

Raport kwartalny

I kw. 2015

Raport za I kwartał 2015 roku został sporządzony zgodnie z przepisami Ustawy z dnia 29 września 1994 roku o rachunkowości oraz w oparciu o Załącznik Nr 3 do Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu „Informacje bieżące i okresowe przekazywane w alternatywnym systemie obrotu na rynku NewConnect”.

SPIS TREŚCI

- I. Podstawowe informacje o Emitencie, w tym opis akcjonariatu
- II. Informacje o zasadach przyjętych przy sporządzaniu raportu
- III. Skrócone sprawozdanie finansowe
- IV. Charakterystyka dokonań i niepowodzeń wraz z opisem czynników i zdarzeń mających wpływ na osiągnięte wyniki
- V. Informacje na temat aktywności w obszarze rozwiązań innowacyjnych wprowadzanych w przedsiębiorstwie
- VI. Prognozy finansowe –stanowisko
- VII. Opis organizacji grupy kapitałowej i konsolidacja –odniesienie
- VIII. Informacja dotycząca liczby osób zatrudnionych przez emitenta, w przeliczeniu na pełne etaty
- IX. Opis stanu realizacji działań i inwestycji emitenta oraz harmonogramu ich realizacji –odniesienie.

1. Podstawowe informacje o Emitencie

1.1 Podstawowe informacje

Pełna nazwa	magnifiCo Spółka Akcyjna
Siedziba	ul. Wrocławska 10G lok. 32, 01-493 Warszawa
Podstawowa działalność	Według Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD 2007) – doradztwo w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej i zarządzania (PKD 74.14.A)
Kapitał zakładowy	Kapitał zakładowy Spółki wynosi 379.459,30 zł i dzieli się na: 1/ 2.561.320 akcji zwykłych na okaziciela serii A o wartości nominalnej 0,10 zł każda; 2/ 853.773 akcji zwykłych na okaziciela serii B o wartości nominalnej 0,10 zł każda; 3/ 379.500 akcji zwykłych na okaziciela serii C o wartości nominalnej 0,10 zł każda.
Czas trwania	Nieoznaczony
Sąd Rejestrowy	Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy, XIII Wydział Krajowego Rejestru Sądowego - numer KRS 0000357969

1.2 Historia działalności Emitenta

Agencja Public Relations magnifiCo została założona w październiku 2003 r. przez Karolinę Siudyłę-Koc i funkcjonowała początkowo w formie działalności gospodarczej. Na przełomie roku 2009 i 2010 podjęta została decyzja o przekształceniu magnifiCo sp. z o.o. w spółkę akcyjną. Uchwała Nadzwyczajnego Zgromadzenia Wspólników magnifiCo sp. z o.o. w sprawie przekształcenia została podjęta w dniu 8 kwietnia 2010 roku, natomiast przekształcenie zostało wpisane do rejestru w dniu 10 czerwca 2010 roku. W dniu 6 września 2010 r. spółka dołączyła do grona spółek publicznych notowanych na rynku NewConnect.

1.3 Przedmiot działalności Emitenta

Podstawową działalność Emitenta stanowi świadczenie usług Public Relations oraz towarzyszących usług marketingowych. Rolą Emitenta jest pomoc klientowi w sformułowaniu treści i takim wyborze formy przekazu informacji, by była ona możliwie najskuteczniejsza i najbardziej efektywna w danej sytuacji. Z tego powodu Emitent oferuje nadzór nad całością procesu komunikacji, począwszy od przygotowania strategii działań, po ich realizację i ocenę efektywności. Proces komunikowania się z otoczeniem zewnętrznym obejmuje różne elementy, a głównie z nich to: relacje z mediami (media relations), Internet (Internet PR), media społecznościowe (social media), wydarzenia specjalne (special events), sponsoring, relacje inwestorskie (investor relations) oraz doradztwo strategiczne w zakresie komunikacji z otoczeniem rynkowym.

