



# VÝROČNÁ SPRÁVA

obchodnej spoločnosti

STUDIO MODERNA s.r.o.

za rok 2019

## **OBSAH:**

- 1. Profil spoločnosti**
- 2. Hodnotenie činnosti spoločnosti za rok 2019**
- 3. Plány do roku 2020**
- 4. Vplyv spoločnosti na životné prostredie**
- 5. Nadobúdanie vlastných akcií, dočasných listov, obchodných podielov a akcií**
- 6. Náklady na činnosť v oblasti výskumu a vývoja**
- 7. Vplyv spoločnosti na zamestnanosť**
- 8. Výrok audítora a účtovná závierka za rok 2019**

---

## 1. Profil spoločnosti

Výročná správa spoločnosti STUDIO MODERNA s.r.o. obsahuje údaje za obdobie od 01.01.2019 do 31.12.2019 a sumarizuje najdôležitejšie údaje o hospodárení spoločnosti v uvedenom období. Už od svojho vzniku 17.02.1997 spoločnosť vyvíja svoju činnosť v oblasti direct marketingu a reklamy, a tak tomu bolo aj v roku 2019. Touto výročnou správou Vám poskytujeme krátky prehľad činností za rok 2019 a najvýznamnejších plánov do roku 2020.

Predmetnú činnosť spoločnosti predstavuje:

- nákup, predaj a zásielkový predaj spotrebného tovaru (maloobchod),
- nákup, predaj a zásielkový predaj spotrebného tovaru (veľkoobchod),
- reklamná činnosť,
- vydavateľská činnosť,
- prenájom nehnuteľností, obstarávateľská činnosť,
- sprostredkovateľská činnosť v oblasti výroby, obchodu a služieb,
- leasingová činnosť v rozsahu voľnej živnosti, finančný leasing,
- administratívne práce,
- prieskum trhu a verejnej mienky,
- organizovanie spoločenských a kultúrnych podujatí, školení a kurzov.

Spoločnosť nemá organizačnú zložku v zahraničí.

V rámci dôležitých udalostí, ktoré nastali po dni, ku ktorému sa zostavuje účtovná závierka Spoločnosť posúdila možný dopad vírusu SARS-CoV-2 a ním vyvolanej choroby COVID-19 na hospodárenie spoločnosti za rok 2020 a likviditu spoločnosti. Spoločnosť v súčasnosti neočakáva významný dopad na účtovnú závierku a svoju likviditu, avšak tento predpoklad sa môže meniť vzhľadom na budúci vývoj situácie.

K dnešnému dňu žiaden významný odberateľ nekomunikoval zastavenie objednávok. Napriek tomu, spoločnosť posúdila vplyv maximálneho predpokladaného dvojmesačného výpadku výnosov a ich vplyvu na plánované hospodárenie a likviditu. Na základe toho prišla k záveru, že disponuje dostatočnou likviditou na to, aby vedela pokryť aj tento výpadok ako aj zabezpečila nepretržité pokračovanie spoločnosti.

Zostatková hodnota hmotných a nehmotných aktív (softvér, stroje, zariadenia, zásoby, pohľadávky) predstavuje k 31.12.2019 hodnotu 4 181 297 EUR.

Hospodársky výsledok spoločnosti STUDIO MODERNA s.r.o. za rok 2019 predstavuje stratu -1 004 448 EUR. Strata bude preúčtovaná na účet „Neuhradená strata minulých rokov“.

Sústavne sa snažíme o zvýšenie kvality spotov, dôslednú prípravu jednotlivých projektov a dôsledný výber kvalitných a pre zákazníkov zaujímavých výrobkov.

---

## 2. Hodnotenie činnosti spoločnosti za rok 2019

V roku 2019 spoločnosť zaznamenala nárast predaja v porovnaní s predchádzajúcim rokom približne o 5,4% v súvislosti s veľmi oživeným hospodárskym prostredím. Neustále sa usilujeme o vysokú kvalitu vo všetkých oblastiach našej činnosti, najmä čo sa týka výrobkov, dodávke tovaru zákazníčkovi, vybavovania reklamácií a obchodných vzťahov s partnermi.

