

**SPRAWOZDANIE ZARZĄDU MODECOM S.A.  
Z DZIAŁALNOŚCI SPÓŁKI ZA 2017 R.**

**I. Władze Spółki**

W 2017 r. nie nastąpiły zmiany w Zarządzie Spółki. Prezesem Zarządu Spółki jest Jakub Łozowski. Do składania oświadczeń w imieniu Spółki upoważniony jest Prezes Zarządu samodzielnie, a pozostali członkowie Zarządu tylko łącznie z innym członkiem Zarządu

**II. Zdarzenia istotnie wpływające na działalność Spółki w 2017 r.**

**II.a Strategie sprzedaży, ekspansja na światowych rynkach.**

Spółka MODECOM S.A. na rynkach zagranicznych oraz rynku krajowym kontynuowała przyjętą strategię rozwoju i współpracy w celu zwiększenia dostępności produktów dla klienta końcowego. MODECOM dzięki dywersyfikacji gamy produktowej i wprowadzeniu do oferty nowych urządzeń, zwiększa liczbę Partnerów na rynkach Europy, Afryki, Azji i obu Ameryk.

Rozwój produktów i ich modyfikacja zależna jest od zmieniających się potrzeb rynku i konsumentów. Dlatego też wprowadzone zostały nowe produkty w ramach klasycznych linii produktowych MODECOM jak i w ramach linii produktów dedykowanych dla graczy z serii Volcano Gaming. Portfolio produktów gamingowych zostało rozszerzone o kolejne produkty, w tym urządzenia rzadko spotykane na rynkach ze względu na swoją wyjątkową konstrukcję lub przeznaczenie.

W ramach realizowanej strategii sprzedażowej i wizerunkowej za jeden z celów przyjęto możliwość testowania przez konsumentów na jak najszerzą skalę produktów z serii Volcano Gaming. Spółka MODECOM dalej dynamicznie zwiększa swoją ekspansję na nowe rynki, również te poza obszarem Unii Europejskiej i Europy, co zaowocowało nawiązaniem współpracy z dwoma nowymi dystrybutorami w Afryce. Realizacja strategii pozwala osiągnąć założone cele przy jednoczesnym wzroście dostępności urządzeń MODECOM na rynkach z zachowaniem dywersyfikacji oferty.

## 1. EUROPA

- Firma zrealizowała na Węgrzech kolejne personalizowane zamówienie na nawigację MODECOM. W drugim kwartale 2017 r. Spółka wygrała przetargi rozpisane przez Ministerstwo Edukacji na Węgrzech na kilkaset obudów komputerowych oraz przystąpiła do nowego przetargu na sprzęt komputerowy – dotyczącego obudów, myszek i klawiatur. Spółka wygrała również personalizowany przetarg na nawigację i przystąpiła ponownie do nowego przetargu na sprzęt GPS.
- W Czechach oraz na Słowenii poszerzona została oferta dystrybutorów o nowe produkty. Spółka sukcesywnie zwiększa swój udział w rynku w każdej kategorii produktowej na terenie Czech. Do oferty dystrybucji w tym regionie wprowadzone zostały nowe produkty – obudowy komputerowe, klawiatury oraz wybrane modele głośników. Dodatkowo w celu zwiększenia obecności i dostępności produktów, Spółka rozpoczęła negocjacje z nowymi Partnerami z regionu. Dodatkowymi działaniami wspierającymi obecność marki MODECOM było uczestnictwo w cyklicznych, corocznych konferencjach dystrybutorów. Zaprezentowane zostały nowości z oferty, głównie skupiając się na propozycjach dla graczy Volcano Gaming. W trzecim kwartale Spółka znacznie poszerzyła ofertę produktową u dystrybutorów i partnerów w Czechach o urządzenia dla graczy, sprzęt audio oraz urządzenia mobilne.
- W marcu 2017 r. Spółka uczestniczyła w międzynarodowych targach CEBIT 2017 wraz z zagranicznymi Partnerami. Efektem tej współpracy z lokalnymi dystrybutorami z Belgii i Niemiec, którzy pokrywają swoimi kanałami sprzedaży rynki Beneluxu oraz Niemiec i Austrii jest szersze i efektywniejsze dotarcie do resellerów i konsumentów z tych rynków.
- MODECOM zacieśnił współpracę z obecnymi dystrybutorami we Włoszech. W wyniku prowadzonej konsekwentnie polityki sprzedażowej produkty MODECOM można również nabyć poprzez najważniejsze portale e-commerce we Włoszech. Wolumen sprzedaży we Włoszech w III kwartale 2017 roku poprzez rozwój współpracy z lokalnymi resellerami wzrósł kilkukrotnie względem analogicznego okresu z zeszłego roku.
- Spółka rozwinęła także współpracę z obecnym dystrybutorem z Portugalii. Marka i jej produkty zostały zaprezentowane na eventcie MAFRA. Wynikiem rosnącej w regionie rozpoznawalności marki jest wzrost popularności nawigacji MODECOM na rynku portugalskim, co przekłada się pozytywnie na wyniki sprzedaży.
- Na półwyspie iberyjskim została podpisana kolejna umowa, na mocy której MODECOM ma nowego, strategicznego dystrybutora w Hiszpanii. Wspólnie

