



ABPOL COMPANY POLSKA S.A.

SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI ZA 2014 ROK

Warszawa, 11 września 2015r.

Spis treści

1. Podstawa prawna sporządzenia sprawozdania z działalności jednostki.....	3
2. Podstawowe informacje o Emitencie.....	3
3. Zdarzenia istotnie wpływające na działalność Spółki w roku 2014.....	5
4. Zdarzenia istotnie wpływające na działalność Spółki po zakończeniu roku 2014.....	7
6. Ważniejsze osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju.....	10
7. Aktualna i przewidywana sytuacja finansowa oraz charakterystyka struktury aktywów i pasywów Emitenta	11
8. Nabycie udziałów (akcji) własnych	11
9. Posiadane przez Emitenta oddziały (zakłady).....	12
10. Czynniki ryzyka i zagrożeń	12
11. Przyjęte przez jednostkę cele i metody zarządzania ryzykiem finansowym, łącznie z metodami zabezpieczania istotnych rodzajów planowanych transakcji, dla których stosowana jest rachunkowość zabezpieczeń.	14
12. Stosowanie ładu korporacyjnego w przypadku jednostek, których papiery wartościowe zostały dopuszczone do obrotu na jednym z rynków regulowanych Europejskiego Obszaru Gospodarczego	15

1. Podstawa prawna sporządzenia sprawozdania z działalności jednostki

Niniejsze Sprawozdanie Zarządu z działalności Spółki Abpol Company Polska S.A. w 2014 r. zostało sporządzone na podstawie art. 49 Ustawy z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (Dz.U. 1994 nr 121 poz. 591 z późn. zm.).

2. Podstawowe informacje o Emitencie

• Dane Spółki

Firma Spółki	Abpol Company Polska Spółka Akcyjna
Siedziba	ul. Axentowicza 7a, 04-022 Warszawa
Telefon	+48 22 761 42 70
Fax	+48 22 761 42 99
Adres poczty elektronicznej	biuro@abpol.com.pl
Adres strony internetowej	www.abpol.com.pl
Sąd Rejestrowy	Sąd Rejonowy dla M. St. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego
Data rejestracji w KRS	17 lutego 2003 roku
Przekształcenie w spółkę akcyjną	24 sierpnia 2011 roku
Kapitał zakładowy	Kapitał zakładowy wynosi 4.141.308 zł i dzieli się na akcje: ➤ Serii A 3.600.000 sztuk ➤ Serii B 541.308 sztuk
NIP	113-24-05-935
Regon	015443496
KRS	0000394056
Zarząd	Jarosław Karpiński – Wiceprezes Zarządu
Zakres działalności	Głównym obszarem działalności Abpol Company Polska S.A. jest dystrybucja produktów FMCG, w tym: ➤ prezerwatywy ➤ plastry opatrunkowe ➤ suplementy diety ➤ repelenty ➤ kleje cyjanoakrylowe typu superglue ➤ dropsy witaminowe
Kod PKD 2007	46.46.Z
Animator Rynku	Beskidzki Dom Maklerski S.A.
Autoryzowany Doradca	DFI sp. z o.o.

- **Struktura akcjonariatu**

Tabela: Struktura kapitału zakładowego Emitenta na 31.12.2014r.

Akcjonariusz	Seria akcji	Liczba akcji (w szt.)	Liczba w kapitale zakładowym (%)	Liczba głosów na WZA	Udział w ogólnej liczbie głosów (%)
Andrzej Brauła	A	2 321 400	56,05%	2 321 400	56,05%
Pozostali Akcjonariusze	A, B	1 819 908	43,95%	1 819 908	43,95%
Razem		4 141 308	100,00%	4 141 308	100,00%

Źródło: Emitent na podstawie zawiadomień otrzymanych w trybie art. 69 Ustawy o Ofercie

W okresie po zakończeniu roku obrotowego 2014 dokonała się zmiana struktury akcjonariatu w wyniku dokonania kilkakrotnie transakcji zbycia posiadanych akcji przez głównego akcjonariusza Andrzeja Braułę. Strukturę akcjonariatu na dzień sporządzenia Sprawozdania prezentuje tabela poniżej.

Tabela: Aktualna struktura kapitału zakładowego Emitenta na dzień publikacji raportu

Akcjonariusz	Liczba akcji (w szt.)	Liczba w kapitale zakładowym (%)	Liczba głosów na WZA	Udział w ogólnej liczbie głosów (%)
Emilian Stawecki	551 320	13,31%	551 320	13,31%
Bożena Miler	417.324	10,08%	417.324	10,08%
Pozostali Akcjonariusze	3 172 664	76,61%	3 172 664	76,61%
Razem	4 141 308	100,00%	4 141 308	100,00%

Źródło: Emitent na podstawie zawiadomień otrzymanych w trybie art. 69 Ustawy o Ofercie

- **Pracownicy (przeciętne zatrudnienie)**

Wyszczególnienie	2013	2014
Pracownicy ogółem (w przeliczeniu na etaty)	16	19

- **Podstawowe obszary działalności Emitenta**

Spółka Abpol Company Polska S.A. od początku swojej działalności specjalizuje i koncentruje się na dystrybucji produktów FMCG (ang. fast-moving consumer goods - produkty szybko zbywalne). Rozwój Spółki w bardzo konkurencyjnym i wymagającym segmencie rynku to następstwo strategii opartej na wysoko marżowych produktach oraz rozbudowanej sieci handlowców docierających do głównych strategicznych miejsc w Polsce.

