

**SPRAWOZDANIE ZARZĄDU  
Z DZIAŁALNOŚCI**

**DUOLIFE S.A.**

**za 2023 r.**

**SPRAWOZDANIE ZARZĄDU SPÓŁKI Z DZIAŁALNOŚCI  
ZA OKRES**

**od 01 stycznia 2023 r. do 31 grudnia 2023r.**

1. DuoLife Spółka Akcyjna  
ul. Topolowa 22, Więckowice  
32-082 Zabierzów  
NIP: 675-148-53-20 REGON: 122746305

DuoLife S.A. jest spółką zarejestrowaną w Polsce, postanowieniem Sądu Rejonowego dla Krakowa – Śródmieścia w Krakowie XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS: 0000638495

2. Skład osobowy Zarządu na dzień 31.12.2023 r:

Bartosz Jacek Królikowski – Prezes Zarządu  
Łukasz Godyń – Wiceprezes Zarządu

Skład osobowy Zarządu Spółki na dzień 20.06.2024 r nie uległ zmianie.

Zarząd Spółki jest dwuosobowy. Do składania oświadczeń oraz do zaciągania zobowiązań i umarzania należności w imieniu Spółki upoważnieni są – Prezes Zarządu samodzielnie jednoosobowo bez ograniczeń oraz Wiceprezes Zarządu bez ograniczeń kwotowych.

**A. DANE OGÓLNE**

<b>Adres siedziby:</b>	ul. Topolowa 2, miejscowość: Więckowice 32-082 Zabierzów
<b>Forma organizacyjno-prawna:</b>	Spółka Akcyjna powstała z przekształcenia
<b>Podstawowy rodzaj działalności:</b>	10.89.Z – Produkcja pozostałych artykułów spożywczych, gdzie indziej niesklasyfikowana



## Podmiot uprawniony do wykonania badania sprawozdania finansowego

MW Audyt sp. z o.o.  
ul. Kolonia Fabryczna 7c/14  
32-500 Chrzanów  
Sąd Rejonowy dla Krakowa Śródmieścia w Krakowie Wydział XII Gospodarczy  
KRS 0000987500  
NIP: 6282288238  
REGON: 522838762  
Nr uprawnień KIBR FA 4349

## I. Podstawowe informacje o działalności gospodarczej

Podstawowym przedmiotem działalności DuoLife jest dystrybucja suplementów diety, żywności funkcjonalnej, kosmetyków i środków czystości. Przedmiotem działalności jest również propagowanie i szerzenie wiedzy na temat profilaktyki zdrowotnej i zdrowego stylu życia. Działalność Spółki jest skierowana na zbudowanie silnej marki, rozszerzanie rynków współpracy, właściwe gospodarowanie magazynowe oraz efektywne zarządzanie.

Głównymi liniami produktowymi DuoLife S.A. są:

- linia produktów płynnych,
- linia produktów kapsułkowych,
- linia produktów czyszczących,
- linia produktów żywnościowych,
- linia produktów kosmetycznych.

Obecnie struktura przychodów ze sprzedaży detalicznej produktów Spółki w ujęciu geograficznym jest następująca: Polska: 53,5%, Europa: 43,7%, Pozostałe regiony: 2,8%.

## II. Czynniki ryzyka związane z działalnością i otoczeniem

- ryzyko związane z koniunkturą gospodarczą w Polsce i zagranicą,
- ryzyko związane z konkurencją,
- ryzyko konsolidacji branży,
- ryzyko związane z kursem walut,
- ryzyko związane ze zmianą preferencji konsumentów,
- ryzyko związane z utratą kluczowego personelu.

### Ryzyko związane z koniunkturą gospodarczą w Polsce i zagranicą

Działalność Spółki i jego wyniki finansowe uzależnione są od czynników zewnętrznych tj. koniunktury gospodarczej, na którą Spółka nie ma wpływu. Najistotniejsze czynniki



makroekonomiczne to: poziom produktu krajowego brutto, wskaźnik inflacji, ogólna kondycja gospodarki, zmiany legislacyjne czy wysokość stóp procentowych. Czynniki te mają znaczenie nie tylko w odniesieniu do kraju, w którym Spółka prowadzi swoją działalność, ale także w odniesieniu do innych rynków, na których Spółka już obecnie oferuje lub planuje oferować swoje produkty.

