

**Spis treści:**

***I.* Informacje ogólne**

- 1.* Charakterystyka jednostki**
- 2.* Sprzedaż**
- 3.* Personel i doświadczenie**
- 4.* Finansowanie**
- 5.* Przewidywane kierunki rozwoju**

***II.* Sytuacja finansowa i majątkowa**

***III.* Czynniki ryzyka**

*f*

## **I. Informacje ogólne.**

### **1. Charakterystyka Jednostki**

**Adform Group SA** z siedzibą w Mielcu, ul. Partyzantów 19A, to spółka akcyjna powstała na drodze podjętej uchwały o przekształceniu z dniem 07.11.2011 z Adform Sp. z o.o. w Adform S.A. Dnia 27.09.2012 r. uległa zmianie nazwa firmy na Adform Group S.A. Spółka zarejestrowana jest w rejestrze przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, prowadzonym przez Sąd Rejonowy w Rzeszowie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000407113. Spółka posiada biuro handlowe w Warszawie przy ulicy Lambady 4.

**W 2017 r. Zarząd działał w następującym składzie:**

Andrzej Kuncewicz – Prezes Zarządu  
Tomasz Teresak – V-ce Prezes Zarządu  
Krzysztof Rodzeń – Członek Zarządu

od dnia 22 czerwca 2017:

Piotr Laskowski – Prezes Zarządu  
Tomasz Teresak – V-ce Prezes Zarządu  
Krzysztof Rodzeń – Członek Zarządu

od dnia 07 sierpnia 2017

Piotr Laskowski – Prezes Zarządu  
Tomasz Teresak – V-ce Prezes Zarządu

od dnia 22 września 2017

Piotr Laskowski – Prezes Zarządu  
Tomasz Teresak – V-ce Prezes Zarządu  
Artur Czarnecki – Członek Zarządu

od dnia 25 września 2017

Piotr Laskowski – Prezes Zarządu  
Artur Czarnecki – Członek Zarządu

od dnia 27 września 2017

Artur Czarnecki – Członek Zarządu

od dnia 04 października 2017

Artur Czarnecki – Prezes Zarządu

Na co dzień członkowie zarządu wykonywali swoje obowiązki wynikające z przyjętego zakresu odpowiedzialności i planu działań.

### **Rada Nadzorcza Adform Group S.A.**

Na dzień 31.12.2017 r. Rada Nadzorczej Adform Group S.A. wchodziła:

- a) Andrzej Kuncewicz – Członek Rady Nadzorczej
- b) Beata Jurkschat – Sekretarz Rady Nadzorczej
- c) Krzysztof Kozak – Członek Rady Nadzorczej

w trakcie 2017 zachodziły zmiany w składzie Rady Nadzorczej.

### **Akcjonariat Adform Group S.A.**

Na dzień 31.12.2017 r. według informacji posiadanych przez Spółkę akcjonariuszami Adform Group S.A. byli:

<b>Akcjonariusz</b>	<b>Liczba akcji/głosów na WZA</b>	<b>Udział w kapitale zakładowym/udział w ogólnej liczbie głosów na WZA [%]</b>
Andrzej Kuncewicz	1.315.000 / 2.630.000	47,81% /48,88%
Tomasz Teresak	1.315.000 / 2.630.000	47,81% /48,88%
Pozostali	120.596/120.596	4,38%/2,24%
<b>SUMA</b>	<b>2.750.596 / 5.380.596</b>	<b>100,00% / 100,00%</b>

### **2. Sprzedaż**

**Adform Group S.A.** jest grupą kapitałową technologiczno-produkcyjną, działającą w obszarze wsparcia sprzedaży. Adform Group S.A. tworzy i realizuje projekty, które wpływają na:

- Wzrost sprzedaży
- Wzmacnianie pozycji rynkowej marek
- Zwiększanie efektywności kanałów dystrybucji
- Zdobywanie i lojalizowanie klientów

**Adform Group S.A.** jest spółką działającą w trzech komplementarnych obszarach:

1. Wsparcie sprzedaży. Adform Group S.A. oferuje swoim Klientom rozwiązania w obszarze identyfikacji w miejscu sprzedaży.
2. Innowacyjne technologie. Adform Group S.A. oferuje programistyczne oraz multimedialne rozwiązania audio-wizualne.
3. Wytwarzanie produktów poprzez platformę produkcyjną wyposażoną w nowoczesny park technologiczny
4. Działanie w wydzielonych obszarach jako podwykonawca dla innych podmiotów

### **Misja i wizja firmy**

Misją firmy jest dostarczać skuteczne i efektywne cenowo rozwiązania wspierające procesy sprzedażowe w miejscach decyzji zakupowych.