Zakres prowadzonej działalności skupia się na:

- dystrybucji produktów innych producentów (zarówno polskich jak i zagranicznych) nie posiadających własnych kanałów dystrybucji,
- konfekcjonowaniu (import produktów, pakowanie w opakowania pojedyncze i zbiorcze, foliowanie) produktów na zlecenie Reckitt Benckiser,
- produkcji i dystrybucji własnych linii produktów FMCG.

Główne produkty dystrybuowane pod wykreowaną marką własną:

- **you&me** – linia prezerwatyw
- **QuickplastR** - plastry opatrunkowe i specjalistyczne
- **Perfect glue** – linia klejów typu klej błyskawiczny
- **LongPlay** – suplement diety poprawiający funkcje seksualne
- **Aviomin** – suplement diety na chorobę lokomocyjną

Główne produkty dystrybuowane i konfekcjonowane przez Spółkę:

- **KONTRA** (dystrybucja) – linia produktów przeciwko owadom,
- **SPEED8** (dystrybucja) – suplement diety dla sportowców i kierowców
- **Automotive** (dystrybucja) – suplement diety na chorobę lokomocyjną
- **Multifan** (dystrybucja) – dropsy witaminowe

3. Zdarzenia istotnie wpływające na działalność Spółki w roku 2014

W roku 2014 miały miejsce poniżej opisane zdarzenia biznesowe, formalno-prawne oraz organizacyjne istotnie wpływające na działalność Spółki Abpol Company Polska.

W roku 2014 Spółka kontynuowała działania w zakresie rozwoju i dystrybucji marek własnych oraz sprzedaży marek zewnętrznych. W szczególności Spółka koncentrowała się nad budowaniem udziału w krajowym rynku prezerwatyw w ramach wprowadzonej w roku 2013 do oferty marki „**you&me**”. Spółka posiada bardzo duże doświadczenie w tym segmencie rynku. Przez osiem wcześniejszych lat prowadziła dystrybucję prezerwatyw, zdobywając ponad 20% udział w tej kategorii produktowej. Przy dystrybucji nowej marki Spółka wykorzystuje posiadaną wiedzę oraz kontrakty handlowe. Prezerwatywy są idealnym dopełnieniem dotychczasowej oferty firmy, a jednocześnie pozwalają wygenerować odpowiednio wysokie marże. Rynek prezerwatyw w Polsce jest bardzo stabilny i wynosi około 150 mln zł w cenach detalicznych brutto. Spółka planuje w okresie 3 lat osiągnąć minimum 10% udziału w rynku. Spółka przy wprowadzaniu nowej marki zamierza wykorzystywać najlepsze dla tego typu produktów kanały dystrybucji tj. rynek convenience (stacje benzynowe i saloniki prasowe), sklepy ogólnospżywcze oraz sieci handlowe.

Spółka w zakresie zbudowania sieci dystrybucji nowego produktu oraz rozwoju dystrybucji dotychczasowego asortymentu podejmowała w ubiegłym roku następujące działania:

- **PKN Orlen** - przedłużenie współpracy na okres kolejnych 2 lat w zakresie sprzedaży w punktach handlowych, mieszczących się na stacjach paliw, plastrów QuickplastR oraz suplementów diety Speed8,
- **Kolporter** – wprowadzenie do sieci sprzedaży prezerwatyw you&me w ramach prowadzonej już wieloletniej współpracy,
- **Netto** - rozpoczęcie współpracy handlowej z siecią, w ramach której do jej oferty wprowadzona została linia plastrów QuickplastR,