V roku 2019 sme dosiahli výnosy vo výške 32 685 945 EUR, z čoho predaj tovaru predstavoval 90%-ný podiel.

### TOP SHOP

V rámci projektu TOP SHOP sme pokračovali v predstavovaní zaujímavých a funkčných výrobkov pre domácnosť, krásu, fitness, zdravie, záhradu či hobby, ako príklad uveďme rozšírenie sortimentu záhradného náradia Tornadica, sušič oblečenia NuBreeze a pod., ktoré sa stretli so záujmom na strane zákazníčkov.

### DORMEO

Rok 2019 sa pre značku DORMEO niesol najmä s cieľom udržania hlavného postavenia značky v rámci spoločnosti a stabilizácie portfólia s cieľom uspokojiť možné požiadavky trhu. V portfóliu sa objavili zmeny a inovácie produktov a produktových kategórií, ktoré boli podmienené centrálnymi zmenami, najmä kategória matracov spojená s uvedením veľkoobchodnej kategórie matracov Ecocell, a kategória doplnkových matracov rozšírená o typ Silver Plus, ktorý bol určený pre nosnú kampaň roka v rámci tejto produktovej kategórie. Portfólio obohatili aj viaceré sezónne novinky - kúpeľňový program, dekoratívne produkty v dvoch dizajnových kolekciách, rozšírenú radu vankúšov a v neposlednom rade novinky v kategórii nábytku. V budúcnosti mienime udržať súčasný spôsob predaja s väčším zreteľom na využitie alternatívnych médií pri komunikácii smerom k zákazníkovi pre väčšiu diverzifikáciu v narastajúcom konkurenčnom prostredí spolu s centrálnou plánovaným rozšírením portfólia o doplnkové produkty pre domácich miláčikov, voľný čas a obývačku s dôrazom na vysokú kvalitu. Najvýraznejšími produktovými kategóriami značky Dormeo v r. 2019 trvalo ostali matrace, no výrazný diel predstavovali stále aj kategórie doplnkových matracov a dekoratívnych prikrývok, najmä vďaka sezónnej komunikácii a rýchlej dostupnosti zákazníkovi. Marketingová komunikácia roku 2019 sa uberala najmä na zákaznícku spokojnosť, čo reflektovali najmä kampane s podporou reálnych skúseností našich zákazníčkov.

### DELIMANO

Projekt DELIMANO, ako úspešne implementovaná platforma, pokračoval v roku 2019 v raste so sortimentom kuchynských riadov s kameninovým povrchom

Delimano Stone Legend v inovovanej verzii Copperlux určeným na univerzálne použitie, ktorý zaznamenal nemalý záujem zo strany zákazníkov. Ako spoločnosť sme zaznamenali v rámci sortimentu kuchynského riadu úspechy, úspešne sme na trh uviedli novú radu, ktorej tvárou sa stala speváčka a herečka Gizela Oňová.

Okrem kuchynských riadov sme rozširovali portfólio aj naprieč ostatnými produktovými kategóriami s viacerými úspešnými produktami, napr. teplovzdušná fritéza Air Fryer vo viacerých verziách, ktorá sa stala veľmi rýchlo jednotkou v predaji u našich zákazníkov, inovovanou brúskou na nože Brava, či doplnením línie elektrospotrebičov Joy.

Počas roka sme stále podporovali aj etablovaný licencovaný produkt Nutribullet prostredníctvom viacerých marketingových kampaní rovnako napojených aj na veľkoobchodných partnerov, pri ktorom značka Delimano vystupuje ako výhradný distribútor. Primárnym marketingovým cieľom v roku 2019 bolo pre DELIMANO neustále podporovať širšiu znalosť značky a udržateľný rast, čo sa nám vďaka mnohým marketingovým aktivitám úspešne podarilo. Pre ďalšie obdobie sa DELIMANO ako projekt stalo jednou z priorít, ktorej budeme venovať nemalú pozornosť nielen v rámci ponuky produktov, ale aj pri celkovej komunikácii smerom k zákazníkovi. Hlavným cieľom je ďalšia kontinuálna marketingová podpora, rozširovanie portfólia (malé domáce spotrebiče, doplnky, inovácie v segmente kuchynských riadov) a pokrytie širšej distribučnej siete nielen prostredníctvom vlastných predajných kanálov, ale aj prostredníctvom externých partnerov.

