



Raport **ALDA S.A.**

za 2014 rok

(okres od 01.01.2014 do 31.12.2014 r.)



www.alda.com.pl

Ząbkowice Śląskie,
dn.03 czerwca 2015 roku



Spis treści

SPIS TREŚCI	2
LIST ZARZĄDU	3
WYBRANE DANE FINANSOWE	5
SPRAWOZDANIE FINANSOWE ZA 2014 ROK.....	7
OPINIA I RAPORT BIEGŁEGO REWIDENTA	7
SPRAWOZDANIE ZARZĄDU	8
Z DZIAŁALNOŚCI W 2014 ROKU.....	8
1. Zdarzenia istotnie wpływające na działalność Spółki jakie nastąpiły w roku obrotowym 2014 oraz po jego zakończeniu	11
2. Przewidywany rozwój jednostki	13
3. Ważniejsze osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju.....	13
4. Aktualna i przewidywana sytuacja finansowa Emitenta	13
5. Nabycie udziałów (akcji) własnych	16
6. Posiadane przez Emitenta oddziały (zakłady)	17
7. Informacje o instrumentach finansowych w zakresie związanego z nimi ryzyka	17
8. Przyjęte przez jednostkę cele i metody zarządzania ryzykiem finansowym, łącznie z metodami zabezpieczania istotnych rodzajów planowanych transakcji, dla których stosowana jest rachunkowość zabezpieczeń.	22
9. Stosowanie ładu korporacyjnego w przypadku jednostek, których papiery wartościowe zostały dopuszczone do obrotu na jednym z rynków regulowanych Europejskiego Obszaru Gospodarczego	22
OŚWIADCZENIA ZARZĄDU	23
INFORMACJA NA TEMAT STOSOWANIA PRZEZ EMITENTA ZASAD ŁADU KORPORACYJNEGO W 2014 R.....	24



List Zarządu

Szanowni Państwo,

Na ręce Inwestorów, Akcjonariuszy oraz Kontrahentów spółki ALDA S.A. przekazujemy raport roczny stanowiący podsumowanie najważniejszych wydarzeń mających miejsce w 2014 roku oraz osiągniętych w tym okresie wyników finansowych.

Z satysfakcją możemy zakomunikować Państwu, że rok 2014 był dla Spółki kolejnym rokiem budowania jej wartości, umacniania firmy zarówno jako organizacji produkcyjnej jak i rozpoznawalności marki ALDA zarówno w kraju jak i za granicą.

Dzięki aktywnej polityce marketingowej Spółka odnotowała 24% wzrost przychodów w tym 25,7% wzrost sprzedaży na rynek krajowy oraz 12,5% wzrost sprzedaży na eksport.

Wszystkie działania Spółki podporządkowane są strategicznemu celowi Zarządu na 2014 r. i lata następne jakim jest osiągnięcie takiego poziomu innowacyjności produkcji aby produkty ALDY mogły z powodzeniem konkurować z produktami importowanymi z Azji. Jednocześnie Spółka projektuje nowe innowacyjne produkty unikalne w skali europejskiej, które zapewnią Spółce wyższą marżę.

W 2014 roku Zarząd doprowadził do rozdziału współużytkowania wieczystego gruntów oraz współwłasności budynków dotychczas dzierżawionych i już na własnym gruncie rozpoczął budowę 1300m² powierzchni magazynowej, budowa zostanie ukończona w czerwcu 2015 r.

Powołany w 2013 roku Dział Badawczo rozwojowy z powodzeniem realizuje zadanie mechanizacji i automatyzacji procesów produkcyjnych, co przyczynia się do redukcji kosztów produkcji. Jednocześnie w 2014 roku zostały zaprojektowane i wdrożone do produkcji nowe innowacyjne wyroby, które zostały zgłoszone przez Spółkę jako chronione wzory wspólnotowe.

Pierwszym efektem tej wytężonej pracy Spółki było rozpoczęcie jeszcze w IV kwartale procedury negocjacji dostaw nowej rodziny koszy FREEDOM FRESH do sieci IKEA. Nasze nowe produkty pokazaliśmy w 2015 r. na wiosennych targach we Frankfurcie oraz w Paryżu gdzie cieszyły się dużym zainteresowaniem dużych dystrybutorów wyrobów higieny sanitarnej oraz sieci handlowych.



Szanowni Państwo 2014 rok był okresem kluczowych decyzji i przedsięwzięć, które dokończone w 2015 roku stworzą Spółce dobre warunki do skokowego wzrostu sprzedaży już w roku bieżącym i będą podstawą dalszego dynamicznego rozwoju Spółki w latach następnych.

Korzystając z okazji, składamy serdecznie podziękowania Pracownikom i Współpracownikom Spółki za ich codzienną pracę oraz zaangażowanie. Podziękować chcielibyśmy również naszym Akcjonariuszom oraz Inwestorom za okazane zaufanie i wiarę w przyjęty model biznesu.

Zapraszamy do zapoznania się z niniejszym raportem.

Z wyrazami szacunku,

Marek Fryc

Prezes Zarządu ALDA S.A.

Karol Maziarz

Wiceprezes Zarządu ALDA S.A.



Wybrane dane finansowe

Wybrane dane z rachunku zysków i strat

Dane wyrażone w Euro zostały przeliczone według średniego kursu NBP obowiązującego na koniec każdego miesiąca danego roku obrotowego (średnia z 12 m-cy):

- dla roku obrotowego 2013 – 1 EUR = 4,2110 zł
- dla roku obrotowego 2014 – 1 EUR = 4,1893 zł

Tabela 1 – Wybrane dane finansowe z rachunku zysków i strat Emitenta

Wyszczególnienie	w tys. PLN		w tys. EUR	
	okres od	okres od	okres od	okres od
	01.01.2013 r.	01.01.2014 r.	01.01.2013 r.	01.01.2014 r.
	do 31.12.2013 r.	do 31.12.2014 r.	do 31.12.2013 r.	do 31.12.2014 r.
Przychody netto ze sprzedaży	12 119	15 041	2 878	3 590
Amortyzacja	43	98	10	23
Zysk/strata na sprzedaży	425	180	101	43
Zysk/strata na działalności operacyjnej	370	324	88	77
Zysk/strata brutto	166	123	39	29
Zysk/strata netto	122	105	29	25

Źródło: Emitent



Wybrane dane bilansowe

Dane wyrażone w Euro zostały przeliczone według średniego kursu NBP przypadającego na dzień bilansowy:

- 31.12.2013 r. – 1 EUR = 4,1472 zł
- 31.12.2014 r. - 1 EUR = 4,2623 zł

Tabela 2 – Wybrane dane finansowe z bilansu Emitenta

Wyszczególnienie	w tys. PLN		w tys. EUR	
	31 grudnia	31 grudnia	31 grudnia	31 grudnia
	2013 r.	2014 r.	2013 r.	2014 r.
Kapitał własny	1 185	1 289	286	302
Należności długoterminowe	0	0	0	0
Należności krótkoterminowe	1 927	1 312	465	308
Środki pieniężne i inne aktywa pieniężne	14	15	3	4
Zobowiązania długoterminowe	523	1 089	126	255
Zobowiązania krótkoterminowe	2 728	3 823	658	897

Źródło: Emitent



SPRAWOZDANIE FINANSOWE ZA 2014 ROK

Sprawozdanie finansowe Emitenta za rok obrotowy od 01 stycznia 2014 r. do 31 grudnia 2014 r. stanowi załącznik do niniejszego raportu rocznego.

OPINIA I RAPORT BIEGŁEGO REWIDENTA

Opinia i raport biegłego rewidenta z badania sprawozdania finansowego Emitenta za rok obrotowy od 01 stycznia 2014 r. do 31 grudnia 2014 r. stanowi załącznik do niniejszego raportu rocznego.



SPRAWOZDANIE ZARZĄDU

Z DZIAŁALNOŚCI W 2014 ROKU

Podstawowe informacje o spółce ALDA S.A.

Tabela 1 – Podstawowe dane Emitenta

Firma:	ALDA Spółka Akcyjna
Forma prawna:	Spółka Akcyjna
Siedziba	Ząbkowice Śląskie
Adres	ul. Melioracyjna 6, 57-200 Ząbkowice Śląskie
Telefon:	+48 74 816 41 74
Faks:	+48 74 816 41 76
Adres poczty elektronicznej:	biuro@alda.com.pl
Adres strony internetowej:	www.alda.com.pl
NIP:	887-17-627-57
REGON:	020660880
KRS:	0000390068

Źródło: Emitent

Spółka ALDA S.A. (dalej: „Emitent”, „Spółka”) została utworzona na mocy uchwały o przekształceniu Spółki ALDA sp. z o.o. w ALDA S.A. z dnia 14 czerwca 2011 r. Rejestracja Spółki w Krajowym Rejestrze Sądowym nastąpiła w dniu 27 czerwca 2011 r. na mocy postanowienia Sądu Rejonowego dla Wrocławia-Fabrycznej we Wrocławiu, IX Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego.

Emitent powstał na podstawie Ustawy Kodeks spółek handlowych z dnia 15 września 2000 r. (Dz. U. Nr 94, poz. 1037 z późn. zm.) i działa zgodnie z jej zapisami. Spółka działa na podstawie Kodeksu spółek handlowych oraz innych powszechnie obowiązujących przepisów prawa, a także na podstawie Statutu i wewnątrznie uchwalonych regulaminów.

Na dzień 31-12-2014 r. kapitał zakładowy Spółki wynosił 112 360 zł. Kapitał zakładowy dzielił się na 1 123 600 akcji o wartości nominalnej 0,10 zł każda: w tym 563 450 akcji imiennych uprzywilejowanych co do prawa głosu i 560 150 akcji zwykłych na okaziciela.



Przedmiot działalności Spółki

Szczegółowy zakres działalności Spółki określa §4 Statutu Spółki.

Wiodącym przedmiotem działalności spółki są :

- produkcja wyrobów metalowych
- sprzedaż hurtowa wyrobów metalowych
- sprzedaż hurtowa pozostałych artykułów użytku domowego
- usługi kooperacji w zakresie montażu podzespołów elektronicznych

W okresie sprawozdawczym Spółka działała zgodnie z przedmiotem działalności określonym w statucie Spółki.

ALDA S.A. to przedsiębiorstwo produkcyjno-handlowe, specjalizujące się w produkcji i sprzedaży artykułów gospodarstwa domowego. Spółka posiada ugruntowaną pozycję na rynku małego AGD (czajniki, naczynia żaroodporne, chlebaki, pokrywy i gałki, kosze, koszopopielnice, wieszaki). Marka ALDA istnieje na polskim rynku od 1978 r.

Oferta firmy skierowana jest zarówno do klientów indywidualnych (gospodarstwa domowe), jak i masowych (hotele, lokale gastronomiczne). Odbiorcami produktów ALDA S.A. są głównie dystrybutorzy produktów gospodarstwa domowego, hurtownie AGD oraz firmy z branży HORECA. Spółka generuje większość swoich przychodów na terenie Polski (ok. 87 proc.), pozostała część pochodzi ze sprzedaży eksportowej, głównie na rynku niemieckim.

Spółka w 2014 roku kontynuowała produkcję wyrobów metalowych. W zakładzie produkcyjnym powstają popularne czajniki aluminiowe i nierdzewne, chlebaki, kubły, nierdzewne kosze pedałowe, koszopopielnice, kosze EKO do segregacji odpadów, oraz system do mocowania choinek.

Działalność ta jest prowadzona w oddziale w Sławkowie przy ul. Dębowa Góra 27.

W Ząbkowicach Śląskich, w siedzibie spółki, spółka kontynuowała działalność w zakresie usług wynajmu pracowników (outsourcingu pracowniczego).

W 2014 roku Spółka kontynuowała również działalność w zakresie sprzedaży towarów wyposażenia domu oraz AGD z importu wykorzystując posiadane kanały dystrybucji.



Zarząd Spółki

Tabela 2 – Zarząd Spółki

Imię i nazwisko	Stanowisko	Kadencja	
		Od	Do
Marek Fryc	Prezes Zarządu	27.06.2014 r.	27.06.2017 r.
Karol Maziarz	Wiceprezes Zarządu	27.06.2014 r.	27.06.2017 r.

Źródło: Emitent

Zasady powołania oraz działania Zarządu Spółki określają § 12,13,14 Statutu Spółki

oraz Kodeks spółek handlowych.

Do składania oświadczeń i podpisywania w imieniu Spółki uprawniony jest każdy z członków zarządu.

