach finansowych tj. zestawieniu zmian w kapitale własnym oraz sprawozdaniu z pozycji finansowej (pasywa – kapitały własne). Wydatki z tego tytułu pomniejszają wpływy z wydania akcji w sprawozdaniu z przepływów pieniężnych (prezentacja wpływów netto).

11. Średni koszt przeprowadzenia subskrypcji przypadający na jedną Akcję serii G objętą subskrypcją wynosi poniżej 0,01 zł.

Wykorzystanie wpływów z emisji. Objęcie emisji akcji serii G było wykonaniem zobowiązań inwestorów prywatnych złożonych wraz z wnioskiem Spółki o zmianę sposobu prowadzenia postępowania upadłościowego z dnia 30 grudnia 2009 r.

Środki pozyskane z ww. emisji wzmocniły kapitał obrotowy Spółki i pozwoliły na sfinansowanie kolekcji w roku 2011 oraz ustabilizowały zdolność Spółki do wywiązania się ze spłaty zobowiązań przewidzianych układem z wierzycielami.

W dniu 8 sierpnia 2011 r. Komisja Nadzoru Finansowego wydała decyzję o zatwierdzeniu prospektu emisyjnego Spółki, sporządzonego w związku z zamiarem ubiegania się o dopuszczenie i wprowadzenie do obrotu na rynku regulowanym prowadzonym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. łącznie 18.516.044 akcji Spółki, w tym:

- 887.244 akcji zwykłych na okaziciela;
- 5.128.800 akcji zwykłych na okaziciela serii F,
- 12.500.000 akcji zwykłych na okaziciela serii G.

14. Stanowisko Zarządu odnośnie możliwości zrealizowania wcześniej publikowanych prognoz wyników na dany rok, w świetle wyników zaprezentowanych w raporcie rocznym w stosunku do wyników prognozowanych.

Spółka nie podawała do publicznej wiadomości prognoz wyników na dany okres, za który sporządzone jest niniejsze Jednostkowe Sprawozdanie za rok obrotowy 2011.

15. Ocena, wraz z jej uzasadnieniem, dotycząca zarządzania zasobami finansowymi, ze szczególnym uwzględnieniem zdolności wywiązywania się z zaciągniętych zobowiązań, oraz określenie ewentualnych zagrożeń i działań, jakie emitent podjął lub zamierza podjąć w celu przeciwdziałania tym zagrożeniom.

Suma bilansowa na dzień 31 grudnia 2011 roku wyniosła 101.473 tys. zł i była niższa o 30.597 tys. zł. w stosunku do stanu na dzień 31.12.2010 r., co było wynikiem przede wszystkim zbycia aktywów trwałych w związku z zaspokojeniem zobowiązań finansowych, aktualizacją ich wyceny, zmniejszeniu stanu należności krótkoterminowych (depozytów stanowiących zabezpieczenie realizacji otwartych akredytyw) oraz sprzedaży stoków magazynowych.

Wartość aktywów trwałych zmniejszyła się w stosunku do stanu na dzień 31 grudnia 2010 roku o 3 638 tys. zł, głównie na skutek dokonania odpisów amortyzacyjnych.

Na dzień 31 grudnia 2011 roku wartość aktywów obrotowych również zmniejszyła się o 26.959 tys. zł (r/r), zaś wartość zapasów zmalała o 7.026 tys. zł.

Stan środków pieniężnych wzrósł o 4.213 tys. zł (r/r), głównie w efekcie wpływu środków z podniesienia kapitału oraz środków wypracowanych ze sprzedaży zapasów.

Kapitał własny na dzień 31 grudnia 2011 roku wyniósł 63.229 tys. zł PLN i był wyższy o 4.879 tys. zł. w stosunku do stanu na dzień 31 grudnia 2011 roku w wyniku pozyskania środków emisji akcji a jednocześnie poniesienia straty netto w kwocie -4.986 tys. zł.

Spółka nie korzystała z udzielonych w 2011 r. pożyczek i kredytów. Przepływy pieniężne generowane ze sprzedaży towarów pozwalały na bieżące regulowanie wierzytelności Spółki.

Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej w 2011 roku wyniosły 2.769 tys. zł i były wyższe o 1.092 tys. zł niż w 2010 r.

*Sprawozdanie Zarządu z działalności „MONNARI TRADE” S.A.
za okres od 1 stycznia 2011 r. do 31 grudnia 2011 r.*

W ramach działalności inwestycyjnej istotną pozycję stanowi zbycie nieruchomości w celu spłaty zobowiązań kredytowych (wydatek ujawniony w przepływach z działalności finansowej).