Wizją firmy jest zostanie europejskim liderem w zakresie dostarczania innowacyjnych rozwiązań wsparcia sprzedaży.

g

## **Systemy wsparcia sprzedaży**

Adform Group S.A. oferuje swoim Klientom rozwiązania w obszarze identyfikacji w miejscu sprzedaży, zwiększające sprzedaż produktów i usług. Adform Group S.A. oferuje swoim klientom:

1. Projektowanie i produkcję
2. Tworzenie materiałów POS
3. Kompleksowe aranżacje punktów sprzedaży
4. Konsultacje i doradztwo w zakresie projektowym i materiałowym odnośnie własnych projektów klientów

## **Innowacyjne technologie**

W obszarze innowacyjnych technologii Adform Group S.A. oferuje programistyczne oraz multimedialne rozwiązania audio-wizualne i zarządcze związane z procesem sprzedaży. M.in. Adform Group jako pierwsza wprowadziła na rynek technologię Augmented Reality. Ponadto Adform Group tworzy własne narzędzia. Przykładem jest wytworzony i wdrożony na kilkudziesięciu nośnikach Digital Signage system zarządzania treścią. System może zarządzać do 1500 punktami, przy czym treść w każdej lokalizacji może być różna i może zostać zmieniona w przeciągu kilku sekund. Pozwala również kontrolować wszelkie awarie w poszczególnych punktach. System wykorzystuje technologię GPRS (General Packet Radio Service, czyli sposób pakietowego przesyłania danych w sieciach telefonii komórkowej), dzięki czemu nie ma konieczności umieszczania nośników wyłącznie w miejscach gdzie jest dostęp do internetu. Adform Group wytworzyła i wdrożyła również system monitorowania stanu towaru wykorzystujący również technologię GPRS.

## **Platforma produkcyjna**

Adform Group S.A. posiada nowoczesną platformę produkcyjną, w skład której wchodzi dział:

- Poligrafia, obsługująca druk cyfrowy, offsetowy i sitodruk;
- Obróbka tworzyw, wykorzystująca plotery, lasery, giętarki i urządzenia do formowania próżniowego;
- Obróbka metalu, wyposażony w podstawowe narzędzia obróbki metalu;
- Obróbka drewna, wyposażony w podstawowe narzędzia obróbki drewna;
- Montaż, gdzie składane są konstrukcje metalowe;
- Logistyka, zajmujący się transportem, montażami oraz serwisem.

Własny park maszynowy pozwala we własnym zakresie tworzyć materiały POS ale może również stanowić platformę do produkcji innych wyrobów. Ponadto Adform Group S.A. korzysta z mocy przerobowych podwykonawców, w szczególności w zakresie obróbki metalu i obróbki drewna.

## **AdLab**

Wyodrębnioną sekcją w Spółce jest AdLab (Adform Group Laboratory). To jednostka, która zajmuje się prototypowaniem, tworzeniem nowego wzornictwa przemysłowego nie tylko dla Klientów z branży materiałów POS. Pracują w niej eksperci w zakresie wzornictwa przemysłowego, projektanci wnętrz, designerzy. Z usługi mogą skorzystać m.in. Klienci z branży meblarskiej. Ponadto AdLab stale monitoruje rynek materiałów do produkcji POS.

g

## **Model biznesowy**

Obecnie niemal całość przychodów ze sprzedaży Adform Group S.A. wynika z zapotrzebowania na materiały wspierające sprzedaż (POS). Dzięki szerokim obszarom kompetencji, licznemu zespołowi wysoko wykwalifikowanych pracowników, własnej platformie produkcyjnej oraz wykorzystywaniu zaawansowanych technologii w obszarze tworzenia systemów wsparcia sprzedaży Adform Group oferuje Klientom kompletną usługę, od utworzenia koncepcji strategii, przez projektowanie komunikacji z Klientem, tworzenie kreacji i projektowanie, produkcję (druk, obróbka materiałów: drewno, metal, tworzywo) implementację elektroniki, aż po transport i montaż w punkcie sprzedaży oraz posprzedażowy serwis. Duży potencjał pozwala na realizację zamówień we własnym zakresie. Spółka monitoruje jednak koszty stałe i we właściwych momentach korzysta z outsourcingu.

