

Sprawozdanie Zarządu z Działalności SOCIALIZER S.A.

ZA OKRES OD 01.01.2013 DO 31.12.2013



Nazwa (firma):	Socializer Spółka Akcyjna
Kraj:	Polska
Siedziba:	Warszawa
Adres:	02-634 Warszawa, ul. Raławicka 95
Numer KRS:	0000380389
Oznaczenie Sądu:	Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego
REGON:	142845026
NIP:	521-359-68-35
Telefon:	+48 (22) 245 31 22
Fax:	+48 (22) 250 15 37
Poczta e-mail:	info@socializer.pl
Strona www:	www.socializer.pl
Kapitał zakładowy	203 250 zł.

Emitent został utworzony na czas nieokreślony

1. Historia i organy Emitenta

Socializer Spółka Akcyjna zawiązana została na mocy aktu notarialnego z dnia pierwszego marca 2011 roku. Założycielami Spółki są Łukasz Misiukanis i Marcin Michnicki, a kapitał zakładowy Spółki wynosił 100.000,00 zł (sto tysięcy złotych).

Spółka została wpisana do Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego w dniu 9 marca 2011 roku pod numerem 0000380389.

Od lipca 2010 r. do dnia zawiązania Spółki, nazwa „Socializer” była wykorzystywana jako marka agencyjna, pod którą prowadzona była działalność gospodarcza ONLOGIC Łukasz Misiukanis przez Pana Łukasza Misiukanisa, Prezesa Zarządu Emitenta. Działania prowadzone pod nazwą „Socializer” odpowiadały obecnemu profilowi działalności Spółki. Wraz z zawiązaniem Spółki wszystkie kontrakty oraz umowy z pracownikami zostały przeniesione na Emitenta.

Zarząd Spółki i Rada Nadzorcza na dzień sporządzenia niniejszego Dokumentu przedstawia się następująco:

Zarząd Spółki:

Łukasz Misiukanis

Rada Nadzorcza:

Sławomir Stępniewski

Krzysztof Czapla

Anna Zacharzewska

Agata Kaczmarska

Krzysztof Andrzejczak

2. Istotne wydarzenia dla Spółki w 2013 roku

2013	Wydarzenie
Kwiecień	Na podstawie Uchwały nr 3 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki Socializer Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie z dnia 28.10.2011 r. w sprawie zmiany Statutu Spółki i uchwalenia kapitału docelowego oraz upoważnienia do dokonywania emisji akcji w ramach kapitału docelowego z wyłączeniem prawa poboru, Zarząd Spółki w terminie do dnia 27.10.2014 r. został upoważniony do podwyższenia kapitału zakładowego Spółki o kwotę nie wyższą niż 10.000 zł. Działając na podstawie Statutu Zarząd Emitenta podjął uchwałę o emisji 100.000 akcji zwykłych na okaziciela w ramach kapitału docelowego, z wyłączeniem prawa poboru w dniu 31.12.2012. Akcje te emitowane zostały w ramach programu motywacyjnego dla pracowników i współpracowników Spółki. Akcje objęte będą zakazem zbywania na okres od roku do dwóch lat. Subskrypcja akcji została zakończona w kwietniu 2013 roku.
Czerwiec	W dniu 26 czerwca 2013 roku Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Socializer S.A. podjęło uchwałę ws. wypłaty dywidendy za 2012 rok w wysokości 811.840 zł. tj. 0,43 zł/akcję. Przy wypłacie dywidendy uwzględniono 100.000 sztuk akcji serii F, które oczekują na rejestrację w KRS. Dzień dywidendy Zwyczajne Walne Zgromadzenie ustaliło na 15 sierpnia 2013 roku, natomiast termin wypłaty dywidendy określony został na 2 września 2013 roku. Wszystkie akcje Emitenta objęte są prawem do dywidendy.
	Rejestracja w KRS w dniu 17.07.2013 r. podwyższenia kapitału zakładowego Spółki z kwoty 178.800,00 zł do kwoty 188.800,00 zł, będącego wynikiem emisji 100.000 akcji serii F o wartości nominalnej 0.10 zł. Po rejestracji

A handwritten signature in blue ink, consisting of a stylized, cursive letter 'f' with a horizontal stroke extending to the right.