W celu zminimalizowania możliwego negatywnego wpływu czynników o podłożu makroekonomicznym Spółka kontynuuje działalność, która opiera się na kilku podstawach minimalizujących wpływ negatywnych czynników, tj.:

- 1) dywersyfikacja geograficzna rynków, na których odbywa się sprzedaż produktów DuoLife,
- 2) zróżnicowanie asortymentowe (wielość oferowanych produktów) oraz właściwości i charakterystyka produktów, odwołujących się do wartości zdrowego życia i utrzymywania „sprawnej długowieczności”,
- 3) model biznesowy, oparty na marketingu rekomendacyjnym i strukturze sieciowej, w ramach której jej uczestnicy są nie tylko konsumentami produktów, ale są też pozytywnie motywowani do rozbudowywania sieci, a tym samym stwarzają warunki do zwiększania skali sprzedaży,

## **Ryzyko związane z konkurencją**

Bezpośrednią konkurencją firmy DuoLife są firmy działające w zbliżonym modelu dystrybucji opartej na szeroko rozumianym systemie sprzedaży bezpośredniej („direct sales”). W tego typu modelu dystrybucji firmy mogą różnie rozkładać akcent sprzedaży. Może on być mocniej postawiony na sprzedaż bezpośrednią „face to face” albo bardziej na marketing rekomendacyjny (network marketing, multi-level marketing), gdzie zakup i dystrybucja odbywa się w modelu e-commerce, a uczestnicy sieci dystrybucyjnej motywowani są prowizją za polecenie firmy i produktów. DuoLife głównie operuje w modelu rekomendacyjnym. W praktyce te modele sprzedaży jednak mogą się przenikać nawet w ramach jednej firmy, na przykład w zależności od preferencji uczestników sieci lub od danego rynku geograficznego co wynika ze złożoności procesu logistyki oraz regulacji prawnych w danym kraju.

W Polsce firma DuoLife pod względem obrotów jest w czołówce głównych firm branży „direct sales”, a wśród firm o polskim kapitale zajmuje drugie miejsce.

## **Ryzyko konsolidacji branży**

Pozycja rynkowa DuoLife może ulegać pogorszeniu w razie łączenia się podmiotów konkurencyjnych, operujących według zasad szeroko rozumianego marketingu bezpośredniego i oferujących produkty podobne pod względem funkcji ochronnej (prozdrowotnej), co Spółka. Tego typu procesy mogą być szczególnie niekorzystne dla wyników finansowych DuoLife, gdyby zachodziły na rynku polskim, na którym DuoLife realizuje największy wolumen sprzedaży. Spółka uważa jednak, że prawdopodobieństwo materializacji takiego czynnika ryzyka i jego negatywnego wpływu na wyniki osiągnięte przez Spółkę jest znikome.

Produkty dystrybuowane przez DuoLife mają obecnie wysoce zindywidualizowany charakter, co przejawia się nie tylko w sposobie ich oznaczania i konfekcjonowania (opakowania), lecz przede wszystkim w specyficznych recepturach (składach) używanych do wytwarzania produktów.



## Ryzyko związane z kursem walutowym

DuoLife prowadzi działalność na rynkach zagranicznych, co wiąże się ze sprzedażą w różnych walutach. W związku z tym istnieje ryzyko niekorzystnej zmienności kursów walut. Deprecjacja waluty, w której Spółka prowadzi sprzedaż, może wpłynąć na obniżenie przychodów. W największym stopniu dotyczy to waluty EURO. Każda niekorzystna zmiana kursu będzie negatywnie oddziaływać na wyniki finansowe Spółki. W celu minimalizowania tego ryzyka Spółka zakłada minimalne poziomy marż na poszczególnych rynkach, które mają mu zagwarantować bezpieczeństwo uzyskania planowanych wyników przy zmianie kursu walut. Skala i siła oddziaływania tego ryzyka na wyniki Spółki są osłabione również realizowaniem przez Spółkę bieżącej kontroli sald walut, w jakich wykonywane są płatności Spółki.

