



Raport kwartalny
za III kwartał roku obrotowego 2016/2017

Poznań, 17.03.2017r.

1. Informacje ogólne.

a. Podstawowe informacje o Spółce

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

b. Struktura akcjonariatu

Imię i nazwisko / nazwa	Liczba akcji	Udział w akcjonariacie	Liczba głosów	Udział w ogólnej liczbie głosów
Tadeusz Zieliński	783 000	32,03%	1 193 000	34,64%
Marcin Katański	1 131 550	46,29%	1 721 550	49,98%
Pozostali akcjonariusze	529 894	21,68%	529 894	15,38%
Łącznie	2 444 444	100,00%	3 444 444	100,00%

c. Ogólny zarys działalności Spółki

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

Program lojalnościowy MPL Verbum składa się z trzech głównych elementów:

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

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

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

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

Strategia rozwoju przyjęta przez Spółkę obejmuje aktywność w kilku podstawowych obszarach:

- programy lojalnościowe typu B2C w branży sprzedaży detalicznej,
- programy lojalnościowe i motywacyjne typu B2B w branży sprzedaży hurtowej,

- programy lojalnościowe i motywacyjne typu B2B dla producentów dóbr i usług skierowane do kanału dystrybucji oraz wykonawców usług wykorzystujących promowane produkty,
- programy multipartnerskie typu B2B oraz B2C,
- rozwój własnej platformy lojalnościowej, wdrażanie niedrogich rozwiązań lojalnościowych w segmencie MSP,
- rozwój własnych rozwiązań w zakresie benefitów wykorzystywanych do premiowania uczestników programów motywacyjnych i lojalnościowych.

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

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

2. Wybrane dane finansowe za III kwartał roku obrachunkowego 2016/2017, oraz dane porównawcze.

- Skrócony rachunek zysków i strat

Wyszczególnienie	III kwartał 2016/2017	III kwartał 2015/2016	III kwartał 2016/2017 narastająco	III kwartał 2015/2016 narastająco
Waluta	PLN	PLN	PLN	PLN
A. Przychody netto ze sprzedaży i zrównane z nimi, w tym:	4 044 007,47	3 177 812,54	8 945 494,42	7 412 504,16
I. Przychody netto ze sprzedaży produktów	4 067 684,21	3 207 276,56	9 161 060,56	7 387 499,54
II. Zmiana stanu produktów	- 23 676,74	- 29 464,02	- 215 566,14	25 004,62
IV. Przychody netto ze sprzedaży towarów i materiałów	0,00	0,00	0,00	0,00
B. Koszty działalności operacyjnej	3 885 365,30	3 114 216,29	8 682 313,16	7 329 467,04
I. Amortyzacja (1)	70 407,17	71 530,84	216 787,08	216 705,66
II. Zużycie materiałów i energii	2 882 848,84	2 008 287,61	5 973 800,33	4 265 016,48
III. Usługi obce	367 453,73	400 185,22	875 676,68	1 025 139,64
IV. Podatki i opłaty	2 978,70	6 496,90	12 428,40	9 352,50
V. Wynagrodzenia	236 935,47	273 054,39	754 435,34	816 087,12
VI. Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia pracowników	37 650,79	40 963,00	115 672,06	126 442,03
VII. Pozostałe koszty rodzajowe	287 090,60	313 698,33	733 513,27	870 723,61
VIII. Wartość sprzedanych towarów i materiałów	0,00	0,00	0,00	0,00
C. Zysk (strata) ze sprzedaży (A-B)	158 642,17	63 596,25	263 181,26	83 037,12
D. Pozostałe przychody operacyjne (2)	28 949,40	27 263,12	83 183,79	91 023,17
E. Pozostałe koszty operacyjne	21,86	14 001,65	23,88	16 006,15
F. Zysk (strata) z działalności operacyjnej (C+D-E)	187 569,71	76 857,72	346 341,17	158 054,14
G. Przychody finansowe	1 094,48	1 524,30	4 454,60	3 363,42
H. Koszty finansowe	5 274,95	5 071,18	15 828,66	15 281,14
I. Zysk (strata) brutto (I±J)	183 389,24	73 310,84	334 967,11	146 136,42
J. Podatek dochodowy	36 382,00	9 237,00	68 067,00	24 697,00
K. Pozostałe obowiązkowe zmniejsz. zysku (zwiększ. straty)	0,00	0,00	0,00	0,00
L. Zysk (strata) netto (K-L-M)	147 007,24	64 073,84	266 900,11	121 439,42

