

Hurtimex

tomorrow done today

Sprawozdanie Zarządu
z działalności Spółki
za 2025 rok

A dark silhouette of a city skyline is visible in the lower half of the page, featuring several tall buildings of varying heights and shapes against a lighter background.

Łódź

I. PODSTAWOWE INFORMACJE O SPÓŁCE

| | |
|--|--|
|  | HURTIMEX S.A. |
|  Nazwa (firma): | HURTIMEX S.A. |
|  Siedziba: | Łódź |
|  Adres: | 90-640 Łódź; ul. 28 Plk. Strzelców Kaniowskich 42 |
|  Przedmiot działalności: | sprzedaż hurtowa i detaliczna odzieży i obuwia (PKD 4642Z) |
|  Rejestracja: | Sąd Rejonowy w Łodzi, XX Wydział Krajowego Rejestru Sądowego w Rejestrze Przedsiębiorców KRS pod numerem 0000296042 |
|  Data rejestracji: | 02.01.2008 r. |
|  NIP: | 7290110662 |
|  REGON: | 004334784 |

1. Skład Zarządu Spółki w 2025 roku

- Jarosław Kopeć – Prezes Zarządu

2. Skład Rady Nadzorczej w 2025 roku

Skład osobowy Rady Nadzorczej na dzień 31.12.2025 roku:

- Marcin Kopeć - Przewodniczący
- Krystyna Kopeć - Członek
- Bronisław Siekierski - Członek
- Wojciech Nawrot - Członek
- Ryszard Szadowiak - Członek

3. Walne Zgromadzenia Akcjonariuszy

Na dzień 31.12.2025 roku, wg informacji posiadanych przez spółkę, struktura akcjonariatu kształtowała się następująco:

| L.p. | Akcjonariusze | Liczba akcji [w szt.] | Liczba głosów [w szt.] | % w kapitale zakładowym | % w głosach na Walnym Zgromadzeniu |
|--------------|------------------------|-----------------------|------------------------|-------------------------|------------------------------------|
| 2 | Kopeć Jarosław | 5 551 822 | 6 826 822 | 16,94% | 19,09% |
| 3 | Kopeć Marcin | 3 138 274 | 4 413 274 | 9,58% | 12,34% |
| 4 | Kopeć Krystyna | 2 602 611 | 3 052 611 | 7,94% | 8,53% |
| 5 | Kemal Özgür Bender | 8 131 565 | 8 131 565 | 24,81% | 22,73% |
| 6 | KFG Polska Sp. z o.o. | 4 727 277 | 4 727 277 | 14,43% | 13,22% |
| 7 | Logistics Sp. z o.o. | 2 500 000 | 2 500 000 | 7,63% | 6,99% |
| 8 | Pozostali (free float) | 6 117 428 | 6 117 428 | 18,67% | 17,10% |
| RAZEM | | 32 768 977 | 35 768 977 | 100,00% | 100,00% |
| 9 | KFG Polska Sp. z o.o.* | 4 000 000 | 4 000 000 | | |
| RAZEM | | 36 768 977 | 39 768 977 | | |

*Kapitał opłacony niezarejestrowany przez Sąd Rejestrowy w Łodzi

Na dzień 31.12.2025 roku, na kapitał zakładowy składały się wyemitowane akcje jak poniżej:

| Seria akcji | Rodzaj akcji | Liczba akcji [w szt.] | Wartość nominalna akcji [w zł] | Udział w kapitale zakładowym [%] | Liczba głosów na WZ [w szt.] | Udział w głosach na WZ [%] |
|--------------|-------------------------|-----------------------|--------------------------------|----------------------------------|------------------------------|----------------------------|
| A | imienne uprzywilejowane | 3 000 000 | 600 000,00 | 9,16% | 6 000 000 | 16,77% |
| G | zwykłe na okaziciela | 7 465 315 | 1 493 063,00 | 22,78% | 7 465 315 | 20,87% |
| H | zwykłe na okaziciela | 11 303 662 | 2 260 732,40 | 34,50% | 11 303 662 | 31,61% |
| I | zwykłe na okaziciela | 11 000 000 | 2 200 000,00 | 33,56% | 11 000 000 | 30,75% |
| RAZEM | | 32 768 977 | 6 553 795,40 | 100,00% | 35 768 977 | 100,00% |
| J* | zwykłe na okaziciela* | 4 000 000 | 800 000,00 | | | |
| RAZEM | | 36 768 977 | 7 353 795,40 | | | |

*Kapitał z emisji akcji serii J opłacony niezarejestrowany przez Sąd Rejestrowy w Łodzi

4. Profil działalności

W 2025 roku Hurtimex S.A. kontynuował działalność w niezmiennym zakresie przedmiotowym, koncentrując się na sprzedaży obuwia i odzieży dziecięcej oraz asortymencie obejmującym odzież i bieliznę damską. Spółka od lat funkcjonuje jako jeden z rozpoznawalnych podmiotów na rynku detalicznym i hurtowym w segmencie tekstyliów dla dzieci i rodzin, kierując ofertę do świadomego klienta poszukującego produktów o dobrej relacji jakości do ceny. Grupą docelową pozostają przede

wszystkim kobiety – matki, babcie oraz opiekunki, które dokonują zakupów na rzecz dzieci. Strategia produktowa niezmiennie uwzględnia trendy sezonowe, komfort oraz bezpieczeństwo surowców.

W 2025 roku Spółka odnotowała jednak spadek przychodów netto ze sprzedaży o blisko 12,5% rok do roku (z poziomu niemal 16 mln zł w 2024 roku do ok. 14 mln zł w 2025 roku). Regres ten był spowodowany przede wszystkim znaczącym ograniczeniem okazjonalnej sprzedaży hurtowej oraz ogólną słabością konsumencką na rynku detalicznym. Dodatkowo istotny wpływ na wyhamowanie dynamiki handlowej miała rosnąca i agresywna konkurencja ze strony azjatyckich platform typu marketplace, które mocno zdestabilizowały segment odzieżowy w Europie. Szczegółowe omówienie wyników finansowych oraz poszczególnych pozycji kosztowych zostało przedstawione w kolejnych rozdziałach niniejszego sprawozdania.

Podstawową działalność Spółki w dalszym ciągu stanowi sprzedaż realizowana za pośrednictwem własnych kanałów dystrybucyjnych (sklepy własne oraz e-sklep) i platform partnerów zewnętrznych. Spółka aktywnie działa również jako operator logistyczny dla wybranych partnerów w sektorze odzieżowym, realizując zlecenia pakowania i obsługi logistycznej na potrzeby e-commerce.

5. Model Biznesowy

Model biznesowy HurtimeX S.A. opiera się na zrównoważonym połączeniu sprzedaży wielokanałowej (ang. omnichannel) z rozszerzoną działalnością operacyjną w zakresie logistyki i obsługi partnerów biznesowych (B2B). Działalność Spółki ma charakter hybrydowy, łącząc funkcje marki własnej, dystrybutora i operatora fulfillmentu.