Adform Group S.A. współpracuje z innymi przedsiębiorstwami głównie w zakresie pozyskiwania materiałów do produkcji, a więc: drewna, tworzywa, kartonu czy też metalu. Dzięki ścisłej współpracy z podwykonawcami sporym atutem Spółki jest łatwość łączenia elementów konstrukcyjnych, powstałych z różnych materiałów.

Adform Group S.A. świadczy usługi i wytwarza produkty z reguły bezpośrednio dla Klienta końcowego, dzięki czemu proces tworzenia materiałów POS przebiega bardzo szybko a Spółka nie jest tak bardzo narażona na ryzyko utraty Klienta jak w przypadku współpracy z agencjami marketingowymi lub innymi pośrednikami.

Spółka działa również jako podwykonawca.

Klientami Adform Group były głównie duże przedsiębiorstwa. Udział poszczególnych Klientów w przychodach ze sprzedaży Spółki jest zmienny i wynika z planów marketingowych Klientów, przekładających się na bieżące potrzeby w zakresie materiałów POS. Należy jednak zakładać, że przy obecnej wielkości przychodów ze sprzedaży Spółki istnieje kilkunastu/parudziesięciu Klientów, spośród których każdego roku kilku będzie odpowiadało za około połowę przychodów ze sprzedaży Spółki (każdy powyżej 5% przychodów). Adform Group S.A. sprzedaje swoje usługi i produkty również odbiorcom zagranicznym. W 2017 r. Spółka prowadziła szeroko zakrojone działania obliczone na pozyskiwanie większej ilości zleceń od klientów zagranicznych.

## **Spółki zależne w roku obrotowym**



**SOFTCOM Sp. z o.o.** jest spółką technologiczną, oferującą usługi w zakresie:

- Projektowania rozwiązań teleinformatycznych
- Projektów z zakresu elektroniki
- Dedykowanego oprogramowania IT w zakresie wsparcia sprzedaży
- Zarządzania rozliczeniami w transporcie drogowym
- Zdalnego zarządzania treściami multimedialnymi

SOFTCOM Sp. z o.o. została utworzona w 2012 r., wcześniej firma funkcjonowała w ramach działalności gospodarczej. Firma rozpoczęła działalność w 2003 r., a od 2007 r. jest

*g*

producentem urządzeń i oprogramowania Systemu Monitoringu Pojazdów. Działalność firmy była systematycznie rozszerzana.

Projekty zrealizowane wspólnie z Adform Group to między innymi:

- System Aktywnego Wsparcia Sprzedaży – opierający się na bezpośredniej komunikacji Klient-Sprzedawca, przy wsparciu systemu multimedialnego,
- Systemy do Zdalnego Zarządzania treściami Multimedialnymi – POS TV ,
- Systemy odsłuchowe dla urządzeń mobilnych wiodącego producenta RTV,
- System Monitorowania Stanu Towaru – monitoruje sprzedaż produktów rejestrując ich wagę na standach promocyjnych, półkach itp. – komunikacja poprzez GSM, aplikacje www
- S.E.P.T – System Ewidencji Pracy Transportu – optymalizacja pracy i rozliczeń w firmach transportowych/budowlanych.

Adform Group S.A. posiada 51% udziałów oraz 51% głosów w spółce SOFTCOM Sp. z o.o. Spółka konsolidowana metodą pełną.

### ***3. Personel i doświadczenie***

Spółka Adform Group S.A. ze względu na ilość zatrudnionych osób, należy do firm średniej wielkości, zatrudnienie na dzień 31.12.2017 r. w przeliczeniu na pełne etaty wynosiło 55 osób. Personel w znacznej części posiada co najmniej kilkuletnie doświadczenie w firmie Adform Group S.A. lub w firmach o podobnej branży.