- **Lukoil Polska** - rozpoczęcie współpracy handlowej z siecią stacji paliw, w których oferowane będą produkty Emitenta: prezerwatywy you&me, plastry opatrunkowe QuickplastR oraz suplement diety Automotive.
- **Intermarche** – wprowadzenie prezerwatywy „you&me” do placówek sieci handlowej; Intermarche jest francuską siecią supermarketów posiadającą w Polsce ponad 200 sklepów wielkopowierzchniowych oferujących szeroki wybór produktów spożywczych i chemicznych,
- **Saloniki Prasowe Kolporter** - zawarcie umowy z firmą Kolporter Sp. z o.o., na bazie której produkty Abpol (prezerwatywy, plastry i suplementy diety) będą dostępne w sieci ponad 950 saloników prasowych Kolporter na terenie całego kraju. Sieć saloników prasowych Kolporter jest pierwszą co do wielkości tego typu siecią w Polsce. Oferuje swoim klientom prasę, artykuły tytoniowe, parafarmaceutyki oraz szeroką gamę produktów impulsowych (prezerwatywy, słodczyce, kosmetyki),
- **Shell Polska** – rozpoczęcie współpracy w zakresie dystrybucji przez Spółkę suplementów diety na chorobę lokomocyjną na stacjach paliw; sieć Shell posiada w Polsce aktualnie 400 stacji zlokalizowanych na terenie całego kraju, jej stacje oferują oprócz paliwa całodobową sprzedaż artykułów handlowych i produktów gastronomicznych.
- **Cash&Carry** - wprowadzenie prezerwatywy „you&me” do wszystkich hal Cash&Carry prowadzonych przez firmę Eurocash, których na terenie całego kraju znajduje się 150; stanowią one bardzo ważny element w dystrybucji produktów, ponieważ w wielu rejonach kraju hala Eurocash jest jedynym miejscem, w którym małe i średnie sklepy mogą dokonać zakupów hurtowych produktów spożywczych i chemicznych,
- **Świat Prasy** - wprowadzenie produktów do sieci handlowej salonów prasowych Świat Prasy, w których sprzedawane będą prezerwatywy i plastry będące markami własnymi Abpol Company Polska; sieć Świat Prasy należy do grupy dynamicznie rozwijających się sieci typu convenience oferujących klientom prasę, artykuły tytoniowe, higieniczne, słodczyce oraz napoje; sieć ta posiada 112 salonów prasowych zlokalizowanych na terenie Polski w halach sieci handlowych Biedronka, Tesco, Polomarket, Netto, Intermarche, Kaufland, Simplymarket.
- **Trafika** - rozpoczęcie współpracy z firmą Tabak Polska Sp. z o.o. prowadzącą sieć salonów prasowych pod marką Trafika. Salony prasowe Trafika są zlokalizowane w centrach handlowych i ciągach komunikacyjnych na terenie całej Polski. Obecnie sieć obejmuje 136 salonów. Trafika oferuje klientom takie produkty jak: prasa, papierosy, artykuły tytoniowe, karty telefoniczne, artykuły impulsowe.

4. Zdarzenia istotnie wpływające na działalność Spółki po zakończeniu roku 2014

Spółka w okresie po zakończeniu roku obrotowego 2014 kontynuowała działania operacyjne skoncentrowane na budowie marek własnych Abpol oraz zwiększaniu udziału w rynku FMCG w wybranych grupach asortymentowych.

Ważnym elementem strategii rynkowej było podjęcie decyzji o wdrożeniu działań mających skutkować wykorzystaniem tzw. sieci nowoczesnych, tj. hipermarketów, supermarketów i sieci dyskontowych, jako kolejnego istotnego kanału sprzedaży produktu you&me. W tym zakresie rozszerzono ofertę o tzw. opakowania wielosztukowe zawierające 12 sztuk produktu. Spółka planuje składanie stosownych ofert w tym zakresie do sieci handlowych, w tym sieci nowoczesnych, a także wprowadzenie produktów w opakowaniu wielosztukowym do sprzedaży u wszystkich swoich aktualnych dystrybutorów.

W ramach kontynuacji realizowanej strategii produktowej Abpol dokonał w I kwartale br. rozszerzenia oferty Spółki o nową linię suplementów diety – dropy witaminowe Multifan. Produkty te są kierowane do dzieci i dorosłych jako idealne uzupełnienie diety w witaminy. Linia Multifan doskonale wpisuje się w ofertę Abpol dedykowanej dla punktów convenience (stacje paliw, saloniki prasowe, sklepy oferujące produkty impulsowe). Spółka planuje wprowadzić przedmiotowe produkty do sprzedaży u współpracujących aktualnie z Abpol odbiorców jako uzupełnienie dotychczasowej oferty. Jednocześnie podpisano w dniu 20 marca 2015r. z importerem tych towarów umowę ramową na ich dostawę do Abpol.

Spółka realizowała także dalsze aktywne działania w zakresie rozszerzenia dotychczasowej, bądź nawiązania nowej, współpracy w sieciami handlowymi oraz dystrybutorami towarów handlowych, tj.:

- rozpoczęto współpracę handlową z siecią **Społem Szczecin** w zakresie sprzedaży produktów you&me i QuickplastR. Sieć Społem Szczecin posiada ponad 60 sklepów samoobsługowych znajdujących się w uczęszczanych lokalizacjach w Szczecinie oraz w innych miastach regionu;
- rozszerzono asortyment produktów dostępny w krajowej sieci supermarketów **Intermarche** o opakowania wielosztukowe prezerwatyw you&me w liczbie 12 sztuk;
- wprowadzono linię produktową plastrów opatrunkowych QuickplastR, będących marką własną Spółki, do sprzedaży w urzędach **Poczty Polskiej**. Docelowo produkty Abpol znajdą się w prawie 1000 placówkach pocztowych na terenie całego kraju. Sprzedaż plastrów QuickplastR do klientów Poczty Polskiej możliwa jest dzięki wprowadzonej przez nią na terenach swoich placówek tzw. strefy handlu, w ramach której klientom detalicznym proponowane są produkty okołopocztowe;

A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized, cursive letters.

