



**SPRAWOZDANIE ZARZĄDU
Z DZIAŁALNOŚCI SPÓŁKI
RED CARPET MEDIA GROUP SA
W ROKU 2022**

Warszawa, czerwiec 2023

Spis treści

1.	Charakterystyka Red Carpet Media Group SA.....	3
1.1	Informacje podstawowe	3
1.1.1	Dane jednostki.....	3
1.1.2	Przedmiot działalności.....	3
1.1.3	Kapitał zakładowy, struktura akcjonariatu oraz struktura głosów na Walnym Zgromadzeniu	4
1.1.4	Zarząd Spółki.....	5
1.1.5	Rada Nadzorcza Spółki.....	5
1.2	Profil działalności Spółki.....	6
2.	Zdarzenia istotnie wpływające na działalność Spółki, jakie nastąpiły w okresie obrotowym, a także po jego zakończeniu, do dnia zatwierdzenia sprawozdania finansowego.....	8
3.	Przewidywany rozwój Spółki	9
4.	Aktualna i przewidywana sytuacja finansowa Spółki	11
5.	Czynniki ryzyka związane z działalnością Emitenta	14
6.	Pozostałe informacje	17
	Załącznik do Sprawozdania Zarządu z działalności spółki Red Carpet Media Group SA w roku 2023 ..	19

1. Charakterystyka Red Carpet Media Group SA

1.1 Informacje podstawowe

1.1.1 Dane jednostki

Red Carpet Media Group SA (dalej również „Emitent”, „RCMG SA”, Spółka) powstała w wyniku przekształcenia spółki Red Carpet Media Group sp. z o.o. w spółkę akcyjną, które dokonane zostało na podstawie uchwały nr 1 Nadzwyczajnego Zgromadzenia Wspólników spółki Red Carpet Media Group sp. z o.o. z dnia 17 stycznia 2020 roku w sprawie przekształcenia spółki z ograniczoną odpowiedzialnością

w spółkę akcyjną, jako autorski projekt medialny budowany na miarę współczesnych wyzwań, zapotrzebowania społecznego w zakresie aktywnego dostępu odbiorcy do treści multimedialnych. Należy podkreślić, że działalność poprzedników prawnych Spółki była prowadzona już od 2010 roku.

Rejestracja przekształcenia RCMG SA miała miejsce na mocy postanowienia nr sygn. WA.XII NS REJ.KRS/27387/20/191, wydanego w dniu 20 maja 2020 roku przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego. Spółka została wpisana do rejestru przedsiębiorców KRS pod numerem KRS 0000841819.

Podstawowe dane o Emitencie

Firma:	Red Carpet Media Group SA
Forma prawna:	Spółka Akcyjna
Siedziba:	Warszawa
Adres:	ul. Żurawia 32/34, 00-515 Warszawa
Kapitał zakładowy:	465 000,00 zł, w pełni opłacony, podzielony na 465 000 akcji o wartości nominalnej 1,00 zł każda
Rejestracja:	20 maja 2020 roku przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy KRS nr 000084181
Telefon:	+ 48 22 521 06 77
Adres poczty elektronicznej:	zarzad@red-carpet.pl
Adres strony internetowej:	www.red-carpet.pl
NIP:	5252505498
REGON:	14292436900000

1.1.2 Przedmiot działalności

- 1) PKD 60.20.Z Nadawanie programów telewizyjnych ogólnodostępnych i abonamentowych (przedmiot przeważającej działalności),
- 2) PKD 59.13.Z Działalność związana z dystrybucją filmów, nagrań wideo i programów telewizyjnych,
- 3) PKD 59.12.Z Działalność postprodukcyjna związana z filmami, nagraniami wideo i programami Telewizyjnymi,
- 4) PKD 59.11.Z Działalność związana z produkcją filmów, nagrań wideo i programów telewizyjnych
- 5) PKD 63.12.Z Działalność portali internetowych,
- 6) PKD 59.20.Z Działalność w zakresie nagrań dźwiękowych i muzycznych,
- 7) PKD 59.14.Z Działalność związana z projekcją filmów,

- 8) PKD 72.19.Z Badania naukowe i prace rozwojowe w dziedzinie pozostałych nauk przyrodniczych i technicznych,
- 9) PKD 63.11.Z Przetwarzanie danych; zarządzanie stronami internetowymi (hosting) i podobna działalność,
- 10) PKD 47.91.Z Sprzedaż detaliczna prowadzona przez domy sprzedaży wysyłkowej lub internet.

1.1.3 Kapitał zakładowy, struktura akcjonariatu oraz struktura głosów na Walnym Zgromadzeniu

Na dzień 1 stycznia 2022 roku kapitał zakładowy RCMG SA wynosił 415 000,00 zł i dzielił się na 415 000 akcji zwykłych na okaziciela o wartości nominalnej 1,00 zł każda.

W dniu 2 marca 2022 roku Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, wydał postanowienie o podwyższeniu kapitału zakładowego do kwoty 465 000,00 zł w drodze emisji 50 000 akcji zwykłych na okaziciela serii B o wartości nominalnej 1,00 zł każda.

Na dzień 31 grudnia 2022 roku kapitał zakładowy RCMG SA wynosił 465 000,00 zł i dzielił się na 465 000 akcji zwykłych na okaziciela o wartości nominalnej 1,00 zł każda.

Wszystkie akcje Emitenta zostały wprowadzone do obrotu w Alternatywnym Systemie Obrotu na rynku NewConnect.

Kapitał zakładowy Emitenta na dzień 31 grudnia 2022 roku i do dnia sporządzenia niniejszego sprawozdania.

Seria	Liczba akcji (szt.)	Udział w kapitale zakładowym (%)	Liczba głosów	Udział w ogólnej liczbie głosów (%)
A	415 000	89,25%	415 000	89,25%
B	50 000	10,75%	50 000	10,75%
Suma	465 000	100,00 %	465 000	100,00%

Wyszczególnienie akcjonariuszy posiadających co najmniej 5% udziału w kapitale zakładowym oraz w głosach na Walnym Zgromadzeniu Emitenta na dzień 31 grudnia 2022 roku.

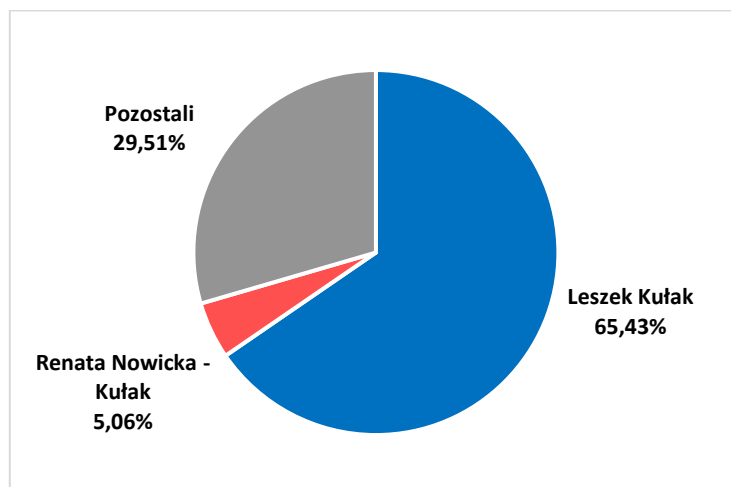
	Liczba akcji	Liczba głosów	Udział w ogólnej liczbie akcji (%)	Udział w ogólnej liczbie głosów (%)
Leszek Kułak*	304 235	304 235	65,43 %	65,43 %
Renata Nowicka Kułak**	23 550	23 550	5,06 %	5,06 %
Pozostali***	137 215	137 215	29,51 %	29,51 %
Suma	465 000	465 000	100,00%	100,00%

* wraz z KLL sp. z o.o., podmiotem zależnym pod Pana Leszka Kułaka oraz Red Carpet Technologies Sp. z o.o., podmiotem pośrednio zależnym od Pana Leszka Kułaka, które posiadają łącznie 296 235 akcji Emitenta

** wraz z SMS4YOU Sp. z o.o., podmiotem zależnym od Pani Renaty Nowickiej - Kułak, będącym w posiadaniu 20 323 akcji Emitenta

*** w tym podmiot pełniący funkcję Animatora Rynku, w wyniku realizacji obowiązku, o którym mowa w §7 ust. 4 Regulaminu ASO

Struktura własnościowa Emitenta (udział w kapitale zakładowym i głosach na WZ) na dzień 31 grudnia 2022 roku.



1.1.4 Zarząd Spółki

Skład Zarządu Spółki na dzień 1 stycznia 2022:

Laura Nowakowska - Prezes Zarządu

W roku 2022 zmiany w składzie Zarządu nie wystąpiły. W dniu 1 sierpnia 2022 roku Rada Nadzorcza Spółki powołała Panią Laurę Nowakowską na kolejną kadencję do pełnienia funkcji Prezesa Zarządu.