Sprzedaż detaliczna prowadzona jest poprzez własny sklep internetowy kidsfashion.pl, sieć handlową oraz obecność na zewnętrznych platformach sprzedażowych, takich jak Smyk, Zalando, Allegro oraz inne wiodące marketplace'y. Spółka elastycznie zarządza widocznością produktów w kanałach online oraz polityką cenową. Równolegle HurtimeX S.A. rozwija działalność usługową – udostępniając przestrzeń magazynową, know-how w zakresie e-commerce i obsługi logistycznej partnerom biznesowym. Usługi te obejmują m.in. konfekcjonowanie towaru, obsługę zwrotów oraz zarządzanie stanem magazynowym. Taki model zapewnia dywersyfikację przychodów operacyjnych oraz zwiększa elastyczność w okresach dekonjunktury rynkowej.

Warto podkreślić, że aktywność w obszarze klasycznej sprzedaży hurtowej uległa w 2025 roku znacznemu zmniejszeniu. Spółka od lat traktuje transakcje hurtowe jako zdarzenia czysto okazjonalne i jednorazowe. Zarząd nie zamierza koncentrować się na strategicznym rozwoju tradycyjnego hurtu, a jedynie selektywnie wykorzystuje nadarżające się okazje rynkowe, bazując na wieloletniej znajomości rynku oraz wypracowanych kontaktach handlowych.

Fundamentem efektywności operacyjnej pozostaje nowoczesna infrastruktura magazynowa zlokalizowana w centralnej Polsce oraz zintegrowane systemy ERP. W nadchodzących okresach Spółka

planuje dalszą adaptację do wymagających warunków rynkowych, optymalizację kosztową oraz selektywne wzmocnienie obecności w kanałach cyfrowych i logistyce e-commerce.

II. KOMENTARZ DOTYCZĄCY SYTUACJI FINANSOWEJ ORAZ WYNIKÓW W 2025 ROKU

1. Przychody ze sprzedaży

Dla Hurtimex S.A. podstawowym źródłem przychodów w 2025 roku była sprzedaż towarów w kanale e-commerce. Spółka uzyskała sprzedaż ogółem w wysokości 15.988 tys. zł, odnotowując spadek o 1.993 tys. zł czyli o 12% mniej niż w roku wcześniejszym. Sprzedaż towarów stanowiła 99% wszystkich przychodów operacyjnych. W strukturze asortymentowej dominowała odzież dziecięca oraz obuwie. Spółka także oferowała wybrany asortyment kierowane do kobiet, głównie bieliznę oraz w niewielkim zakresie odzież damską, które powoli znajdują zainteresowanie wśród jej klientów.

Udział poszczególnych kanałów dystrybucji w ostatnich 2 latach wyglądał następująco:

| Struktura sprzedaży | | |
|-----------------------------|----------|----------|
| Kanał sprzedaży | 2025 rok | 2024 rok |
| e-commerce | 84% | 75% |
| sklepy własne i franczyzowe | 6% | 6% |
| sprzedaż hurtowa | 9% | 18% |
| produkty i usługi | 1% | 1% |

Plan sprzedaży na 2025 r. wynosił 15 869 tys. zł, a więc zakładał utrzymanie przychodów na poziomie zbliżonym do 2024 r. Faktyczne wykonanie było niższe od planu o 1 875 tys. zł, tj. o 11,8%.

| Pozycja | 2024 | 2025 wykonanie | Zmiana nominalna | Zmiana |
|-------------------------|--------|-------------------|---------------------|--------|
| Sprzedaż ogółem tys. zł | 15 987 | 13 994 | -1 993 | -12,4% |

| | | | | |
|---------------------------|--------|--------|------|--------|
| w tym: E-commerce tys. zł | 12 577 | 11 708 | -869 | -6,9% |
| Sklepy / hurt tys. zł | 3 299 | 2 305 | -994 | -30,1% |

Zpowyższego wynika, że spadek sprzedaży był efektem dwóch równoległych zjawisk: umiarkowanego spadku w e-commerce oraz istotnego spadku w sprzedaży hurtowej i klasycznej detalicznej.

Kontekst rynkowy

Rynek detaliczny w 2025 r. nominalnie i realnie nie znajdował się w recesji, ale był rynkiem silnie konkurencyjnym, z dużą presją cenową, rosnącą rolą marketplace'ów i wysoką wrażliwością konsumenta na cenę, dostępność oraz warunki dostawy. Według GUS sprzedaż detaliczna w 2025 w cenach stałych wzrosła o 1,9%.

Jednocześnie udział sprzedaży internetowej w sprzedaży detalicznej ogółem wzrósł w 2025 r. z 8,9% do 9,1%, natomiast w kategorii „tekstylna, odzież, obuwie” udział e-commerce wzrósł z 23,8% do 25,2%. Oznacza to, że branża odzieżowo-obuwnicza nadal przesuwiała się w stronę sprzedaży online, ale przy rosnącej konkurencji i większej presji na marżę, widoczność ofert oraz sprawność operacyjną. Dane Gemius dla rynku e-commerce w Polsce za 2025 r. wskazują, że zakupy online deklarowało 78% badanych internautów, podobnie jak w poprzedniej fali badania. Oznacza to stabilizację zasięgu e-commerce i przejście rynku w fazę dojrzałości, w której kluczowa nie jest już sama ekspansja liczby kupujących, lecz walka o uwagę klienta, cenę, dostępność i konwersję.

W sprzedaży hurtowej sytuacja rynkowa była umiarkowanie pozytywna. Według GUS sprzedaż hurtowa w przedsiębiorstwach hurtowych była wyższa o 2,2% r/r.

Główne przyczyny spadku sprzedaży Spółki

A. Spadek sprzedaży w największym kanale — Smyk

Największym kanałem sprzedaży Spółki pozostawał Smyk. W 2025 r. sprzedaż w tym kanale wyniosła 8 068 tys. zł, wobec 8 912 tys. zł w 2024 r. Oznacza to spadek o 844 tys. zł, tj. o 9,5% r/r.

Jednocześnie Smyk odpowiadał za 57,6% całej sprzedaży Spółki w 2025 r.. Tak wysoka koncentracja powoduje, że nawet jednocyfrowy spadek w tym kanale miał istotny wpływ na wynik całej Spółki. Sam spadek sprzedaży w Smyku odpowiadał za ok. 45% całkowitego spadku sprzedaży Spółki r/r.

| Kanal | 2024 | 2025 | Zmiana | Zmiana % |
|-------|---------------|---------------|--------------|----------|
| Smyk | 8 912 tys. zł | 8 068 tys. zł | -844 tys. zł | -9,5% |

B. Istotny spadek sprzedaży hurtowej / B2B

Drugim kluczowym czynnikiem był spadek sprzedaży hurtowej. W 2024 r. kanał ten wygenerował 2 272 tys. zł, natomiast w 2025 r. 1 414 tys. zł. Oznacza to spadek o 859 tys. zł, tj. o 37,8% r/r.

