



**Sprawozdanie Zarządu
z działalności Spółki w 2012 roku**

I. PODSTAWOWE INFORMACJE O SPÓŁCE

Nazwa (firma):	UNITED Spółka Akcyjna
Kraj:	Polska
Siedziba:	Warszawa
Adres:	02-803 Warszawa, ul. Bekasów 74
Numer KRS:	0000389467
Oznaczenie Sądu:	Sąd Rejonowy dla Miasta Stołecznego Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego
REGON:	142943119
NIP:	5213603831
Telefon:	+48 22 816 55 60
Fax:	+48 22 816 55 59
Poczta e-mail:	office@unitedsa.pl

Podstawowym przedmiotem działalności Spółki jest zarządzanie spółkami wchodzącymi w skład Grupy Kapitałowej UNITED S.A. oraz pozyskiwanie dla nich finansowania.

Na dzień 31.12.2012 roku działalność operacyjna grupy prowadzona była poprzez spółkę NCF Group Sp. z o.o. Przedmiotem działalności NCF Group Sp. z o.o. jest świadczenie usług promocyjnych w dużych obiektach handlowych oraz organizowaniu konferencji i szkoleń związanych z wprowadzaniem na rynek nowych produktów. Spółka zajmuje się działaniami bezpośrednio wspierającymi sprzedaż. Działalność ta polega na projektowaniu i realizacji akcji promocyjnych, organizacji i zarządzaniu zespołami konsultantek i ambasaderek marki pracującymi w punktach sprzedaży, organizacji akcji o charakterze eventowym, obsługa marek premium. NCF Group Sp. z o.o. współpracuje z 60 koordynatorami terenowymi, co pozwala mu świadczyć usługi na terenie całego kraju.

Ponadto UNITED S.A. zajmuje się działalnością z zakresu public oraz inwestor relations.

Kapitał zakładowy

Na dzień 31 grudnia 2012 roku kapitał struktura kapitału zakładowego przedstawiała się następująco:

KAPITAŁ AKCYJNY	Seria/emisja	Rodzaj uprzywilejowania	Liczba akcji	Wartość serii/emisji wg wartości nominalnej
akcje zwykłe na okaziciela	A	-	1 000 000	100 000,00
akcje zwykłe na okaziciela	B	-	220 000	22 000,00
akcje zwykłe na okaziciela	C	-	400 000	40 000,00
akcje zwykłe na okaziciela	D	-	750 000	75 000,00
akcje imienne uprzywilejowane	E	2 głosy/akcje	500 000	50 000,00
akcje zwykłe na okaziciela	F	-	106 000 000	10 600 000,00
akcje zwykłe na okaziciela	G	-	16 700 000	1 670 000,00
Kapitał akcyjny RAZEM			108 870 000	10 887 000,00

Skład Zarządu Spółki na dzień 31 grudnia 2012 roku

Jan Karaszewski - Prezes Zarządu

Zmiany w składzie Zarządu

W dniu 11.06.2012r. rezygnację z funkcji Prezesa Zarządu złożył Pan Tomasz Rogalski.

W tym samym dniu Rada Nadzorcza powołała na stanowisko Prezesa Zarządu pana Krzysztofa Grybionko.

W dniu 22.11.2012 r. rezygnację z pełnionej funkcji Prezesa Zarządu złożył Pan Krzysztof Grybionko.

W tym samym dniu Rada Nadzorcza powołała na stanowisko Prezesa Zarządu Pana Jana Karaszewskiego.

Skład Rady Nadzorczej Spółki na dzień 31 grudnia 2012 roku

Krzysztof Berzyński	Członek Rady Nadzorczej
Izabela Karaszewska	Członek Rady Nadzorczej
Alicja Witkowska	Członek Rady Nadzorczej
Krystyna Trojańczyk	Członek Rady Nadzorczej
Grzegorz Kozok	Członek Rady Nadzorczej

Zmiany w składzie Rady Nadzorczej

W dniu 12 czerwca 2012 roku rezygnację z pełnienia funkcji Członka Rady Nadzorczej złożyła Pani Małgorzata Piotrowska.

W dniu 14 czerwca 2012 roku rezygnację z pełnienia funkcji Członka Rady Nadzorczej złożył Pan Jacek Saczuk.

W dniu 29 czerwca 2012 roku rezygnację z pełnienia funkcji Członka Rady Nadzorczej złożył Pan Szymon Filipczak.

W dniu 30 czerwca 2012 roku Zwyczajne Walne Zgromadzenie podjęło uchwały o powołaniu w skład Rady Nadzorczej z dniem podjęcia następujące osoby: Pana Sebastiana Huczka, Pana Piotra Zygmantowskiego, Pana Dawida Korubę

W dniu 1 sierpnia 2012 roku rezygnację z pełnienia funkcji Członków Rady Nadzorczej Spółki złożyli: Pan Sebastian Huczek, Pan Dawid Koruba, Pani Katarzyna Drabent, Pan Marcin Markiewicz

W dniu 1 sierpnia 2012 r. Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie powołało w skład Rady Nadzorczej następujące osoby: Pana Krzysztofa Berzyńskiego, Pana Krzysztof Okońskiego, Panią Izabelę Karaszewską, Panią Krystynę Trojańczyk, Panią Alicję Witkowską

W dniu 16 listopada 2012 roku Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie powołało w skład Rady Nadzorczej Pana Grzegorza Kozoka

W dniu 27 listopada 2012 roku rezygnację z pełnienia funkcji Członka Rady Nadzorczej złożył Pan Krzysztof Okoński

W dniu 17 grudnia 2012 roku rezygnację z pełnienia funkcji Członka Rady Nadzorczej złożył Pan Piotr Zygmantowski.

Organizacja Spółki

Działalnością Spółki kieruje jednoosobowy Zarząd.

Spółka na dzień 31.12.2012 r. nie zatrudniała osób na umowę o pracę.

Wszystkie działania były realizowane za pomocą firm zewnętrznych.

II. DZIAŁALNOŚĆ SPÓŁKI W 2012 ROKU

W pierwszym kwartale 2012 roku działalność Spółki koncentrowała się na realizacji na wykonanie spersonalizowanej aplikacji służącej prowadzeniu szkoleń online.

W związku z finalizacją z końcem roku 2011 prac deweloperskich kluczowych mechanizmów stanowiących podstawę funkcjonowania aplikacji z portfolio STOCKinfo, Zarząd sfinalizował w IQ 2012r. transakcję zbycia aktywów trwałych nie wykorzystywanych w dalszej, bieżącej działalności operacyjnej Spółki.

