



BOOMERANG S.A.

RAPORT roczny za rok 2014

1 stycznia 2014 r. – 31 grudnia 2014 r.

Warszawa, 26maja 2015 roku

Raport został przygotowany przez Emitenta zgodnie z wymogami określonymi w załączniku nr 3 do Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu (według stanu prawnego na dzień 1 listopada 2013 roku z późn. zm.) "Informacje bieżące i okresowe przekazywane w alternatywnym systemie obrotu na rynku NewConnect".

Funkcję Autoryzowanego Doradcy dla Boomerang S.A. pełni Salwix Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi, ul. Piotrkowska 270, wpisana do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000171116.

Spis treści:

I. List Zarządu do akcjonariuszy.....	3
II. Wybrane dane finansowe, zawierające podstawowe pozycje rocznego sprawozdania finansowego za 2014 rok (przeliczone na euro).....	4
III. Roczne sprawozdanie finansowe za 2014 rok, zbadane przez podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych zgodnie z obowiązującymi przepisami i normami zawodowymi	5
IV. Sprawozdanie Zarządu z działalności Boomerang Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie w roku 2014	5
V. Oświadczenia Zarządu Boomerang S.A. dotyczące rocznego sprawozdania finansowego i sprawozdania z działalności Boomerang S.A. za okres od 01 stycznia 2014 do dnia 31 grudnia 2014	
1. Oświadczenie dotyczące rzetelności sprawozdania finansowego	5
2. Oświadczenie dotyczące wyboru podmiotu uprawnionego do badania sprawozdania rocznego ...	6
VI. Opinia oraz raport podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych z badania rocznego sprawozdania finansowego za 2014 rok	6
VII. Opis podstawowych ryzyk.....	
VIII. Informacje na temat stosowania przez emitenta zasad ładu korporacyjnego, o których mowa w dokumencie „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na NewConnect” w roku 2014.....	15

I. List Zarządu do akcjonariuszy Warszawa, 26.05.2015 r

Warszawa, 26.05.2015 r.

Szanowni Akcjonariusze i Inwestorzy,

mam przyjemność przedstawić Państwu raport roczny BOOMERANG S.A., prezentujący wyniki zrealizowane w 2014 roku.

Przychody ze sprzedaży w 2014 r. wyniosły 1.740.480,87 zł netto, co oznacza wzrost o ponad 121% w porównaniu do 2013 r. Gdyby nie konieczność realizowania odpisów amortyzacyjnych, Spółka osiągnęłaby zysk z prowadzonej działalności operacyjnej. Jest to efekt realizacji przyjętej przez Zarząd strategii marketingowej, wyężonych działań związanych z pozyskiwaniem klientów oraz udziałem w wielu postępowaniach przetargowych. Pojawiają się także znaczące sukcesy w pozyskiwaniu klientów z branż wcześniej nie obsługiwanych, a dających perspektywę znaczących marż.

W 2014 roku Spółka zrealizowała kampanię promocyjną dla firmy z sektora paliwowego, duże, w tym autorskie wydarzenia konferencyjne i targowe w kraju oraz wyjazdy zagraniczne. Zarząd bierze udział w targach zagranicznych i wydarzeniach branżowych, co pozwala stale obserwować trendy na rynku i wyciągać wnioski. Dzięki temu Spółka zwiększa obroty z perspektywą zysków w najbliższych latach.

Rok 2014 był ważny dla Spółki także z perspektywy debiutu na rynku NewConnect. Realizacja strategii biznesowej rozłożona jest w czasie, jednak już widać, że jest trafna. Zaufanie dotychczasowych i nowych Klientów bardzo dobrze rokuje na kolejne lata.

Zarząd w swoich działaniach koncentruje się na optymalizacji procesów biznesowych, minimalizacji kosztów i maksymalizacji zysków. Efekty tych działań widać już w 2014 roku. Proces ten ciągle trwa i z pewnością wyniki tych działań zaowocują jeszcze lepszymi efektami w 2015 i kolejnych latach.

Spółka zamierza koncentrować się na rozwoju organicznym, rozbudowywaniem struktur organizacyjnych oraz pozyskiwaniem klientów o dużym potencjale współpracy. W swoich działaniach stawiamy na profesjonalizm i profesjonalny serwis oraz najwyższy poziom kreacji. Zarząd rozpoczyna poszukiwania interesujących podmiotów do akwizycji lub innych form bliskiej współpracy biznesowej, by wykorzystać możliwości działania Spółki.

Chcemy także uzupełniać portfolio usług o te, które do tej pory nie były przez Spółkę realizowane.

Dziękujemy za zaufanie, jakim nas Państwo obdarzyliście. Zapraszamy do obserwowania naszych działań na stronie www.boomerang.com.pl, naszym profilu na facebook.pl: <https://www.facebook.com/pages/BOOMERANG-SA/305292236361?ref=hl>

oraz w mediach branżowych i biznesowych

Z poważaniem

Zarząd BOOMERANG S.A.

II. Wybrane dane finansowe, zawierające podstawowe pozycje rocznego sprawozdania finansowego za 2014 rok (przeliczone na euro)

Poniżej przedstawione są dane finansowe z rachunku zysków i strat oraz bilansu.