Był to największy jednostkowy negatywny czynnik po stronie kanałów poza e-commerce. W praktyce oznacza to, że w 2024 r. Spółka miała istotnie wyższą bazę sprzedaży w transakcjach hurtowych / niestandardowych / B2B, których poziomu nie udało się powtórzyć w 2025 r.

| Kanal | 2024 | 2025 | Zmiana | Zmiana % |
|---------------------------|----------------------|----------------------|---------------------|---------------|
| Hurt inne | 2 272 tys. zł | 1 414 tys. zł | -859 tys. zł | -37,8% |
| Hurt | 42 tys. zł | 45 tys. zł | +3 tys. zł | +7,2% |
| Sklepy | 985 tys. zł | 846 tys. zł | -139 tys. zł | -14,1% |
| Razem detal / hurt | 3 299 tys. zł | 2 305 tys. zł | -994 tys. zł | -30,1% |

Spadek sprzedaży w segmencie detaliczno-hurtowym wyniósł łącznie 994 tys. zł, co odpowiada za ponad połowę całkowitego spadku sprzedaży Spółki r/r.

C. Wysoki poziom zwrotów w kanałach marketplace'owych

W 2025 r. wartość zwrotów wyniosła 909 tys. zł. Dla porównania, plan zwrotów na 2025 r. wynosił 473 tys. zł, co oznacza przekroczenie planu o 436 tys. zł, tj. o 92,3%.

Największa koncentracja zwrotów wystąpiła w kanałach:

| Kanal | Zwroty 2025 | Udział w zwrotach ogółem |
|--------------------------------|--------------------|--------------------------|
| Zalando | 531 tys. zł | 58,4% |
| Allegro | 300 tys. zł | 33,0% |
| Razem Zalando + Allegro | 831 tys. zł | 91,4% |

Wartość sprzedaży brutto przed zwrotami wyniosła 14 923 tys. zł, natomiast po uwzględnieniu zwrotów sprzedaż netto wyniosła 14 014 tys. zł. Zwroty obniżyły więc rozpoznaną sprzedaż o 909 tys. zł, tj. o ok. 6,1% sprzedaży brutto.

W samym e-commerce zwroty wyniosły 887 tys. zł, co odpowiada ok. 7,0% sprzedaży brutto e-commerce. W praktyce oznacza to, że sprzedaż marketplace'owa generowała istotne obroty brutto, ale część tego wolumenu była konsumowana przez zwroty, szczególnie w kanałach Zalando i Allegro.

D. Spadek sprzedaży w części marketplace'ów mimo wzrostu Allegro

W 2025 r. Spółka istotnie zwiększyła sprzedaż na Allegro — z 842 tys. zł do 1 884 tys. zł, tj. o 1 042 tys. zł, czyli +123,7% r/r. Ten wzrost częściowo skompensował spadki w innych kanałach.

Jednocześnie istotne spadki wystąpiły w wielu pozostałych kanałach e-commerce:

| Kanal | 2024 | 2025 | Zmiana | Zmiana % |
|--------------|---------------|---------------|----------------|----------|
| Allegro | 842 tys. zł | 1 884 tys. zł | +1 042 tys. zł | +123,7% |
| Smyk | 8 912 tys. zł | 8 068 tys. zł | -844 tys. zł | -9,5% |
| Zalando | 1 546 tys. zł | 1 247 tys. zł | -300 tys. zł | -19,4% |
| Erli + Empik | 302 tys. zł | 39 tys. zł | -263 tys. zł | -87,0% |
| PIGU | 276 tys. zł | 100 tys. zł | -176 tys. zł | -63,9% |

| | | | | |
|--------|-------------|-------------|--------------|--------|
| Modivo | 238 tys. zł | 84 tys. zł | -153 tys. zł | -64,5% |
| eMag | 159 tys. zł | 76 tys. zł | -83 tys. zł | -52,0% |
| KF | 268 tys. zł | 192 tys. zł | -76 tys. zł | -28,4% |

Łącznie e-commerce spadł z 12 578 tys. zł do 11 709 tys. zł, tj. o 869 tys. zł, czyli 6,9% r/r. Oznacza to, że wzrost Allegro był istotny, ale nie wystarczył do zneutralizowania spadków w Smyku, Zalando i pozostałych marketplace'ach.

E. Zmiana struktury sprzedaży

W 2025 r. wzrosło uzależnienie Spółki od kanałów e-commerce. Udział e-commerce w sprzedaży ogółem wzrósł z 79,2% w 2024 r. do 83,6% w 2025 r..

Zmiana ta ma charakter biznesowo istotny. Spółka zwiększyła relatywne znaczenie kanałów internetowych, które z jednej strony zapewniają skalę sprzedaży, ale z drugiej strony wiążą się z wyższą presją konkurencyjną, większą transparentnością cen, większą zależnością od algorytmów marketplace'ów oraz wyższym poziomem zwrotów.

Dynamika kwartalna

Spadek sprzedaży nie był równomierny w trakcie roku. Największe pogorszenie wystąpiło w III kwartale.

| Okres | 2024 | 2025 | Zmiana | Zmiana % |
|--------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------|
| I kwartał | 3 690 tys. zł | 3 101 tys. zł | -589 tys. zł | -16,0% |
| II kwartał | 2 566 tys. zł | 3 580 tys. zł | +1 015 tys. zł | +39,5% |
| III kwartał | 5 035 tys. zł | 3 523 tys. zł | -1 512 tys. zł | -30,0% |
| IV kwartał | 4 485 tys. zł | 3 789 tys. zł | -696 tys. zł | -15,5% |
| Razem | 15 987 tys. zł | 13 994 tys. zł | -1 993 tys. zł | -12,4% |

Największe odchylenie wystąpiło w III kwartale, gdzie sprzedaż była niższa o 1 512 tys. zł, tj. o 30,0% r/r. W tym okresie widoczny był spadek zarówno w e-commerce, jak i w sprzedaży hurtowej /

detalicznej. II kwartał częściowo skompensował słabsze okresy, ale nie wystarczył do utrzymania poziomu sprzedaży z 2024 r.

Wniosek końcowy

Spadek sprzedaży Spółki w 2025 r. nie wynikał z jednego zdarzenia, lecz z kumulacji kilku czynników:

- 1. Niższa sprzedaż w kluczowym kanale Smyk** — spadek o 844 tys. zł, tj. 9,5% r/r.
- 2. Znaczący spadek sprzedaży hurtowej / B2B,** — spadek o 859 tys. zł, tj. 37,8% r/r.
- 3. Niższa sprzedaż w części marketplace'ów,** w szczególności Zalando, Erli/Empik, PIGU, Modivo i eMag.
- 4. Wysoki poziom zwrotów,** który w 2025 r. wyniósł 909 tys. zł, w tym 831 tys. zł w dwóch kanałach: Zalando i Allegro.
- 5. Zmiana struktury sprzedaży w kierunku większego udziału e-commerce,** który jest kanałem bardziej skalowalnym, ale też bardziej konkurencyjnym i bardziej podatnym na zwroty.
- 6. Wysoka baza porównawcza z 2024 r. w sprzedaży hurtowej i niestandardowej,** która miała charakter jednorazowy i nie została już odtworzona w 2025 r.