3. Komentarz dotyczący aktualnej i przewidywanej sytuacji finansowej

I. Wyniki finansowe za 2013 rok (kwoty w tys. PLN):

Wyszczególnienie	31 grudnia 2012	31 grudnia 2013
Amortyzacja	173,80	451,93
Przychody netto ze sprzedaży	7 909,00	13 902,18
Zysk/ Strata na sprzedaży	1 492,54	3 860,05
Zysk/ Strata na działalności operacyjnej	1 451,63	3 807,55
Zysk/ Strata brutto	1 423,18	3 823,17
Zysk/ Strata netto	1 128,33	3 083,33

II. Główne czynniki wpływające na wyniki finansowe.

Wśród głównych czynników wpływających na wynik finansowy należy wymienić m.in:

- Utrzymujący się dynamiczny rozwój spółki, którego efektem jest wzrost przychodów;
- Osiągnięte wyniki związane są ze współpracą z klientami PLAY, Bacardi-Martini, Cyfrowy Polsat, Universal, pozyskanymi w ciągu roku Microsoft, Avon, Grupa Vistula, Unilever, Lisner

III. Aktywa i pasywa spółki

Suma bilansowa na koniec 2013 roku wyniosła 17.706.618,71 złotych.

Na aktywa spółki składają się przede wszystkim:

- wartości niematerialne i prawne w kwocie 2.229.172,51 złotych
- inwestycje długoterminowe w kwocie 8.424.018,01 złotych
- należności krótkoterminowe w kwocie 5.569.027,19 złotych

Główne pozycje pasywów bilansu tworzą:

- kapitał własny w kwocie 14.430.952,27 złotych
- zobowiązania i rezerwy na zobowiązania w kwocie 3.275.666,44 złotych

IV. Kapitały własne spółki

Wyszczególnienie	31 grudnia 2013
Kapitał własny	14 430 952,27
Kapitał podstawowy	203 250,00
Kapitał zapasowy	11 144 367,64
Zysk/ Strata netto	3 083 334,63

V. Prognoza na kolejne lata.

Brak prognoz na kolejne lata.

VI. Zatrudnienie

Przeciętne zatrudnienie z tytułu powołania i umów o pracę w 2013 roku w Spółce wynosiło 11 osób.

Spółka w ciągu roku współpracowała z osobami na podstawie umów o pracę, umów o dzieło i innych umów cywilno – prawnych.

VII. Wynagrodzenie Członków Zarządu, Rady Nadzorczej

Emitent wypłacił w ciągu 2013 roku wynagrodzenie Zarządowi Spółki z tytułu powołania w łącznej wysokości 12.000,00 złotych.

Członkom Rady Nadzorczej nie wypłacono żadnego wynagrodzenia.

VIII. Wniosek Zarządu Spółki co do podziału zysku

Do dnia sporządzenia Sprawozdania Finansowego za 2013 rok nie została podjęta decyzja o sposobie podziału zysku.

4. Zdarzenia istotnie wpływające na działalność jednostki, które wystąpiły w roku obrotowym, a także po jego zakończeniu, do dnia zatwierdzenia sprawozdania finansowego

Pierwszy kwartał 2013 roku to duże zmiany w strategii firmy Socializer S.A., która przejęła na siebie zadania związane z poszukiwaniem nowych dróg rozwoju, inwestowaniem w technologie i rozwiązania informatyczne. Przychody ze sprzedaży Socializer S.A. w pierwszym kwartale 2013 roku przekroczyły 2 mln złotych, a zysk brutto przekroczył 290 tys. złotych. W porównaniu do I kwartału 2012 roku przychody firmy wzrosły o ponad 730 tys. złotych. Spółka 10K Media pod marką socialformance.pl przejęła od Socializer S.A. obsługę wysoce rentownych projektów związanych z optymalizacją kampanii mediowych w sieciach społecznościowych, dzięki czemu osiągnęła wynik brutto 148,77 tys. złotych. Warto zaznaczyć, że część klientów dotychczasowo obsługiwanych przez Socializer S.A. przeniosło realizację kampanii efektywnościowych do Socialformance Sp. z o.o., gdyż to właśnie w tej