planowane działania ugruntowują pozycję Spółki i gwarantują rozwój sprzedaży produktów MODECOM w Hiszpanii.

- Dzięki rozwinięciu współpracy na rynku bułgarskim, produkty MODECOM są dostępne i promowane w katalogach jednych z największych sieci lokalnych. Wraz z dynamicznym wzrostem sprzedaży w Bułgarii do pomocy rozwoju sprzedaży oraz kontroli nad działaniami, zatrudniony został lokalny przedstawiciel, którego zadaniem jest koordynacja sprzedaży i promocji produktów. W regionie Spółka rozpoczęła negocjacje z nowymi Partnerami w celu poszerzenia swojej oferty, w szczególności nawigacji oraz wideorejestratorów. Na terenie Bułgarii Spółka pozyskała nowego dystrybutora oraz nowe sieci handlowe, z sukcesem wprowadzając do sprzedaży produkty gamingowe, promowane przez lokalnych youtuberów. Kanał dystrybucyjny w Bułgarii bardzo mocno pracował nad rozpoznawalnością marki MODECOM, zwiększając liczbę aktywnych resellerów do ponad 100 klientów.
- W Czarnogórze zaplanowana i zrealizowana została kampania reklamowa promująca nawigacje samochodowe MODECOM.
- Obecność na rynkach wschodnich poprzez sprzedaż i podpisanie umowy z nowym dystrybutorem na Białorusi, czy zwiększeniu sprzedaży na Ukrainie jest kolejnym działaniem mającym umocnić pozycję produktów MODECOM na rynkach zagranicznych. Zwiększenie sprzedaży nastąpiło także poprzez nowe kanały w krajach Litwy, Łotwy i Estonii. Prowadzone były także rozmowy o współpracy z dystrybutorami w Azerbejdżanie, Armenii i innymi państwami Kaukazu. Podpisana została również umowa z nowym dystrybutorem na Białorusi, który wprowadził do sprzedaży produkty Spółki do wybranych sieci handlowych i hipermarketów. Działanie ma podwójny pozytywny efekt – sprzedaż produktów i zwiększenie udziału w tamtejszym rynku, a także wzmocnienie wizerunku i świadomości marki MODECOM na Białorusi. MODECOM w II kwartale 2017 roku był organizatorem konferencji z udziałem regionalnych resellerów z całej Ukrainy. Podpisana została także umowa dystrybucyjna z jednym z największych dystrybutorów w Azerbejdżanie, który będzie zaopatrywał dystrybutorów i resellerów w ościennych krajach Kaukazu.
- Na Ukrainie osiągnięto kilkukrotny wzrost obrotów w III kwartale 2017 r. w stosunku do okresu z roku ubiegłego, co jest efektem wprowadzenia nowych produktów o optymalnej relacji ceny do jakości oraz dedykowane potrzebom konsumentów.
- Spółka zgodnie ze swoją strategią produktową rozwijała udział w rynku na Bałkanach. Produkty MODECOM były również szerzej niż dotychczas promowane i dostępne w sieciach retailowych w Chorwacji, Macedonii i Słowenii. W Europie zorganizowane zostały na szeroką skalę promocje produktów w Rumunii, co przyczyniło się do wzrostu sprzedaży na lokalnym

rynku i wzrostu świadomości marki MODECOM. Na mocy zawartych porozumień Spółka poszerzyła współpracę z obecnymi dystrybutorami z rynku bałkańskiego, m.in. wprowadzając nowe produkty do oferty, jak i zwiększając swój udział w lokalnie wydawanych katalogach okresowych.