Skład Zarządu Spółki na dzień 31 grudnia 2022 roku oraz na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania:

Laura Nowakowska - Prezes Zarządu

1.1.5 Rada Nadzorcza Spółki

Skład Rady Nadzorczej Spółki na dzień 1 stycznia 2022 roku:

1. Tomasz Supeł - Przewodniczący Rady nadzoerczej
2. Ludwik Sobolewski - Członek Rady Nadzorczej
3. Leszek Kułak - Członek Rady Nadzorczej
4. Renata Nowicka- Kułak - Członek Rady Nadzorczej
5. Wiesław Kułak - Członek Rady Nadzorczej

W roku 2022 zmiany w składzie Rady Nadzorczej nie wystąpiły. W dniu 1 sierpnia 2022 roku nastąpiła zmiana na funkcji Przewodniczącego, na którą organ powołał Pana Leszka Kułaka, dotychczasowego Członka Rady Nadzorczej.

Skład Rady Nadzorczej Spółki na dzień 31 grudnia 2022 roku oraz na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania:

1. Leszek Kułak - Przewodniczący Rady Nadzorczej
2. Ludwik Sobolewski - Członek Rady Nadzorczej
3. Tomasz Supeł - Członek Rady Nadzorczej
4. Renata Nowicka- Kułak - Członek Rady Nadzorczej
5. Wiesław Kułak - Członek Rady Nadzorczej

1.2 Profil działalności Spółki

Podstawowym przedmiotem działalności Spółki jest produkcja oraz rozpowszechnianie w sieciach telekomunikacyjnych (TVK, DVB-S, DVB-T, IPTV) programów telewizyjnych o tematyce filmowo-serialowo-popkulturowej, oferowanych do dystrybucji w Polsce bezpłatnie i utrzymujących się z wpływów reklamowych oraz w USA i Kanadzie w modelu streamingowym IPTV. Na rynkach zagranicznych kanały telewizyjne oferowane są w odpłatnym modelu subskrypcyjnym.

Na dzień 31 grudnia 2022 i na dzień sporządzenia sprawozdania Spółka posiada w swojej ofercie dwa koncesjonowane kanały telewizji „linearnej” o nazwach „Red Carpet TV” oraz „Red TOP TV”, a także platformę VOD „RED GO”.

Model biznesowy Emitenta stanowi połączenie tradycyjnej funkcjonalnie telewizji, platformy dystrybucji treści telewizyjnego (VOD) oraz powiązanych mediów społecznościowych. Jest on uzupełniony o komercyjną aplikację OTT, umożliwiającą oglądanie telewizji na dowolnym urządzeniu i w dowolnym miejscu za pośrednictwem Internetu.

Produkty oferowane przez RCMG SA.

W oparciu o swoją podstawową działalność nadawcy telewizyjnego Spółka oferuje następujące produkty komercyjne:

- czas reklamowy – oferowany na rynku przez wyspecjalizowanego brokera TVN Media na podstawie wyłącznej umowy,
- materiały video własnej produkcji,
- sponsoring oraz lokowanie produktu,
- czas emisyjny telesprzedaży,
- opłaty dystrybucyjne na platformach streamingowych,
- odpłatny dostęp do platformy VOD RED GO w płatnych modelach sprzedaży T-VOD i S-VOD oraz bezpłatnym A-VOD, pod warunkiem oglądania emitowanych w trakcie reklam telewizyjnych.

Materiały video produkcji własnej oferowane są komercyjnie innym mediom niekonkurencyjnym na podstawie indywidualnych umów. Produkowane przez Spółkę materiały na zlecenie podmiotów powiązanych dotyczą materiałów video o charakterze komercyjnym (konkursy, loterie, ezoteryka), które są emitowane na innych platformach medialnych z wyłączeniem kanałów telewizyjnych Spółki. Ich produkcja odbywa się na warunkach rynkowych.

Czas emisji telesprzedaży wyceniany jest indywidualnie i oferowany przez Spółkę firmom prowadzącym działalność w obszarze telesprzedaży.

Wszystkie produkty komercyjne RCMG SA realizuje bezpośrednio w oparciu o kontrakty indywidualne, z wyjątkiem oferty czasu reklamowego, który świadczy poprzez wyłącznego brokera - TVN Media.

Platforma VOD RED GO (www.REDGO.film) oferuje dostęp dla subskrybentów indywidualnych płacących stały miesięczny abonament (S-VOD) oraz dostęp czasowy do wybranej pozycji filmowej lub serialu (T-VOD). Podstawowa subskrypcja w modelu S-VOD to koszt 14,99 zł miesięcznie.

Subskrypcja VIP pozwalająca na dostęp do całej biblioteki oraz oferty premierowej kosztuje 34,99 zł miesięcznie. W modelu S-VOD cena dostępu do ofert premierowych wynosi 19,99 zł za ofertę serialową i 14,99 zł za ofertę filmową. Kolekcje składające się z kilku filmów, dla osób które nie zdecydują się na stałą subskrypcję dostępne są w cenie od 8,99 zł. Dostęp do transmisji „LIVE” w modelu PPV w cenach od 21,99 do 25,99 zł.

W zakresie telewizji „linearnej” RCMG SA posiada w swojej ofercie dwa kanały: „Red Carpet TV” oraz „Red TOP TV”. Większość licencji filmowo-serialowych pozyskiwanych przez Spółkę, jest dedykowana do komercyjnej eksploatacji zarówno na platformie VOD RED GO jak i w dalszej kolejności na antenach obu kanałów TV.



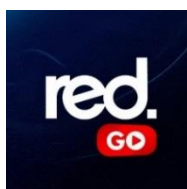
Red Carpet TV

Kanał telewizyjny „Red Carpet TV” w obecnej formie nadawany jest od 2018 r. Tematyka kanału to kultura, sztuka, show - biznes, media, life - style. W lutym’19 po zawarciu umowy brokerskiej z TVN Media, kanał rozpoczął sprzedaż czasu reklamowego. We wrześniu’19 kanał rozpoczął również regularne transmisje „na żywo” z najważniejszych gal premierowych polskich filmów fabularnych. Kanał posiada własny zespół dziennikarski i produkuje łącznie 15 własnych unikalnych formatów telewizyjnych. Kanał jest dystrybuowany poprzez sieci telewizji kablowej oraz satelitarne platformy cyfrowe. Aktualnie kanał posiada ok. 65-70% zasięgu technicznego (ok. 7,5 mln gospodarstw domowych w Polsce) oraz jest dostępny na północnoamerykańskich platformach streamingowych. W listopadzie’21 kanał został dołączony do platformy pomiarowej „ogłębności TV OOH” AGB Nielsen Media Research. W grudniu’22 zostały rozpoczęte testy technologiczne transmisji sygnału RED CARPET na amerykańskie platformy streamingowe FAST. Komercyjny start transmisji wraz ze sprzedażą czasu reklamowego planowany jest na luty 2023 roku.



Red TOP TV

Kanał telewizyjny „Red TOP TV” to kanał filmowo-serialowy, prezentujący klasykę kina i kultowe produkcje telewizyjne w wydaniu amerykańskim, azjatyckim, środkowo-amerykańskim i europejskim. Są to także remasterowane wersje seriali, z nowymi bardziej współczesnymi tłumaczeniami. Kanał rozpoczął nadawanie w maju’21. Zasięg techniczny kanału to prawie 100 operatorów telewizji kablowej w Polsce. Kanał jest nadawany w rozdzielczości HD oraz 4K. listopadzie’21 kanał został dołączony do platformy pomiarowej „ogłębności TV OOH” AGB Nielsen Media Research. W dniu 1 grudnia’21 „Red TOP TV” rozpoczął działalność komercyjną, polegającą na wprowadzeniu sprzedaży czasu reklamowego. Sprzedaż ta realizowana jest poprzez wyspecjalizowanego brokera TVN Media. Kanał dostępny jest w Polsce w sieciach kablowych i na krajowych oraz zagranicznych platformach streamingowych.