spółce został zbudowany wyspecjalizowany zespół do takich projektów. Miało to wpływ na wynik jednostkowy Socializer S.A., ale pozostało bez wpływu na wyniki skonsolidowane. Firma nadal utrzymuje wysoki poziom rentowności – rentowność sprzedaży brutto wynosi 13%. Osiągnięte wysokie wyniki związane są ze współpracą z klientem PLAY oraz ze współpracą z dotychczasowymi klientami Red Bull Mobile, Huawei, PKO, Bacardi, Martini, jak i pozyskanymi w ciągu pierwszego kwartału 2013 - TU Europa.

W II kwartale 2013 r. Socializer wziął na siebie ciężar związany z szukaniem dróg rozwoju, inwestowaniem w opracowywanie nowych produktów i technologii, implementowaniem nowych rozwiązań produktowych w spółkach córkach (Socialformance Sp. z o.o. i M2.0 Sp. z o.o.), równocześnie nie rezygnując z bezpośredniej obsługi klientów, świadczenia najwyższej jakości usług oraz pozyskiwaniem nowych klientów.

Przychody jednostkowe ze sprzedaży Socializer S.A za pierwszą połowę 2013 wyniosły ponad 5 mln zł w porównaniu do wyników za pierwszą połowę 2012 wynoszących ponad 3 mln zł jest to wzrost o ponad 2 mln zł (wzrost o ponad 68%). Przychody jednostkowe ze sprzedaży Socializer S.A za Q2.2013 wyniosły ponad 2,8 mln zł w porównaniu do wyników za Q2.2012 wynoszących ponad 1,5 mln zł jest to wzrost o ponad 1,3 mln zł (wzrost o ponad 87%).

Wzrost w pierwszej połowie 2013 kosztów amortyzacji w stosunku do analogicznego okresu 2012 o wartość ponad 125 tys. zł (wzrost o ponad 197%) jest wynikiem amortyzacji środków trwałych i wartości niematerialnych i prawnych – inwestycji w oprogramowanie, które realizowaliśmy w przeszłości.

Na porównywalność wyników 2013 roku w stosunku do 2012 roku ma również duży wpływ realizowana strategia Grupy Kapitałowej Socializer, zgodnie z którą spółka córka Socialformance Sp. z o.o. przejęła od Socializer S.A. obsługę projektów związanych z optymalizacją kampanii mediowych w sieciach społecznościowych, dzięki czemu osiągnęła wynik brutto w ujęciu narastającym za pierwszą połowę 2013 w kwocie ponad 255 tys. zł. Przesunięcie realizacji kampanii efektywnościowych do spółki córki, ma wpływ na porównywalność wyników jednostkowych, zaś pozostaje bez wpływu na wyniki skonsolidowane.

Jednym z ważniejszych wydarzeń w IV kwartale 2013 roku była uchwała Nadzwyczajnego Zgromadzenia Spółki w sprawie zmiany statutu Spółki i uchwalenia kapitału docelowego oraz upoważnienie do dokonania emisji akcji w ramach kapitału docelowego z wyłączeniem prawa poboru.

W dniu 31.12.2013 r. w Krajowym rejestrze Sądowym został dokonany wpis podwyższenia kapitału zakładowego spółki do kwoty 203.250 zł w drodze emisji 144 500 akcji zwykłych na okaziciela serii G. Po rejestracji, kapitał zakładowy spółki dzieli się na 2.032.500 akcji o wartości nominalnej 0,10 zł każda, dających 2.032.500 głosów.

