

RAPORT
SKONSOLIDOWANY
za IV kwartał 2012 r.

okres od 1 października do 31 grudnia 2012 roku

adii massive



Warszawa, 12 lutego 2013 roku

Spis treści:

I. List zarządu do Akcjonariuszy AdMassive S.A.	4
II. Wybrane dane finansowe (w złotych)	5
III. Komentarz Zarządu na temat czynników i zdarzeń, które miały wpływ na osiągnięte wyniki finansowe	6
IV. Dodatkowe dane, jeżeli ich uwzględnienie w raporcie kwartalnym jest konieczne dla przedstawienia aktualnej sytuacji majątkowej i finansowej emitenta w sposób rzetelny i kompletny;	7
V. Informacje na temat aktywności, jaką w okresie objętym raportem emitent podejmował w obszarze rozwoju prowadzonej działalności	7
VI. Jeżeli emitent przekazywał do publicznej wiadomości prognozy wyników finansowych, komentarz powinien zawierać dodatkowo stanowisko odnośnie do możliwości zrealizowania publikowanych prognoz wyników na dany rok w świetle wyników zaprezentowanych w danym raporcie kwartalnym	7
VII. JEDNOSTKOWE WYNIKI FINANSOWE ADMASSIVE S.A. (w złotych)	8
VIII. WYNIKI FINANSOWE SKONSOLIDOWANE GRUPY KAPITAŁOWEJ ADMASSIVE S.A. (w złotych)	14
IX. Władze Spółki, akcjonariat	21
1. Zarząd AdMassive S.A.	22
2. Rada Nadzorcza AdMassive S.A.	22
3. Akcjonariat AdMassive S.A.	22
X. Opis działalności	23
XI. Spółki zależne	26
XII. Strategia rozwoju	27
XIII. Opis podstawowych ryzyk i zagrożeń	29
1. Ryzyko związane z pogorszeniem sytuacji ekonomicznej w Polsce i za granicą	29
2. Ryzyko związane z koniunkturą i trendami na rynku reklamy	29
3. Ryzyko związane z konkurencją	30
4. Ryzyko dotyczące zmiany przepisów prawa, w szczególności prawa podatkowego	30
5. Ryzyko uzależnienia od kluczowych Klientów	30

Raport za IV kwartał 2012 roku

6. Ryzyko odejścia kluczowych pracowników	31
7. Ryzyko związane z możliwością prowadzenia przez pracowników Spółki działalności konkurencyjnej wobec działalności Spółki	31
8. Ryzyko związane z wykorzystywanymi przez Spółkę technologiami	31
9. Ryzyko związane z użytkowaniem bezpłatnego oprogramowania	32
10. Ryzyko związane ze znaczeniem dostawców dla jakości usług świadczonych przez Spółki	32
11. Ryzyko związane ze wzrostem skali działania	32
12. Ryzyko związane z rozwojem nowych usług	33
13. Ryzyko niezrealizowania strategii rozwoju	33
14. Ryzyko związane ze strukturą akcjonariatu Emitenta	33
XIV. Oświadczenie Zarządu w sprawie rzetelności sprawozdania finansowego	33
XV. Dane teleadresowe	34

I. LIST ZARZĄDU DO AKCJONARIUSZY ADMASSIVE S.A.

Warszawa, 12 lutego 2013 r.

Szanowni Państwo,

Czwarty kwartał miał pozytywny wpływ na wyniki Spółki w całym 2012 roku. W tym okresie zanotowaliśmy 58% wzrost przychodów wobec 4 kwartału 2011 roku, a względem całego 2011 roku ponad 20% wzrostu, osiągając przychody w wysokości 15,8 mln zł. Choć w całym roku 2012 udział w przychodach z dużych Klientów był niższy niż w 2011 roku, co było celem Zarządu, to w czwartym kwartale 2012 duży udział w przychodach pochodził z segmentu największych Klientów, dlatego wpłynął na wysokość marż w tym kwartale. Zgodnie ze strategią spółki struktura przychodów w kolejnych kwartałach będzie ulegać systematycznemu przesunięciu na rzecz sprzedaży usług dla małych i średnich przedsiębiorstw.

Ostatni kwartał był bardzo ważny dla działań Spółki w Wielkiej Brytanii. Podejmowane przez Zarząd działania zmierzały do poprawy dystrybucji produktów Spółki na tym rynku. Wynikiem tych działań było warunkowe nabycie 80% udziałów w spółce StrongestMedia Ltd. Spółka ta ma pomóc AdMassive w zwiększaniu sprzedaży produktów w Wielkiej Brytanii, w tym do sektora MŚP.

Spółka zgodnie ze swoją strategią prowadziła badanie rynku pod względem potencjalnej akwizycji podmiotów, które wchodząc w skład Grupy uzupełnią jej kompetencje. Rozpoczęliśmy rozmowy z kilkoma podmiotami, których efektów spodziewamy się w pierwszej połowie 2013 roku. Jesteśmy przekonani, że uzupełnienie kompetencji Spółki zwiększy jej konkurencyjność na rynku, a poprzez konsolidację wyników tych podmiotów wpłynie pozytywnie na wynik Grupy w 2013 roku.

Zarząd rozpoczął pod koniec roku proces poprawy efektywności operacyjnej Spółki, którego celem ma być optymalne wykorzystanie zasobów Spółki.

Warto podkreślić, że raport za IV kwartał 2012 roku jest pierwszym raportem skonsolidowanym prezentowanym przez Spółkę i zaprezentowane dane za czwarty kwartał 2012 jak i dane za cztery kwartały 2012 roku nie są porównywalne z danymi za odpowiednie okresy 2011r. gdyż Emitent nie tworzył w 2011 r. Grupy Kapitałowej.

Z poważaniem,

Zarząd AdMassive S.A.

Raport za IV kwartał 2012 roku

II. WYBRANE DANE FINANSOWE (W ZŁOTYCH)

1. Jednostkowe wybrane dane finansowe AdMassive S.A.

Lp.	Dane finansowe (w złotych)	Na dzień 31.12.2012		Na dzień 31.12.2011	
		IV kwartał 2012 od 01.10.2012 do 31.12.2012	IV kwartał 2011 od 01.10.2011 do 31.12.2011	Cztery kwartały 2012 narastająco od 01.01.2012 do 31.12.2012	Cztery kwartały 2011 narastająco od 01.01.2011 do 31.12.2011
1	Kapitał własny	3 618 684		925 301	
2	Należności długoterminowe	0		0	
3	Należności krótkoterminowe	8 856 344		5 380 514	
4	Środki pieniężne i inne aktywa pieniężne	270 928		87 755	
5	Zobowiązania długoterminowe	0		0	
6	Zobowiązania krótkoterminowe	7 313 872		4 803 768	
7	Amortyzacja	7 399	0	13 638	4 650
8	Przychody netto ze sprzedaży	2 971 988	4 420 239	14 383 180	12 949 210
9	Zysk/strata na sprzedaży	3 985	600 315	929 507	986 399
10	Zysk/strata na działalności operacyjnej	-14 095	600 686	910 983	986 770
11	Zysk/strata brutto	-19 422	619 154	853 557	1 010 266
12	Zysk/strata netto	-24 839	500 024	661 307	817 014

2. Skonsolidowane wybrane dane finansowe Grupy Kapitałowej AdMassive S.A.

Lp.	Dane finansowe (w złotych)	Na dzień 31.12.2012		Na dzień 31.12.2011*
		IV kwartał 2012 od 01.10.2012 do 31.12.2012	IV kwartał 2011 od 01.10.2011 do 31.12.2011	
1	Kapitał własny	3 647 647		925 301
2	Należności długoterminowe	0		0
3	Należności krótkoterminowe	11 785 853		5 380 514
4	Środki pieniężne i inne aktywa	290 662		87 755

Raport za IV kwartał 2012 roku

	pieniężne				
5	Zobowiązania długoterminowe	0		0	
6	Zobowiązania krótkoterminowe	10 357 187		4 803 768	
		IV kwartał 2012 od 01.10.2012 do 31.12.2012	IV kwartał 2011 od 01.10.2011 do 31.12.2011*	Cztery kwartały 2012 narastająco od 01.01.2012 do 31.12.2012	Cztery kwartały 2011 narastająco od 01.01.2011 do 31.12.2011*
7	Amortyzacja	24 065	0	127 304	4 650
8	Przychody netto ze sprzedaży	6 965 212	4 420 239	15 828 529	12 949 210
9	Zysk/strata na sprzedaży	314 412	600 315	1 120 884	986 399
10	Zysk/strata na działalności operacyjnej	370 907	600 686	1 259 385	986 770
11	Zysk/strata brutto	352 579	619 154	1 188 958	1 010 266
12	Zysk/strata netto	302 547	500 024	952 093	817 014

*Dane jednostkowe AdMassive S.A. za 2011 r. (Emitent nie tworzył w 2011 r. Grupy Kapitałowej)

III. KOMENTARZ ZARZĄDU NA TEMAT CZYNNIKÓW I ZDARZEŃ, KTÓRE MIAŁY WPŁYW NA OSIĄGNIĘTE WYNIKI FINANSOWE

Zgodnie z regulaminem ASO począwszy od IV kwartału 2012r. dane finansowe AdMassive będą prezentowane w formie raportu skonsolidowanego. Uwzględniają one wyniki finansowe spółek wchodzących w skład Grupy Kapitałowej. W analogicznym okresie w 2011r. Spółka publikowała jednostkowe sprawozdania finansowe, w związku z czym dostępne wartości nie są porównywalne.