Wybrane dane finansowe z rachunku zysków i strat:

Wybrane dane finansowe z Rachunku Zysków i Strat	PLN 01.01.2013 31.12.2013	PLN 01.01.2014 12.31.2014	EUR 01.01.201331.12.2013	EUR 01.01.2014 31.12.2014
Przychody netto ze sprzedaży	787 076,11	1 740 480,87	186 909,55	415 458,64
Amortyzacja	498 003,34	491 434,60	118 262,49	117 307,09
Zysk (strata) ze sprzedaży	301 742,36	312 537,15	71 655,75	74 603,67
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	-421 503,85	-413 899,47	-100 095,90	-98 799,20
Zysk (strata) brutto	-413 996,88	-453 027,03	-98 313,20	-108 139,08
Zysk (strata) netto	-409 250,88	-454 525,03	-97 186,15	-108 496,66

Dane zostały przeliczone według kursu EUR:

Średnia ze średniego kursu NBP obowiązującego ostatniego dnia poszczególnych miesięcy w roku 2013–4,211

Średnia ze średniego kursu NBP obowiązującego ostatniego dnia poszczególnych miesięcy w roku 2014–4,1893

Wybrane dane finansowe z bilansu:

Wybrane dane finansowe z Rachunku Zysków i Strat	PLN 31.12.2013	PLN 31.12.2014	EUR 31.12.2013	EUR 31.12.2014
Należności długoterminowe				
Należności krótkoterminowe	352 271,42	265 381,59	84 941,99	62 262,53
Środki pieniężne i inne aktywa pieniężne	98 006,72	109 739,15	23 632,02	25 746,46
Kapitał własny	4 335 268,22	3 880 743,19	1 045 348,24	910 481,01
Zobowiązania długoterminowe				
Zobowiązania krótkoterminowe	126 060,59	112 067,17	30 396,55	26 292,65

Dane zostały przeliczone według kursu EUR:

Kurs średni z dn. 30.12.2013—4,1472

Kurs średni z dn. 31.12.2014—4,2623

III. Roczne sprawozdanie finansowe za 2014 rok, zbadane przez podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych zgodnie z obowiązującymi przepisami i normami zawodowymi

Roczne sprawozdanie finansowe za rok 2014 stanowi Załącznik nr 1 do niniejszego raportu.

IV. Sprawozdanie Zarządu z działalności Boomerang Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie w roku 2014

Sprawozdanie Zarządu z działalności Boomerang Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie w roku 2014 stanowi załącznik nr 2 do niniejszego raportu.

V. Oświadczenia Zarządu Boomerang S.A. dotyczące rocznego sprawozdania finansowego i sprawozdania z działalności Boomerang S.A. za okres od 01 stycznia 2014 do dnia 31 grudnia 2014

1. Oświadczenie dotyczące rzetelności sprawozdania finansowego

Niniejszym Oświadczam, że według mojej najlepszej wiedzy, roczne sprawozdanie finansowe i dane porównywalne sporządzone zostały zgodnie z przepisami obowiązującymi Spółkę, oraz że odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową Boomerang S.A. oraz wynik finansowy, oraz że sprawozdanie z działalności Boomerang S.A. zawiera prawdziwy obraz sytuacji Emitenta, w tym opis podstawowych zagrożeń i ryzyk.

Robert Szulc

- Prezes Zarządu

2. Oświadczenie dotyczące wyboru podmiotu uprawnionego do badania sprawozdania rocznego

Niniejszym oświadczam, że podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych, dokonujący badania rocznego sprawozdania finansowego, został wybrany zgodnie z przepisami prawa oraz że podmiot ten oraz biegli rewidenci, dokonujący badania tego sprawozdania, spełniali warunki do wyrażenia bezstronnej i niezależnej opinii o badaniu, zgodnie z właściwymi przepisami prawa krajowego.

Robert Szulc

- Prezes Zarządu

VI. Opinia oraz raport podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych z badania rocznego sprawozdania finansowego za 2014 rok

Opinia wraz z raportem podmiotu uprawnionego do badania sprawozdania finansowego stanowią załączniki nr 3 do niniejszego raportu.

VII. Opis podstawowych ryzyk

Ryzyko niepowodzenia strategii Emitenta

Emitent operuje na rynku turystyki biznesowej i zamierza realizować rozwój poprzez pozyskiwanie zagranicznych klientów, stworzenie własnego DMC, a także obsługę przedstawicielstw turystycznych innych krajów oraz zagranicznych DMC. Oprócz rozwoju endogenicznego, planowany jest również rozwój egzogeniczny poprzez przejęcia spółek świadczących komplementarne usługi, a także zawieranie aliansów strategicznych (sojuszy lub konsorcjów organizacyjnych lub sprzedażowych), których celem będzie zwiększenie zasięgu swojej oferty, dotarcie do nowych grup odbiorców lub rozszerzenie strategicznych działań. Spółka nie może zapewnić, iż w przyszłości wszystkie cele strategiczne przez nią zamierzone, zostaną zrealizowane. Podjęcie niewłaściwej decyzji przy prognozowaniu i ocenie okoliczności lub otoczenia rynkowego może doprowadzić do niewykonania określonych przedsięwzięć strategicznych czy ważnych inwestycji. Niezrealizowanie celu strategicznego może mieć wpływ na finanse Spółki, a także na sam jej wizerunek.

