



INTERNET UNION

Sprawozdanie Zarządu

Internet Union S.A.

z działalności za rok 2019

INFORMACJE O EMITENCIE

Podstawowe dane o Spółce

FIRMA	Internet Union S.A.
Forma prawna	Spółka Akcyjna
Siedziba	Wrocław
Adres	ul. Złotnicka 28 54-029
Telefon	(071) 750 01 10
Adres poczty elektronicznej	biuro@internetunion.pl
Adres strony internetowej	www.internetunion.pl
NIP	8943024998
REGON	021547015
KRS	0000388937

Kapitał zakładowy

	Liczba akcji	Udział w kapitale zakładowym	Liczba głosów	Udział w ogólnej liczbie głosów
Seria A	500 000	8,47%	1 000 000	10,10%
Seria B	3 500 000	59,27%	7 000 000	70,67%
Seria C	445 000	7,54%	445 000	4,49%
Seria D1	250 000	4,23%	250 000	2,52%
Seria D2	150 000	2,54%	150 000	1,52%
Seria E1	160 000	2,71%	160 000	1,62%
Seria F	400 000	6,78%	400 000	4,04%
Seria G1	250 000	4,23%	250 000	2,52%
Seria G2	250 000	4,23%	250 000	2,52%
Suma	5 905 000	100,00%	9 905 000	100,00%

Model biznesowy spółki

Internet Union S.A. dba o szczególne traktowanie klienta cechujące się indywidualnym i dostosowanym do potrzeb konsumenta podejściem. Emitent jest świadomy, że na rynku występuje wielu zróżnicowanych nabywców. Każdy z tych nabywców stanowi potencjalnie osobny rynek ze względu na swoje wymagania. Z uwagi na powyższe, w ramach oferty Spółki istnieje możliwość skorzystania z różnych pakietów usług przynależnych jednak tylko do określonych marek Spółki. Przedsiębiorstwo opracowało oddzielne marki z odmiennymi planami marketingowymi, które skupiają w sobie inne produkty i usługi. Internet Union S.A. dokonał podziału marek i oferowanych usług na kategorie nabywców, którzy różnią się w swoich potrzebach. Wdrożona i stosowana procedura podziału rynku na grupy konsumentów pozwoliła na przygotowanie marek wychodzących naprzeciw potrzebom różnych grup, a w konsekwencji uzyskania przewagi rynkowej przez Emitenta. Spółka tworzy rozwiązania telekomunikacyjne i internetowe dostosowane do indywidualnych potrzeb klientów. Regularne inwestycje w infrastrukturę firmy pozwalają obejmować usługami Emitenta coraz to większy obszar działalności. Dzięki ciągłemu rozwojowi, firma pozyskuje kolejnych klientów oraz dostarcza coraz to nowsze rozwiązania i technologie. Korzystanie z niektórych usług Emitenta możliwe jest wyłącznie w zależności od wybranej współpracy z określoną marką Spółki. Na dzień sporządzenia niniejszego Dokumentu Emitent dysponuje czterema rozwiniętymi markami: Moico, SEEV, The Network i Rede.

Spółka zarządza czterema markami - Operatorami sieci.

MOICO
INTERNET | TELEWIZJA | MOBILE

Internet, podobnie jak powietrze zauważalny jest głównie wtedy, gdy jest z nim coś nie tak. Grupa odniesienia Moico to osoby, które mają dosyć konieczności 'osiągania wszechwiedzy', nie chcą być ekspertami od wszystkiego – dla nich najważniejsze jest to, by Internet, który mają działał zgodnie z ich potrzebami – nieistotne, czy jest to 5, 20, czy 100 MB/s. Oferta skonstruowana jest w taki sposób, by gwarantować obecnym klientom aktualność usługi (przepustowość w poszczególnych pakietach jest sukcesywnie podwyższana).

Strona www: <http://www.moico.pl>

SEEV®

TELEKOMUNIKACJA DLA BIZNESU

Oferta marki SEEV zawiera zintegrowane usługi telekomunikacyjne skierowane do segmentu rynku klientów instytucjonalnych. Najwyższa jakość produktów i obsługi post-sprzedażowej oraz zastosowanie najnowocześniejszych technologii telekomunikacyjnych to odpowiedź na potrzeby grupy docelowej. Opracowana koncepcja marki pozwala na skuteczną działalność na rynku dotychczasowo wizerunkowo niezagospodarowanym. SEEV jest marką unikatową w skali Europy i świata – to jedyna profesjonalnie zaprojektowana marka skierowana do klientów biznesowych.

Strona www: <http://www.seev.pl>

THE NETWORK

Marka The Network dostęp do usług światłowodowych kieruje do klientów zainteresowanych wysokiej przepustowości Internetem, którzy nie mają dostępu do szybkiego łącza, z uwagi na brak w ich miejscu zamieszkania niezbędnej infrastruktury światłowodowej. To m.in. właściciele domów jednorodzinnych i osiedla, na których dominuje jednorodzinna zabudowa, w tym osiedla już istniejące, gdzie operatorzy telekomunikacyjni nie są zainteresowani świadczeniami swoich usług, z uwagi na koszty inwestycyjne oraz wszystkie nowe osiedla powstające np. na peryferiach Wrocławia.

Strona www: <https://thenetwork.pl/>

REDE

REDE to marka świadcząca usługi na terenie Wrocławia i okolic. Oferuje dostęp do Internetu poprzez wykorzystanie technologii bezprzewodowej w lokalizacjach, w których połączenie innego rodzaju nie byłoby możliwe. Pozwoliło to na zagospodarowanie rynku normalnie niedostępnego ze względów infrastrukturalnych. Osobiste podejście do świadczonych usług, uproszczenie procedur oraz rezygnacja z dodatkowych formalności sprawiło, że REDE jest brandem zorientowanym w pełni na użytkownika. Marka została przejęta przez Internet Union S.A. w 2020 roku i zastąpiła w portfolio marek AER Network.