W ramach przepływów z działalności finansowej w 2011 r. Spółka pozyskała środki z emisji akcji 9.864 tys. zł oraz spłaciła zobowiązania kredytowe w łącznej kwocie 24.284 tys. zł (w tym w części na skutek zbycia nieruchomości o czym powyżej).

W rezultacie stan środków pieniężnych i ekwiwalentów zwiększył się o 4.220 tys. zł w porównaniu ze stanem z końca roku poprzedniego i na dzień 31 grudnia 2011 wyniósł 23.632 tys. zł.

Poniższe wskaźniki opisują sytuację finansową Spółki na dzień sporządzenia niniejszego Sprawozdania.

Wskaźniki płynności

| | | |
|---|-----|-----|
| Wskaźnik płynności bieżącej | | |
| <i>aktywa obrotowe*/ zobowiązania krótkoterminowe*</i> | 4,0 | 1,4 |
| *) z wyłączeniem aktywów trwałych przeznaczonych do zbycia | | |
| Wskaźnik płynności szybki | | |
| <i>aktywa obrotowe* - zapasy / zobowiązania krótkoterminowe</i> | 2,4 | 0,8 |
| *) z wyłączeniem aktywów trwałych przeznaczonych do zbycia | | |
| Wskaźnik natychmiastowej wymagalności | | |
| <i>środki pieniężne / zobowiązania krótkoterminowe</i> | 1,7 | 0,4 |

Wskaźniki rotacji

| | | |
|--|-----|-----|
| Szybkość obrotu należności w dniach | | |
| <i>średnioroczny stan ogółu należności z tytułu dostaw i usług** x 365 / przychód netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów**</i> | 73 | 43 |
| **) wyłączono przychody ze sprzedaży detalicznej regulowanej gotówką | | |
| Szybkość obrotu zapasów w dniach | | |
| <i>średnioroczny stan zapasów x 365 / wartość sprzedanych towarów i materiałów + koszt wytworzenia sprzedanych produktów</i> | 168 | 166 |
| Wskaźnik rotacji majątku | | |
| <i>przychód netto ze sprzedaży produktów oraz towarów i materiałów / średnioroczny stan aktywów</i> | 1,0 | 1,0 |

*Sprawozdanie Zarządu z działalności „MONNARI TRADE” S.A.
za okres od 1 stycznia 2011 r. do 31 grudnia 2011 r.*

| | | |
|---|----|-----|
| Stopień spłaty zobowiązań w dniach | | |
| <i>średnioroczny stan ogółu zobowiązań z tytułu dostaw i usług x 365 / wartość sprzedanych towarów i materiałów + koszt wytworzenia sprzedanych produktów</i> | 46 | 165 |

Wskaźniki rentowności

| | | |
|---|-------|-------|
| Rentowność majątku (ROA), (%) | | |
| <i>wynik finansowy netto / średnioroczny stan aktywów</i> | -4,3% | 67,5% |
| Rentowność kapitału własnego (ROE), (%) | | |
| <i>wynik finansowy netto / średnioroczny stan kapitału</i> | -8,2% | - |
| Zyskowność netto sprzedaży (%) | | |
| <i>wynik finansowy netto / przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów</i> | -4,5% | 69,3% |
| Zyskowność brutto sprzedaży (%) | | |
| <i>wynik brutto ze sprzedaży / przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów</i> | 50,4% | 50,1% |

Spółka w 2011 r. konsekwentnie realizowała układ z wierzycielami oraz restrukturyzowała wewnętrzną organizację Spółki mając za cel usprawnienie działania oraz optymalizację kosztów. Działania te będą kontynuowane w 2012 r.

Zarząd „MONNARI TRADE” S.A. pozytywnie ocenia zdolność Spółki do wywiązywania się z zaciągniętych zobowiązań, oraz nie widzi istotnych zagrożeń z tym związanych na dzień przekazania niniejszego sprawozdania.