Emitent posiada bogate doświadczenie w budowaniu pozytywnego wizerunku firm, instytucji publicznych, organizacji non-profit, osób publicznych oraz wydarzeń. Renoma spółki opiera się na

lojalnych współpracownikach o bardzo wysokich kwalifikacjach i wieloletnim doświadczeniu. Emitent posiada szczególne kompetencje w zakresie: relacji z mediami, organizacji dedykowanych imprez, zarządzania kryzysowego oraz tworzenia strategii komunikacyjnych dla firm i produktów. Emitent posiada bardzo dobrą historię współpracy w zakresie obsługi podmiotów z branży teleinformatycznej, finansowej, zdrowia i urody, handlowej, najnowszych technologii. Emitent zdobywa też doświadczenie w branży motoryzacyjnej oraz artykułów gospodarstwa domowego i elektronarzędzi. Od kilku miesięcy zaś, sukcesywnie pozyskuje nowych klientów na obsługę w zakresie Relacji Inwestorskich i PR korporacyjnego, co stanowi istotne poszerzenie oferty świadczonych usług.

1.4 Charakterystyka najważniejszych usług świadczonych przez Emitenta

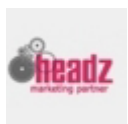
- ❖ **strategie public relations** - specjaliści magnifiCo zajmują się opracowaniem strategii działań public relations; klient otrzymuje propozycje kompleksowych działań wraz z ich terminarzem;
- ❖ **media relations** - Emitent utrzymuje bardzo dobre relacje z mediami oraz posiada rozbudowaną bazę aktywnych kontaktów; Emitent dokłada starań aby jego klienci byli interesującym źródłami informacji dla dziennikarzy, którzy reprezentują i poprzez swoją pracę wpływają na opinię publiczną; usługi relacji z mediami obejmują m.in. formułowanie komunikatów prasowych, organizację konferencji prasowych, seminariów tematycznych, indywidualnych spotkań z przedstawicielami mediów, akcje wyjazdowe, szkolenia medialne oraz realizację działań w zakresie zadań polityki antykryzysowej;
- ❖ **zarządzanie sytuacjami kryzysowymi** - w sytuacji kryzysowej warunkiem przezwyciężenia trudności jest szybkość działania i skuteczność; w grę wchodzi natychmiastowa reakcja; zadaniem Emitenta jest maksymalne zneutralizowanie prób tworzenia i podtrzymywania negatywnego obrazu klienta; w przypadku sytuacji kryzysowych agencja wykorzystuje instrumenty z zakresu media relations, uruchamia swoje kontakty wśród grup istotnych dla prowadzonej kampanii, a przede wszystkim stale i bezpośrednio współpracuje z klientem w celu wypracowania jak najskuteczniejszego modelu działań;
- ❖ **Internet PR i e-PR** - elementem skutecznego działania w zakresie PR jest dostarczanie rzetelnych i aktualnych informacji oraz możliwie partnerski i dwukierunkowy charakter komunikacji. Internet jest naturalnym środowiskiem do prowadzenia działań PR; ze względu na wszechstronność stosowanych narzędzi oraz technologii umożliwia on dotarcie zarówno do szerokich grup odbiorców przekazu, jak i do grup niszowych; medium to umożliwia także wykorzystywanie osób aktywnych, jako liderów opinii - i to zarówno w sieci jak i poza nią; Emitent oferuje szereg narzędzi PR wykorzystujących Internet, m.in.: kreowanie i redagowanie serwisów www; pozycjonowanie www; aktywne działanie na czatach i forach tematycznych; badania on-line; creative mailings etc.;
- ❖ **social media** - to rodzaj mediów, który pozwala wspierać i realizować komunikacyjne i poznawcze potrzeby człowieka, umożliwia aktywne współtworzenie informacji dystrybuowanych przez media i firmy. W ramach usług w tym specyficznym środowisku medialnym Emitent oferuje kompleksowe planowanie i realizację strategii obecności w social media, budowę, rozwój, optymalizację oraz obsługę profili firmowych, komunikację marketingową za pomocą konkursów, aplikacji i banerów w social media.
- ❖ **monitoring mediów** - monitoring umożliwia ocenę efektywności przekazów mediowych; informacje otrzymywane za pośrednictwem monitoringu mogą stanowić także źródło wiedzy na temat obecnych i potencjalnych klientów, na temat osób i firm współpracujących

z instytucją, konkurencji, a także mogą być pomocne przy tworzeniu lub aktualizowaniu bazy danych; analiza wyników monitoringu pozwala Emitentowi zweryfikować działania, dopracować i dostosować je do potrzeb rynku;

