



TURYSTYKA PRZYSZŁOŚCI.



RAPORT ROCZNY

ROK 2015

ZA OKRES 01.01.2015 R. – 31.12.2015

BOOMERANG SPÓŁKA AKCYJNA
Z SIEDZIBĄ W WARSZAWIE

WARSZAWA, DNIA 3 CZERWCA 2016 R.



NEW/connect
RYNEK AKCJI GPW

Spis treści

List Prezesa Zarządu	3
1. Podstawowe informacje o Emitencie	4
2. Organy Emitenta	5
3. Skład akcjonariatu	5
4. Wybrane dane finansowe za rok obrotowy 2015	6
5. Sprawozdanie Zarządu z działalności VENITI S.A. za rok obrotowy 2015	7
6. Oświadczenia Zarządu	8
7. Opis podstawowych ryzyk	8
8. Informacja o stosowaniu przez Spółkę zasad dobrych praktyk	15
9. Wskazanie przyczyn niesporządzania skonsolidowanych sprawozdań finansowych	17
10. Dane teleadresowe Spółki	17

Warszawa, 3 czerwca 2016 r.

Szanowni Państwo,

niniejszym przedstawiamy raport podsumowujący działalność Spółki BOOMERANG S.A. w 2015 roku. Raport stanowi kompendium wiedzy na temat prowadzonej przez Spółkę działalności. Przedstawia także podstawowe dane finansowe za rok obrotowy 2015 oraz analogiczne dane za rok 2014.

W roku 2015 po przejęciu marki Boomerang, obecnej w branży MICE od 18 lat Spółka wdrożyła nową strategię rozwoju. Zarząd postanowił się skupić na: tworzeniu strategii komunikacji, strategii marketingowych oraz programów lojalnościowych B2B, realizacji szeroko pojętych działań z zakresu event marketingu oraz wyjazdów zagranicznych typu incentive, tworzeniu nowoczesnych narzędzi informatycznych do zarządzania relacjami z partnerami handlowymi, programami lojalnościowymi i motywacyjnymi, realizacji i rozwoju platformy do rezerwacji rejsów wycieczkowych online za pomocą własnego, unikatowego oprogramowania. Spółka zrealizowała także proces restrukturyzacji i optymalizacji kosztów.

Zarząd stara się dywersyfikować portfolio klientów, by uniezależnić się od wahań koniunkturalnych. Choć wskaźniki osiągnięte przez Spółkę są jeszcze dalekie od zakładanych przez Zarząd, to w opinii Zarządu podjęte działania dają optymistyczny obraz przyszłości. Najważniejszy, już osiągnięty wskaźnik to znaczne zwiększenie marży na realizowanych projektach. Terminowe wykupienie obligacji korporacyjnych pokazuje stabilność finansową Spółki.

Jestem przekonany, że wszystkie podjęte działania przyniosą pozytywny efekt dla Spółki i jej Akcjonariuszy w 2016 i następnych latach. Dziękuję za zaufanie, a w przypadku pytań, zapraszam do kontaktu.

Z poważaniem

Marcin Radwański
Prezes Zarządu
BOOMERANG S.A.

1.

Podstawowe informacje o Emitencie

BOOMERANG S.A. (www.boomerang.com.pl) działa na rynku programów motywacyjnych dla biznesu, szeroko pojętych działań marketingowych oraz zagranicznej turystyki wyjazdowej. Oferta dla biznesu to strategie komunikacji, strategie marketingowe, programy wsparcia sprzedaży, programy lojalnościowe oraz skrojone na miarę wyjazdy motywacyjne, realizowane dla największych polskich i międzynarodowych korporacji. Oferta dla Klientów indywidualnych skierowana jest poprzez sieć agencyjną Spółki do osób szukających nowych, atrakcyjnych form wypoczynku.

Nowatorski model działania Spółki zakłada sprzedaż jedynie wysokomarżowej oferty, uzyskiwanie przewagi konkurencyjnej dzięki innowacyjnemu zapleczu technologicznemu, działanie wyłącznie w segmentach rynku wykazujących wysoki potencjał wzrostu oraz dynamiczny rozwój poprzez akwizycje i wykorzystywanie okazji biznesowych.