Należy podkreślić, że przyjęte plany przez Emitenta zostały stworzone na podstawie najlepszej wiedzy i doświadczenia Zarządu Emitenta. Dodatkowo, Emitent dokłada wszelkich starań, aby minimalizować ryzyko niepowodzenia przyjętej strategii poprzez elastyczne podejście do zmieniających się

warunków rynkowych. Istnieje ryzyko, że decyzje dotyczące strategii są lub będą błędne co może negatywnie przełożyć się na działalność, sytuację finansową, wyniki lub perspektywy rozwoju Emitenta. Emitent stara się dokonywać wyczerpującej analizy otoczenia biznesowego oraz innych czynników, które mogą wpłynąć nie tylko na urzeczywistnienie planu rozwoju, ale i na kształt strategii krótko- i długoterminowej Spółki. W przypadku zaistnienia możliwości niezrealizowania celów strategicznych, Zarząd podejmuje niezbędne decyzje i działania, aby temu zapobiec.

Ryzyko związane ze wzrostem skali prowadzonej działalności, przyszłym rozwojem Emitenta oraz generowanymi wynikami finansowymi

Niniejszy Dokument Informacyjny zawiera założenia co do przyszłości, w tym założenia dotyczące przyszłego funkcjonowania Spółki, jej strategii rozwoju, planów i celów przyszłej działalności. Takie założenia obejmują znane i nieznane zagrożenia, niepewności i inne czynniki, które mogą spowodować, że rzeczywiste wyniki, rentowność lub osiągnięcia Spółki oraz branży mogą się istotnie różnić od założonych.

Istnieje ponadto ryzyko, że Emitent może nie osiągnąć oczekiwanej pozycji na rynku z uwagi na dotychczasową skalę prowadzonej działalności i generowane przez Spółkę wyniki finansowe, co w konsekwencji może nie pozwolić na realizację planów strategicznych lub też ich realizacja ulegnie przesunięciu w czasie.

Spółka od początku 2013 roku bierze udział w licznych przetargach i konkursach ofertowych organizowanych przez międzynarodowe korporacje, które poprzez dywersyfikację geograficzną są w mniejszym stopniu narażone na kryzys oraz firmy organizujące cyklicznie wydarzenia typu incentive i event. Co więcej Spółka wyszła z ofertą do Klientów zagranicznych, dla których usługi polskiej agencji marketingu zintegrowanego są oferowane w bardzo konkurencyjnych cenach w stosunku do agencji z ich lokalnych rynków. Jednocześnie Spółka rozszerzyła pakiet oferowanych usług o organizację konferencji krajowych i promocję zagranicznych destynacji w Polsce przy współpracy z przedstawicielami największych DMC i przedstawicieli Ministerstw Turystyki innych państw.

Ryzyko związane z pogorszeniem się wizerunku Emitenta oraz utratą zaufania odbiorców

Wszelkie negatywne oceny związane z realizacją wykonanych przez Emitenta wyjazdów (w tym publikowane w Internecie) mogą pogorszyć wizerunek Emitenta i wpłynąć na utratę zaufania klientów. Jednocześnie może to spowodować znaczący wzrost środków przeznaczanych na działania marketingowe w celu zniwelowania zaistniałej sytuacji. Pogorszenie reputacji Emitenta, poza utratą zaufania klientów, mogłoby również doprowadzić do rezygnacji ze współpracy części partnerów i rozpoczęcie korzystania z usług konkurencji, co mogłoby niekorzystnie wpłynąć na działalność, pozycję rynkową, sprzedaż, wyniki finansowe i perspektywy rozwoju Emitenta.

Emitent mając na uwadze zachowanie pozytywnego wizerunku regularnie analizuje poziom zadowolenia klientów. Ponadto podejmowane są działania zmierzające do zwiększenia liczby podmiotów, dla których Spółka organizuje wyjazdy korporacyjne. Jednocześnie Emitent podejmuje wszelkie możliwe kroki celem zminimalizowania szans wystąpienia zdarzeń, które mogłyby zostać wykorzystane przeciwko niemu.

Ryzyko związane ze wzrostem kosztów operacyjnych i innych kosztów

Emitent w związku z rozwijanymi nowymi projektami może nie doszacować kosztów operacyjnych i pozostałych kosztów. Do ich nadmiernego wzrostu mogą przyczynić się działania związane z nawiązaniem współpracy z nowymi kontrahentami i klientami, działania marketingowe, a także nowe inwestycje i działania związane z wdrażaniem strategii.

Aby zminimalizować to ryzyko, Zarząd Emitenta na bieżąco analizuje i monitoruje strukturę i poziom kosztów generowanych w Spółce, dbając o utrzymanie kosztów stałych na bezpiecznych dla finansów przedsiębiorstwa poziomach.

Ryzyko związane z utratą osoby zarządzającej

Rodzaj prowadzonej przez Emitenta działalności sprawia, że znaczny wpływ na rozwój Emitenta posiadają kompetencje, doświadczenie, kreatywność, zaangażowanie, a także kontakty Roberta Szulca, Prezesa Zarządu Emitenta, który rozwija markę BOOMERANG od 1998 r. W branży marketingowej kapitał ludzki jest jednym z najważniejszych czynników kształtujących pozycję konkurencyjną podmiotu gospodarczego. Odejście Roberta Szulca jako kluczowej osoby zarządzającej może spowodować trudności w pracach nad realizowanymi projektami, a także niemożność rozpoczynania nowych projektów, co w konsekwencji miałoby wpływ na wyniki finansowe Emitenta, a także poniesienia przez Spółkę kosztów związanych ze znalezieniem następców.

Emitent dąży do zatrudnienia większej liczby pracowników oraz przekazania im istotnych kompetencji, co będzie realizowane wraz z rozwojem Emitenta i uruchamianiem nowych usług. Ponadto należy pamiętać, że Robert Szulc w sposób bezpośredni oraz pośredni (poprzez Argentum Capital LLC) jest wiodącym akcjonariuszem Emitenta, co minimalizuje ryzyko jego odejścia ze Spółki.