- ❖ **wydarzenia specjalne** - pozytywny wizerunek firm czy instytucji to nie tylko efekt dobrych relacji ze światem mediów; klient, dbając o swój prestiż, organizuje imprezy rocznicowe, zjazdy korporacyjne, bale charytatywne, koktajle biznesowe, spotkania świąteczne, na które zaprasza osoby ważne z punktu widzenia swoich interesów: kontrahentów, ekspertów, liderów opinii, polityków, urzędników; Emitent posiada doświadczenie w organizacji tego typu przedsięwzięć uwzględniający ich szerszy kontekst związany z kreowaniem wizerunku i osiąganiem konkretnych celów biznesowych klienta;
- ❖ **sponsoring** - sponsoring to jeden z najskuteczniejszych sposobów tworzenia pozytywnego wizerunku firmy; podstawowy cel takich akcji to przekonanie danej społeczności (grupy docelowej) o tym, że klient nie ogranicza się tylko do prowadzenia bieżącej działalności - chętnie angażuje się w działania związane z kulturą, dobroczynnością i sprawami społecznymi; efekt to wzmocnienie pozytywnej opinii o kliencie; Emitent podejmuje się: opracowania strategii sponsoringowej; wyboru sponsorowanej akcji, zgodnej z wizerunkiem klienta; kalkulacji kosztów; nadzoru nad realizacją projektu;
- ❖ **audyty komunikacyjne** - Emitent proponuje klientom usługę audytu komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej; audyt kończy się przygotowaniem raportu, oceniającego komunikację wewnętrzną i zewnętrzną klienta; na bazie raportu Emitent rekomenduje ewentualne zmiany w systemie komunikowania się klienta;
- ❖ **personality PR** - obsługa PR odnosi się w przypadku Emitenta nie tylko do klientów instytucjonalnych; magnifiCo prowadzi także personal PR - czyli kreuje i dba o wizerunek osób publicznych; w szczególności Emitent oferuje: promocję osób publicznych w mediach oraz środowiskach - filmowym, muzycznym, teatralnym, a także na rynku reklamowym; stały nadzór nad rozwojem karier; sprawne reagowanie na medialne kryzysy wizerunku;
- ❖ **investor relations** – obsługa w zakresie IR polega na zapewnieniu klientowi zarówno doradztwa w zakresie sporządzania i terminowego przekazywania raportów bieżących i okresowych, jak również koordynowania całości prac związanych z wypełnianiem obowiązków informacyjnych – począwszy od przygotowania harmonogramu raportów, przygotowania raportów bieżących, współudziału w przygotowaniu raportów okresowych, weryfikacja zdarzeń pod względem zaistnienia informacji poufnej oraz okresów zamkniętych, nadzór nad wypełnianiem przez klientów zasad Dobrych Praktyk, nadzór nad działaniami członków organów obsługiwanych spółek w zakresie obowiązków informacyjnych, kończąc na obsłudze systemu EBI i ESPI; a także reprezentowanie klientów w kontaktach z instytucjami odpowiedzialnymi za nadzór nad regulowanym obrotem papierami wartościowym, inwestorami, akcjonariuszami, analitykami i zarządzającymi oraz realizacja innych aspektów wynikających z posiadania przez klientów Emitenta statusu spółek publicznych;
- ❖ **usługi z zakresu projektowania i reklamy**
 - ✓ **koordynacja kampanii reklamowych** - reklama to ciągle jeden z podstawowych sposobów komunikowania się każdej firmy z klientami; dlatego Emitent w ramach swoich usług oferuje również nadzór nad przygotowaniem i realizacją kampanii reklamowych; w szczególnych przypadkach Emitent oferuje: przygotowanie strategii działań reklamowych; kreację; planowanie mediów (wybór optymalnych nośników ze względu na koszt dotarcia i grupę docelową); zakup mediów;

-
- ✓ **tworzenie identyfikacji wizualnej firm (corporate identity)** - komunikacja to nie tylko słowa, ale i obraz; kolorystyka, typografia, symbolika firmowa pomagają stworzyć i utrzymać pozytywny wizerunek klienta; dobry projekt graficzny wzmacnia przekaz i ułatwia osiągnięcie zamierzonych celów; w ofercie Emitenta znajduje się: projektowanie znaków firmowych, restylizacja (unowocześnienie) istniejących symboli i tworzenie nowych; standaryzacja znaków: określenie formy i zasad stosowania symbolu firmowego, w tym kolorystyki i typografii; systemy identyfikacji wizualnej: pełne zdefiniowanie standardów graficznych w komunikacji zewnętrznej i wewnętrznej firmy; nadzór nad produkcją i realizacją wszystkich materiałów.