Ważnym zasobem BOOMERANG jest kapitał ludzki. Spółka inwestuje w specjalistów, skupiając w swoim Zespole pracowników z unikalną w branży wiedzą i wieloletnim doświadczeniem. Celem BOOMERANG jest wyznaczanie pionierskich trendów na rynku w Polsce, a w przyszłości wejście na nowe rynki pozostałych krajów Europy Środkowo-Wschodniej.

Spółka działa w oparciu o trzy główne marki:



BOOMERANG to znana od wielu lat marka, która jest synonimem innowacyjności i profesjonalnej realizacji wydarzeń (eventów) oraz kreowania i wdrażania strategii marketingowych i sprzedażowych. Realizacja ponad 2.300 projektów i profesjonalny zespół dają pewność powodzenia każdego zlecenia. Boomerang operuje w sektorze B2B dostarczając sprawdzonych rozwiązań służących budowaniu najlepszych relacji z partnerami handlowymi, utrzymywaniu lojalności wobec marek oraz kształtowaniu wizerunku firm i marek. Lata doświadczeń i zadowoleni klienci związani z marką od

wielu lat są potwierdzeniem profesjonalizmu.



VENITI Business Travel (www.vbt.com.pl) to zespół ekspertów specjalizujących się w tworzeniu programów motywacyjnych dla firm. VBT realizuje projekty z zakresu wyjazdów motywacyjnych, integracyjnych, szkoleń, konferencji, kongresów i targów. Unikalna na rynku oferta realizacji wyjazdów motywacyjnych na pokładach

statków wycieczkowych wyróżnia VBT na tle konkurencji i cieszy się dużym zainteresowaniem. Zespół VENITI Business Travel zrealizował wyjazdy Incentive & Corporate dla ponad 100 największych lokalnych i zagranicznych firm działających w Polsce.



KRUZY.PL (www.kruzy.pl) to pierwsza w Europie Środkowo-Wschodniej platforma umożliwiająca zakup rejsów wycieczkowych w pełni online. W swojej ofercie posiada obecnie 6 wiodących linii żeglugowych i prawie 7000 rejsów wycieczkowych na całym świecie. W ofercie KRUZY.PL znajdują się wszystkie wiodące linie oceaniczne. Dzięki dotacji na stworzenie platformy informatycznej B2B, oferta KRUZY.PL została wdrożona do zintegrowanych systemów multiagencyjnych, a Spółka stanie się dostawcą rejsów wycieczkowych dla większości agentów turystycznych w Polsce.

2.

Organy Spółki

2.1. Skład Zarządu Spółki na dzień 3 Czerwca 2016 r.

Marcin Radwański Prezes Zarządu

2.2. Skład Rady Nadzorczej Spółki na dzień 3 Czerwca 2016 r.

Wojciech Bogdan Bela Przewodniczący Rady Nadzorczej
Daniel Drozd Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej
Paweł Traczewski Członek Rady Nadzorczej
Ludmiła Puszkars-Jesionowska Członek Rady Nadzorczej