Jednocześnie Emitent współpracuje z osobami, które nie będąc zatrudnionym przez Emitenta, świadczą na jego rzecz usługi, a także wspiera ich rozwój, umożliwiając zwiększenie ich kwalifikacji.

Ryzyko związane z sezonowością działalności

Rynek turystyki biznesowej, na którym Emitent prowadzi swoją działalność, cechuje się znaczną sezonowością sprzedaży. Największe nasilenie procesów sprzedażowych następuje w okresach od lutego do czerwca oraz od września do grudnia, podczas gdy spadek procesów sprzedażowych przede wszystkim dotyczy okresu letnich wakacji, kiedy firmy nie organizują dużych wydarzeń, premier, szkoleń, itp. w związku z niską frekwencją pracowników (urlopy).

Emitent stara się minimalizować ryzyko związane z sezonowością sprzedaży, poprzez rozszerzanie działalności operacyjnej na nowe obszary w branży turystyki biznesowej i MICE.

Ryzyko związane z wykreśleniem z Rejestru Organizatorów Turystyki i Pośredników Turystycznych Województwa Mazowieckiego

Emitent jest wpisany do Rejestru Organizatorów Turystyki i Pośredników Turystycznych Województwa Mazowieckiego pod numerem 1165, dokonywanego na podstawie ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych (tekst jednolity z 2004 r. Dz. U. Nr 223, poz. 2268 z późn. zm.). Zasięg terytorialny wykonywanej działalności obejmuje cały świat. Działalność gospodarcza w zakresie organizowania imprez turystycznych oraz pośredniczenia na zlecenie klientów w zawieraniu umów o świadczenie usług turystycznych jest działalnością regulowaną w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej i wymaga uzyskania wpisu w rejestrze organizatorów turystyki i pośredników turystycznych. W związku z tym Emitent jest zobowiązany do spełniania warunków, o których mowa w art. 5 Ustawy o usługach turystycznych (zabezpieczenia klientów poprzez jedną z opcji: gwarancję bankową, umowę gwarancji ubezpieczeniowej oraz umowę ubezpieczeniową zawartą na rzecz klienta - na wypadek swojej niewypłacalności: pokrycie kosztów powrotu klientów z imprezy turystycznej do miejsca wyjazdu lub planowanego powrotu z imprezy turystycznej w wypadku gdy organizator turystyki lub pośrednik turystyczny wbrew obowiązkowi nie zapewnia tego powrotu, a także zapewnić klientom zwrot wpłat

wniesionych tytułem zapłaty za imprezę turystyczną w wypadku gdy z przyczyn dotyczących organizatora turystyki lub pośrednika turystycznego oraz osób, które działają w ich imieniu impreza turystyczna nie zostanie zrealizowana, a także zapewnić klientom zwrot części wpłat wniesionych tytułem zapłaty za imprezę turystyczną, odpowiadającą części imprezy turystycznej, która nie zostanie zrealizowana z przyczyn dotyczących organizatora turystyki lub pośrednika turystycznego).

Emitent minimalizuje to ryzyko w pełni przestrzegając postanowień wyżej wymienionej ustawy, działając w charakterze typowego organizatora turystyki zgodnie z Ustawą o usługach turystycznych, odnawia umowę gwarancji ubezpieczeniowej i przedstawia ją w przewidzianym przepisami prawa terminie Marszałkowi Województwa Mazowieckiego.

Ryzyko wzrostu cen gwarancji ubezpieczeniowych dla organizatorów wyjazdów zagranicznych

Emitent posiada gwarancję ubezpieczeniową, jako organizator wyjazdów zagranicznych, udzieloną przez SIGNAL IDUNA Polska Towarzystwo Ubezpieczeń S.A. (nr M 256008), dotyczącą pokrycia kosztów powrotu do kraju, a także zwrotu wpłat wniesionych przez klientów za imprezę turystyczną. Suma gwarancyjna wynosi równowartość 47.000 EUR.

Wskutek licznych upadłości polskich biur podróży w 2012 r. i znacznego obciążenia budżetów województw z powodu gwarancji turystycznych zawartych na kwoty niewystarczające na zapewnienie powrotu wszystkich turystów do kraju oraz zwrotu wpłaconych środków w przypadku braku świadczenia usługi, zmianie uległy przepisy dot. sposobu kalkulacji wysokości gwarancji ubezpieczeniowych. Dla nowo powstałych biur podróży, bądź biur mających rozpocząć działalność po zmianie przepisów warunki zmieniły się na tyle, że większość z małych podmiotów nie będzie w stanie sprostać temu wymogowi, wskutek czego na rynku turystyki pozostaną sprawdzone marki z doświadczeniem. Zmiany prawne pogłębią także proces konsolidacji branży i połączeń mniejszych agencji i biur podróży. Dla dużych i doświadczonych podmiotów branży turystycznej przy ograniczeniu bądź wyeliminowaniu z portfolio usług przewozu transportem lotniczym czarterowym oraz przy ograniczeniu pobierania od klientów zaliczek i przedpłat do nie więcej niż 30 dni przed planowanym wydarzeniem, kwoty gwarancji turystycznych nie uległy drastycznej zmianie.