Strona www: <https://rede.net.pl/>

Struktura akcjonariatu

Struktura akcjonariatu Emitenta ze wskazaniem akcjonariuszy posiadających, co najmniej 5% głosów w walnym zgromadzeniu w dniu 31.12.2019 roku przedstawiona jest poniżej.

Akcjonariusz	Ilość akcji	Udział % w kapitale	Ilość posiadanych głosów na WZA	Udział % w głosach na WZA
Paweł Dobosz	5 249 532	88,90%	9 249 532	93,52%
Pozostali poniżej 5% na WZA	640 838	10,85%	640 838	6,48%
Internet Union S.A. (akcje własne)	14 630	0,25%	0	0%
Suma	5 905 000	100%	9 890 370	100%

Organy Emitenta

Na dzień sporządzenia niniejszego dokumentu skład organów Spółki przedstawia się następująco.

Zarząd Spółki

Zarząd prowadzi sprawy Spółki i reprezentuje Spółkę we wszystkich czynnościach sądowych i pozasądowych. Wszelkie sprawy związane z prowadzeniem spraw Spółki, nie zastrzeżone przepisami prawa lub postanowieniami Statutu dla Walnego Zgromadzenia lub Rady Nadzorczej, należą do kompetencji Zarządu. Obecny Zarząd składa się z dwóch członków. Kadencja Zarządu trwa nie dłużej niż pięć lat.

Paweł Dobosz - Prezes Zarządu

Kadencja upływa 19.04.2021

Agata Dobosz – Członek Zarządu

Kadencja upływa 19.04.2021

Rada Nadzorcza

Rada Nadzorcza sprawuje stały nadzór nad działalnością Spółki we wszystkich dziedzinach jej działania. Rada Nadzorcza Spółki liczy obecnie pięć osób. Członkowie Rady Nadzorczej powoływani i odwoływani są na wspólną kadencję przez Walne Zgromadzenie zwykłą większością głosów, z zastrzeżeniem przepisów poniższych oraz § 4 ust. 8 Statutu. Powołanie członków Rady Nadzorczej w trybie określonym w § 4 ust. 8 Statutu następuje w formie pisemnej z podpisem notarialnie poświadczonym. Kadencja Rady Nadzorczej trwa nie dłużej niż 5 lat. Długość trwania kadencji oraz wynagrodzenie Członków Rady Nadzorczej określa uchwała Walnego Zgromadzenia. Członkowie Rady Nadzorczej mogą być powoływani także spoza grona akcjonariuszy. W przypadku śmierci lub rezygnacji Członka Rady Nadzorczej i zmniejszenia się jej składu poniżej liczby, o której mowa w ust.1, pozostali Członkowie Rady mogą w drodze podjęcia uchwały dokooptować nowego Członka rady Nadzorczej, który będzie pełnił swoją funkcję do czasu wyboru przez Walne Zgromadzenie nowego członka Rady Nadzorczej w miejsce dokooptowanego.

Apolonia Dobosz - Przewodnicząca Rady Nadzorczej

Justyna Naruć - Członek Rady Nadzorczej

Krystyna Kochańska - Członek Rady Nadzorczej

Mieczysław Dobosz - Członek Rady Nadzorczej (do 12 czerwca 2019 r.)

Wiktor Pastucha - Członek Rady Nadzorczej

Kadencja Rady Nadzorczej upływa 10.10.2020

Opis zdarzeń istotnie wpływających na działalność Internet Union S.A., jakie nastąpiły w roku obrotowym 2019, a także po jego zakończeniu, do dnia zatwierdzenia sprawozdania finansowego

W 2019 roku Spółka Internet Union zanotowała wzrost przychodów o 9,4% r/r - do poziomu 9,56 mln zł. W omawianym okresie Zarząd Spółki sukcesywnie realizował kluczowe elementy strategii rozwoju Internet Union S.A. na trzech płaszczyznach: marketingowo-sprzedażowej, inwestycyjnej oraz infrastrukturalnej. W mijającym roku Spółka zrealizowała również imponującą liczbę przyłączonych do sieci nowych inwestycji mieszkaniowych oddanych do użytku. Tym samym powiększono zasięg infrastrukturalny sieci aż o 139 inwestycji zamieszkania zbiorowego. Przekłada się to na blisko 9 900 nowych mieszkań z dostępem do sieci Emitenta i możliwością bezpośredniego podłączenia usług marki Moico. Jest to efekt poniesionych przez Spółkę znacznych nakładów inwestycyjnych - w 2019 roku sięgnęły one poziomu 2,2 mln zł.

Celem Internet Union S.A. jest dynamiczny wzrost zasięgu sieci światłowodowej oraz zminimalizowanie występowania awarii i przerw w usługach. W 2019 roku Spółka kontynuowała powiększenie swojego zasięgu o okoliczne tereny Wrocławia, dzięki czemu wzmacnia swoją pozycję w regionie. Do sieci Internet Union podłączone zostały kolejne osiedla na terenie Oławy, a celem Zarządu jest osiągnięcie wskaźnika 80% mieszkań w Oławie w zasięgu sieci. Dodatkowo Spółka realizuje inwestycje sieciowe na Wysokiej, Bielanych Wrocławskich, Siechnicach, w Długołęce, Mirkowie, Wilkszynie oraz Miękinii. Aby przyspieszyć działania zmierzające do rozwoju i wzrostu zasięgu infrastruktury światłowodowej Spółka po zakończeniu 2019 roku dokonała zakupu 100% udziałów firmy Rede sp. z o.o. Sieć zakupionego podmiotu jest komplementarna i tania do integracji z Emitentem. Zarząd wskazuje, że dzięki zakupom Spółka zwiększyła zasięg o około 6700 HP. Kolejnym krokiem było rozpoczęcie integracji sieci Rede z AER Network.