Rada Nadzorcza

Tabela 3 – Rada Nadzorcza

Imię i nazwisko	Stanowisko	Kadencja	
		Od	Do
Danuta Fryc	Członek Rady Nadzorczej	27.06.2011 r.	27.06.2016 r.
Daniel Orzeł	Członek Rady Nadzorczej	27.06.2014 r.	27.06.2019 r.
Teresa Maziarz	Członek Rady Nadzorczej	27.06.2011 r.	27.06.2016 r.
Monika Świdarska	Członek Rady Nadzorczej	27.06.2011 r.	27.06.2016 r.
Elżbieta Urbańska	Członek Rady Nadzorczej	27.06.2011 r.	27.06.2016 r.

Źródło: Emitent

Zasady powołania oraz działania Rady Nadzorczej Spółki określają §15-20 Statutu Spółki oraz Kodeks spółek handlowych.

Skład aktualnie działającej Rady Nadzorczej Emitenta został zmieniony w 2014 r. Rezygnację z pełnienia funkcji Członka Rady Nadzorczej złożyła z dniem 24 czerwca 2014 r. Pani Jadwiga Maziarz . Na nowego Członka Rady Nadzorczej został wybrany Pan Daniel Orzeł , który rozpoczął kadencję w dniu 27 czerwca 2014 roku. Pozostali członkowie Rady Nadzorczej to członkowie pierwszej kadencji, którzy rozpoczęli pełnienie funkcji z dniem 27 czerwca 2011 roku (to jest z dniem zarejestrowania przekształcenia formy prawnej Spółki) i zakończą z dniem 27 czerwca 2016 roku.



Pracownicy

Na dzień 31.12.2014 r. Spółka zatrudniała 327 osób, w tym:

- na stanowiskach robotniczych 307 osoby,
- na stanowiskach nierobotniczych 20 osoby

1. Zdarzenia istotnie wpływające na działalność Spółki jakie nastąpiły w roku obrotowym 2014 oraz po jego zakończeniu

Promocja Spółki oraz jej produktów w licznych targach branżowych

W 2014 roku Spółka konsekwentnie realizowała strategię pozycjonowania marki na rynku branżowym oraz pozyskiwania nowych kontaktów handlowych poza granicami kraju. Ważnym polem aktywności Zarządu Spółki było stałe zwiększanie bazy aktywnych i potencjalnych klientów poprzez eksponowanie produktów Spółki na wielu imprezach targowych oraz aktywny marketing zarówno na rynku polskim jak i rynkach zagranicznych. Szczególnie w segmencie produktów kosзовych w 2014 roku Spółka pozyskała nowych klientów, do których sprzedaż systematycznie rośnie. W IV kwartale Spółka rozpoczęła negocjacje o wprowadzeniu do sprzedaży koszy pedałowych FREEDOM FRESH do dużej międzynarodowej sieci handlowej. Spółka eksponowała swoje produkty zarówno na targach branżowych w kraju, jak i za granicą.

Badania i Rozwój

W 2014 roku Spółka ALDA S.A. kontynuowała działalność w dwóch lokalizacjach:

1. W Ząbkowicach Śl. – siedziba, biura Spółki oraz usługi wynajmu pracowników (outsourcingu pracowniczy).
2. W Sławkowie – zakład produkcyjny.

W zakresie działalności wynajmu pracowników w 2014 roku Spółka uzyskała znaczny przyrost 57% sprzedaży usług outsourcingowych. W 2015 roku Zarząd planuje utrzymać sprzedaż usług outsourcingowych na poziomie nie niższym niż w 2014 roku.

W zakresie produkcji własnej w 2014 roku głównym celem działań Zarządu było stworzenie warunków do obniżenia kosztów produkcji tak aby produkty Spółki z segmentu popularnych mogły konkurować na rynku z produktami importowanymi z Azji przy zachowaniu ich walorów jakościowych i realizacji marży nie mniejszej niż dotychczas.

W celu zrealizowania w/w zamierzeń Zarząd Spółki za priorytetowe uznał zadania:



- 1) Rozbudowa hal magazynowych w Sławkowie .
- 2) Wdrożenie w zakładzie produkcyjnym w Sławkowie :
 - a) innowacyjnych metod wytwarzania,
 - b) nowych innowacyjnych wyrobów.

Ad 1. W celu rozbudowy hal magazynowych Zarząd dokonał podziału i notarialnego rozdzielenia praw wieczystego użytkowania gruntów oraz współwłasności nieruchomości położonych w Sławkowie. Zakończenie tego etapu w II kwartale otworzyło drogę do ubiegania się o pozwolenie na budowę obiektów magazynowych o łącznej powierzchni 1300m² . Wymagane pozwolenie na budowę Spółka otrzymała w III kwartale 2014 roku i w tym też kwartale wyłoniono wykonawcę robót ziemno- budowlanych. Na potrzeby inwestycji szacowanej na kwotę 937 000,0 zł Zarząd zaciągnął kredyt inwestycyjny w kwocie 496 000,0 zł. Na dzień publikowania niniejszego raportu do zakończenia budowy pozostało jedynie zamknięcie dziennika budowy i uzyskanie formalnej zgody na użytkowanie.

Ad 2. W zakresie przedstawienia zakładu produkcyjnego na tory innowacyjności Zarząd jeszcze w III kwartale 2013 roku powołał Dział Badawczo - Rozwojowy z zadaniem wprowadzenia nowych innowacyjnych metod produkcji oraz opracowania nowych produktów.

Efektem pracy powołanego działu są liczne innowacje wprowadzone zarówno do metod wytwarzania produktów kosзовych jak i czajników, i tak wykonano:

- 1) Urządzenie wraz z oprzyrządowaniem do zawijania brzegów korpusów koszy.
- 2) Zaprojektowano i wykonano narzędzia do produkcji pokryw koszy pedałowych.
- 3) Zaprojektowano i uruchomiono linię do automatycznej produkcji pokryw do koszy pedałowych.
- 4) Zaprojektowano i częściowo wykonano automatyczną linię do wycinania formatek do koszy.
- 5) Zaprojektowano i wykonano linię do automatycznej produkcji czasz czajnikowych.
- 6) Zaprojektowano i wykonano urządzenie do produkcji pokryw do czajników.