Ryzyko związane z należnościami handlowymi

Działalność w branży MICE jest związana z zawieraniem umów o dużej wartości, których termin płatności większości wynagrodzenia za usługę następuje dopiero po jej zrealizowaniu. Jednocześnie Emitent w celu wykonania usługi zobowiązany jest do poniesienia kosztów związanych z wykonaniem usługi (np. nabycie biletów lotniczych). Opóźnienia w harmonogramie płatności bądź w skrajnych przypadkach ich brak pociągają za sobą konieczność wszczęcia postępowania windykacyjnego, a jednocześnie może to pociągnąć za sobą problemy z płynnością finansową Spółki. Może to wpłynąć niekorzystnie na prowadzoną przez Emitenta działalność gospodarczą.

Emitent minimalizuje ten czynnik ryzyka poprzez dążenie do zawierania umów z klientami w ten sposób, że ok. 90% wynagrodzenia płacona jest zaliczkowo przed realizacją usługi. Ponadto Emitent na bieżąco dokonuje analizy struktury finansowania działalności operacyjnej, a także dba o utrzymanie odpowiedniego poziomu środków pieniężnych, niezbędnego do terminowego regulowania zobowiązań bieżących.

Ryzyko związane z silną pozycją odbiorców

Emitent wśród potencjalnych i obecnych klientów posiada wiele podmiotów, które znacząco przekraczają skalę działalności Emitenta. Istnieje zatem możliwość, że podczas rozmów negocjacyjnych Emitent zajmie niesymetryczną pozycję w stosunku do odbiorcy. W sytuacji, gdy odbiorca wykorzystuje taką sytuację, Emitent może być zmuszony do obniżenia swoich oczekiwań finansowych, co może mieć negatywny wpływ na sytuację finansową Spółki.

Emitent cały czas rozbudowuje swoje portfolio klientów w celu minimalizowania istotności tego ryzyka poprzez pozyskiwanie nowych odbiorców usług, a tym samym niewiązanie wszystkich działań z jednym klientem, od którego byłby zależny. Działania te realizowane są poprzez udział w licznych postępowaniach ofertowych i przetargach. Co więcej, Emitent działa w oparciu o wypracowane na przestrzeni lat zasady i schematy działania, które zakładają określoną marżę przy organizacji każdego rodzaju wydarzenia, jednocześnie dbając o najwyższą jakość świadczonych usług oraz prestiż danego wydarzenia, co nie pozwala na wykonywanie usług poniżej założonej rentowności. W przypadku braku partnerskich negocjacji spółka rezygnuje z udziału w przedsięwzięciu.

Ryzyko związane z realizacją procesu rozwoju poprzez akwizycje

Emitent planuje rozwój swojej działalności poprzez przejęcia konkurencyjnych podmiotów lub połączenia z takimi spółkami. Rozwój Emitenta poprzez akwizycje ma na celu zwiększenie konkurencyjności, wzrost udziału w rynku, a także „wejście” w nowe segmenty rynku.

Wszelkie działania związane z wydatkowaniem środków pieniężnych pozyskanych z emisji mają na celu zwiększenie dynamiki wzrostu Emitenta. Emitent dostrzega istotne korzyści realizacji przejęć, zwłaszcza w kontekście szybkiego rozwoju w krótkim czasie. Niemniej alternatywnym rozwiązaniem, jakie bierze pod uwagę Emitent, jest rozwój organiczny, w przypadku niepowodzenia negocjacji w sprawie przejęć.

W związku z możliwymi przejęciami lub w przypadku ich zakończenia sukcesem, Emitent dostrzega pewne związane z tym ryzyka, które mogą wystąpić:

- a) Ryzyko niedojścia planowanego przejęcia do skutku – należy wziąć pod uwagę, że w przypadku prowadzenia negocjacji z podmiotem, który pod względem profilu działalności będzie w ocenie Emitenta spełniał wszystkie warunki przejęcia, może wystąpić brak zgody akcjonariuszy lub wspólników przejmowanej spółki na oddanie pełnej kontroli nad spółką. Wówczas w przypadku przejęcia Emitent byłby narażony na ryzyko braku kontroli nad spółką przejmowaną.
- b) Ryzyko niedoszacowania ryzyk w procesie przejęcia – w celu przejęcia innej spółki Emitent przygotowuje się na podstawie przeprowadzonych ocen i analiz dotyczących działalności przejmowanego podmiotu, co ma prowadzić do minimalizacji ryzyka związanego z nietrafną inwestycją. Niemniej ze względu na złożoność procesu przejęcia oraz brak możliwości w pełni oceny ryzyk Emitent nie może nie brać pod uwagę, na skutek sfinalizowania transakcji, ryzyka wyższych kosztów procesu przejęcia.
- c) Ryzyko nie wystąpienia lub opóźnionego wystąpienia efektów synergii – Emitent planuje przeprowadzenie przejęcia podmiotów, których działalność wpisuje się w strategię rozwoju Spółki. Niemniej z uwagi na fakt, że wraz z przejęciem związanych jest wiele czynników mających wpływ na

efekty tego procesu, Emitent nie może wykluczyć ryzyka związanego z niewystąpieniem lub opóźnionym w czasie wystąpieniem efektów synergii.

Emitent, w celu zminimalizowania powyższych ryzyk, przed realizacją transakcji przeprowadza badanie due diligence w obszarze prawnym i finansowym. Pomimo dokładanych starań mogą jednakże wystąpić zdarzenia, które nie są przewidywalne, lub pierwotne oszacowania i oczekiwania co do efektów połączenia mogą się zrealizować w części lub nie zrealizować zupełnie, a w efekcie spodziewane korzyści z akwizycji mogą mieć skutek odwrotny do oczekiwanego i negatywnie wpływać na wyniki Emitenta.

