

1. W nawiązaniu do komunikatu 93/2017 z dnia 31.10.2017 roku jak przebiega realizacja opublikowanej przez Spółkę strategii działania. W wyżej wymienionym komunikacie Spółka jasno określiła kluczowe założenia niniejszej strategii na które złożyły się:

- restrukturyzacja Spółki,
- rozpoczęcie działalności PL GROUP SA,
- rozwijanie marek własnych: PLRENT, PLCFM, PLDETAILING, CLS, PLSELECT,
- pozyskanie kapitału w ramach emisji akcji w ofercie prywatnej lub publicznej,
- przeniesienie notowań na GPW,
- akwizycję strategicznego podmiotu,
- możliwość pozyskania kapitału w ramach emisji akcji celem sfinansowania dalszego rozwoju,
- wejście na rynki europejskie poprzez akwizycje,
- możliwość pozyskania kapitału od inwestorów zagranicznych.

Jak na dzień dzisiejszy tj. 26.06.2018 r. wygląda realizacja tej strategii?

Czy wszystkie punkty będą realizowane?

- restrukturyzacja Spółki,

Długotrwały proces restrukturyzacji związany z obsługą historycznych zobowiązań wynikających z poprzedniej działalności pod nazwą RAJDY 4X4 S.A. należy uznać za zakończony o czym Spółka informowała w raporcie za I kwartał 2018 roku.

- rozpoczęcie działalności PL GROUP SA,

Zgodnie z informacją przekazaną przez Spółkę w raporcie za I kwartał 2018 roku działalność PL GROUP SA rozpoczęła się w IV kwartale 2017. Dopiero jednak I kwartał 2018 roku był pierwszym pełnym kwartałem działalności operacyjnej PL GROUP S.A. Informacje i dane opublikowane przez Spółkę w raporcie za I kwartał 2018 roku były doskonałą okazją do zaprezentowania się Spółki inwestorom i swoistego przywitania z rynkiem NewConnect. Wyniki kolejnych kwartałów powinny potwierdzić pozytywne tendencje związane z rozwojem prowadzonego przez Spółkę biznesu jak i potwierdzić słuszność decyzji o debiucie Spółki w Alternatywnym Systemie Obrotu.

- rozwijanie marek własnych: PLRENT, PLCFM, PLDETAILING, CLS, PLSELECT,

Od momentu wprowadzenia marek do działalności spółki PL GROUP S.A., udało się rozwinąć marki w następującej formie;

PLRENT – sukcesywny remarketing floty oraz pozyskanie nowych klientów

PLCFM – prace analityczne oraz projektowe nad produktem aplikacji mobilnej

PLDETAILING – rozwinięcie portfela usług oraz pozyskanie nowych klientów, rozpoczęcie rozmów na temat partnerstwa z branżową marką zagraniczną.

CLS – prace analityczne oraz projektowe nad produktem ogólnopolskim

PLSELECT – pozyskanie klientów do dalszego rozwoju marki poprzez zwiększanie atrakcyjności oraz liczebności towarów handlowych.

- pozyskanie kapitału w ramach emisji akcji w ofercie prywatnej lub publicznej,

W dniu 10.05.2018 roku NWZA podjęło uchwałę w sprawie podwyższenia kapitału zakładowego Spółki poprzez emisję 1 668 305 akcji serii F w drodze subskrypcji prywatnej z wyłączeniem prawa poboru dotychczasowych akcjonariuszy. Jest to pierwszy krok wynikający z ogłoszonej strategii, a dotyczący podwyższenia kapitału zakładowego Spółki. Zgodnie z treścią przytoczonej uchwały emisja akcji serii F jest możliwa do 30 września 2018 r. W przypadku zawarcia umów objęcia Spółka poinformuje o tym fakcie za pośrednictwem raportów bieżących zgodnie z obowiązującymi regulacjami.

- przeniesienie notowań na GPW,

Przeniesienie notowań na rynek główny jest strategią podaną na lata 2017-2022 i jest uzależniona od wielu czynników rozwoju spółki w podanych latach oraz sytuacją makroekonomiczną samego rynku Giełdy Papierów Wartościowych.

- akwizycję strategicznego podmiotu,

Akwizycja strategicznego podmiotu jest strategią podaną na lata 2017-2022 i jest uzależniona od wielu czynników rozwoju spółki w podanych latach.

