



Raport kwartalny
za II kwartał roku obrotowego 2014/2015

Poznań, 15.12.2014r.

1. Informacje ogólne.

a. Podstawowe informacje o Spółce

Wyszczególnienie	Dane Emitenta
Pełna nazwa	MPL VERBUM SPÓŁKA AKCYJNA
Siedziba	61-626 Poznań, ul. Szelałowska 45a
Adres strony internetowej	www.verbum.com.pl
Adres poczty elektronicznej	biuro@verbum.com.pl
Telefon / Fax	61 825 07 85 / 61 825 07 81
Przedmiot działalności	Tworzenie i obsługa programów lojalnościowych
Kapitał zakładowy	Na dzień sporządzenia Raportu kapitał zakładowy Spółki wynosi 244 444,40 zł (dwieście czterdzieści cztery tysiące czterysta czterdzieści cztery i 40/100 złote) i dzieli się na 2 444 444 (dwa miliony czterysta czterdzieści cztery tysiące czterysta czterdzieści cztery) akcji to jest: • 1 000 000 (jeden milion) akcji imiennych Serii A, o wartości nominalnej 0,10 zł (dziesięć groszy) każda, uprzywilejowanych co do głosu w stosunku dwa głosy na jedną akcję; • 1 000 000 (jeden milion) akcji zwykłych na okaziciela Serii B, o wartości nominalnej 0,10 zł (dziesięć groszy) każda; • 444 444 (czterysta czterdzieści cztery tysiące czterysta czterdzieści cztery) akcji zwykłych na okaziciela Serii C, o wartości nominalnej 0,10 zł (dziesięć groszy) każda.
Organ prowadzący rejestr	Sąd Rejonowy Poznań - Nowe Miasto i Wilda w Poznaniu VIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego
Numer KRS	0000372990
NIP	778-12-26-405
Organy Spółki	Marcin Katański – Prezes Zarządu Joanna Rajewska – Członek Zarządu Bożena Zielińska – Członek Zarządu
Skład Rady Nadzorczej	Marlena Suwała Tadeusz Zieliński Beata Katańska Tomasz Stroiński Paweł Rektor

b. Struktura akcjonariatu

Imię i nazwisko / nazwa	Liczba akcji	Udział w akcjonariacie	Liczba głosów	Udział w ogólnej liczbie głosów
Tadeusz Zieliński	783 000	32,03%	1 193 000	34,64%
Marcin Katański	1 131 550	46,29%	1 721 550	49,98%
Pozostali akcjonariusze	439 894	18,00%	439 894	12,77%
Relationship & Marketing Investment Sp. z o.o.	90 000	3,68%	90 000	2,61%
Łącznie	2 444 444	100,00%	3 444 444	100,00%

c. Ogólny zarys działalności Spółki

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

Program lojalnościowy MPL Verbum składa się z trzech głównych elementów:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2. Wybrane dane finansowe za II kwartał roku obrachunkowego 2014/2015, oraz dane porównawcze.

- Skrócony rachunek zysków i strat

Wyszczególnienie	II kwartał 2014/2015	II kwartał 2013/2014	II kwartał 2014/2015 narastająco	II kwartał 2013/2014 narastająco
Waluta	PLN	PLN	PLN	PLN
A. Przychody netto ze sprzedaży i zrównane z nimi, w tym:	1 991 549,81	1 501 368,76	3 943 677,39	3 112 994,10
I. Przychody netto ze sprzedaży produktów	1 889 012,47	1 412 783,18	3 806 236,20	2 898 212,78
II. Zmiana stanu produktów	0,00	12 500,81	0,00	17 501,16
IV. Przychody netto ze sprzedaży towarów i materiałów	102 537,34	76 084,77	137 441,19	197 280,16
B. Koszty działalności operacyjnej	1 925 613,20	1 482 372,68	3 852 102,84	3 072 785,21
I. Amortyzacja	45 516,78	39 189,39	85 004,31	72 652,95
II. Zużycie materiałów i energii	860 301,52	99 660,54	1 838 156,09	129 146,11
III. Usługi obce	447 531,98	193 732,62	815 336,05	358 964,72
IV. Podatki i opłaty	4 826,80	474,30	8 078,90	4 454,99
V. Wynagrodzenia	243 982,23	212 019,32	477 772,24	423 275,76
VI. Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia pracowników	43 364,23	36 934,89	85 284,89	84 883,74
VII. Pozostałe koszty rodzajowe	280 089,66	228 232,40	542 470,36	506 452,27
VIII. Wartość sprzedanych towarów i materiałów	0,00	672 129,22	0,00	1 492 954,67
C. Zysk (strata) ze sprzedaży (A-B)	65 936,61	18 996,08	91 574,55	40 208,89
D. Pozostałe przychody operacyjne	1 870,25	56 194,28	19 995,27	57 937,08
E. Pozostałe koszty operacyjne	0,83	0,50	1,77	1,14
F. Zysk (strata) z działalności operacyjnej (C+D-E)	67 806,03	75 189,86	111 568,05	98 144,83
G. Przychody finansowe	9 858,85	2 914,71	13 731,68	6 881,86
H. Koszty finansowe	8 877,99	9 044,41	18 239,87	19 305,87
I. Zysk (strata) z działalności gospodarczej (F+G-H)	68 786,89	69 060,16	107 059,86	85 720,82
J. Wynik zdarzeń nadzwyczajnych	0,00	0,00	0,00	0,00
K. Zysk (strata) brutto (I±J)	68 786,89	69 060,16	107 059,86	85 720,82
L. Podatek dochodowy	14 774,00	19 172,00	22 800,00	23 233,00
M. Pozostałe obowiązkowe zmniejsz. zysku (zwiększ. straty)	0,00	0,00	0,00	0,00
N. Zysk (strata) netto (K-L-M)	54 012,89	49 888,16	84 259,86	62 487,82