- W Rumunii oraz Grecji rozwijana była sprzedaż produktów MODECOM z dolnego segmentu cenowego. Obecnie trwają działania mające na celu zwiększenie udziału tych produktów w rynku oraz wprowadzenie do sprzedaży urządzeń plasujących się powyżej wspomnianego wcześniej segmentu.
- Podpisana została strategiczna umowa z największym dystrybutorem na Łotwie, który dostarcza produkty nie tylko na swój rodzimy rynek, ale obsługuje również dystrybucję na wszystkie państwa Bałtyckie.

## 2. POLSKA

W Polsce systematycznie realizowano przyjętą z początkiem 2017 roku strategię sprzedaży. Ustalone plany sprzedaży w połączeniu z działaniami marketingowymi przyczyniły się do umocnienia pozycji Spółki na rynku. Wprowadzone standardy opieki nad klientem dla managerów regionów mają za zadanie zwiększyć zaufanie i przywiązanie do produktów MODECOM. Niezawodność oraz szybkość działań zespołu sprzedaży, w tym możliwość realizacji zamówień niestandardowych, w przystępnej cenie oraz z krótkim terminem dostawy, to przewaga konkurencyjna Spółki.

Na rynku polskim, poza bieżącymi działaniami wynikającymi z realizowanej polityki sprzedażowej, nawiązana została współpraca z jedną z wiodących w Polsce sieci sprzedaży hurtowej i detalicznej sprzętu AGD i RTV o szacowanym udziale w rynku na poziomie 8%. Zamówienia do niej realizowane są za pośrednictwem dystrybucji. Dodatkowo w związku z rosnącą popularnością produktów MODECOM w sieci MSHP uruchomiony został system automatycznego uzupełniania zapasów magazynowych zwany AUTODYSPO. Zacieśnienie współpracy z dotychczasowymi partnerami biznesowymi odbywa się wielopłaszczyznowo, zaś rozbudowany system opieki nad klientem pozwala w krótkim czasie dostosować portfolio produktowe do potrzeb rodzimego rynku.

Na polskim rynku kontynuowane były strategiczne czynności na rzecz promocji i sprzedaży urządzeń gamingowych. Efektem prowadzonych rozmów jest zwiększenie gamy produktowej m.in. w sieciach z branży FMCG. Realizowane przedsięwzięcia sprzedażowe wraz z zaplanowanymi i kluczowymi dla promocji urządzeń działaniami marketingowymi osiągają efekt synergii przyczyniając się do wzrostu rozpoznawalności wśród klientów końcowych, a co za tym idzie generując popyt na urządzenia. Udział produktów gamingowych z serii Volcano Gaming w ofercie polskich dystrybutorów i sieci sprzedaży w wybranych przypadkach osiągnął

w 2017 roku ponad 60% całości dostępnej oferty. Kluczowymi czynnikami jakie złożyły się na taki wynik jest nie tylko dywersyfikacja oferty, ale także jakość urządzeń oraz ich promocja.

### 3. AMERYKA POŁUDNIOWA

- W Ameryce Południowej obecność MODECOM systematycznie ulega zwiększeniu poprzez wprowadzenie do oferty dystrybutorów popularnych i atrakcyjnych cenowo produktów. W mediach, prasie i portalach branżowych pojawiają się recenzje i informacje oraz testy produktów MODECOM, co przekłada się też na wzrost sprzedaży i rozwój współpracy z dystrybutorem z Chile.

### 4. AFRYKA

- Spółka MODECOM dalej dynamicznie zwiększa swoją ekspansję na nowe rynki, co zaowocowało nawiązaniem współpracy z dwoma nowymi dystrybutorami w Afryce.
- Spółka wynegocjowała nową współpracę z dystrybutorem mającym siedzibę w Kamerunie. Rozszerzenie działalności Spółki w Afryce to jeden z elementów prowadzonej strategii sprzedażowej aby oferować urządzenia IT najbardziej zaawansowane technologicznie w przystępnych cenach. Rozwój tej współpracy będzie miał swoje przełożenie na globalną współpracę na terenie Afryki, dywersyfikując dostawców sprzętu oraz zwiększając ofertę produktową MODECOM.