RED GO

Platforma VOD „RED GO” uruchomiona 31 maja’22 oferuje szeroką gamę różnych gatunków filmowych, dobranych zarówno dla koneserów kina poszukujących rzadkich pozycji filmowych z całego świata, jak również fanów popularnego kina akcji, dramatu, romansu i kryminału. Na platformie, pozycje „Classic”, których lata produkcji zawierają się w przedziale ostatnich 100 lat, przeplatane są ofertami premier filmowo-serialowych współczesnych produkcji. W 4 kwartale 2022 roku zaoferowane zostały premierowe na polskim rynku m.in. seriale: „Lata 90-te”, „Labirynt”, „The First Lady”, „Dukla”, oraz najnowszy sezon amerykańskiego megahitu - „Moda na sukces”. Strategia budowania atrakcyjnej oferty treści filmowo-serialowych, będącej połączeniem „Złotej Kolekcji Classic” z aktualną ofertą pozycji premierowych, jest gwarantem zapewniającym stałe powiększanie bazy subskrybentów. Na dzień sporządzenia sprawozdania dostępnych na platformie i przygotowanych do aktywacji jest ok. 1200 pozycji filmowo-serialowych. W okresie następnych 12 miesięcy planowane jest włączenie do oferty VOD kolejnych kilkuset pozycji filmowo-serialowych. Aktualna strona internetowa www.REDGO.film jest responsywna, dzięki czemu możliwe jest optymalne wyświetlanie filmów na urządzeniach takich jak komputer, tablet czy smartfon. Od grudnia 2022 roku dostępne są aplikacje mobilne REDGO na oba systemy operacyjne, Android oraz iOS. W przygotowaniu jest oferta na odbiorniki telewizyjne. Platforma REDGO zarejestrowała w 4 kwartale 2022 r. około 5 tys. subskrybentów.

2. Zdarzenia istotnie wpływające na działalność Spółki, jakie nastąpiły w okresie obrotowym, a także po jego zakończeniu, do dnia zatwierdzenia sprawozdania finansowego

Najważniejszym wydarzeniem dla Spółki w 2022 r. był debiut na rynku NewConnect w dniu 4 października 2022 roku.

Pozostałe zdarzenia istotne w okresie sprawozdawczym zostały zaprezentowane poniżej:

- 31 stycznia 2022** zawarcie z AGB Nielsen Media Research umowy dotyczącej m. in. udostępniania Emitentowi wyników badań oglądalności telewizji, monitoringu programów, bloków i spotów reklamowych oraz wskazań sponsorskich i ogłoszeń płatnych emitowanych w telewizji, a w szczególności badań oglądalności i monitoringów dla kanałów „Red Carpet” oraz „RedTOP TV”.
- 2 marca 2022** **postanowienie** Sądu Rejonowego dla m. st. Warszawy, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego o podwyższeniu kapitału zakładowego do kwoty 465 000,00 zł w drodze emisji 50 000 akcji zwykłych na okaziciela serii B o wartości nominalnej 1,00 zł każda.
- 31 maja 2022** uruchomienie własnej platformy VOD Emitenta „RED GO”, dostępnej pod adresem internetowym www.redgo.film.pl
- 1 sierpnia 2022** decyzja Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji rozszerzająca koncesję na rozpowszechnianie kanału telewizyjnego RED TOP TV o kolejnych 14 sieci telewizji kablowej na terenie całego kraju, zwiększająca dostęp kanału do dodatkowych ok. 0,5 mln odbiorców.
- 31 sierpnia 2022** zawarcie umowy z International Bushido Federation (IBF)¹ z siedzibą w Wilnie (Litwa) dotyczącej uzyskania bezterminowej licencji na transmisje w systemie PPV na platformie VOD REDGO Gal Turniejów Sztuk Walki organizowanych przez IBF na terenie całej Europy. W roku 2023 planowane są transmisje z ok. 30 Gal. Transmisje wydarzeń „na żywo” będą realizowane na platformie REDGO w systemie pay-per-view².
- 12 września 2022** zawarcie umowy z 1016192B.C. Ltd. z siedzibą w Kanadzie w zakresie dystrybucji treści VOD oraz retransmisji na terenie USA i Kanady kanałów telewizyjnych Red Carpet TV oraz RED TOP TV i sprzedaży czasu reklamowego na platformach streamingowych OTT.
- 3 października 2022** zawarcie Aneksu do Umowy z 1016192B.C. Ltd z siedzibą w Kanadzie określającego warunki handlowe sprzedaży czasu reklamowego w kanałach linearnych Emitenta. Broker reklamowy (MAGNITE Inc. - amerykańska globalna platforma reklamowa notowana na nowojorskiej giełdzie NASDAQ) zakontraktował do swojej dyspozycji w godzinie nadawania programu pięć bloków reklamowych o łącznej długości 15 minut.
- 2 listopada 2022** zawarcie Umowy z BBL Distribution Inc. z siedzibą w Kalifornii i uzyskanie praw do transmisji produkcji serialowych i filmowych Partnera na kanałach Red Carpet TV i RED TOP TV oraz na platformie streamingowej RED GO, w tym

¹ IBF jest jedną z najstarszych Europejskich Federacji Sztuk Walki istniejącą od roku 1999. W okresie ponad dwudziestu lat zorganizowała około 200 Międzynarodowych Turniejów i Gal (K-1, MMA, FAME MMA, BUSHIDO) w kilkunastu krajach Europy, z udziałem światowej czołówki zawodników.

² Premierowa transmisja Gali KOK w Tallinie miała miejsce w dniu 15 października 2022 roku.

wyłącznej licencji na emisję broadcastową na najnowsze sezony amerykańskiej megaprodukcji stacji CBS, serialu „Moda na Sukces”³.

2 listopada 2022 zawarcie Umowy TELEVISA S.DE R.L.DE C.V. z siedzibą w Mexico City (Meksyk), największą na świecie hiszpańskojęzyczną spółką medialną zawarta została umowa o istotnym charakterze, wskutek której Emitent uzyskał prawa do transmisji hiszpańskojęzycznych produkcji serialowych i filmowych Partnera na kanałach Spółki Red Carpet TV i RED TOP TV oraz na platformie streamingowej RED GO.

Istotnym zdarzeniem po zakończeniu okresu sprawozdawczego było przygotowanie i rozpoczęcie transmisji obu kanałów telewizyjnych na amerykańskie platformy streamingowe FAST. Przychody ze sprzedaży czasu reklamowego na rynku amerykańskim spodziewane są w II kwartale 2023.

3. Przewidywany rozwój Spółki

W roku 2022 RCMG SA zakończyła zadania inwestycyjne związane z realizacją celów strategicznych w postaci budowy biblioteki filmowej Platformy VOD „REDGO” oraz samej Platformy, która została uruchomiona 31 maja 2022 roku.

Z innych istotnych działań zaplanowanych i zrealizowanych przez Emitenta w roku 2022 wymieniłem należy:

- wprowadzenie zmodyfikowanych pod kątem przygotowania do sprzedaży czasu reklamowego w modelu DAI, kanałów linearnych Red Carpet TV i RED TOP TV na kolejne platformy dystrybucyjne FAST w Ameryce Północnej,
- realizację kampanii promujących ofertę Platformy VOD REDGO,
- zamknięcie negocjacji z czołowymi dystrybutorami licencji do najnowszych produkcji serialowo-filmowych celem zapewnienia odpowiedniej ilości premier VOD na lata 2023-2024,
- uruchomienie komercyjnych aplikacji iOS, oraz Android do Platformy VOD REDGO

W okresie najbliższych 5 lat RCMG SA zamierza zwiększyć sprzedaż w obszarze czasu reklamowego obu kanałów telewizyjnych, ale przede wszystkim, w związku ze zmianami na rynku dystrybucji treści telewizyjno-filmowych, zdecydowanie rozwinąć sprzedaż poprzez Platformę streamingową VOD do ok. 70 mln zł w roku 2026.

W przyjętej długoterminowej strategii rozwoju RCMG SA zakłada równoległy rozwój, zarówno tradycyjnej telewizji „linearnej” w dotychczasowych oraz nowych kanałach dystrybucji (TVK, DVB-S, DVB-T, IPTV), z jednoczesnym rozwojem dostępu poprzez platformy OTT (telewizja za pośrednictwem Internetu). Uzupełnieniem strategii Spółki będzie dynamiczny rozwój uruchomionej w roku 2022 własnej zaawansowanej platformy streamingowej VOD „REDGO”.

W obszarze telewizji „linearnej” działania Spółki będą skierowane między innymi na:

- rozwój i poszerzanie zasięgu technicznego dla kanałów Red Carpet TV oraz Red TOP TV,
- osiągnięcie do 2024 roku łącznego udziału w rynku dla kanałów Red Carpet i Red TOP TV na poziomie 0,3% SHR grupach komercyjnych,
- optymalizację i rozbudowę oferty programowej,

³ Licencja dotyczy kolejnych 250 odcinków serialu. Serial „The Bold & The Beautiful” jest najpopularniejszym serialem lifestylowym na świecie, produkowany od 35 lat i uważany jest za ikonę tego rodzaju produkcji. Serial jest pokazywany w 140 krajach na całym świecie.

- czynny udział w reorganizacji rynku telewizyjnego w Polsce w zakresie wykorzystania ewentualnych możliwości dystrybucji kanałów Red Carpet TV oraz Red TOP TV poprzez naziemne multipleksy cyfrowe MUX DVB-T2 HEVC.
- Rozbudowa własnych zasobów technologicznych w kierunku komercyjnego oferowania kanałów linearnych Red Carpet i RED TOP na międzynarodowe Platformy streamingowe FAST, zarówno w wersji polskojęzycznej jak i anglojęzycznej na bazie Umowy z partnerem kanadyjskim.

