



Raport kwartalny
za I kwartał roku obrotowego 2013/2014

Poznań, 13.09.2013r.

1. Informacje ogólne.

a. Podstawowe informacje o Spółce

Wyszczególnienie	Dane Emitenta
Pełna nazwa	MPL VERBUM SPÓŁKA AKCYJNA
Siedziba	61-626 Poznań, ul. Szelałowska 45a
Adres strony internetowej	www.verbum.com.pl
Adres poczty elektronicznej	biuro@verbum.com.pl
Telefon / Fax	61 825 07 85 / 61 825 07 81
Przedmiot działalności	Tworzenie i obsługa programów lojalnościowych
Kapitał zakładowy	<p>Na dzień sporządzenia Raportu kapitał zakładowy Spółki wynosi 244 444,40 zł (dwieście czterdzieści cztery tysiące czterysta czterdzieści cztery i 40/100 złote) i dzieli się na 2 444 444 (dwa miliony czterysta czterdzieści cztery tysiące czterysta czterdzieści cztery) akcji to jest:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1 000 000 (jeden milion) akcji imiennych Serii A, o wartości nominalnej 0,10 zł (dziesięć groszy) każda, uprzywilejowanych co do głosu w stosunku dwa głosy na jedną akcję; • 1 000 000 (jeden milion) akcji zwykłych na okaziciela Serii B, o wartości nominalnej 0,10 zł (dziesięć groszy) każda; • 444 444 (czterysta czterdzieści cztery tysiące czterysta czterdzieści cztery) akcji zwykłych na okaziciela Serii C, o wartości nominalnej 0,10 zł (dziesięć groszy) każda.
Organ prowadzący rejestr	Sąd Rejonowy Poznań - Nowe Miasto i Wilda w Poznaniu VIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego
Numer KRS	0000372990
NIP	778-12-26-405
Organy Spółki	<p>Marcin Katarński – Prezes Zarządu Joanna Rajewska – Członek Zarządu Bożena Zielińska – Członek Zarządu</p>
Skład Rady Nadzorczej	<p>Tadeusz Zieliński Beata Katarńska Bolesław Matyła Marlena Suwała Paweł Rektor</p>

b. Struktura akcjonariatu

Imię i nazwisko / nazwa	Liczba akcji	Udział w akcjonariacie	Liczba głosów	Udział w ogólnej liczbie głosów
Tadeusz Zieliński	783 000	32,03%	1 193 000	34,64%
Marcin Katarński	1 131 550	46,29%	1 721 550	49,98%
Pozostali akcjonariusze	439 894	18,00%	439 894	12,77%
Relationship & Marketing Investment Sp. z o.o.	90 000	3,68%	90 000	2,61%
Łącznie	2 444 444	100,00%	3 444 444	100,00%

c. Ogólny zarys działalności Spółki

Działalność biznesowa MPL Verbum opiera się na projektowaniu, wdrażaniu oraz obsłudze programów lojalnościowych, kierowanych głównie do odbiorców biznesowych. Spółka dzięki koncentracji na dziale obsługi klienta, realizacji projektów wewnątrz własnych struktur oraz własnym, wyspecjalizowanym dziale informatycznym zapewniającym zaplecze technologiczne dla realizowanych projektów, wypracowała przewagę technologiczno-organizacyjną nad konkurencją oraz zapewniła sobie status specjalisty w dziedzinie tworzenia systemów lojalnościowych w segmencie B2B. Status ten firma potwierdziła opracowując autorski model projektowania i realizacji programów lojalnościowych wykorzystujących koncepcję tzw. marki klubowej. System ten kładzie nacisk na budowanie długookresowych i silnych relacji z klientami w odróżnieniu od tradycyjnych programów lojalnościowych opierających się głównie na „nagradzaniu”, czyli materialnym beneficie dla uczestnika programu oraz łączy w równym stopniu funkcję motywacyjną, komunikacyjną, kreowania wizerunku, integracyjną oraz edukacyjną.

Program lojalnościowy MPL Verbum składa się z trzech głównych elementów:

- elementu motywacyjnego - umożliwiającego uczestnikom zbieranie punktów w zamian za pożądaną przez klienta MPL Verbum zachowania i wymienianie ich na nagrody,
- elementu integracyjno - społecznościowego - stanowiącego platformę dla komunikacji i integracji uczestników programu lojalnościowego z jego nadawcą, umożliwiającego edukację oraz analizę zachowań uczestników systemu oraz realizację celów programu,
- elementu analitycznego - służącego do monitorowania realizacji celów programu, zachowań uczestników czy skuteczności zastosowanych narzędzi marketingowych.