## II.b Realizacja przyjętej strategii marketingowej na światowych rynkach.

Rok 2017 był okresem realizowanej strategii marketingowej, mającej na celu promocję marki MODECOM w określonej grupie docelowej przy wykorzystaniu sprawdzonych rozwiązań.

### 1. Sport tradycyjny – promocja w grupie docelowej kibiców piłki nożnej.

W realizacji planu marketingowego uwzględnione były także działania związane z marketingiem sportowym. Międzynarodowe Targi Piłkarskie „ŚWIAT PIŁKI” organizowane 7-9 kwietnia 2017 r. na PGE Narodowym, to pierwsza w Polsce i Europie impreza wystawiennicza poświęcona piłce nożnej. Patronat nad targami objął MODECOM wystawiając na dwóch stoiskach zarówno produkty licencyjne jak i gamingowe. W czerwcu podczas ostatniej kolejki meczowej Lotto

Ekstraklasy pomiędzy Legią Warszawa a Lechią Gdańsk przeprowadzone zostały działania promocyjne z hostessami przy wykorzystaniu produktów gamingowych. W przerwie meczu odbył się także konkurs na murawie boiska gdzie do wygrania były produkty MODECOM. Do końca Q2 2017 r. przeprowadzone zostały dwa konkursy na kanale Facebook Legii Warszawa angażując fanów stołecznego klubu oraz zwiększając świadomość marki w lokalnej społeczności.

MODECOM pojawił także się na bandach w Poznaniu podczas meczu kolejki ligowej Ekstraklasy. Promocja na terenie wielkopolski produktów MODECOM przyczynia się do wzrostu rozpoznawalności wybranych produktów. Wsparcie krajowego oraz lokalnego sportu odbywa się także na poziomie działań prospołecznych, np. związanych ze sponsoringiem turniejów dla dzieci.

Podczas meczu Eliminacyjnego do Mistrzostw Świata w dniu 26 marca 2017 r. Czarnogóra – Polska Spółka została operatorem band LED i zakupiła prawa do emisji reklamy. MODECOM obecny był podczas wskazań sponsorskich przy meczach Legii Warszawa w kwalifikacjach do Ligi Mistrzów, które transmitowane były w Telewizji Polskiej dniach 12 i 19 lipca podczas meczów Legii Warszawa z IFK Mariehamn. MODECOM był także obecny na bandach LED podczas meczu FK Astana – Legia Warszawa w dniu 26 lipca 2017 r. Reklama z logotypem MODECOM transmitowana była również na bandach LED podczas meczu eliminacyjnego do Mistrzostw Świata Dania – Polska w dniu 1 września.

## 2. eSport i Gaming.

Wsparcie Ostródzkiego Starcia Legend w lutym 2017 r. była pierwszym w tym roku wydarzeniem, rozpoczynając serię targów, eventów i turniejów gamingowych, które zostały zaplanowane do realizacji. Zasięgi osiągające – w zależności od eventu – od kilkunastu do kilkuset tysięcy kontaktów z produktami MODECOM, przyczyniają się do zwiększenia rozpoznawalności produktów gamingowych marki Volcano Gaming. W dalszej perspektywie wprowadzenie rozwiązań na rzecz marketingu w obszarze gamingu przyczyni się do zaadresowania produktów do szerszego grona klientów i ich dywersyfikacji na portfel klienta.

Kontynuowana promocja produktów dla graczy z okresu Q1 2017 roku była efektem nawiązania współpracy z sekcją eSportową Legii Warszawa. W niedzielę 23 kwietnia na stadionie Legii Warszawa odbyły się finały Lay's Gaming Legia Community Cup podczas których MODECOM pełnił rolę Sponsora Technicznego przekazując nagrody rzeczowe i pieniężne dla laureatów Turnieju.

MODECOM brał udział w najważniejszych i największych pod względem frekwencji gamingowych targach krajów bałtyckich GameON w Wilnie na Litwie.

Udział MODECOM podczas targów pozwolił zapoznać się użytkownikom z urządzeniami i porównać je bezpośrednio do produktów konkurencji.