- **Skrócony bilans**

Wyszczególnienie	1.05.2014r.- 31.10.2014r.	1.05.2013r.- 31.10.2013r.
Waluta	PLN	PLN
A. Aktywa trwałe	1 995 825,22	1 324 115,61
I. Wartości niematerialne i prawne	810 253,96	179 882,86
II. Rzeczowe aktywa trwałe	1 084 738,26	987 232,75
III. Należności długoterminowe	95 000,00	152 000,00
IV. Inwestycje długoterminowe	0,00	5 000,00
V. Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	5 833,00	0,00
B. Aktywa obrotowe	3 040 000,34	3 228 324,43
I. Zapasy	482 878,31	418 035,02
II. Należności krótkoterminowe	1 773 353,03	1 216 964,89
III. Inwestycje krótkoterminowe	783 215,00	1 585 324,52
IV. Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	554,00	8 000,00
Aktywa razem	5 035 825,56	4 552 440,04
A. Kapitał własny	3 517 685,75	3 191 269,38
I. Kapitał podstawowy	244 444,40	244 444,40
II. Należne wpłaty na kapitał podstawowy (wielkość ujemna)	0,00	0,00
III. Udziały (akcje) własne (wielkość ujemna)	0,00	0,00
IV. Kapitał zapasowy	2 884 337,16	2 884 337,16
V. Kapitał z aktualizacji wyceny	0,00	0,00
VI. Pozostałe kapitały rezerwowe	0,00	0,00
VII. Zysk z lat ubiegłych	304 644,33	0,00
VIII. Zysk netto	84 259,86	62 487,82
IX. Odpisy z zysku netto w ciągu roku obrotowego (wielkość ujemna)	0,00	0,00
B. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	1 518 139,81	1 361 170,66
I. Rezerwy na zobowiązania	4 607,00	2 414,00
II. Zobowiązania długoterminowe	558 130,09	517 347,94
III. Zobowiązania krótkoterminowe	685 377,72	841 408,72
IV. Rozliczenia międzyokresowe	270 025,00	0,00
Pasywa razem	5 035 825,56	4 552 440,04

- **Skrócony rachunek przepływów pieniężnych**

Wyszczególnienie	1.05.2014r.- 31.10.2014r.	1.05.2013r.- 31.10.2013r.
Waluta	PLN	PLN
A. Przepływy środków pieniężnych z działalności operacyjnej		
I. Zysk (strata) netto	84 259,86	62 487,82
II. Korekty razem	- 132 679,81	502 168,22
III. Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej (I±II)	- 48 419,95	564 656,04
B. Przepływy środków pieniężnych z działalności inwestycyjnej		
I. Wpływy	32 731,68	0,00
II. Wydatki	462 542,16	45 193,31
III. Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej (I-II)	- 429 810,48	- 45 193,31
C. Przepływy środków pieniężnych z działalności finansowej		
I. Wpływy	0,00	0,00
II. Wydatki	123 312,00	47 244,31
III. Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej (I-II)	- 123 312,00	- 47 244,31
D. Przepływy pieniężne netto razem (AIII±BIII±CIII)	- 601 542,43	472 218,42
E. Bilansowa zmiana stanu środków pieniężnych	0,00	0,00
F. Środki pieniężne na początek okresu	1 379 757,43	1 108 106,10
G. Środki pieniężne na koniec okresu (F±D), w tym	778 215,00	1 580 324,52
- o ograniczonej możliwości korzystania	0,00	277 920,00