Dla branży reklamy on-line ostatni kwartał jest najaktywniejszym okresem. AdMassive w tym czasie odnotowała 58% wzrost przychodów. Zauważalny spadek marż był spowodowany dużym udziałem produktów dla bardzo dużych Klientów, którzy zwyczajowo w tym okresie wydają największą część swoich budżetów reklamowych, lecz jednocześnie charakteryzują się one niższymi marżami od marż realizowanych w segmencie MŚP. Zgodnie ze strategią Spółki struktura przychodów ulega systematycznemu przesunięciu na rzecz sprzedaży usług dla małych i średnich przedsiębiorstw.

W ujęciu narastającym po IV kwartałach Spółka osiągnęła 15,8 mln zł skonsolidowanego przychodu, notując wzrost o 22%. Skonsolidowany zysk netto za 2012 rok był wyższy w porównaniu do 2011 roku o 17% i osiągnął wartość ponad 950 tys. zł.

Ostatni kwartał 2012 r. był bardzo ważny dla działalności Spółki w Wielkiej Brytanii. Podejmowane przez Zarząd działania zmierzały do poprawy dystrybucji produktów Spółki na tym rynku. Wynikiem tych działań było warunkowe nabycie 80% udziałów w spółce StrongestMedia Ltd. Dzięki przejęciu tego podmiotu przed AdMassive otwierają się możliwości bezpośredniego prowadzenia działalności w zakresie usług e-marketingu i e-commerce dla sektora MŚP na rynku brytyjskim.

Raport za IV kwartał 2012 roku

IV. DODATKOWE DANE, JEŻELI ICH UWZGLĘDNIENIE W RAPORCIE KWARTALNYM JEST KONIECZNE DLA PRZEDSTAWIENIA AKTUALNEJ SYTUACJI MAJĄTKOWEJ I FINANSOWEJ EMITENTA W SPOSÓB RZETELNY I KOMPLETNY;

Nie dotyczy.

V. INFORMACJE NA TEMAT AKTYWNOŚCI, JAKĄ W OKRESIE OBJĘTYM RAPORTEM EMITENT PODEJMOWAŁ W OBSZARZE ROZWOJU PROWADZONEJ DZIAŁALNOŚCI

W okresie objętym raportem, działalność Spółki skoncentrowana była na poszukiwaniu nowych możliwości ekspansji zagranicznej, rozwoju struktur sprzedażowych w Wielkiej Brytanii, w wyniku czego w październiku 2012 r. AdMassive S.A. zakupiło 80% udziałów w spółce StrongestMedia Ltd z Wielkiej Brytanii za łączną kwotę 1.200.000 zł.

StrongestMedia działa na rynku usług e-marketingowych w Wielkiej Brytanii od ponad 5 lat. Firma specjalizuje się w tworzeniu kompleksowej strategii promocji produktów swoich Klientów w Internecie, przy docieraniu do mniejszości narodowych zamieszkujących Wielką Brytanię, w tym Polaków. Spółka posiada także w ofercie produkty skierowane do firm z sektora MŚP.

Przejęcie spółki StrongestMedia Ltd umożliwi AdMassive zwiększenie możliwości bezpośredniego prowadzenia działalności w zakresie usług e-marketingu i e-commerce dla sektora MŚP na rynku brytyjskim, wzmocni pozycję Spółki i dodatkowo umożliwi obsługę nowych Klientów brytyjskich, zainteresowanych sprzedażą swoich produktów do mniejszości narodowych, w tym Polonii. Transakcja została sfinansowana ze środków pozyskanych z emisji obligacji serii A.

W IV kwartale działania Spółki związane były także z poszukiwaniem nowych kanałów dystrybucji produktów i usług oraz zwiększaniem sprzedaży w segmencie małych i średnich przedsiębiorstw.

W tym celu Spółka nawiązała współpracę z firmą Lokalmedia dysponującą siecią ekranów telewizji konsumenckiej (digital signage) przy kasach popularnej w regionie Wielkopolski sieci handlowej Intermarche.

Digital signage to narzędzie komunikacji wizerunkowej, pozwalające przedstawiać ofertę lokalnych przedsiębiorców, autopromocję supermarketu, a także najnowszą ofertę marek, które znajdują się na terenie sklepu. Sklepy wyposażone w nośniki stają się bardziej atrakcyjne dla przedsiębiorców, ponieważ mogą tam rozszerzać świadomość swojej marki/produktu wśród odbiorców mimowolnie skoncentrowanych na przekazie reklamowym.

VI. JEŻELI EMITENT PRZEKAZYWAŁ DO PUBLICZNEJ WIADOMOŚCI PROGNOZY WYNIKÓW FINANSOWYCH, KOMENTARZ POWINIEN ZAWIERAĆ DODATKOWO STANOWISKO ODNOŚNIE DO MOŻLIWOŚCI ZREALIZOWANIA PUBLIKOWANYCH PROGNOZ WYNIKÓW NA DANY ROK W ŚWIETLE WYNIKÓW ZAPREZENTOWANYCH W DANYM RAPORCIE KWARTALNYM

Emitent nie przekazywał do publicznej wiadomości prognozy wyników finansowych na rok 2012.

VII. JEDNOSTKOWE WYNIKI FINANSOWE ADMASSIVE S.A. (W ZŁOTYCH)

1. Bilans

AKTYWA	Wartość na dzień 31/12/2012	Wartość na dzień 31/12/2011
A. Aktywa trwałe	281 647	269 762
I. Wartości niematerialne i prawne	0	0
1. Koszty zakończonych prac rozwojowych	0	0
2. Wartość firmy	0	0
3. Inne wartości niematerialne i prawne	0	0
4. Zaliczki na wartości niematerialne i prawne	0	0
II. Rzeczowe aktywa trwałe	1 646	0
1. Środki trwałe	1 646	0
a) grunty (w tym prawo użytkowania wieczystego gruntu)	0	0
b) budynki, lokale i obiekty inżynierii lądowej i wodnej	0	0
c) urządzenia techniczne i maszyny	1 646	0
d) środki transportu	0	0
e) inne środki trwałe	0	0
2. Środki trwałe w budowie	0	0
3. Zaliczki na środki trwałe w budowie	0	0
III. Należności długoterminowe	0	0
1. Od jednostek powiązanych	0	0
2. Od pozostałych jednostek	0	0
IV. Inwestycje długoterminowe	280 002	269 762
1. Nieruchomości	0	0
2. Wartości niematerialne i prawne		
3. Długoterminowe aktywa finansowe	280 002	269 762
a) w jednostkach powiązanych	5 000	0
- udziały lub akcje	5 000	
- inne papiery wartościowe	0	0
- udzielone pożyczki	0	0
- inne długoterminowe aktywa finansowe	0	0

Raport za IV kwartał 2012 roku

b) w pozostałych jednostkach	275 002	269 762
- udziały lub akcje	0	0
- inne papiery wartościowe	0	0
- udzielone pożyczki	275 002	269 762
- inne długoterminowe aktywa finansowe	0	0
4. Inne inwestycje długoterminowe	0	0
V. Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	0	0
1. Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	0	0
2. Inne rozliczenia międzyokresowe	0	0
B. Aktywa obrotowe	10 650 908	5 468 307
I. Zapasy	0	0
1. Materiały	0	0
2. Półprodukty i produkty w toku	0	0
3. Produkty gotowe	0	0
4. Towary	0	0
5. Zaliczki na dostawy	0	0
II. Należności krótkoterminowe	8 856 344	5 380 514
1. Należności od jednostek powiązanych	0	0
a) z tytułu dostaw i usług, o okresie spłaty:	0	0
- do 12 miesięcy	0	0
- powyżej 12 miesięcy	0	0
b) inne	0	0
2. Należności od pozostałych jednostek	8 856 344	5 380 514
a) z tytułu dostaw i usług, o okresie spłaty:	7 440 368	5 375 724
- do 12 miesięcy	7 440 368	5 375 724
- powyżej 12 miesięcy	0	0
b) z tytułu podatków, dotacji, ceł, ubezpieczeń społecznych i zdrowotnych oraz innych świadczeń	397	
c) inne	1 415 579	4 791
d) dochodzenie na drodze sądowej	0	0
III. Inwestycje krótkoterminowe	1 793 922	87 755

Raport za IV kwartał 2012 roku

1. Krótkoterminowe aktywa finansowe	1 793 922	87 755
a) w jednostkach powiązanych	1 512 970	0
- udziały lub akcje	1 200 000	0
- inne papiery wartościowe	0	0
- udzielone pożyczki	312 970	0
- inne krótkoterminowe aktywa finansowe	0	0
b) w pozostałych jednostkach	10 024	0
- udziały lub akcje	0	0
- inne papiery wartościowe	0	0
- udzielone pożyczki	10 024	0
- inne krótkoterminowe aktywa finansowe	0	0
c) środki pieniężne i inne aktywa pieniężne	270 928	87 755
- środki pieniężne w kasie i na rachunkach	270 928	87 755
- inne środki pieniężne	0	0
- inne aktywa pieniężne	0	0
2. Inne inwestycje krótkoterminowe	0	0
IV. Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	643	37
Aktywa razem	10 932 556	5 738 069

PASYWA	Wartość na dzień 31/12/2012	Wartość na dzień 31/12/2011
A. Kapitał (fundusz) własny	3 618 684	925 301
I. Kapitał (fundusz) podstawowy	135 000	100 000
II. Należne wpłaty na kapitał podstawowy (wielkość ujemna)	0	0
III. Udziały (akcje) własne (wielkość ujemna)	0	0
IV. Kapitał (fundusz) zapasowy	2 005 287	8 287
V. Kapitał (fundusz) z aktualizacji wyceny	0	0
VI. Pozostałe kapitały (fundusze) rezerwowe	0	0
VII. Zysk (strata) z lat ubiegłych	817 090	
VIII. Zysk (strata) netto	661 307	817 014