Czwarty kwartał 2017 roku był okresem intensywnych działań promocyjnych, zwłaszcza w grupie docelowej miłośników gier komputerowych. Po raz drugi MODECOM został sponsorem Poznań Game Arena. Stoiska MODECOM obecne były w dwóch miejscach – jedno strategiczne z Partnerem siecią Carrefour w hali nr 5 o powierzchni 1000m<sup>2</sup>, drugie w hali nr 8 o powierzchni bliskiej 400m<sup>2</sup>. Prezentacja produktów oraz liczne działania promocyjne przyczyniły się do wzrostu rozpoznawalności marki w obszarze nowych technologii. Podpisana umowa z agencją marketingową pozwoliła na realizację pierwszych działań na YouTube, dostarczając wiedzę i content dla niezagospodarowanej przez Spółkę do tej pory grupy docelowej. Nawiązana została też współpraca z firmą wydającą w Polsce grę z serii Total War: Warhammer. Unikatowe na skalę eventu przedsięwzięcie pozwalało uczestnikom PGA na zagranie w premierowy tytuł wyłącznie na stoisku MODECOM. Event PGA był także okazją do organizacji największego w historii Spółki konkursu na klawiatury mechaniczne na profilu społecznościowym jednego z najpopularniejszych youtuberów w Polsce. Podczas PGA odbyła się także modyfikacja obudowy MODECOM Volcano Oberon. Współpraca z jednym z najbardziej rozpoznawanych i popularnych modderów w Polsce kontynuowana była w listopadzie, kiedy to z okazji Halloween powstał 24 godzinny stream na platformie Twitch z obudową i zasilaczem MODECOM.

Poznań Game Arena nie była jedynym eventem gamingowym, w którym Spółka wzięła udział. MODECOM wystawił się również na Warsaw Games Week, największym wydarzeniu dla graczy w stolicy Polski. Na stoisku wyposażonym w 20 stanowisk komputerowych zagrać można było w najpopularniejsze i najnowsze gry. Warsaw Games Week był świetną okazją do prezentacji nowych produktów z serii Volcano Gaming a także na wypróbowanie tych urządzeń w ulubionych przez klientów grach.

Obecność na rynku Europy Środkowo-Wschodniej systematycznie jest rozwijana m.in. poprzez udział w eventach gamingowych. LANPARTY event odbył się w dniach 20-22 października 2017 w Kownie, na którym to można było zapoznać się z klawiaturami, myszami, słuchawkami, obudowami, zasilaczami i podkładkami z serii Volcano Gaming.

### **3. Testy i recenzje urządzeń MODECOM. Promocje produktów.**

W okresie kwiecień – czerwiec 2017 roku przeprowadzono kilkadziesiąt testów produktów, zarówno tych obecnych już jakiś czas na rynku, jak i nowości produktowych. Dzięki działaniom marketingowym wzrasta świadomość społeczeństwa na temat najnowszych rozwiązań technologicznych oraz

użyteczności produktów MODECOM w życiu codziennym, przy jednoczesnym wypracowywaniu pozytywnego wpływu na rosnącą świadomość marki. Przeprowadzone testy urzędzeń w niezależnych redakcjach skutkowały przyznaniem rekomendacji na wybrane produkty w tym nagród m.in. za doskonałą relację jakość/cena, co uwiarygadnia jakość produktów oraz ich użyteczność.

Najwięcej rekomendacji przyznano wprowadzonej do sprzedaży w Q2 2017 najnowszej klawiaturze mechanicznej. Zorganizowane akcje promocyjne miały swoje przełożenie na wysoką popularność i doskonałe wyniki sprzedażowe klawiatury MODECOM Volcano Hammer, która w cenie 149 zł była do nabycia w sieci Auchan. Sprzęt ten, który oferowany jest w cenie klawiatur membranowych, uzyskał w rekordowym czasie wyróżnienia i rekomendacje specjalistów z branży, szybko osiągając pozycję lidera w zestawieniach klawiatur mechanicznych. Popularność produktu przełożyła się na zaufanie do marki oraz na wzrost rozpoznawalności produktów MODECOM Volcano Gaming. Sieć sklepów Auchan to nie jedyne miejsce w którym miała premiera produktów MODECOM. Przeprowadzone w maju w hipermarketach Carrefour akcje promocyjne BTL (eventy promocyjne) miały na celu wypromować wprowadzone do sprzedaży nowe modele smartfonów. Do zapoznania z ofertą zachęcały także zorganizowane w poszczególnych miastach konkursy na najlepsze i najciekawsze zdjęcia.