## Ryzyko związane ze zmianą preferencji konsumentów

DuoLife uznaje, że istnieje ryzyko zmiany preferencji konsumentów, jednakże według wiedzy Spółki nie istnieją lub nie są dostępne niezależne, miarodajne i wiarygodne analizy dotyczące możliwości istotnej zmiany preferencji konsumentów w obszarze działalności Spółki, a w szczególności rezygnacji z potrzeby suplementacji bądź jej istotnego ograniczenia.

Spółka na bieżąco prowadzi własne analizy trendów rynkowych, w tym preferencji konsumentów, aktualizuje wiedzę na temat zachowań populacji i zmian pokoleniowych. Analiza aktualnego stanu gospodarki i przewidywanych zmian jej konsumentów oraz dywersyfikacja portfolio produktowego minimalizuje negatywny wpływ ewentualnych niekorzystnych zmian w rozkładzie preferencji konsumentów na wyniki finansowe Spółki.

## Ryzyko związane z utratą kluczowego personelu

Działalność DuoLife zależy od wiedzy i doświadczenia zarówno Zarządu, jak i kluczowego personelu, a także od wsparcia merytorycznego współpracowników pozostających w relacjach ze Spółką. Utrata kluczowej kadry może narazić DuoLife na mniej lub bardziej istotne trudności związane z podstawową działalnością i rozwojem nowych linii produktowych, jak również rozwojem sieci dystrybucji.

Ponadto specyfika działania Spółki, czyli głównie model rekomendacyjny przyjęty do dystrybucji produktów, może narazić Spółkę na ryzyko utraty osób wypracowujących wyniki sprzedaży produktów Spółki poprzez obniżenia przez te osoby ich wydajności w wyniku zmniejszenia własnej aktywności, zaprzestania w ogóle prowadzenia tej aktywności lub przechodzenia do struktur dystrybucyjnych zarządzanych przez podmioty konkurencyjne wobec Spółki.

Spółką dostrzega takie ryzyko i w celu obniżenia wpływu tego ryzyka stosuje w związku z czym wdrożył system motywacyjny, możliwość udziału w wynikach ze sprzedaży wypracowywanych przez sieć dystrybucyjną.



### **III. Kierunki rozwoju**

Zgodnie ze Strategią Rozwoju Spółki 2020-2025, celem Spółki będzie utrzymanie przez nią roli lidera rynku, tam, gdzie ta rola została już osiągnięta, oraz zajęcie pozycji lidera na wybranych dodatkowych rynkach, na przykład Wielka Brytania.

W Polsce firma DuoLife pod względem przychodów ze sprzedaży jest w czołówce głównych firm branży „direct sales”, a wśród firm o polskim kapitale zajmuje drugie miejsce.

Miernikiem oceny atrakcyjności rynkowej oferty DuoLife jest przede wszystkim duża dynamika wzrostu firmy, która osiągnęła swoją pozycję rynkową w ciągu zaledwie 8 lat.

Sprzedaż produktów jest prowadzona przez portal internetowy <https://myduolife.com>. Odbiorcami produktów Spółki są głównie osoby fizyczne, zarówno krajowe, jak i zagraniczne. Spółka zamierza rozszerzać swoją obecność na rynkach zagranicznych.

Spółka uważa, że na obecnym etapie rozwoju biznesu kluczowym celem powinno być zwiększanie udziału w rynku UE. Spółka osiągnęła, w wyniku dotychczasowej historii działalności, doświadczenie i standardy w zakresie wprowadzania produktów do obrotu, ich wytwarzania, operacji logistycznych, które zapewniają efektywność tych procesów uzasadniającą skupienie się na budowie skali biznesu poprzez powiększanie udziału rynkowego.