Raport za IV kwartał 2012 roku

IX. Odpisy z zysku netto w ciągu roku obrotowego (wielkość ujemna)	0	0
B. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	7 313 872	4 812 768
I. Rezerwy na zobowiązania	0	9 000
1. Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	0	0
2. Rezerwa na świadczenia emerytalne i podobne	0	0
- długoterminowa	0	0
- krótkoterminowa	0	0
3. Pozostałe rezerwy	0	9 000
- długoterminowa	0	0
- krótkoterminowe	0	9 000
II. Zobowiązania długoterminowe	0	0
1. Wobec jednostek powiązanych	0	0
2. Wobec pozostałych jednostek	0	0
a) kredyty i pożyczki	0	0
b) z tytułu emisji dłużnych papierów wartościowych	0	0
c) inne zobowiązania finansowe	0	0
d) inne	0	0
III. Zobowiązania krótkoterminowe	7 313 872	4 803 768
1. Wobec jednostek powiązanych	953 248	0
a) z tytułu dostaw usług o okresie wymagalności	0	0
- do 12 miesięcy	0	0
- powyżej 12 miesięcy	0	0
b) inne	0	0
2. Wobec pozostałych jednostek	6 360 623	4 803 768
a) kredyty i pożyczki	0	0
b) z tytułu emisji dłużnych papierów wartościowych	1 200 000	0
c) inne zobowiązania finansowe	0	0
d) z tytułu dostaw usług o okresie wymagalności	3 647 518	4 542 198
- do 12 miesięcy	3 647 518	4 542 198
- powyżej 12 miesięcy	0	0

Raport za IV kwartał 2012 roku

e) zaliczki otrzymane na dostawy	0	0
f) zobowiązania wekslowe	0	0
g) z tytułu podatków, ceł, ubezpieczeń i innych świadczeń	312 935	260 316
h) z tytułu wynagrodzeń	0	1
i) inne	1 200 170	1 253
3. Fundusze specjalne	0	0
IV. Rozliczenia międzyokresowe	0	0
1. Ujemna wartość firmy	0	0
2. Inne rozliczenia międzyokresowe	0	0
- długoterminowe	0	0
- krótkoterminowe	0	0
Pasywa razem	10 932 556	5 738 069

2. Rachunek zysków i strat

	IV kwartał 2012 od 01.10.2012 do 31.12.2012	IV kwartał 2011 od 01.10.2011 do 31.12.2011	Cztery kwartały 2012 narastająco od 01.01.2012 do 31.12.2012	Cztery kwartały 2011 narastająco od 01.01.2011 do 31.12.2011
A. Przychody netto ze sprzedaży i zrównane z nimi , w tym:	2 971 988	4 420 239	14 383 180	12 949 210
- od jednostek powiązanych	0	0	0	0
I. Przychody netto ze sprzedaży produktów	2 971 988	4 420 239	14 383 180	12 949 210
II. Zmiana stanu produktów (zwiększenie - wartość dodatnia , zmniejszenie - wartość ujemna)	0	0	0	0
III. Koszt wytworzenia produktów na własne potrzeby jednostki	0	0	0	0
IV. Przychody netto ze sprzedaży towarów i materiałów	0	0	0	0

Raport za IV kwartał 2012 roku

B. Koszty działalności operacyjnej	2 968 003	3 819 923	13 453 673	11 962 811
I. Amortyzacja	7 399	0	13 638	4 650
II. Zużycie materiałów i energii	36 001	24 663	247 745	67 025
III. Usługi obce	2 705 839	3 631 377	12 279 812	11 613 119
IV. Podatki i opłaty , w tym:	6 722	1 408	11 640	3 360
- podatek akcyzowy	0	0	0	0
V. Wynagrodzenia	133 602	116 677	588 475	196 131
VI. Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	19 838	10 725	82 462	16 605
VII. Podróże służbowe	7 208	10 243	40 764	33 687
VIII. Pozostałe koszty rodzajowe	51 395	24 830	189 138	28 233
IX. Wartość sprzedanych towarów i materiałów	0	0	0	0
C. Zysk (strata) ze sprzedaży (A - B)	3 985	600 315	929 507	986 399
D. Pozostałe przychody operacyjne	4 056	360	4 056	371
I. Zysk ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych	0	0	0	0
II. Dotacje	0	0	0	0
III. Inne przychody operacyjne	4 056	371	4 056	371
E. Pozostałe koszty operacyjne	22 136	0	22 579	0
I. Strata ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych	0	0	0	0
II. Aktualizacja wartości aktywów niefinansowych	0	0	0	0
III. Inne koszty operacyjne	22 136	0	22 579	0
F. Zysk (strata) z działalności operacyjnej (C + D - E)	- 14 095	600 686	910 983	986 770
G. Przychody finansowe	26 007	45 650	26 138	51 274

Raport za IV kwartał 2012 roku

I. Dywidendy i udziały w zyskach ,w tym:	0	0	0	0
- od jednostek powiązanych	0	0	0	0
II. Odsetki , w tym:	18 210	3 961	18 210	5 239
- jednostek powiązanych	12 970	0	12 970	0
III. Zysk ze zbycia inwestycji	0	0	0	0
IV. Aktualizacja wartości inwestycji	0	0	0	0
V. Inne	7 797	41 689	7 928	46 035
H. Koszty finansowe	31 332	27 183	83 563	27 778
I. Odsetki , w tym:	9 062	1 440	31 204	1 955
- od jednostek powiązanych	0	0	0	0
II. Straty ze zbycia inwestycji	0	0	0	0
III. Aktualizacja wartości inwestycji	0	0	0	0
IV. Inne	22 270	25 743	52 359	25 823
I. Zysk (strata) z działalności gospodarczej (F + G - H)	- 19 422	619 154	853 557	1 010 266
J. Wynik zdarzeń nadzwyczajnych (J.I - J.II)	0	0	0	0
I. Zyski nadzwyczajne	0	0	0	0
II. Straty nadzwyczajne	0	0	0	0
K. Zysk (strata) brutto (I + / - J))	- 19 422	619 154	853 557	1 010 266
L. Podatek dochodowy	5 417	119 130	192 250	193 252
M. Pozostałe obowiązkowe zmniejszenia zysku (zwiększenia)	0	0	0	0
N. Zysk (strata) netto (K - L - M)	- 24 839	500 024	661 307	817 014

VIII. WYNIKI FINANSOWE SKONSOLIDOWANE GRUPY KAPITAŁOWEJ ADMASSIVE S.A. (W ZŁOTYCH)

1. Bilans

Raport za IV kwartał 2012 roku

AKTYWA	Wartość na dzień 31/12/2012	Wartość na dzień 31/12/2011*
A. Aktywa trwałe	651 147	269 762
I. Wartości niematerialne i prawne	372 500	0
1. Koszty zakończonych prac rozwojowych	0	0
1. Wartość firmy	22 500	0
2. Inne wartości niematerialne i prawne	350 000	0
3. Zaliczki na wartości niematerialne i prawne	0	0
II. Rzeczowe aktywa trwałe	3 646	0
1. Środki trwałe	3 646	0
a) grunty (w tym prawo użytkowania wieczystego gruntu)	0	0
b) budynki, lokale i obiekty inżynierii lądowej i wodnej	0	0
c) urządzenia techniczne i maszyny	3 646	0
d) środki transportu	0	0
e) inne środki trwałe	0	0
2. Środki trwałe w budowie	0	0
3. Zaliczki na środki trwałe w budowie	0	0
III. Należności długoterminowe	0	0
1. Od jednostek powiązanych	0	0
2. Od pozostałych jednostek	0	0
IV. Inwestycje długoterminowe	275 002	269 762
1. Nieruchomości	0	0
2. Wartości niematerialne i prawne	0	0
3. Długoterminowe aktywa finansowe	275 002	269 762
a) w jednostkach powiązanych	0	0
- udziały lub akcje		
- inne papiery wartościowe	0	0
- udzielone pożyczki	0	0
- inne długoterminowe aktywa finansowe	0	0
b) w pozostałych jednostkach	275 002	269 762
- udziały lub akcje	0	0

Raport za IV kwartał 2012 roku

- inne papiery wartościowe	0	0
- udzielone pożyczki	275 002	269 762
- inne długoterminowe aktywa finansowe	0	0
4. Inne inwestycje długoterminowe	0	0
V Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	0	0
1. Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	0	0
2. Inne rozliczenia międzyokresowe	0	0
B. Aktywa obrotowe	13 355 386	5 468 307
I. Zapasy	0	0
1. Materiały	0	0
2. Półprodukty i produkty w toku	0	0
3. Produkty gotowe	0	0
4. Towary	0	0
5. Zaliczki na dostawy	0	0
II Należności krótkoterminowe	11 785 853	5 380 514
1. Należności od jednostek powiązanych	0	0
a) z tytułu dostaw i usług , o okresie spłaty:	0	0
- do 12 miesięcy	0	0
- powyżej 12 miesięcy	0	0
b) inne	0	0
2. Należności od pozostałych jednostek	11 785 853	5 380 514
a) z tytułu dostaw i usług , o okresie spłaty:	10 369 701	5 375 724
- do 12 miesięcy	10 369 701	5 375 724
- powyżej 12 miesięcy	0	0
b) z tytułu podatków, dotacji, ceł, ubezpieczeń społecznych i zdrowotnych oraz innych świadczeń	397	0
c) inne	1 415 755	4 791
d) dochodzenie na drodze sądowej	0	0
III Inwestycje krótkoterminowe	1 500 686	87 755
1. Krótkoterminowe aktywa finansowe	1 500 686	87 755
a) w jednostkach powiązanych	0	0

Raport za IV kwartał 2012 roku

- udziały lub akcje	0	0
- inne papiery wartościowe	0	0
- udzielone pożyczki	0	0
- inne krótkoterminowe aktywa finansowe	0	0
b) w pozostałych jednostkach	1 210 024	0
- udziały lub akcje	1 200 000	0
- inne papiery wartościowe	0	0
- udzielone pożyczki	10 024	0
- inne krótkoterminowe aktywa finansowe	0	0
c) środki pieniężne i inne aktywa pieniężne	290 662	87 755
- środki pieniężne w kasie i na rachunkach	290 662	87 755
- inne środki pieniężne	0	0
- inne aktywa pieniężne	0	0
2. Inne inwestycje krótkoterminowe	0	0
IV Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	68 847	37
Aktywa razem	14 006 534	5 738 069