- rozszerzono współpracę z jednym z głównych niezależnych dystrybutorów na rynku tradycyjnym firmą **AT Spółka Akcyjna**. Dystrybutor będzie obecnie oferował swoim odbiorcom produkty prezerwatyw pod marką **you&me**. Dotychczas współpraca z Abpol obejmowała jedynie linię produktów **QuickplastR**. AT jest wiodącym niezależnym dystrybutorem parafarmaceutyków, chemii gospodarczej oraz artykułów elektrycznych na terenie całej Polski. Dostarcza produkty do tysięcy sklepów niezależnych oraz lokalnych i ogólnopolskich sieci handlowych. Posiada ponad 100 handlowców i może realizować dostawy do każdego punktu w Polsce;
- rozpoczęto sprzedaż produktów będących markami własnymi Emitenta w sieci saloników prasowych **TobaccoPress**. W salonikach tych będą dostępne takie linie produktów Abpol jak prezerwatywy, kleje oraz suplementy diety. TobaccoPress to sieć ponad 70 punktów zlokalizowanych głównie na terenie zachodniej Polski oferujących prasę, wyroby tytoniowe oraz inne produkty impulsowe. Saloniki prasowe zlokalizowane są w galeriach handlowych oraz w supermarketach Netto;
- rozpoczęto współpracę handlową z siecią **Mila**, w ramach której do oferty sieci zostały wprowadzone produkty Abpol. Sieć Mila posiada aktualnie 167 supermarketów detalicznych zlokalizowanych na terenie całej Polski. Zgodnie z podanymi przez właściciela sieci informacjami liczba supermarketów ma przyrastać o 30 sklepów rocznie;
- rozszerzono współpracę z ogólnopolskim dystrybutorem **Eurocash** o dystrybucję plastrów QuickplastR. Produkty te będą dostępne we wszystkich halach Cash&Carry prowadzonych przez firmę Eurocash;
- wprowadzenie produkty **you&me** i **QuickplastR** wprowadzono do części sklepów franczyzowych działających pod szyldem **Spar** (łącznie do 60 sklepów na zachodzie Polski). Spółka liczy, że dzięki temu docelowo jej produkty będą dostępne w całej działającej na terenie kraju sieci Spar. Dostawcą produktów Abpol do sklepów Spar będzie firma Monika ze Szczecina - regionalny dystrybutor produktów OTC i artykułów higienicznych.

W ramach dywersyfikacji działalności biznesowej Zarząd Abpol Company Polska S.A. podjął w I kwartale br. decyzję o wdrożeniu planu zmierzający do podniesienia atrakcyjności i wartości działki budowlanej położonej w Radzyminie, aby w perspektywie kilkuletniej zbyć przedmiotową nieruchomość, a środki w ten sposób uzyskane przeznaczyć na rozwój podstawowej działalności Spółki w zakresie handlu produktami FMCG. Spółka rozpoczęła działania zmierzające do przygotowania dokumentacji projektowej wraz z uzgodnieniami przyłączy na budowę osiedla mieszkaniowego z około 5000 mkw powierzchni użytkowej mieszkalnej. Tak przygotowany projekt inwestycyjny miałby zostać sprzedany wybranemu inwestorowi branżowemu. Na wdrożenie opisanego wyżej planu wpłynął fakt, iż nieruchomość znajduje się w Radzyminie, która to miejscowość w perspektywie 2 lat będzie tzw. „nową sypialnią” Warszawy. Należy w tym miejscu zaznaczyć, że aktualny Zarząd Spółki w nowym składzie będzie dokonywał weryfikacji ww. planu przyjętego przez odwołany Zarząd w osobie Pana Andrzeja Brautę, stąd nie są wykluczone korekty przyjętego planu.



Istotnym zdarzeniem organizacyjno-finansowym było dokonanie w dniach 30 czerwca 2015 roku oraz 6 lipca 2015 roku przez Zarząd Spółki w poprzednim składzie osobowym, tj. w osobie Pana Andrzeja Brauły, następujących trzech czynności prawnych skutkujących objęciem udziałów w Abpol Investment sp. z o.o. w Warszawie o istotnej wartości przewyższającej 20% kapitałów własnych Spółki:

1. Złożenie przez Spółkę w dniu 30 czerwca 2015r. oświadczenia o przystąpieniu do spółki Abpol Investment sp. z o.o. w Warszawie i objęciu 3.400 udziałów w jej kapitale zakładowym o wartości nominalnej 500 zł każdy za łączną kwotę 1.700.000 zł. Objęcie udziałów zostało pokryte wkładem niepieniężnym (aportem) w postaci udokumentowanych 15 faktur wymagalnych wierzytelności przysługujących Spółce wobec Abpol Investment Sp. z o.o. z tytułu sprzedaży na łączną kwotę 1.700.000,95 zł. Faktury były wystawione w okresie od 17 grudnia 2013 r. do 8 maja 2015 roku.
2. Zawarcie przez Spółkę w dniu 6 lipca 2015 r. Umowy Sprzedaży Udziałów, na podstawie której Spółka nabyła od Pana Pawła Pawłowskiego 66 udziałów w kapitale zakładowym Abpol Investment Sp. z o.o. w Warszawie o wartości nominalnej 500 zł każdy za łączną kwotę 33.000 zł. Strony umowy uzgodniły, iż zapłata za udziały nastąpi z odroczonym terminem płatności do 28 sierpnia br. W akcie notarialnym znajduje się zapis, że Pan Andrzej Brauła w imieniu Abpol Company Polska S.A. oświadczył, że zapoznał się z sytuacją prawną i finansową oraz umową spółki Abpol Investment sp. z o.o.
3. Zawarcie przez Spółkę w dniu 6 lipca 2015 r. Umowy spełnienia innego świadczenia w celu zwolnienia się z zobowiązania w myśl art. 453 kodeksu cywilnego z Panem Pawłem Pawłowskim prowadzącym działalność gospodarczą pod firmą Usługi Transportowe Paweł Pawłowski z siedzibą w Warszawie. Mocą przedmiotowej Umowy Pan Paweł Pawłowski przeniósł na Abpol Company Polska S.A. własność 1494 udziałów po 500 zł wartości nominalnej o łącznej wartości 747.000,00 zł w kapitale zakładowym spółki Abpol Investment sp. z o.o. w zamian za zwolnienie, działając zgodnie z dyspozycją art. 543 kodeksu cywilnego, z zobowiązania przysługującego Spółce z tytułu wymagalnej wierzytelności wobec Pawła Pawłowskiego z tytułu niezapłaconych faktur na łączną kwotę w wysokości 646.874,36 zł. W akcie notarialnym znajduje się zapis, że Pan Andrzej Brauła w imieniu Abpol Company Polska S.A. oświadczył, że zapoznał się z sytuacją prawną i finansową oraz umową spółki Abpol Investment sp. z o.o.

Zarząd Spółki w obecnym składzie oświadcza, że aktualnie dokonuje analizy skutków tych operacji dla Spółki pod kątem prawnym i ekonomicznym, a wnioski z przeprowadzonego badania przekaże niezwłocznie po jego zakończeniu odrębnym raportem bieżącym.

W okresie po zakończeniu roku obrotowego 2014 doszło dwukrotnie do zmian w składzie Zarządu Spółki. Dnia 14 sierpnia br. został odwołany z funkcji Prezesa Zarządu Pan Andrzej Brauła, jednocześnie Rada Nadzorcza powołała Pana Wojciecha Kowala na Prezesa Zarządu, a Pana Jarosława Karpińskiego na Wiceprezesa Zarządu. Pan Wojciech Kowal zrezygnował z funkcji Prezesa Zarządu 4 września br. Obecny Zarząd Spółki jest tym samym jednoosobowy.



5. Przewidywany rozwój jednostki

Spółka na najbliższe lata planuje dalsze umacnianie pozycji swoich głównych linii produktów (prezerwatywy you&me i plastry QuickplastR) na rynku. Główne kierunki rozwoju to rozszerzanie obecności produktów u dystrybutorów hurtowych oraz listy asortymentowej w sieciach, z którymi Spółka już rozpoczęła współpracę, wprowadzeniu do sprzedaży wszystkich linii produktowych do sieci handlu nowoczesnego,) stałe wspieranie sprzedaży w poszczególnych kanałach dystrybucji, odświeżenie wizerunku produktów, rozszerzenie linii produktowych o nowy asortyment.

Szczególnie ważne w rozwoju Spółki będzie dalsze wprowadzenie produktów do handlu nowoczesnego. Wynika to z bardzo dynamicznych zmian w rynku detalicznym (likwidacja małych niezależnych sklepów i zwiększający się udział sieci handlowych). Spory potencjał rozwoju sprzedaży tkwi również w rozszerzaniu współpracy z obecnymi odbiorcami. W wielu przypadkach nie jest jeszcze dostępne całe portfolio produktowe Spółki i tylko samo jego uzupełnienie może spowodować wzrost obrotów z danym kontrahentem.

Możliwość realizacji dalszego rozwoju działalności operacyjnej uzależniona będzie od pozyskania dodatkowych środków obrotowych. Aktualna sytuacja płynnościowa nie pozwala bowiem nie tylko na wdrożenie opisanego planu rozwoju, ale kontynuowania działalności operacyjnej w obecnej skali. Spółka posiada jeszcze pewne zapasy, które pozwolą na krótki okres kontynuacji działalności handlowej, ale już teraz pojawiają się problemy w zakontraktowaniu nowego towaru. W dłuższym terminie, bez zastrzyku gotówki Spółka nie będzie w stanie wygenerować na tyle dużego dodatniego cash flow, aby obsłużyć spłatę zobowiązań oraz umożliwić operacyjny rozwój spółki. W związku z tym obecny Zarząd planuje podjąć oraz wdrażyć następujące przedsięwzięcia restrukturyzacyjne:

- sprzedaż nieruchomości położonej w Radzyminie,
- dynamiczne egzekwowanie spłaty należności Spółki poprzez wezwania do zapłaty, windykację należności lub sprzedaż tych należności,
- restrukturyzacja zobowiązań Spółki polegająca na dopasowaniu spłaty zobowiązań adekwatnie do generowanych przepływów pieniężnych Spółki,
- optymalizacja zatrudnienia,
- wysłanie do wszystkich wierzycieli Spółki propozycji zamiany wierzytelności przeterminowanych w zamian za akcje Spółki w ramach kapitału docelowego,
- przeprowadzenie nowej emisji akcji z zachowaniem prawa poboru dla dotychczasowym akcjonariuszy Spółki w wysokości od 1,5 mln zł do 2 mln zł w jak najszybszym, możliwym do przeprowadzenia czasie.

Bez otrzymania nowych środków z emisji nowych w kwocie opisanej powyżej, Spółka nie będzie w stanie rozwijać i kontynuować obecnej działalności operacyjnej.

6. Ważniejsze osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju

W roku obrotowym 2014 Spółka nie prowadziła działalności w zakresie prac badawczych i rozwojowych (B+R).

7. Aktualna i przewidywana sytuacja finansowa oraz charakterystyka struktury aktywów i pasywów Emitenta

Spółka w roku 2014 kontynuowała działania operacyjne skoncentrowane na budowie marek własnych Abpol oraz zwiększaniu udziału w rynku FMCG w wybranych grupach asortymentowych, w szczególności marki „you&me”, poprzez którą realizowany jest plan powrotu na rynek prezerwatyw. Rezultatem aktywności w rozbudowie sieci dystrybucyjnej jest osiągnięcie przychodów ze sprzedaży w roku 2014 w kwocie 4.593 tys. zł. Spółka osiągnęła przy tym zysk z działalności operacyjnej 369 tys. zł, co jest rezultatem gorszym w stosunku do roku 2013 o 103 tys. zł. Rentowność zysku na sprzedaży oraz rentowność EBITDA w stosunku do roku 2013 wzrosły pomimo dalszego ponoszenia podwyższonych kosztów dystrybucji oraz promocji i reklamy związanych z działaniami zwiększania udziału w rynku.

Spółka w ostatecznym rozrachunku zanotowała w roku 2014 stratę netto 3.952 tys. zł. Wpływ na ostateczny wynik finansowy miały:

- odsetkowe koszty finansowe,
- znaczące odpisy aktualizacyjne na należnościach Spółki uwidocznione w pozycji „pozostałe koszty operacyjne”,
- zmiana sposobu ujmowania kosztów marketingu i promocji, które zaprzestają być rozliczane w okresie i w całości obciążają wynik finansowy bieżącego okresu.

W podsumowaniu komentarza do zyskowności Spółki przedstawiamy podstawowe wskaźniki rentowności w poniższej tabeli.

Tabela: Wskaźniki rentowności Emitenta

Wyszczególnienie	Dane za rok		
	2014	2013	2012
Rentowność EBIT (zysku operacyjnego)	8,04%	4,22%	3,31%
Rentowność EBITDA (zysku operacyjnego +amortyzacji)	11,59%	7,50%	6,95%
Rentowność netto	-86,06%	1,05%	1,09%

Źródło: Emitent

Zasady wyliczania wskaźników:

- rentowność EBITDA = oczyszczona ze zdarzeń jednorazowych EBITDA okresu/przychody ze sprzedaży okresu,
- rentowność EBIT = EBIT okresu/przychody ze sprzedaży okresu,
- rentowność netto = zysk netto okresu/przychody ze sprzedaży okresu,

W zakresie płynności obecny Zarząd stwierdza, że Spółka utraciła możliwości terminowego regulowania zobowiązań. Spółka nie reguluje w terminie zobowiązań odsetkowych, handlowych oraz wszelkich pozostałych zobowiązań, w tym finansowych. W związku z powyższym aktualny Zarząd Spółki podjął rozmowy z głównymi wierzycielami o zmianie harmonogramu spłat zobowiązań.

8. Nabycie udziałów (akcji) własnych

W roku obrotowym 2014 oraz do dnia sporządzenia niniejszego sprawozdania Spółka nie nabywała akcji własnych. Na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania Spółka nie posiada akcji własnych.

9. Posiadane przez Emitenta oddziały (zakłady)

Siedziba Spółki znajduje się w Warszawie przy ulicy Axentowicza 7a. Spółka posiada biuro handlowe znajdujące się w Sulejówku, al. Piłsudskiego 75A. Emitent nie posiada innych oddziałów.

10. Czynniki ryzyka i zagrożeń

Ryzyko konkurencji

Brak formalnych barier wejścia w biznesie prowadzonym przez Emitenta powoduje, że nie można wykluczyć sytuacji, iż w najbliższych latach pojawią się podmioty, które zaczną konkurować ze Spółką. Wzrost ten może wystąpić poprzez umocnienie pozycji podmiotów działających już na rynku jak i poprzez pojawienie się nowych podmiotów. Może to mieć kluczowy wpływ na ilość klientów Spółki oraz powstanie ryzyka dostosowywania oferty Spółki do oferty konkurencji. Spółka mając tę świadomość dąży do skupienia wokół siebie jak największej ilości klientów i oferowania im szerszego wachlarza produktów.