W obszarze VOD:

- pozyskanie w latach 2023-2026 łącznie 200 tys. stałych subskrybentów usługi S-VOD,
- zapewnienie w latach 2023-2026 poziomu „sprzedaży” dostępów PREMIUM w modelu T-VOD od 350 do 600 tys. rocznie,
- rozpoczęcie od roku 2023 zagranicznej ekspansji Platformy VOD „RED GO” (redgo.eu) na rynki ościennie (Niemcy, Czechy, Słowacja, Węgry, Rumunia, Litwa, Łotwa).
- Uruchomienie anglojęzycznej wersji kanałów Red Carpet i RED TOP adresowanych na rynek północnoamerykański za pośrednictwem platform FAST.

W obszarze rozwiązań technologicznych oraz aplikacyjnych:

- dostosowanie Platformy VOD/OTT „RED GO” do rozwoju oferty w kierunku komercyjnego oferowania telewizyjnych, linearnych kanałów licencyjnych OTT oraz komercyjnych treści video-multimedialnych w modelu PPV,
- dalszy rozwój komercyjnego dystrybuowania w modelu B2B contentu telewizyjnego produkcji własnej z obszaru „Red Carpet”.

W obszarze produkcji telewizyjno-filmowej:

- przygotowanie i komercyjne wprowadzenie na rynek własnego formatu telewizyjnego „LIVE FROM Red Carpet”,
- koprodukcja dwóch seriali lifestylowych w latach 2024-2026,
- produkcja jednego filmu fabularnego rocznie do dystrybucji kinowo - platformowej począwszy od 2025 roku.

Perspektywy rynku, na którym działa Emitent

Sukcesywne wchodzenie na rynek polski międzynarodowych platform streamingowych VOD: Netflix, Disney, HBO max, Viaplay czy w roku bieżącym Skyshowtime potwierdzają bardzo wyraźnie tendencje rynkowe i utrwalenie pocovidowego modelu rynku mediów telewizyjnych z pierwszoplanową rolą platform VOD/OTT.

Z kolei utrwalający się trend „odpływu” subskrybentów z tradycyjnych sieci kablowych i jednocześnie wzrost użytkowników platform streamingowych VOD/OTT zmieniają model dystrybucji treści telewizyjno - contentowych.

Kolejnym naturalnym trendem rynkowym dodatkowo wzmacniającym wcześniej wymienione, jest zmiana modelu oferowania treści reklamowych odbiorcom w ramach telewizji linearnej i wprowadzanie technologii DAI (reklam targetowanych).

Szacuje się, że wprowadzenie tego rodzaju reklam zwiększy przychody rynkowe o 15-20%. Strategia rynkowa Red Carpet Media Group SA wpisuje się w pełni we wszystkie te trendy rynkowe.

Szacunki związane ze wzrostem rynku VOD/OTT w najbliższych latach - globalna roczna wartość rynkowa produkcji i dystrybucji treści video na poziomie 570 mld \$, wartość polskiego rynku reklamy telewizyjnej i VOD to 7,5 mld zł, a poziom penetracji usług VOD w Polsce to zaledwie 29%..

Nową otwierającą się perspektywą rozwoju biznesu linearnej telewizji jest ogromna ekspansja telewizyjnych platform streamingowych FAST (generujących przychody reklamowe z lokalnego rynku). Platformy FAST z uwagi na zaawansowanie technologiczne pozwalają na łatwe wprowadzanie ich na kolejne rynki. Red Carpet dostarcza swój sygnał do kilku Platform referencyjnych w USA i za ich pośrednictwem na docelowe amerykańskie i kanadyjskie platformy.

Szacuje się, że wartość przychodów reklamowych jakie wygenerują kanały FAST w roku 2023 wyniesie 6,3 mld USD, z czego 80% pochodzić będzie z USA. Do 2027 rynki poza USA wygenerują 1,6 mld USD. Wartość całego rynku telewizyjnego i AVOD opartego o przychody reklamowe wzrośnie do roku 2028 o 81 mld USD i osiągnie wartość 235 mld USD. Największym wzrostem w Europie środkowo-wschodniej według prognoz Digital TV będzie mogła poszczycić się Polska gdzie wartość przychodów wzrośnie do 1,8 mld USD.

W związku ze zmianami na rynku naziemnej telewizji cyfrowej w Polsce i zakończeniem tzn. reformatingu aktualnych kanałów TV oraz otwarciem przez KRRiT dyskusji z nadawcami na temat zawartości programowej ewentualnych kanałów TV, w roku 2023 spodziewane jest otwarcie procesu zagospodarowania wolnych miejsc na MUX8 formie konkursu, który może ogłosić KRRiT. Emitent potwierdził gotowość do startu w konkursie którego ogłoszenie przez KRRiT spodziewane jest na maj 2023.

4. Aktualna i przewidywana sytuacja finansowa Spółki

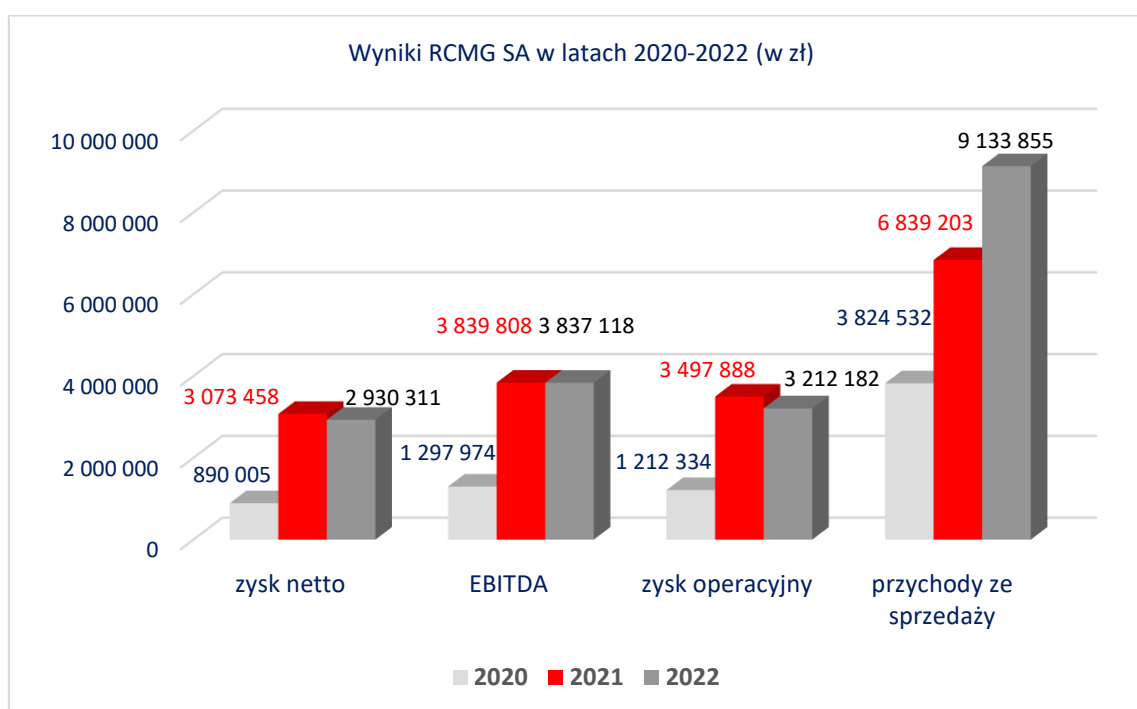
Wybrane dane finansowe za rok 2022

WYBRANE DANE FINANSOWE	w zł	
	Rok 2021	Rok 2022
I. Przychody netto ze sprzedaży i zrównane z nimi	6 839 203,24	9 133 855,45
II. Zysk (strata) ze sprzedaży	3 625 781,45	3 464 184,58
III. Zysk (strata) z działalności operacyjnej (EBIT)	3 497 887,90	3 212 182,31
IV. EBITDA	3 839 807,41	3 837 117,94
V. Zysk (strata) brutto	3 394 202,51	3 252 033,99
VI. Zysk (strata) netto	3 073 458,31	2 930 310,99
VII. Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	- 2 143 901,25	378 230,57
VIII. Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	- 1 153 392,74	- 624 540,48
IX. Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	4 118 139,80	- 209 166,21
X. Przepływy pieniężne netto, razem	820 845,81	- 455 476,12
XI. Aktywa razem	13 303 458,20	16 561 624,42
XII. Zobowiązania długoterminowe	0,00	0,0
XIII. Zobowiązania krótkoterminowe	4 230 002,82	4 110 561,67
XIV. Kapitał własny	8 925 144,38	11 717 881,37
XV. Kapitał zakładowy	415 000,00	465 000,00

W roku 2022 roku RCMG SA:

- osiągnęła przychody ze sprzedaży w wysokości 9 133 855,45 zł, w porównaniu do przychodów osiągniętych w roku 2021 w wysokości 6 839 203,24 zł,
- wypracowała zysk operacyjny (EBIT) w wysokości 3 212 182,31 zł, w porównaniu do zysku operacyjnego wypracowanego w roku 2021 w wysokości 3 497 887,90 zł,
- wypracowała zysk operacyjny przed amortyzacją (EBITDA) w wysokości 3 837 117,94 zł w porównaniu do zysku operacyjnego przed amortyzacją, wypracowanego w roku 2021 w wysokości 3 839 807,41 zł,
- wypracowała zysk netto w wysokości 2 930 310,99 zł, w porównaniu do zysku netto wypracowanego w roku 2021 w wysokości 3 073 458,31 zł.