*Dane jednostkowe AdMassive S.A. za 2011 r. (Emitent nie tworzył w 2011 r. Grupy Kapitałowej)

PASYWA	Wartość na dzień 31/12/2012	Wartość na dzień 31/12/2011*
A. Kapitał (fundusz) własny	3 647 647	925 301
I. Kapitał (fundusz) podstawowy	135 000	100 000
II. Należne wpłaty na kapitał podstawowy (wielkość ujemna)	0	0
III. Udziały (akcje) własne (wielkość ujemna)	0	0
IV. Kapitał (fundusz) zapasowy	2 005 287	8 287
V. Kapitał (fundusz) z aktualizacji wyceny	0	0
VI. Pozostałe kapitały (fundusze) rezerwowe	0	0
VII. Zysk (strata) z lat ubiegłych	555 267	
VIII. Zysk (strata) netto	952 093	817 014
IX. Odpisy z zysku netto w ciągu roku obrotowego (wielkość ujemna)	0	0

Raport za IV kwartał 2012 roku

B. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	10 358 887	4 812 768
I. Rezerwy na zobowiązania	0	9 000
1. Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	0	0
2. Rezerwa na świadczenia emerytalne i podobne	0	0
-długoterminowa	0	0
- krótkoterminowa	0	0
3. Pozostałe rezerwy	0	9 000
- długoterminowa	0	0
- krótkoterminowe	0	9 000
II. Zobowiązania długoterminowe	0	0
1. Wobec jednostek powiązanych	0	0
2. Wobec pozostałych jednostek	0	0
a) kredyty i pożyczki	0	0
b) z tytułu emisji dłużnych papierów wartościowych	0	0
c) inne zobowiązania finansowe	0	0
d) inne	0	0
III. Zobowiązania krótkoterminowe	10 357 187	4 803 768
1. Wobec jednostek powiązanych	0	0
a) z tytułu dostaw usług o okresie wymagalności	0	0
- do 12 miesięcy	0	0
- powyżej 12 miesięcy	0	0
b) inne	0	0
2. Wobec pozostałych jednostek	10 357 187	4 803 768
a) kredyty i pożyczki	900	0
b) z tytułu emisji dłużnych papierów wartościowych	1 200 000	0
c) inne zobowiązania finansowe	0	0
d) z tytułu dostaw usług o okresie wymagalności	7 590 751	4 542 198
- do 12 miesięcy	7 590 751	4 542 198
- powyżej 12 miesięcy	0	0
e) zaliczki otrzymane na dostawy	0	0
f) zobowiązania wekslowe	0	0

Raport za IV kwartał 2012 roku

g) z tytułu podatków, ceł, ubezpieczeń i innych świadczeń	362 543	260 316
h) z tytułu wynagrodzeń	2 823	1
i) inne	1 200 170	1 253
3. Fundusze specjalne	0	0
IV. Rozliczenia międzyokresowe	1 700	0
1. Ujemna wartość firmy	0	0
2. Inne rozliczenia międzyokresowe	1 700	0
- długoterminowe	- 213	0
- krótkoterminowe	1 913	0
Pasywa razem	14 006 534	5 738 069

* Dane jednostkowe AdMassive S.A. za 2011 r. (Emitent nie tworzył w 2011 r. Grupy Kapitałowej)

2. Rachunek zysków i strat

	IV kwartał 2012 od 01.10.2012 do 31.12.2012	IV kwartał 2011 od 01.10.2011 do 31.12.2011*	Cztery kwartały 2012 narastająco od 01.01.2012 do 31.12.2012	Cztery kwartały 2011 narastająco od 01.01.2011 do 31.12.2011*
A. Przychody netto ze sprzedaży i zrównane z nimi, w tym:	6 965 212	4 420 239	15 828 529	12 949 210
- od jednostek powiązanych	0	0	0	0
I. Przychody netto ze sprzedaży produktów	6 965 212	4 420 239	15 828 529	12 949 210
II. Zmiana stanu produktów (zwiększenie - wartość dodatnia, zmniejszenie - wartość ujemna)	0	0	0	0
III. Koszt wytworzenia produktów na własne potrzeby jednostki	0	0	0	0
IV. Przychody netto ze sprzedaży towarów i materiałów	0	0	0	0
B. Koszty działalności operacyjnej	6 650 800	3 819 923	14 707 645	11 962 811

Raport za IV kwartał 2012 roku

I. Amortyzacja	24 065	0	127 304	4 650
II. Zużycie materiałów i energii	75 730	24 663	251 774	67 025
III. Usługi obce	6 281 927	3 631 377	13 336 977	11 613 119
IV. Podatki i opłaty , w tym:	7 315	1 408	13 864	3 360
- podatek akcyzowy	0	0	0	0
V. Wynagrodzenia	179 622	116 677	656 995	196 131
VI. Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	22 854	10 725	90 144	16 605
VII. Podróże służbowe	0	10 243	0	33 687
VIII. Pozostałe koszty rodzajowe	59 288	24 830	230 587	28 233
IX. Wartość sprzedanych towarów i materiałów	0	0	0	0
C. Zysk (strata) ze sprzedaży (A - B)	314 412	600 315	1 120 884	986 399
D. Pozostałe przychody operacyjne	78 632	360	161 082	371
I. Zysk ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych	0	0	0	0
II. Dotacje	14 167	0	96 617	0
III. Inne przychody operacyjne	64 465	371	64 465	371
E. Pozostałe koszty operacyjne	22 137	0	22 580	0
I. Strata ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych	0	0	0	0
II. Aktualizacja wartości aktywów niefinansowych	0	0	0	0
III. Inne koszty operacyjne	22 137	0	22 580	0
F. Zysk (strata) z działalności operacyjnej (C + D - E)	370 907	600 686	1 259 385	986 770
G. Przychody finansowe	13 036	45 650	13 168	51 274
I. Dywidendy i udziały w zyskach ,w tym:	0	0	0	0
- od jednostek powiązanych	0	0	0	0

Raport za IV kwartał 2012 roku

II. Odsetki , w tym:	5 240	3 961	5 240	5 239
- jednostek powiązanych	0	0	0	0
III. Zysk ze zbycia inwestycji	0	0	0	0
IV. Aktualizacja wartości inwestycji	0	0	0	0
V. Inne	7 796	41 689	7 928	46 035
H. Koszty finansowe	31 364	27 183	83 595	27 778
I. Odsetki , w tym:	9 094	1 440	31 236	1 955
- od jednostek powiązanych	0	0	0	0
II. Straty ze zbycia inwestycji	0	0	0	0
III. Aktualizacja wartości inwestycji	0	0	0	0
IV. Inne	22 270	25 743	52 359	25 823
I. Zysk (strata) z działalności gospodarczej (F + G - H)	352 579	619 154	1 188 958	1 010 266
J. Wynik zdarzeń nadzwyczajnych (J.I - J.II)	0	0	0	0
I. Zyski nadzwyczajne	0	0	0	0
II. Straty nadzwyczajne	0	0	0	0
K. Zysk (strata) brutto (I + / - J))	352 579	619 154	1 188 958	1 010 266
L. Podatek dochodowy	50 032	119 130	236 865	193 252
M. Pozostałe obowiązkowe zmniejszenia zysku (zwiększenia)	0	0	0	0
N. Zysk (strata) netto (K - L - M)	302 547	500 024	952 093	817 014

* Dane jednostkowe AdMassive S.A. za 2011 r. (Emitent nie tworzył w 2011 r. Grupy Kapitałowej)

IX. WŁADZE SPÓŁKI, AKCJONARIAT

Spółka jest zarejestrowana przez Sąd Rejonowy dla Miasta Stołecznego Warszawy, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000403289.

Na dzień sporządzenia raportu kapitał zakładowy Spółki dzieli się na 1.350.000 akcji, w tym: 1.000.000 akcji imiennych uprzywilejowanych w głosach 2 do 1 serii A i 350.000 akcji zwykłych na okaziciela serii B o wartości nominalnej 0,10 zł każda.

Raport za IV kwartał 2012 roku

1. Zarząd AdMassive S.A.

Na dzień sporządzenia raportu w skład Zarządu AdMassive S.A. wchodził:

Rafał Michalczyk – Prezes Zarządu

2. Rada Nadzorcza AdMassive S.A.

Na dzień sporządzenia raportu w skład Rady Nadzorczej AdMassive S.A. wchodził:

- 1) Daniel Jerzy Brodowski – Przewodniczący Rady Nadzorczej,
- 2) Magdalena Pietkiewicz – Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej,
- 3) Marcin Wieczorek – Członek Rady Nadzorczej,
- 4) Czesław Piotr Soroczyński – Członek Rady Nadzorczej,
- 5) Radosław Jakub Więcaszek – Członek Rady Nadzorczej.