Dzięki szerokim obszarom kompetencji, licznemu zespołowi wysoko wykwalifikowanych pracowników, własnej platformie produkcyjnej oraz wykorzystywaniu zaawansowanych technologii w obszarze tworzenia systemów wsparcia sprzedaży Adform Group S.A. oferuje klientom kompletną usługę, od utworzenia koncepcji strategii, przez projektowanie komunikacji z klientem, tworzenie kreacji i projektowanie, produkcję (druk, obróbka materiałów: drewno, metal, tworzywo) implementację elektroniki, aż po transport i montaż w punkcie sprzedaży. Zwiększa to wartość generowaną dla klienta.

### ***4. Finansowanie***

Kapitał własny Spółki na dzień 31.12.2017 r. wynosił **933 945,02 zł**. W tym kapitał zakładowy spółki na dzień 31.12.2017 r. wynosił 550 119,20 zł i dzielił się na 2.630.000 udziałów o wartości nominalnej 0,20 zł za jeden udział, stan posiadania udziałów na dzień 31.12.2016 r. przedstawiony został powyżej.

W roku 2017 Spółka osiągnęła stratę netto w kwocie: **6 604 230,73 zł**.

Zobowiązania długoterminowe na 31.12.2017 r. wyniosły 1 170 371,97 zł i są to kredyty bankowe oraz zobowiązania leasingowe na sfinansowanie środków trwałych i wartości niematerialnych i prawnych. Zobowiązania krótkoterminowe wyniosły na dzień 31.12.2017 roku: 9 064 692,63 zł, z czego: 9 064 692,63 zł dotyczy zobowiązań z tytułu dostaw i usług wobec pozostałych jednostek.

### ***5. Przewidywane kierunki rozwoju spółki***

Zarząd Adform Group S.A. W obliczu problemów podjął wiele działań naprawczych zmierzających do opanowania trudnej sytuacji i zapewnienia rozwoju Spółki:

- redukcja zatrudnienia
- redukcja kosztów stałych
- zawężenie specjalizacji
- outsourcing części produkcji i usług
- redukcja zadłużenia
- wykonywanie usług jako podwykonawca
- działania proeksportowe

W obliczu zaistniałych kłopotów Spółka radykalnie zredukowała koszty stałe i zatrudnienie i podjęła równoległe wysiłki mające na celu wykorzystanie własnych mocy przerobowych jako podwykonawca dla innych firm z sektora POS.

Zarząd zdecydował również o zmianie struktury organizacyjnej jak również organizacji wykorzystania pomieszczeń.

Podejmowane są intensywne działania handlowe w kraju i za granicą. Szeroka oferta, możliwość wdrożenia zaawansowanych technologii oraz wysoka jakość obsługi Klienta pozwalają pozyskiwać nowych Klientów również tradycyjnymi działaniami handlowymi. W miarę odbudowywania portfela zamówień Spółka będzie elastycznie reagować na potrzeby maszynowe i osobowe.

## **II. Sytuacja finansowa i majątkowa**

W roku 2017 Spółka wykazała stratę netto w kwocie: **6 604 230,73 zł.**

Strata i trudna sytuacja Spółki były spowodowane:

- zatorami płatniczymi
- niespodziewanym i nieprzewidywalnym dużym spadkiem zamówień
- do jesieni 2017 generowanie bardzo wysokich kosztów stałych
- koniecznością zutylizowania dużej ilości zapasów (w głównej mierze tworzyw sztucznych), które w przeszłości były zamówione w zbyt dużych ilościach, w międzyczasie utraciły swoje właściwości fizykochemiczne, a ich magazynowanie stało się bezprzedmiotowe i generowało koszty. Tym samym nastąpił spadek aktywów

- kłopotami organizacyjnymi i brakiem ciągłej i jednolitej strategii działania Zarządu do września 2017
- niekorzystne zdarzenia losowe

Szczególnie niekorzystna sytuacja zaistniała w lipcu i sierpniu 2017, kiedy to nie zostały uregulowane w terminie bardzo duże płatności od dwóch dużych klientów. Sytuacja ta zbiegła się niekorzystnie z koniecznością reakcji i uregulowania reklamacji dotyczącej dużej produkcji. Spółka w celu rozwiązania tego problemu musiała przez pewien czas mocno ograniczyć bieżącą produkcję, a tym samym przychody ponosząc jednocześnie bardzo wysokie koszty stałe, przed wszystkim zasobów ludzkich.