Spółka prowadzi w ramach projektu prace projektowe (koncepcja i tworzenie mechanizmów motywacyjnych, rozwiązań komunikacyjnych, tworzenie regulaminu oraz aplikacji), prace wdrożeniowe (prace wokół baz danych, materiałów poligraficznych, budowa stron internetowych projektu) jak i bieżącą obsługę programu (administracja bazą danych, naliczanie punktów, pełna obsługa klienta, prowadzenie dodatkowych konkursów itp).

Oprócz oferowanych zintegrowanych programów, MPL Verbum oferuje także usługi składowe systemów lojalnościowych, oraz programy lojalnościowe w segmencie B2C, oferujące klientom dodatkowe korzyści z tytułu powtarzalnych zakupów produktów objętych programem.

Spółka rozwija również usługi towarzyszące takie jak system PGMS - system zarządzania materiałami promocyjnymi, stanowiący narzędzie usprawniające pracę działów marketingu klientów korzystających z programów lojalnościowych realizowanych przez MPL Verbum, aplikacje internetowe zarządzające programami lojalnościowymi, wprowadza jako nagrody karty pre-paid z możliwością doładowania oraz usługę korzystania z serwera sms do komunikacji z uczestnikami.

Strategia rozwoju przyjęta przez Spółkę obejmuje aktywność w 3 obszarach:

- programy lojalnościowe w branży farmaceutycznej i sprzedaży detalicznej,
- programy multipartnerskie,
- rozwój własnej platformy lojalnościowej, wdrażanie niedrogich rozwiązań lojalnościowych w segmencie MSP.

Znakomitą opinię firmy potwierdza to, że większość nowych klientów MPL Verbum pozyskuje poprzez rekomendacje aktualnych klientów, co świadczy o wysokim poziomie zadowolenia z jej usług. Mocną stroną jest także specyfika jej usług - programy lojalnościowe to z założenia programy długofalowe, zapewniające Spółce długotrwały przychód.

Spółka konsekwentnie wprowadza nowoczesne rozwiązania technologiczne oraz informatyczne, jest posiadaczem certyfikatu zarządzania jakością ISO 9001 oraz beneficjentem dotacji PARP.

2. Wybrane dane finansowe.

- **Wybrane dane finansowe za I kwartał roku obrotowego 2013/2014, oraz dane porównawcze**

Wybrane dane finansowe z rachunku zysków i strat	I kwartał 2013/2014	I kwartał 2012/2013	I kwartał 2013/2014 narastająco	I kwartał 2012/2013 narastająco
Waluta	PLN	PLN	PLN	PLN
I. Przychody netto ze sprzedaży	1 611 625,34	1 246 533,99	1 611 625,34	1 246 533,99
II. Zysk ze sprzedaży	21 212,81	-72 591,95	21 212,81	-72 591,95
III. Zysk z działalności operacyjnej	22 954,97	-38 698,85	22 954,97	-38 698,85
IV. Zysk brutto	16 660,66	-45 455,04	16 660,66	-45 455,04
V. Zysk netto	12 599,66	-45 455,04	12 599,66	-45 455,04
VI. Amortyzacja	33 463,56	22 845,35	33 463,56	22 845,35

Wybrane dane finansowe z bilansu	I kwartał 2013/2014 narastająco	I kwartał 2012/2013 narastająco
Waluta	PLN	PLN
I. Kapitał własny	3 141 381,22	3 118 321,20
II. Należności długoterminowe	152 000,00	0,00
III. Należności krótkoterminowe	1 239 589,33	1 278 500,56
IV. Środki pieniężne i inne aktywa	1 330 961,57	1 169 120,66
V. Zobowiązania długoterminowe	520 744,43	566 845,86
VI. Zobowiązania krótkoterminowe	664 956,66	824 038,73