Emitent jako spółka dominująca w Grupie Kapitałowej Socializer przejął na siebie rolę koordynatora poszukującego dróg rozwoju dla całej Grupy, równocześnie nie rezygnując z dotychczasowego zakresu swojej działalności, czyli bezpośredniej obsługi klienta i świadczenia usług na najwyższym poziomie, rozwoju narzędzi i implementowania nowych rozwiązań produktowych w spółkach córkach (Socialformance Sp. z o.o. i M2.0 Sp. z o.o.). Przychody jednostkowe netto ze sprzedaży Socializer S.A. za dwanaście miesięcy 2013 roku wyniosły ponad 13,9 mln złotych, co w porównaniu do analogicznego okresu 2012 roku (ponad 7,9 mln złotych), daje wzrost o ponad 75%. Przychody netto

za okres IV kwartału 2013 roku to kwota ponad 4,3 mln złotych, w porównaniu do IV kwartału 2012 roku (ponad 2,7 mln złotych) mamy wzrost o ponad 61%. Koszt amortyzacji środków trwałych i wartości niematerialnych i prawnych (inwestycja w oprogramowanie, które realizowaliśmy w przeszłości) wyniósł za dwanaście miesięcy 2013 roku ponad 451 tys. złotych. Zysk jednostkowy netto spółki Socializer S.A. za dwanaście miesięcy 2013 roku wyniósł ponad 3 mln złotych, co w porównaniu do tego samego okresu 2012 roku (wartość ponad 1,1 mln złotych) daje wzrost na poziomie ponad 173%.

Osiągnięte wysokie wyniki związane są ze współpracą z takimi klientami jak PLAY, Red Bull, Mobile, Huawei, PKO, Bacardi, Martini, TU Europa, Lisner, Avon, Flora (Unilever), Pandora, Regenresis, Justtag, Microsoft, Fabryka Cukiernicza KOPERNIK, Vistula czy Dr. Gerard.

Jednym z najważniejszych wydarzeń w Spółce nie tylko w 1 kwartale 2014 roku ale dotychczasowej historii było podpisanie w dniu 17.01.2014 r. umowy pomiędzy akcjonariuszami spółki Socializer S.A. a Aegis Media (Central Europe & Africa) GmbH należącego do grupy Dentsu Aegis Network, na podstawie których Aegis przejmie większościowy pakiet akcji spółki Socializer S.A. Łącznie umowami inwestycyjnymi objętych zostało 1.942.891 akcji, stanowiących 95,6% kapitału spółki. Cena sprzedaży akcji została ustalona w podziale na dwie grupy: - dla 636.031 akcji nabywanych od akcjonariuszy o charakterze inwestorów finansowych na 19,97 zł za akcję, to jest łącznie za kwotę 12.700.000 zł. Cena w tej grupie jest ostateczna. - dla 1.306.860 akcji nabywanych od akcjonariuszy będących osobami operacyjnie zaangażowanymi w działalność Spółki na 10,41 zł za akcję, to jest łącznie 13.599.059,78 zł, z zastrzeżeniem że cena w tej grupie może ulec zwiększeniu do kwoty 57,39 zł za akcję w zależności od wyników Spółki osiągniętych w latach 2013-2017.

Kolejnym istotnym wydarzeniem dla Emitenta w pierwszym kwartale 2014 roku była zmiana składu Rady Nadzorczej Spółki. W dniu 19.03.2014 r. Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy odwołało ze składu Rady Nadzorczej Socializer S.A. następujących członków: Pana Marcina Michnickiego, Pana Tomasza Moroza, Pana Jacka Świderskiego, Pana Bartosza Majewskiego. Wskazane NWZA powołało w skład Rady Nadzorczej Socializer S.A. następujące osoby: Panią Annę Zacharzewską, Panią Agatę Kaczmarek, Pana Krzysztofa Andrzejczaka, Pana Sławomira Stępniewskiego.

5. Ważniejsze osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju Spółki oraz przewidywania dotyczące jej dalszego rozwoju

Strategia rozwoju Spółki zakłada podejmowanie działań w celu utrzymania pozycji lidera wśród agencji reklamy w mediach społecznościowych przy jednoczesnym dalszym rozwoju działalności Spółki. Kluczowymi elementami strategii rozwoju są:

- a) zwiększenie aktywności na rynku mediów społecznościowych,
- b) zwiększenie marży na sprzedaży i obniżenie kosztów obsługi procesów sprzedaży i zarządzania reklamą,
- c) kontynuowanie działalności w zakresie monitorowania mediów społecznościowych,

- d) działania w mediach społecznościowych rozliczane za efekt np. sprzedaż
- e) rozwój organiczny poprzez ekspansję zagraniczną.