W ocenie Zarządu Spółki, bardzo dobry wynik sprzedażowy osiągnięty w 2019 roku jest spowodowany skutecznymi działaniami prewencyjnymi oraz wysoką kulturą organizacji, a także skuteczną penetracją rynku. Wzrósł udział procentowy klientów zainteresowanych usługą HUG w porównaniu do usługi KISS, co przekłada się na wyższą marżę.

Spółka Internet Union w październiku 2019 roku zawarła dwie umowy pożyczki ze środków projektu "Powszechny dostęp do szybkiego Internetu" w ramach Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa na lata 2014-2020 z Towarzystwem Inwestycji Społeczno-Ekonomicznych S.A. na łączną kwotę 4.700.000,00 zł. Emitent informował o powyższym w raporcie ESPI 6/2019. Środki uzyskane z tytułu pożyczek przeznaczone zostaną na rozbudowę sieci światłowodowej Spółki w szczególności w miejscowościach Wrocław, Wysoka, Oława, Wilkszyn, Wróblowice i Lutynia, Krzeptów oraz Smolec celem zapewnienia na tych terenach szerokopasmowego dostępu do szybkiego Internetu tj. o parametrach co najmniej 30 Mb/s.

Spółka wygenerowała w 2019 roku zysk z działalności operacyjnej w wysokości 1,2 mln zł. Stanowi to wzrost o ponad 910 tys. zł względem analogicznego okresu roku ubiegłego. W ślad za tym wzrósł również zysk netto Spółki w omawianym okresie – z poziomu 164,6 tys. zł w 2018 roku do 825,2 tys. zł na koniec 2019 roku. Opracowana strategia rozwoju marek Internet Union pozwoliła utrzymać wysoką marżę oraz skutecznie reagować na zaistniałe sytuacje na rynku telekomunikacyjnym i znacząco zwiększyć w nim udział Spółki Internet Union. Rosnące przychody Emitenta to konsekwencja wzmocnionych działań strategicznych i brandingowych.

Podjęcie współpracy z lokalnymi podmiotami (Kino Nowe Horyzonty, Etno Cafe, Vozilla, RAGU, Survival Race i inni) oraz konsekwentne kreowanie własnej marki pozwala Spółce na budowanie wyraźnej przewagi konkurencyjnej. Emitent dostrzega efekty tego zjawiska na kilku płaszczyznach:

1. Wyższa świadomość i postrzegalna wartość marki przekładają się bezpośrednio na koszyk wyboru konsumenta, co ma przełożenie na sprzedaż;
2. Silna marka pozwala uczestniczyć w przedsięwzięciach partnerskich i dodatkowo zwiększać zasięg komunikacyjny;
3. Obniżone koszty promocji (cross-promocja, kanały natywne);
4. Wyższa marża;
5. Efekt skali.

W 2019 roku marka MOICO kontynuowała współpracę ze Stowarzyszeniem Judo Tigers. Projekt zakłada współpracę przede wszystkim na poziomie marketingowo-sprzedażowym. Celem wspólnym Partnerów jest stworzenie najlepszego, zrzeszającego największą liczbę członków klubu sportowego Judo w Polsce. Na koniec 2019 roku jest blisko 700 członków korzystających z 19 różnych obiektów oraz 520 przedszkolaków w kilkunastu ośrodkach. Obecnie Judo Tigers prowadzi zajęcia we Wrocławiu, Oławie, Oleśnicy, Strzelinie oraz przyległych miejscowościach. Jest to bardzo dobre narzędzie promocyjne dla operatora oraz kolejny sposób na dotarcie do nowych odbiorców w miejscowościach zlokalizowanych poza Wrocławiem.

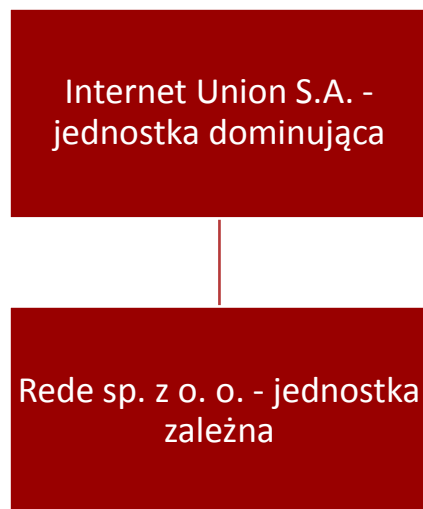
W mijającym roku przeprowadzona została akcja marki Moico „Płać, ile chcesz” (model płatności za towar lub usługę, w którym ostateczną kwotę ustalają sami klienci). Kampania zakładała, że od początku kwietnia każdy z mieszkańców osiemnastu osiedli, wybudowanych przez Archicom, mógł sam ustalić cennik swoich miesięcznych opłat za internet i telewizję na okres jednego roku. Przeprowadzone działania pozwoliły zwiększyć liczbę klientów w miejscach obowiązywania akcji o blisko 40%.

W trzecim kwartale 2019 roku Spółka wdrożyła do swojego systemu komunikacji z klientem innowacyjne rozwiązanie w postaci ChatBota. Narzędzie pełni rolę wirtualnego doradcy, który usprawnia obsługę, pomaga w doborze odpowiedniej oferty, sprawdza dostępność usługi w podanej lokalizacji, podaje informacje o promocjach oraz umożliwia szybkie zgłaszanie awarii. W lipcu br. wystartowała kampania promująca ChatBota w MOICO oparta na koncepcie gry miejskiej „Miejska Dżungla Moico”. Efektem akcji promocyjnej było m.in. zwiększenie liczby zapytań przez Messengera o 43% już w pierwszym tygodniu funkcjonowania ChatBota. W ocenie Zarządu Emitenta wprowadzenie ChatBota pozwoli na usprawnienie kontaktu z użytkownikami Moico, a także będzie stanowić istotne wsparcie BOK w obsłudze zapytań. W III kwartale 2019 r. przeprowadzone zostały akcje promocyjne i sprzedażowe: takie jak sportowe święto odbywające się na terenie Morskiego Oka - "Survival Race" akcja „Przełam Lody z Moico” w ramach, której przedstawiciele Moico pojawiali się cyklicznie na nowo podłączonych do sieci osiedlach i częstowali mieszkańców rzemieślniczymi lodami oraz „Test wiedzy o internecie”.