1.4.1. Wybrani dotychczasowi klienci Emitenta z podziałem na branże

Branża	Wybrani klienci
Teleinformatyka	            
Media i marketing	            
Bankowość i finanse	   
Zdrowie i uroda	           
Art. Spożywcze i Alkohole	    
Usługi	           

Moda i Sztuka



Handel



Nieruchomości i motoryzacja



Organizacje rządowe, samorządowe, Non – Profit, uczelnie wyższe



Ministerstwo Spraw Zagranicznych Rzeczypospolitej Polskiej



Wyższa Szkoła Pedagogiczna im. Janusza Korczaka w Warszawie

1.5. Skład osobowy organów Emitenta

a/ Zarząd magnifiCo S.A.:

Karolina Siudyła - Koc	Prezes Zarządu
Urszula Niewirowicz	Członek Zarządu

b/ Rada Nadzorcza magnifiCo S.A.:

1. Aneta Antoniewicz - Przewodnicząca Rady Nadzorczej
2. Katarzyna Chechlińska - Członek Rady Nadzorczej
3. Łukasz Mosiewicz - Członek Rady Nadzorczej
4. Halina Siudyła - Członek Rady Nadzorczej
5. Wacław Siudyła - Członek Rady Nadzorczej

Skład osobowy Zarządu i Rady Nadzorczej nie uległ zmianie w okresie objętym niniejszym raportem.

1.6. Status spółki publicznej

W dniu 6 września 2010 r. magnifiCo S.A. zadebiutowała na rynku NewConnect. W okresie od 6 września 2010 r. do 8 października 2010 r. notowane na rynku NewConnect były prawa do akcji zwykłych serii C magnifiCo S.A. Od dnia 11 października 2010 r. w obrocie znajdują się akcje serii A, B i C.

1.7. Struktura akcjonariatu Emitenta, ze wskazaniem akcjonariuszy posiadających na dzień przekazania raportu, co najmniej 5% głosów na walnym zgromadzeniu

Według najlepszej wiedzy Emitenta struktura akcjonariatu, ze wskazaniem akcjonariuszy posiadających, na dzień przekazania raportu, co najmniej 5% głosów na walnym zgromadzeniu, przedstawia się następująco:

Lp.	Dane akcjonariusza	Liczba akcji (w szt.)	Udział w kapitale zakładowym (w proc.)	Udział w głosach (w proc.)
1.	Karolina Siudyła-Koc	1.935.242	51,00	51,00
2.	Celetis Holdings Ltd.	626.078	16,50	16,50
3.	Pozostali	1.233.273	32,50	32,50
Razem		3.794.593	100	100

2. Informacje o zasadach przyjętych przy sporządzaniu raportu

Opis przyjętych zasad rachunkowości

Zasady rachunkowości przyjęte przy sporządzaniu zaprezentowanego sprawozdania finansowego są zgodne z przepisami ustawy z dnia 29 września 1994 roku o rachunkowości, zwanej dalej ustawą.

Przy wycenie aktywów i pasywów oraz ustalaniu wyniku finansowego przyjęto, że jednostka będzie kontynuować działalność gospodarczą w dającej się przewidzieć przyszłości oraz nie zamierza, ani nie musi zaniechać działalności lub istotnie zmniejszyć jej zakresu.

Walutą sprawozdawczą i prezentacji niniejszego Sprawozdania Finansowego jest złoty polski, a wszystkie kwoty wyrażone są w złotych polskich (o ile nie wskazano inaczej). Przyjęte zasady i metody rachunkowości są takie same jak opisane w Dokumencie Informacyjnym.

Środki trwałe oraz wartości niematerialne i prawne

Środki trwałe oraz wartości niematerialne i prawne wycenia się według cen nabycia lub kosztów wytworzenia pomniejszonych o odpisy amortyzacyjne, a także o odpisy z tytułu trwałej utraty wartości.

Odpisy amortyzacyjne od środków trwałych i wartości niematerialnych i prawnych dokonywane są na podstawie planu amortyzacji, zawierającego stawki i kwoty rocznych odpisów.

Amortyzacja jest dokonywana metodą liniową.

Stosowane stawki amortyzacyjne ustalane są w oparciu o okres ekonomicznej użyteczności środków trwałych (wartości niematerialnych i prawnych)

Stawki amortyzacyjne dla podstawowych grup środków trwałych (wartości niematerialnych i prawnych) kształtują się następująco:

- urządzenia techniczne i maszyny oraz inne środki trwałe 10 – 50 %
- środki transportu 20 %

Inwestycje długoterminowe

Udziały w innych jednostkach oraz inne inwestycje zaliczone do aktywów trwałych wyceniane są w cenach ich nabycia pomniejszonych o odpisy spowodowane trwałą utratą ich wartości.