W obliczu wysokiej nagłego odwrócenia trendu i poniesionej wysokiej straty Zarząd ogranicza się do opisanego podjętych działań naprawczych prowadzących do uzdrowienia Spółki i nie publikuje wskaźników finansowych, które podlegają i będą w najbliższych miesiącach podlegały wysokim wahaniom i nie oddawałyby rzeczywistej sytuacji Spółki.

### **Podsumowanie i przewidywana sytuacja finansowa.**

Rok 2017 był trzynastym rokiem działalności gospodarczej spółki Adform Group S.A. Spółka zanotowała niestety negatywny wynik finansowy spowodowany błędnymi decyzjami poprzednich Zarządów, zatorami płatniczymi i nieprzewidywalnym załamaniem poziomu zamówień. W tej sytuacji konieczne były kilkukrotne zmiany w Zarządzie Spółki, które dodatkowo destabilizowały bieżące działania.

Obecny Zarząd przeprowadził już z sukcesem cały szereg działań zmierzających do radykalnej redukcji zadłużenia. Zarząd między innymi zawiera i będzie zawierał w tym celu ugody z wierzycielami.

Zarząd Adform Group S.A. będzie kontynuował działania naprawcze i odbudowywał portfel klientów, a w konsekwencji oczekuje wzrostu przychodów ze sprzedaży i w dalszej perspektywie uzdrowienia sytuacji finansowej Spółki.

### **III. Czynniki ryzyka**

#### **Ryzyko związane z pogorszeniem sytuacji ekonomicznej w Polsce i za granicą**

Popyt na usługi świadczone przez Adform Group S.A. w pewnym stopniu zależy od ogólnej koniunktury gospodarczej w Polsce oraz od ogólnej koniunktury gospodarczej w innych krajach, do których Spółka sprzedaje swoje produkty i usługi. Na przychody ze sprzedaży oraz wynik finansowy Spółki największy wpływ mają takie czynniki makroekonomiczne jak: tempo wzrostu PKB, sprzedaży detalicznej, poziomu wynagrodzeń. Niekorzystna sytuacja makroekonomiczna może doprowadzić do zmniejszenia popytu na produkty i usługi oferowane przez Adform Group, a tym samym niekorzystnie wpłynąć na wyniki finansowe Adform Group S.A. Istotną zmianą jest utrzymujący się trend wzrostu wynagrodzeń i spadek dostępności pracowników na rynku pracy. Spółka stara się ograniczać ryzyko pogorszenia koniunktury w kraju poprzez wyjście na rynki zagraniczne.

#### **Ryzyko związane z koniunkturą na rynku materiałów POS**

Popyt na usługi świadczone przez Adform Group S.A. częściowo uzależniony jest od koniunktury na rynku materiałów POS. Koniunktura na rynku materiałów POS zależy nie tylko od ogólnej sytuacji ekonomicznej (która przekłada się na wielkość budżetów trade-



marketingowych oraz budżetów inwestycyjnych przedsiębiorstw, od wielkości których zależy popyt na usług świadczonych przez Spółkę) ale również od trendów w obszarze systemów wsparcia sprzedaży. W okresach gorszej koniunktury przedsiębiorstwa, Klienci Grupy ograniczają wydatki na inwestycje oraz wsparcie sprzedaży, co może doprowadzić do zmniejszenia popytu na produkty i usługi oferowane przez Adform Group S.A., a tym samym niekorzystnie wpłynąć na wyniki finansowe Spółki. Zdaniem Zarządu obecnie trend na rynku materiałów POS w Polsce i na świecie jest korzystny, wzmocnienie przekazu w miejscu sprzedaży jest coraz popularniejszym sposobem dotarcia do potencjalnego Klienta. Nie można jednak całkowicie wykluczyć, że trend ten ulegnie zmianie. Spółka stara się ograniczyć to ryzyko poprzez oferowanie kompleksowej usługi na najwyższym poziomie, dostarczanie innowacyjnych rozwiązań i stałe doskonalenie obsługi Klienta, co zwiększa zadowolenie Klienta z produktów i usług a tym samym zmniejsza jego skłonność do ograniczania zamówień w Adform Group S.A.