W IV kwartale 2019 r. przeprowadzone zostały akcje promocyjne i sprzedażowe dla marki Moico: takie jak kampania OOH na terenie Wrocławia z wykorzystaniem banerów reklamowych na przystankach tramwajowych oraz autobusowych, akcje z okazji Black Friday, Halloween i Mikołajek. Ich celem było zachęcenie obecnych i potencjalnych klientów Moico do odwiedzenia punktu obsługi oraz promocja oferty marki. Akcje promocyjne wspierali także influencerzy współpracujący z marką. (Rock Alone, Tak dużo genialnej muzyki).

Opis organizacji grupy kapitałowej

Według stanu na dzień sporządzenia niniejszego dokumentu struktura grupy kapitałowej Internet Union S.A. przedstawia się następująco:



Podstawowe dane o jednostce zależnej

FIRMA	Rede sp. z o. o.
Forma prawna	Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością
Siedziba	Wilczyce
Adres	ul. Wrocławska 2b 51-361
Telefon	71 723 73 27
Adres poczty elektronicznej	bok@rede.net.pl
Adres strony internetowej	www.rede.net.pl

NIP	8961501836
REGON	021238461
KRS	0000354856
Przedmiot działalności	Usługi telekomunikacyjne
Udział Emitenta w kapitale i głosach	100,00%

Ważniejsze osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju

Spółka nie prowadzi działalności w tym obszarze.

Przewidywany rozwój jednostki

Internet Union S.A. wypracowało wyraźną przewagę konkurencyjną, co przekłada się bezpośrednio na tempo zdobywanych kontraktów oraz ilość podłączeń nowych klientów. Ważnym elementem jest niski wskaźnik wypowiedzeń umów. Szeroka baza infrastruktury pozwala na przenosiny między lokalizacjami, a to w konsekwencji pozwala utrzymać klienta przez lata. Średni czas korzystania z usług Emitenta to 52 miesiące. Poczynione w ostatnich kwartałach inwestycje pozwoliły w znacznym stopniu zwiększyć przychody, a także poziom zainteresowania usługami marek Emitenta. Emitent cały czas poszukuje nowych okazji inwestycyjnych celem rozszerzenia swojej sieci i bazy HP o inne miasteczka przyległe do Wrocławia.

Zarząd spodziewa się spadku tempa inwestycji deweloperskich w kolejnych latach. Jest to przede wszystkim związane ze spowolnieniem gospodarczym, brakiem zapotrzebowania na wynajmowane mieszkania przez pracowników fizycznych przybywających do Wrocławia z całej Polski i Ukrainy, brakiem lub spadkiem zainteresowania zakupem mieszkań pod najem krótkoterminowy.

Zarząd Spółki nie identyfikuje problemów z pozyskaniem pracowników i utrzymaniem obecnych. Obserwuje się spadek presji na wynagrodzenia. Zarząd dostrzega również, że rynek ustabilizował się, osiągając historyczne minimum cen sprzedaży usług dostępu do Internetu i telewizji. W najbliższych kwartałach firmy telekomunikacyjne rozpoczną proces podwyższania cen do poziomów średniej europejskiej (z najniższych w Europie, jakie obecnie funkcjonują w Polsce). Jako przyczyny tego zjawiska należy uznać konieczność inwestycji w nowe technologie oraz wzrost wynagrodzeń pracowników (presja inflacyjna). Dla coraz większej grupy konsumentów cena przestaje być decydującym czynnikiem, ponieważ sprawna, gwarantowana i serwisowana usługa jest bardziej pożądana. Internet mobilny może stanowić usługę dodatkową a nie podstawową. Koszt Internetu zaczyna mieć znaczenie - powyżej 15 euro za dostęp i powyżej 28 euro dla usług łączonych - poniżej tych poziomów elastyczność cenowa jest praktycznie stała. W ocenie Zarządu powyższe zmiany pozytywnie wpłyną na przychody osiągnięte przez Emitenta.

Aktualna sytuacja finansowa Internet Union S.A.

Wybrane dane finansowe	PLN		EUR	
	Stan na 31.12.2018	Stan na 31.12.2019	Stan na 31.12.2018	Stan na 31.12.2019
Kapitał własny	6 692 755,09	7 686 396,94	1 556 454,67	1 804 954,08
Kapitał zakładowy	1 131 000,00	1 181 000,00	263 023,26	277 327,70
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	5 552 299,28	5 406 786,78	1 291 232,39	1 269 645,93
Zobowiązania długoterminowe	2 127 898,66	2 579 926,54	494 860,15	605 829,88
Zobowiązania krótkoterminowe	1 940 610,50	1 540 722,12	451 304,77	361 799,25
Aktywa trwałe	10 584 659,39	10 956 027,92	2 461 548,70	2 572 743,44
Aktywa obrotowe	1 590 425,28	2 067 186,10	369 866,34	485 425,88
Aktywa razem	12 245 054,37	13 093 183,72	2 847 687,06	3 074 599,91
Środki pieniężne i inne aktywa pieniężne	15 845,91	322 086,89	3 685,10	75 633,88
Należności długoterminowe	0,00	0,00	0,00	0,00
Należności krótkoterminowe	1 309 903,44	1 719 370,70	304 429,71	403 750,31
Zysk (strata) brutto	213 237,30	1 115 821,85	49 974,76	259 384,87
Zysk (strata) netto	167 887,30	793 641,85	39 346,43	184 490,64
Przychody netto ze sprzedaży	8 744 860,63	9 563 523,53	2 049 464,63	2 223 144,62
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	303 203,33	1 203 068,07	71 059,39	279 666,20
Zysk (strata) z działalności gospodarczej	213 237,30	1 115 821,85	49 974,76	259 384,87
Zysk (strata) ze sprzedaży	-117 835,16	998 654,45	-27 616,11	232 148,04
Amortyzacja	1 785 783,73	1 866 571,91	418 520,17	433 904,86
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	431 607,42	2 059 241,61	101 152,46	478 693,01
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-3 184 101,70	-2 276 786,15	-746 233,03	-529 263,60
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	2 621 532,63	523 785,52	614 388,11	121 759,62
Przepływy pieniężne netto, razem	-130 961,65	306 240,98	-30 692,46	71 189,03
Liczba akcji (w szt.)	5 655 000	5 905 000	5 655 000	5 905 000