Należności długoterminowe, należności krótkoterminowe i roszczenia

Należności długoterminowe, należności krótkoterminowe i roszczenia wykazywane są w wartości netto (pomniejszonej o odpisy aktualizujące).

Należności są wyceniane w kwocie wymagającej zapłaty. Należności podlegają aktualizacji wyceny poprzez dokonywanie odpisów do wysokości nie pokrytej gwarancją lub innym

zabezpieczeniem. Odpisy aktualizujące dokonywane są z uwzględnieniem stopnia ryzyka, jakie się wiąże z daną należnością.

Należności wyrażone w walutach obcych wyceniane są na moment bilansowy według kursu średniego.

Zapasy

Zapasy są wykazywane w wartości netto.

Zapasy są wyceniane według rzeczywistych cen ich nabycia, zakupu lub po kosztach ich wytworzenia, nie wyższych od cen sprzedaży netto.

Przyjęto zasadę ustalania wartości rozchodu zapasów metodą w drodze szczegółowej identyfikacji rzeczywistych cen tych składników majątkowych, które dotyczą ściśle określonych przedsięwzięć.

Inwestycje krótkoterminowe

Inwestycje krótkoterminowe wyceniane są według ceny rynkowej

Zobowiązania długoterminowe i krótkoterminowe

Zobowiązania są wykazywane w kwocie wymagającej zapłaty, to jest łącznie z odsetkami przypadającymi do zapłaty na dzień bilansowy. Odsetki te księgowane są w ciężar kosztów finansowych.

Zobowiązania wyrażone w walutach obcych wyceniane są na moment bilansowy według kursu średniego ogłoszonego na dzień.

W okresie objętym niniejszym sprawozdaniem nie dokonano zmian w zakresie polityki rachunkowości.

3. Skrócone sprawozdanie finansowe

Przy wszystkich danych finansowych zawartych w raporcie kwartalnym prezentuje się dane porównywalne za analogiczny kwartał poprzedniego roku obrotowego i dane finansowe narastająco w danym roku obrotowym oraz w roku poprzednim.

	BILANS – AKTYWA	31.03.2015	31.03.2014
A.	AKTYWA TRWAŁE	9 529,93	52 406,36
I.	Wartości niematerialne i prawne	0,00	0,00
II.	Rzeczowe aktywa trwałe	9 529,93	52 406,36
III.	Należności długoterminowe	0,00	0,0
IV.	Inwestycje długoterminowe	0,00	0,00
V.	Długoterminowe rozliczenia	0,00	0,00
B.	AKTYWA OBROTOWE	1 566 056,15	2 781 563,21
I.	Zapasy	0,00	0,00
II.	Należności krótkoterminowe	882 022,54	2 111 798,11
III.	Inwestycje krótkoterminowe	674 533,59	661 452,19
IV.	Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	1 776,44	8 312,91
	AKTYWA RAZEM	1 575 586,08	2 833 969,57

	BILANS – PASYWA		
A.	KAPITAŁY (FUNDUSZ) WŁASNY	849 914,69	1 193 209,29
I.	Kapitał (fundusz) podstawowy	379.459,30	379.459,30
II.	Należne wpłaty na kapitał podstawowy (wielkość ujemna)	0,00	0,00
III.	Udziały (akcje) własne (wielkość ujemna)	0,00	0,00
IV.	Kapitał (fundusz) zapasowy	1.681.723,37	1 681 723,37
V.	Kapitał (fundusz) z aktualizacji wyceny	0,00	0,00
VI.	Pozostałe kapitały (fundusze)	0,00	0,00
VII.	Zysk (strata) z lat ubiegłych	-1 074 837,40	-764 848,71
VIII.	Zysk (strata) netto	-136 430,58	-103 124,67
IX.	Odpisy z zysku netto w ciągu roku obrotowego (wielkość ujemna)	0,00	0,00
B.	ZOBOWIĄZANIA I REZERWY NA ZOBOWIĄZANIA	725 671,39	1 640 760,28
I.	Rezerwy na zobowiązania	0,00	0,00
II.	Zobowiązania długoterminowe	0,00	0,00
III.	Zobowiązania krótkoterminowe	725 671,39	1 640 760,28
IV.	Rozliczenia międzyokresowe	0,00	0,00
	PASYWA RAZEM	1 575 586,08	2 833 969,57

	RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT	I kwartał 1.01.2015– 31.03.2015	Narastająco 1.01.2015– 31.03.2015	I kwartał 2014 1.01.2014– 31.03.2014	Narastająco 1.01.2014– 31.03.2014
A.	Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów, w tym	331 977,97	331 977,97	1 200 011,15	1 200 011,15
I.	Przychody netto ze sprzedaży produktów	331 977,97	331 977,97	1 200 011,15	1 200 011,15
II.	Przychody netto ze sprzedaży towarów i materiałów			-	-
B.	Koszty działalności operacyjnej	490 269,34	490 269,34	1 304 308,37	1 304 308,37
I.	Amortyzacja	8 357,87	8 357,87	14 091,09	14 091,09
II.	Zużycie materiałów i energii	28 557,30	28 557,30	665 427,82	665 427,82
III.	Usługi obce	263 187,64	263 187,64	522 923,46	522 923,46
IV.	Podatki i opłaty	786,38	786,38	5 093,12	5 093,12
V.	Wynagrodzenia	174 399,42	174 399,42	90 575,62	90 575,62
VI.	Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	13 80,13	13 80,13	0,00	0,00
VII.	Pozostałe koszty rodzajowe	1 200,60	1 200,60	6 197,26	6 197,26
VIII.	Wartość sprzedanych towarów i materiałów	0	0	0	0
C.	Zysk (strata) ze sprzedaży (A-B)	-158 291,37	-158 291,37	-104 297,22	-104 297,22
D.	Pozostałe przychody operacyjne	0,00	0,00	0,00	0,00
I.	Zysk ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych	0,00	0,00	0	0
II.	Dotacje	0,00	0,00	0	0
III.	Inne przychody operacyjne	0,00	0,00	0,00	0,00
E.	Pozostałe koszty operacyjne	0,00	0,00	0,00	0,00
I.	Strata ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych	0,00	0,00	0	0
II.	Aktualizacja wartości aktywów niefinansowych	0,00	0,00	0	0
III.	Inne koszty operacyjne	9,06	9,06	0,00	0,00
F.	Zysk (strata) z działalności operacyjnej (C+D-E)	-158 291,37	-158 291,37	-104 297,22	-104 297,22
G.	Przychody finansowe	4 893,22	4 893,22	2 101,01	2 101,01
I.	Dywidendy i udziały w zyskach	0,00	0,00	0	0
II.	Odsetki	925,72	925,72	1 823,51	1 823,51
III.	Zysk ze zbycia inwestycji	0,00	0,00	0	0
IV.	Aktualizacja wartości inwestycji	0,00	0,00	0	0
V.	Inne	3 967,50	3 967,50	277,50	277,50

H.	Koszty finansowe	1 977,23	1 977,23	928,46	928,46
I.	Odsetki	1 977,23	1 977,23	928,46	928,46
II.	Strata ze zbycia inwestycji	0,00	0,00	0	0
III.	Aktualizacja wartości inwestycji	0,00	0,00	0	0
IV.	Inne	0,00	0,00	0	0
I.	Zysk (strata) brutto z działalności gospodarczej (F+G-H)	-155 375,38	-155 375,38	-103 124,67	-103 124,67
J.	Wynik zdarzeń nadzwyczajnych (J.I-J.II)	0,00	0,00	0	0
I.	Zyski nadzwyczajne	0,00	0,00	0	0
II.	Straty nadzwyczajne	0,00	0,00	0	0
K.	Zysk (strata) brutto (I+/-J)	-155 375,38	-155 375,38	-103 124,67	-103 124,67
L.	Podatek dochodowy	0,00	0,00	0	0
M.	Pozostałe obowiązkowe zmniejszenia zysku (zwiększenia straty)	0,00	0,00	0	0
N.	Zysk (strata) netto (K-L-M)	-155 375,38	-155 375,38	-103 124,67	-103 124,67