Po zmianie Zarządu w czerwcu 2012 roku działania koncentrowały się na pozyskaniu inwestora branżowego, zainteresowanego wzmocnieniem kapitałowym Spółki, rozszerzeniem profilu jej działalności oraz kontynuacją prowadzonej działalności operacyjnej.

W dniu 6 lipca 2012 roku został podpisany list intencyjny ze spółką NCF Group Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie oraz spółką Lermacter Ltd., większościowym udziałowcem NCF Group, którego przedmiotem było ustalenie zasad negocjacji w celu dokonania przejęcia własności 100 % udziałów NCF Group Sp. z o.o. przez Spółkę w zamian za objęcie przez udziałowca NCF Group akcji nowej emisji Spółki.

W dniu 1 sierpnia 2012 r. odbyło się Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy, na którym została podjęta uchwała w sprawie podwyższenia kapitału zakładowego poprzez emisję akcji serii F w drodze subskrypcji prywatnej z wyłączeniem prawa poboru dotychczasowych akcjonariuszy oraz wprowadzenia akcji i praw do akcji serii F do obrotu w alternatywnym systemie obrotu prowadzonym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. pod nazwą NewConnect oraz zmiany statutu Spółki.

W dniu 31 sierpnia 2012 r. podpisano następujące umowy:

1. Umowę sprzedaży 100% udziałów w Spółce NCF Group Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie na rzecz Spółki (Nabywca) przez Lermacter Ltd. z siedzibą na Cyprze (Zbywca) za łączną kwotę 12.720.000 (słownie: dwanaście milionów siedemset dwadzieścia tysięcy) zł.

Zgodnie z postanowieniami umowy cena nabycia została zapłacona na zasadzie kompensaty wzajemnych zobowiązań stron, wynikających z umowy objęcia akcji.

2. Umowę objęcia 106.000.000 (słownie: stu sześciu milionów) akcji na okaziciela serii F Spółki o wartości nominalnej 0,10 zł każda, przez Lermacter Ltd. z siedzibą na Cyprze. Cena emisyjna akcji serii F ustalona została na 0,12 zł za jedną akcję, co łącznie dawało kwotę 12.720.000 (słownie: dwanaście milionów siedemset dwadzieścia tysięcy) zł.

Akcje serii F wyemitowane zostały w związku z uchwaloną przez Walne Zgromadzenia Spółki emisją do 106.000.000 akcji serii F w drodze subskrypcji prywatnej z wyłączeniem prawa poboru dotychczasowych akcjonariuszy. Cena objęcia akcji została skompensowana z ceną nabycia udziałów w spółce NCF Group Sp. z o.o.

Działalność spółki NCF Group Sp. o.o. polega na świadczeniu usług promocyjnych w dużych obiektach handlowych oraz organizowaniu konferencji i szkoleń związanych z wprowadzaniem na rynek nowych produktów. Spółka zajmuje się działaniami bezpośrednio wspierającymi sprzedaż. Działalność Spółki polega na projektowaniu i realizacji akcji promocyjnych, organizacji i zarządzaniu zespołami konsultantek i ambasaderek marki pracującymi w punktach sprzedaży, organizacji akcji o charakterze eventowym, obsługa marek premium. Spółka współpracuje z 60 koordynatorami terenowymi co pozwala mu świadczyć usługi na terenie całego kraju.

W dniu 12.10.2012 roku Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego zarejestrował podwyższenie kapitału zakładowego Spółki z kwoty 287.000,00 zł do kwoty 10.887.000,00 zł, będącego wynikiem emisji 106.000.000 akcji serii F o wartości nominalnej 0,10 zł każda.

W dniu 16.11.2012 r. Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie podjęło uchwałę w sprawie podwyższenia kapitału zakładowego poprzez emisję akcji serii G w drodze subskrypcji prywatnej 16.700.000 akcji z wyłączeniem prawa poboru dotychczasowych akcjonariuszy oraz wprowadzenia akcji i praw do akcji serii G do obrotu w alternatywnym systemie obrotu prowadzonym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. pod nazwą NewConnect oraz zmiany statutu Spółki m.in. w zakresie zmiany firmy spółki ze STOCKinfo S.A. na UNITED S.A.

Cena emisyjna jednej akcji serii G o wartości 0,10 zł została ustalona na 0,12 zł (dwanaście groszy).

Subskrypcja akcji rozpoczęła się 16 listopada 2012 r. i zakończyła się 13 grudnia 2012 r.

Wszystkie akcje zostały objęte i należycie opłacone. W dniu 20 grudnia 2012 roku nastąpił ich przydział. Dzięki Emisji akcji serii G Spółka pozyskała 2 mln zł, a także inwestora finansowego w postaci Domu Maklerskiego IDM S.A., który obejmując cały pakiet akcji stał się drugim największym akcjonariuszem Spółki. Emisja akcji serii G oraz zmiana nazwy Spółki na UNITED S.A. zostały zarejestrowane przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego po zakończeniu roku sprawozdawczego, tj. w dniu 10 stycznia 2013 roku, co wpłynęło na wzrosty wartości kapitału zakładowego Spółki z 10.887.000 zł do 12.557.000 zł.

Poza działaniami związanymi z pozyskiwaniem finansowania, po przejęciu kontroli nad NCF Group Sp. z o.o. Zarząd Spółki prowadził działalność w zakresie reorganizacji działalności spółek wchodzących w skład Grupy kapitałowej. Miało to na celu redukcję kosztów funkcjonowania oraz osiągnięcie spodziewanego efektu synergii.

W ramach powyższych zmian, przeniesiona została m.in. siedziba Zarządu Spółki z ul. Czerniakowskiej 71 w Warszawie na ul. Bekasów 74 w Warszawie, tj. do dotychczasowej siedziby Zarządu spółki NCF Group Sp. z o.o. Wpłynęło to na zmniejszenie kosztów ogólnego zarządu, a także poprawę komunikacji pomiędzy spółkami wchodzącymi w skład grupy.

Zarząd prowadził także działania mające na celu uporządkowanie spraw organizacyjno-prawnych utworzonej Grupy Kapitałowej, a także działania inwestycyjno- rozwojowe.

W dniu 13 grudnia 2012 roku Spółka objęła obligacje Domu Maklerskiego IDM S.A. o wartości 1.000.000 zł i oprocentowaniu 12% w skali roku, lokując część wolnych środków z przeprowadzonej emisji akcji serii G do czasu ich wykorzystania na planowane akwizycje.

Prowadzone były także rozmowy z podmiotami mogących wejść do tworzonej Grupy Kapitałowej.