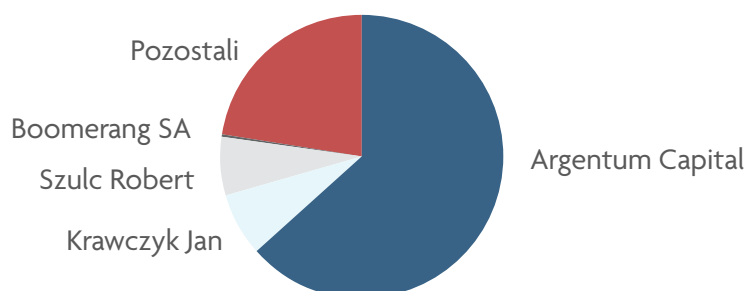
- W dniu 25 sierpnia 2015 r. swoją rezygnację z członkostwa w Radzie Nadzorczej złożył Dariusz Żuk.
- W dniu 25 sierpnia 2015 r. swoją rezygnację z członkostwa w Radzie Nadzorczej złożył Tomasz Prus.
- W dniu 25 sierpnia 2015 r. swoją rezygnację z członkostwa w Radzie Nadzorczej złożył Bogdan Kołakowski.
- W dniu 25 sierpnia 2015 r. stanowisko w Radzie Nadzorczej objął Wojciech Bogdan Bela.
- W dniu 25 sierpnia 2015 r. stanowisko w Radzie Nadzorczej objęła Ludmiła Puszkars-Jesionowska.
- W dniu 25 sierpnia 2015 r. stanowisko w Radzie Nadzorczej objął Paweł Traczewski.
- W dniu 31 maja 2016 r. swoją rezygnację z członkostwa w Radzie Nadzorczej złożył Tomasz Dąbrowski.

3.

Skład akcjonariatu

Struktura akcjonariatu Spółki BOOMERANG S.A. na dzień publikacji niniejszego Raportu prezentuje się następująco:

	Liczba akcji	Udział % w kapitale zakładowym	Liczba głosów	Udział % w głosach na WZ
Argentum Capital LLC	1 418 500	63,55%	1 418 500	63,55%
Szulc Robert	156 588	7,02%	156 588	7,02%
Krawczyk Jan	151 708	6,80%	151 708	6,80%
Boomerang SA	3 765	0,16 %	3 765	0,16 %
Pozostali	501 439	22,47%	501 439	22,47%
Łącznie	2 232 000	100,00%	2 232 000	100,00%



W okresie od 1 stycznia 2015 roku do 31 grudnia 2015 roku oraz po dniu bilansowym, do dnia wydania niniejszego Raportu, wystąpiły następujące zmiany właścicieli Spółki:

- Członek Rady Nadzorczej dokonał nabycia 13 akcji Spółki w transakcjach sesyjnych (RB ESPI nr 1/2015)
- Jacek Krzyżaniak dokonał nabycia 81.837 akcji Spółki w transakcjach sesyjnych (RB ESPI nr 2/2015)
- Dariusz Matulka dokonał zbycia 55.700 akcji Spółki poza rynkiem zorganizowanym (RB ESPI 3/2015)
- Dariusz Matulka dokonał zbycia 3.510 akcji Spółki w transakcjach sesyjnych (RB ESPI nr 4/2015)
- Jacek Krzyżaniak dokonał zbycia 56.450 akcji Spółki w transakcjach sesyjnych (RB ESPI 6/2015)
- Jan Krawczyk dokonał nabycia 44.120 akcji Spółki w transakcjach sesyjnych (RB ESPI 7/2015)
- Argentum Capital LLC zarejestrowała posiadanie 1.116.000 akcji Spółki (RB ESPI 14/2015)
- Dariusz Matulka dokonał zbycia 111.500 akcji Spółki poza rynkiem zorganizowanym (RB ESPI 17/2015)
- Maciej Szymański dokonał zbycia 222.000 akcji Spółki poza rynkiem zorganizowanym (RB ESPI 21/2015)
- Robert Szulc dokonał nabycia 91.851 akcji Spółki w transakcjach sesyjnych (RB ESPI 22/2015)
- Robert Szulc dokonał nabycia 20.000 akcji Spółki w transakcjach sesyjnych (RB ESPI 1/2016)
- Argentum Capital LLC dokonała nabycia 302.500 akcji Spółki w transakcji pakietowej (RB 2/2016)
- Robert Szulc dokonał nabycia 32.925 akcji Spółki w transakcjach sesyjnych (RB ESPI 2/2016)
- Maciej Szymański dokonał zbycia 336.500 akcji Spółki w transakcji pakietowej oraz na rynku zorganizowanym (RB ESPI 4/2016)
- Jan Krawczyk dokonał nabycia 40.121 akcji Spółki w transakcjach sesyjnych (RB ESPI 5/2016)

4.