Graficzne przedstawienie wybranych wyników roku 2022, w porównaniu do wyników roku 2021 oraz roku 2020, zaprezentowane zostało na poniższym wykresie:



Przychody Spółki pochodzą ze sprzedaży czasu reklamowego oraz z opłat dystrybucyjnych i odpłatnego udostępniania contentu, oraz wpływów subskrypcyjnych z platformy VOD. Struktura przychodów Emitenta w roku 2022 roku kształtowała się następująco:

- przychody ze sprzedaży czasu reklamowego i sponsoringu - 40,5%
- przychody dystrybucyjne (abonamentowe) - 14,6%
- przychody z źródeł: sprzedaż praw licencyjnych, subskrypcja VoD, PPV (pay-per-view) - 28,9 %
- inne źródła przychodów - 16,0%

Wzrost przychodów we wszystkich grupach jest naturalną konsekwencją rozwoju oferty Spółki zarówno w zakresie atrakcyjności oferowanych treści jak i stałego rozszerzania zasięgu technicznego kanałów telewizyjnych oraz dotarcia oferty VOD na rynku krajowym oraz zagranicznym.

Zgodnie z opinią Zarządu Spółka rozwija się zgodnie z oczekiwaniami. Wyniki uzyskane przez Spółkę w roku 2022 roku są zgodne z założeniami Zarządu.

Red Carpet Media Group SA osiąga stabilne, regularne przychody z prowadzonej działalności operacyjnej.

W roku 2022 sytuacja finansowa Spółki była stabilna. Sytuacja finansowa Spółki w przyszłych latach uzależniona jest od jej zdolności do adaptowania się do zmiennych warunków rynkowych oraz skutecznej realizacji przyjętych założeń dalszego rozwoju Red Carpet Media Group SA.

Z uwagi na zaawansowane stadium nowych linii produktowych w postaci komercjalizacji czasu reklamowego w kanale „RED TOP” oraz uruchomienie komercyjnej Platformy Streamingowej VOD „REDGO”, jak również podpisane umowy z partnerami zagranicznymi, Spółka prognozuje, iż jej sytuacja finansowa w kolejnych latach ulegnie dalszej zdecydowanej poprawie i pozwoli, zarówno na finansowanie dalszego dynamicznego rozwoju Spółki, jak też generowanie satysfakcjonujących zysków dla jej akcjonariuszy.

W obszarze telewizji linearnej Spółka planuje dalszy wzrost przychodów pochodzących ze sprzedaży czasu reklamowego oraz sponsoringu na rynku krajowym. Wzrost przychodów w tym obszarze będzie pochodną zwiększania ratingów oglądalności programów telewizyjnych Spółki oraz dywersyfikacji oferty grup sprzedażowych, która efektywniej zagospodarowuje widownię obu kanałów telewizyjnych Spółki.

W zakresie Platformy VOD „REDGO” wzrost przychodów będzie związany ze stałym wzrostem ilości subskrybentów Platformy w różnych programach produktowych (subskrypcje zwykłe, subskrypcje VIP, subskrypcje Premiery SERIALE, oferty T-VOD i inne) oraz dywersyfikacją oferty produktowej, poprzez otwieranie kolejnych segmentów programowych: latino, kryminały, seriale azjatyckie, jak również budowaniem indywidualnej oferty filmowej dla konesera

Po przeprowadzeniu w grudniu 2022 roku testów technologicznych transmisji sygnału RED CARPET na amerykańskich platformach streamingowych, w lutym 2023 roku Spółka udostępniła komercyjnie sygnał RED CARPET TV na dostępnych w USA i Kanadzie platformach FAST.

RED CARPET TV jest pierwszym polskojęzycznym kanałem telewizyjnym dystrybuowanym za pośrednictwem platform streamingowych FAST na rynku północnoamerykańskim.

Wraz z udostępnieniem wersji kanału telewizyjnego RED CARPET TV, dostosowanej do wymagań i preferencji amerykańskiego odbiorcy, Spółka rozpoczęła również sprzedaż czasu reklamowego.

Dalszy rozwój współpracy z partnerami na rynku północnoamerykańskim zakłada udostępnienie kolejnych dedykowanych kanałów telewizyjnych, w tym nadawanych w języku angielskim, co powinno przynieść w efekcie znaczący wzrost przychodów w przyszłych okresach sprawozdawczych.

Spółka planuje również ubiegać się o koncesję na rozpowszechnianie programu telewizyjnego w ogólnopolskim multipleksie telewizyjnym MUX-8.

Potencjalny start kanału, w przypadku pozytywnego dla Spółki rozstrzygnięcia konkursu, mógłby nastąpić w październiku lub listopadzie 2023 roku. Spółka jest przygotowana na różne warianty programowe, tzn. rozszerzenie dotychczasowej koncesji na nadawanie naziemne i zmianę profilu kanału Red Carpet TV na kanał wyspecjalizowany, jak również na wariant uruchomienia zupełnie nowego kanału w zmodyfikowanej ofercie programowej.

5. Czynniki ryzyka związane z działalnością Emitenta

Ryzyko związane z celami strategicznymi

Red Carpet Media Group SA w swojej strategii rozwoju zakłada równoległy rozwój zarówno tradycyjnej telewizji „linearnej” w dotychczasowych oraz nowych kanałach dystrybucji (TVK, DVB-S, DVB-T, IPTV) z jednoczesnym rozwojem dostępu poprzez platformy OTT.

Działania Spółki, które okażą się nietrafne w wyniku złej oceny otoczenia rynkowego bądź nieumiejętnego dostosowania się do zmiennych warunków tego otoczenia, mogą mieć niekorzystny wpływ na jego sytuację finansową.

Dla ograniczenia przedmiotowego ryzyka Zarząd Spółki na bieżąco analizuje czynniki mogące mieć potencjalnie niekorzystny wpływ na działalność i wyniki RCMG SA, a w razie konieczności podejmuje niezbędne decyzje i działania w tym zakresie.

Ryzyko związane z regulacjami prawnymi

Polski system prawny charakteryzuje się wysoką częstotliwością zmian. Na działalność Spółki potencjalny negatywny wpływ mogą mieć nowelizacje m.in. w zakresie prawa handlowego, prawa autorskiego, przepisów kodeksu cywilnego, prawa zamówień publicznych, prawa pracy, ubezpieczeń społecznych, przepisy ustawy o ochronie danych osobowych. Błędna interpretacja przepisów prawa przez Emitenta może skutkować nałożeniem na Spółkę kar lub sankcji administracyjnych lub finansowych. W celu minimalizacji przedmiotowego ryzyka RCMG SA na bieżąco przeprowadza badania potwierdzające zgodność procedur stosowanych przez Spółkę z bieżącymi regulacjami prawnymi. Wprowadzone zmiany w Ustawie o Radiofonii i Telewizji, liberalizujące zasady umieszczania i emisji reklam, idące w kierunku dostosowania polskiego prawa do regulacji europejskich, dają nadzieję na dalszą optymalizację procesu sprzedaży czasu reklamowego i tym samym zwiększone wpływy finansowe.

Ryzyko związane z koniunkturą w Polsce i za granicą

Działalność RCMG SA i jego wyniki finansowe uzależnione są od czynników zewnętrznych tj. koniunktury gospodarczej, na którą Spółka nie ma wpływu.

Najistotniejsze czynniki makroekonomiczne to: poziom produktu krajowego brutto, wskaźnik inflacji, ogólna kondycja gospodarki, zmiany legislacyjne czy wysokość stóp procentowych.

Wszelkie prognozy makroekonomiczne są dziś obarczone dużym ryzykiem błędu ze względu na niepewność, jak dalej rozwijać się sytuacja związana z pandemią COVID-19 oraz sytuacja we wschodniej części EUROPY (Ukraina), jak również trudny do przewidzenia poziom zmian koniunktury gospodarczej i z tym związanymi produkcjami filmowymi, a co za tym idzie z transmisjami „live” z najważniejszych gal premierowych. W celu zminimalizowania możliwego negatywnego wpływu czynników o podłożu makroekonomicznym Spółka na bieżąco dokonuje elastycznej korekty programowej w zakresie tematyki produkowanych oraz emitowanych audycji.