W świetle powyższego spadek sprzedaży należy ocenić jako efekt pogorszenia wyników w wybranych kanałach sprzedaży, przede wszystkim Smyk i Hurt inne, oraz wyższego poziomu zwrotów w kanałach marketplace'owych. Jednocześnie Spółka odnotowała pozytywną dynamikę w kanale Allegro, gdzie sprzedaż wzrosła o 1 042 tys. zł, tj. 123,7% r/r, co częściowo ograniczyło skalę spadku sprzedaży ogółem.

Według danych Gemius / Przelewy24 w 2025 r. 78% internautów w Polsce kupowało online, a 41% korzystało z serwisów zagranicznych. Najczęściej kupowanymi kategoriami online były odzież — 77% oraz obuwie — 65%. Jednocześnie wśród najpopularniejszych serwisów zagranicznych wymieniane były Temu, AliExpress i Amazon. Na których w 2025 roku spółka była nieobecna.

Dane Mediapanel pokazują gwałtowną zmianę zachowań zakupowych: udział konsumentów deklarujących zakupy na Temu wzrósł z 20% w 2024 r. do 46% w 2025 r., natomiast AliExpress spadł z 34% do 25%. Oznacza to, że Temu bardzo szybko przejęło rolę głównego chińskiego marketplace'u, ale AliExpress nadal pozostawał istotnym graczem.

W marcu 2025 r. Temu po raz pierwszy wyprzedziło Allegro w kategorii zakupów online według Mediapanel: Temu miało 18,11 mln real users, Allegro 17,84 mln, a AliExpress nadal przekraczał 10,8 mln real users. To ważne, bo konkurencja nie dotyczyła wyłącznie ceny, ale również skali zasięgu i przechwytywania uwagi konsumentów.

Według danych przywoływanych przez Bankier.pl, w styczniu 2026 r. Temu miało już ponad 20 mln real users i 68% zasięgu, wobec ok. 19 mln dla Allegro, ok. 10 mln dla AliExpress i ok. 8 mln dla Shein. Dodatkowo chińskie platformy sprzedażowe w Polsce miały wygenerować w okresie od października 2024 r. do października 2025 r. sprzedaż szacowaną na ok. 11,6 mld zł.

Odzież i obuwie dziecięce obejmują wiele produktów o niskiej jednostkowej wartości i wysokiej powtarzalności zakupu: T-shirty, bluzy, legginsy, czapki, piżamy, kaptcie, obuwie sezonowe, akcesoria. W takich produktach klient często porównuje przede wszystkim:

- cenę,
- promocję,
- dostępność rozmiaru,
- koszt dostawy,
- łatwość zwrotu,
- szerokość wyboru.

Temu i AliExpress są szczególnie konkurencyjne w produktach prostych, sezonowych i cenowo wrażliwych. To ograniczało sprzedaż tych samych lub podobnych kategorii na Smyku, Allegro i Zalando, gdzie spółka wystawiała swoją ofertę.

W e-commerce klient nie zawsze zaczyna zakup od konkretnego sklepu. Coraz częściej zaczyna od aplikacji marketplace'u, reklamy w social mediach albo powiadomienia push. Mediapanel wskazuje, że liczba użytkowników kategorii zakupowej jest względnie stabilna, ale sposób korzystania z aplikacji zakupowych bardzo się zmienił; Temu w krótkim czasie osiągnęło skalę zbliżoną do 20 mln użytkowników miesięcznie.

Jeżeli klient najpierw widzi ofertę Temu, dokonuje impulsowego zakupu i konsumuje część miesięcznego budżetu na odzież dziecięcą, to może już nie wejdzie później na Smyk, Allegro lub Zalando. W takim modelu Spółka traci nie dlatego, że klient świadomie rezygnuje z konkretnej marki, lecz dlatego, że nie dochodzi do wizyty i konwersji w kanale, w którym Spółka jest obecna.

Zarząd planuje wzrost sprzedaży w kanale e-commerce w kolejnych latach. Do współpracy w tym obszarze handlowym HurtimeX S.A. pozyskuje małe lokalne firmy jak również duże rozpoznawalne marki krajowe. Kontakty handlowe oraz znajomość rynku pozwala Spółce pełnić rolę dostawcy szerokiego dziecięcego asortymentu polskich producentów do dużych platform e-commerce oraz marketplaców. Dostawcy utrzymują określone zapasy swoich produktów w magazynie Spółki. Zamówienia klientów e-commerce są przekazywane do Spółki, gdzie następuje zbiorcza kompletacja i bezpośrednia dostawa do magazynu platformy lub wysyłki do indywidualnych klientów.

Powyższy schemat działania pozwala małym lokalnym producentom lokować swoje produkty za pośrednictwem Spółki w kanale masowej sprzedaży e-commerce. Jednocześnie większe firmy z różnych stron Polski dzięki swojemu magazynowi zewnętrznemu prowadzonemu w HurtimeX S.A. mogą sprzedawać swoje produkty przez platformę e-commerce z dostawą w ciągu 24 godzin. Partnerzy doceniają to i widzą efekty sprzedażowe dlatego Spółka stale pozyskuje do współpracy nowych kontrahentów.

2. Wynik finansowy

Spółka musi wciąż akceptować wyższe początkowe koszty wejścia w kanał dystrybucji, e-commerce gdzie funkcjonują niższe marże. Z tego powodu marża na sprzedaży nadal nie jest na poziomie zapewniającym uzyskanie dodatniego wyniku z podstawowej działalności operacyjnej. Strata z tego tytułu wyniosła 1.185 tys. zł. Była ona nieznacznie niższa niż w 2024 roku mimo spadku przychodów. Głównym zadaniem stojącym przed Spółką jest uzyskanie dodatniego wyniku finansowego na działalności podstawowej. W tym celu musi nastąpić dalszy wzrost przychodów oraz marży. Wysokie koszty logistyczne związane z dostawą indywidualnych zamówień stanowią główny udział w kosztach sprzedaży. Optymalizacja kosztów w tym zakresie jest utrudniona z uwagi na konieczność korzystania z usług kurierskich. Niezbędna jest więc ciągła optymalizacja wewnętrznej logistyki magazynowej. Utrzymywanie wewnętrznej dyscypliny kosztowej znajduje odzwierciedlenie w niższych

o 136 tys. zł kosztach ogólnego zarządu.