3. Akcjonariat AdMassive S.A.

Na dzień sporządzenia raportu wg informacji posiadanych przez Spółkę akcjonariuszami AdMassive S.A. posiadającymi ponad 5% głosów byli:

	Akcjonariusze ADMASSIVE SA	Liczba akcji / głosów na WZA	Seria	Udział w kapitale zakładowym / udział w ogólnej liczbie głosów na WZA [%]
1	Kenedix Investments Limited*	662 870 / 1 325 740	A	49,10% / 56,41%
2	Rafał Michalczyk	200 000 / 400 000	A	14,81% / 17,02%
3	Investors TFI	167 500 / 167 500	B	12,41% / 7,13%
4	Flexaret Investments Ltd.	78 563 / 157 126	A	5,82% / 6,69%
5	Pozostali akcjonariusze	241 067 / 299 634	A i B	17,85% / 12,75%
	Suma	1 350 000 / 2 350 000		100% / 100%

* podmiot powiązany z Rafałem Michalczykiem

X. OPIS DZIAŁALNOŚCI

AdMassive to Grupa Kapitałowa specjalizująca się w aktywizacji sprzedaży w kanałach cyfrowych (online, tzn. w sieci Internet oraz Digital Signage). AdMassive realizuje cele swoich Klientów poprzez innowacyjne narzędzia technologiczne. Wyróżnia ją również sieć wyspecjalizowanych Doradców Biznesowych – New Business Managerów (NBM), działająca w całym kraju, dzięki czemu skutecznie łączy komponent online z offline (czyli działalnością poza siecią Internet). Zarząd Spółki jest przekonany, że jest to jedyne takie rozwiązanie na rynku. Tylko takie połączenie zapewnia długoterminowy wzrost wartości przedsiębiorstwa.

AdMassive działa w trzech obszarach przychodowych:

- zintegrowana komunikacja elektroniczna skierowana do dużych sieciowych Klientów polskich i zagranicznych
- usługi związane z aktywizacją sprzedaży dedykowane małym i średnim przedsiębiorcom
 - obszar usługowy realizowany poprzez sieć Doradców Biznesowych w całej Polsce
- obszar technologiczny - platforma technologiczna click2SALE do Klientów z sektora mikroprzedsiębiorstw.

Segment dużych Klientów

W tym segmencie AdMassive dostarcza kompleksowych rozwiązań w zakresie zintegrowanej komunikacji marketingowej skierowanej do dużych Klientów polskich i zagranicznych, obsługując kampanie reklamowe. W szczególności AdMassive w przeważającej mierze dostarcza nośników do zintegrowanej komunikacji elektronicznej, tj. powierzchni reklamowej w sieci Internet oraz na nośnikach Digital Signage.

Zintegrowana komunikacja elektroniczna jest to ogół działań sieci Internet (rozwiązania e-commerce, pozycjonowanie, kampanie reklamowe, działania w mediach społecznościowych, jak np. facebook, twitter, nasza-klasa) i innych mediach cyfrowych, jak np. telewizja w miejscu zakupu, mających na celu budowanie wizerunku, realizację celów marketingowych i sprzedażowych Klienta, a w efekcie zwiększenie jego przychodów.

AdMassive realizuje te cele w szczególności poprzez tworzenie i realizację strategii marketingowych, planowanie i zakup mediów (zarówno w Internecie jak i w telewizji w miejscu zakupu), doradztwo w zakresie pozycjonowania i optymalizacji serwisów pod kątem sprzedażowym, działania w mediach społecznościowych, programy partnerskie, dostarczanie nowoczesnych rozwiązań technologicznych.

W tym obszarze działalności Spółka w bardzo szerokim stopniu korzysta z usług świadczonych przez dostawców zewnętrznych oraz podwykonawców, dostarczających powierzchnię reklamową. AdMassive nie posiada własnych nośników reklamowych.

Segment MŚP

W segmencie MŚP AdMassive dostarcza kompleksowych rozwiązań w zakresie wspierania sprzedaży i obsługi Klienta z wykorzystaniem sieci Internet. Usługi związane z aktywizacją sprzedaży dedykowane małym i średnim przedsiębiorcom to obszar obejmujący aktywnie działającą w całej Polsce sieć New Business Managerów, którzy dysponują szeroką ofertą produktową:

- ✓ Hosting
- ✓ Budowa strony www

Raport za IV kwartał 2012 roku

- ✓ Implementacja rozwiązań CMS
- ✓ Kampania linków sponsorowanych w wyszukiwarkach AdWords
- ✓ SEO
- ✓ E-mail marketing
- ✓ Copywriting
- ✓ Zakup mediów interaktywnych
- ✓ Założenie i przygotowanie podstawowej treści konta firmowego na portalach społecznościowych
- ✓ Sprzedażowy marketing społecznościowy
- ✓ Dedykowane programy afiliacyjne
- ✓ Tworzenie dedykowanych programów rabatowych
- ✓ eCommerce
- ✓ Pozyskiwanie i monetyzacja baz danych
- ✓ Komunikacja sprzedażowa Digital Out Of Home

W segmencie MŚP oferowane produkty są połączone w pakiety (pod nazwą *AdMassive Color*), w ramach których Klient ma możliwość płatności ratalnych za wykonywane usługi, w ramach miesięcznego abonamentu. Największym zainteresowaniem Klientów cieszą się:

➤ Fan Color

Budowa i prowadzenie strony na portalach społecznościowych. W zależności od wybranego pakietu różna jest aktywność oraz wykorzystanie możliwości reklamowych portalu.



➤ Ads Color

Prowadzenia kampanii Adwords dla Klienta. Adwords są to linki reklamowe wyświetlane na stronach w wyniku wyszukiwania w przeglądarce Google. W zależności od pakietu różnią się długością kampanii, modelem rozliczenia oraz ilością kliknięć.

➤ Web Color

Stworzenie strony internetowej z wybraną przez Klienta liczbą różnych podstron. AdMassive wykorzystuje gotowe szablony graficzne dostosowując wygląd strony i kolorystykę do wymagań Klienta.



Raport za IV kwartał 2012 roku

➤ SEM Color

Usługa gwarantująca określoną ilość wejść na stronę internetową Klienta poprzez działania w ramach marketingu internetowego – pozycjonowania strony w wyszukiwarkach oraz kampanii reklamowych w Internecie.



Spółka prowadzi stałe prace nad dopasowaniem i rozwojem dotychczasowej oferty do zmieniających się potrzeb Klientów. Dział Rozwoju Produktów AdMassive S.A. wdrożył kolejne innowacyjne produkty dla Klientów sektora MŚP.

Wśród nich:

- Videobuilder - Narzędzie do tworzenia i zarządzania treściami video na stronie www Klienta
- Wirtualny spacer – umożliwia wirtualne zwiedzanie pomieszczeń i przestrzeni wokół dowolnych obiektów (hotelu, restauracji, basenów, parków, budynków biurowych i innych obiektów)
- Digital Signage - umożliwia emisję spotu promocyjnego w wybranym obiekcie na ekranach LCD (televizja w miejscu zakupu) w takich obiektach jak (Tesco, Piotr i Paweł, Alma, Kolporter, Kasy Stefczyka, kluby Fitness Benefit, Media Markt, Saturn etc.)

PLATFORMA TECHNOLOGICZNA

Trzeci obszar działalności AdMassive to obszar technologiczny. Spółka jest na etapie wprowadzania do swojej oferty nowoczesnej platformy technologicznej pod nazwą click2SALE, będącej zaawansowanym oprogramowaniem służącym do automatyzacji procesu sprzedaży i marketingu. Bardzo ważną zaletą Platformy jest interakcja między modułami, np. Klient samodzielnie zlecający usługę, może jednocześnie wybrać internetowe szkolenie z tego zakresu, bądź poprosić o kontakt z pracownikiem call center.

Na platformę click2SALE będą składały się 4 moduły:

1) Platforma samoobsługowa

Platforma samoobsługowa to możliwość samodzielnego wyboru produktów i usług AdMassive lub skorzystania z porady call center. Klient będzie mógł samodzielnie zlecić kampanię reklamową w Internecie oraz sprawdzić jej efektywność w postaci wygenerowania raportu, zakupić pakiet dotyczący prowadzenia konta społecznościowego, stworzyć stronę internetową według szablonu lub skorzystać z porady call center przy wyborze.

2) Wortal poradnikowy

Raport za IV kwartał 2012 roku

Wortal poradnikowy będzie miejscem dla osób, które szukają informacji na temat oferowanych przez AdMassive produktów i usług, uzupełnieniem ich wiedzy marketingowej, inspiracją do dalszych kontaktów z AdMassive, celem zgłębienia tematu i uzyskania fachowej porady w interesującym zakresie. Na wortalu dostępne będą szkolenia dla przedsiębiorców z zakresu najbardziej istotnych kwestii z punktu widzenia przedsiębiorcy i prowadzonej przez niego firmy, jak np. pozyskiwanie potencjalnych Klientów w sieci Internet czy też zarządzanie pozyskanymi kontaktami do Klientów.

3) Platforma sprzedażowo-barterowa

Platforma ta będzie internetową galerią handlową dla Klientów AdMassive, którzy nie mają i z różnych powodów (np. ceny) nie chcą posiadać własnego sklepu w sieci Internet. Klienci AdMassive – użytkownicy platformy będą mieli możliwość dokonywania sprzedaży przez Internet swoich produktów i usług lub dokonywania wymiany z innymi użytkownikami swoich towarów na ich towary (barter) za pośrednictwem portalu internetowego, którego promocja i obsługa będzie spoczywała na AdMassive. Realizacja transakcji będzie dokonywana w formie tradycyjnej (płatność za towar) lub barterowej (towar za towar).

4) CRM

Moduł CRM ma na celu optymalizację procesów zarządzania i logistyki w firmie. Zwykle CRM jest rozwiązaniem kosztownym, stosowanym raczej w dużych przedsiębiorstwach – AdMassive stworzy takie oprogramowanie, które będzie dostępne również dla drobnych przedsiębiorców. CRM to uporządkowana baza Klientów (typowe dane, które go reprezentują (imię, nazwisko, adres itp.), informacje dodatkowe np. punkty lojalnościowe, informacje o upodobaniach, informacje o produktach, które Klient zakupił, itd.) oraz zestaw procesów biznesowych, które są modelowane na potrzeby danego przedsiębiorstwa (usprawienie działań związanych ze sprzedażą).