W miejsce audycji o typowo show - biznesowym charakterze wprowadzane są audycje o tematyce life - stylowej, cieszące się wysokim poziomem oglądalności oraz oferta filmowo-serialowa, która ma z zasady wysoki poziom oglądalności.

Ryzyko związane z konkurencją

Rynek telewizyjny, a także rynek usług VOD, zarówno tych powiązanych z telewizją, jak i działających samodzielnie charakteryzuje się dziś występowaniem dość znacznej konkurencji, różniącej się intensywnością w zależności od rodzaju usługi.

W przypadku usług telewizyjnych Spółka funkcjonuje na rynku telewizji filmowo - life - stylowych, co zasadniczo ogranicza obszar konkurencji do kilkunastu kanałów polskojęzycznych. Zawężając rynek do life - stylowych kanałów telewizyjnych oferujących lokalne treści, wzbogacone o ofertę filmową typu „*classic*” oraz „bezpłatnych” kanałów filmowych, obszar konkurencji wydaje się zminimalizowany do przewidywalnych warunków.

W zakresie usług VOD obszar konkurencji jest zdecydowanie większy, a rynek znacznie trudniejszy. W tym jednak zakresie oczekiwania Spółki są zdefiniowane do konkurencji w konkretnym obszarze tego rynku. Posiadając kanały telewizyjne o tematyce zbieżnej z ofertą usługi VOD, Spółka dysponuje naturalnym atutem pozwalającym dodatkowo promować usługę VOD – właśnie poprzez swoje kanały telewizyjne. Poza tym oferta krajowych serwisów VOD jest zawężona do zaledwie kilku, spełniających wymogi serwisów ogólno-tematycznych, zawierających propozycje hitów kina. Do konkurencji należy również zaliczyć międzynarodowych, globalnych dostawców VOD, prowadzących działalność na rynku polskim. Potencjalna intensyfikacja działań ze strony tych podmiotów może mieć negatywny wpływ na sytuację Spółki oraz osiągnięte wyniki finansowe.

Ryzyko utraty koncesji lub nieprzyznanie koncesji po upływie okresu obowiązywania

Działalność RCMG SA w zakresie dystrybucji programów o nazwach „Red Carpet TV” oraz „Red TOP TV” opiera się na posiadaniu koncesji udzielonych przez Przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji na rozpowszechnianie tych programów w sieciach telekomunikacyjnych. Na dzień sporządzenia sprawozdania Spółka posiada 2 koncesje:

- Nr 626/2015-TK na program „Red Carpet TV”, wygasającą 2 listopada 2025 roku, która decyzją przewodniczącego KRRiT nr DR-155/2018-3/626/2015-TK z dnia 18 sierpnia 2018 roku została rozszerzona o nadawanie programu drogą rozsiewczą satelitarną,
- Nr 801/2020-TK na program „Red TOP TV”, wygasającą 25 listopada 2030 roku.

W celu utrzymania ww. koncesji Spółka musi przestrzegać odpowiednich przepisów prawa, jak również warunków określonych w koncesjach. Nie można wykluczyć ryzyka, że ewentualne niezastosowanie się do przepisów obowiązującego prawa lub naruszenie warunków koncesji, może skutkować cofnięciem danej koncesji lub nałożeniem kar na Spółkę.

Posiadane przez Red Carpet Media Group SA koncesje mogą zostać cofnięte również w przypadku, gdy Spółka będzie wykonywała działalność w sposób niezgodny z przepisami prawa lub warunkami posiadanych koncesji i nie usunie naruszenia w terminie wyznaczonym przez Przewodniczącego KRRiT.

Nie można wykluczyć ryzyka, że KRRiT odmówi ponownego przyznania Spółce koncesji po okresie, na jaki została ona pierwotnie wydana. Niemniej jednak należy podkreślić, że aktualnie posiadane koncesje na nadawanie obu kanałów telewizyjnych, są relatywnie łatwo zastępowalne przez analogiczne koncesje, które Spółka mogłaby pozyskać w dowolnym kraju należącym do Europejskiego Obszaru Gospodarczego.

Ryzyko konsolidacji branży

Rynek telewizyjny w praktyce jest w permanentnym procesie konsolidacji w zasadzie od chwili kiedy rozpoczęła się cyfryzacja związana z dystrybucją sygnału telewizyjnego i skokowym wzrostem ilości oferowanych widzom kanałów telewizyjnych. Procesy konsolidacyjne dotyczą zarówno całych grup medialnych jak i wybranych kanałów tematycznych. Nieduża liczba kanałów o tematyce life - stylowej ze szczególnym uwzględnieniem kanałów o tematyce popkulturowej, w jakim działają kanały telewizyjne Spółki, znacząco minimalizuje ryzyka „wymuszanej” konsolidacji.

Kanały life - stylowe działają w ramach grup medialnych o charakterze często globalnym lub wiodących grup lokalnych i stanowiąc, zaplanowane uzupełnienie oferty telewizyjnej tych grup, z założenia nie będą podlegały procesom konsolidacyjnym. W obszarze kanałów telewizyjnych o tematyce filmowo-serialowej sytuacja jest podobna.

Tego rodzaju kanały z uwagi na relatywnie wysokie koszty licencji programowych należą do wielkich grup mediowych, często o charakterze ponadnarodowym.

Jeśli chodzi o kanały telewizyjne o tematyce filmowo-serialowej, skupione na tańszych treściach typu „classic”, oferta takich kanałów polskojęzycznych jest bardzo ograniczona.

Ryzyko związane z utratą kluczowego personelu

Działalność RCMG SA zależy od wiedzy i doświadczenia zarówno Zarządu, jak i kluczowego personelu, a także od wsparcia merytorycznego współpracowników pozostających w relacjach ze Spółką. Utrata kluczowej kadry może narazić Spółkę na mniej lub bardziej istotne trudności związane z podstawową działalnością.

Spółka uwzględniając ten element ryzyka zdefiniowała model organizacji firmy w taki sposób, aby obszar funkcjonowania kluczowego personelu został ograniczony do powtarzalnych procesów technologicznych, znanych i rozumianych, co sprawia, że realizujące te procesy osoby są łatwe do zastąpienia bez ryzyka utraty ciągłości i spadku jakości świadczonych usług.

Inny personel Spółki, z uwagi na spektrum tematyczne audycji kanału, nie niesie istotnego ryzyka związanego

z zaprzestaniem współpracy. Ponadto RCMG SA prowadzi systemowy nabór nowych kadr w związku z koniecznością śledzenia zmian na rynku telewizyjnym i przygotowywania nowych ofert programowych.

Ryzyko związane z kursem walut

Ryzyka związane z niestabilnym kursem walut w przypadku dokonywania operacji zakupu licencji do filmów i programów TV występuje zawsze, ale Emitent poprzez plany umiędzynarodowienia oferty VOD i zaoferowanie jej na rynkach zagranicznych, a także poprzez zapisy w zawieranych kontraktach oraz aktywną inżynierię finansową neutralizuje ujemne skutki związane z nieprzewidywanymi zmianami kursów walut.

Ryzyko zmiany stóp procentowych

Ryzyko zmiany stóp procentowych na niekorzystne z punktu widzenia Emitenta, w przypadku występowania finansowania dłużnego, jest minimalizowane w taki sposób, że udział finansowania dłużnego nie będzie stanowił procentowo wiodącej pozycji dostawcy środków finansowych. Wielkość ta zostanie zdefiniowana na takim poziomie, aby ryzyko zjawiska zmian stóp procentowych, na niekorzystne, nie miało większego wpływu na sytuację finansową oraz wycenę Emitenta.

Ryzyko związane z utratą płynności finansowej

Spółka może być narażona na sytuację, w której nie będzie w stanie realizować swoich zobowiązań finansowych w momencie ich wymagalności. Ponadto Spółka jest narażona na ryzyko związane z niewywiązywaniem się przez kluczowych klientów ze zobowiązań umownych wobec Spółki, w tym nieterminowe regulowanie zobowiązań przez platformy internetowe, przy użyciu których dystrybuowane są produkty Spółki. Takie zjawisko może mieć negatywny wpływ na płynność Spółki i powodować m.in. konieczność dokonywania odpisów aktualizujących należności.

Emitent w celu minimalizacji ryzyka zamrożenia płynności finansowej, dokonuje analizy struktury finansowania Spółki, a także dba o utrzymanie odpowiedniego poziomu środków pieniężnych, niezbędnego do terminowego regulowania zobowiązań bieżących.

Ryzyko związane z konfliktem zbrojnym na terytorium Ukrainy

Na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania Spółka nie odnotowuje poważnych skutków związanych z rosyjską agresją przeciwko narodowi ukraińskiemu.