Produkty MODECOM Volcano Gaming zdobyły uznanie ekspertów m.in. w niezależnych testach redakcji PC Format. Modele Volcano Lanparty oraz Volcano Hammer zdobyły pierwsze miejsca w zestawieniach klawiatur mechanicznych w swojej kategorii cenowej. Klawiatura MODECOM Volcano Lanparty RGB otrzymała rekomendację redakcji CD-Action oraz VideoBlogTech. Z kolei mysz MODECOM Volcano MC-GMX4 zdobyła rekomendację portalu ITHardware. Ta sama mysz otrzymała także uznanie portalu Verdykt. Wyróżnienia w niezależnych testach przez różnych ekspertów otrzymały głośniki MODECOM Eclipse 60 oraz Eclipse 180. Czwarty kwartał to także okres przygotowań do nowego roku i realizacji nowej, rozbudowanej o kolejne działania strategii marketingowej mającej na celu rozwój produktów z regularnej oferty MODECOM oraz tych z serii Volcano Gaming.

MODECOM zaangażował się także w działania prospołeczne. W lutym odbył się VIII Międzynarodowy Turniej Służb Mundurowych w piłce halowej im. podkom. Andrzeja Struja w którym udział wzięło 65 drużyn z kilkunastu krajów. MODECOM - sponsor Turnieju - przygotował nagrody rzeczowe dla zwycięskiej drużyny. Wsparcie wraz z Komendą Wojewódzką Policji w Poznaniu udzielone zostało także podczas kolejnego, styczniowego finału Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy. We wrześniowym wydaniu Rzeczpospolita Biznes Trendy ukazał się także wywiad z Prezesem Zarządu MODECOM S.A. Dystrybuowane wydanie Rzeczpospolitej



podczas Forum Gospodarczego w Krynicy dotyczyło w głównej mierze sukcesów polskich firm na globalnym i krajowym rynku.

## **II.c Rozwój produktów i ich wprowadzenie do portfolio.**

Systematyczny rozwój produktów i ich modyfikacja zależna jest od zmieniających się potrzeb rynku i konsumentów. Dlatego też wprowadzone zostały produkty w ramach klasycznych linii produktowych MODECOM jak i w ramach linii produktów dedykowanych dla graczy z serii Volcano Gaming.

Intensywne prace nad rozwojem produktów oraz dostarczania urządzeń zaawansowanych technologicznie, dedykowanych na potrzeby rodzimego jak i zagranicznego rynku, miały swój największy efekt w drugim kwartale 2017 roku. Wprowadzona do sprzedaży klawiatura MODECOM Volcano Hammer dedykowana graczom cieszyła się jednym z największych sukcesów na polskim rynku. Klawiatura mechaniczna oferowana w cenie klawiatur membranowych zdobyła liczne nagrody branżowe, a możliwość jej zakupu w dedykowanym kanale sprzedaży w żaden sposób nie ograniczył jej popytu. Sprzęt cieszył się tak dużym zainteresowaniem, że pod koniec czerwca podjęta została decyzja o zdywersyfikowaniu wersji modelu Volcano Hammer projektując urządzenie nie tylko z przełącznikami blue, ale także w wersjach brown oraz red. Wersje te w pierwszej kolejności były oferowane na rynku zagranicznym z racji dużego zainteresowania produktem, w dalszej zaś kolejności zostaną wprowadzone na rynek polski, wraz z przygotowywanymi nowościami produktów dla graczy.

W maju 2017 roku do oferty wprowadzono nowe modele telefonów komórkowych. Po analizie sytuacji na rynku, obowiązującym trendom oraz potrzebom końcowych użytkowników, przygotowane zostały dwa smartfony, oferowane w limitowanych wersjach i dostępne w wyselekcjonowanym kanale sprzedaży. Modele MODECOM Q-502 oraz Q-503 zostały wprowadzone na rynek dla użytkowników, którzy cenią sobie prostotę w urządzeniach. Zaprojektowane bez nadmiernego przepychu i skomplikowanych urozmaiceń systemu, zapewniają to, co niezbędne, zachowując przy tym pożądaną i oczekiwaną jakość.