#### **Ryzyko związane z szybkim tempem rozwoju nowych technologii**

Adform Group S.A. oferuje swoim klientom dostęp do nowoczesnych technologii wspierających procesy sprzedaży jak i procesy dotarcia do klientów poprzez rozszerzanie i unowocześnianie kanałów przekazu. W związku z tym powstaje ryzyko związane z szybkim tempem rozwoju nowych technologii. Oferowane przez Adform Group S.A. rozwiązania mogą przestać być atrakcyjne ze względu na pojawienie się nowszych rozwiązań. Spółka minimalizuje to ryzyko poprzez stały monitoring rozwoju nowych technologii oraz rozwój działalności związanej z samodzielnym tworzeniem rozwiązań opartych na nowych technologiach. W szczególności Adform Group S.A. rozwija taką działalność w ramach spółki zależnej SOFTCOM Sp. z o.o.

#### **Ryzyko związane z konkurencją**

Dynamiczny rozwój istniejących konkurentów lub powstanie nowych dużych podmiotów może doprowadzić do przejęcia Klientów obsługiwanych przez Adform Group S.A., co negatywnie przełoży się na wyniki finansowe. Najbliższą konkurencją wobec Spółki stanowią firmy obsługujące największe przedsiębiorstwa w Polsce w zakresie wytwarzania materiałów POS oraz aranżacji placówek sieci sprzedaży. Spółka podejmuje szereg działań, mających na celu wyprzedzenie konkurencji. Spółka stale zwiększa zakres oferowanych produktów, w szczególności poprzez dostarczanie innowacyjnych rozwiązań. Ponadto Adform Group S.A. kładzie bardzo duży nacisk na jakość obsługi Klienta. Szczególnym ryzykiem związanym z konkurencją jest ryzyko pojawienia się na rynku materiałów POS agencji marketingowych i innych pośredników. Na polskim rynku materiałów POS Klientem firm wytwarzających POS zwykle jest bezpośrednio producent danego produktu/usługi. Nie można wykluczyć, że specyfika ta ulegnie zmianie i na rynku pojawią się pośrednicy. W takim przypadku marże osiągnięte przez wytwórców POS, w tym Adform Group S.A. mogłyby ulec obniżeniu. Zdaniem Zarządu pojawienie się agencji marketingowych i innych pośredników na rynku materiałów POS jest mało prawdopodobne i wynika ze specyfiki świadczonej usługi przez producentów POS. Wytworzenie materiałów POS wymaga bowiem ścisłej współpracy Klienta z wykonawcą od fazy koncepcyjnej, przez projekt, tworzenie prototypu, aż do produkcji i montażu. Korzystanie z agencji marketingowych lub innych pośredników nie tylko zwiększa koszt materiałów POS ale i znacznie wydłuża proces powstania materiałów POS.

#### **Ryzyko dotyczące przepisów prawa, w szczególności przepisów prawa podatkowego i zmiany przepisów dotyczących reklamy alkoholi i wyrobów tytoniowych**

Regulacje prawne w Polsce, a w szczególności polski system podatkowy, ulegają ciągłym zmianom. Niektóre przepisy podatkowe nie zostały sformułowane w sposób dostatecznie precyzyjny. Interpretacje przepisów podatkowych ulegają częstym zmianom, a praktyka

organów skarbowych oraz orzecznictwo sądowe w sferze opodatkowania, są w dalszym ciągu niejednolite. Zachodzi konieczność ponoszenia kosztów monitoringu zmian legislacyjnych oraz dostosowywania działalności do zmieniających się przepisów. Istnieje ryzyko rozbieżności interpretacyjnych przepisów prawa dokonywanych przez Spółkę oraz organy administracji. Adform Group S.A. nie może wykluczyć wystąpienia w przyszłości zmian w przepisach prawa, w tym zmian systemu podatkowego, które mogą mieć negatywny wpływ na działalność Spółki.

Branże: alkoholowa oraz tytoniowa w Polsce i w Europie, ze względu na restrykcyjne przepisy dotyczące reklamy wyrobów tytoniowych i alkoholowych bardzo aktywnie wykorzystują reklamę w miejscu sprzedaży. Liberalizacja przepisów dotyczących reklamy alkoholi lub wyrobów tytoniowych może doprowadzić do zmniejszenia popytu na materiały POS generowanego przez te branże i tym samym doprowadzić do pogorszenia się wyników finansowych Spółki. Obserwuje się coraz bardziej restrykcyjną politykę w stosunku do branż tytoniowej i alkoholi w Polsce i w Europie. Zdaniem Zarządu jest niezwykle mało prawdopodobne, by w najbliższych latach miało dojść do odwrócenia tego trendu.