Pierwsze moduły platformy click2SALE Spółka zamierza uruchomić w pierwszej połowie 2013 roku. Zakończenie prac przewidywane jest w II kwartale 2013 r.

XI. SPÓŁKI ZALEŻNE

AdMNet Sp. z o.o.

Ul. Żelazna 40 lok. 6; 02-456 Warszawa
KRS: 0000359154
NIP: 5272630947
Kapitał zakładowy 5.000 zł

AdM Net Sp. z o.o. zajmuje się zarządzaniem emisją reklam w sieci współpracujących witryn internetowych. Spółka skupia ok. 40 serwisów o różnej tematyce. Jej zadaniem jest tworzyć skuteczną reklamę przyjazną dla konsumentów i efektywną dla reklamodawców, poprzez profesjonalną i kompleksową obsługę serwisów internetowych w zakresie pozyskiwania Klientów, planowania kampanii i emisji reklam.

AdMassive S.A.

Raport za IV kwartał 2012 roku

AdMassive posiada 100% udziałów w AdMNet Sp. z o.o.

Sprawozdanie finansowe AdMNet Sp. z o.o. podlega konsolidacji metodą pełną.

Lebermedia Sp. z o.o.

Ul. Płk. Dąbka 17; 30-732 Kraków

KRS: 0000328051

NIP: 6762392792

Kapitał zakładowy 5.000 zł

LeberMedia Sp. z o.o. zapewnia kompleksową obsługę kampanii reklamowych: od stworzenia koncepcji komunikacji, scenariusze i produkcje reklam, a skończywszy na zamieszczaniu reklam w mediach. W ofercie spółki znajdują się kampanie telewizyjne, outdoorowe, internetowe oraz prasowe. LeberMedia posiada w swoim portfolio unikatowy system pod nazwą Klikbanner, pozwalający na samodzielne kupowanie reklam w Internecie. Łączy wydawców – właścicieli serwisów z reklamodawcami zamierzającymi w prosty sposób umieścić swoje reklamy. System ten w połączeniu z istniejącą siecią serwisów pozwala rozszerzyć ofertę produktową i zasięg działalności Spółki.

AdMassive posiada 100% udziałów w Lebermedia Sp. z o.o.

Sprawozdanie finansowe Lebermedia Sp. z o.o. podlega konsolidacji metodą pełną.

StrongestMedia Ltd.

Brooklands Business Centre Petersfield Avenue

Slough SL2 5DY

StrongestMedia działa na rynku usług e-marketingowych w Wielkiej Brytanii od ponad 5 lat. Firma specjalizuje się w tworzeniu kompleksowej strategii promocji produktów swoich Klientów w Internecie, przy docieraniu do mniejszości narodowych zamieszkujących Wielką Brytanię, w tym Polaków. Spółka posiada także w ofercie produkty skierowane do firm z sektora MŚP.

Dotychczas firma współpracowała m.in. z Tesco, Lloyds, WesternUnion i MoneyGram.

AdMassive posiada 80% udziałów w StrongestMedia Ltd.

Spółka wyłączona z konsolidacji na podstawie art. 57 ust. 1 ustawy o rachunkowości.

XII. STRATEGIA ROZWOJU

Celem strategicznym Spółki jest budowa silnej grupy AdMassive, wzrost jej wartości i poprawa efektywności działań. Drogą do realizacji tego celu jest konsekwentny rozwój oferty produktowej, poszerzanie kanałów sprzedaży, kreowanie potrzeb Klientów oraz generowanie innowacyjności w każdym obszarze działalności Spółki.

Raport za IV kwartał 2012 roku

Średnio i długookresowym celem strategicznym AdMassive jest rozbudowa sieci sprzedaży. Zarząd Spółki zamierza w dalszym ciągu koncentrować się na rozwoju silnej marki oraz na zdobyciu i utrzymaniu silnej pozycji w segmencie usług marketingowych dla MŚP.

Istotne dla rozwoju AdMassive z punktu widzenia lidera usług wspierających sprzedaż jest utrzymanie wysoko wykwalifikowanego zespołu oraz niskiego poziomu rotacji zatrudnienia. AdMassive S.A. planuje zwiększenie zatrudnienia wraz z rozwojem sieci placówek. Mając świadomość, że przyszłe sukcesy AdMassive S.A. związane są z jakością kadry pracowniczej, Spółka planuje ciągłe zatrudnianie wysokiej klasy specjalistów, doświadczonych zarówno w sprzedaży, jak i w dziedzinie rozwiązań internetowych.

W III kwartale 2012 roku Spółka dokonała akwizycji 80% udziałów spółki StrongestMedia Ltd. z siedzibą w Wielkiej Brytanii. Przejęcie tak znacznego pakietu kontrolnego pomoże AdMassive w realizacji strategii ekspansji zagranicznej. AdMassive będzie podejmować dalsze działania w celu podjęcia współpracy handlowej z różnymi podmiotami w celu znajdowania nowych kanałów dystrybucji swoich produktów. Tą samą strategię Spółka zamierza w 2013 roku wprowadzić na innych rynkach europejskich.

Strategia AdMassive S.A. zakłada także rozwój oferty produktowej oraz palety świadczonych usług w zakresie zarówno produktów i usług już istniejących, jak i będących w fazie planowania. Zamiarem AdMassive jest ciągłe udoskonalenie oferty produktowej firmy w taki sposób, by jak najbardziej odpowiadała potrzebom rynku i oczekiwaniom Klientów. Spółka nawiązała współpracę z czołowym światowym dostawcą technologii do targetowania behawioralnego, co uatrakcyjni ofertę dla największych Klientów. Ponadto w bieżącym roku AdMassive zamierza zainwestować w rozwój działu technologii mobilnych (tj. na telefony komórkowe).

Targetowanie behawioralne to emisja reklam do użytkowników na podstawie ich dotychczasowych zachowań w Internecie. Technologia:

- Przeszukuje sieć, aby odnaleźć określoną grupę docelową;
- Zbiera informacje na temat zachowania grupy docelowej: miejsce przebywania, czas spędzony w danym miejscu, przyzwyczajenia, zainteresowania, nawyki, preferencje;
- Na podstawie tych danych buduje profil behawioralny aby: poszukiwać Konkretnego Klienta wyłącznie tam, gdzie można go znaleźć, reklamować usługi lub towar wyłącznie tym Klientom, którzy faktycznie mogą być nim zainteresowani, reklamować usługi wyłącznie w miejscu wzmożonej uwagi, i ciekawości człowieka;
- Wspiera cały proces sprzedażowy w przedsiębiorstwie Klienta. Poprzez zaangażowanie odbiorcy/konsumenta i wzbudzenie zainteresowania oraz powtórne docieranie do tych precyzyjnie wyselekcjonowanych grup odbiorców, spełnia 3 kluczowe cele wsparcia sprzedaży: budowanie wizerunku, sprzedaż i budowanie lojalności Klientów.

Powodzenie polityki rozwojowej Spółki uzależnione jest od dobrych kontaktów z Klientami i utrzymaniu opinii AdMassive jako wiarygodnego partnera handlowego, stąd też dalsze plany AdMassive związane są z dążeniem do doskonalenia procesów wewnętrznych we wszystkich obszarach działalności Spółki. W tym celu AdMassive przewiduje uruchomienie i wdrożenie elektronicznego systemu obsługi zleceń w Spółce, którego zadaniem będzie usprawnienie procesu zarządzania i obsługi zleceń. Wprowadzenie takiego systemu umożliwi kontrolowanie statusu oraz postępu prac nad projektami poszczególnych Klientów i tym samym ułatwi organizację pracy w firmie.

Raport za IV kwartał 2012 roku

W segmencie Klienta kluczowego AdMassive S.A. planuje rozwijać współpracę z zagranicznymi partnerami, co powinno przełożyć się na dalszy wzrost przychodów w tym segmencie.

Spółka obecnie tworzy silny dział sprzedaży dla segmentu MŚP. Dzięki temu wykorzystane zostaną silne kompetencje Spółki w zakresie tworzenia rozwiązań reklamy internetowej wraz z opracowanymi już wystandaryzowanymi produktami.

Osiągnięty w ten sposób poziom systemu zarządzania oraz wspólne standardy, zapewniające najwyższą jakość obsługi Klienta, są czynnikami powodującymi integrację AdMassive i w konsekwencji wzrost efektywności jej działań.

XIII. OPIS PODSTAWOWYCH RYZYK I ZAGROŻEŃ

1. Ryzyko związane z pogorszeniem sytuacji ekonomicznej w Polsce i za granicą

Popyt na usługi świadczone przez AdMassive w pewnym stopniu zależy od ogólnej koniunktury gospodarczej w Polsce oraz w mniejszym stopniu od ogólnej koniunktury gospodarczej w innych krajach, w których AdMassive sprzedaje swoje usługi. W 2012 r. przychody ze sprzedaży zagranicznej stanowiły 9% przychodów ze sprzedaży produktów i usług Spółki. Na przychody ze sprzedaży oraz wynik finansowy Emitenta największy wpływ mają takie czynniki makroekonomiczne jak: tempo wzrostu PKB, sprzedaży detalicznej, poziomu wynagrodzeń. Niekorzystna sytuacja makroekonomiczna może wpłynąć na zmniejszenie budżetów reklamowych największych przedsiębiorstw, co może doprowadzić do zmniejszenia popytu na produkty i usługi oferowane przez Spółkę, a tym samym niekorzystnie wpłynąć na wyniki finansowe Emitenta.

AdMassive stara się ograniczać ryzyko pogorszenia koniunktury w kraju poprzez wyjście na rynki zagraniczne. Zarząd prognozuje, że sprzedaż zagraniczna Spółki wzrośnie w 2013 r.