## WALKMAXX

V rámci rozširovania produktového portfólia a silnej orientácie na značkové produkty sme v roku 2019 rovnako pokračovali v etablovaní značky WALKMAXX na slovenskom trhu. V priebehu roka boli v rámci značky uvedené na trh viaceré atraktívne modely v rámci dvoch hlavných kolekcií, ktoré sa stretli so záujmom zo strany zákazníkov a pozitívnym efektom na predajné výsledky. Výrazne sa nám osvedčila sezónna komunikácia a k tomu prispôsobený sortiment, najmä v oblasti jarných a letných modelov ako vychádzková obuv a zimných modelov čižiem, ako aj čoraz výraznejšia marketingová podpora v rámci všetkých predajných kanálov s dôrazom na databázový a online marketing. V rovnakom, sezónne orientovanom trende, mienime pokračovať aj v roku 2020.

## Ostatné projekty

V roku 2019 sme okrem predaja produktov a rozširovania značiek a portfólia zrealizovali aj viaceré projekty zamerané na rozvoj spoločnosti. Popri ostatných zavedených značkách sme neustále prinášali na trh aj produkty pre zdravie a fitness - pod platformou Wellneo. Produktovo sme uspeli najmä prostredníctvom trvalej podpory produktu Vibroshaper - vibračná plošina, masážny akupresúrny prístroj Energizer, alebo viacero novinek z radu antimykotického spreja Iza Effect.

Jedným z ďalších cieľov bolo udržanie rastúceho trendu v rámci vlastného vernostného klubu CLUB 5\* a medzi najvýznamnejšie patrilo pokračovanie v prevádzkovaní druhého call centra v Považskej Bystrici, ako aj neustály rozvoj krátkodobých vernostných programov u externých partnerov, čo sa nám v roku 2019 aj podarilo, rozšírením partnerov o sieť predajní COOP Jednota a zrealizovaním kampaní aj na strane tejto siete. V podobnom trende plánujeme pokračovať aj pre rok 2020.

---

### 3. Plány do roku 2020

V roku 2020 plánujeme prekonať výsledky v roku 2019. Primárnym cieľom je posilniť vlastné značkové skupiny výrobkov (brands). Pri nich zároveň zintenzívime ich reklamnú podporu a budeme sa usilovať viac využívať alternatívne reklamné nosiče. Pre rok 2020 rovnako plánujeme ďalšie rozširovanie a podporu značky ROVUS, ktorá zaznamenala vysoký trhový potenciál, ako aj podporu úplne nových projektov z rôznych produktových kategórií, a výraznú podporu už etablovaných značiek DORMEO a DELIMANO. Strategický rozvoj spoločnosti bude naviazaný na intenzívne rozšírenie a podporu značiek Dormeo a Rovus.

Medzi najdôležitejšie plány v jednotlivých projektoch patria:

#### **TOP SHOP**

Top Shop - nové atraktívne produkty, zámerom je vyššia kvalita produktov a cielenejšie a zaujímavejšie formáty TV spotov, vrátane nových grafických vizuálov pre všetky kanály.