Na podstawie analizy potrzeb użytkowników oraz w związku z premierą i promocją produktów wprowadzone zostały m.in. modyfikacje do najbardziej uznanej przez ekspertów obudowy komputerowej od MODECOM na rynku, czyli wersji Oberon, która przeszła modyfikacje polegające na zmianie designu i dywersyfikacji na kilka modeli np. poprzez wstawienie panelu bocznego (Oberon Glass) oraz zwiększeniu komponentów chłodzących (Oberon 2F). Przemysłana konstrukcja stawia produkt na szczególnej pozycji w danym segmencie, dystansując jakościowo, wizerunkowo i cenowo największą konkurencję. Obudowa nadaje się idealnie do

stworzenia gamingowego lub multimedialnego komputera osobistego w najczęściej wybieranym przez konsumentów segmencie cenowym tj. 2,5 – 3,5 tysiące PLN.

Seria produktów dla graczy MODECOM Volcano Gaming została poszerzona także o nowe pozycje takie jak: klawiatura Lanparty RGB, klawiatura Hammer z nowymi przełącznikami oraz podkładki Volcano Rift RGB i Volcano Rift V2. MODECOM Volcano Lanparty RGB to propozycja zaawansowanej klawiatury mechanicznej przeznaczonej dla profesjonalnych graczy, szukających wysokiej jakości sprzętu, na którym będą mogli polegać w trakcie wielogodzinnych sesji w wirtualnym świecie gier komputerowych. W kompaktowej konstrukcji MODECOM Volcano Lanparty RGB zastosowaliśmy cały szereg zaawansowanych funkcji, które przydadzą się podczas grania w wymagające taktycznych umiejętności gry. Jest to ulepszona i zmodyfikowana wersja klawiatury Volcano Lanparty – najpopularniejszej i najlepszej w ofercie MODECOM klawiatury mechanicznej, która uzyskała rekomendację redakcji na całym świecie wyznaczając niejednokrotnie standardy w swoim przedziale cenowym i grupie docelowej. Podkładki pod mysz MODECOM VOLCANO RIFT RGB oraz Rift V2 zaprojektowano dla graczy, którzy lubią otaczać się akcesoriami o unikalnym designie. Wszystko to za sprawą przyciągającego wzrok podświetlenia LED. Podkładki nie tylko zapewniają wysoki komfort, doskonałą precyzję i szybkość myszy, ale też cieszą oko swoim designem.

Nowymi produktami wprowadzanymi na rynek są także głośniki MODECOM Eclipse 60 oraz Eclipse 180. Aktywne zestawy 2.0 z modulem Bluetooth o czystym brzmieniu oraz wysokiej jakości wykonania uzupełniają portfolio produktowe o najwyższej klasy sprzęt audio. Oprócz głośników Eclipse premierę miały mniejsze głośniki MODECOM MC-HF30. Jest to aktywny zestaw 2.0 do użytku domowego, które dobrze sprawdzają się także jako głośniki biurkowe.

Wprowadzane rozwiązania technologiczne mają na celu wyprzedzić działania konkurencyjnych podmiotów i dostarczyć na rynek produkty o wysokiej jakości wykonania przy zachowaniu możliwie najniższej ceny. Zmodyfikowane i ulepszone względem poprzednich wersji obudowy komputerowe oraz klawiatury mechaniczne powstały m.in. dzięki systemowi zbierania informacji od końcowych użytkowników oraz ekspertów używających dostępne na rynku urządzenia. Wprowadzając praktyczne rozwiązania technologiczne dostosowane do zgłaszanych przez konsumentów potrzeb zwiększa się popularność urządzeń oraz zaufanie do marki.

### III. Przewidywany rozwój Spółki.

Spółka będzie kłaść nacisk na działania promocyjno-sprzedażowe w sektorze eSportu oraz gamingu. Rozwój produktów dla graczy i wprowadzanie innowacyjnych rozwiązań przyczyni się do wzrostu udziału na rynku gamingowym marki

MODECOM Volcano Gaming. Planowane działania promocyjne z wykorzystaniem doświadczeń Spółki w marketingu sportu tradycyjnego stanowiąc będą naturalny pomost dla dalszych projektów w eSporcie. Konsekwentna realizacja strategii sprzedażowej przyczyniać się będzie do rozwoju sprzedaży na nowych rynkach oraz ugruntować MODECOM w czołówce producentów sprzętu IT.