- **Opis przyjętych zasad rachunkowości**

- Ewidencją bilansową obejmuje się wszystkie środki trwałe o okresie używania ponad jeden rok o wartości w dniu przyjęcia do użytkowania powyżej 3 500,00 zł., ewidencjonuje się wartościowo i ilościowo.
- Dla środków trwałych, których wartość początkowa w dniu przyjęcia do użytkowania jest niższa niż 3 500,00 zł., a okres użytkowania przekracza jeden rok, dokonuje się odpisu umorzeniowego równego wartości początkowej w momencie przyjęcia do użytkowania.
- Wszystkie środki trwałe są amortyzowane metodą liniową za pomocą stawek amortyzacyjnych określonych w obowiązującej ustawie o podatku dochodowym od osób prawnych.
- Wartości niematerialne i prawne o cenie jednostkowej nie przekraczającej 3 500,00 zł odpisuje się jednorazowo w pełnej wartości w koszty. Pozostałe wartości niematerialne i prawne są amortyzowane wg zasad i stawek podatkowych.
- Księgowanie zakupu środków trwałych na koncie 010 wg wartości w cenie nabycia, a zakupione towary ewidencjonuje się na koncie 330 „materiały w cenie nabycia”.
- W przypadku rozliczenia podatku naliczonego z Urzędem Skarbowym podatek od towarów i usług w części nie podlegającej odliczeniu od podatku należnego zwiększa cenę ewidencyjną zakupionych materiałów.
- Leasingi operacyjne ujmowane są dla celów podatkowych tak jak leasingi operacyjne, natomiast dla celów bilansowych jak leasingi finansowe.
- Przyjęto zasadę FIFO ustalania wartości rozchodu materiałów i towarów.
- Spółka przeprowadza inwentaryzację:
 - towarów – nie rzadziej niż raz w roku na ostatni dzień każdego roku obrotowego,
 - środków trwałych – nie rzadziej niż raz na 4 lata.
- Rachunek zysków i strat sporządza się w postaci porównawczej ze szczegółowością określoną w załączniku nr 1 do ustawy o rachunkowości.
- Ewidencję kosztów działalności prowadzi się metodą pełną tj. w układzie rodzajowym kosztów (zespół4).
- Księgi rachunkowe prowadzone są przy użyciu programów komputerowych System Symfonia firmy Sage Sp. z o.o. przez zewnętrzną firmę – biuro rachunkowe na podstawie zawartej umowy.

3. Komentarz Zarządu Spółki na temat czynników i zdarzeń, które miały wpływ na osiągnięte wyniki finansowe.

Rok obrotowy Spółki rozpoczyna się 1 maja, a kończy 30 kwietnia. I kwartał roku obrachunkowego 2013/2014 obejmował miesiące maj 2013r., czerwiec 2013r. i lipiec 2013r.

W I kwartale Spółka osiągnęła przychody ze sprzedaży na poziomie 1 611 625,34 zł., czyli o 365 091,35 zł. wyższe niż w analogicznym okresie roku 2012/2013 realizując wynik operacyjny na poziomie 22 954,97 zł.

Zarząd podkreśla, że mimo niesprzyjających procesów zachodzących w otoczeniu Spółki wypracowany zysk operacyjny jest o 61 653,82 zł. wyższy niż w analogicznym okresie roku ubiegłego.

Na niesatysfakcjonujący wynik finansowy netto Spółki osiągnięty w całym I kwartale miały wpływ następujące czynniki:

- Niższa rentowność sprzedaży spowodowana:
 - Odczuwalnym zmniejszeniem wysokości budżetów marketingowych, a także przesuwaniem w czasie lub rezygnacją przez klientów Spółki z planowanych wcześniej wdrożeń programów i promocji w związku z niepewnością co do rozwoju sytuacji makroekonomicznej w najbliższych miesiącach.
 - Koniecznością obniżenia marż na realizowanych projektach dla utrzymania kontraktów z głównymi klientami Spółki, którzy odczuwają skutki spowolnienia gospodarczego.
 - Utrzymującą się niekorzystną strukturą benefitów otrzymywanych przez uczestników programów lojalnościowych będącą efektem nowelizacji ustawy o VAT z kwietnia 2010r., w związku z którą klienci Spółki zdecydowanie częściej decydują się na zaoferowanie w ramach programów i promocji lojalnościowych benefitów w postaci gotówki lub bonów towarowych.
- Ograniczenie skali działalności Spółki w branży farmaceutycznej po wejściu w życie tzw. ustawy refundacyjnej zawierającej zakaz reklamy aptek.
- Dodatkowe koszty poniesione przez Spółkę w związku z prowadzonymi działaniami sprzedażowymi, rozbudową działu handlowego, działaniami promocyjnymi, a także w związku z rozpoczętymi inwestycjami.
- Odczuwane przez Spółkę spowolnienie gospodarcze, które w największym stopniu dotyka branżę budowlaną, w której Spółka realizuje dużą część swoich projektów.
- Koszty prac związane z uruchamianiem i testowaniem nowych produktów w zakresie programów lojalnościowych typu B2C (zarówno multipartnerskich, jak i monopartnerskich) dla sklepów detalicznych oraz niewielkich sieci sklepów, oraz programów multipartnerskich B2B, których sprzedaż Spółka kontynuuje.

4. Informacja Zarządu Spółki na temat aktywności, jaką w okresie objętym raportem emitent podejmował w obszarze rozwoju prowadzonej działalności.