#### **Dormeo**

Dormeo - postupná obmena produktového portfólia za inovované produkty, najmä v oblasti matracov. Zmena komunikácie kľúčového matraca Imemory S Plus, na novinku, matrac Ergo, uvedenie nových línií nábytku. Neustále rozširovanie sortimentu s cieľom uspokojiť všetky potreby zákazníkov orientované na zdravý a kvalitný spánok - detské portfólio, portfólio pre najnáročnejších zákazníkov, prírodné materiály a pod. Zároveň silná komunikácia značky navonok s cieľom vybudovania vyššej znalosti značky a rozšírenia cieľovej skupiny aj na mladšiu generáciu. Rozšírenie distribučnej siete a tým aj dostupnosti produktov prostredníctvom rozvíjania spolupráce s externými partnermi. V oblasti marketingovej komunikácie plánujeme podporovať povedomie značky aj prostredníctvom využitia známych osobností v reklame na produkty Dormeo, ako aj cieľ obhájiť opätovne ocenenie Superbrands.

#### **delimano**

Delimano - neustále rozširovanie sortimentu v rámci daných produktových

kategórií s cieľom ponúknuť zákazníkovi produkty pre bežnú potrebu v rámci domácej kuchyne, ako aj trendové novinky do domácnosti. Aktívna marketingová komunikácia pre zvýšenie znalosti značky, kampane zamerané na zber nových dát. Kontinuálna komunikácia v rámci TV spotov s uvedením svedectiev spokojných zákazníkov a cieľená podpora kategórie kuchynského riadu s očakávanou novinkou Stone legend Fivestar línie, vrátane využitia známych osobností a autorít z oblasti zdravého životného štýlu v marketingovej komunikácii. Dôležitým prvkom roka 2020 pri značke Delimano bude doplnenie portfólia kuchynského riadu o položky, ktoré doteraz v sortimente chýbali, kontinuálna rastúca podpora predaja malých kuchynských spotrebičov a aktívna podpora značky vo všetkých predajných kanáloch aj so zapojením externých partnerov.



Walkmaxx - kontinuálna komunikácia a celoročné rozširovanie produktového portfólia na sezónnej báze. Uvedenie komunikácie značky v rámci všetkých predajných kanálov spoločnosti, vrátane televíznej podpory s vyšším zreteľom na sociálne siete. Produktové kampane zamerané na výrazné zvýšenie tržieb v tejto kategórii, primárne realizované a zamerané na sezónne portfólio (leto/zima).



Callcentrum - rozvoj tele služieb s cieľom vyššej efektivity, neustále rozširovanie a využívanie call centra v Považskej Bystrici a plán rozšírenia kapacít call centra v Bratislave

Retail - rozvoj siete značkových predajní po SR a uvedenie krátkodobých „outlet“ prevádzok.

Wholesale - vybudovanie silných vzťahov s obchodnými reťazcami pre vytvorenie vernostných programov, rozširovanie veľkoobchodných partnerov o ďalšie obchodné siete a obchodné spolupráce.

---

#### 4. Vplyv spoločnosti na životné prostredie

Spoločnosť svojou činnosťou neovplyvňuje významne životné prostredie. Z vyradených výrobkov, ktoré už nie sú vhodné na predaj, sú oddelené časti, ktoré je ešte možné použiť. Ostatné predmety sú skladované oddelene do momentu, kedy sú spálené špecializovanou spoločnosťou.

---

#### 5. Nadobúdanie vlastných akcií, dočasných listov, obchodných podielov a akcií

Spoločnosť nenadobudla žiadne vlastné akcie a dočasné listy.

---

## 6. Náklady na činnosť v oblasti výskumu a vývoja

Spoločnosť nemala v roku 2019 žiadne náklady na činnosť v oblasti výskumu a vývoja.

---

## 7. Vplyv spoločnosti na zamestnanosť

Spoločnosť pokračovala v rozvíjaní činností call centra (prevádzkuje aj ďalšie call centrum v Považskej Bystrici) a maloobchodných predajní. Takýmto spôsobom udržiava počet zamestnancov v počte 399 za december 2019.

Spoločnosť sústavne organizuje školenia nových zamestnancov call centier a predajní.

---

## 8. Výrok audítora a účtovná závierka za rok 2019

Výrok audítora a účtovná závierka za rok 2019 je súčasťou prílohy výročnej správy



---

Ján Slávik  
konateľ spoločnosti

Bratislava, 25. september 2020