Ryzyko związane z realizacją prognoz finansowych

Zrealizowanie prognozy wyników finansowych uzależnione będzie od ziszczenia się czynników, na które Emitent ma wpływ, jak również od niego niezależnych (dot. wskaźników makroekonomicznych) lub takich, na które Emitent ma wpływ w ograniczonym zakresie (np. rzeczywiste zapotrzebowanie na świadczone przez niego usługi i dostarczane produkty, itp.). Powoduje to wystąpienie ryzyka, gdzie założenia przyjęte w prognozie mogłyby niekorzystnie odbiegać od rzeczywistego wykonania estymacji wyników finansowych. Należy również pamiętać, że przy niewielkiej skali działalności istotnym czynnikiem mającym wpływ na wynik finansowy Spółki ma amortyzacja wartości firmy wynikającej z przejęcia przez Emitenta spółki BT Marketing Solutions sp. z o.o. w 2012 r.

W celu eliminacji ryzyka Emitent prowadzi politykę bieżącego analizowania zmian w otoczeniu makroekonomicznym oraz dostosowywania prowadzonej działalności (oferowanych produktów i usług) do zmieniających się warunków otoczenia. Wpływ celów strategicznych (związanych m.in. z rozwojem obecnych usług, jak również ekspansją zagraniczną) na działalność Emitenta był poddany szczegółowej analizie i ocenie przez Zarząd Emitenta w trakcie tworzenia prognoz, a same prognozy mają charakter konserwatywny. Jednakże z uwagi na złożoność oraz rozpiętość planów rozwojowych Emitenta nie jest możliwe zagwarantowanie, że pomimo podejmowania starań i środków zapobiegawczych, założone prognozy finansowe zostaną w pełni zrealizowane.

Ryzyko związane ze strukturą akcjonariatu

Podmiotem dominującym wobec Emitenta jest Argentum Capital LLC, podmiot kontrolowany przez Pana Roberta Szulca – Prezesa Zarządu Emitenta, który posiada 55.501.113 akcji, w tym 486.173 akcji serii A, które zostaną na podstawie niniejszego Dokumentu Informacyjnego wprowadzone do obrotu. Łącznie posiadane przez Argentum Capital LLC akcje Emitenta stanowią 82,84% udziału w kapitale zakładowym oraz w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu Emitenta.

W związku z tym akcjonariusz ten będzie posiadać znaczący wpływ na działalność Spółki i kierunki jej rozwoju, w tym m.in. na wybór składu jej organów, ewentualną zmianę przedmiotu działalności Emitenta, emisję obligacji zamiennych oraz obligacji z prawem pierwszeństwa, zmianę Statutu Emitenta oraz podwyższenie kapitału zakładowego z wyłączeniem prawa poboru, które może wiązać się z rozwodnieniem stanu posiadania akcji Emitenta przez jego pozostałych akcjonariuszy.

Ponadto Argentum Capital LLC zobowiązał się wobec Emitenta, iż w przypadku podjęcia decyzji o wprowadzeniu akcji serii B do ASO, akcje te zostaną objęte lock – upem.

Ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną

Przychody Emitenta uzależnione są od sytuacji makroekonomicznej. Ewentualna jej zmiana, w tym w szczególności niekorzystne zmiany stopy wzrostu PKB, stopy inflacji i bezrobocia, mogą generować ryzyko dla prowadzonej przez Emitenta działalności gospodarczej i realizacji jego celów strategicznych.

Wspomniane powyżej czynniki są niezależne od Emitenta i dotyczą wszystkich podmiotów działających w tej samej branży co Emitent. Ich wystąpienie może mieć wpływ na realizację założeń biznesowych oraz osiąganych wyników finansowych.

Ryzyko związane z koniunkturą w branży MICE, w której działa Emitent

Działalność prowadzona przez Emitenta jest w istotnym stopniu uzależniona od bieżącej i przyszłej koniunktury w branży turystycznej, a w szczególności w sektorze MICE, która jest także silnie skorelowana z sytuacją gospodarczą. W sytuacji wystąpienia dalszego spowolnienia gospodarczego w Polsce oraz krajach, z których Emitent pozyskuje lub zamierza pozyskiwać klientów, może spaść zapotrzebowanie na usługi oferowane przez Emitenta, a co za tym idzie może to spowodować pogorszenie wyników finansowych osiąganych przez Emitenta i ograniczyć możliwość jego rozwoju.

W celu minimalizacji wskazanego ryzyka Spółka zamierza dywersyfikować świadczone usługi m.in. poprzez uruchomienie własnego DMC. Należy pamiętać, że w Polsce jest to sektor ciągle się rozwijający, a rynek nie jest przesycony podmiotami o zbliżonym profilu działalności Emitenta. Co więcej, wraz z pogłębianiem stosunków gospodarczych z zagranicznymi firmami (w szczególności korporacjami) branża mimo kryzysu gospodarczego będzie się rozwijała, ponieważ na obcych rynkach standardem jest korzystanie z usług agencji marketingu zintegrowanego, a wśród oddziałów i filii korporacji wręcz wymogiem. Emitent jest dobrze znany na rynku warszawskim skupiającym większość oddziałów i przedstawicielstw zagranicznych podmiotów, co pozytywnie rokuje na jej dalszy rozwój.