Wybrane dane finansowe za rok obrotowy 2015

Wyszczególnienia	2015		2014	
	tys. PLN		tys. EUR	
PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY	4673,9	5451,8	1116,9	51301,4
ZYSK (STRATA) ZE SPRZEDAŻY	-171,6	111,5	-41	26,6
ZYSK (STRATA) NA DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ	-209,1	55,3	-50	13,2
ZYSK (STRATA) BRUTTO	-1695	25,4	-405	6,1
ZYSK (STRATA) NETTO	-1439,6	5,8	-344	1,4
PRZEPŁYWY PIENIĘŻNE NETTO Z DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ	121	206,5	28,9	49,3
PRZEPŁYWY PIENIĘŻNE NETTO Z DZIAŁALNOŚCI INWESTYCYJNEJ	-50,1	-737,3	-12	-176
PRZEPŁYWY PIENIĘŻNE NETTO Z DZIAŁALNOŚCI FINANSOWEJ	-83,5	481,9	-20	115
PRZEPŁYWY PIENIĘŻNE NETTO RAZEM	-12,5	-48,8	-3	-11,6
AKTYWA TRWAŁE	2034,9	2115,4	477,5	496,3
AKTYWA OBROTOWE	353,9	490,8	83	115,2
NALEŻNOŚCI DŁUGOTERMINOWE	21,9	31,9	5,1	7,5
NALEŻNOŚCI KRÓTKOTERMINOWE	41,5	245,4	9,7	57,6
KAPITAŁ WŁASNY	785,2	997,2	184,3	234
KAPITAŁ PODSTAWOWY	223,2	111,6	52,4	26,2
ZOBOWIĄZANIA DŁUGOTERMINOWE	64,7	355,9	15,2	83,5
ZOBOWIĄZANIA KRÓTKOTERMINOWE	423	231,2	99,3	54,2

5.

Sprawozdanie Zarządu z działalności BOOMERANG S.A. za rok obrotowy 2015

Decydujący wpływ na wyniki Spółki osiągnięte w I kwartale 2015 r. miała realizacja kontraktów zawartych w poprzednich kwartałach w ramach marki VENITI Business Travel. Negatywny wpływ na wysokość osiągniętej w tym okresie marży z realizacji umów miał wzrost kursu USD/PLN. W I kwartale 2015 r. zrealizowano m.in. wyjazdy motywacyjne dla Klienta działającego w branży chemicznej o wartości 240 tys. zł oraz wyjazd integracyjny dla Klienta z branży maszynowej o wartości 370 tys. zł. O zawarciu umów informowano w komunikatach bieżących EBI 88/2014 i 87/2014.

Spółka zawarła także kilka znaczących kontraktów m.in. na realizację wyjazdu motywacyjnego o wartości 300 tys. zł dla Klienta z branży spożywczej oraz realizację 6 wyjazdów motywacyjnych o łącznej wartości 0,8 mln zł dla Klienta działającego w branży chemicznej. O wygraniu przetargów informowano w komunikatach bieżących EBI 1/2015 i 4/2015.

Decydujący wpływ na wyniki Spółki osiągnięte w II kwartale 2015 r. miała realizacja kontraktów zawartych w tym i poprzednich kwartałach w ramach marki VENITI Business Travel. Zrealizowano m.in. wyjazdy motywacyjne dla Klienta działającego w branży chemicznej o wartości 1 mln zł oraz wyjazd integracyjny dla Klienta z branży handlowej o wartości 260 tys. zł. O umowach informowano w komunikatach bieżących EBI 4/2015, 8/2015 i 83/2014. Spółka kontynuowała także działania terenowe mające na celu edukację nowych agentów i promocję systemu rezerwacyjnego rejsów wycieczkowych, który został uruchomiony na platformie multiagencyjnej TOM i platformie BlueVendo.