W I kwartale roku obrotowego 2013/2014 Spółka intensyfikowała działania mające na celu pozyskanie nowych klientów oraz rozszerzenie współpracy z już obsługiwanymi klientami. Zaowocowało to wzrostem przychodów ze sprzedaży o 29% w porównaniu z analogicznym okresem poprzedniego roku. Zarząd Spółki jest przekonany, iż podjęte działania przyczynią się do dalszego wzrostu przychodów w kolejnych kwartałach.

Spółka w I kwartale roku obrachunkowego obsługiwała kolejną edycję pierwszego multipartnerskiego programu lojalnościowego w branży materiałów budowlanych, w którym aktywnie obecnych jest trzech Partnerów o charakterze strategicznym oraz dwóch Partnerów wspierających.

Spółka kontynuowała działania w oparciu o strategię promocyjną, nakierowaną na pozyskanie kolejnych klientów ze szczególnym uwzględnieniem promocji usług związanych z realizacją programów multipartnerskich w segmencie B2B. Spółka intensyfikuje prace związane z wdrożeniem kolejnych programów o charakterze multipartnerskim w segmencie B2B. W fazie przygotowania i negocjacji z potencjalnymi partnerami są projekty w branżach: energooszczędnych rozwiązań w budownictwie, części i akcesoriów motoryzacyjnych, handlu tradycyjnego oraz HORECA.

W I kwartale roku obrachunkowego 2013/2014 Spółka prowadziła prace wdrożeniowe Platformy informatycznej dedykowanej obsłudze programów multipartnerskich w segmentach B2B i B2C oraz narzędzi raportowania aktywności uczestników i rejestracji transakcji w programach multipartnerskich.

Spółka dysponuje gotowym produktem możliwym do wykorzystania na rynku farmaceutycznym w zgodzie z obowiązującymi przepisami prawa, zaopiniowanym pozytywnie przez Dział Prawny. Spółka nieprzerwanie prowadzi rozmowy z potencjalnymi kontrahentami dotyczące sprzedaży i wdrożenia tego rozwiązania.

W I kwartale Spółka kontynuowała prace nad rozwojem Programu Lojalnościowego „Koniczynka” dla klientów sklepów detalicznych. Dział sprzedaży Spółki prowadził aktywną akwizycję, w miejsce zakończonych umów zostali pozyskani kolejni Partnerzy. Obecnych w Programie jest 140 sklepów detalicznych. W kolejnych kwartałach Spółka będzie w dalszym ciągu zwiększać liczbę Partnerów Programu. Obecnie prowadzone są rozmowy z siecią sklepów, które wyraziły zainteresowanie ofertą Spółki.

Spółka prowadziła prace nad modyfikacją multipartnerskiego Programu Lojalnościowego TUTAY, podnoszącego atrakcyjność zakupów w niezależnych lokalnych sklepach detalicznych. Po zakończeniu prac Spółka planuje ponowną sprzedaż Programu.

Spółka rozwija działalność outsourcingową w zakresie realizacji usług związanych z obsługą procesu realizacji nagród (zakup, wydanie i logistyka), zarówno rzeczowych jak i finansowych, w Programach Lojalnościowych prowadzonych samodzielnie przez działy marketingu klientów.

Spółka kontynuuje proces konsolidowania zakupów u kluczowych dostawców, a także zamierza szerzej korzystać z usługi tzw. dropshippingu w celu optymalizacji kosztów przesyłek, które szczególnie w przypadku nagród rzeczowych o niskiej wartości jednostkowej znacząco wpływają na koszty usługi świadczonej przez Spółkę.

W I kwartale Spółka złożyła wniosek o dofinansowanie projektu informatyzacji procesów B2B występujących pomiędzy Spółką, a jej dostawcami i odbiorcami w ramach działania 8.2 POIG, którego wdrożenie pozwoli na poprawę pozycji konkurencyjnej Spółki poprzez obniżenie kosztów zakupów i usprawnienie obsługi procesu dostarczania benefitów w prowadzonych programach lojalnościowych. Wniosek został pozytywnie zweryfikowany pod względem formalnym i merytorycznym przez Wielkopolską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości sp. z o.o.

5. Informacja o możliwościach realizacji przekazywanych do publicznej wiadomości prognoz wyników finansowych.

Spółka MPL Verbum S.A. nie publikowała prognoz wyników finansowych na rok obrotowy 2013/2014.

6. Oświadczenie Zarządu.

Poznań, 13 września 2013r.

Zarząd Spółki MPL Verbum S.A. oświadcza, że według jego najlepszej wiedzy, wybrane informacje finansowe i dane porównywalne Spółki sporządzone zostały zgodnie z przepisami obowiązującymi Spółkę, oraz że komentarze i dodatkowe informacje zawierają prawdziwy obraz rozwoju i osiągnięć oraz sytuacji w Spółce.