Tym niemniej od dnia 31.08.2012 r., tj. przejęcia kontroli nad NCF Group Sp. z o.o. działania Spółki są skoncentrowane głównie na sprawowaniu nadzoru właścicielskiego oraz świadczeniu usług doradczych wobec spółki zależnej NCF Group Sp. z o.o.

Głównym przedmiotem działalności NCF Group Sp. z o.o. jest:

Projektowanie i realizacja akcji promocyjnych

Działalność ta polega na osiąganiu celów promocyjnych bądź sprzedażowych założonych przez klientów Emitenta. Do zadań spółki należy zaplanowanie całej akcji, dobór odpowiednich promotorów (lub hostess), zakup materiałów niezbędnych do przeprowadzenia akcji (np. degustacji). Ponadto, Emitent odpowiada za logistykę materiałów przygotowanych do akcji na terenie całego kraju (standy promocyjne, stroje, itp.). Również w trakcie trwania akcji NCF kontroluje na bieżąco jej przebieg poprzez sieć supervisorów lokalnych, których zadaniem jest kontrola pracujących promotorów (lub hostess). W miejscu sprzedaży zbierają oni dane i mają obowiązek bieżącego raportowania wyników do osób odpowiedzialnych za przygotowanie całego projektu. Odpowiadają oni również za kontakt z klientem.

Po przeprowadzeniu danej akcji promocyjnej przedstawiany jest szczegółowy raport, zwożone są materiały do magazynów oraz następuje rozliczenie całej akcji.

Organizacja i zarządzanie zespołem konsultantek i ambasaderek marki

W ramach tej działalności Emitent opracowuje kryteria, jakie powinny spełniać osoby wchodzące w skład zespołu oraz ogłasza o prowadzonej rekrutacji w prasie ogólnopolskiej, a także na serwisach rekrutacyjnych. Po przesłaniu ofert Spółka gromadzi dane w specjalnie na ten cel tworzonej bazie danych. Spółka przeprowadza rozmowy kwalifikacyjne, a na ich podstawie tworzy zespoły konsultantek i ambasaderek marki. Następnie ten zespół realizuje zadania w punktach sprzedaży na terenie całego kraju.

Zespołem konsultantek zarządza manager, który dysponuje platformą internetową, na której rejestrują się konsultantki. Za pomocą tej platformy zarządza on czasem pracy oraz przeprowadza szkolenia. Platforma internetowa służy również motywowaniu konsultantek oraz składaniu raportów.

Organizacja akcji o charakterze eventowym

Spółka specjalizuje się w organizacji wszelkiego rodzaju imprez o charakterze eventowym, które polegają na wprowadzaniu nowych marek, organizacji konferencji dla klientów i kontrahentów oraz pracowników. Spółka posiada również odpowiednie zaplecze do organizacji imprez masowych oraz tzw. roadshows.

Głównymi klientami Spółki korzystającymi z tych usług są przede wszystkim korporacje oraz duże firmy.

Obsługa marek premium

Spółka również obsługuje marki luksusowe (głównie perfumy i kosmetyki) oraz alkohole. Spółka przeprowadza cykl działań, których celem jest wsparcie sprzedaży produktów oferowanych przez kontrahenta. Odbywa się to głównie poprzez działania promocyjne w punktach sprzedaży, samplingi czy mini eventy, które skierowane są do wyselekcjonowanej grupy odbiorców korzystających z produktów kontrahenta.

III. WYNIKI FINANSOWE SPÓŁKI W 2012 ROKU

Wybrane dane finansowe (w zł)	01.06- 31.12.2011	01.01- 31.12.2012	Dynamika 2012/2011	Struktura 2011	Struktura 2012
Przychody netto ze sprzedaży	572 337,50	143 003,46	-75,01%	100,00%	100,00%
Zysk na sprzedaży	-61 735,71	-412 107,90	567,54%	-10,79%	-288,18%
Zysk z działalności operacyjnej	-61 737,07	-236 975,94	283,85%	-10,79%	-165,71%
Amortyzacja	69 412,41	39 083,33	-43,69%	12,13%	27,33%
EBITDA	7 675,34	-197 892,61	-2678,29%	1,34%	-138,38%
Zysk brutto	-61 737,07	-236 170,10	282,54%	-10,79%	-165,15%
Zysk netto	-61 737,07	-237 294,48	284,36%	-10,79%	-165,94%
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	-85 840,70	214 050,21	-349,36%		
Przepływy środków pieniężnych z działalności inwestycyjnej	-504 036,33	-13 689 160,00	2615,91%		
Przepływy środków pieniężnych z działalności finansowej	643 000,00	13 422 807,03	1987,53%		
Kapitał (fundusz) własny	38 262,93	12 983 387,45	33832,03%	5,79%	85,02%
Kapitał (fundusz) podstawowy	100 000,00	10 887 000,00	10787,00%	15,13%	71,29%
Należności długoterminowe	0,00	0,00	0,00%	0,00%	0,00%
Należności krótkoterminowe	173 189,22	1 118 374,72	545,75%	26,20%	7,32%
Środki pieniężne i inne aktywa pieniężne	53 122,97	820,21	-98,46%	8,04%	0,01%
Zobowiązania długoterminowe	0,00	0,00	-	0,00%	0,00%
Zobowiązania krótkoterminowe	622 673,18	2 287 197,52	267,32%	94,21%	14,98%
Aktywa	660 936,11	15 271 709,35	2210,62%	100,00%	100,00%

Rok 2012 jest okresem istotnych zmian w zakresie prowadzonej działalności operacyjnej przez Spółkę.

W pierwszej połowie roku Spółka generowała przychody ze sprzedaży na działalności z zakresu public relations oraz towarzyszących im usług informatycznych. W drugiej połowie roku działania Zarządu koncentrowały się na pozyskaniu inwestora strategicznego, czego wynikiem było podwyższenie kapitału zakładowego Spółki o 10,6 mln zł w zamian za 100% udziałów w Spółce NCF Group Sp. z o.o.

Zmiana strategii korporacyjnej spowodowała spadek przychodów za sprzedaży, które w roku 2012 wyniosły 143,0 tys. zł w porównaniu z 572,5 tys. zł w niepełnym roku poprzednim.

Pozytywnie na wynik z pozostałej działalności operacyjnej wpłynęła dotacja unijna w wysokości 112,7 tys. zł, przyznana na przygotowanie firmy do pozyskania inwestorów zewnętrznych o charakterze udziałowym poprzez zakup usług doradczych.

Wynik finansowy netto uległ jednak znaczącemu pogorszeniu. Spółka w 2012 roku zanotowała stratę w wysokości 237,3 tys. zł w porównaniu ze stratą 61,7 tys. zł w roku poprzednim.