Do innowacyjnych rozwiązań Emitenta, należy zaliczyć wprowadzenie nowych funkcjonalności do projektu SocialPylon.com pozwalających na lepszy podział i rozliczanie pracy moderatorów. Aktualnie system jest przygotowany, że prowadzi moderację kanałów społecznościowych 24 godziny na dobę w trybie zmianowym dostarczając usługę, która do tej pory była niedostępna zarówno na rynku polskim, jak i bardzo sporadycznie występowała na terenie całego regionu CEE. SocialPylon.com został przygotowany do wsparcia projektów wielojęzycznych tłumacząc dyskusje w kanałach społecznościowych w locie na język polski lub angielski z wykorzystaniem Google Translate.

W zakresie innowacji organizacyjnych Emitent wprowadził system rozdzielania pracy w dziale kreacji oraz w dziale redaktorskim co przyspieszyło przepływ i planowanie pracy w tych działach.

W ślad za zmieniającymi się oczekiwaniami rynku agencja Socializer S.A. stale poszerza rozwój własnych kompetencji produkcyjnych. W czwartym kwartale 2013 r. rozpoczęliśmy realizację projektów mobilnych tworząc oprogramowania działające na urządzeniach przenośnych takich jak smartfony czy tablety, współpracującymi z systemami iOS i Android oraz Windows Phone. Realizujemy także mobilne wersje serwisów www w technologii Responsive Web Design. W ramach Socializer S.A. powołaliśmy dedykowany zespół projektowy złożony z doświadczonych programistów oraz UX designerów. W ramach kompetencji zespołu powstają innowacyjne aplikacje mobilne otwierające przed użytkownikami kolejne możliwości w zakresie komunikacji, dostępu do informacji i rozrywki. Rozwijamy unikalne aplikacje mobilne, które dopasowane są do strategii biznesowych naszych klientów, a także dostarczają efektywnych i mierzalnych narzędzi weryfikujących skuteczność projektowanych aplikacji. Tym samym pomagamy naszym klientom w przystosowaniu swoich kanałów komunikacji do zmieniającego się rynku i wejścia w obszar usług mobile.

W czwartym kwartale 2013 roku w projekcie prowadzonym przez Emitenta o nazwie SocialPylon doszło do znacznego zwiększenia niezawodności platformy, która pozwala zapewnić teraz 99% czasu dostępności. Ponadto podłączone zostały zupełnie nowe kanały tj. Twitter oraz Instagram jak również fora internetowe. Znacznemu rozbudowaniu jak również ujednoliceniu uległ moduł publikowania treści, obsługujący teraz harmonogramowanie oraz kanały Twitter, Facebook oraz Instagram. Rozpoczęte zostały też intensywne prace nad wzbogaceniem warstwy analitycznej w oparciu o najnowocześniejsze narzędzia do wizualizacji oraz dashboardów.

6. Informacja na temat posiadanych przez jednostkę oddziałów (zakładów)

Spółka nie posiada wyodrębnionych oddziałów w rozumieniu ustawy o rachunkowości.

7. Informacje dotyczące nabyciu udziałów (akcji) własnych, a zwłaszcza o celu ich nabycia, liczbie i wartości nominalnej, ze wskazaniem, jaką część kapitału zakładowego reprezentują, cenie nabycia oraz cenie sprzedaży tych udziałów (akcji) w przypadku ich zbycia

Spółka nie nabywała udziałów własnych.