(1), (2) Pozycja Amortyzacja zawiera odpis z tytułu nabycia środka trwałego w postaci Platformy Informatycznej dedykowanej obsłudze programów multipartnerskich w segmentach B2B i B2C oraz narzędzi raportowania aktywności uczestników i rejestracji transakcji w programach multipartnerskich. 70% wartości środka trwałego zostało sfinansowane z dotacji z WARP-u, która została zaliczona do rozliczeń międzyokresowych przychodów. Kwota ta stopniowo zwiększa Pozostałe przychody operacyjne, równoległe do odpisów amortyzacyjnych.

- **Skrócony bilans**

Wyszczególnienie	1.05.2016r.- 31.01.2017r.	1.05.2015r.- 31.01.2016r.
	PLN	PLN
Waluta		
A. Aktywa trwałe	1 765 632,62	1 909 958,38
I. Wartości niematerialne i prawne	654 211,33	754 855,02
II. Rzeczowe aktywa trwałe	1 091 338,29	1 097 020,36
III. Należności długoterminowe	19 000,00	57 000,00
IV. Inwestycje długoterminowe	0,00	0,00
V. Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	1 083,00	1 083,00
B. Aktywa obrotowe	4 448 744,83	4 285 118,47
I. Zapasy	603 446,79	809 349,37
II. Należności krótkoterminowe	2 957 907,44	1 960 097,76
III. Inwestycje krótkoterminowe	872 537,60	1 497 352,39
IV. Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	14 853,00	18 318,95
C. Należne wpłaty na kapitał podstawowy	0,00	0,00
D. Udziały (akcje) własne	0,00	0,00
Aktywa razem	6 214 377,45	6 195 076,85
A. Kapitał własny	3 847 729,89	3 564 466,96
I. Kapitał podstawowy	244 444,40	244 444,40
II. Kapitał zapasowy	3 336 385,38	3 198 583,14
III. Kapitał z aktualizacji wyceny	0,00	0,00
IV. Pozostałe kapitały rezerwowe	0,00	0,00
V. Zysk z lat ubiegłych	0,00	0,00
VI. Zysk netto	266 900,11	121 439,42
VII. Odpisy z zysku netto w ciągu roku obrotowego (wielkość ujemna)	0,00	0,00
B. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	2 366 647,56	2 630 609,89
I. Rezerwy na zobowiązania	4 957,00	1 056,00
II. Zobowiązania długoterminowe	463 465,24	503 636,00
III. Zobowiązania krótkoterminowe	1 534 653,24	1 660 367,89
IV. Rozliczenia międzyokresowe	363 572,08	465 550,00
Pasywa razem	6 214 377,45	6 195 076,85

- **Skrócony rachunek przepływów pieniężnych**

Wyszczególnienie	1.05.2016r.- 31.01.2017r.	1.05.2015r.- 31.01.2016r.
Waluta	PLN	PLN
A. Przepływy środków pieniężnych z działalności operacyjnej		
I. Zysk (strata) netto	266 900,11	121 439,42
II. Korekty razem	139 984,05	667 985,76
III. Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej (I±II)	406 884,16	789 425,18
B. Przepływy środków pieniężnych z działalności inwestycyjnej		
I. Wpływy	4 454,6	22 363,42
II. Wydatki	179 791,99	25 587,07
III. Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej (I-II)	- 175 337,39	- 3 223,65
C. Przepływy środków pieniężnych z działalności finansowej		
I. Wpływy	-21 915,00	86 326,19
II. Wydatki	167 635,84	227 516,57
III. Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej (I-II)	- 189 550,84	- 141 190,38
D. Przepływy pieniężne netto razem (AIII±BIII±CIII)	41 995,93	645 011,15
E. Bilansowa zmiana stanu środków pieniężnych		
F. Środki pieniężne na początek okresu	830 541,67	852 341,24
G. Środki pieniężne na koniec okresu (F±D), w tym	872 537,60	1 497 352,39
- o ograniczonej możliwości korzystania	331 424,00	191 050,30