W wyniku przeprowadzonej w roku 2012 emisji akcji serii F zdecydowanej poprawie uległa wartość kapitałów własnych Spółki, które wzrosły z 38,3 tys. zł w roku 2011 do 12.983,4 tys. zł w roku 2012.

Wpłynęło to niewątpliwie na poprawę sytuacji finansowej Spółki oraz perspektywy dalszego rozwoju. Ponadto przeprowadzone w 2012 roku procesy reorganizacyjne, mające na celu głównie zmniejszenie kosztów, powinny wpływać pozytywnie na osiągnięte wyniki finansowe w następnych okresach.

Zgodnie z założeniami strategii Spółka w następnych okresach zamierza generować przychody głównie na działalności doradczej, zarządczej i inwestycyjnej. Na wynik finansowy Spółki będą wpływały głównie operacje związane ze ewentualną sprzedażą aktywów finansowych.

Wyniki działalności operacyjnej w zakresie szeroko pojętej reklamy i marketingu spółek wchodzących w skład Grupy Kapitałowej UNITED S.A. będą prezentowane w sprawozdaniu skonsolidowanym

IV. PERSPEKTYWY ROZWOJU SPÓŁKI

W związku z nabyciem 100% udziałów w spółce NCF Group Sp. z o.o. 31.08.2012 r., co spowodowało powstanie Grupy Kapitałowej UNITED S.A. (dawniej: STOCKinfo S.A.) zmieniła się koncepcja funkcjonowania Spółki.

Nowa strategia korporacyjna opracowana przez Zarząd zakłada budowę grupy kapitałowej, w której skład będą wchodzić firmy z różnych segmentów branży reklamowej.

Pozwoli to na uzyskanie efektu synergii oraz zwiększenie kompleksowości świadczonych usług.

Powinno także wpłynąć na możliwość łatwiejszego pozyskiwania finansowania na rozwój przez spółki wchodzące w skład grupy kapitałowej, dzięki większej wiarygodności i transparentności związanej ze statusem spółki publicznej podmiotu dominującego, a także możliwościami udzielania wzajemnych pożyczek lub poręczeń.

Pozyskanie w grudniu 2012 środków finansowych w wysokości 2,0 mln zł poprzez emisję akcji serii G od dużej instytucji finansowej, tj. od Domu Maklerskiego IDM S.A., umożliwi Spółce z jednej strony realizację opracowanej strategii polegającej na akwizycjach podmiotów branży reklamowej, a z drugiej strony może ułatwić Spółce pozyskiwanie kolejnych środków na rozwój poprzez uwiarygodnienie obranej strategii.

Ponadto utworzenie grupy kapitałowej pozwoli na przejęcie wykonywania pewnych funkcji wspólnych dla wszystkich podmiotów, jak: księgowość, kadry, informatyka, przez jeden wyspecjalizowany podmiot, co powinno wpłynąć na ograniczenie kosztów funkcjonowania poszczególnych podmiotów.

V. NAJISTOTNIEJSZE CZYNNIKI RYZYKA

Ryzyko związane z koniunkturą gospodarczą

Na bieżącą działalność Spółki znaczący wpływ ma sytuacja ogólnogospodarcza w Polsce i na świecie, wyrażająca się w poziomie wskaźników makroekonomicznych. Do czynników makroekonomicznych, mających największy wpływ na działalność Spółki, zaliczają się między innymi: tempo wzrostu i wartość Produktu Krajowego Brutto, poziom nakładów inwestycyjnych w przedsiębiorstwach, poziom inflacji oraz poziom stóp procentowych. Pogorszenie się sytuacji makroekonomicznej może mieć negatywny wpływ na popyt na oferowane przez Spółkę produkty i usługi, a w konsekwencji na wyniki finansowe oraz perspektywy rozwoju Spółki.

Ryzyko związane z rozwojem sieci Internet

Głównym kanałem dystrybucji informacji przez Spółki w zakresie realizacji usług public i investor relations jest sieć Internet. Realizacja strategii rozwoju Spółki w dużym stopniu uzależniona jest zatem od dostępu potencjalnych klientów i odbiorców usług Spółki do sieci Internet. Wybrane czynniki, które o tym decydują to zamożność obywateli oraz warunki techniczne umożliwiające uzyskanie połączenia. Liczba użytkowników Internetu w ostatnich latach systematycznie rosła, zwiększając potencjał serwisów internetowych, a zatem również portali i narzędzi z grupy Spółki. Ewentualne ograniczenie tej dynamiki, bądź ograniczenia w funkcjonowaniu sieci, mogą negatywnie wpłynąć na liczbę odbiorców produktów i usług Spółki, a w konsekwencji również na sytuację oraz wyniki finansowe Spółki. Ryzyko kursu walutowego w działalności operacyjnej

Ryzyko związane z konkurencją w branży

Rynek usług reklamowych oraz usług public i investor relations w Polsce charakteryzuje niska koncentracja. Duża liczba podmiotów obecnych na rynku oraz duża liczba nowych agencji wpływa na wysoki stopień konkurencyjności w branży. Istnieje ryzyko, że nasilenie walki konkurencyjnej w przyszłości negatywnie wpłynie na funkcjonowanie, sytuację finansową oraz stopień realizacji strategii rozwoju Spółki.

W celu ograniczenia ryzyka związanego z konkurencją Zarząd Spółki na bieżąco monitoruje sytuację w branży oraz dostosowuje ofertę Spółki do aktualnych wymogów rynkowych.

Ryzyko związane ze spowolnieniem rozwoju branży PR

Rozwój sektora promocji i reklamy, w którym działa NCF Group Sp. z o.o. jest powiązany z sytuacją gospodarczą. W okresie dobrej koniunktury przedsiębiorcy chętnie korzystają z usług agencji reklamowych. Z kolei, okres spowolnienia gospodarczego, charakteryzujący się poszukiwaniem oszczędności, powoduje, że przedsiębiorcy rozpoczynają redukcję kosztów od minimalizacji usług zewnętrznych, do których należy zaliczyć usługi świadczone przez Spółkę. Istnieje ryzyko, że wystąpienie spowolnienia gospodarczego może negatywnie wpłynąć na cały rynek PR, a tym samym również i na Spółkę.

Ryzyko związane z konsolidacją rynku

Ze względu na rozdrobnienie polskiego rynku reklamy oraz rynku usług public i investor relations istnieje ryzyko konsolidacji branży, a tym samym zwiększenia potencjału podmiotów konkurencyjnych względem Spółki. W efekcie pozycja konkurencyjna Spółki może zostać osłabiona, czego efektem może być ograniczenie wzrostu Spółki.