2. Ryzyko związane z koniunkturą i trendami na rynku reklamy

Popyt na usługi świadczone przez AdMassive uzależniony jest od koniunktury oraz trendów na rynku reklamy (głównie w Polsce), zatem zależy nie tylko od ogólnej sytuacji ekonomicznej która przekłada się na wielkość budżetów reklamowych przedsiębiorstw, ale również od trendów w marketingu czy na rynku reklamy. Zmiana trendów na rynku reklamy może doprowadzić do przesunięcia budżetów reklamowych do innych segmentów tego rynku.

Spółka stara się dostosować do trendów i upatruje szansy na dynamiczny rozwój w segmencie reklamy internetowej. Według ekspertów wydatki na reklamę w Internecie będą nadal stanowiły najszybciej rosnący segment całego rynku w Polsce. PwC Polska szacuje, że skumulowany roczny wzrost wydatków na reklamę w Internecie (CAGR) w Polsce prognozowany do roku 2016 wyniesie 17%, kiedy to rynek reklamy online osiągnie wartość 1,428 mld USD. Według prognoz rynek reklamy internetowej w 2016 roku pod względem wielkości nieznacznie wyprzedzi rynek reklamy telewizyjnej w Polsce. Prognozowane tempo wzrostu naszego rynku znacząco przewyższa dynamikę obserwowaną w większości państw Europy Zachodniej (średni CAGR 11,3%). Dzięki temu Polska ma szansę stać się w 2016 r. siódmym co do wielkości rynkiem w regionie EMEA, podczas gdy obecnie plasujemy się w drugiej dziesiątce. (Źródło: <http://www.pwc.pl/pl/biuro-prasowe/entertainment-and-media-outlook-2012-2016.jhtml>)

Wydaje się niezwykle mało prawdopodobne, by w najbliższych latach popularność lub dostępność Internetu miała zmaleć a rynek reklamy internetowej znacznie zmniejszył swoją dynamikę wzrostu, choć nie można całkowicie wykluczyć takiej możliwości. Spadek popularności lub dostępności do Internetu i związany z tym spadek nakładów na reklamę w tym medium mógłby mieć negatywny wpływ na wyniki finansowe Emitenta.

3. Ryzyko związane z konkurencją

Na rynku reklamy rywalizację o Klienta nasila specyfika tego rynku – koncentrowanie popytu w rękach domów mediowych. Prowadzi to często do licytacji cen wśród podmiotów dostarczających rozwiązania reklamowe, takich jak AdMassive. Ryzyko powiększenia się grona konkurentów jest stosunkowo duże – jest to spowodowane przede wszystkim stosunkowo niską barierą wejścia na rynek marketingowy oraz silnie rozwijająca się branża w Polsce. Ewentualne pojawienie się nowych znaczących konkurentów może w przyszłości wywierać negatywny wpływ na wyniki finansowe Spółki.

Środkiem zapobiegającym takiej sytuacji jest stałe rozszerzanie oferty oraz podnoszenie jakości oferowanych usług. Elementem wspierającym powyższe działania jest odpowiednio prowadzona aktywna sprzedaż produktów, promocja usług oraz marki (brandu) Spółki. Istotnym czynnikiem minimalizującym ryzyko związane z konkurencją jest nastawienie na rozwój AdMassive w segmentach dynamicznie rozwijających się, takich jak Internet, czy Digital Signage.

Spółka skupia się na dywersyfikacji przychodów poprzez pozyskiwanie klientów z różnych segmentów rynku. Szczególne zainteresowanie Spółki związane jest ze zwiększeniem sprzedaży w segmencie MŚP.

4. Ryzyko dotyczące zmiany przepisów prawa, w szczególności prawa podatkowego

Regulacje prawne w Polsce, a w szczególności polski system podatkowy, ulegają ciągłym zmianom. Niektóre przepisy podatkowe nie zostały sformułowane w sposób dostatecznie precyzyjny. Interpretacje przepisów podatkowych ulegają częstym zmianom, a praktyka organów skarbowych oraz orzecznictwo sądowe w sferze opodatkowania, są w dalszym ciągu niejednolite. Zachodzi konieczność ponoszenia kosztów monitoringu zmian legislacyjnych oraz dostosowywania działalności do zmieniających się przepisów.

Istnieje ryzyko rozbieżności interpretacyjnych przepisów prawa dokonywanych przez Spółkę oraz organy administracji. Emitent nie może wykluczyć wystąpienia w przyszłości zmian w przepisach prawa, w tym zmian systemu podatkowego, które mogą mieć wpływ na działalność Emitenta, choć wydaje się to być mało prawdopodobne.

5. Ryzyko uzależnienia od kluczowych Klientów

W przypadku utraty jednego z kluczowych Klientów, przychody ze sprzedaży Spółki w krótkim okresie mogą ulec zmianie. Dotychczasowe przychody AdMassive w znacznym stopniu pochodzą z segmentu zintegrowanej komunikacji elektronicznej skierowanej do dużych sieciowych Klientów polskich i zagranicznych, a płatności związane z większością z nich uzależnione są od jednego płatnika, podmiotu negocjacyjnego reprezentującego domy mediowe i agencje, który w 2012 r. pośredniczył w generowaniu 39% przychodów ze sprzedaży AdMassive.

Zastosowanie takiej konstrukcji współpracy pozwala spółce na osiągnięcie wyższej marży na sprzedaży dla tych Klientów. Pośrednictwo i kumulowanie zleceń jest często spotykaną praktyką na rynku na którym działa Emitent. Ewentualna utrata tego pośrednika mogłaby spowodować utratę części przychodów związaną z koniecznością zastosowania niższej marży, co mogłoby negatywnie wpłynąć na wyniki finansowe Spółki. Jest to jednak bardzo mało prawdopodobne z uwagi na fakt, iż długoletnie relacje biznesowe zbudowane z tym pośrednikiem dotyczą również działalności nie związanej z działaniami AdMassive i generują obopólne korzyści, co pozwala Zarządowi AdMassive postawić tezę, że jest to relacja trwała. Nie istnieją jednocześnie powiązania o charakterze kapitałowym lub osobowym, które wpływałyby na sposób współpracy tego podmiotu ze Spółką, współpraca odbywa się na zasadach rynkowych.

AdMassive jednakże stara się ograniczać to ryzyko poprzez aktywne działania handlowe mające na celu pozyskanie kolejnych Klientów, również poprzez poszukiwanie kontraktów na rynkach zagranicznych. AdMassive jest stosunkowo młodym podmiotem, funkcjonującym na

Raport za IV kwartał 2012 roku

rynku trzeci rok, a posiadającym już szerokie kompetencje w różnych segmentach reklamy, co pozwala Zarządowi przypuszczać, że Spółka pozyska szereg nowych Klientów. Spółka uczyniła istotne postępy w tym obszarze, gdyż w poprzednim roku udział jednego płatnika w przychodach AdMassive wyraźnie spadł (z 92% w 2010 r. i 66% w 2011 r.).

Dodatkowo, aby ograniczyć to ryzyko, Zarząd AdMassive, już na początku działalności Spółki rozpoczął intensywne prace mające na celu wytworzenie wewnątrz przedsiębiorstwa kompetencji w zakresie świadczenia usług małym i średnim przedsiębiorstwom, przede wszystkim w segmencie reklamy internetowej. Obecnie AdMassive dysponuje już szeregiem wystandaryzowanych usług dla małych i średnich przedsiębiorstw, generujących coraz większe przychody ze sprzedaży. Zarząd przewiduje, że struktura przychodów ze sprzedaży do końca 2013 r. ulegnie wyraźnemu przesunięciu na rzecz usług na rynku reklamy w Internecie dla małych i średnich przedsiębiorstw.

6. Ryzyko odejścia kluczowych pracowników

Sukces w branży usług marketingowych jest uzależniony przede wszystkim od wiedzy, know-how, kreatywności, zaangażowania oraz kompetencji pracowników. Im firma ma większy potencjał w zakresie zasobów ludzkich, tym silniejsza jest jej pozycja konkurencyjna na rynku. Utrata kluczowych pracowników może skutkować pogorszeniem się kondycji finansowej, poprzez np. utratę znaczącego Klienta bezpośrednio powiązanego z danym pracownikiem.

Spółka prowadzi odpowiednią politykę kadrową zachęcającą pracowników do wiązania z nią swojej kariery i przyszłości, gwarantuje również atrakcyjny pakiet socjalny. Oprócz tego sukcesywnie wprowadza się systemy formalizacji i procedur pracy kadr, precyzyjnie definiujący zakres kompetencyjny, procedury wdrożeniowe i postępowania w sytuacjach kryzysowych, poprzez czytelne określenie celów, przyporządkowanych do poszczególnych stanowisk.

Ponadto dla kluczowych pracowników od stycznia 2013 roku Spółka wdrożyła opcyjny program motywacyjny. Program opcyjny opiera się na dodatkowej emisji akcji serii D w ilości 135 000 przeznaczonych na system w latach 2013-2014.

7. Ryzyko związane z możliwością prowadzenia przez pracowników Spółki działalności konkurencyjnej wobec działalności Spółki

W przypadku działalności Spółki, kwestia ta jest bardzo istotna ze względu na unikatowe know-how oraz doświadczenie, które wykorzystane przez konkurencję mogłoby mieć niekorzystny wpływ na działalność Spółki.

W celu ograniczenia ryzyka z możliwością prowadzenia przez pracowników działalności konkurencyjnej, Spółka prowadzi długofalową politykę zatrudnienia opartą o tworzenie atrakcyjnych warunków zatrudnienia, zarówno w obszarze elementów niematerialnych (np. atmosfera pracy, system szkoleń) oraz wartości materialnych np. wynagrodzenia zasadniczego, systemów premiowania uzależnionych od zajmowanego stanowiska i działu, osiągniętych wyników w danym okresie, indywidualne jak i przez dany dział, przewidzianej ścieżki rozwoju pracowników. Ryzyko to również jest ograniczane poprzez podpisywanie z pracownikami umów o zakazie konkurencji.