#### **Ryzyko uzależnienia od kluczowych Klientów**

W przypadku utraty kluczowego Klienta przychody ze sprzedaży Grupy w krótkim okresie mogą ulec istotnemu obniżeniu. Udział poszczególnych Klientów w przychodach ze sprzedaży Spółki jest zmienny i wynika z planów marketingowych Klientów, przekładających się na bieżące potrzeby w zakresie materiałów POS. Należy jednak zakładać, że przy obecnej wielkości przychodów ze sprzedaży Spółki istnieje kilkunastu/parudziesięciu Klientów, spośród których każdego roku kilku będzie odpowiadało za około połowę przychodów ze sprzedaży Spółki (każdy powyżej 5% przychodów). Spółka stara się ograniczać to ryzyko poprzez oferowanie kompleksowej usługi na najwyższym poziomie, dostarczanie innowacyjnych rozwiązań i stałe doskonalenie obsługi Klienta, co zwiększa zadowolenie Klienta z produktów i usług a tym samym zmniejsza jego skłonność do rezygnacji z zamówień w Adform Group S.A.. Spółka jest przedsiębiorstwem dynamicznie rozwijającym się, docierającym do coraz szerszego kręgu potencjalnych Klientów. Zarząd spodziewa się, że w kolejnych latach uda się pozyskać kolejnych dużych Klientów, ale również przychody ze sprzedaży do mniejszych Klientów ulegną istotnemu zwiększeniu. Największymi Klientami Spółki są bezpośrednio Klienci końcowi. Ryzyko utraty takiego Klienta jest umiarkowane w przeciwieństwie do Klienta będącego agencją marketingową lub innym pośrednikiem.

#### **Ryzyko odejścia kluczowych pracowników**

Działalność Adform Group S.A. opiera się w znacznej mierze na wiedzy i umiejętnościach pracowników. Osoby pracujące na kluczowych stanowiskach, w szczególności Członkowie Zarządu, są istotnym aktywem Spółki. Odejście tych pracowników może mieć negatywny wpływ na działalność operacyjną Spółki i przełożyć się na gorszą sytuację finansową. Ryzyko odejścia Prezesa Zarządu oraz Wiceprezesa Zarządu jest minimalne, ponieważ obaj są jednocześnie głównymi akcjonariuszami Spółki.

#### **Ryzyko awarii maszyny**

Ze względu na charakter działalności Spółki narażony jest na ryzyko awarii sprzętu. W przypadku wystąpienia takich zdarzeń może dojść do sytuacji, w której Adform Group S.A. nie będzie w stanie wyprodukować zamówionej ilości materiałów POS. W takim przypadku Adform Group S.A. będzie zmuszona do opóźnienia procesu produkcji lub zlecenia części produkcji na zewnątrz. Trwałe uszkodzenie maszyny może skutkować koniecznością poniesienia znacznych kosztów zakupu nowej maszyny.

#### **Ryzyko wystąpienia zdarzenia losowego i utraty mienia**



W swojej działalności Spółka wykorzystuje szereg rzeczowych aktywów trwałych. Ponadto Adform Group S.A. w magazynach przechowuje materiały. Istnieje ryzyko wystąpienia zdarzeń losowych takich jak np. pożar, które mogą doprowadzić do utraty mienia. W celu przeciwdziałania temu ryzyku Spółka podpisała umowy ubezpieczenia mienia od ognia i innych zdarzeń losowych.

**Ryzyko związane z sytuacją finansową Spółki**

Mimo intensywnych działań Zarządu zmierzających do uzdrowienia Spółki i wypracowania dodatniego wyniku już w 2018 istnieje ryzyko pogorszenia sytuacji. Może to wynikać zarówno z przedłużających się kłopotów związanych z zatorami płatniczymi i niskim poziomem zamówień, jak i niemożliwością pozyskania finansowania na działalność bieżącą w trudnym dla Spółki okresie. Zarząd podjął wszelkie działania zmierzające do opanowania problemów i poszukiwania możliwości finansowania.

Mielec, dnia 28 lutego 2018 r.

Two handwritten signatures in blue ink, one on the left and one on the right, positioned below the date. The signatures are stylized and cursive.