Decydujący wpływ na wyniki Spółki osiągnięte w III kwartale 2015 r. miała realizacja kontraktów zawartych w tym i poprzednich kwartałach w ramach marki VENITI Business Travel. Zrealizowano m.in. wyjazd motywacyjny dla Klienta z branży ogrodniczej. O umowie informowano w komunikacie bieżącym EBI 19/2015. Zrealizowano również szereg innych wyjazdów.

Najważniejszym wydarzeniem dla Spółki było podpisanie umowy inwestycyjnej z większościovym akcjonariuszem Spółki Boomerang S.A., dotyczącej połączenia biznesów obu spółek, zmian własnościowych oraz merytorycznych, a także zmiany Zarządu i Rady Nadzorczej. Działania te spowodowały zmianę strategii rozwoju Spółki, rozszerzenie portfolio usług oraz zakresu działań. O powyższych działaniach informowano w raportach bieżących EBI 21/2015, EBI 24/2015, EBI 25/2015 i EBI 29/2015.

Pierwsze efekty połączenia części biznesowych widoczne były w pierwszej eventowej realizacji dla klienta z branży deweloperskiej.

Decydujący wpływ na wyniki Spółki osiągnięte w IV kwartale 2015 r. miała realizacja kontraktów zawartych w tym i poprzednich kwartałach w ramach marki BOOMERANG i VENITI Business Travel. Zrealizowano m.in. wyjazdy motywacyjne z wykorzystaniem rejsów wycieczkowych po Morzu Śródziemnym dla klientów z branży hodowli zwierząt, ogrodniczej i bankowej, wyjazd na finałowy wyścig sezonu FI do Abu Dhabi, wyjazd integracyjny do Japonii dla klienta z branży medycznej, wyjazd na konferencję medyczną do Rzymu, oraz wyjazd nagrodowy w programie sprzedażowym dla klienta z branży budowlanej.

Emitent przedstawił zarys strategii rozwoju na najbliższe lata, której szczegóły zawierał raport bieżący EBI 33/2015.

Podsumowanie

W roku 2015 Zarząd Spółki zrealizował zakładaną w latach wcześniejszych strategię w zakresie operacyjnym i technologicznym. W roku 2015 Zarząd zintensyfikował działania mające na celu osiągnięcie efektu skali poprzez połączenie lub przejęcie podmiotu z branży komplementarnej, aby wykorzystać stworzone zaplecze technologiczne i personalne w jak najwyższym stopniu, a także ograniczyć koszty promocji. Fizyczne połączenie części biznesowych Veniti S.A. i Boomerang S.A. dokonało się w III i IV kwartale 2015 roku.

Na wyniki z podstawowej działalności BOOMERANG S.A., osiągnięte w 2015 roku, wpłynęły projekty związane z profilem działalności Emitenta. Główne obroty wygenerowała linia biznesowa VBT, czyli organizacja i realizacja turystycznych wyjazdów motywacyjnych dla klientów korporacyjnych. Znaczne zmniejszenie zysku na działalności operacyjnej w roku 2015 związane jest głównie z poniesionymi przez Spółkę kosztami promocji platformy rezerwacyjnej oraz małą skutecznością tych działań z uwagi na budżet marketingowy ograniczony możliwościami Spółki.

Sprzedaż udziałów w Spółkach zależnych został zrealizowany ze stratą, ale w opinii Zarządu przyniesie oszczędności kosztowe oraz usprawni funkcjonowanie Spółki w 2016 i następnych latach.

6.

Oświadczenia Zarządu

6.1. Oświadczenie Zarządu w sprawie rzetelności sprawozdania finansowego

Zarząd BOOMERANG S.A. oświadcza, że według najlepszej wiedzy, sprawozdanie finansowe za okres 01.01.2015 do 31.12.2015 roku oraz dane porównywalne, sporządzone zostały zgodnie z przepisami obowiązującymi Emitenta oraz, że odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową Spółki oraz jej wynik finansowy, a także, że sprawozdanie Zarządu z działalności Spółki za wskazany wyżej okres zawiera prawdziwy obraz sytuacji Spółki, w tym opis podstawowych ryzyk i zagrożeń

6.2. Oświadczenie Zarządu w sprawie wyboru podmiotu badającego sprawozdanie finansowe

Zarząd BOOMERANG S.A. oświadcza, 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

7.