Ryzyko związane z otoczeniem konkurencyjnym

Rynek turystyki biznesowej (oraz sektora MICE) jest rozproszony. Branża ta dotychczas cechowała się stosunkowo niską barierą wejścia, co powodowało, że możliwy był rozwój podmiotów konkurencyjnych oferujących korzystniejsze warunki świadczonych usług, co z kolei miało przełożenie na presję do zmniejszenia marż oraz zwiększenia kosztów promocji, doprowadzając do pogorszenia sytuacji finansowej spółek działających na rynku.

Emitent minimalizuje to ryzyko poprzez posiadanie unikatowych kompetencji (własny dział kreacji, tworzenie strategii komunikacji i programów lojalnościowych) i wieloletniego doświadczenia, a także dzięki wytworzonym kontaktom w branży MICE, rozwijanych m.in. przez udział w licznych targach i imprezach branżowych. Także skuteczna realizacja przyjętej strategii rozwoju pozwoli Spółce na rozszerzenie wachlarza świadczonych usług (m.in. dzięki partnerstwu strategicznemu ze spółką VA sp. z o.o.), co również wpłynie na ograniczenie wskazanego ryzyka.

Ponadto wejście nowych podmiotów (działających do 12 miesięcy) zostało istotnie ograniczone poprzez zwiększenie wartości obowiązkowych gwarancji do równowartości 250.000 EUR. Będzie to również determinowało zmniejszanie zjawiska rozproszenia branży.

Ryzyko zmiany przepisów prawnych, w tym podatkowych i ich interpretacji

Polski system prawny charakteryzuje się znaczną częstotliwością zmian. Na działalność Emitenta znaczący wpływ mają przepisy prawa handlowego, prawa pracy i ubezpieczeń społecznych, a także przepisów dotyczących funkcjonowania w branży turystycznej (w szczególności ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych). Należy przy tym zwrócić uwagę na fakt, iż znacząca część nowelizacji przepisów prawa wynika z konieczności implementacji do prawa krajowego przepisów prawa wspólnotowego Unii Europejskiej. Ponadto istnieje ryzyko zmiany obecnych przepisów podatkowych w taki sposób, że nowe regulacje mogą okazać się mniej korzystne dla Emitenta, co może przełożyć się w sposób bezpośredni lub pośredni na wyniki finansowe Emitenta. Nie należy zapominać także, że interpretacje istniejących przepisów podatkowych ulegają częstym zmianom, a praktyka organów skarbowych oraz orzecznictwo w sferze opodatkowania nie są jednolite. Istnieje ryzyko rozbieżności interpretacyjnych przepisów prawa dokonywanych przez Spółkę oraz organy administracji.

Zarząd Emitenta minimalizuje ten czynnik ryzyka poprzez bieżący monitoring zmian przepisów prawnych i sposobu ich interpretacji, starając się z odpowiednim wyprzedzeniem dostosowywać strategię Emitenta do występujących zmian.

Ryzyko wystąpienia zagrożeń w miejscach, w których Emitent organizuje wyjazdy

Emitent oferuje swoim klientom bardzo szeroką paletę ofert wyjazdowych, w tym zagranicznych. W związku z niestabilnością polityczną wybranych regionów, trudnymi do przewidzenia zagrożeniami terrorystycznymi czy niekorzystnymi warunkami meteorologicznymi, może to rodzić ryzyko po stronie klientów Emitenta. Ich wystąpienie może przyczynić się do zmniejszenia zainteresowania wyjazdami typu *incentivedo* destynacji turystycznych, znajdujących się w zagrożonych rejonach.

Emitent na bieżąco śledzi sytuację geopolityczną panującą we wszystkich regionach świata, szczególnie w tych, do których wysyłani są jego klienci. Spółka nie działa w oparciu o gotową ofertę i szablony projekty zdominowane przez daną destylację, a każdy projekt związany z wyjazdem zagranicznym jest przygotowywany w danym czasie indywidualnie. Proponując klientowi dany kierunek jest on sprawdzony w pierwszej kolejności pod względem bezpieczeństwa uczestników, także w zakresie przewidywanych warunków meteorologicznych. Dzięki kilkunastoletniemu doświadczeniu Zarządu Emitenta, Spółka posiada doświadczenie i wiedzę na temat warunków klimatycznych danych destynacji mogących wystąpić niekorzystnych zjawisk pogodowych. Jednocześnie należy pamiętać, że zdarzenia takie jak ataki terrorystyczne czy anomalie pogodowe są niemożliwe do przewidzenia. W przypadku ich wystąpienia Emitent będzie starał się jak najszybciej udzielić pomocy uczestnikom poprzez uruchomienie osobowych polis ubezpieczeniowych, kontakt z placówkami dyplomatycznymi i podjęcie próby jak najszybszego sprowadzenia wyjazdu uczestników do kraju. Pamiętać przy tym należy, że klientami Emitenta są podmioty profesjonalne (a nie osoby fizyczne). Przedmiotem umowy są szeroko rozumiane usługi marketingowe (a nie usługi turystyczne), co powoduje, że ryzyko i ewentualna odpowiedzialność w tym przypadku nie spoczywa wyłącznie na barkach Emitenta.

Ryzyko związane z cenami ropy naftowej oraz innych kosztów pośrednich i bezpośrednich świadczenia usług przez Emitenta

Usługi oferowane przez Emitenta opierają się w znacznej mierze na przelotach samolotowych (zarówno regularnych, jak i charterowych), a także innych usługach świadczonych przez podwykonawców Emitenta. Emitent kalkuluje ich koszt przed zawarciem umowy z klientem. Wzrost cen tych usług (np. związany ze wzrostem ceny ropy naftowej) może wpłynąć na obniżenie marży Emitenta, co będzie miało negatywny wpływ na wyniki finansowe Spółki.