16. Ocena możliwości realizacji zamierzeń inwestycyjnych, w tym inwestycji kapitałowych, w porównaniu do wielkości posiadanych środków, z uwzględnieniem możliwych zmian w strukturze finansowania

Zarząd Spółki „MONNARI TRADE S.A. w 2012 r. zamierza otworzyć około 5 salonów w nowych lokalizacjach, przy czym kilka nierentownych salonów będzie zamkniętych. Nakłady inwestycyjne w części będą zrealizowane przez deweloperów, a w części przez Spółkę (meble i sprzęt)

Według oceny Zarządu powyższe plany są dostosowane do możliwości finansowych Spółki i będą zrealizowane z środków własnych „MONNARI TRADE” S.A.

17. Charakterystyka zewnętrznych i wewnętrznych czynników istotnych dla rozwoju przedsiębiorstwa emitenta oraz opis perspektyw rozwoju działalności emitenta co najmniej do końca roku obrotowego następującego po roku obrotowym, za który sporządzono sprawozdanie finansowe zamieszczone w raporcie rocznym, z uwzględnieniem elementów strategii rynkowej przez niego wypracowanej.

Perspektywy rozwoju "MONNARI TRADE" S.A. zostały omówione w pkt. 2 niniejszego Sprawozdania. Poza wskazanymi tam czynnikami wewnętrznymi i zewnętrznymi należy uwzględnić wśród istotnych czynników determinujących rozwój Spółki:

- efektywność kosztową,
- korzystne/niekorzystne perspektywy popytu konsumenckiego w 2012 r.,
- poprawę sprzedaży na m2 salonu,
- dalszy rozwój powierzchni handlowej i sklepu internetowego,
- zdynamizowanie sprzedaży zapasów poprzez salony outletowe.

Elementy strategii rynkowej wypracowane przez „MONNARI TRADE” S.A. zostały omówione w pkt. 6 niniejszego Sprawozdania.

18. Wskazanie skutków zmian w strukturze jednostki gospodarczej, w tym w wyniku połączenia jednostek gospodarczych, przejęcia lub sprzedaży jednostek grupy kapitałowej emitenta, inwestycji długoterminowych, podziału, restrukturyzacji i zaniechania działalności

W okresie objętym niniejszym Sprawozdaniem nie nastąpiły zmiany w strukturze jednostki gospodarczej, w tym w wyniku połączenia jednostek gospodarczych, przejęcia lub sprzedaży jednostek, inwestycji długoterminowych, podziału, restrukturyzacji i zaniechania działalności.

19. Zmiany w podstawowych zasadach zarządzania przedsiębiorstwem emitenta i jego grupą kapitałową

Podstawową zmianą w zakresie zarządzania przedsiębiorstwem Emitenta w 2011 r. było zarejestrowanie spółek zależnych, które zostały opisane w pkt. 8 niniejszego Sprawozdania. Spółki zależne zgodnie ze swoim przedmiotem działania mają za zadanie wspierać Spółkę

Dominującą w określonych obszarach, a także dywersyfikować ryzyka i koszty z tym związane.

20. Wszelkie umowy zawarte między emitentem a osobami zarządzającymi, przewidujące rekompensatę w przypadku ich rezygnacji lub zwolnienia z zajmowanego stanowiska bez ważnej przyczyny lub gdy ich odwołanie lub zwolnienie następuje z powodu połączenia emitenta przez przejęcie.

Nie istnieją żadne umowy zawarte między „MONNARI TRADE S.A. a osobami zarządzającymi, przewidujące rekompensatę w przypadku ich rezygnacji lub zwolnienia z zajmowanego stanowiska bez ważnej przyczyny lub gdy ich odwołanie lub zwolnienie następuje z powodu połączenia emitenta przez przejęcie.

21. Wartość wynagrodzeń, nagród lub korzyści, w tym wynikających z programów motywacyjnych lub premiovych opartych na kapitale emitenta, w tym programów opartych na obligacjach z prawem pierwszeństwa, zamiennych, warrantach subskrypcyjnych (w pieniądzu, naturze lub jakiegokolwiek innej formie), wypłaconych, należnych lub potencjalnie należnych, odrębnie dla każdej z osób zarządzających i nadzorujących emitenta w przedsiębiorstwie emitenta, bez względu na to, czy odpowiednio były one zaliczane w koszty, czy też wynikały z podziału zysku; w przypadku gdy emitentem jest jednostka dominująca, wspólnik jednostki współzależnej lub znaczący inwestor — oddzielnie informacje o wartości wynagrodzeń i nagród otrzymanych z tytułu pełnienia funkcji we władzach jednostek podporządkowanych; jeżeli odpowiednie informacje zostały przedstawione w sprawozdaniu finansowym — obowiązek uznaje się za spełniony poprzez wskazanie miejsca ich zamieszczenia w sprawozdaniu finansowym

Informacje o wartości wynagrodzeń, nagród lub korzyści, w tym wynikających z programów motywacyjnych lub premiovych opartych na kapitale emitenta zawarte są w punkcie 11 Dodatkowych Not objaśniających do Sprawozdania Finansowego.