Ryzyko zmian przepisów podatkowych

Częste zmiany oraz brak jednoznacznej wykładni krajowych przepisów podatkowych stanowią dla Spółki istotne źródło ryzyka. Niestabilność systemu podatkowego i związane z nią próby wprowadzania nowych uregulowań mogą okazać się niekorzystne dla Spółki oraz odbiorców jej usług, co w konsekwencji może przełożyć się na pogorszenie wyników finansowych Spółki. Możliwe różnice w interpretacji przepisów prawnych zwiększają wymienione ryzyko – w razie nieprawidłowego odczytania i zastosowania się Spółki do obowiązujących wymogów organy podatkowe uprawnione są do nakładania wysokich kar, które mogą mieć znaczny wpływ na wyniki finansowe Spółki.

Realizacja zagrożenia wynikającego z nieprawidłowości podatkowych nie jest przewidywana oraz nie miała miejsca w przeszłości, jednak nie można jej zupełnie wykluczyć. Jako sposób ograniczania tego ryzyka Spółka zakłada występowanie do właściwych organów podatkowych z wnioskiem o przedstawienie opinii w sprawie określonej interpretacji przepisów oraz korzystanie z konsultacji doradców podatkowych.

Ryzyko związane z utratą kluczowych odbiorców przez spółkę zależną

Spółka NCF GROUP Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, będąca spółką zależną od spółki United S.A. z siedzibą w Warszawie prowadzi działalność w zakresie usług marketingu bezpośredniego i shopper marketingu. Głównym odbiorcą usług spółki NCF GROUP jest jeden z koncernów kosmetycznych, który odpowiada za ok. 90% generowanych przez nią przychodów ze sprzedaży. Istnieje ryzyko, iż na skutek zaprzestania współpracy istotnemu pogorszeniu ulegą wyniki na poziomie jednostkowym spółki NCF GROUP, co przełoży się na pogorszenie wyników skonsolidowanych United S.A. W ocenie zarządu Spółki oraz zarządu NCF GROUP biorąc pod uwagę dotychczasowe dobre, wieloletnie relacje, ryzyko zaprzestania współpracy jest niewielkie. Istnieje natomiast znaczące ryzyko zmniejszenia wartości zamówień ze strony tego odbiorcy. NCF GROUP zamierza minimalizować to ryzyko poprzez wchodzenie w nowe rodzaje działalności, np. organizowanie imprez masowych, a także intensywne poszukiwanie nowych klientów.

Ryzyko związane z krótkim cyklem życia oferowanych produktów

Specyfika branży, w której działa NCF Group Sp. z o.o. zmusza usługodawców do nieustannego uaktualniania oferty do bieżących warunków rynkowych. Dostosowanie oferty do aktualnej sytuacji jest podstawą efektywnego rozwoju podmiotów z branży promocji i reklamy. Istnieje ryzyko, że w przypadku braku odpowiedniej reakcji ze strony spółki na zmieniającą się tendencję nie będzie on w stanie sprostać potrzebom rynku. Ziszczenie się tego ryzyka może spowodować odejście kontrahentów do konkurentów spółki, a tym samym przyczynić się do spadku jej przychodów, a w konsekwencji może osłabić jej pozycję rynkową. Spółka,

minimalizuje wskazane ryzyko poprzez bieżące monitorowanie panujących na rynku trendów oraz systematyczne aktualizowanie oferty oraz dostosowywanie jej do indywidualnych potrzeb danego klienta.

Ryzyko związane z jakością świadczonych usług

Klienci korzystający z usług agencji reklamowych oczekują wysokiej jakości świadczonych usług. Duża konkurencja panująca w branży promocji i reklamy sprawia, że konsekwencją nienależytego wykonania usługi jest przejście klienta do konkurencji. Z kolei, rzetelność oraz kompetentność agencji reklamowej wpływa na umocnienie relacji z klientem, a tym samym wypracowanie opinii sumiennego i wiarygodnego partnera.

Istnieje ryzyko opóźnienia w realizacji projektów lub ich niewłaściwego wykonania, co może doprowadzić do pojawienia się reklamacji, a tym samym spowodować spadek popytu na usługi oferowane przez Spółkę. Ziszczenie się tego ryzyka może przyczynić się do spadku przychodów spółki. NCF GROUP Sp. z o.o. minimalizuje omawiane ryzyko poprzez systematyczny proces budowania wizerunku kontrahenta godnego zaufania, świadczącego terminowo wysokiej jakości usługi oraz zatrudnianie wykwalifikowanej kadry.

Ryzyko związane z utratą kluczowych pracowników

Realizacja strategii Grupy Kapitałowej Spółki uzależniona jest od wysokich kwalifikacji zatrudnianych przez niego pracowników. Doświadczenie, wiedza oraz znajomość branży promocji i reklamy składają się na posiadany przez Spółkę kapitał intelektualny. Kompetencje oraz umiejętności kluczowych pracowników NCF Group Sp. z o.o., do których należą: Członek Zarządu oraz Dyrektorzy Operacyjni (Strategia, Obsługa Klienta, Logistyka, Eventy), przyczyniają się do utrzymania obecnych oraz pozyskiwania nowych kontrahentów. Istnieje ryzyko, że w sytuacji rezygnacji jednego (lub kilku) kluczowych pracowników, Spółka nie będzie w stanie efektywnie realizować przyjętej strategii, co może negatywnie wpłynąć na osiąganą wyniki finansowe.

NCF GROUP Sp. z o.o. zabezpiecza się przed przedmiotowym ryzykiem poprzez oferowanie atrakcyjnych warunków wynagrodzenia dla kluczowej kadry pracowniczej. Dodatkowo, najważniejsi pracownicy zatrudnieni są na czas nieokreślony, co również zwiększa ich zaangażowanie i związanie ze spółką.

Ryzyko związane z wizerunkiem NCF GROUP Sp. z o.o.

Duża konkurencja w branży, w której działa NCF Group Sp. z o.o. wymaga konsekwentnego dbania o wizerunek. Pozyskanie klientów oraz partnerów biznesowych w dużej mierze uwarunkowane jest postrzeganiem przedsiębiorstwa w opinii publicznej. Wiarygodność rynkowa oraz ugruntowana marka mają istotne znaczenie dla prowadzenia działalności. Wystąpienie zdarzeń losowych, które w dużej mierze mogą być niezależne od spółki, może przyczynić się do obniżenia jego reputacji. Ponadto, w związku z wysoką pozycją spółki w branży, istnieje ryzyko rozpowszechniania przez osoby trzecie nieprawdziwych, negatywnych informacji o jej działalności, bądź też o podmiotach lub osobach z nią powiązanych. Ziszczenie się tego ryzyka może zdeprecjonować pozycję spółki zależnej w branży, a tym samym wpłynąć na potencjał w pozyskiwaniu nowych klientów. Zarząd będzie zabiegać aby podejmowane działania realizowane były terminowo oraz z należytą starannością. Ponadto, Zarząd zapewnia, że podejmie odpowiednie środki prawne w celu ochrony przed podmiotami, które będą rozpowszechniać nieprawdziwe informacje o spółce zależnej.