- możliwość pozyskania kapitału w ramach emisji akcji celem sfinansowania dalszego rozwoju,

Zgodnie z opublikowaną uchwałą z Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Emitenta zwołanego na dzień 10 maja 2018 roku, emisja akcji serii F w drodze subskrypcji prywatnej z wyłączeniem w całości prawa poboru dotychczasowych akcjonariuszy przeprowadzenie emisji akcji F jest możliwe do 30 września 2018.

- wejście na rynki europejskie poprzez akwizycje,

wejście na rynki europejskie poprzez akwizycje jest strategią podaną na lata 2017-2022 i jest uzależniona od wielu czynników rozwoju spółki w podanych latach.

- możliwość pozyskania kapitału od inwestorów zagranicznych.

Możliwość pozyskania kapitału od inwestorów zagranicznych jest strategią podaną na lata 2017-2022 i jest uzależniona od wielu czynników rozwoju spółki w podanych latach.

Dlaczego do dnia dzisiejszego Spółka nie przekazuje żadnych komunikatów dotyczących realizacji powyższej strategii?

W ocenie Zarządu Spółki nie miały miejsce żadne istotne wydarzenia podlegające obowiązkowi raportowemu.

Spółka jest zobowiązana do publikowania informacji o charakterze poufnym, które spełniają definicję zawartą w rozporządzeniu MAR. Z uwagi na brak takich zdarzeń od momentu publikacji strategii Emitent nie publikował żadnych raportów w systemie ESPI, którego podstawą były informacje poufne.

Dlaczego Spółka nie komunikuje żadnych faktów dotyczących bieżącej działalności operacyjnej? Czy brak komunikacji oznacza, że rozwój Spółki został zatrzymany i ogranicza się jedynie do obsługi klientów przejętych ze spółki PL Group Polska Sp. z o.o.?

Emitent zaznacza, że podlega obowiązkom informacyjnym wynikającym z rozporządzenia MAR i regulacji rynku NewConnect.

Komunikowane są wszystkie zdarzenia objęte katalogiem wspomnianych regulacji.

W ocenie Zarządu Emitenta od momentu publikacji strategii rozwoju nie miały miejsce żadne wydarzenia spełniające definicję informacji poufnej według rozporządzenia MAR.

Jeżeli takie zdarzenia będą miały miejsce w przyszłości Emitent z pewnością przekaze stosowną informację do wiadomości publicznej.

2. W minionych tygodniach notowania Spółki osiągnęły roczne minimum. W tym czasie Spółka nie komunikowała się z akcjonariuszami poprzez komunikaty bieżące w serwisach EBI/ESPI.

Czy znane są powody tak głębokiej przeceny akcji?

Spółce nie są znane powody przeceny kursu akcji. Spółka i Zarząd Spółki nie mają wpływu na decyzje inwestycyjne podejmowane przez akcjonariuszy. Jednocześnie Zarząd Spółki zaznacza, że przecena akcji nie jest spowodowana wyprzedzą z strony większościowego akcjonariusza – PL Group Polska Sp. z o.o. oraz Pana Sebastiana Albina. Na podmiotach tych spoczywają bowiem obowiązki przekazywania informacji o dokonywanych transakcjach i zmianach udziału w głosach – żadne z takich powiadomień nie wpłynęło w ostatnim czasie do Spółki.

Czy Spółka zamierza podjąć jakieś działania obronne zmierzające do odwrócenia tego niekorzystnego trendu i jednocześnie do uniknięcia takiej sytuacji w przyszłości?

W ocenie Zarządu działania zmierzające do wzrostu wartości Spółki podejmowane są codziennie w ramach bieżącej działalności operacyjnej. Należy zwrócić uwagę na wyniki opublikowane w raporcie za 1 kwartał 2018 r., gdzie Emitent wykazał 1,2 mln PLN przychodów oraz 0,6 mln PLN zysku netto. Jednocześnie należy zaznaczyć, że był to pierwszy pełny kwartał działalności wynikający ze zmian własnościowych z końca roku 2017. W ocenie Zarządu dopiero wyniku w ujęciu rocznym pokażą pełny obraz potencjału operacyjnego Emitenta.