Rozwoju upatrywać należy w następujących obszarach:

- Rozwój produktów dla graczy poprzez implementację najnowszych rozwiązań technologicznych
- Utrzymanie spójnej strategii sprzedaży na wszystkich rynkach
- Połączenie doświadczenia marketingu sportowego z eSportem jako naturalny krok w rozwoju promocji marki
- Dywersyfikacja produktów na rynku polskim oraz rynku zagranicznym
- Obecność na największych targach i eventach branży IT

#### **IV. Ważniejsze osiągnięcia w dziedzinie badań przedwdrożeniowych i rozwoju**

MODECOM priorytetowo troszczy się o jakość produktów. Wprowadzane i realizowane od lat rozwiązania organizacji działu oceny i kontroli jakości były kontynuowane również w 2017 roku. Usprawnianie procedur skutkuje wzrostem efektywności pracy, a ich systemowe stosowanie przyczynia się m.in. do:

- zmniejszenia liczby reklamacji
- spadku awaryjności urządzeń
- wydłużenia żywotności produktów
- zmniejszenia kosztów produkcji i oszczędności zasobów niezbędnych do ich wyprodukowania

#### **V. Aktualna i przewidywana sytuacja finansowa Spółki**

W roku badanym Spółka wypracowała przychody na poziomie 224,7 mln zł, co stanowi wzrost około 2% w stosunku do roku 2016 oraz zyskiem netto 4,56 mln zł. Osiągnięty poziom zysku jest wyższy od uzyskanego w roku poprzednim, co wynika z ekspansji sprzedaży produktów na nowe rynki światowe.

#### **VI. Czynniki ryzyka i opis zagrożeń**

MODECOM działa na dynamicznym i zmieniającym się rynku branży IT. Rynek charakteryzuje się zmieniającymi się wskaźnikami popytu i sprzedaży na

które trzeba reagować wprowadzając modyfikacje do urządzeń dostosowując ofertę do wzrastających wymagań klientów.

Wybrane czynniki ryzyka są na bieżąco monitorowane i w przypadku zaobserwowanych odchyłeń od normy Spółka podejmuje niezbędne, systemowe działania w celu ich minimalizacji. Wybrane czynniki ryzyka, zagrożenia oraz działania wpływające na ich eliminację obrazuje poniższa tabela.

Czynnik ryzyka	Zagrożenie	Działania wpływające na eliminację zagrożenia
Zmiany kursu walut	Zwiększenie kosztów produkcji i transportu, a co za tym idzie ceny końcowej produktu	Planowanie produkcji i zatowarowania
Działania konkurencji	Dumping cenowy	Oferowanie produktów klasy premium, które opierają się stosowanej polityce dumpingu cenowego
Wzrost kosztów produkcji	Wzrost kosztów produkcji podzespołów powoduje wzrost kosztów produkcji finalnego produktu	Dywersyfikacja dostawców podzespołów
Sytuacja polityczno-ekonomiczna	Niejasne uregulowania prawne oraz podatkowe	Uzyskiwanie interpretacji przepisów od kompetentnych organów

MODECOM od lat efektywnie radzi sobie z wymienionymi powyżej czynnikami. Na uwagę zasługuje fakt wzrostu sprzedaży produktów do krajów takich jak Ukraina i Rosja, które potencjalnie wydają się rynkiem ryzykownym, a mimo to wzrost sprzedaży na Ukrainie w skali roku wyniósł ponad 300%.

Zarząd Spółki nie widzi zagrożeń uniemożliwiających prowadzenie działalności w 2018 roku, a zastosowanie metodycznych i systemowych rozwiązań zmniejsza zagrożenia prowadzenia działalności gospodarczej do akceptowalnego minimum.

## VII. Zatrudnienie

W roku 2017 zatrudnienie w Spółce na początku roku wynosiło 104 pracowników, zaś na koniec roku 50 pracowników.

## VIII. Oświadczenie

Zarząd MODECOM S.A. oświadcza, że w okresie pełnienia obowiązków w 2017 r. działał z wymaganą rzetelnością kupiecką oraz, że w niniejszym sprawozdaniu przedstawił wszelkie istotne dane związane ze Spółką i jej funkcjonowaniem w 2017 roku.

W związku z powyższym Zarząd Spółki wnioskuje o przyjęcie niniejszego sprawozdania.

**MODECOM S.A.**  
Stara Iwiczna, ul. Słoneczna 116A  
05-500 Piaseczno  
KRS 0000 32 39 67  
REGON 014933904 NIP 113-21-15-893

Jakub Łozowski  
Prezes Zarządu  
**MODECOM S.A.**  
Prezes Zarządu  
Jakub Łozowski