Zysk (strata) na jedną akcję zwykłą	0,03	0,13	0,01	0,03
Wartość księgowa na jedną akcję	1,18	1,30	0,28	0,30

Przeliczenie kursu	2019	2018
Kurs z dnia bilansowego	4,2585	4,3000
Kurs stanowiący średnią arytmetyczną średnich kursów NBP ogłoszonych na ostatni dzień każdego miesiąca okresu obrotowego	4,3018	4,2669

Przedstawione dane finansowe w pełni przedstawiają aktualną sytuację majątkową i finansową Emitenta w sposób rzetelny i kompletny.

Udziały własne

Program skupu akcji własnych realizowany był w dniach od 8 marca 2018 r. do dnia 27 marca 2018 r na podstawie Uchwały nr 20 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia z dnia 27 czerwca 2017 r. W dniu 6 kwietnia 2018 r. Zarząd Spółki podjął uchwałę w sprawie zakończenia skupu akcji własnych.

Do dnia publikacji niniejszego sprawozdania łączna liczba akcji własnych nabytych przez Spółkę wynosi 14.630 szt. Wartość nominalna jednej akcji wynosi 0,20 zł, a łączna wartość nominalna skupionych akcji własnych wynosi 2.926,00 zł. Łączna liczba nabytych akcji stanowi 0,26% udziału w kapitale zakładowym Spółki.

Oddziały

Spółka posiada następujące oddziały (zakłady);

1. Oddział w Poznaniu, ul. Naramowicka 217B lok. 17, 61-611 Poznań

Instrumenty finansowe

Dla działalności Spółki istotnym ryzykiem jest ryzyko zmienności stóp procentowych. Na dzień sporządzenia niniejszego dokumentu, Spółka posiada zobowiązania długoterminowe w postaci kredytów i pożyczek w wysokości 2,5 mln. zł, a także zobowiązania krótkoterminowe w postaci kredytów i pożyczek w kwocie 444 tys. zł. Oprocentowanie w/w zobowiązań finansowych Spółki jest zależne od wysokości stóp procentowych, dlatego też spadek/wzrost stopy procentowej może mieć pozytywny/negatywny wpływ na osiągnięte przez Spółkę wyniki finansowe. Spółka nie zabezpiecza się przed ryzykiem zmienności stóp procentowych.

Spółka nie stosuje metod zarządzania ryzykiem finansowym (łącznie z metodami zabezpieczenia istotnych rodzajów planowanych transakcji, dla których stosowana jest rachunkowość zabezpieczeń).

Oświadczenie o stosowaniu ładu korporacyjnego

Zarząd Internet Union S.A. poniżej przekazuje informację w zakresie zasad określonych w dokumencie „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na NewConnect”, które nie są przez Spółkę stosowane w sposób trwały, wraz z wyjaśnieniem okoliczności i przyczyn ich niestosowania.

L.P.	DOBRA PRAKTYKA	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 i interaktywny dostęp do informacji. Spółka, korzystając w jak najszerszym 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 zastrzeżeniem	Spółka prowadzi przejrzystą i efektywną politykę informacyjną, jednakże nie przewiduje się transmitowania obrad WZ z wykorzystaniem sieci Internet, jak również rejestrowania przebiegu tych obrad. Powyższe podyktowane jest wysokimi kosztami realizacji takiej transmisji. Jednocześnie Zarząd rozważy wdrożenie powyższego mechanizmu, jeżeli akcjonariusze Spółki zgłoszą takie zapotrzebowanie.
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,	TAK	
	3.4. życiorysy zawodowe członków organów spółki,	TAK z zastrzeżeniem	Na stronie Spółki znajdują się życiorysy zawodowe Członków Zarządu Spółki
	3.5. powzięte przez zarząd, na podstawie oświadczenia członka rady nadzorczej, informacje o powiązaniach członka rady nadzorczej z akcjonariuszem dysponującym akcjami reprezentującymi nie mniej niż 5% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu spółki,	TAK	

3.6. dokumenty korporacyjne spółki,	TAK	
3.7. zarys planów strategicznych spółki,	TAK	Strategia działalności Spółki zawarta jest w Dokumencie Informacyjnym. W przypadku jej zmiany lub aktualizacji stosowne informacje będą przekazywane w formie raportów bieżących oraz raportów okresowych.
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	Prognozy finansowe Spółki na lata 2010-2011 wraz z założeniami zostały zawarte w Dokumencie Informacyjnym. Wszelkie aktualizacje jak i nowe prognozy będą publikowane w formie raportów bieżących.
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. (skreślone)		
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,	NIE	Z uwagi na ochronę interesów Emitenta, a w szczególności na poufność informacji dotyczących obrad Walnego Zgromadzenia, Spółka nie będzie zamieszczała takich informacji, chyba że wypełniać będą one przesłanki istotnej informacji.
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 przywiązuje dużą wagę do publikacji wszystkich istotnych informacji na swojej stronie internetowej. W związku z powyższym, w opinii Emitenta, umieszczenie informacji w serwisie GPWInfosfera jest zbędne, gdyż wszystkie istotne informacje dostępne są na stronie Spółki.
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	TAK	