W związku z trwającym konfliktem zbrojnym należy mieć na uwadze, iż przedmiotowe zdarzenie w znacznym stopniu oddziałuje na gospodarkę Europy i świata, w związku z czym istnieje ryzyko negatywnego wpływu konfliktu na działalność Spółki oraz sytuację finansową i majątkową Emitenta. Na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania Emitent nie zidentyfikował realnego zagrożenia dla działalności Spółki. Spółka nie jest stroną umów z podmiotami biorącymi udział w niniejszym konflikcie zbrojnym.

Emitent na bieżąco monitoruje rozwój sytuacji związanej z utrzymującymi się działaniami wojennymi, a także stale analizuje potencjalny wpływ konfliktu na działalność Emitenta. Na dzień sporządzenia przedmiotowego Sprawozdania, z uwagi na dynamikę sytuacji, nie można w sposób jednoznaczny określić wpływu wojny i nałożonych sankcji na działalność, wyniki finansowe czy perspektywy rozwoju Spółki.

6. Pozostałe informacje

Zgodnie z art. 49 ust. 2 Ustawy o rachunkowości Sprawozdanie Zarządu z działalności powinno obejmować istotne informacje o stanie majątkowym i sytuacji finansowej Spółki. Poniżej zamieszczono nie omówione wcześniej wymagane informacje.

Art. 49 ust. 2 pkt 3)

Ważniejsze osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju.

W roku obrotowym 2022 Spółka nie prowadziła żadnych badań w dziedzinie badań i rozwoju.

Art. 49 ust. 2 pkt 5)

Nabycie udziałów własnych, a w szczególności cel ich nabycia, liczba i wartość nominalna ze wskazaniem, jaką część kapitału zakładowego reprezentują, cenie nabycia oraz cenie sprzedaży tych akcji w przypadku ich zbycia.

W roku obrotowym 2022 Spółka nie nabywała, ani nie sprzedawała akcji własnych.

Art. 49 ust. 2 pkt 6)

Posiadane przez jednostkę oddziały (zakłady).

Spółka nie posiada oddziałów (zakładów).

Art. 49 ust. 2 pkt 7 ppkt a)

Informacja o instrumentach finansowych w zakresie ryzyka: zmiany cen, kredytowego, istotnych zakłóceń przepływów środków pieniężnych oraz utraty płynności finansowej, na jakie narażona jest jednostka

W okresie od 1 stycznia 2022 roku do 31 grudnia 2022 roku Spółka nie stosowała rachunkowości zabezpieczeń oraz nie wykorzystywała instrumentów finansowych w zakresie ryzyka: zmiany cen,

kredytowego, istotnych zakłóceń przepływów środków pieniężnych oraz utraty płynności finansowej, na jakie jest ona narażona.

Art. 49 ust. 2 pkt 7 ppkt b)

Informacja o przyjętych przez jednostkę celach i metodach zarządzania ryzykiem finansowym, łącznie z metodami zabezpieczenia istotnych rodzajów planowanych transakcji, dla których stosowana jest rachunkowość zabezpieczeń

Spółka nie stosuje rachunkowości zabezpieczeń ani nie zabezpiecza istotnych rodzajów planowanych transakcji.

Art. 49 ust. 2a)

Oświadczenie o stosowaniu ładu korporacyjnego

Oświadczenie w sprawie stosowania przez Spółkę zasad ładu korporacyjnego, zawartych w Załączniku do Uchwały Zarządu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. nr 293/2010 z dnia 31 marca 2010 r. w sprawie zmiany dokumentu „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na NewConnect”, stanowi załącznik do niniejszego sprawozdania.

Art. 49 ust. 3

Istotne informacje dla oceny jednostki – wskaźniki finansowe i niefinansowe, łącznie z informacjami dotyczącymi zagadnień pracowniczych i środowiska naturalnego

Spółka nie wykorzystuje dodatkowych wskaźników finansowych i niefinansowych do oceny sytuacji jednostki. Charakter działalności Spółki nie wpływa negatywnie na środowisko naturalne.

Warszawa, czerwiec 2023 roku

Laura Nowakowska
Prezes Zarządu
Red Carpet Media Group SA

Załącznik do Sprawozdania Zarządu z działalności spółki Red Carpet Media Group SA w roku 2022

Oświadczenie Zarządu RED CARPET MEDIA GROUP SA

w przedmiocie przestrzegania przez Spółkę zasad zawartych w Załączniku Nr 1 do Uchwały Nr 795/2008 Zarządu Giełdy z dnia 31 października 2008 r. „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na NewConnect”, zmienionych Uchwałą Nr 293/2010 Zarządu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie SA z dnia 31 marca 2010 r. w sprawie zmiany dokumentu „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na NewConnect”

Lp.	ZASADA POLITYKI INFORMACYJNEJ OKREŚLONA W DOKUMENCIE „DOBRE PRAKTYKI SPÓŁEK NOTOWANYCH NA NEWCONNECT	TAK / NIE / NIE DOTYCZY	KOMENTARZ
1.	Spółka powinna prowadzić przejrzystą i efektywną politykę informacyjną, zarówno z wykorzystaniem tradycyjnych metod, jak i z użyciem nowoczesnych technologii oraz najnowszych narzędzi komunikacji zapewniających szybkość, bezpieczeństwo oraz szeroki dostęp do informacji. Spółka korzystając w jak najszerzym stopniu z tych metod, powinna zapewnić odpowiednią komunikację z inwestorami i analitykami, wykorzystując w tym celu również nowoczesne metody komunikacji internetowej, umożliwiać transmitowanie obrad walnego zgromadzenia z wykorzystaniem sieci Internet, rejestrować przebieg obrad i upubliczniać go na stronie internetowej.	TAK z wyłączeniem transmisji obrad walnego zgromadzenia z wykorzystaniem sieci Internet, rejestracją jego przebiegu i upubliczniania go na stronie internetowej Spółki.	Emitent stosuje niniejszą zasadę z wyłączeniem transmisji obrad walnego zgromadzenia z wykorzystaniem sieci Internet, rejestrowania przebiegu obrad i upubliczniania go na stronie internetowej. W ocenie Zarządu Emitenta koszty związane z techniczną obsługą transmisji oraz rejestracji przebiegu obrad walnego zgromadzenia są niewspółmierne do potencjalnych korzyści
2.	Spółka powinna zapewnić efektywny dostęp do informacji niezbędnych do oceny sytuacji i perspektyw spółki oraz sposobu jej funkcjonowania.	TAK	
3.	Spółka prowadzi korporacyjną stronę internetową i zamieszcza na niej:		
	3.1. podstawowe informacje o spółce i jej działalności (strona startowa)	TAK	
	3.2. opis działalności emitenta ze wskazaniem rodzaju działalności, z której emitent uzyskuje najwięcej przychodów,	TAK	
	3.3. opis rynku, na którym działa emitent, wraz z określeniem pozycji emitenta na tym rynku	NIE	Rynek, na którym działa Emitent podlega nieustannym dynamicznym zmianom. Stąd np. określenie pozycji Emitenta na tym rynku byłoby niezwykle trudne.
	3.4. życiorysy zawodowe członków organów spółki,	TAK	
3.5. powzięte przez zarząd, na podstawie oświadczenia członka rady nadzorczej,			

informacje o powiązaniach członka rady nadzorczej z akcjonariuszem dysponującym akcjami reprezentującymi nie mniej 5% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu spółki,	TAK	
3.6. dokumenty korporacyjne spółki,	TAK	
3.7. zarys planów strategicznych spółki,	TAK	
3.8. opublikowane prognozy wyników finansowych na bieżący rok obrotowy, wraz z założeniami do tych prognoz oraz korektami do tych prognoz (w przypadku gdy emitent takie publikuje),	TAK	Aktualnie Spółka nie zamierza sporządzać prognoz finansowych. W przypadku gdyby Spółka zdecydowała się sporządzić i opublikować prognozy finansowe, opinia publiczna zostanie poinformowana przez Spółkę zgodnie z obowiązującymi przepisami.
3.9. strukturę akcjonariatu emitenta, ze wskazaniem głównych akcjonariuszy oraz akcji znajdujących się w wolnym obrocie	TAK	
3.10. dane oraz kontakt do osoby, która jest odpowiedzialna w spółce za relacje inwestorskie oraz kontakty z mediami,	TAK	
3.11. (skreślony)	---	
3.12. opublikowane raporty bieżące i okresowe	TAK	
3.13 kalendarz zaplanowanych dat publikacji finansowych, raportów okresowych, dat walnych zgromadzeń, a także spotkań z inwestorami i analitykami oraz konferencji prasowych	TAK	
3.14. informacje na temat zdarzeń korporacyjnych, takich jak wypłata dywidendy oraz innych zdarzeń skutkujących nabyciem lub ograniczeniem praw po stronie akcjonariusza, z uwzględnieniem terminów oraz zasad przeprowadzania tych operacji. Informacje te powinny być zamieszczane w terminie umożliwiającym podjęcie przez inwestorów decyzji inwestycyjnych.	TAK	
3.15. (skreślony)	---	
3.16. pytania akcjonariuszy dotyczące spraw objętych porządkiem obrad, zadawane przed i w trakcie walnego zgromadzenia, wraz z odpowiedziami na zadawane pytania,	TAK	