	ZESTAWIENIE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM	I kwartał 1.01.2015– 31.03.2015	Narastająco 1.01.2015– 31.03.2015	I kwartał 2014 1.01.2014– 31.03.2014	Narastająco 1.01.2014– 31.03.2014
I.	Stan kapitału własnego na początek okresu (BO)	1 005 290,07	1 005 290,07	1 296 333,96	1 296 333,96
I.a.	Stan kapitału własnego na początek okresu (BO), po uzgodnieniu do danych porównywalnych	1 005 290,07	1 005 290,07	1 296 333,96	1 296 333,96
II.	Kapitał własny na koniec okresu (BZ)	849 914,69	849 914,69	1 193 209,29	1 193 209,29
III.	Kapitał własny, po uwzględnieniu proponowanego podziału zysku (pokrycia straty)	849 914,69	849 914,69	1 193 209,29	1 193 209,29

	RACHUNEK PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH	I kwartał 1.01.2015– 31.03.2015	Narastająco 1.01.2015– 31.03.2015	I kwartał 2014 1.01.2014– 31.03.2014	Narastająco 1.01.2014– 31.03.2014
A.	Przepływ środków pieniężnych z działalności operacyjnej				
I.	Zysk (strata) netto	-155 375,38	-155 375,38	-103 124,67	-103 124,67
II.	Korekty razem	109 232,82	109 232,82	203 696,31	203 696,31
III.	Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej (I+/- II)	-46 142,56	-46 142,56	100 571,64	100 571,64
		0,00	0,00		
B.	Przepływy środków pieniężnych z działalności inwestycyjnej				
I.	Wpływy	0,00	0,00	0,00	0,00
II.	Wydatki	0,00	0,00	0,00	0,00
III.	Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej (I-II)	0,00	0,00	0,00	0,00
		0,00	0,00		
C.	Przepływy środków pieniężnych z działalności finansowej				
I.	Wpływy	0,00	0,00	102 287,75	102 287,75
II.	Wydatki	18 723,03	18 723,03	18 958,23	18 958,23
III.	Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej (I-II)	-18 723,03	-18 723,03	83 329,52	83 329,52
D.	Przepływy pieniężne netto razem (A.III+/-B.III+/-C.III)	-64 865,59	-64 865,59	183 901,16	183 901,16
E.	Bilansowa zmiana stanu środków pieniężnych, w tym	-64 865,59	-64 865,59	183 901,16	183 901,16
	zmiana stanu środków pieniężnych z tytułu różnic kursowych	0,00	0,00	0,00	0,00
F.	Środki pieniężne na początek okresu	739 399,18	739 399,18	477 551,03	477 551,03
G.	Środki pieniężne na koniec okresu	674 533,59	674 533,59	661 452,19	661 452,19

4. Charakterystyka istotnych dokonań lub niepowodzeń w okresie, którego dotyczy raport, wraz z opisem najważniejszych czynników i zdarzeń, w szczególności o nietypowym charakterze, mających wpływ na osiągnięte wyniki.

W I kwartale br. Emitent wypracował przychody w kwocie **331 997,97 PLN**, który to wynik jest niższy od osiągniętego w analogicznym okresie roku poprzedniego.

W I kwartale 2015 Emitent realizował działania PR dotyczące stałych klientów, wynikające z umów, tj. działania promocyjne dla np. Corning Optical Systems Polska Sp. z o.o, Laboratorium Kosmetyków Naturalnych Farmona, Microsoft i innych. Do grona klientów Emitenta dołączyła firma Le Desire oraz Kazar Footwear. Umowy na stałe działania PR nie miały charakteru umów istotnych o charakterze raportowym, o których mowa w Załączniku nr 3 do Regulaminu ASO, są umowami jakie Emitent zwykle zawiera w toku działalności a ich realizacja pozytywnie wpłynęła na zaprezentowane wyniki. Charakter prowadzonych kampanii spowodował wzrost kosztów związanych z usługami obcymi.

Emitent skupił się na poprawie efektywności prowadzonej działalności, jak również na zmniejszaniu wysokości zobowiązań krótkoterminowych w porównaniu do analogicznego okresu roku. Efekty tych działań są widoczne w zaprezentowanych danych, nastąpiła poprawa tych parametrów.

4.1. Opis innych czynników mających wpływ na osiągnięte wyniki finansowe

4.1.1. Otoczenie rynkowe

I kwartał 2015 w branży PR jest stosunkowo słaby w stosunku do roku poprzedniego, gdyż dopiero zaczynają się rozmowy z klientami na temat ewentualnej współpracy – już z nowymi budżetami na 2015 rok. Nadal rośnie zainteresowanie klientów usługami PR, zwłaszcza kampaniami w Internecie. Ich koszt jest relatywnie niższy od działań w tradycyjnych mediach, tj. prasie i TV. Najwięcej emisji kreacji online odnotowano w branżach: motoryzacyjnej, handlowej, telekomunikacyjnej i finansowej.