	swoich obowiązków, emitent niezwłocznie powiadamia o tym fakcie Autoryzowanego Doradcę.		
8.	Emitent powinien zapewnić Autoryzowanemu Doradcy dostęp do wszelkich dokumentów i informacji niezbędnych do wykonywania obowiązków Autoryzowanego Doradcy.	TAK	
	Emitent przekazuje w raporcie rocznym:		
9.	9.1. informację na temat łącznej wysokości wynagrodzeń wszystkich członków zarządu i rady nadzorczej,	NIE	Przez wzgląd na prywatność członków zarządu oraz rady nadzorczej Spółka postanowiła nie publikować łącznej wysokości wynagrodzeń
	9.2. informację na temat wynagrodzenia Autoryzowanego Doradcy otrzymywanego od emitenta z tytułu świadczenia wobec emitenta usług w każdym zakresie.	NIE	Z uwagi na charakter tajemnicy handlowej wynikającej ze stosunku umownego pomiędzy Emitentem a Autoryzowanym Doradcą, Spółka nie zamierza publikować informacji o wynagrodzeniu Autoryzowanego Doradcy.
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	Obecnie Emitent nie przewiduje organizowania odrębnych spotkań dedykowanych kontaktom z mediami, inwestorami lub analitykami. Niemniej jednak Spółki zamierza aktywnie uczestniczyć w inicjatywach organizacji rynku kapitałowego, które takie kontakty umożliwiają (np. konferencja Profesjonalny Inwestor).
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	
13a	W przypadku otrzymania przez Zarząd emitenta od akcjonariusza posiadającego co najmniej połowę kapitału zakładowego lub co	TAK	

	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.		
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.	Emitent publikuje raporty miesięczne, w terminie 14 dni od zakończenia miesiąca. Raport miesięczny powinien zawierać co najmniej: <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	Z uwagi na specyfikę działalności Emitenta, jak również na obowiązek publikacji raportów kwartalnych, Spółka nie przewiduje publikowania raportów miesięcznych, których wartość informacyjna w znacznym stopniu pokrywa się z zakresem informacyjnym raportów bieżących i okresowych.
16a	W przypadku naruszenia przez emitenta obowiązku informacyjnego określonego w Załączniku Nr 3 do Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu ("Informacje bieżące i okresowe przekazywane w alternatywnym systemie obrotu na rynku NewConnect") emitent powinien niezwłocznie opublikować, w trybie właściwym dla	TAK	

	przekazywania raportów bieżących na rynku NewConnect, informację wyjaśniającą zaistniałą sytuację.		
17.	(skreślony)		

Czynniki ryzyka

Należy mieć na uwadze, że wskazane przez Emitenta czynniki ryzyka zamieszczone poniżej są najważniejszymi z punktu widzenia Spółki i nie zawierają wszystkich możliwych do zrealizowania się czynników ryzyka.

Ryzyko nieosiągnięcia celów strategicznych

Celem strategicznym Internet Union S.A. jest osiągnięcie pozycji lidera na rynku dolnośląskim w branży telekomunikacyjnej. Strategia Spółki zakłada rozwijanie obecnie prowadzonej działalności głównie poprzez budowę i promocję nowych marek przynależnych do Emitenta oraz w oparciu o integrację z podmiotami zewnętrznymi. Emitent planuje aktywnie wykorzystywać możliwości, jakie niosą za sobą transakcje typu M&A (tj. fuzje lub przejęcia) innych operatorów z branży telekomunikacyjnej bądź ich zorganizowanych części. Spółka poprzez skuteczną realizację strategii zakłada szybkie zwiększanie pozycji rynkowej. Realizacja założeń uzależniona jest od możliwości pozyskania do współpracy nowych partnerów z branży telekomunikacyjnej. Wystąpienie nieprzewidzianych zdarzeń lub okoliczności może uniemożliwić realizację przyjętej strategii. W takim przypadku przychody i wynik finansowy osiągnięte w przyszłości przez Emitenta mogą okazać się niższe od zakładanych. W celu ograniczenia wystąpienia niniejszego ryzyka Zarząd Spółki na bieżąco analizuje okoliczności mogące mieć potencjalnie niekorzystny wpływ na realizację strategii przedsiębiorstwa, a w razie potrzeby podejmuje niezbędne decyzje i działania.

Ryzyko wzrostu konkurencji

Konkurencja wewnątrz sektora, w którym funkcjonuje Emitent jest rozproszona, a branża w której działa Spółka rozwija się dynamicznie. Atrakcyjność rynku stwarza możliwości powstania i rozwoju nowych spółek o profilu działalności zbliżonym do działalności Internet Union S.A. Zwiększona liczba spółek konkurencyjnych może w przyszłości wymusić konieczność obniżenia generowanych marż oraz wpłynąć na wzrost kosztów związanych z podnoszeniem jakości usług Spółki.

Ryzyko związane z budową marki „Internet Union” oraz nowych marek

Pomyślność planów strategicznych Emitenta jest związana z budową i promocją marki Internet Union, a także nowych marek utworzonych w ramach struktur Emitenta: Moico, SEEV oraz AER Network, których rozpoznawalność ułatwi ekspansję terytorialną oraz zdobywanie nowych klientów. Istnieje ryzyko, że Emitentowi nie uda się w sposób należyty wypromować nazwy i logo Spółki oraz przynależnych marek, co może negatywnie skutkować na pozycję rynkową Spółki i jej wyniki finansowe w przyszłości.

Ryzyko związane z rozszerzeniem oferty usług

Internet Union S.A. w celu zaspokajania nowych potrzeb klientów systematycznie rozszerza i aktualizuje dotychczasową ofertę usługową. Ukierunkowanie Spółki w stronę kolejnych obszarów działalności może powodować wystawienie Emitenta na szereg nieznanych czynników ryzyka związanych z brakiem doświadczenia lub niewystarczającą wiedzą w nowego typu działaniach. Z uwagi na powyższe może się okazać, że zaoferowane przez przedsiębiorstwo usługi i produkty nie sprostają wymogom konsumentów. Rodzi to ryzyko utraty dotychczasowych klientów, pozycji rynkowej Spółki i niższych od oczekiwanych wyników finansowych.