Ryzyko związane z udzielonymi pożyczkami

W dniu 1 lutego 2010 r. NCF Group Sp. z o.o. (pożyczkodawca) udzielił pożyczki spółce Zamek Giżycki sp. z o.o. z siedzibą w Giżycku (pożyczkobiorca), której NCF Group Sp. z o.o. jest współnikiem (posiada 45,38% udziału w kapitale zakładowym i tyle samo głosów na Zgromadzeniu Wspólników). Pożyczka została udzielona w kwocie do 5.000.000,00 zł (pięć milionów złotych) na okres do dnia 31 grudnia 2014 r. z możliwością przedłużenia, za zgodą obu stron umowy. Oprocentowanie pożyczki wynosi 10% w skali roku, które będzie płatne po spłaceniu pożyczki. Na dzień 31.12.2012 r. saldo pożyczki wynosiło 644,0 tys. zł

Ponadto, w dniu 5 października 2012 r. strony zawarły celową umowę pożyczki w kwocie 2.000.000,00 zł (dwa miliony złotych) na spłatę dwóch kredytów zabezpieczonych hipotecznie na nieruchomości pożyczkobiorcy. Pożyczka została udzielona na okres 5 lat, do dnia 5 października 2017 r., a jej oprocentowanie wynosi 12% w skali roku. Cel pożyczki został zrealizowany – kredyty zostały spłacone, a zabezpieczające je hipoteki wykreślone w dniu 12 listopada 2012 r..

W dniu 12 października 2012 roku NCF Group Sp. z o.o. w drodze cesji sprzedała wierzytelność przysługującą jej z tytułu powyższej pożyczki na rzecz Polish American Investment Fund LLC z siedzibą w Delaware, USA z terminem płatności 5 listopada 2017 roku oraz oprocentowaniem w wysokości 15 % do terminu zapłaty.

Istnieje ryzyko, że w dniu wymagalności cesjonariusz nie będzie w stanie spłacić wierzytelności. Może to wpłynąć na możliwość terminowego wywiązywania się przez Spółkę z własnych zobowiązań oraz konieczność wszczęcia postępowania windykacyjnego, które spowoduje powstanie dodatkowych, nieprzewidzianych kosztów.

W skrajnym przypadku może to spowodować poniesienie przez NCF Group Sp. z o.o., a pośrednio przez Spółkę straty z tytułu nieściągalności całości lub części należnej kwoty.

Ryzyko związane ze sprzedażą udziałów w Zamku Giżyckim

W dniu 24 sierpnia 2012 roku NCF Group Sp. z o.o. sprzedała osobie fizycznej 7.100 udziałów o wartości nominalnej 500 zł każdy w spółce Zamek Giżycki Sp. z o.o. za łączną kwotę 3.550.000 zł i terminem płatności 30 marca 2014 roku. Następnie 30 sierpnia 2012 roku wierzytelność przysługująca spółce z tego tytułu została sprzedana w drodze cesji na rzecz Polish American Investment Fund LLC z siedzibą w Delaware, USA z terminem płatności 5 listopada 2017 roku.

Istnieje ryzyko, że w dniu wymagalności cesjonariusz nie będzie w stanie spłacić wierzytelności. Może to wpłynąć na możliwość terminowego wywiązywania się przez spółkę zależną z własnych zobowiązań oraz konieczność wszczęcia postępowania windykacyjnego, które spowoduje powstanie dodatkowych, nieprzewidzianych kosztów.

W skrajnym przypadku może to spowodować poniesienie przez spółkę zależną straty z tytułu nieściągalności całości lub części należnej kwoty.

Ogólne ryzyko zadłużenia

NCF Group Sp. z o.o. korzysta i zamierza w przyszłości korzystać z kredytów bankowych, obligacji oraz innych instrumentów dłużnych dla potrzeb finansowania działalności operacyjnej. Ponadto spółka ta finansuje inwestycje w rzeczowe aktywa trwałe za pomocą leasingu. Ewentualne istotne pogorszenie się płynności spółki może spowodować, że nie będzie w stanie spłacać odsetek i kapitału lub wypełniać innych zobowiązań wynikających z zawartych umów finansowych lub emisji instrumentów dłużnych.

W przypadku niewywiązania się przez spółkę zależną z postanowień zawartych w podpisanych umowach kredytowych, zadłużenie z tytułu kredytów bankowych może zostać częściowo lub w całości postawione w stan natychmiastowej wymagalności, a w razie braku jego spłaty, instytucje finansujące mogą złożyć wnioski o ogłoszenie upadłości.

Ryzyko związane z zapasami towarów

NCF Group Sp. z o.o. w 2012 roku nabyła towary handlowe w postaci sprzętu motorowego (motorówki, łódzie, quady) za kwotę 3.168 tys. zł w celu dalszej odsprzedaży spółce zależnej Zamek Giżycki, prowadzącej hotel, znajdujący się przy jeziorze w Giżycku. Istnieje ryzyko, że towary te nie zostaną sprzedane zgodnie z planem lub że spółka zależna nie osiągnie ceny sprzedaży równej co najmniej cenie nabycia.

Ziszczenie się tego ryzyka może wpłynąć na wynik finansowy lat następnych. W takim przypadku NCF Group Sp. z o.o. będzie jednak mogła generować przychody z ich wypożyczania lub dzierżawy.

Ryzyko związane z nabytym wyposażeniem apteki

W 2012 roku NCF Group Sp. z o.o. w celu dywersyfikacji przychodów nabyła za łączną kwotę 500 tys. zł pełne wyposażenie apteki wraz z oprogramowaniem w celu otwarcia apteki. Istnieje ryzyko, że plany z różnych względów nie zostaną zrealizowane, a nabyte wyposażenie będzie musiało zostać sprzedane za niższą cenę niż cena nabycia.

Może to wpłynąć negatywnie na wyniki finansowe spółki zależnej w następnych okresach.