5. Informacje na temat aktywności w obszarze rozwiązań innowacyjnych wprowadzanych w przedsiębiorstwie

W I kwartale br. kontynuowano działania związane z poszukiwaniem nowych Klientów/zamówień poprzez udział w przetargach i konkursach. Obok działań wynikających z umów z Klientami, Emitent stale skupia się na przygotowaniu nowatorskich projektów, które będzie prezentował w ramach udziału w kolejnych przetargach.

Główne znaczenia dla efektywnego i dynamicznego wzrostu generowanych przychodów mają plany rozwoju Emitenta, które zostały wskazane w Dokumencie Informacyjnym opublikowanym w dniu 24 sierpnia 2010 r.

Spółka sukcesywnie realizuje założone cele:

- ❖ **wzmocnienia zespołu konsultantów** - Spółka uzupełnia grono konsultantów, w oparciu o różne formy współpracy w zależności od potrzeb projektowych. Obecny pracownikom daje szansę rozwoju, oferując możliwość udziału w szkoleniach językowych i tematycznych.
- ❖ **zwiększenie zasięgu działania w kraju i za granicą** – spółka zamierza osiągnąć ten cel głównie poprzez zacieśnienie kontaktów z lokalnymi mediami, promocję swoich usług w mniejszych miastach oraz w Internecie. Emitent rozważa też propozycję nawiązania strategicznej współpracy z zagraniczną agencją PR o podobnym do swojej profilu. Emitent przeprowadził badanie rynków wschodnich w zakresie świadczenia usług z zakresu PR-relacji inwestorskich.
- ❖ **koncentracji działań na wybranych branżach** - obecnie w portfolio spółki dominują klienci z sektora „Zdrowie i Uroda”, teleinformatyka oraz handel. Spółka podtrzymuje decyzję o zaniechaniu koncentracji działań na specyficznych rynkach i nadal angażuje swoje środki w poszerzenie oferty marketingowej. Na bieżąco koncentruje się na polepszaniu oferty i jakości usług.
- ❖ **poszerzenie oferty usług PR** – spółka stale skupia się na przygotowywaniu kompleksowych ofert 360 ° polegających na połączeniu i synergii pomiędzy poszczególnymi świadczonymi przez siebie usługami z zakresu PR, Reklamy, BTL oraz eventów. Tego typu oferty są prezentowane Klientom i Zarząd spodziewa się wymiernych efektów nowej strategii sprzedaży. W opinii Zarządu takie rozwiązania przynoszą więcej korzyści dla Klientów i mają charakter przyszłościowy.

6. Stanowisko Zarządu odnośnie możliwości realizacji publikowanych prognoz finansowych na dany rok obrotowy

Emitent nie przekazywał do publicznej wiadomości prognoz wyników finansowych. Biorąc pod uwagę bardzo zmienne warunki prowadzenia działalności gospodarczej, w tym czynników zewnętrznych wpływających na osiągane przez Spółkę wyniki, a niezależnych do Emitenta m.in. sytuacja makroekonomiczna, nastroje konsumenckie, Emitent nie planuje przedstawienia prognoz.

7. Opis organizacji grupy kapitałowej i konsolidacja –odniesienie.

Emitent nie posiada podmiotów zależnych i nie tworzy grupy kapitałowej, z tych powodów Emitenta nie dotyczy obowiązek sporządzania skonsolidowanych sprawozdań.

8. Informacja dotycząca liczby osób zatrudnionych przez emitenta, w przeliczeniu na pełne etaty

Stan zatrudnienia w przeliczeniu na pełne etaty: 8

9. Opis stanu realizacji działań i inwestycji emitenta oraz harmonogramu ich realizacji (ogólny opis planowanych działań i inwestycji emitenta oraz planowany harmonogram ich realizacji po wprowadzeniu jego instrumentów do alternatywnego systemu obrotu – w przypadku emitenta, który nie osiąga regularnych przychodów z prowadzonej działalności operacyjnej) – odniesienie.

Dokument informacyjny Emitenta nie zawierał informacji dotyczących dokumentu informacyjnego wg § 10 pkt 13a) Załącznika Nr 1 do Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu, w związku z tym nie przekazuje się w raporcie kwartalnym opisu stanu realizacji działań i inwestycji oraz harmonogramu ich realizacji. Emitent debiutował w 2010 r.