Na pogłębienie straty wpłynął także utworzona w 100% rezerwa na udział w Saltex Sp. z o.o. w kwocie 430 tys. zł. Spółka korzysta z długoterminowego kredytu w VeloBanku i z tego tytułu zapłaciła odsetki w wysokości 254 tys. zł..

Ostatecznie po uwzględnieniu kosztów i przychodów finansowych HurtimeX S.A. zakończył rok stratą netto w wysokości 1.714 tys. zł.

3. Majątek Spółki

Struktura majątku jednostki w 2025 r. nie uległa większej zmianie w stosunku do roku wcześniejszego.

Istotną zmianą z punktu widzenia zapotrzebowania na kapitał obrotowy jest spadek zapasów oraz należności o wartość 444 tys. zł. Wpływa to na poprawę wskaźników gospodarowania majątkiem. Wyraźnie zwiększyła się obrotowość zapasów i należności wyrażona w dniach, która w roku 2025 wynosiła odpowiednio 69 dni dla zapasów i 35 dni dla należności. W tym obszarze są jednak nadal rezerwy. Spółka musi poprawiać sprawność, aby nie generować zbyt dużego zapotrzebowania na kapitał obrotowy. Sprzyjać temu będzie rozszerzenie współpracy z dostawcami o sprzedaż w kanale e-commerce z jednoczesnym korzystaniem ze stanów magazynowych kontrahentów, które są przez nich utrzymywane w magazynie HurtimeX S.A.

Wszystkie należności Spółki są pod pełną kontrolą i po dokonaniu jeszcze w 2024 roku odpisu na kwotę 145 tys. zł na należności dochodzone na drodze sądowej od firmy Komex S.A., pozostałe są w pełni ściągalne i nie wymagają dokonywania odpisów.

4. Zobowiązania

Zobowiązania długoterminowe, podobnie jak w roku wcześniejszym, to długoterminowy kredyt w VeloBanku, którego spłata zakończy się w 2034 roku. Kredyt jest obsługiwany terminowo. Na koniec 2025 roku jego saldo w części długoterminowej wynosiło 2.108 tys. zł. Kredyt zabezpieczony jest hipoteką na nieruchomościach Spółki.

Na zobowiązania krótkoterminowe składają się głównie zobowiązania wobec dostawców. Spółka posiada wobec kontrahentów zobowiązania przeterminowane, które są uzgadniane co do ostatecznej ich spłaty z każdym z nich więc pozostają pod kontrolą, nie występują zaległości wobec budżetu państwa. Ugoda z Zakładem Ubezpieczeń Społecznych jest obsługiwana terminowo. Efektem systematycznej spłaty zobowiązań krótkoterminowych, na które składają się głównie zobowiązania wobec dostawców, jest ich ogólny spadek o 399 tys. zł w porównaniu do roku wcześniejszego. W ramach tego spadku uległy zmniejszeniu o 74 tys. zł zobowiązania publicznoprawne, na które przede wszystkim składa się kwota realizowanej ugody z ZUS. Mimo wzrostu płac w całej gospodarce zmniejszyły się zobowiązania z tytułu wynagrodzeń.

Zarząd stwierdza, że mimo okresowych napięć nie powinny wystąpić zagrożenia ze strony utrzymywania dotychczasowych źródeł finansowania.

5. Przepływy finansowe

Spadek przychodów wymaga szczególnie wysokiej dyscypliny w zarządzaniu zapasami i należnościami. W tym przypadku działania Spółki należy ocenić pozytywnie. Zmniejszenie strumienia finansowego zaangażowanego w zapasy i należności mogło zostać wykorzystane na spłatę zobowiązań. Dzięki temu Spółka, mając w dyspozycji środki pieniężne częściowo zmniejsza swoje zadłużenie. Ostatecznie jednak Spółka wykazała ujemne przepływy z działalności operacyjnej w kwocie 958 tys. zł. Niezbędna jest w przyszłych okresach poprawa wyniku finansowego wsparta niskim zapotrzebowaniem na kapitał obrotowy w celu uzyskaniu dodatnich przepływów pieniężnych.

Zarząd Spółki będzie kontynuował politykę prowadzącą do stabilnego wzrostu sprzedaży wykorzystując wszystkie dostępne kanały dystrybucji. Dbłość o poziom marży i zapewnienie przepływów gotówkowych zabezpieczających płynność finansową, to priorytet firmy umożliwiający utrzymanie bezpieczeństwa finansowego.

6. Wybrane dane finansowe

Wybrane dane finansowe przeliczone na euro.

Ogłoszone przez NBP średnie kursy wymiany złotego w stosunku do euro wyniosły w okresach objętych danymi finansowymi:

| Okres | Średnie kursy w każdym okresie | Średni kurs na ostatni dzień okresu |
|-----------------------|--------------------------------|-------------------------------------|
| 01.01.2024-31.12.2024 | *4,2685 | 4,2750 |
| 01.01.2025-31.12.2025 | *4,2372 | 4,2267 |

średnie kursy w każdym okresie (*jako średnia arytmetyczna z średnich kursów obowiązujących na każdy dzień roku 2024 i 2025)

Poszczególne pozycje aktywów i pasywów bilansu przeliczono wg kursów obowiązujących na ostatni dzień okresu.

Poniżej zaprezentowane pozycje rachunku zysków i strat oraz sprawozdania z przepływów środków pieniężnych zaprezentowano wg kursów stanowiących średnia arytmetyczna kursów obowiązujących na każdy dzień roku.

Podstawowe pozycje bilansu i rachunku zysków i strat oraz rachunku przepływów pieniężnych z prezentowanego sprawozdania finansowego oraz danych porównywalnych, przeliczone na euro:

| Dane finansowe | 31.12.2025 tys. zł | 31.12.2025 tys. euro | 31.12.2024 tys. zł | 31.12.2024 tys. euro |
|--|-----------------------|-------------------------|-----------------------|-------------------------|
| Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów | 13.994 | 3.302 | 15.988 | 3.746 |
| Amortyzacja | 158 | 37 | 165 | 39 |
| Zysk (strata) na sprzedaży | -1.185 | -280 | -1.203 | -282 |

| | | | | |
|--|--------|-------|--------|-------|
| Zysk (strata) na działalności operacyjnej | -1.082 | -255 | -184 | -43 |
| Zysk (strata) brutto | -1.714 | -405 | -440 | -103 |
| Zysk (strata) netto | -1.714 | -405 | -440 | -103 |
| Aktywa razem | 13.238 | 3.132 | 14.206 | 3.323 |
| Aktywa trwałe | 8.208 | 1.942 | 8.461 | 1.979 |
| Aktywa obrotowe | 5.031 | 1.190 | 5.745 | 1.344 |
| Pasywa razem | 13.238 | 3.132 | 14.206 | 3.323 |
| Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania razem | 9.612 | 2.274 | 10.124 | 2.368 |
| <i>w tym zobowiązania krótkoterminowe</i> | 7.174 | 1.697 | 7.574 | 1.772 |
| Kapitał własny | 3.627 | 858 | 4.081 | 955 |
| Kapitał zakładowy | 6.554 | 1.551 | 6.554 | 1.533 |
| Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej | -959 | -226 | 1.148 | 269 |