8. Opis istotnych czynników ryzyka i zagrożeń, z określeniem, w jakim stopniu emitent jest na nie narażony

Czynniki ryzyka związane z otoczeniem, w jakim Emitent prowadzi działalność

Ryzyko związane z rozwojem rynku internetowego

Rynek internetowy w Polsce dynamicznie się rozwija. Wzrostowi dostępności sieci Internet na terenie Polski towarzyszy wzrost liczby internautów, co pozytywnie wpływa na bazę potencjalnych odbiorców kampanii realizowanych przez Emitenta. Nie można jednak wykluczyć, iż w przyszłości tempo wzrostu dostępności sieci Internet w Polsce ulegnie ograniczeniu np. ze względu na wysokie koszty dostarczenia usług w niektóre z rejonów Polski lub przez brak dostawców. Taka sytuacja może negatywnie wpłynąć na dalszy rozwój działalności Emitenta, osiągane wyniki finansowe oraz jego sytuację finansową.

Ryzyko związane z konkurencją

Rynek usług marketingowych w mediach społecznościowych posiada potencjał do szybkiego wzrostu. Gwałtowny przyrost użytkowników takich serwisów jak facebook.com, czy nk.pl sprawia, że usługi marketingowe prowadzone w mediach społecznościowych stają się coraz atrakcyjniejsze, przyciągając tym samym nowe podmioty zainteresowane prowadzeniem działalności w tym zakresie. Nasilaniu konkurencji sprzyjają dodatkowo niskie bariery wejścia, rozumiane jako konieczność poniesienia nakładów inwestycyjnych, co może zachęcać do tworzenia nowych agencji reklamy interaktywnej. Wzrost konkurencji może spowodować spadek cen oraz ograniczyć dostępność kontraktów reklamowych na rynku, co może bezpośrednio przełożyć się na wyniki finansowe Emitenta.

Czynniki ryzyka związane bezpośrednio z działalnością Emitenta

Ryzyko związane z prowadzeniem działalności w serwisie facebook.com

Emitent koncentruje swoją działalność na prowadzeniu kampanii reklamowych w serwisie społecznościowym facebook.com. Serwis ten w ostatnich latach odnotował w Polsce gwałtowny wzrost liczby użytkowników osiągając na koniec 2013 r. ponad 11 milionów użytkowników odwiedzających serwis co najmniej raz w miesiącu. Istnieje ryzyko spadku dynamiki przyrostu użytkowników, bądź zmniejszenia liczby użytkowników serwisu, czego efektem może być spadek popularności przeprowadzania kampanii reklamowych przez Emitenta, a w konsekwencji pogorszenie jego sytuacji finansowej i perspektyw rozwoju.

Ponadto Emitent, jako podmiot zamieszczający reklamy w serwisie facebook.com, zobowiązany jest do przestrzegania wymagań zawartych między innymi w następujących dokumentach regulujących działalność w tym zakresie: polityka prywatności, oświadczenie dotyczące praw i obowiązków, zasady platformy Facebook oraz zasady zamieszczania reklam na Facebook. W przypadku braku zgodności reklam z wymienionymi dokumentami, serwis ma prawo je odrzucić lub usunąć. Jednocześnie, w przypadku wprowadzenia przez właściciela serwisu zmian w przedstawionych wcześniej dokumentach, może dojść do sytuacji, w której na skutek bardziej restrykcyjnego podejścia do reklam, wzrostu stawek za publikacje reklamy, czy zmiany treści, perspektywy rozwoju działalności Emitenta ulegną znacznemu pogorszeniu. Zmaterializowanie się wymienionych ryzyk może w istotny sposób wpłynąć na wyniki finansowe osiągnięte przez Emitenta oraz jego sytuację finansową.

Ryzyko związane z rozwojem działalności Emitenta

Rzeczywisty rozwój technologii oraz technik marketingowych w segmencie reklamy internetowej, w którym działa Emitent, wpływa na konieczność udoskonalania, poszerzania oraz rozwijania oferty świadczonych usług. Istnieje ryzyko, że Emitent nie zdoła dostosować się do zmian, jakie zaszły na rynku w opisanym zakresie. Ponadto może dojść do sytuacji, w której mimo wprowadzanych przez Emitenta zmian, nie spotkają się one z przychylną reakcją ze strony potencjalnych odbiorców, co w efekcie może doprowadzić do sytuacji, w której koszty poniesione na poszerzenie oferty będą większe, niż uzyskane z tego tytułu przychody. Wspomniane czynniki sprawiają, iż w efekcie ich kumulacji rozwój Emitenta, jego sytuacja finansowa oraz perspektywy rozwoju mogą ulec pogorszeniu.