8. Ryzyko związane z wykorzystywanymi przez Spółkę technologiami

Działalność operacyjna Spółki oparta jest o różnego typu systemy informatyczne. Wiąże się to z koniecznością wykorzystywania do jej działalności wielu narzędzi i urządzeń technicznych, w tym między innymi wysokiej klasy sprzętu komputerowego i elektronicznego. W związku z tym działalność Spółki narażona jest na ryzyko związane z możliwymi, lecz nieprzewidywalnymi usterkami w funkcjonowaniu tych urządzeń. Ewentualne problemy wynikające z wadliwości wykorzystywanych urządzeń, a pociągające za sobą możliwość niewywiązania lub nienależytego wywiązania się Spółki z umów zawartych z odbiorcami, mogłyby zaszkodzić rynkowemu wizerunkowi Spółki oraz narazić ją na koszty związane z odszkodowaniami

Raport za IV kwartał 2012 roku

płaconymi na rzecz odbiorców, a tym samym negatywnie wpłynąć na sytuację finansową Spółki.

W celu uniknięcia wystąpienia takiej sytuacji Spółka korzysta z wysokiej jakości sprzętu informatycznego o niskiej awaryjności oraz cały czas aktualizuje i modyfikuje swoje oprogramowanie. Spółka posiada opracowane procedury awaryjne, dba o posiadanie odpowiedniej rezerwy sprzętu na wymianę oraz zawiera umowy wsparcia technicznego, gwarantujące natychmiastowe wsparcie. Dodatkowo wszelkie cenne dane są zabezpieczone w kilku lokalizacjach w postaci kopii zapasowych. Spółka objęła również swój sprzęt elektroniczny oraz przechowywane na nim dane ochroną ubezpieczeniową (polisa majątkowa).

Działalność Spółki jest zależna od jakości działania sieci Internet w Polsce, czyli jakości świadczenia usług przez operatorów telekomunikacyjnych. Niedostępność usług tej sieci powoduje znaczne zmniejszenie przychodów z reklam oraz usług e-commerce. Jakość tych usług w Polsce ulega stałej poprawie. Spółka korzysta z połączeń z kilkoma operatorami Internetu, tak, aby tworzyć optymalne drogi dostarczania usług do jej użytkowników oraz zabezpieczyć się na wypadek awarii u jednego z operatorów.

9. Ryzyko związane z użytkowaniem bezpłatnego oprogramowania

Duża część oprogramowania używanego w Spółce jest licencjonowana na zasadach "open source", czyli licencji dostępnej publicznie, również do zastosowań komercyjnych, bez ograniczeń. Ryzyko związane jest z potencjalnym wystąpieniem błędów w oprogramowaniu ograniczających zdolność Spółki do świadczenia usług lub zwiększających ryzyko włamania do systemu. Dodatkowe ryzyko jest związane z brakiem wsparcia ze strony wytwórców oprogramowania - ewentualne błędy muszą być usuwane samodzielnie przez Spółkę.

AdMassive stale pozostaje w kontakcie z grupami rozwijającymi i używającymi tego typu oprogramowania i utrzymuje odpowiednio wykwalifikowaną kadrę zdolną dokonać ewentualnych modyfikacji w oprogramowaniu.

10. Ryzyko związane ze znaczeniem dostawców dla jakości usług świadczonych przez Spółki

W swojej działalności Spółka w bardzo szerokim stopniu korzysta z usług świadczonych przez dostawców zewnętrznych oraz podwykonawców. W związku z tym działalność Spółki narażona jest na ryzyko związane z terminowością oraz jakością usług świadczonych przez te podmioty. Ewentualna nierzetelność podwykonawców mogłaby uniemożliwić lub znacząco utrudnić Spółce należyte wywiązanie się z umów zawartych przez Spółkę z jej odbiorcami. Sytuacja taka mogłaby zaszkodzić rynkowemu wizerunkowi Spółki oraz narazić ją na koszty związane z odszkodowaniami płaconymi na rzecz odbiorców, a tym samym negatywnie wpłynąć na sytuację finansową Spółki.

Spółka zminimalizowała to ryzyko poprzez podpisanie dogodnych umów z działającymi na konkurencyjnych warunkach dostawcami zewnętrznymi i podwykonawcami.

11. Ryzyko związane ze wzrostem skali działania

AdMassive znajduje się w fazie dynamicznego wzrostu. Wzrost przychodów ze sprzedaży w 2012 r. wynosi 22%. Szybko rosnąca skala działania wymaga coraz większego wysiłku organizacyjnego. Nie można wykluczyć ryzyka, że dalszy rozwój działalności Spółki będzie napotykał coraz większe bariery związane z zarządzaniem rozrastającą się organizacją.

Zdaniem Zarządu istniejąca struktura organizacyjna zapewni sprawne funkcjonowanie Spółki w najbliższych latach. W celu przeciwdziałaniu temu ryzyku Spółka stale szkoli dotychczasowych pracowników oraz powiększa swój zespół o osoby posiadające doświadczenie w zarządzaniu dużymi przedsięwzięciami.

12. Ryzyko związane z rozwojem nowych usług

Przebiegający w sposób dynamiczny rozwój małych przedsiębiorstw, do których zaliczyć należy AdMassive oraz zachodzące w jego otoczeniu zmiany wymuszają konieczność przeprowadzenia inwestycji w nowe usługi dopasowane do bieżących potrzeb występujących w tym segmencie rynku. Rozpoczęcie oferowania i świadczenia nowych typów usług, nawet jeśli ich specyfika jest zbliżona do specyfiki usług aktualnie świadczonych przez Spółkę wiąże się z ryzykiem, iż obecne doświadczenie Spółki okaże się niewystarczające dla należytego wykonywania usług w nowych obszarach działalności

Istnieje ryzyko, że decyzje dotyczące nowych produktów zostaną podjęte w oparciu o błędne przesłanki i AdMassive nie osiągnie zakładanej stopy zwrotu na danym produkcie. Ewentualne problemy z należytym wykonywaniem usług dotyczących planowanych nowych obszarów działalności Spółki mogłyby zaszkodzić rynkowemu wizerunkowi Spółki oraz narazić ją na koszty związane z odszkodowaniami płaconymi na rzecz odbiorców, a tym samym negatywnie wpłynąć na sytuację finansową Spółki.

W celu uniknięcia tego ryzyka Spółka dokonuje gruntownego rozpoznania rynku przed podjęciem decyzji o rozszerzeniu gamy produktów, a poprzez elastyczną politykę dopasowaną do aktualnych potrzeb rynku stara się uniknąć tego ryzyka. Ryzyko związane z niepowodzeniem rozwoju nowych usług i produktów jest mocno ograniczone. Spółka nie ponosi bowiem znaczących nakładów inwestycyjnych na rozwój jednego, określonego produktu czy usługi, od którego uzależnia swój rozwój. Rynek działania Spółki jest nadal bardzo konkurencyjny i zmusza AdMassive do konsekwentnego poszerzania swojej oferty, poprzez udostępnianie wielu nowych, ale również rozbudowę i zwiększanie użyteczności dotychczasowych produktów i usług.

13. Ryzyko niezrealizowania strategii rozwoju

Kluczowym elementem strategii rozwoju AdMassive jest nastawienie na segment rynku reklamy w Internecie dla małych i średnich przedsiębiorstw. AdMassive wypracowała standard usługi, który stale rozwija i jednocześnie prowadzi intensywne działania sprzedażowe. Kolejnym krokiem w rozwoju Spółki będzie dalsze eksploatowanie segmentu reklamy internetowej dla małych spółek, poprzez utworzenie i dostarczenie małym przedsiębiorcom narzędzi umożliwiających bardzo łatwe zaistnienie w sieci. Jednocześnie Spółka stale poprawia jakość i konkurencyjność usług dla dużych Klientów i prowadzi działania handlowe mające na celu rozszerzenie usług na kolejnych dużych Klientów.

Nie można wykluczyć, że przyjęta przez Zarząd strategia rozwoju okaże się błędna lub nie zostanie należycie wdrożona, co doprowadzi do osiągnięcia gorszych od zakładanych efektów. Zarząd na bieżąco monitoruje efekty wdrażanej strategii rozwoju. Zdaniem Zarządu obecnie nie ma podstaw do stwierdzenia, że podejmowane działania nie przyniosą zamierzonych efektów.

14. Ryzyko związane ze strukturą akcjonariatu Emitenta

Obecnie w posiadaniu 4 akcjonariuszy: Kenedix Investments Limited, Rafała Michalczyka, Inwestors TFI i Flexaret Investment Limited pozostają akcje dające łącznie 82,14% udziału w Spółce i jednocześnie 87,25% głosów na WZA. Oznacza to, że nadal od ich decyzji zależą kierunki rozwoju Emitenta.

XIV. OŚWIADCZENIE ZARZĄDU W SPRAWIE RZETELNOŚCI SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO

Zarząd AdMassive S.A. oświadcza, że wedle jego najlepszej wiedzy kwartalne sprawozdanie finansowe i dane porównawcze sporządzone zostały zgodnie z zasadami rachunkowości obowiązującymi w Polsce oraz odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową AdMassive S.A. oraz jej wynik finansowy, oraz że sprawozdanie z działalności Spółki zawiera prawdziwy obraz sytuacji AdMassive S.A.

XV. DANE TELEADRESOWE

AdMassive S.A.

ul. Banderii 4
01-164 Warszawa
tel.: +48 22 863 35 82
faks: +48 12 653 45 19
adres strony internetowej: www.AdMassive.pl
adres poczty elektronicznej: admassive@admassive.pl
REGON: 141697724 NIP: 107-001-37-12

KRS: 0000403289 Sąd Rejonowy dla Miasta Stołecznego
Warszawy, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru
Sądowego
Kapitał zakładowy: 135.000 PLN