W przypadku wystąpienia istotnych wydarzeń w działalności Spółki Emitent będzie przekazywał stosowne informacje w oparciu o przepisy rozporządzenia MAR za pośrednictwem systemu ESPI

3. W nawiązaniu do raportu bieżącego 9/2018 z 10.05.2018 r. dotyczącego uchwał podjętych na NWZA dotyczących m.in. podwyższenia kapitału zakładowego - do 1.668.305 (jeden milion sześćset sześćdziesiąt osiem tysięcy trzysta pięć) akcji zwykłych na okaziciela serii F o wartości nominalnej 1,00 (jeden złotych) każda - jak Spółka zamierza uplasować emisję na rynku?

Zgodnie z treścią uchwały Spółka zamierza uplasować emisję w trybie oferty prywatnej, tj. skierowanej do imiennie oznaczonych adresatów w liczbie nie większej niż 149 osób. Uchwała zezwala na zawarcie umów objęcia do dnia 30 września 2018 r.

Dlaczego Członkowie Zarządu, Rady Nadzorczej i insiderzy nie dokonują zakupów wykorzystując obecny niski kurs akcji?

Spółka nie ma wpływu na decyzje inwestycyjne podejmowane przez Członków Zarządu, Rady Nadzorczej i insiderów. Jednocześnie należy zaznaczyć, że zgodnie z przepisami rozporządzenia MAR podmioty te nie muszą informować o transakcjach na instrumentach finansowych, jeżeli wartość tych transakcji w danym roku kalendarzowym nie przekroczyła 5 tys. EUR. Nie można wykluczyć, że osoby pełniące obowiązki zarządcze zawierały transakcje na instrumentach finansowych mieszające się we wskazanym limicie bez konieczności informowania KNF i Emitenta. Jednocześnie Emitent zaznacza, że nie otrzymał w ostatnim czasie żadnych zawiadomień o transakcjach powyżej wartości 5 tys. EUR. W przypadku otrzymania takiego zawiadomienia, zgodnie z obowiązującymi regulacjami, przekaze je niezwłocznie do publicznej wiadomości za pośrednictwem systemu ESPI.

4. W raporcie okresowym za I kwartał 2018 roku opublikowanym w dniu 10.05.2018 r. poinformowali Państwo rynek o inauguracji Waszej nowej marki #MRKMH. Jako pasjonat branży motoryzacyjnej zapoznałem się z treścią publikowanych informacji za pośrednictwem tego kanału w serwisie [YOUTUBE.COM](https://www.youtube.com). Nasunęły mi się jednak pewne wątpliwości dotyczące funkcjonowania tego tworu.

Czy Spółka PL GROUP S.A. jest właścicielem tego kanału? Nigdzie nie widać logotypów i nie ma żadnej informacji na ten temat?

Spółka jest właścicielem marki #MRKMH, która posiada swój kanał w serwisie YouTube.com. Obecnie produkty tej marki są w fazie testowej, stąd nie ma gotowości do opublikowania informacji na ten temat. Zachęcamy natomiast do obserwowania, ponieważ informacje oraz szersze działania zostaną zaimplementowane w nie długim czasie.

Jaki jest cel uruchomienia tej jak to Państwo nazwali marki?

Marka #MRKMH ma na celu zbudowanie społeczności odbiorców wokół motoryzacyjnych pozwalając komunikować bieżącą działalność spółki poprzez nowoczesne formy komunikacji w portalach społecznościowych oraz serwisach typu YouTube.

Jaki był koszt uruchomienia tego przedsięwzięcia do dnia dzisiejszego?

Koszt był nieistotny z punktu widzenia skali działalności prowadzonej przez Spółkę.

W jaki sposób Spółka zamierza zarabiać na tym produkcie?

Każda marka spółki ma swoją strategię oraz plan. Emitent zaznacza, że przekazanie informacji na temat planowanych źródeł przychodów z tego projektu może narazić Spółkę na straty z uwagi na wczesną fazę jego rozwoju oraz możliwe działania konkurencji.

Jeżeli zaś Spółka nie jest właścicielem tego produktu to w jakim celu informowali Państwo w raporcie kwartalnym o inauguracji marki należącej do Spółki? To mogło wprowadzić w błąd.

Spółka jest właścicielem marki #MRKMH obecnej w różnych mediach dostępnych na rynku.

Z poważaniem,

Sebastian Albin

Prezes Zarządu