W 2014 roku Dział Badawczo – Rozwojowy opracował także nowe innowacyjne produkty:

- 1) Czajnik z gwizdkiem zintegrowanym z korpusem - projekt uruchomiony i przekazany do produkcji.
- 2) Modułowy kosz do segregacji odpadów – wzór przemysłowy został zgłoszony przez Spółkę jako chroniony wzór wspólnotowy.
- 3) Chlebak - opracowano i wdrożono do produkcji nowy model wraz z innowacyjną technologią produkcji wyrobu.
- 4) Pojemniki na brudną bieliznę – opracowano wzory produkcyjne, wdrożenie do produkcji nastąpi w odpowiedzi na zapotrzebowanie rynku.
- 5) Kosze pedałowe FREEDOM FRESH – największy i najważniejszy projekt realizowany przez Dział Badawczo – Rozwojowy w 2014 roku. Opracowano pełną gamę popularnych koszy na śmieci do zastosowania wewnętrznego tj. 3L, 5L, 12L, 20L i 30L. Rozwiązania konstrukcyjne zastosowane w zaprojektowanych koszach zostały w lutym 2015 r. zgłoszone przez Spółkę jako chronione wzory wspólnotowe.

W IV kwartale 2014r. Zarząd nawiązał kontakt oraz podpisał „Umowę o poufności” z Centrum Innowacji, Transferu Technologii i Rozwoju Uniwersytetu Jagiellońskiego w celu współpracy w zakresie rozwoju i wdrożenia technologii z dziedziny nowych materiałów.

Certyfikacja Systemów Zarządzania Jakością ISO 9001:2009



W I kwartale 2014 roku po przeprowadzonym audycie Spółka uzyskała na kolejny okres roczny Certyfikat Zarządzania Jakością ISO 9001:2009 dla zakładu produkcyjnego w Sławkowie .

Uzyskanie Certyfikatu ISO 9001:2009 zwiększa obszar dystrybucji produktów oferowanych przez spółkę. Posiadanie certyfikatu umożliwia Emitentowi składanie ofert na wykonywanie usług kooperacyjnych dla przemysłu.

2. Przewidywany rozwój jednostki

Głównymi celami Emitenta na najbliższe lata jest ciągłe dążenie do powiększania wartości Spółki poprzez zwiększanie sprzedaży oraz rozwój Spółki pod względem technicznym i organizacyjnym pozwalający na maksymalizowanie wyniku finansowego jej pracy.

Cele te Emitent chce osiągnąć poprzez:

- Umocnienie pozycji producenta nieelektrycznych artykułów gospodarstwa domowego:
 - rozszerzanie oferty produktowej, wprowadzenie do sprzedaży nowych produktów
 - wdrażanie nowych innowacyjnych produktów o większym potencjale marży realizowanej,
 - aktywne rozszerzanie krajowych kanałów dystrybucji ,
 - udział w targach branżowych,
 - rozszerzanie swojej działalności oraz kanałów dystrybucji na rynki zewnętrzne, w celu zwiększenia wartości sprzedaży eksportowej,
- kontynuacja prac nad wprowadzaniem innowacyjnych rozwiązań technologicznych i produktowych.

3. Ważniejsze osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju

Informacje o ważniejszych osiągnięciach w dziedzinie badań i rozwoju zostały przedstawione w pkt 1 niniejszego sprawozdania.

4. Aktualna i przewidywana sytuacja finansowa Emitenta

Analiza wyników finansowych Emitenta osiągniętych w 2014 r.



Wykres 1 - Przychody ze sprzedaży oraz zysk netto Emitenta w latach 2013-2014 (w tys. zł)



Tabela 4 Struktura przychodów oraz kosztów Emitenta [w zł]

Wyszczególnienie	2014 r.	2013 r.
-przychody ze sprzedaży	15 041 328,87	12 118 948,75
-wartość materiałów i towarów sprzed. w cenach zakupu	1 224 209,58	1 491 956,04
-pozostałe koszty dział. operacyjnej	13 637 182,34	10 201 943,98
-zysk /strata na sprzedaży	179 936,95	425 048,73
-rentowność na sprzedaży (zysk na sprzedaży/przychody ze sprzedaży)	1,20%	3,51%
-wyniki na pozostałych operacjach	143 619,77	-55 196,56
-wynik na operacjach finansowych	-200 556,81	-203 967,70
-wyniki nadzwyczajne	0	0
-zysk brutto	122 999,91	165 884,47
-podatek dochodowy	18 441,00	44 061,00
-zysk netto	104 558,91	121 823,47
-rentowność brutto (zysk brutto/przychody ze sprzedaży)	0,82 %	1,37%
-rentowność netto (ROS)	0,70 %	1%



(zysk netto/przychody ze sprzedaży)		
ROE (zysk netto/kapitał własny)	8,11 %	10,28%

Źródło: Emitent

W 2014 roku Spółka osiągnęła przychody ze sprzedaży w kwocie 15,04 mln zł, zwiększając je tym samym o 24 % w porównaniu do roku poprzedniego. Wartość przychodów ze sprzedaży krajowej wzrosła o 26%, z 10,5 mln zł odnotowanych w 2013 roku do 13,2 mln zł zrealizowanych w 2014 roku. Wartość zrealizowanych przychodów ze sprzedaży eksportowej za cztery kwartały 2014 r. wyniosła ponad 1,8 mln zł w porównaniu do 1,6 mln zł odnotowanych przez Spółkę w 2013 roku. Udział sprzedaży krajowej w przychodach ogółem w 2014 roku wynosił 88 % w porównaniu do 86,8 % w analogicznym okresie 2013 roku.

Na wzrost wartości zrealizowanych przychodów ze sprzedaży w 2014 roku wpływ miała przede wszystkim aktywność Emitenta w zakresie uczestnictwa w licznych targach branżowych zarówno w kraju, jak i za granicą, co wpłynęło na poszerzenie kręgu odbiorców produktów Spółki.

W wyniku zrealizowanych przychodów i poniesionych kosztów działalności operacyjnej w 2014 r. Spółka osiągnęła zysk na sprzedaży w wysokości ok. 180 tys. zł (w porównaniu do 425 tys. zł zysku na sprzedaży odnotowanego w 2013 r.). Wynik finansowy netto za okres od 1 stycznia do 31 grudnia 2014 r. wyniósł 105 tys. zł, w odniesieniu do 122 tys. zł w analogicznym okresie poprzedniego roku.

Wskaźnik rentowności sprzedaży netto (ROS) wyniósł 0,70%, wskaźnik marży EBIT wyniósł 2,15%.