W „MONNARI TRADE” S.A. nie istnieją specjalnie dedykowane dla osób zarządzających i nadzorujących programy motywacyjne lub premiove oparte na kapitale emitenta, w tym programy oparte na obligacjach z prawem pierwszeństwa, zamiennych, warrantach

*Sprawozdanie Zarządu z działalności „MONNARI TRADE” S.A.
za okres od 1 stycznia 2011 r. do 31 grudnia 2011 r.*

subskrypcyjnych, w związku z czym poza wskazanymi wyżej wynagrodzeniami nie były wypłacane i nie są należne osobom zarządzającym i nadzorującym inne wynagrodzenia.

W Spółce jest przyjęty Program Motywacyjny skierowany do wszystkich pracowników Spółki opisany w pkt. 24 niniejszego Sprawozdania, zarówno w 2011 r. jaki 2010 r. nie był realizowany.

22. W przypadku spółek kapitałowych — określenie łącznej liczby i wartości nominalnej wszystkich akcji (udziałów) emitenta oraz akcji i udziałów w jednostkach powiązanych emitenta, będących w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących emitenta (dla każdej osoby oddzielnie)

Zarząd „MONNARI TRADE” S.A.

Stan posiadania akcji (łącznie liczba i wartość nominalna wszystkich akcji) „MONNARI TRADE” S.A. przez Pana Mirosława Misztala – Prezesa Zarządu od dnia przekazania raportu kwartalnego za IV kwartał 2011 r. tj. dnia 29 lutego 2012 r., do dnia przekazania niniejszego Sprawozdania nie uległ zmianie.

| Imię i nazwisko | Funkcja | Liczba akcji /głosów 31.12.2011 r. | Liczba akcji /głosów 29.02.2012 r. | Liczba akcji /głosów 30.04.2012 r. |
|------------------------|----------------|---|---|---|
| Mirosław Misztal | Prezes Zarządu | 7.720.000 akcji/ 8.920.000 głosów | 7.987.000 akcji / 9.187.000 głosów | 7 987 000 akcji/ 9 187 000 głosów |

Rada Nadzorcza „MONNARI TRADE” S.A.

Według złożonych oświadczeń, nikt z Członków Rady Nadzorczej Spółki nie posiadał w omawianym wyżej okresie i nie posiada akcji ani opcji na akcje „MONNARI TRADE” S.A. na dzień przekazania niniejszego Sprawozdania.

Osoby zarządzające i nadzorujące Emitenta oraz spółki zależne nie posiadają akcji lub udziałów w jednostkach powiązanych Emitenta.

23. Informacje o znanych emitentowi umowach (w tym również zawartych po dniu bilansowym), w wyniku których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy i obligatariuszy.

Zarządowi MONNARI TRADE S.A. nie są znane żadne umowy w wyniku, których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy i obligatariuszy.

24. Informacje o systemie kontroli programów akcji pracowniczych.

W dniu 29 stycznia 2007 r. Rada Nadzorcza „MONNARI TRADE” S.A. przyjęła Regulamin Programu Motywacyjnego zakładający przydział warrantów subskrypcyjnych dla kluczowych pracowników Spółki. Program rozpoczął się w roku 2007 i będzie realizowany do 2015 r. (zgodnie z Uchwałą Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia „MONNARI TRADE” S.A. z dnia 30.06.2009 r. wydłużającą okres trwania Programu Motywacyjnego).

Maksymalna liczba warrantów subskrypcyjnych w całym okresie trwania Programu wynosi 300.000. W 2008 roku zostało przydzielonych 99 pracownikom 34 000 warrantów serii A, które zostały zamienione na akcje i dopuszczone do obrotu na GPW.

Warranty emitowane są nieodpłatnie, jako papiery wartościowe na okaziciela. Akcje są obejmowane za ich wartość nominalną, czyli 0,10 zł. Warranty są obejmowane przez Osoby Uprawnione na podstawie ilości wskazanej w stosownej uchwale Zarządu w przypadku osób spoza Zarządu, oraz w uchwale Rady Nadzorczej w przypadku Zarządu, po spełnieniu warunków lojalnościowego, jakościowego oraz uznaniowego.