	3.17. informację na temat powodów odwołania walnego zgromadzenia, zmiany terminu lub porządku obrad wraz z uzasadnieniem;	TAK	
	3.18. informację o przerwie w obradach walnego zgromadzenia i powodach zarządzenia przerwy	TAK	
	3.19. informacje na temat podmiotu, z którym spółka podpisała umowę o świadczenie usług Autoryzowanego Doradcy ze wskazaniem nazwy, adresu strony internetowej, numerów telefonicznych oraz adresu poczty elektronicznej Doradcy	TAK	
	3.20. Informację na temat podmiotu, który pełni funkcję animatora akcji emitenta	TAK	
	3.21. dokument informacyjny (prospekt emisyjny) Spółki, opublikowany w ciągu ostatnich 12 miesięcy.	TAK	
	3.22. (skreślony),	---	
	Informacje zawarte na stronie internetowej powinny być zamieszczane w sposób umożliwiający łatwy dostęp do tych informacji. Emitent powinien dokonywać aktualizacji informacji umieszczanych na stronie internetowej. W przypadku pojawienia się nowych, istotnych informacji lub wystąpienia istotnej zmiany informacji umieszczanych na stronie internetowej, aktualizacja powinna zostać przeprowadzona niezwłocznie.	TAK	
4.	Spółka prowadzi korporacyjną stronę internetową, według wyboru emitenta, w języku polskim lub angielskim. Raporty bieżące i okresowe powinny być zamieszczane na stronie internetowej co najmniej w tym samym języku, w którym następuje ich publikacja zgodnie z przepisami obowiązującymi emitenta.	TAK	
5.	Spółka powinna prowadzić politykę informacyjną ze szczególnym uwzględnieniem potrzeb inwestorów indywidualnych. W tym celu Spółka, poza swoją stroną korporacyjną powinna wykorzystywać indywidualną dla danej spółki sekcję relacji inwestorskich znajdującą na stronie www.GPWInfoStrefa.pl.	NIE	Spółka prowadzi własną stronę internetową z wydzieloną sekcją relacji inwestorskich. W opinii Spółki takie rozwiązanie pozwala w lepszym stopniu realizować komunikację z inwestorami indywidualnymi ze względu na większe możliwości indywidualizacji zamieszczonych informacji.

			Nadto zaznacza się, iż oficjalne komunikaty giełdowe przekazywane przez Spółkę są transmitowane do informacyjnych serwisów giełdowych za pośrednictwem oficjalnych agencji informacyjnych.
6.	Emitent powinien utrzymywać bieżące kontakty z przedstawicielami Autoryzowanego Doradcy, celem umożliwienia mu prawidłowego wykonywania swoich obowiązków wobec emitenta. Spółka powinna wyznaczyć osobę odpowiedzialną za kontakty z Autoryzowanym Doradcą	TAK	
7.	W przypadku, gdy w spółce nastąpi zdarzenie, które w ocenie emitenta ma istotne znaczenie dla wykonywania przez Autoryzowanego Doradcę swoich obowiązków, emitent niezwłocznie powiadamia o tym fakcie Autoryzowanego Doradcę.	TAK	
8.	Emitent powinien zapewnić Autoryzowanemu Doradcy dostęp do wszelkich dokumentów i informacji niezbędnych do wykonywania obowiązków Autoryzowanego Doradcy	TAK	
9.	Emitent przekazuje w raporcie rocznym:		
	9.1. informację na temat łącznej wysokości wynagrodzeń wszystkich członków zarządu i rady nadzorczej	TAK	
	9.2. informację na temat wynagrodzenia Autoryzowanego Doradcy otrzymywanego od emitenta z tytułu świadczenia wobec emitenta usług w każdym zakresie	NIE	Ze względu na konieczność zachowania tajemnicy handlowej i poufności zawartej umowy, Emitent nie będzie stosował powyższej praktyki w sposób ciągły.
10.	Członkowie zarządu i rady nadzorczej powinni uczestniczyć w obradach walnego zgromadzenia w składzie umożliwiającym udzielenie merytorycznej odpowiedzi na pytania zadawane w trakcie walnego zgromadzenia.	TAK	
11.	Przynajmniej 2 razy w roku emitent, przy współpracy Autoryzowanego Doradcy, powinien organizować publicznie dostępne spotkanie z inwestorami, analitykami i mediami	NIE	Z uwagi na fakt, iż koszty związane ze spotkaniami są niewspółmierne do potencjalnych korzyści niniejszego działania, Spółka nie zamierza w najbliższym czasie wprowadzić zasady organizowania publicznych spotkań i nie będzie stosowała przedmiotowej Dobrej Praktyki

12.	Uchwała walnego zgromadzenia w sprawie emisji akcji z prawem poboru powinna precyzować cenę emisyjną albo mechanizm jej ustalenia lub zobowiązać organ do tego upoważniony do ustalenia jej przed dniem ustalenia prawa poboru, w terminie umożliwiającym podjęcie decyzji inwestycyjnej.	TAK	
13.	Uchwały walnego zgromadzenia powinny zapewniać zachowanie niezbędnego odstępu czasowego pomiędzy decyzjami powodującymi określone zdarzenia korporacyjne a datami, w których ustalane są prawa akcjonariuszy wynikające z tych zdarzeń korporacyjnych.	TAK	
13.a	W przypadku otrzymania przez zarząd emitenta od akcjonariusza posiadającego co najmniej połowę kapitału zakładowego lub co najmniej połowę ogółu głosów w spółce, informacji o zwołaniu przez niego nadzwyczajnego walnego zgromadzenia w trybie określonym w art. 399 § 3 Kodeksu spółek handlowych, zarząd emitenta niezwłocznie dokonuje czynności, do których jest zobowiązany w związku z organizacją i przeprowadzeniem walnego zgromadzenia. Zasada ta ma zastosowanie również w przypadku upoważnienia przez sąd rejestrowy akcjonariuszy do zwołania nadzwyczajnego walnego zgromadzenia na podstawie art. 400 § 3 Kodeksu spółek handlowych	TAK	
14.	Dzień ustalenia praw do dywidendy oraz dzień wypłaty dywidendy powinny być tak ustalone, aby czas przypadający pomiędzy nimi był możliwie najkrótszy, a w każdym przypadku nie dłuższy niż 15 dni roboczych. Ustalenie dłuższego okresu pomiędzy tymi terminami wymaga szczegółowego uzasadnienia.	TAK	
15.	Uchwała walnego zgromadzenia w sprawie wypłaty dywidendy warunkowej może zawierać tylko takie warunki, których ewentualne ziszczenie nastąpi przed dniem ustalenia prawa do dywidendy	TAK	

16.	<p>Emitent publikuje raporty miesięczne w terminie 14 dni od zakończenia miesiąca. Raport miesięczny powinien zawierać co najmniej:</p> <ul style="list-style-type: none"> informacje na temat wystąpienia tendencji i zdarzeń w otoczeniu rynkowym Emitenta, które w ocenie Emitenta mogą mieć w przyszłości istotne skutki dla kondycji finansowej oraz wyników finansowych Emitenta, zestawienie wszystkich informacji opublikowanych przez Emitenta w trybie raportu bieżącego w okresie objętym raportem, informacje na temat realizacji celów emisji, jeżeli taka realizacja, choćby w części, miała miejsce w okresie objętym raportem, kalendarz inwestora, obejmujący wydarzenia mające mieć miejsce w nadchodzącym miesiącu, które dotyczą Emitenta i są istotne z punktu widzenia interesów inwestorów, w szczególności daty publikacji raportów okresowych, planowanych walnych zgromadzeń, otwarcia subskrypcji, spotkań z inwestorami lub analitykami, oraz oczekiwany termin publikacji raportu analitycznego. 	NIE	<p>Sporządzanie i publikowanie raportów miesięcznych na aktualnym etapie rozwoju Spółki wiązałoby się z poświęcaniem zasobów w ilości niewspółmiernej do korzyści wynikających z publikowania raportów miesięcznych. W związku z powyższym, w interesie wszystkich akcjonariuszy Spółka nie stosuje się do powyższej zasady</p>
16.a	<p>W przypadku naruszenia przez Emitenta obowiązku informacyjnego, określonego w Załączniku Nr 3 do Regulaminu ASO, Emitent powinien niezwłocznie opublikować, w trybie właściwym dla przekazywania raportów bieżących na rynku NewConnect, informację wyjaśniającą zaistniałą sytuację.</p>	TAK	
17.	(skreślony)		