Przyszłe wyniki finansowe osiągane przez Spółkę będą w głównej mierze uzależnione od koniunktury panującej w branży małego AGD. Jednakże w opinii Zarządu Spółki aktywność Emitenta w poprzednim oraz obecnym roku obrotowym w zakresie uczestnictwa w licznych targach branżowych promujących produkty Spółki zarówno w kraju, jak i za granicą powinna przełożyć się na dalszy wzrost wartości sprzedaży. Ponadto poczynione dotychczas oraz planowane w przyszłych okresach dalsze prace nad automatyzacją i modernizacją produkcji powinny wpłynąć na obniżenie kosztów produkcji, co powinno przełożyć się na wzrost rentowności Spółki.

Analiza bilansu Spółki



Bilans Spółki na dzień 31 grudnia 2014r. zamknął się po stronie aktywów i pasywów sumą 6,25 mln zł. W strukturze aktywów na koniec 2014 r. aktywa obrotowe stanowiły 4,28 mln zł. Wartość należności krótkoterminowych wyniosła ok. 1,31 mln zł. W strukturze pasywów w 2014 r. nastąpił wzrost wartości kapitału własnego Spółki (wzrost o ok. 9% względem stanu na dzień 31.12.2013r.). Stan zobowiązań krótkoterminowych na koniec grudnia 2014 r. wyniósł 3,82 mln zł względem 2,73 mln zł na koniec grudnia 2013 r.

Tabela 5 Wybrane dane z bilansu Spółki [w zł]

Wyszczególnienie	31.12.2014 r. PLN	31.12.2013 r. PLN
Kapitał własny	1 289 262,06	1 184 703,15
Kapitał podstawowy	112 360,00	112 360,00
Należności długoterminowe	0,00	0,00
Należności krótkoterminowe	1 311 893,98	1 927 361,02
Inwestycje krótkoterminowe	15 322,65	13 655,68
Zobowiązania długoterminowe	1 089 430,30	523 500,00
Zobowiązania krótkoterminowe	3 822 737,25	2 728 014,62

Analiza płynności Spółki

Tabela 6 – Wskaźniki płynności

	2014	2013
Płynność bieżąca	1,12	1,33

Źródło: Emitent

Płynność bieżąca = aktywa obrotowe/zobowiązania krótkoterminowe

Wartość wskaźnika bieżącej płynności wynosiła 1,12 i obniżyła się minimalnie do modelowego poziomu (przedział 1,2-2,0), co oznacza, że wartość aktywów obrotowych przewyższała wartość zobowiązań krótkoterminowych Spółki.

5. Nabycie udziałów (akcji) własnych



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

6. Posiadane przez Emitenta oddziały (zakłady)

Centrala Spółki znajduje się w Ząbkowicach Śląskich przy ul. Melioracyjnej 6. Spółka posiada także oddział produkcyjno-handlowy zlokalizowany w Sławkowie przy ul. Dębowa Góra 27 (woj. Śląskie).

7. Informacje o instrumentach finansowych w zakresie związanego z nimi ryzyka

- **Ryzyko związane z celami strategicznymi**

ALDA S.A. w swojej strategii rozwoju zakłada stałe dążenie do powiększania wartości Spółki, głównie poprzez zwiększanie oferty produktowej oraz rozbudowę sieci sprzedaży. Realizacja strategii Spółki uzależniona jest od jej zdolności do adaptacji do zmiennych warunków otoczenia, w ramach którego prowadzi działalność. Działania Spółki, które okażą się nietrafne w wyniku złej oceny otoczenia bądź nieumiejętnego dostosowania się do zmiennych warunków tego otoczenia, mogą mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansowo-majątkową oraz na wyniki Spółki. Istnieje zatem ryzyko nieosiągnięcia części lub wszystkich założonych celów strategicznych. W związku z tym przychody i zyski osiągane w przyszłości przez Spółkę zależą od jej zdolności do skutecznej realizacji opracowanej długoterminowej strategii. W celu ograniczenia niniejszego ryzyka Zarząd na bieżąco analizuje czynniki mogące mieć potencjalnie niekorzystny wpływ na działalność i wyniki Spółki, a w razie potrzeby podejmuje niezbędne decyzje i działania.

- **Ryzyko odejścia kluczowych członków kierownictwa i trudności związane z pozyskaniem nowej wykwalifikowanej kadry zarządzającej**

Na działalność Spółki duży wpływ wywiera doświadczenie, umiejętności oraz jakość pracy Zarządu. Emitent nie może zapewnić, że ewentualna utrata którejkolwiek z osób zarządzających o istotnym wpływie na działalność Spółki nie będzie mieć negatywnych konsekwencji na strategię, sytuację finansową i wyniki operacyjne Spółki. Wraz z odejściem którejkolwiek z osób zarządzających, Emitent mógłby zostać pozbawiony personelu posiadającego wiedzę i doświadczenie z zakresu zarządzania i działalności operacyjnej.

Przedmiotowe ryzyko jest w znacznym stopniu minimalizowane poprzez fakt, iż Pan Marek Fryc będący Prezesem Zarządu Emitenta i Pan Karol Maziarz będący Wiceprezesem Zarządu są jednocześnie znaczącymi akcjonariuszami Emitenta.



- **Ryzyko cen surowców**

Ceny surowców wykorzystywane do produkcji wyrobów Spółki (głównie stali, stali nierdzewnej oraz aluminium) są kształtowane na zasadzie mechanizmów rynkowych. Z tego też względu ceny tych surowców podlegają ciągłym wahaniom, przez co Spółka jest narażona na ryzyko wzrostu cen wykorzystywanych czynników produkcji. W przypadku znaczącego wzrostu cen surowców, spowodowanych m.in. zwiększaniem popytu ze strony branży przemysłowej, które to surowce są wykorzystywane podczas procesu produkcji, istnieje ryzyko istotnego wzrostu kosztów prowadzonej przez Spółkę działalności. W przypadku, gdy wraz ze wzrostem cen surowców, wzrost cen produktów oferowanych przez Spółkę będzie proporcjonalnie mniejszy, może to istotnie wpłynąć na spadek marży i rentowności osiąganey przez Emitenta, a w konsekwencji na pogorszenie osiąganych wyników finansowych. W celu zabezpieczenia przed powyższym ryzykiem Emitent prowadzi kalkulację produkcji oraz cen produktów w oparciu o aktualne i prognozowane ceny surowców. Dodatkowo Zarząd Emitenta dba aby wielkość zaopatrzenia od poszczególnego dostawcy surowców nie stanowiła istotnego udziału w ogólnej wartości dostaw, co dodatkowo wpływa na redukovanie kosztów.