| | | | | |
|--|------|-----|------|------|
| Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej | -30 | -7 | -510 | -119 |
| Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej | 663 | 156 | -351 | -82 |
| Zmiana stanu środków pieniężnych | -326 | -77 | 287 | 67 |

| Podstawowe wskaźniki finansowe | | |
|--------------------------------|----------|----------|
| wskaźnik | 2025 rok | 2024 rok |
| wskaźnik bieżącej płynności | 0,70 | 0,76 |
| wskaźnik szybkiej płynności | 0,33 | 0,23 |
| rotacja należności w dniach | 35 | 40 |
| rotacja zapasów w dniach | 70 | 62 |
| ogólne zadłużenie | 73% | 71% |
| zadłużenie kapitału własnego | 265% | 248% |

III. ZDARZENIA WPLYWAJĄCE ISTOTNIE NA DZIAŁALNOŚĆ SPÓŁKI W 2025 ROKU

Do istotnych zdarzeń, mających wpływ na prowadzenie podstawowej działalności Spółki można zaliczyć zwiększenie aktywności na największej platformie sprzedażowej w Polsce jaką jest Allegro. Ten wiodący marketplace rozszerza swoją działalność o rynki sąsiadujące z Polską (Słowacja, Czechy), co jeszcze bardziej zwiększa jego potencjał sprzedażowy.

W drugim półroczu w Spółce okazało się sprzedażowo gorsze od planowanego. Niższe przychody od spodziewanych wpłynęły znacząco na pogorszenie wyniku finansowego oraz trudności w bieżącym regulowaniu zobowiązań wobec dostawców. Ostatecznie ucierpiała na tym szerokość i atrakcyjność oferty, co osłabiło potencjał sprzedażowy.

Regionalne oddziaływanie o dużym znaczeniu ma wojna na Ukrainie. Spółka nie prowadziła z tym krajem żadnej wymiany handlowej, ale działania wojenne w kraju graniczącym z Polską mają bezpośredni wpływ na zachowania konsumentów. Jednocześnie uchodźcy z Ukrainy stanowią nową, potencjalnie dużą grupę popytową, która może być źródłem dodatkowych przychodów ze sprzedaży.

IV. ZAŁOŻENIA DOTYCZĄCE DALSZEGO ROZWOJU SPÓŁKI

Zarząd w 2026r. planuje dalszy wzrost przychodów poprzez poszerzenie kanałów dystrybucji w e-commerce skupiając się przede wszystkim na wzroście marżowości oraz utrzymaniu płynności. Na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania przychody Spółki znajdują się na poziomie roku wcześniejszego. W tym roku Spółka planuje pojawić się z ofertą na kolejnych znanych europejskich platformach. Dbłość o utrzymanie płynności wynika z wymagającego dla biznesu otoczenia makroekonomicznego (Wojna na Bliskim Wschodzie powodująca stały wzrost nośników energii, wojna na Ukrainie). Zarząd, świadomy powyższego ryzyka oraz wyzwań, stojących przed Spółką, przyjął strategię, która ma przeciwdziałać przedmiotowym wyzwaniom i ryzykom. Główne cele określone w strategii są skonkretyzowane, mierzalne, osiągalne, istotne oraz określone w czasie akronim-(SMART)





V. POZOSTAŁE OBSZARY

1. Badania i rozwój

Nie dotyczy

2. Akcje własne

Spółka nie nabywała akcji własnych.

3. Posiadane oddziały (zakłady)

Spółka nie posiadała oddziałów lub zakładów

4. Stosowanie zasad ładu korporacyjnego

Zasady stosowania ładu korporacyjnego stanowią załącznik do niniejszego sprawozdania oraz są dostępne na stronie internetowej Spółki.

5. Środowisko

Zarząd informuje, że prowadzona przez Spółkę działalność nie jest szkodliwa lub uciążliwa dla środowiska. Obiekty Spółki są wyposażone w energooszczędne oświetlenie ledowe, a do ogrzewania pomieszczeń wykorzystywane są kotły grzewcze na paliwo gazowe.

Spółka posiada podpisaną umowę o współpracy przejęcia obowiązku zapewnienia recyklingu w zakresie odpadów opakowaniowych. Spółka prowadzi politykę wielokrotnego wykorzystywania kartonów zbiorczych oszczędzając na zakupie nowych oraz chroniąc środowisko.

6. Informacja o instrumentach finansowych

Hurtimex S.A. analizuje i ocenia ryzyka dotyczące instrumentów finansowych w zakresie:

- ryzyko: zmiany cen, kredytowego, istotnych zakłóceń przepływów środków pieniężnych oraz utraty płynności finansowej, na jakie narażona jest jednostka;
- przyjętych przez jednostkę celach i metodach zarządzania ryzykiem finansowym, łącznie z metodami zabezpieczenia istotnych rodzajów planowanych transakcji, dla których stosowana jest rachunkowość zabezpieczeń;

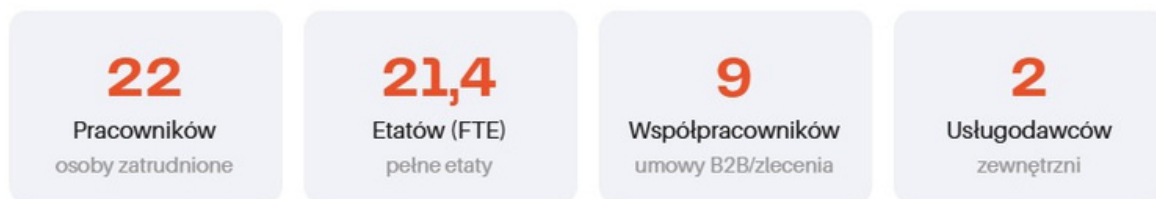
Ryzyko zmiany cen w okresie inflacji oraz rosnących kosztów energii wzrasta. Spółka dla wielu dostawców staje się istotnym partnerem i może negocjować ceny zakupu produktów. Ceny sprzedaży weryfikuje rynek, na którym Spółka jest obecna od 30 lat i potrafi się do tego ryzyka dostosować.

Spółka posiada długoterminowy kredyt, który jest obsługiwany regularnie i nie zachodzi ryzyko utraty finansowania.

Zmniejszenie stanu zapasów oraz należności 2025 roku zmniejsza ryzyko problemów z płynnością finansową.

Spółka rozwija sprzedaż na zagranicznych platformach e-commerce więc zobowiązania w walucie obcej równoważy przychodami. Hurtimex S.A. nie posiada długoterminowych kontraktów wymagających zabezpieczenia instrumentami finansowymi.