- **Skrócone zestawienie zmian w kapitale**

Wyszczególnienie	1.05.2016r.- 31.01.2017r.	1.05.2015r.- 31.01.2016r.
Waluta	PLN	PLN
I. Kapitał własny na początek okresu (BO)	244 444,40	244 444,40
II. Kapitał własny na koniec okresu (BZ)	3 847 729,89	3 564 466,96
III. Kapitał własny, po uwzględnieniu proponowanego podziału zysku (pokrycia straty)		

- **Opis przyjętych zasad rachunkowości**

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

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

Rok obrotowy Spółki rozpoczyna się 1 maja, a kończy 30 kwietnia. III kwartał roku obrachunkowego 2016/2017 obejmował miesiące listopad 2016r., grudzień 2016r. i styczeń 2017r.

W III kwartale Spółka wypracowała przychody ze sprzedaży na poziomie 4 044 007,47 zł., czyli na poziomie ponad 27 % wyższym niż w analogicznym okresie roku 2015/2016, uzyskując wynik finansowy na poziomie 147 007,24 zł.

W opinii Zarządu uzyskane wyniki potwierdzają słuszność obranej strategii i odzwierciedlają pozytywne procesy rozwojowe zachodzące w Spółce.

Priorytetem Zarządu pozostaje dalsza praca nad wzrostem przychodów w poszczególnych kwartałach i wzrostem zysku netto, na którego ciągle niesatysfakcjonujący poziom mają wpływ następujące negatywne czynniki:

- Koszty ponoszone przez Spółkę w związku z prowadzonymi inwestycjami, działaniami sprzedażowymi i promocyjnymi, a także rozbudową działu sprzedaży, dzięki której Spółka już od roku jest bezpośrednio obecna na rynku warszawskim, czego efekty w postaci przychodów będą widoczne w kolejnych kwartałach.
- Dodatkowe koszty związane z prowadzonymi pracami nad nową strategią i rozwojem nowych produktów, które mają wyróżniać Spółkę na rynku i poprawić rentowność sprzedaży.
- Niezadowalająca rentowność sprzedaży spowodowana:
 - Koniecznością obniżenia marż na realizowanych projektach dla utrzymania kontraktów z głównymi klientami Spółki, którzy w dużej mierze związani są z szeroko pojętą branżą budowlaną i ciągle jeszcze odczuwają skutki spowolnienia gospodarczego.
 - Zmniejszeniem wysokości budżetów marketingowych, a także przesuwaniem w czasie lub rezygnacją przez klientów Spółki z planowanych wcześniej wdrożeń programów i promocji w związku z niepewnością co do rozwoju sytuacji makroekonomicznej w najbliższych miesiącach.
 - Utrzymującą się niekorzystną strukturą benefitów otrzymywanych przez uczestników programów lojalnościowych na niekorzyść nagród rzeczowych, gdzie dominującą pozycję zaczynają stanowić gotówka oraz bony towarowe.
- Koszty prac rozwojowych związanych z wprowadzaniem do oferty Spółki nowych rozwiązań nakierowanych przede wszystkim na generowanie wartości dodanej dla klientów, poprzez budowanie zaangażowania uczestników programów lojalnościowych.

- Koszty prac związanych z uruchamianiem i testowaniem nowych produktów w zakresie programów lojalnościowych typu B2C (zarówno multipartnerskich, jak i monopartnerskich) dla sklepów detalicznych oraz niewielkich sieci sklepów, oraz programów multipartnerskich B2B, których sprzedaż Spółka kontynuuje.
- Ograniczenie skali działalności Spółki w branży farmaceutycznej po wejściu w życie tzw. ustawy refundacyjnej zawierającej zakaz reklamy aptek.
- Koszty prac rozwojowych związanych z poszerzeniem oferty Spółki o działania lojalnościowe prowadzone z wykorzystaniem mediów społecznościowych, narzędzi e-marketingu oraz wdrażaniem rozwiązań mobilnych.
- Koszty podejmowanych przez Spółkę działań mających na celu nawiązanie bezpośredniej współpracy z klientami i dostawcami zagranicznymi.