### **IV. Działalność w dziedzinie badań i rozwoju**

Cykl produkcyjny Spółki składa się z analizy popytu na jej produkty, analizy szans i zagrożeń, kontroli jakości, badań laboratoryjnych i naukowych a następnie wdrożenia i wyprodukowania.

Badania mikrobiologiczne produktów Spółki należą do najważniejszych elementów procesu wprowadzania produktów do obrotu, ponieważ gwarantują przede wszystkim zachowanie ich bezpieczeństwa zdrowotnego na każdym etapie produkcji. Prowadzone analizy mają na celu m.in. potwierdzenie czystości mikrobiologicznej, najwyższych norm jakości produkcji czy też terminu przydatności do spożycia badanych próbek. Wszystkie wykonywane analizy są zgodne zarówno z międzynarodowymi normami jak i regulacjami Unii Europejskiej. Próbki pobierane są każdorazowo ze wszystkich partii produkcyjnych oraz ze sprzętu wykorzystywanego do produkcji żywności.

Spółka prowadzi prace badawcze i innowacyjne w kilkunastu dziedzinach, przy czym nie ogranicza się do prowadzenia własnych badań.

### **V. Zasoby kadrowe warunkujące prowadzenie działalności**

Stan zatrudnienia w 2023 w DuoLife S.A. wyniósł:

- na 01.01.2023- 137 pracowników
- na 31.12.2023- 131 pracowników.



W celu podniesienia kwalifikacji zatrudnionego personelu w 2023 roku przeprowadzono liczne szkolenia i kursy przez pracodawcę, które gwarantują ciągle doskonalenie kadr.

## **VI. Ryzyko związane z koronawirusem.**

Zmiany w gospodarce światowej w okresie 2020- 2023 roku wraz z zamrożeniem gospodarki z powodu z COVID 19, Zarząd Spółki nie odnotował zauważalnego negatywnego wpływu na sprzedaż czy łańcuch dostaw Spółki, co mogłoby się przekładać na sytuację finansową DuoLife S.A.

## **VII. Ryzyko związane z agresją Rosji w Ukrainie.**

Agresja Rosji w Ukrainie ma istotny wpływ na światową gospodarkę i rynki finansowe. Zarząd Spółki zdaje sobie sprawę, że w każdej chwili w związku z w/w sytuacją może nastąpić osłabienie koniunktury. Szok cenowy o zasięgu ogólnoswiatowym spowodowany wojną, utrudniony dostęp do instrumentów finansowych, wysoka inflacja to kluczowe problemy z jakimi być może Spółka będzie borykać w najbliższym czasie.

Precyzyjna ocena tego wpływu na działalność Spółki jest na dzień sporządzenia sprawozdania finansowego stabilna. Mimo wszelkich niepewności Zarząd robi wszystko, aby sytuacja finansowa firmy nie była zagrożona. W wyniku dostosowania cen do realiów rynkowych obrót w spółce DuoLife Ukraina w roku 2023 wzrósł o 34%.

## **VIII. Emisja akcji.**

W 2023 nie było żadnej emisji akcji.

## **IX. Posiadane przez jednostkę oddziały (zakłady)**

Spółka nie posiada ani nie prowadzi działalności w innych oddziałach (zakładach).

Stanem na 31.12.2023 roku DuoLife S.A. posiada spółki zależne DuoLife Italia, DuoLife Rosja oraz DuoLife Europe GMBH powstały w celach dystrybucji produktów na odpowiednich rynkach i w odpowiedniej walucie.

Personal Excellence Network Sp. z o.o. ma na celu szkolenie i doskonalenie m.in. klientów w zakresie budowy biznesu, 50% udziałów.

Fundacja World Healthy Living Fundation, organizator Kampanii Społecznej „Żyję Świadomie”, została powołana do życia w 2015 roku i prowadzi konferencje w całej Europie.

Goverby Investments Sp. z o.o. S.K.A. została powołana do realizacji projektów inwestycyjnych. Wszystkie udziały w Spółce Goverby Investments Sp. z o.o. będącej komplementariuszem Spółki Goverby Investments S.K.A. należą do DuoLife SA.