- **Ryzyko związane z utratą zaufania odbiorców produktów AGD**

Emitent posiada szeroką i dobrze zdywersyfikowaną gamę odbiorców na oferowane artykuły gospodarstwa domowego. Odbiorcami produktów AGD są zarówno dystrybutorzy produktów gospodarstwa domowego, hurtownie AGD, jak i mniejsze sklepy posiadające w swojej ofercie produkty AGD. W związku z dobrze zdywersyfikowaną strukturą odbiorców Emitent nie jest uzależniony od pojedynczego odbiorcy. Jednakże w przypadku zaistnienia nieprzewidzianych zdarzeń lub zawinienia ze strony Spółki skutkującego nieterminowymi dostawami lub dostarczeniem wadliwych produktów, Emitent jest narażony na ryzyko utraty zaufania swoich odbiorców. Utrata zaufania części odbiorców może wiązać się z zaprzestaniem współpracy z tymi podmiotami oraz istotnym ograniczeniem zamówień na produkty oraz usługi Spółki, co z kolei może przełożyć się w istotny sposób na zmniejszenie wartości generowanych przychodów i osiąganych wyników finansowych. Powyższe ryzyko Emitent minimalizuje poprzez utrzymywanie dobrych relacji z kontrahentami oraz dbaniem o wysoką jakość dostarczanych produktów. Jednocześnie, Spółka rozwija swoją sieć dystrybucji wchodząc na rynki zagraniczne.

- **Ryzyko związane z procesami produkcyjnymi**

Z prowadzoną przez Emitenta działalnością produkcyjną związane jest ryzyko z zakłóceniami procesu produkcyjnego, które może być spowodowane m.in. błędami ludzkimi, wadliwym działaniem urządzeń czy też awarią wykluczającą na dłuższy czas kluczowe dla produkcji maszyny lub gniazda produkcyjne. W



przypadku istotnych zakłóceń w procesie produkcji Emitent mógłby zostać narażony na ryzyko związane z brakiem możliwości zapewnienia swoim odbiorcom realizacji odpowiednich ilości dostaw gotowych produktów, co w konsekwencji mogłoby negatywnie wpłynąć na wielkość sprzedaży i osiągnięte wyniki finansowe. Ryzyko zakłóceń procesu produkcyjnego spowodowanego m.in. błędami ludzkimi, czy też wadliwym działaniem urządzeń jest minimalizowane dzięki liniowemu systemowi produkcji (następna operacja sprawdza poprzednią), który pozwala wykryć błąd na wczesnym etapie i szybko go wyeliminować.

- **Ryzyko związane z niespłacalnością należności od odbiorców**

Działalność Spółki jest obciążona ryzykiem związanym z niespłacalnością należności od odbiorców. Średni odsetek zaległych należności Emitenta oscyluje na niewielkim poziomie, dzięki przeprowadzaniu przez Spółkę analizy wiarygodności partnerów handlowych i dążeniu do współpracy jedynie z tymi kontrahentami, którzy nie posiadają problemów z bieżącym regulowaniem swoich zobowiązań. Emitent dodatkowo w sposób ciągły monitoruje bieżące należności. Jednakże istnieje ryzyko, że w przyszłości wartość nie spłacanych należności od odbiorców może wzrosnąć, co mogłoby negatywnie wpłynąć na wyniki finansowe Spółki poprzez konieczność tworzenia odpisów aktualizacyjnych, a także mogłoby negatywnie wpłynąć na płynność Spółki i jej zdolność do regulowania bieżących zobowiązań.

- **Ryzyko stóp procentowych**

W celu finansowania bieżącej działalności Emitent posługuje się kapitałem obcym pozyskanym od banku w formie kredytów : w rachunku bieżącym oraz kredytów obrotowych, dla których oprocentowanie zostało ustalone według stałej stopy procentowej. Jednakże zawarte umowy kredytowe przewidują możliwość zmiany przez bank oprocentowania kredytu m.in. w przypadku wzrostu stóp procentowych ustalanych przez NBP, czy zmiany stawki WIBOR. W związku z powyższym istnieje ryzyko, iż znaczący wzrost stóp procentowych, ustalanych przez NBP przełoży się na wzrost stawki WIBOR, co następnie może przełożyć się na wzrost kosztów finansowych Spółki związanych ze spłatą rat zaciągniętych zobowiązań.

- **Ryzyko związane z sezonowością sprzedaży w branży AGD**

W branży AGD istnieje zauważalna sezonowość sprzedaży. Zwiększony popyt na artykuły gospodarstwa domowego pojawia się w II połowie roku kalendarzowego, co jest związane z powakacyjnym okresem remontów i nabywania nowego wyposażenia do gospodarstw domowych. W związku z tym Emitent w II półroczu każdego roku kalendarzowego odnotowuje wzrost osiągniętych przychodów ze sprzedaży. Skutkiem sezonowości sprzedaży są słabsze wyniki finansowe Emitenta osiągnięte w I i II kwartale danego roku. W celu



zwiększenia sprzedaży w I półroczu Spółka podejmuje działania w zakresie poszerzania asortymentu artykułów AGD, cechujących się mniejszą sezonowością sprzedaży. Jednocześnie, w tym okresie Spółka skupia swoją działalność na pozyskiwaniu nowych zleceń oraz Kontrahentów poprzez obecność na targach branżowych, które odbywają się właśnie w I połowie roku.

- **Ryzyko koniunktury w branży**

Branża AGD w Polsce, w której działa Emitent odczuła spadek koniunktury w latach 2008-2010, przez co wyhamowana została dynamika wzrostu. Rok 2014 przyniósł stabilizację w branży. W dłuższej perspektywie nie można jednak wykluczyć pogorszenia się sytuacji w branży AGD, co może przełożyć się na pogorszenie wyników sprzedaży i rentowności Spółki. Ryzyko pogorszenia się sytuacji w branży AGD jest w pewnym stopniu minimalizowane poprzez specyfikę oferty produktowej Spółki - produktów z segmentu małego AGD, których sprzedaż jest mniej wrażliwa na koniunkturę w branży niż w przypadku produktów z segmentu dużego AGD. Ponadto Spółka minimalizuje przedmiotowe ryzyko poprzez budowanie oferty dla różnych odbiorców: gospodarstw domowych, hoteli, lokali gastronomicznych czy też kontrahentów kooperacyjnych w zakresie realizacji przez Spółkę produkcji zleconej na mało oraz średniogabarytowe wyroby stalowe lub aluminiowe.