Ryzyko utraty kluczowych pracowników oraz kadry zarządzającej

Emitent, jako podmiot działający w branży reklamy internetowej, jest silnie uzależniony od kompetencji, wiedzy oraz umiejętności kluczowych pracowników oraz Członków Zarządu. Zwiększony popyt na specjalistów na rynku pracy, działania ze strony konkurencji lub rezygnacja z pełnionej funkcji mogą doprowadzić do utraty kluczowych pracowników. Mogłoby to prowadzić do nieterminowej realizacji bieżących projektów, ograniczenia ilości przyjmowanych zleceń w przyszłości oraz obniżenia zdolności Spółki do realizowania specyficznych projektów. Wymienione czynniki mogą negatywnie wpłynąć na rozwój działalności Emitenta oraz osiągnięte wyniki finansowe.

W opinii Emitenta ryzyko utraty kluczowych pracowników jest minimalizowane poprzez oferowanie atrakcyjnych warunków wynagrodzeń. Dodatkowo Zarząd Emitenta zgodnie z uchwałą nr. 3 Walnego Zgromadzenia z dnia 28.10.2011 r. upoważniony był do podwyższenia kapitału zakładowego w ramach kapitału docelowego w celu realizacji programu motywacyjnego dla pracowników Spółki. W dniu 31.12.2012 Zarząd podjął stosowną uchwałę w tej sprawie, a subskrypcja akcji zakończyła się 15.04.2013 r.

Kluczowi pracownicy posiadają ponadto w umowach zapis o dwumiesięcznym okresie wypowiedzenia.

Ryzyko nieterminowego spływu należności oraz ryzyko płynności

Emitent jest narażony na ryzyko związane z niewypłacalnością lub nieterminową spłatą należności przez kontrahentów. Uwzględniając wyniki finansowe Emitenta za 2013 r. udział należności krótkoterminowych od pozostałych jednostek z tytułu dostaw i usług o okresie spłaty do 12 miesięcy w aktywach ogółem Spółki wynosi 30,31%. Istotny przyrost łącznej wartości niespłaconych należności może skutkować zachwianiem płynności finansowej i obniżeniem sprawności działania na rynku. W przypadku wydłużenia terminów spływu należności koniecznością może stać się znalezienie nowych źródeł finansowania krótkoterminowego, aby móc utrzymać poziom płynności pozwalający na pokrycie bieżących wydatków związanych z prowadzoną działalnością. Jednakże nie ma pewności, że uda się pozyskać dodatkowe źródła finansowania, ani że w przypadku ich pozyskania uda się wynegocjować zadowalające warunki. Tempo rozwoju działalności Emitenta może ulec ograniczeniu, jeśli pozyskiwanie przez niego środków finansowych będzie nieskuteczne lub jeśli środki finansowe będą pozyskiwane na niekorzystnych warunkach.

W celu zminimalizowania ryzyka utraty płynności Emitent przyjął dwa modele płatności za usługi. Pierwszy z nich zakłada miesięczne opłaty abonamentowe za prowadzone kampanie (średni czas trwania pojedynczej kampanii to 3 miesiące). Inna forma zapłaty to uiszczenie należności jednorazowo przed rozpoczęciem lub po zakończeniu kampanii. Udział przychodów uzyskanych z wykorzystaniem obu modeli jest uzależniony od specyfiki realizowanych w konkretnym momencie zleceń. Ponadto Zarząd Emitenta podkreśla, że wysoki udział należności od kontrahentów jest charakterystyczny dla prowadzonej działalności.

Ryzyko związane z trudnościami w dostępie do sieci Internet

Emitent w ramach oferowanych usług zajmuje się moderowaniem kampanii za pośrednictwem sieci Internet. Istnieje ryzyko, że w przypadku wystąpienia przerw w dostawach energii elektrycznej na skutek zdarzeń pogodowych lub awarii instalacji elektrycznych oraz krótko lub długotrwałych awarii łączy internetowych, Emitent nie będzie w stanie świadczyć usług w zakresie nadzoru kampanii reklamowych. Mogłoby to negatywnie wpłynąć na wizerunek Emitenta, a także liczbę nowych klientów.

