



VÝROČNÁ SPRÁVA

obchodnej spoločnosti

STUDIO MODERNA s.r.o.

za rok 2020

OBSAH:

- 1. Profil spoločnosti**
- 2. Hodnotenie činnosti spoločnosti za rok 2020**
- 3. Plány do roku 2021**
- 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 2020**

1. Profil spoločnosti

Výročná správa spoločnosti STUDIO MODERNA s.r.o. obsahuje údaje za obdobie od 01.01.2020 do 31.12.2020 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 2020. Touto výročnou správou Vám poskytujeme krátky prehľad činností za rok 2020 a najvýznamnejších plánov do roku 2021.

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.

Spoločnosť posúdila možný dopad vírusu SARS-CoV-2 a ním vyvolanej choroby COVID-19 na hospodárenie spoločnosti.

Vedenie spoločnosti považuje túto situáciu za udalosť, ktorá nevyžaduje úpravy v účtovnej závierke za rok 2020. Spoločnosť monitoruje vývoj situácie s cieľom úspešne čeliť prípadným finančným aj nefinančným dopadom. Vedenie spoločnosti v súčasnosti neočakáva významný dopad na účtovnú závierku 2021 a svoju likviditu. V tejto fáze nie je vedenie schopné spoľahlivo odhadnúť reálny alebo možný vplyv na pokračovanie spoločnosti v činnosti, pretože udalosti sa v čase zostavenia účtovnej závierky stále vyvíjajú. Akýkoľvek prípadný vplyv bude zahrnutý do výsledku hospodárenia v roku 2021.

Okrem možného dopadu vírusu SARS-CoV-2 a ním vyvolanej choroby COVID-19, po 31. decembri 2020 do dňa zostavenia výročnej správy nenastali udalosti, ktoré by si vyžadovali zverejnenie alebo vykázanie v účtovnej závierke za rok 2020.

Zostatková hodnota hmotných a nehmotných aktív (softvér, stroje, zariadenia, zásoby, pohľadávky) predstavuje k 31.12.2020 hodnotu 6 043 824 EUR.

Hospodársky výsledok spoločnosti STUDIO MODERNA s.r.o. za rok 2020 predstavuje zisk 986 215 EUR. Zisk bude preúčtovaný na účet „Nerozdelený zisk 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 2020

V roku 2020 spoločnosť zaznamenala pokles predaja v porovnaní s predchádzajúcim rokom približne o 8% v súvislosti s pandémiou COVID 19. Neustále sa usilujeme o vysokú kvalitu vo všetkých oblastiach našej činnosti, najmä čo sa týka výrobkov, dodávke tovaru zákazníkom, vybavovania reklamácií a obchodných vzťahov s partnermi.

V roku 2020 sme dosiahli výnosy vo výške 30 072 043 EUR, z čoho predaj tovaru predstavoval 88%-ný podiel.

TOP SHOP

V rámci projektu TOP SHOP sme pokračovali v uvádzaní promo kampaní zameraných na sezónne a výpredajové produkty. Zo sezónnych produktov si obľubu u zákazníkov udržalo záhradné náradie Tornadica a záhradná stolička, ktoré sa stretli so záujmom na strane zákazníkov nielen počas jarného obdobia, ale aj počas skorej jesene.

DORMEO

Rok 2020 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 nového strategického portfólia reprezentovaného matracom Dormeo ERGO. So záujmom zákazníkov sa stretli aj úspešné kampane na doplnkové matrace Aloe Vera a Renew. Portfólio doplnili aj sezónne novinky, dekoratívne produkty, nábytok a funkčné produkty pre deti - Dormeo náladové sovy. Marketingová komunikácia roku 2020 sa uberala najmä na zákaznícku spokojnosť, čo reflektovali najmä kampane s podporou reálnych skúseností našich zákazníkov.

DELIMANO

Projekt DELIMANO, ako úspešne implementovaná platforma, pokračoval v roku 2020 so sortimentom kuchynských riadov s kameninovým povrchom Delimano FiveStar Legend určeným na univerzálne použitie, ktorý zaznamenal nemalý záujem zo strany zákazníkov.

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 udržala na popredných pozíciách v predaji u našich zákazníkov, novým kuchynským strúhačom Spring Slicer, kuchynským robotom PRO či doplnením línie elektrospotrebičov Joy. Ako spoločnosť sme zaznamenali v rámci sortimentu malých kuchynských spotrebičov

úspechy, podporené aj tvárou značky speváčkou a herečkou Gizelou Oňovou.

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 2020 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 zákazníkom. 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 2020 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. V rovnakom, sezónne orientovanom trende, mienime pokračovať aj v roku 2021.

Ostatné projekty

V roku 2020 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 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 2020 aj podarilo, pokračovaním spolupráce s jedným z kľúčových partnerov - sieťou predajní COOP Jednota a zrealizovaním kampane aj na strane tejto siete. V podobnom trende plánujeme pokračovať aj pre rok 2021.

3. Plány do roku 2021

V roku 2021 plánujeme prekonať výsledky v roku 2020. 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 - sezónne a promo kampane zastrešujúce všetky značky spoločnosti.

DORMEO

Dormeo - postupná obmena produktového portfólia za inovované produkty, najmä v oblasti matracov a doplnkových matracov. Pokračovanie a upevňovanie komunikácie kľúčového matraca 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. a ďalšia podpora portfólia pre deti v rámci rady Dormeo náladové sovy. 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 Green Planet, vrátane využitia známych osobností a autorít z oblasti zdravého životného štýlu v marketingovej komunikácii. Dôležitým prvkom roka 2021 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 s dôrazom na internetový predaj. 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 2020 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 370 za december 2020.

Spoločnosť sústavne organizuje školenia nových zamestnancov call centier a predajní.

8. Výrok audítora a účtovná závierka za rok 2020

Výrok audítora a účtovná závierka za rok 2020 je súčasťou prílohy výročnej správy



Ján Slávik
konateľ spoločnosti

Bratislava, 21. september 2021