- **Ryzyko związane z konkurencją**

Krajowy rynek artykułów gospodarstwa domowego, w obszarze którego działa Emitent, jest stosunkowo rozproszony z dużą ilością podmiotów oferujących swoje produkty, w tym zarówno firm krajowych jak i zagranicznych. Na rynku tym konkuruje się zarówno jakością oferowanych produktów jak i ich ceną. Konkurencja jakościowa oraz technologiczna dotyczy głównie artykułów producentów krajowych i z Europy Zachodniej. Konkurencja cenowa dotyczy głównie produktów importowanych z krajów azjatyckich. Istnieje ryzyko, że w przypadku ewentualnego nasilenia konkurencji w branży lub podejmowania agresywnych działań rynkowych przez konkurentów Spółki, Emitent może być zmuszony do podjęcia kroków w celu zapewnienia odpowiedniego poziomu sprzedaży, poprzez np. obniżenie cen sprzedawanych produktów. Działania tego typu mogłyby wpłynąć niekorzystnie na rentowność sprzedaży i w konsekwencji na pogorszenie wyników finansowych Spółki. Emitent nie zamierza brać udziału w rywalizacji z konkurentami poprzez obniżanie cen poniżej poziomów rentowności. Strategia Spółki koncentruje się na zdobywaniu korzystniejszej pozycji rynkowej głównie poprzez oferowanie produktów cechujących się atrakcyjnym stosunkiem ceny do jakości. Jest to możliwe poprzez optymalizację kosztów produkcji, m.in. dzięki importowi z krajów azjatyckich części podzespołów wykorzystywanych przy produkcji wyrobów Spółki.

- **Ryzyko zdarzeń losowych**



ALDA S.A., tak jak każda inna firma działająca na rynku, narażona jest na zajście nieprzewidzianych zdarzeń, tzw. zdarzeń losowych (powódź, kradzież, włamanie). Przedmiotowe zdarzenia mogą spowodować zniszczenie zapasów produktów, a także maszyn lub urządzeń, z których Emitent korzysta w ramach swojej podstawowej działalności. Utrata, kradzież, bądź uszkodzenie najistotniejszych czynników produkcji wykorzystywanych przez Emitenta mogłoby negatywnie wpłynąć na jego zdolności produkcyjne i częściową dezorganizację jego działalności. W związku z powyższym Emitent w celu zminimalizowania powyższych ryzyk posiada niezbędne w tym zakresie zabezpieczenia m.in. podstawowe zabezpieczenia przeciwpożarowe, a także ubezpieczenia majątkowe od zdarzeń losowych.

- **Ryzyko związane z regulacjami prawnymi (polskimi i unijnymi)**

Regulacje prawne w Polsce ulegają nieustannym zmianom. Konsekwencją zmian jest konieczność ponoszenia kosztów monitorowania zmian legislacyjnych oraz kosztów dostosowywania do zmieniających się przepisów. W przypadku niejasnych sformułowań w przepisach istnieje również ryzyko rozbieżności w interpretacji przepisów pomiędzy Emitentem a innymi podmiotami, takimi jak kontrahenci czy organy administracyjne. Niejednoznaczność przepisów może rodzić ryzyko nałożenia kar administracyjnych lub finansowych w przypadku przyjęcia niewłaściwej wykładni prawnej. Na dzień sporządzenia Dokumentu Informacyjnego nie są Spółce znane zmiany w prawie, który mogłyby w istotny sposób wpłynąć na funkcjonowanie Spółki lub też spowodować poniesienie dodatkowych kosztów z tego tytułu.

Spółka w ostatnim czasie nie prowadziła też żadnych spraw sądowych i administracyjnych wynikających z rozbieżności interpretacji przepisów prawa lub z powodu zmieniających się przepisów. Nie były też nakładane na Spółkę żadne kary finansowe przez organ publiczny.

- **Ryzyko związane z interpretacją przepisów podatkowych**

Emitent, podobnie jak wszystkie podmioty gospodarcze, jest narażony na nieprecyzyjne zapisy w uregulowaniach prawno-podatkowych, które mogą spowodować powstanie rozbieżności interpretacyjnych, w szczególności w odniesieniu do operacji związanych z podatkiem dochodowym, podatkiem od czynności cywilnoprawnych i podatkiem VAT w ramach prowadzonej przez Spółkę działalności. W związku z powyższym istnieje ryzyko, iż mimo stosowania przez Emitenta aktualnych standardów rachunkowości, interpretacja Urzędu Skarbowego odpowiedniego dla Emitenta może różnić się od przyjętej przez Spółkę, co w konsekwencji może wpłynąć na nałożenie na Emitenta kary finansowej, która może mieć istotny negatywny wpływ na wyniki finansowe Emitenta. Spółka w 2012 r. przez 2 miesiące współpracowała z firmą outsourcingową, która okazała się nierzetelna i nie uregulowała zobowiązań wobec ZUS i US z tytułu zatrudnienia pracowników. W związku z tym ZUS określił swoje żądania wobec Spółki na kwotę 186 tys. zł. Aktualnie toczą się postępowania przed Sądem Apelacyjnym. Spółka nie tworzyła rezerw ze względu na nieuznanie roszczeń. W dotychczasowej działalności Emitenta nie zostały na niego nałożone żadne kary finansowe przez organ publiczny.



- **Ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną**

Działalność i rozwój Emitenta jest ściśle uzależniony od fazy cyklu koniunkturalnego gospodarki polskiej. Rynek polski jest jednocześnie głównym rejonem aktywności gospodarczej kontrahentów Emitenta oraz końcowych odbiorców produktów Spółki. Jednym z podstawowych czynników determinujących popyt na artykuły AGD są dochody osiągane przez gospodarstwa domowe. Ponadto do czynników o charakterze ogólnogospodarczym, wpływających na działalność Emitenta, można zaliczyć także poziom PKB, poziom inflacji, poziom inwestycji podmiotów gospodarczych, czy stopień zadłużenia gospodarstw domowych. Istnieje ryzyko, że spowolnienie tempa wzrostu gospodarczego, stagnacja lub spadek poziomu średniego wynagrodzenia brutto mogą mieć negatywny wpływ na działalność oraz sytuację finansową Spółki, poprzez obniżenie popytu na produkty i usługi oferowane przez Emitenta, co w konsekwencji może przełożyć się na pogorszenie wyników finansowych Spółki.