Centrum Medicum Poland Sp. z o.o. - podmiot zajmujący się produkcją kosmetyków w Łodzi, który został utworzony w 2016 roku, 49% udziałów.



Rent Me Sp. z o.o. (SBB AUTO Sp. z o.o.) - podmiot został założony w 2020 roku w celach rozwoju sprzedaży hurtowej i detalicznej samochodów osobowych i furgonetek, 30% udziałów.

ROYAL INVESTMENT FLEET Sp. z o.o. podmiot został założony w 2021 roku w celach prowadzenia działalności najmu katamaranu, 80 % udziałów.

ROYAL INVESTMENT GROUP Sp. z o.o. podmiot został założony w 2021 roku w celach prowadzenia działalności związanej z nieruchomościami, 80 % udziałów.

ROYAL INVESTMENT HOTEL Sp. z o.o. podmiot został założony w 2022 roku w celach prowadzenia działalności hotelowej, 50 % udziałów.

ROYAL INVESTMENT PRODUKT Sp. z o.o. podmiot został założony w 2022 roku w celach prowadzenia działalności produkcyjnej, 50 % udziałów.

BIONATEO Sp. z o.o. udziały zostały nabyte w 2022 roku - podmiot zajmujący się produkcją produktów konopnych, 20 % udziałów.

## **X. Zdarzenia istotnie wpływające na działalność jednostki DuoLife S.A. jakie nastąpiły w roku obrotowym, a także po jego zakończeniu, do dnia zatwierdzenia sprawozdania finansowego**

Rok obrotowy, obejmujący okres 01.01.2023 – 31.12.2023 był co prawda okresem lekkiego spowolnienia w rozwoju Spółki, lecz nie na tyle istotnym, aby zaistniały przesłanki wskazujące na przeszkody czy wyraźne utrudnienia w prowadzeniu dalszej działalności przez Spółkę.

## **XI. Aktualna i przewidywana sytuacja finansowa**

Rok obrotowy trwający od 01.01.2023-31.12.2023 spółka zamknęła zyskiem netto w wysokości **6 207 190,51** złotych przy przychodach netto ze sprzedaży i zrównanych z nimi na poziomie **179.033.191,04** złotych.

Rentowność netto (ROS) (zysk netto/przychody ze sprzedaży) wyniosła 3,5 %; Rentowność majątku (ROA) (zysk netto/suma aktywów) wyniosła 4,4%; Rentowność kapitału własnego (ROE) (zysk netto/suma kapitałów własnych) wyniosła 11,1 %.

Zarząd przewiduje, iż sytuacja finansowa spółki będzie stabilna, generowany będzie dodatni wynik finansowy i w kolejnym roku wzrastać będą wielkości przychodów z tytułu sprzedaży.





## **B. DANE SPRAWOZDAWCZE**

### I. SYTUACJA GOSPODARCZA I FINANSOWA SPÓŁKI W OKRESIE 01.01.2023 – 31.12.2023

1. Przychody ze sprzedaży w/w okresie	179 033 191,04 zł
2. Koszty działalności operacyjnej :	172 144 100,09 zł
3. <b><u>Zysk ( strata) ze sprzedaży</u></b>	6 889 090,95 zł
4. Pozostałe przychody operacyjne	11 683 612,00 zł
5. Pozostałe koszty operacyjne	8 903 924,46 zł
6. <b><u>Zysk (strata) na działalności operacyjnej</u></b>	9 668 778,49 zł
7. Przychody finansowe	2 090 799,36 zł
8. Koszty finansowe	5 008 326,89 zł
9. <b><u>Zysk (strata) brutto na działalności gospodarczej</u></b>	6 751 250,96 zł
10. Podatek dochodowy	544 060,45 zł
10. <b><u>ZYSK NETTO</u></b>	6 207 190,51 zł

### Zarząd Spółki:

Prezes Zarządu .....

Wiceprezes Zarządu .....