Ryzyko związane z rozwojem i wdrażaniem nowych produktów

Przebiegający w sposób dynamiczny rozwój małych przedsiębiorstw, do których zaliczyć należy Emitenta oraz zachodzące w jego otoczeniu zmiany wymuszają konieczność przeprowadzenia inwestycji w nowe produkty dopasowane do bieżących zapotrzebowań obowiązujących w tym segmencie rynku. Istnieje ryzyko, że decyzje dotyczące nowych produktów zostaną podjęte w oparciu o błędne przesłanki i Emitent nie osiągnie zakładanej stopy zwrotu na tym produkcie. W celu uniknięcia tego ryzyka Emitent dokonuje gruntownego rozpoznania rynku przed podjęciem decyzji o rozszerzeniu gamy produktów, a poprzez elastyczną politykę dopasowaną do aktualnych zapotrzebowań rynkowych stara się uniknąć tego ryzyka.

Ryzyko utraty kluczowych pracowników

Jednym z istotnych czynników realizacji celów strategicznych Emitenta jest posiadanie odpowiednich zasobów ludzkich, w tym kadry menedżerskiej i wykwalifikowanych i doświadczonych sprzedawców. Obecnie Emitent posiada odpowiednio przygotowaną kadrę, jednak należy mieć na uwadze ewentualne zmiany personalne, które mogą mieć strategiczne znaczenie dla Spółki. Istnieje ryzyko, że odejście kluczowych pracowników mogłoby spowodować opóźnienie w prowadzonej przez Emitenta działalności gospodarczej, w tym realizacji celów strategicznych. Ponieważ główną metodą na zatrzymanie dotychczasowych kluczowych pracowników lub zatrudnienie nowych jest poprawa ich dotychczasowych warunków pracy i płacy konieczne może się okazać podniesienie poziomu wynagrodzeń, co spowoduje wzrost kosztów działalności.

Ryzyko związane z terminowym spływem należności

Istnieje ryzyko, iż ze względu na istniejące aktualnie oraz na mogące zaistnieć w przyszłości problemy płatnicze odbiorców, w przypadku dużej skali tego problemu Emitent narażony będzie na ryzyko pogorszenia się jej płynności w jeszcze większym stopniu oraz zmuszony do ponoszenia wyższych kosztów związanych z dokonywaniem odpisów aktualizacyjnych skutkujących obniżeniem wyniku finansowego. W celu zminimalizowania tego ryzyka Emitent wdrożył procedury efektywnego zarządzania należnościami handlowymi.

Ryzyko związane z wypowiedzeniem umów kredytu oraz innych umów finansowych zawartych przez Emitenta

Emitent jest stroną umów kredytowych i umów pożyczki. Istnieje ryzyko polegające na możliwości szybkiego zaspokojenia się banku z przedmiotów zabezpieczenia w razie niewykonania lub nienależytego wykonania umów kredytowych, pożyczkowych, a wystawione weksle in blanco umożliwiają skuteczne żądanie od Emitenta spłaty kredytu. Należy podkreślić, że aktualnie występują w Spółce okoliczności, które powodują nieterminową spłatę zobowiązań oprocentowanych, tym samym ryzyko to przekształcić się w zagrożenie dla funkcjonowania Spółki.

Ryzyko ogłoszenia upadłości przez Emitenta

W związku ze złą sytuacją finansową Spółki istnieje ryzyko, iż w przypadku niepowodzenia realizowanego aktualnie procesu uzdrowienia sytuacji finansowej Spółki oraz dokapitalizowania obrotu, Spółka wyczerpie realnie dostępne możliwości trwałego odzyskania płynności finansowej. W takim przypadku Zarząd Spółki po wcześniejszej analizie wewnętrznej może zostać zmuszony do złożenia wniosku o upadłość.

Ryzyko kursowe

W związku z tym, iż część produktów sprzedawanych w PLN, Spółka importuje z zagranicy rozliczając się z dostawcami w USD lub EUR, Emitent narażony jest na ryzyko zmian kursów tych walut. Może mieć to negatywny lub pozytywny wpływ na wyniki finansowe osiąganego przez Emitenta w przyszłości.

Ryzyko prawne

W związku z obecnością Emitenta na rynku kapitałowym i prowadzoną przez niego działalnością w formie spółki akcyjnej, w stosunku do Emitenta znajdują zastosowanie między innymi następujące przepisy: Kodeks spółek handlowych, Ustawa o rachunkowości, Ustawa o podatku dochodowym od osób prawnych, Ustawa o obrocie instrumentami finansowymi, Ustawa o ofercie publicznej, Ustawa o nadzorze nad rynkiem kapitałowym, Regulamin Alternatywnego Systemu Obrotu oraz inne przepisy obowiązujące spółki notowane na rynku NewConnect. Wymienione przepisy podlegają częstym nowelizacjom lub brakuje ich jednoznacznej interpretacji, co może negatywnie wpłynąć na działalność i plany rozwoju Emitenta.