Rada Nadzorcza w odniesieniu do Osób Uprawnionych z grona Zarządu jak również Zarząd w odniesieniu do Osób Uprawnionych spoza grona Zarządu, mogą wskazać dodatkowo inne kryteria jakościowe związane ze stawianymi Osobie Uprawnionej w danym roku zadaniami.

Rada Nadzorcza Spółki na wniosek Zarządu, w ciągu 14 dni od dnia weryfikacji spełnienia kryteriów, podejmuje uchwałę o spełnieniu kryteriów przez poszczególne Osoby Uprawnione ze wskazaniem ilości Warrantów przypadającej każdej z nich oraz przeznaczeniem warrantów nieprzydzielonych w danym roku obowiązywania Programu.

Z uwagi na osiągnięte wyniki ekonomiczne oraz ogłoszenie upadłości Spółki program emisji warrantów został w zrealizowany jedynie w części. Kontynuacja Programu Motywacyjnego

będzie możliwa po ustabilizowaniu sytuacji ekonomicznej i finansowej Spółki oraz poprawie generowanych wyników, które są jednym z kryteriów przyznawania warrantów subskrypcyjnych.

25. Informacje o zawartych umowach znaczących dla działalności emitenta, w tym znanych emitentowi umowach zawartych pomiędzy akcjonariuszami (wspólnikami), umowach ubezpieczenia, współpracy lub kooperacji.

W 2011 roku Spółka "MONNARI TRADE" S.A. nie zawarła żadnych znaczących umów mających wpływ na prowadzoną działalność gospodarczą, za wyjątkiem umowy będącej realizacją zawartego układu z wierzycielami, opisaną w punkcie 7 Sprawozdania Zarządu.

Zarząd Spółki nie powziął żadnych informacji o zawartych pomiędzy akcjonariuszami, umowach ubezpieczenia, współpracy lub kooperacji.

26. Informacje o dacie zawarcia przez emitenta umowy, z podmiotem uprawnionym do badania sprawozdań finansowych, o dokonanie badania lub przeglądu sprawozdania finansowego lub skonsolidowanego sprawozdania finansowego oraz okresie, na jaki została zawarta ta umowa, wynagrodzeniu podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych, wypłaconym lub należnym za rok obrotowy odrębnie za badanie rocznego sprawozdania finansowego, inne usługi w tym przegląd sprawozdania finansowego, usługi doradztwa podatkowego, pozostałe usługi

Spółka „MONNARI TRADE” S.A. przy badaniu jednostkowego sprawozdania finansowego za 2011 r. oraz przy przeglądzie półrocznego sprawozdania za rok 2011 r., korzystała z usług DGA Audyt Sp. z o.o., wpisaną na listę podmiotów uprawnionych do badania sprawozdań finansowych pod numerem 380 rejestru.

Umowa o przegląd Sprawozdania Finansowego „MONNARI TRADE” S.A. za I półrocze 2011 roku oraz umowa o badanie Sprawozdania Finansowego „MONNARI TRADE” S.A. za 2011 rok została zawarta z ww. spółką w dniu 30 sierpnia 2011 roku.

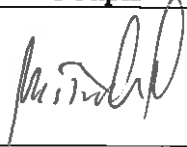
Wynagrodzenie za powyższe usługi strony ustaliły odpowiednio:

- za przegląd półroczny w wysokości 12,5 tys. zł netto, które zostało uregulowane po zakończeniu przeglądu,

*Sprawozdanie Zarządu z działalności „MONNARI TRADE” S.A.
za okres od 1 stycznia 2011 r. do 31 grudnia 2011 r.*

- za badania roczne w wysokości 21 tys. zł netto, które zostanie uregulowane po zakończeniu badania.

Żadna ze spółek Grupy Kapitałowej „MONNARI TRADE” S.A., z uwagi na niespełnienie progu zobowiązującego do badania sprawozdania finansowego, nie korzystała z usług audytorskich. DGA Audyt Sp. z o.o. nie świadczyła w 2011 r. innych usług dla „MONNARI TRADE” S.A. bądź spółek zależnych, poza audytorskimi opisanymi powyżej.

| Data | Imię i nazwisko | Stanowisko/Funkcja | Podpis |
|---------------|------------------------|---------------------------|---|
| 30.04.2012 r. | Mirosław Misztal | Prezes Zarządu |  |