Ryzyko związane z kluczowym kontrahentem

NCF Group Sp. z o.o. realizuje wiele kontraktów dla wielu klientów, jednakże udział jednego największego klienta w przychodach Spółki ogółem za rok 2011 wynosił ponad 86,8%, natomiast w 2012 roku – 89,6%. Spółka jest silnie uzależniona od tego kontrahenta. Istnieje ryzyko, że w przypadku jego utraty negatywnie odbije się to na poziom sprzedaży, a tym samym na wyniki finansowe spółki zależnej. Z drugiej strony dominacja jednego klienta pozwala spółce skoncentrować się na jego potrzebach i zaspokajać je w sposób wyjątkowo staranny.

Ryzyko związane z akwizycjami

UNITED S.A. wchodzi w skład grupy kapitałowej tworzonej przez Lermacter Ltd. z siedzibą na Cyprze. W ramach realizowanej strategii rozwoju Lermacter Ltd. objął 106.000.000 (sto sześć milionów) akcji spółki United S.A. (dawniej: StockInfo S.A.) z siedzibą w Warszawie w zamian za sprzedaż 100% udziałów w NCF Group Sp. z o.o. Była to pierwsza akwizycja dokonana przez United S.A.

W toku przeprowadzenia zakładanych dalszych akwizycji w przyszłości może dojść do ziszczenia się ryzyka błędnej wyceny wartości przejmowanych spółek. Istnieje również ryzyko poniesienia dodatkowych, a nieprzewidzianych kosztów związanych z całością procesu.

Niniejsze ryzyko minimalizowane jest dokonywanie kompleksowej analizy, zarówno dokumentacji formalnej jak i otoczenia ekonomicznego, związanego z procesem akwizycji przez United S.A.

VI. ZASADY SPORZĄDZENIA ROCZNEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO

Zasady sporządzenia rocznego sprawozdania finansowego zostały szczegółowo opisane we wprowadzeniu do sprawozdania finansowego.

VI. PRZESTRZEGANIE ZASAD ŁADU KORPORACYJNEGO

Informacja na temat stosowania przez UNITED Spółkę Akcyjną zasad ładu korporacyjnego, o których mowa w dokumencie „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na NewConnect”

Niniejsza informacja zawiera odniesienie do zakresu zasad ładu korporacyjnego zawartych w Załączniku Nr 1 do Uchwały Nr 293/2010 Zarządu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie SA z dnia 31.03.2010 r.

1. Spółka powinna prowadzić przejrzystą i efektywną politykę informacyjną, zarówno z wykorzystaniem tradycyjnych metod, jak i z użyciem nowoczesnych technologii oraz najnowszych narzędzi komunikacji zapewniających szybkość, bezpieczeństwo oraz szeroki dostęp do informacji. Spółka korzystając w jak najszerszym stopniu z tych metod, powinna zapewnić odpowiednią komunikację z inwestorami i analitykami, wykorzystując w tym celu również nowoczesne metody komunikacji internetowej, umożliwiać transmitowanie obrad walnego zgromadzenia z wykorzystaniem sieci Internet, rejestrować przebieg obrad i upubliczniać go na stronie internetowej

TAK

Spółka nie zamierza w najbliższym czasie wprowadzić zasady transmitowania, rejestracji i upubliczniania obrad walnego zgromadzenia i w sposób trwały odstępuje od stosowania przedmiotowej zasady ładu korporacyjnego (dobrych praktyk spółek notowanych na NewConnect) w tym zakresie.

Pozostałe elementy, które składają się na wypełnienie tej zasady, są w pełni stosowane przez Spółkę.

2. Spółka powinna zapewnić efektywny dostęp do informacji niezbędnych do oceny sytuacji i perspektyw spółki oraz sposobu jej funkcjonowania

TAK

3. Spółka prowadzi korporacyjną stronę internetową i zamieszcza na niej:

3.1. podstawowe informacje o spółce i jej działalności (strona startowa)

TAK

3.2. opis działalności emitenta ze wskazaniem rodzaju działalności, z której emitent uzyskuje najwięcej przychodów

TAK

3.3. opis rynku, na którym działa emitent, wraz z określeniem pozycji emitenta na tym rynku

TAK

3.4. życiorysy zawodowe członków organów spółki

TAK

Publikowane są tylko życiorysy Członków Zarządu.

3.5. powzięte przez zarząd, na podstawie oświadczenia członka rady nadzorczej, informacje o powiązaniach członka rady nadzorczej z akcjonariuszem dysponującym akcjami reprezentującymi nie mniej niż 5% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu spółki

TAK

3.6. dokumenty korporacyjne spółki

TAK

3.7. zarys planów strategicznych spółki

TAK

3.8. opublikowane prognozy wyników finansowych na bieżący rok obrotowy, wraz z założeniami do tych prognoz oraz korektami do tych prognoz (w przypadku gdy emitent publikuje prognozy)

TAK

3.9. strukturę akcjonariatu emitenta, ze wskazaniem głównych akcjonariuszy oraz akcji znajdujących się w wolnym obrocie

TAK

3.10. dane oraz kontakt do osoby, która jest odpowiedzialna w spółce za relacje inwestorskie oraz kontakty z mediami

TAK

3.12. opublikowane raporty bieżące i okresowe

TAK

3.13. kalendarz zaplanowanych dat publikacji finansowych raportów okresowych, dat walnych zgromadzeń, a także spotkań z inwestorami i analitykami oraz konferencji prasowych

TAK

3.14. informacje na temat zdarzeń korporacyjnych, takich jak wypłata dywidendy, oraz innych zdarzeń skutkujących nabyciem lub ograniczeniem praw po stronie akcjonariusza, z uwzględnieniem terminów oraz zasad przeprowadzania tych operacji. Informacje te powinny być zamieszczane w terminie umożliwiającym podjęcie przez inwestorów decyzji inwestycyjnych

TAK

3.16. pytania akcjonariuszy dotyczące spraw objętych porządkiem obrad, zadawane przed i w trakcie walnego zgromadzenia, wraz z odpowiedziami na zadawane pytania

TAK

3.17. informację na temat powodów odwołania walnego zgromadzenia, zmiany terminu lub porządku obrad wraz z uzasadnieniem

TAK

3.18. informację o przerwie w obradach walnego zgromadzenia i powodach zarządzenia przerwy

TAK

3.19. informacje na temat podmiotu, z którym spółka podpisała umowę o świadczenie usług Autoryzowanego Doradcy ze wskazaniem nazwy, adresu strony internetowej, numerów telefonicznych oraz adresu poczty elektronicznej Doradcy

TAK

3.20. informację na temat podmiotu, który pełni funkcję animatora akcji emitenta

TAK

3.21. dokument informacyjny (prospekt emisyjny) spółki, opublikowany w ciągu ostatnich 12 miesięcy