Opis podstawowych ryzyk

Ryzyko niepowodzenia strategii Emitenta

Emitent operuje na rynku turystyki biznesowej. 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

Niniejsza informacja 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 nieznanne 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 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.

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, Pełnomocnika 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 oraz ofertę dla klientów indywidualnych. 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 1187, 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 obowiązкови 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 wnies-

ionych 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 205097), dotyczącą pokrycia kosztów powrotu do kraju, a także zwrotu wpłat wniesionych przez klientów za imprezę turystyczną. Suma gwarancyjna wynosi równowartość 139.282,23 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 płacone 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 pop-

rzez 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 wpłynąć na wyniki Emitenta.

Ryzyko związane z realizacją prognoz finansowych

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.

Emitent nie publikuje prognoz finansowych.

Ryzyko związane ze strukturą akcjonariatu

Podmiotem dominującym wobec Emitenta jest Argentum Capital LLC, podmiot kontrolowany przez Pana Roberta Szulca – Prezesa Zarządu Emitenta, który posiada 1.418.500 akcji. Łącznie posiadane przez Argentum Capital LLC akcje Emitenta stanowią 63,55% 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.

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 osiągniętych 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 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 osiągniętych przez Emitenta i ograniczyć możliwość jego rozwoju.

W celu minimalizacji wskazanego ryzyka Spółka zamierza dywersyfikować świadczone usługi. 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, 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 incentive do 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 szablonowe projekty zdominowane przez daną destynację, 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 w większości 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 regu-

larnych, jak i charterowych), a także innych usług 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. Powoduje to, że Spółka może być narażona na występowanie ryzyka wahań kursowych, co w konsekwencji może mieć negatywny wpływ na perspektywy rozwoju, osiągane 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.

8.

Informacja o stosowaniu przez Spółkę zasad dobrych praktyk

Warszawa, dn. 03 czerwca 2016 r.

Oświadczenie Zarządu Boomerang S.A. w przedmiocie przestrzegania przez spółkę 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”.

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),	NIE	Emitent nie publikuje prognoz
	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. informację 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>	-	-
4	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	-
	Spółka prowadzi korporacyjną stronę internetową, 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.	TAK	-
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 ustalone 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 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.	TAK	-
17	(skreślony)	-	-

9.

Wskazanie przyczyn niesporządzania skonsolidowanych sprawozdań finansowych

Dane finansowe EXCITERS Sp. z o.o., będącej jednostką podrzędną wchodzącą w skład grupy kapitałowej Emitenta, są nieistotne dla realizacji obowiązku określonego w art. 4 ust. 1. Ustawy o rachunkowości, tym samym emitent nie sporządza skonsolidowanego sprawozdania finansowego na mocy spełnienia warunku art. 58 ust. 1 Ustawy o rachunkowości z dnia 29 września 1994 r. (z późn. zm.).

Dane finansowe STRACO Sp. z o.o., będącej jednostką podrzędną wchodzącą w skład grupy kapitałowej Emitenta, są nieistotne dla realizacji obowiązku określonego w art. 4 ust. 1. Ustawy o rachunkowości, tym samym emitent nie sporządza skonsolidowanego sprawozdania finansowego na mocy spełnienia warunku art. 58 ust. 1 Ustawy o rachunkowości z dnia 29 września 1994 r. (z późn. zm.). Spółka nie podjęła działalności operacyjnej.

10.

Dane teledadresowe Spółki

Nazwa: BOOMERANG Spółka Akcyjna
Siedziba: Warszawa
Adres: ul. Ogrodowa 32a lok. 24

Telefon: +48 22 490 99 50
E-mail: boomerang@boomerang.com.pl
WWW: www.boomerang.com.pl

REGON: 141998845
NIP: 701-02-04-825
KRS: 0000384450