VI. LICZBA OSÓB ZATRUDNIONYCH PRZEZ SPÓŁKĘ



Na dzień 31.12.2025 roku Spółka zatrudniała 22 osoby na umowę o pracę, co przelicza się na 21,4 pełnych etatów. Na umowę zlecenie było zatrudnionych 9 osób w tym 5 studentów. Oprócz powyższych osób zatrudnionych na umowę o pracę i umowę zlecenie Spółka współpracuje dodatkowo z 2 osobami, które świadczą na rzecz Spółki usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej.

VII. ISTOTNE CZYNNIKI RYZYKA

1. Ryzyko koniunktury gospodarczej

Mimo, że Spółka prowadzi działalność głównie na rynku krajowym, to poziom osiągniętych przez nią wyników sprzedażowych i finansowych jest zależny od sytuacji makroekonomicznej na świecie choć głównie w Europie oraz oczywiście w Polsce. Decydująca jest także koniunktura w handlu detalicznym,

a także poziom wydatków konsumpcyjnych. Poziom popytu generowanego przez konsumentów uzależniony jest bezpośrednio i pośrednio od zmiennych wskaźników makroekonomicznych jak bezrobocie, poziomu wynagrodzeń, wysokości stóp procentowych, tempa rozwoju gospodarczego, a także polityki fiskalnej i monetarnej. Negatywne zmiany w ogólnej sytuacji makroekonomicznej na świecie, pogarszająca się sytuacja dochodowa gospodarstw domowych, a także niepewność w obszarze społeczno-politycznym (wojna na Ukrainie oraz konflikt wojenny USA i Izraela z Iranem) mogą powodować ogólne spowolnienie aktywności gospodarczej, co może mieć przełożenie m.in. na zmniejszenie popytu na produkty oferowane przez Spółkę. Spółka przeciwdziała tym zagrożeniom poprzez dywersyfikację rynku odbiorców i w rezultacie wychodzi z ofertą jak najszerzej poza Polskę. Utrzymywane są także wszystkie kanały dystrybucji i poszerzana jest oferta poza produkty odzieży dziecięcej, przez co HurtimeX S.A. zyskuje nowych odbiorców.

2. Ryzyko związane ze współpracą z platformą sprzedażową

Smyk

Sprzedaż e-commerce Spółki była realizowana w dużej części przy współpracy z platformą sprzedażową Smyk. W 2025 roku 57% przychodów Spółki zostało wygenerowane we współpracy ze wskazanym marketplacem, z którym HurtimeX współpracuje już od 2019 roku. Od tego czasu współpraca handlowa kontynuowana jest w sposób nieprzerwany. HurtimeX stale uzupełnia i poszerza ofertę dla klientów tej platformy więc nie zachodzi ryzyko nasycenia towarami Spółki. Jednak brak zainteresowania ze strony platformy dalszą współpracą ze Spółką może mieć istotny negatywny wpływ na wyniki sprzedażowe osiągnięte przez Spółkę oraz jej płynność. Zarząd Spółki informuje, iż współpraca z platformą Smyk okazała się sukcesem, nie tylko z uwagi na osiągnięte przychody ze sprzedaży, ale również ze względu na walory marketingowe (kilkumilionowe zasięgi w sieci internet), dostęp do nowych, potencjalnych grup odbiorców oraz ugruntowanie pozycji dostawcy dla dużych platform sprzedażowych. Zarząd, przeciwdziałając jednak potencjalnemu ryzyku zaprzestania współpracy, rozpoczął sprzedaż na innych dużych rozpoznawalnych platformach w Polsce oraz zagranicą, utrzymując jednocześnie pozostałe kanały dystrybucji. Dzięki temu udział w sprzedaży platformy Smyk stale się zmniejsza i spadła z początkowych ponad 70% do 57% w 2025 roku.

3. Ryzyko związane ze spadkiem zainteresowania ofertą Spółki

Spółka prowadzi działalność operacyjną od 2008 roku, generując w tym okresie przychody ze sprzedaży w sposób ciągły w wysokości przekraczającej 10 mln zł. Wraz ze wzrostem poziomu sprzedaży, wzrasta

nasylenie rynku ofertą Spółki, jednocześnie wzrasta rozpoznawalność marki własnej Tup Tup oraz samej Spółki jako sprawnego operatora w kanale e-commerce, co pozwala na wprowadzanie nowych kategorii produktowych od nowych kontrahentów zainteresowanych wzajemną współpracą. Spółka podejmuje oraz planuje z wyprzedzeniem realizację szeregu działań, które mają doprowadzić do dalszego wzrostu skali działalności. Nie można jednak wykluczyć, że dynamika wzrostu przychodów ze sprzedaży może ulec wyhamowaniu. W opinii Zarządu skutecznie jednak będzie temu przeciwdziałać poszerzenie sprzedaży o rynki zagraniczne oraz samej oferty o nowe produkty kolejnych dostawców wraz ze zwiększeniem oferty produktów o nowe kategorie. Jednocześnie spółka posiada potencjał oraz know how w świadczeniu usług fulfillmentu. W tym zakresie Zarząd także upatruje możliwości pozyskiwania stabilnych przychodów oraz ich dywersyfikacji.

4. Ryzyko związane z wojną na Ukrainie oraz na Bliskim Wschodzie

W lutym 2022 r. wybuchła wojna na terenie Ukrainy, która już trwa ponad 3 lata. Zarząd Spółki na bieżąco analizuje sytuację z tym związaną, monitoruje ryzyko oraz podejmuje niezbędne kroki, włącznie ze zwiększeniem procedur bezpieczeństwa, mające na celu ochronę majątku Spółki. Na moment bieżący, konflikt na Ukrainie nie ma bezpośredniego wpływu na sytuację firmy. Spółka zatrudnia tylko

1 osobę pochodzącą z Ukrainy, nie ma rynków zbytu na Ukrainie w Rosji i Białorusi. Surowce i materiały wykorzystywane do produkcji w branży odzieżowej nie pochodzą z tych krajów.

Wojna na Bliskim Wschodzie mimo braku bezpośredniego zagrożenia oddziałuje mocno na całą gospodarkę światową. Brak dostaw gazu i ropy naftowej powoduje łańcuchową reakcję wzrostu cen od energii zaczynając a na usługach kończąc. Trudno w tej chwili przewidzieć ostateczne skutki tego konfliktu. Wiele zależy jak długo jeszcze potrwa.

5. Ryzyko związane z kontynuacją działalności - art. 397 Kodeksu spółek handlowych

Zarząd Spółki Hurtimex S.A. oświadcza, że na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania nie występują przesłanki wskazujące na zagrożenie kontynuacji działalności w okresie co najmniej 12 miesięcy od dnia bilansowego.