TAK

4. Spółka prowadzi korporacyjną stronę internetową, według wyboru emitenta, w języku polskim lub angielskim. Raporty bieżące i okresowe powinny być zamieszczane na stronie internetowej co najmniej w tym samym języku, w którym następuje ich publikacja zgodnie z przepisami obowiązującymi emitenta

TAK

5. Spółka powinna prowadzić politykę informacyjną ze szczególnym uwzględnieniem potrzeb inwestorów indywidualnych. W tym celu Spółka, poza swoją stroną korporacyjną powinna wykorzystywać indywidualną dla danej spółki sekcję relacji inwestorskich znajdującą na stronie www.gpwinfostrefa.pl

TAK

6. Emitent powinien utrzymywać bieżące kontakty z przedstawicielami Autoryzowanego Doradcy, celem umożliwienia mu prawidłowego wykonywania swoich obowiązków wobec emitenta. Spółka powinna wyznaczyć osobę odpowiedzialną za kontakty z Autoryzowanym Doradcą

TAK

7. W przypadku, gdy w spółce nastąpi zdarzenie, które w ocenie emitenta ma istotne znaczenie dla wykonywania przez Autoryzowanego Doradcę swoich obowiązków, emitent niezwłocznie powiadamia o tym fakcie Autoryzowanego Doradcę

TAK

8. Emitent powinien zapewnić Autoryzowanemu Doradcy dostęp do wszelkich dokumentów i informacji niezbędnych do wykonywania obowiązków Autoryzowanego Doradcy

TAK

9. Emitent przekazuje w raporcie rocznym:

9.1. informację na temat łącznej wysokości wynagrodzeń wszystkich członków zarządu i rady nadzorczej

TAK

9.2. informację na temat wynagrodzenia Autoryzowanego Doradcy otrzymywanego od emitenta z tytułu świadczenia wobec emitenta usług w każdym zakresie

NIE

Wynagrodzenie Autoryzowanego Doradcy od Spółki z tytułu świadczenia wobec Emitenta usług objęta jest klauzulą poufności i nie będzie podlegała ujawnieniu przez Spółkę.

10. Członkowie zarządu i rady nadzorczej powinni uczestniczyć w obradach walnego zgromadzenia w składzie umożliwiającym udzielenie merytorycznej odpowiedzi na pytania zadawane w trakcie walnego zgromadzenia

TAK

11. Przynajmniej 2 razy w roku emitent, przy współpracy Autoryzowanego Doradcy, powinien organizować publicznie dostępne spotkanie z inwestorami, analitykami i mediami

NIE

Spółka prowadzi kontakty z potencjalnymi inwestorami, analitykami i mediami przy współpracy z wyspecjalizowaną w tym zakresie firmą. Dane kontaktowe partnera Spółki w zakresie obsługi IR dostępne są na korporacyjnej stronie internetowej.

12. Uchwała walnego zgromadzenia w sprawie emisji akcji z prawem poboru powinna precyzować cenę emisyjną albo mechanizm jej ustalenia lub zobowiązać organ do tego upoważniony do ustalenia jej przed dniem ustalenia prawa poboru, w terminie umożliwiającym podjęcie decyzji inwestycyjnej

TAK

13. Uchwały walnego zgromadzenia powinny zapewniać zachowanie niezbędnego odstępu czasowego pomiędzy decyzjami powodującymi określone zdarzenia korporacyjne a datami, w których ustalane są prawa akcjonariuszy wynikające z tych zdarzeń korporacyjnych

TAK

13a. W przypadku otrzymania przez zarząd emitenta od akcjonariusza posiadającego co najmniej połowę kapitału zakładowego lub co najmniej połowę ogółu głosów w spółce, informacji o zwołaniu przez niego nadzwyczajnego walnego zgromadzenia w trybie określonym w art. 399 § 3 Kodeksu spółek handlowych, zarząd emitenta niezwłocznie dokonuje czynności, do których jest zobowiązany w związku z organizacją i przeprowadzeniem walnego zgromadzenia. Zasada ta ma zastosowanie również w przypadku upoważnienia przez sąd rejestrowy akcjonariuszy do zwołania nadzwyczajnego walnego zgromadzenia na podstawie art. 400 § 3 Kodeksu spółek handlowych.

TAK

14. Dzień ustalenia praw do dywidendy oraz dzień wypłaty dywidendy powinny być tak ustalone, aby czas przypadający pomiędzy nimi był możliwie najkrótszy, a w każdym przypadku nie dłuższy niż 15 dni roboczych. Ustalenie dłuższego okresu pomiędzy tymi terminami wymaga szczegółowego uzasadnienia

TAK

15. Uchwała walnego zgromadzenia w sprawie wypłaty dywidendy warunkowej może zawierać tylko takie warunki, których ewentualne ziszczenie nastąpi przed dniem ustalenia prawa do dywidendy

TAK

16. Emitent publikuje raporty miesięczne, w terminie 14 dni od zakończenia miesiąca. Raport miesięczny powinien zawierać co najmniej:

- informacje na temat wystąpienia tendencji i zdarzeń w otoczeniu rynkowym emitenta, które w ocenie emitenta mogą mieć w przyszłości istotne skutki dla kondycji finansowej oraz wyników finansowych emitenta,
- zestawienie wszystkich informacji opublikowanych przez emitenta w trybie raportu bieżącego w okresie objętym raportem,
- informacje na temat realizacji celów emisji, jeżeli taka realizacja, choćby w części, miała miejsce w okresie objętym raportem,
- kalendarz inwestora, obejmujący wydarzenia mające mieć miejsce w nadchodzącym miesiącu, które dotyczą emitenta i są istotne z punktu widzenia interesów inwestorów, w szczególności daty publikacji raportów okresowych, planowanych walnych zgromadzeń, otwarcia subskrypcji, spotkań z inwestorami lub analitykami, oraz oczekiwany termin publikacji raportu analitycznego.

NIE

W ocenie Zarządu użyteczność raportów miesięcznych dla inwestorów byłaby ograniczona, ponieważ zawierałaby powtórzenie przekazanych już wcześniej informacji.

16a. W przypadku naruszenia przez emitenta obowiązku informacyjnego określonego w Załączniku Nr 3 do Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu („Informacje bieżące i okresowe przekazywane w alternatywnym systemie obrotu na rynku NewConnect”) emitent powinien niezwłocznie opublikować, w trybie właściwym dla przekazywania raportów bieżących na rynku NewConnect, informacje wyjaśniającą zaistniałą sytuację.

TAK

Warszawa, 7 czerwca 2013 r.

Jan Karaszewski

Prezes Zarządu