Zmniejszenie tego ryzyka Emitent uzyskuje poprzez bieżące śledzenie zapowiadanych zmian przepisów, udział w kursach i szkoleniach wyznaczonych pracowników.

Ryzyka związane ze stabilnością systemu prawnego i podatkowego

Polski system podatkowy charakteryzuje się częstymi zmianami przepisów. Zmiany w przepisach mogą powodować w szczególności wzrost obciążeń publiczno-prawnych Emitenta, a tym samym zwiększyć koszty jego działalności. Negatywny wpływ na działalność Emitenta mogą mieć także decyzje aparatu skarbowego nawet jeżeli zostaną one uchylone w wyniku późniejszego postępowania sądowego. Dodatkowym utrudnieniem dla przedsiębiorców jest niejasność i niejednoznaczność przepisów podatkowych oraz ich niejednolite wykładnie i interpretacje. Zarówno praktyka organów skarbowych jak i linia orzecznicza sądów administracyjnych są zmienne i często niespójne. Równocześnie duży wpływ na prawo podatkowe mają przepisy Unii Europejskiej, które zwiększają trudności związane ze stosowaniem przepisów podatkowych. Emitent minimalizuje to ryzyko poprzez bieżącą analizę przepisów prawa istotnych dla prowadzonej działalności.

Ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną Polski

Emitent prowadzi swoją działalność na terenie Polski, w związku z czym jego sytuacja ekonomiczna jest ściśle skorelowana z ogólną sytuacją gospodarczą kraju. Do głównych czynników o charakterze ogólnogospodarczym, wpływających na działalność Emitenta, można zaliczyć: poziom PKB Polski, poziom średniego wynagrodzenia brutto, poziom inflacji, stopień zadłużenia jednostek gospodarczych i gospodarstw domowych oraz wskaźnik bezrobocia. Istnieje ryzyko, że spowolnienie tempa wzrostu gospodarczego, wzrost zadłużenia jednostek gospodarczych oraz zwiększenie bezrobocia może mieć negatywny wpływ na działalność oraz sytuację finansową Spółki, poprzez obniżenie popytu na produkty Emitenta, co w konsekwencji może przełożyć się na pogorszenie wyników finansowych Spółki. Niekorzystne zmiany wskazanych czynników mogą mieć negatywny wpływ na wyniki finansowe Emitenta. Celem zmniejszenia ryzyka wynikającego z ewentualnego pogorszenia sytuacji makroekonomicznej Polski a, co za tym idzie spadkiem popytu na produkty oferowane przez Emitenta, Spółka dywersyfikuje portfel produktów skupiając swoją sprzedaż na produktach wysokomarżowych.

11. Przyjęte przez jednostkę cele i metody zarządzania ryzykiem finansowym, łącznie z metodami zabezpieczania istotnych rodzajów planowanych transakcji, dla których stosowana jest rachunkowość zabezpieczeń.

W związku z prowadzoną działalnością importową Emitent narażony jest na ryzyko zmian kursów walut. Import rozliczany jest w walucie EUR i USD. Nie stanowi on przeważającej części kosztów zakupu towarów, lecz jest na tyle duży, że w związku z osiąganiem przychodów ze sprzedaży w walucie PLN ekspozycja na ryzyko walutowe jest istotna.

W celu uniknięcia niekorzystnego wpływu kursów walutowych na osiągane wyniki Emitent podejmuje działania polegające na ciągłej analizie sytuacji na rynku walutowym w oparciu o dane pochodzące m.in. od współpracujących banków oraz prowadzi stały monitoring transakcji narażonych na ryzyko kursowe. Spółka nie zawiera transakcji zabezpieczających przed ryzykiem kursowym, gdyż mogłoby to okresowo negatywnie wpłynąć na proponowane odbiorcom ceny, a tym samym obniżyć konkurencyjność oferty.

Spółka nie stosuje też innych instrumentów finansowych, w tym w zakresie zabezpieczeń ryzyka zmiany cen, kredytowego, istotnych zakłóceń przepływów środków pieniężnych oraz płynności finansowej.

12. Stosowanie ładu korporacyjnego w przypadku jednostek, których papiery wartościowe zostały dopuszczone do obrotu na jednym z rynków regulowanych Europejskiego Obszaru Gospodarczego

Papiery wartościowe Emitenta nie zostały dopuszczone do obrotu na żadnym z rynków regulowanych Europejskiego Obszaru Gospodarczego, w związku z powyższym Emitent nie jest zobowiązany do stosowania zasad ładu korporacyjnego przeznaczonych dla tych przedsiębiorstw.

Warszawa, dnia 11 września 2015r.

Jarosław Karpiński

Wiceprezes Zarządu

Jarosław Karpiński

WICEPREZES ZARZĄDU