Ryzyko związane z wykreśleniem z rejestru przedsiębiorstw telekomunikacyjnych

Prowadzenie działalności operacyjnej przez Internet Union S.A. uzależnione jest od posiadania wpisu w rejestrze przedsiębiorstw telekomunikacyjnych. Organ prowadzący rejestr przedsiębiorstw telekomunikacyjnych nie ma obowiązku sprawdzania czy przedsiębiorca w momencie ubiegania się o wpis do rejestru spełnia warunki wykonywania działalności regulowanej. W przypadku, gdy kontrola dokonana przez organ prowadzący rejestr wskaże, że przedsiębiorca złożył oświadczenie niezgodne ze stanem faktycznym, może zostać wydana decyzja o zakazie wykonywania przez przedsiębiorcę działalności objętej wpisem i wykreśleniu przedsiębiorcy z rejestru. W takim przypadku nastąpiłaby utrata prawa do prowadzenia działalności gospodarczej przez Emitenta. Aby nie dopuścić do powyższej sytuacji, Spółka dokonuje okresowej kontroli zgromadzonej dokumentacji, niezbędnej do wskazania, że działalność jest prowadzona zgodnie z regulacjami.

Ryzyko związane z awarią systemów informatycznych i telekomunikacyjnych

Spółka zapewnia swoim odbiorcom dostęp do Internetu oraz usług multimedialnych. Niezakłócone i poprawne działanie systemów informatycznych wpływa na renomę firmy oraz przekłada się na osiągnięte wyniki finansowe Spółki. Występowanie przejściowych przerw w dostawie usług przez Spółkę spowodowane awarią systemów informatycznych i telekomunikacyjnych może skutkować zwiększeniem kosztów związanych z naprawą takich urządzeń lub przełożyć się negatywnie na postrzeganie Spółki jako solidnego dostawcy usług telekomunikacyjnych. W celu minimalizacji wskazanego ryzyka Spółka wdrożyła odpowiednie procedury zabezpieczające (m.in. monitoring systemów informatycznych) oraz antykrzysowe uruchamiane na wypadek wystąpienia uszkodzenia lub awarii sieci telekomunikacyjnej.

Ryzyko błędnych działań w zakresie inwestycji budowlanych

Emitent projektuje i buduje struktury światłowodowe służące do komunikacji między przyłączonymi do niej podmiotami. Położenie sieci światłowodowych na terenie miasta wymaga poniesienia wysokich kosztów. Poczynienie błędnych założeń, co do konkretnych projektów polegające na niewłaściwej ocenie atrakcyjności lokalizacji lub przyszłej ilości mieszkań, a co za tym idzie ilości odbiorców usług Emitenta może negatywnie wpłynąć na rentowność realizowanego przedsięwzięcia. Podjęcie jakichkolwiek nietrafnych decyzji wynikających z niewłaściwej oceny sytuacji lub niezdolność adaptacji do zmieniających się warunków rynkowych może mieć negatywne skutki dla wyników finansowych Emitenta. Spółka ogranicza wystąpienie wskazanego ryzyka poprzez współpracę z wysoce wykwalifikowanymi pracownikami projektowymi oraz budowlano - montażowymi.

Ryzyko związane z nieużytkowaniem obiektów mieszkaniowych i usługowych

Jednym z czynników warunkujących rentowność inwestycji Emitenta w określonych lokalizacjach jest tempo zasiedlania i użytkowania obiektów przez odbiorców usług Spółki. Z uwagi na powyższe, istnieje ryzyko, że pomimo przeprowadzenia dogłębnego i starannego procesu selekcji potencjalnych lokalizacji pod inwestycję infrastrukturalną, wybrane miejsce nie spotka się z oczekiwanym zainteresowaniem wśród mieszkańców lub jednostek gospodarczych. Brak popytu na mieszkania i obiekty usługowe, pustostany w budynkach nowo zbudowanych lub rozbudowanych i dłuższe nieużytkowanie obiektów, w których Emitent dokonał inwestycji infrastrukturalnych bezpośrednio przełoży się na brak przychodów z określonych lokalizacji i wydłużenie okresu zwrotu z inwestycji od pierwotnie założonej. W celu minimalizacji powyższego ryzyka proces decyzyjny związany z doбором lokalizacji pod inwestycję Spółki jest poprzedzony kompleksową analizą ekonomiczną przedsięwzięcia.

Ryzyko uzależnienia od dostawców łącz internetowych

Model biznesowy Spółki związany jest z oferowaniem usług telekomunikacyjnych. Emitent w celu prowadzenia działalności biznesowej współpracuje z przedsiębiorstwami telekomunikacyjnymi, które umożliwiają mu dostęp do sieci internetowych poprzez dzierżawę łącz internetowych. Z uwagi na nieznaczną liczbę dostawców, z których usług korzysta Spółka, istnieje ryzyko związane z uzależnieniem się Spółki od głównych kontrahentów. W przypadku wypowiedzenia danej umowy dzierżawy, ograniczona zostanie możliwość prowadzenia działalności operacyjnej przez Spółkę. Ponadto uzależnienie Emitenta od jednego lub kilku dostawców może skutkować wzrostem cen usług dzierżawy łącz internetowych. W celu minimalizacji niniejszego ryzyka Spółka nawiązuje współpracę z różnymi podmiotami, dzięki czemu posiadać będzie zdywersyfikowaną strukturę dostawców.

Ryzyko obniżenia marż

Na rynku, w którym funkcjonuje Emitent zauważalne jest obniżanie przez dostawców usług telekomunikacyjnych cen i wprowadzanie do oferty nowych ulepszonych świadczeń. Rosnący stopień nasycenia rynku produktami i usługami telekomunikacyjnymi oraz informatycznymi oraz agresywna polityka cenowa konkurencji może skutkować obniżeniem marż handlowych Emitenta.