Emitent zabezpiecza ceny usług realizowanych przez zewnętrznych partnerów w chwili zawierania konkretnej umowy z klientem. Cena otrzymana od partnera jest ceną proponowaną klientowi. Umowy z klientem i partnerem są symetryczne odnośnie zmian cen, tj. cena nie podlega zmianie lub w obu umowach są wymienione te same czynniki mające wpływ na zmianę ceny i obowiązek dopłaty w przypadku ich wystąpienia przez klienta w przypadku podwyższenia ceny przez partnera.

Ryzyko walutowe

Emitent w toku prowadzonej działalności gospodarczej ponosi koszty w walutach zagranicznych, szczególnie w EUR oraz USD. Jednocześnie płatności za wykonywane usługi realizowane są w PLN lub walucie obcej (w 2012 r. połączone pro-forma przychody spółek (Boomerang S.A. i BT Marketing Solutions sp. z o.o.) rozliczane w USD lub EUR stanowiły 21%. Niemal całość przychodu (98%) zrealizowanego w I kw. 2013 r. rozliczana była w EUR). Powoduje to, że Spółka może być narażona na występowanie ryzyka wahań kursowych, co w konsekwencji może mieć negatywny wpływ na perspektywę rozwoju, osiąganę wyniki i sytuację finansową Emitenta.

Emitent częściowo przeciwdziała takiemu ryzyku poprzez świadczenie w oparciu o umowy krótkoterminowe, co pozwala na szybką modyfikację polityki cenowej w przypadku zmian kursów walut. Ponadto część kontraktów z polskimi odbiorcami rozliczana jest w walucie, w której Emitent nabywa usługi, co powoduje naturalny hedging.

Ryzyko zdarzeń losowych

Podobnie jak każdy podmiot gospodarczy, Emitent narażony jest na ryzyko związane ze zdarzeniami losowymi. Wystąpienie czynników, których Emitent nie jest w stanie przewidzieć, może wpłynąć negatywnie na sytuację finansową lub gospodarczą Emitenta oraz prowadzoną przez niego działalność.

W celu minimalizowania tego ryzyka, Emitent ubezpiecza swoją działalność od skutków nieprzewidzianych zdarzeń, co jest często również wymogiem realizacji zleceń dla klientów.

VIII. Informacje na temat stosowania przez emitenta zasad ładu korporacyjnego, o których mowa w dokumencie „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na NewConnect” w roku 2014

W roku 2014 Boomerang S.A. stosuje zasady ładu korporacyjnego, o których mowa w dokumencie „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na NewConnect” zgodne z tabelarycznym opisem przedstawionym poniżej:

Lp.	ZASADA	TAK/ NIE	UWAGI
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 i interaktywny 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 stosuje wszystkie zapisy tego punktu poza zapisem i transmisją WZ. W ocenie Zarządu koszty związane z techniczną obsługą transmisji oraz rejestracji posiedzeń walnego zgromadzenia przy wykorzystaniu sieci Internet, w obecnej sytuacji Spółki nie znajdują uzasadnienia.
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:	TAK	-
	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	Z wyłączeniem określenia pozycji Emitenta na rynku - Spółka nie prowadzi, ani nie zamawia na zewnątrz analiz rynku, na podstawie których można by jednoznacznie ustalić pozycję, jaką Emitent zajmuje na rynku.
	3.4. życiorysy zawodowe członków organów spółki,	TAK	-
	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	-
	3.11. <i>(skreślony)</i>	-	-
	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	-
	3.15. <i>(skreślony)</i>	-	-
	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	-
	3.22. <i>(skreślony)</i>	-	-
	Informacje zawarte na stronie internetowej powinny być zamieszczane w sposób umożliwiający łatwy dostęp do tych informacji. Emitent powinien dokonywać aktualizacji informacji umieszczanych na stronie internetowej. W przypadku pojawienia się nowych, istotnych informacji lub wystąpienia istotnej zmiany informacji umieszczanych na stronie internetowej, aktualizacja powinna zostać przeprowadzona niezwłocznie.	TAK	-
4	Spółka prowadzi korporacyjną stronę internetową,	TAK	-

	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.		
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.	NIE	Aktualnie Spółka nie wykorzystuje jeszcze swojej sekcji relacji inwestorskich na GPWInfoStrefa.pl. Zarząd nie wyklucza przyjęcia tej zasady w przyszłości.
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,	NIE	Ze względu na tajemnicę przedsiębiorstwa Emitent nie zamierza stosować tej dobrej praktyki.
	9.2. informację na temat wynagrodzenia Autoryzowanego Doradcy otrzymywanego od emitenta z tytułu świadczenia wobec emitenta usług w każdym zakresie.	NIE	Ze względu na tajemnicę przedsiębiorstwa Emitent nie zamierza stosować tej dobrej praktyki.
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	W chwili obecnej z uwagi na dotychczasowe doświadczenia Emitenta, praktyka ta nie będzie stosowana przez Emitenta w sposób ciągły.
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	Emitent nie planuje publikacji raportów miesięcznych ze względu na fakt, że istotne zdarzenia są publikowane w raportach bieżących EBI a raport miesięczny stanowi tylko ich powielenie i podsumowanie.
16a	W przypadku naruszenia przez emitenta obowiązku	TAK	-

	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, informację wyjaśniającą zaistniałą sytuację.		
17	(skreślony)	-	-

Robert Szulc

- Prezes Zarządu