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

W III kwartale roku obrotowego 2016/2017 Spółka intensyfikowała działania mające na celu pozyskanie nowych klientów oraz rozszerzenie współpracy z już obsługiwanymi. Działania te przełożyły się na wzrost przychodów w opisywanym kwartale. Zarząd jest przekonany, iż nieustannie podejmowane działania sprzedażowe i rozmowy z nowymi, potencjalnymi klientami przyczynią się do dalszego wzrostu przychodów w kolejnych kwartałach i latach. Zarząd Spółki we wzroście przychodów i skali działania upatruje głównego czynnika, który pozwoli istotnie zwiększyć rentowność i poziom wypracowywanego zysku netto Spółki.

Jako, że III kwartał roku obrachunkowego Spółki przypada na przełom roku kalendarzowego, Spółka z satysfakcją odnotowała przedłużenie współpracy na kolejny rok kalendarzowy ze wszystkimi dotychczasowymi klientami, dla których Spółka realizuje działania o charakterze długookresowym.

Spółka zgodnie z harmonogramem wdrażała produkt wyróżniający ją na rynku, w celu zapewnienia długookresowego istotnego wzrostu rentowności prowadzonych projektów. Dzięki niemu Spółka powinna docierać do nowych obszarów rynku, koncentrując się na klientach stanowiących rozpoznawalne marki. Nowy produkt w ofercie firmy skoncentrowany jest na celu jakim jest dostarczenie klientom istotnej wartości biznesowej w postaci istotnego wzrostu zaangażowania uczestników programów w relacje z klientami Spółki. Zakładamy, że takie podejście pozwoli w znacznym stopniu uniezależnić rentowność działalności Spółki od rentowności uzyskiwanej na sprzedaży nagród w realizowanych programach.

W III kwartale Spółka kontynuowała prace nad budową własnej platformy aplikacji mobilnych, zintegrowanej z posiadaną przez Spółkę platformą lojalnościową. Dzięki temu w ciągu najbliższych miesięcy, we wszystkich obecnie prowadzonych jak i nowych projektach Spółki będą mogły zafunkcjonować aplikacje mobilne. Umożliwi to Spółce, z jednej strony generowanie dodatkowych przychodów, a z drugiej istotne podniesienie wartości biznesowej dostarczanej przez oferowane rozwiązania.

Spółka kontynuowała prace nad opracowaniem perspektywicznych autorskich rozwiązań zarówno związanych z nagrodami rzeczowymi jak i finansowymi z przeznaczeniem do szeroko zasięgowych promocji konsumenckich oraz wsparcia sprzedaży w segmencie B2B. Nowy produkt w ofercie Spółki wykorzystujący wspomniane rozwiązania powinien trafić do sprzedaży pod koniec czwartego kwartału roku obrotowego.

Spółka kontynuowała działania w zakresie programów multipartnerskich B2B oraz działania mające na celu nawiązanie bezpośredniej współpracy z kontrahentami zagranicznymi, zarówno jako klientami Spółki, jak i dostawcami nagród i innych benefitów w ramach programów lojalnościowych.

Spółka w dalszym ciągu rozwijała działalność outsourcingową w zakresie realizacji usług związanych z obsługą procesu realizacji nagród (zakup, wydanie i logistyka), zarówno rzeczowych jak i finansowych, w programach lojalnościowych prowadzonych samodzielnie przez działy marketingu klientów.

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

Spółka MPL Verbum S.A. nie publikowała prognoz wyników finansowych na rok obrotowy 2016/2017.

6. Informacja o wielkości zatrudnienia.

Na dzień 31 stycznia 2017 roku Spółka MPL Verbum S.A. zatrudniała w przeliczeniu na pełne etaty 18 osób.

7. Oświadczenie Zarządu.

Poznań, 17 marca 2017r.

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