Ryzyko związane z przejęciami

Istotnym elementem strategii Emitenta jest przyspieszenie tempa wzrostu skali działalności i ilości klientów poprzez transakcje przejęć innych podmiotów gospodarczych. Istnieje ryzyko, że w przypadku niektórych przedsiębiorstw, z którymi Spółka prowadzi będzie negocjacje, transakcje przejęć wstępnie ocenione jako atrakcyjne mogą generować niższe wyniki od zakładanych. Tak się stanie w przypadku, gdy ustalona cena transakcji przejęcia danego podmiotu okaże się zawyżona, a wyniki finansowe przejmowanych podmiotów oraz zakładany efekt synergii niższe od planowanych. Nieodpowiednie zarządzanie ryzykiem związane z fuzjami i przejęciami może być czynnikiem, który zmniejszy wartość przedsiębiorstwa dla akcjonariuszy. W celu minimalizacji powyższego ryzyka Emitent dokonuje głębokiej analizy strategicznej każdego planowanego przedsięwzięcia oraz korzysta z porad zespołu specjalistów wspierających proces decyzyjny.

Ryzyko związane z opóźnionym procesem budowy infrastruktury internetowej

W celu oferowania swoich usług Emitent dokonuje szeregu działań zmierzających do szybkiego i skutecznego przeprowadzenia całego procesu budowy infrastruktury internetowej, który jest początkowym i zarazem najtrudniejszym etapem realizacji inwestycji. Z uwagi na złożoność procedur oraz długotrwałość w podejmowaniu decyzji przez jednostki administracji publicznej istnieje ryzyko przedłużenia procesu budowlanego. Skutkiem opóźnień w realizacji planów budowlanych może być osiągnięcie później niż w zakładanym terminie rentowności na danej inwestycji. Należy zauważyć, że nowe regulacje prawne w tym zakresie sprzyjają ułatwieniu i usprawnieniu całego procesu inwestycyjnego oraz sprzyjają likwidacji barier inwestycyjnych wynikających np. z miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego.

Ryzyko odejścia kluczowych członków kierownictwa i trudności związane z pozyskaniem nowej wykwalifikowanej kadry zarządzającej

Działalność Emitenta uzależniona jest od doświadczenia, umiejętności oraz jakości pracy kadry kierowniczej. Emitent nie może zapewnić, że ewentualna utrata przedstawiciela Zarządu lub kluczowych pracowników o istotnym wpływie na funkcjonowanie Spółki nie będzie mieć negatywnych konsekwencji na aktywność, strategię, sytuację finansową

i wyniki operacyjne Spółki. Wraz z odejściem członka Zarządu lub strategicznej kadry kierowniczej, Emitent mógłby zostać pozbawiony personelu posiadającego wiedzę i doświadczenie z zakresu zarządzania i działalności operacyjnej. Spółka stara się zredukować wskazany czynnik ryzyka poprzez kreowanie satysfakcjonujących systemów płacowych, adekwatnych do stopnia doświadczenia i poziomu kwalifikacji pracowników.

Ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną Polski

Rozwój Emitenta jest ściśle skorelowany z ogólną sytuacją gospodarczą Polski, na terenie której Emitent oferuje swoje usługi i będącej jednocześnie głównym rejonem aktywności gospodarczej klientów Emitenta. Do głównych czynników o charakterze ogólnogospodarczym, wpływających na działalność Spółki można zaliczyć: poziom PKB Polski, poziom średniego wynagrodzenia brutto, poziom inflacji, poziom inwestycji podmiotów gospodarczych oraz stopień zadłużenia jednostek gospodarczych i gospodarstw domowych. Istnieje ryzyko, że spowolnienie tempa wzrostu gospodarczego, spadek poziomu inwestycji przedsiębiorstw czy wzrost zadłużenia jednostek gospodarczych może mieć negatywny wpływ na działalność oraz sytuację finansową Spółki, poprzez obniżenie popytu na usługi Emitenta, co w konsekwencji może przełożyć się na pogorszenie wyników finansowych Spółki.

Ryzyko związane z interpretacją przepisów podatkowych

Emitent, podobnie jak wszystkie podmioty gospodarcze, jest narażony na nieprecyzyjne zapisy w uregulowaniach prawno - podatkowych, które mogą spowodować powstanie rozbieżności interpretacyjnych, w szczególności w odniesieniu do operacji związanych z podatkiem dochodowym, podatkiem od czynności cywilnoprawnych i podatkiem VAT w ramach prowadzonej przez Spółkę działalności. W związku z powyższym istnieje ryzyko, że mimo stosowania przez Emitenta aktualnych standardów rachunkowości, interpretacja zapisów przez Urząd Skarbowy odpowiedni dla Emitenta może różnić się od przyjętej przez Spółkę, co w konsekwencji może wpłynąć na nałożenie na Emitenta kary finansowej, która może mieć istotny negatywny wpływ na wyniki finansowe Emitenta.

Ryzyko związane z regulacjami prawnymi (polskimi i unijnymi)

Otoczenie prawne działalności Spółki charakteryzuje się wysoką dynamiką zmian, przede wszystkim w kontekście dostosowywania prawa krajowego do standardów Unii Europejskiej. W związku z prowadzoną polityką legislacyjną niejednokrotnie pojawiają się wątpliwości interpretacyjne wprowadzanych zmian. Niejednoznaczność przepisów może rodzić ryzyko nałożenia kar administracyjnych lub finansowych w przypadku przyjęcia niewłaściwej wykładni prawnej. W celu minimalizacji powyższego ryzyka Emitent przeprowadza audyty wewnętrzne, ukierunkowane na zgodność z bieżącymi regulacjami prawnymi.

INTERNET UNION
Paweł Dobusz, Prezes Zarządu

Prezes Zarządu
INTERNET UNION
Internet Union S.A.
ul. Złotnicka 28, 54-029 Wrocław
t. 717 330 717 f. 713 493 452
biuro@internetunion.pl
NIP: 8943024998, REGON: 027547015
KRS: 0000388937