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

W roku obrotowym 2014 nie stosowano rachunkowości zabezpieczeń.

9. 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.

sporządzono 31-03-2015r.

.....

.....



OŚWIADCZENIA ZARZĄDU

Zarząd spółki ALDA S.A. (dalej: „Emitent”) oświadcza, że wedle naszej najlepszej wiedzy, roczne sprawozdanie finansowe i dane porównywalne zostały sporządzone zgodnie z przepisami obowiązującymi Emitenta oraz że odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową Emitenta oraz jego wynik finansowy, oraz że sprawozdanie z działalności Emitenta zawiera prawdziwy obraz sytuacji Emitenta, w tym opis podstawowych zagrożeń i ryzyk.

.....
Marek Fryc
Prezes Zarządu ALDA S.A.

.....
Karol Maziarz
Wiceprezes Zarządu ALDA S.A.

Zarząd spółki ALDA S.A. (dalej: „Emitent”) oświadcza, że podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych, dokonujący badania rocznego sprawozdania finansowego Emitenta, 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.

.....
Marek Fryc
Prezes Zarządu ALDA S.A.

.....
Karol Maziarz
Wiceprezes Zarządu ALDA S.A.



INFORMACJA NA TEMAT STOSOWANIA PRZEZ EMITENTA ZASAD ŁADU KORPORACYJNEGO W 2014 r.

Spółka przestrzegała w 2014 r. zasad zawartych w Załączniku Nr 1 do Uchwały Nr 795/2008 Zarządu Giełdy z dnia 31 października 2008 r. „Dobre praktyki spółek notowanych na NewConnect”, zmienionych Uchwałą Nr 293/2010 Zarządu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. z dnia 31 marca 2010 r. w sprawie zmiany dokumentu „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na NewConnect” za wyjątkiem wskazanych poniżej zasad:

- Punkt 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.***

UZASADNIENIE:

Emitent stosuje tę praktykę z pominięciem rejestrowania, transmisji i upubliczniania obrad WZ, gdyż w opinii Spółki stosowanie powyższej praktyki nie przyniesie wymiernych korzyści w porównaniu do przewidywanych kosztów takiego postępowania.

- Punkt 3.2 Spółka prowadzi korporacyjną stronę internetową i zamieszcza na niej opis działalności emitenta ze wskazaniem rodzaju działalności, z której emitent uzyskuje najwięcej przychodów***

Emitent zamieszcza na swojej stronie internetowej opis działalności Spółki bez wskazania rodzaju działalności z której uzyskuje najwięcej przychodów. Emitent nie wskazuje podziału osiągniętych przychodów, gdyż ze względu na rodzaj prowadzonej działalności Spółka osiąga zdecydowaną większość swoich przychodów ze sprzedaży produktów Spółki. Ponadto Emitent w raportach kwartalnych przedstawia podział przychodów ze sprzedaży na przychody ze sprzedaży krajowej oraz eksportowej.

- Punkt 3.3 Spółka prowadzi korporacyjną stronę internetową i zamieszcza na niej opis rynku, na którym działa emitent, wraz z określeniem pozycji emitenta na tym rynku.***



UZASADNIENIE:

Emitent prowadzi analizę rynków na których działa jedynie na potrzeby Zarządu i planowania strategicznego. W związku z tym, że Spółka działa na kilku rynkach, na których sytuacja podlega ciągłym zmianom, Emitent nie stosuje danej dobrej praktyki.

- **Punkt 3.10. Dane oraz kontakt do osoby, która jest odpowiedzialna w spółce za relacje inwestorskie oraz kontakty z mediami**

UZASADNIENIE:

Emitent zamieścił na swojej stronie internetowej adres e-mail oraz telefon kontaktowy do osób zajmujących się relacjami inwestorskimi oraz kontaktem z mediami, jednakże bez wskazania konkretnych osób.

- **Punkt 3.16 Spółka prowadzi korporacyjną stronę internetową i zamieszcza na niej pytania akcjonariuszy dotyczące spraw objętych porządkiem obrad, zadawane przed i w trakcie walnego zgromadzenia, wraz z odpowiedziami na zadawane pytania.**

UZASADNIENIE:

W związku z małą ilością pytań akcjonariuszy, koniecznością ich dodatkowego protokołowania oraz faktu, że najczęściej dotyczą one spraw porządkowych walnego zgromadzenia, Spółka nie decyduje się na stosowanie przedmiotowej praktyki.

- **Punkt 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.**

UZASADNIENIE:

Emitent nie wykorzystuje indywidualnej sekcji relacji inwestorskiej znajdującej się na stronie www.GPWInfoStrefa.pl, gdyż sekcja relacji inwestorskich wraz z informacjami o Spółce oraz dokumentami korporacyjnymi znajduje się na stronie internetowej Spółki: www.alda.com.pl

- **Punkt 9.2 Emitent przekazuje w raporcie rocznym informację na temat wynagrodzenia Autoryzowanego Doradcy otrzymywanego od Emitenta z tytułu świadczenia wobec Emitenta usług w każdym zakresie.**

UZASADNIENIE:

Kwestia wynagrodzenia Autoryzowanego Doradcy jest uregulowana w umowie i jest sprawą poufną. Emitent nie może publikować takich danych bez zgody Autoryzowanego Doradcy.



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

UZASADNIENIE:

Na pytania ze strony inwestorów i mediów spółka udziela odpowiedzi na bieżąco drogą telefoniczną i mailową. W 2014 r. Emitent nie organizował publicznie dostępnych spotkań z inwestorami, analitykami i mediami, ze względu na znaczące koszty organizacji takich spotkań oraz stosunkowo niewielkie zainteresowanie nimi ze strony potencjalnych odbiorców.

Emitent nie wyklucza organizacji tego rodzaju spotkań w przyszłości. Będą one organizowane w przypadku zgłaszanego Spółce istotnego zainteresowania ze strony akcjonariuszy, analityków lub przedstawicieli mediów.

- ***Punkt 16 Emitent publikuje raporty miesięczne, w terminie 14 dni od zakończenia miesiąca. [...]***

UZASADNIENIE:

Emitent uważa, że należyte wykonywanie obowiązków informacyjnych (przekazywanie raportów bieżących i okresowych – kwartalnych oraz rocznych) jest wystarczające i nie jest konieczne sporządzanie comiesięcznych raportów powielających w większości już opublikowane informacje.