W celu zabezpieczenia się przed trudnościami w dostępie do sieci Internet, Emitent poza głównym łączem internetowym posiada modemy umożliwiające korzystanie z mobilnego Internetu. W przypadku awarii łączy internetowych lub prądu na dużą skalę, pracownicy Emitenta mogą wykonywać pracę zdalnie, poza siedzibą Spółki.

Ryzyko związane z awarią sprzętu komputerowego

Emitent świadczy usługi głównie za pośrednictwem infrastruktury informatycznej, w tym w szczególności z wykorzystaniem sprzętu komputerowego. Nie można wykluczyć, iż awarii ulegnie jedno, bądź więcej stanowisk roboczych z przyczyn niezależnych od Emitenta. Awaria może nastąpić z powodu m.in. przerw w dostawie energii elektrycznej, w wyniku działań osób trzecich, uszkodzenia istotnych elementów infrastruktury informatycznej lub na skutek niesprawności wykorzystywanego oprogramowania. Istnieje ryzyko, że w wyniku awarii sprzętu komputerowego

Emitent nie będzie realizował usług terminowo. Ponadto nie można wykluczyć, iż na skutek awarii zostaną utracone istotne dane, w tym poufne dane klientów. W efekcie wymienione zjawiska mogą mieć negatywny wpływ na działalność Emitenta, jego dalszy rozwój, reputację oraz osiąganę wyniki finansowe.

Emitent dla zabezpieczenia się przed awarią sprzętu komputerowego przechowuje aplikacje oraz elementy stron tworzonych dla klientów na zewnętrznych serwerach, znajdujących się poza biurem Spółki. Emitent dysponuje także dwoma serwerami, na których replikowane są kampanie. Dodatkowo posiadany przez Spółkę sprzęt komputerowy jest ubezpieczony.

Ryzyko związane z sezonowością sprzedaży

Prowadzona przez Emitenta działalność charakteryzuje się sezonowością, w związku z czym przychody ze sprzedaży (oraz wynik finansowy) w poszczególnych kwartałach mogą znacznie różnić się od siebie. Emitent wskazuje, że największą sprzedaż odnotowuje w II i IV kwartale. Najniższą sprzedażą charakteryzują się miesiące wakacyjne – lipiec oraz sierpień. Zjawisko sezonowości dotyczy całej branży reklamowej.

6 Informacje o stosowaniu zasad ładu korporacyjnego

LP.	ZASADA	TAK/ NIE/ NIE DOTYCZY	KOMENTARZ
1.	Spółka powinna prowadzić przejrzystą i efektywną politykę informacyjną, zarówno z wykorzystaniem tradycyjnych metod, jak i z użyciem nowoczesnych technologii, 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, umożliwiać transmitowanie obrad walnego zgromadzenia z wykorzystaniem sieci Internet, rejestrować przebieg obrad i upubliczniać go na stronie internetowej.	tak	Z uwagi na wysoki koszt i konieczność obsługi technicznej Spółka nie dokonuje transmisji obrad walnego zgromadzenia z wykorzystaniem sieci Internet, rejestrowania przebiegu obrad i upubliczniania go na stronie internetowej Spółki
2.	Spółka powinna zapewnić efektywny dostęp do informacji niezbędnych do oceny sytuacji i perspektyw spółki oraz sposobu jej funkcjonowania.	tak	
12 3.	Spółka prowadzi korporacyjną stronę internetową i zamieszcza na niej:		

A handwritten signature in blue ink, consisting of a stylized, cursive letter 'r' or 'g'.

7 Informacje dodatkowe

Wynagrodzenie Zarządu w 2013 roku w sumie wyniosło 12.000,00 zł. Członkom Rady Nadzorczej nie wypłacono żadnego wynagrodzenia. Natomiast wynagrodzenie dla autoryzowanego doradcy w 2013 roku wyniosło netto 11500,00 zł.