Bilans sporządzony na dzień 31 grudnia 2025 r. wykazuje stratę przewyższającą sumę kapitałów zapasowego, z aktualizacji wyceny oraz jedną trzecią kapitału zakładowego, co spełnia przesłanki wynikające z art. 397 Kodeksu spółek handlowych, a tym samym rodzi ustawowy obowiązek zwołania walnego zgromadzenia w celu podjęcia uchwały o dalszym istnieniu Spółki.

Stan kapitałów i wyników finansowych na dzień 31 grudnia 2025 r.:

- Kapitał zakładowy: 6.553.795,40 zł
- Kapitał zapasowy: 928.877,89 zł

- Kapitał (fundusz) z aktualizacji wyceny: 354,66 zł
- Strata z lat ubiegłych: (3.141.644,16) zł
- Kapitały rezerwowe (kapitał opłacony niezarejestrowany) 1.000.000,00 zł
- Strata netto za rok 2025: 1.714.588,37) zł
- Suma strat: (4.856.232,53) zł

Łączna wartość kapitału zapasowego, z aktualizacji wyceny i rezerwowego:
928.877,89 zł + 354,66 zł + 1.000.000,00= **1.929.232,55 zł**

Jedna trzecia kapitału zakładowego:
6.553.795,40 zł / 3 = **2.184.598,47 zł**

Sumaprogowazart.397k.s.h.:
1.929.232,55 zł + 2.184.598,47 zł= **4.113.831,02 zł**

Łączna strata na poziomie (4.856.232,53 zł) przekracza wartość graniczną z art. 397 k.s.h., o kwotę 742.401,51zł, co uzasadnia formalne działanie zarządu

W związku z powyższym:

- Zarząd zwoła Walne Zgromadzenie na dzień 30.06.2026 rok, które podejmie uchwałę o dalszym istnieniu Spółki,
- Spółka dysponuje pisemnymi deklaracjami większościowych akcjonariuszy o poparciu uchwały o dalszym istnieniu Spółki,
- Planowane jest podwyższenie kapitału zakładowego o 2.000.000 zł poprzez emisję nowych akcji,

W ocenie Zarządu istnieją uzasadnione przesłanki dla przyjęcia założenia kontynuowania działalności przez Spółkę, a planowane dalsze działania naprawcze i kapitałowe zapewniają utrzymanie płynności i stabilności funkcjonowania. Należy stwierdzić, że Spółka wykazała przychody z poziomu odpowiadającego 2023 r. więc spadek przychodów spowodowany głównie brakiem transakcji hurtowych nie jest gwałtowny. Obniżone zostały koszty się koszty zarządu oraz sprzedaży łącznie o 225 tys. zł (3,8%), co potwierdza skuteczne zarządzanie kosztami.

Zarząd Spółki informuje jednak o możliwych okolicznościach stanowiących niepewność do kontynuacji działalności. Spółka wygenerowała za badany okres sprawozdawczy łączną stratę netto w wysokości 1.714.588,37 zł oraz posiada skumulowane straty z lat ubiegłych w wysokości 3.141.644,16 zł. Ponadto, Spółka w związku z zatorami płatniczymi posiada przeterminowane zobowiązania, a zobowiązania krótkoterminowe przewyższają aktywa obrotowe o wartość 2.143.869,99 zł. Zarząd zaplanował działania naprawcze w zakresie ograniczania, kosztów oraz zwiększenia przychodów o 20% jak w roku 2024. Jednocześnie zaplanowano podniesienie kapitału poprzez emisję akcji, co dodatkowo wzmocni stabilność funkcjonowania oraz płynność finansową. W związku z przekroczeniem progu wynikającego z art 397 KSH i brakiem zwołania WZ w celu podjęcia uchwały o dalszym istnieniu Spółki, zarząd pozyskał listy wsparcia większościowych akcjonariuszy potwierdzających zagłosowaniem za uchwałą na najbliższym WZ.

Należy jednak podkreślić, że I kw. 2026 r był bardzo trudny dla Spółki, nawet w biorąc pod uwagę, że już historycznie I połowa roku jest pod względem wyników zawsze dużo gorsza niż II półrocze. Spółka osiągnęła niższe przychody niż w I kw. 2025 o 218 tys. zł (7,5%), a strata wyniosła 527 tys. zł i była wyższa niż rok wcześniej o 91 tys. zł. Zobowiązania krótkoterminowe są wyższe o 2.634 tys. zł od aktywów obrotowych, co rodzi ryzyko wypłacalności, biorąc pod uwagę, że występują zobowiązania przeterminowane nawet jeśli są one pod pełną kontrolą jak w Spółce. Zarząd podejmuje i będzie podejmował działania w celu uzyskania dodatniego wyniku finansowego na koniec roku.

Projekt uchwały walnego zgromadzenia w trybie art. 397 k.s.h.

Uchwała nr

Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Hurtimex S.A. z siedzibą w Łodzi z dnia 30.06.2026 r. w sprawie dalszego istnienia spółki

Na podstawie art. 397 Kodeksu spółek handlowych oraz po rozpatrzeniu sytuacji finansowej spółki, Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy postanawia, co następuje:

§1.

Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy, mając na uwadze straty wykazane w bilansie sporządzonym na dzień 31 grudnia 2025 r., przewyższające sumę kapitału zapasowego, kapitałów rezerwowych oraz jednej trzeciej kapitału zakładowego, postanawia o kontynuowaniu istnienia spółki.

§2.

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

Uzasadnienie:

Walne Zgromadzenie podejmuje uchwałę o dalszym istnieniu spółki, mając na uwadze plany dokapitalizowania poprzez emisję nowych akcji na kwotę 2.000.000 zł. oraz wcześniejsze deklaracje większościowych akcjonariuszy popierających kontynuację działalności i stabilizację sytuacji finansowej spółki.

VIII. OŚWIADCZENIE ZARZĄDU

Oświadczenie zarządu spółki Hurtimex S.A. w sprawie rzetelności sporządzenia sprawozdania finansowego za okres od 01.01.2025 do 31.12.2025

Zarząd Hurtimex S.A. oświadcza, iż wedle jego najlepszej wiedzy, roczne sprawozdanie finansowe oraz dane porównywalne sporządzone zostały zgodnie z przepisami obowiązującymi Spółkę oraz, że odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową Spółki oraz jej wynik, a sprawozdanie z działalności Spółki zawiera prawdziwy obraz sytuacji Spółki, w tym opis podstawowych zagrożeń i ryzyk.

Zarząd oświadcza, że Hurtimex S.A. stosuje zasady przyjętego Ładu Korporacyjnego, który stanowi odrębny dokument przyjęty uchwałą Zarządu.

Prezes Zarządu
Jarosław Kopeć

Łódź, dnia: 28.05.2026 rok

HURTIMEX S.A.

Sprawozdanie Zarządu
z działalności Spółki za 2025 rok

HURTIMEX S.A.
ul. 28 Płk. Strzelców Kaniowskich 42, 90-640 Łódź
REGON: 004334784 | NIP: 7290110662