- **Skrócone zestawienie zmian w kapitale**

Wyszczególnienie	1.05.2014r.- 31.10.2014r.	1.05.2013r.- 31.10.2013r.
Waluta	PLN	PLN
I. Kapitał własny na początek okresu (BO)	244 444,40	244 444,40
II. Kapitał własny na koniec okresu (BZ)	3 517 685,75	3 191 269,38
III. Kapitał własny, po uwzględnieniu proponowanego podziału zysku (pokrycia straty)		

- **Opis przyjętych zasad rachunkowości**

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

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

Rok obrotowy Spółki rozpoczyna się 1 maja, a kończy 30 kwietnia. II kwartał roku obrachunkowego 2014/2015 obejmował miesiące sierpień 2014r., wrzesień 2014r. i październik 2014r.

W II kwartale Spółka osiągnęła przychody ze sprzedaży na poziomie 1 991 549,81 zł., czyli na poziomie o 33% wyższym niż w analogicznym okresie roku 2013/2014, uzyskując wynik finansowy na poziomie 54 012,89 zł. Osiągnięte wyniki są lepsze niż w analogicznym okresie ubiegłego roku.

W opinii Zarządu uzyskane wyniki potwierdzają słuszność obranej strategii i odzwierciedlają pozytywne procesy rozwojowe zachodzące w Spółce. Drugi kwartał roku obrachunkowego jaki mamy za sobą, podobnie jak pierwszy charakteryzował się stosunkowo wysokim poziomem przychodów przy niesatysfakcjonującym zysku. Zarząd widzi tutaj potrzebę większego zrównoważenia wyników w poszczególnych kwartałach. W związku z tym priorytetem Zarządu pozostaje praca nad wzrostem przychodów w poszczególnych kwartałach i wzrostem zysku netto, na którego ciągle niesatysfakcjonujący poziom mają wpływ następujące negatywne czynniki:

- Niezadowalająca rentowność sprzedaży spowodowana:
 - Koniecznością obniżenia marż na realizowanych projektach dla utrzymania kontraktów z głównymi klientami Spółki, którzy w dużej mierze związani są z szeroko pojętą branżą budowlaną i ciągle jeszcze odczuwają skutki spowolnienia gospodarczego.
 - Zmniejszeniem wysokości budżetów marketingowych, a także przesuwaniem w czasie lub rezygnacją przez klientów Spółki z planowanych wcześniej wdrożeń programów i promocji w związku z niepewnością co do rozwoju sytuacji makroekonomicznej w najbliższych miesiącach.
 - Utrzymującą się niekorzystną strukturą benefitów otrzymywanych przez uczestników programów lojalnościowych będącą efektem nowelizacji ustawy o VAT z kwietnia 2010r., w związku z którą klienci Spółki zdecydowanie częściej decydują się na zaoferowanie w ramach programów i promocji lojalnościowych benefitów w postaci gotówki lub bonów towarowych.
- Dodatkowe koszty ponoszone przez Spółkę w związku z prowadzonymi działaniami sprzedażowymi, rozbudową działu handlowego, działaniami sprzedażowymi i promocyjnymi, a także w związku z rozpoczętymi inwestycjami.
- Koszty prac związanych z uruchamianiem i testowaniem nowych produktów w zakresie programów lojalnościowych typu B2C (zarówno multipartnerskich, jak i monopartnerskich) dla sklepów detalicznych oraz niewielkich sieci sklepów, oraz programów multipartnerskich B2B, których sprzedaż Spółka kontynuuje.

- Koszty prac rozwojowych związanych z poszerzeniem oferty Spółki o działania lojalnościowe prowadzone w z wykorzystaniem mediów społecznościowych, narzędzi e-marketingu oraz wdrażaniem rozwiązań mobilnych.
- Koszty podejmowanych przez Spółkę działań mających na celu nawiązanie bezpośredniej współpracy z klientami i dostawcami zagranicznymi.
- Ograniczenie skali działalności Spółki w branży farmaceutycznej po wejściu w życie tzw. ustawy refundacyjnej zawierającej zakaz reklamy aptek.

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

W II kwartale roku obrotowego 2014/2015 Spółka intensyfikowała działania mające na celu pozyskanie nowych klientów oraz rozszerzenie współpracy z już obsługiwanymi klientami. Działania te przełożyły się na wzrost przychodów w opisywanym kwartale. Zarząd jest przekonany, iż nieustannie podejmowane działania sprzedażowe i rozmowy z nowymi, potencjalnymi klientami przyczynią się do dalszego wzrostu przychodów w kolejnych kwartałach i latach. Zarząd Spółki we wzroście przychodów i skali działania upatruje głównego czynnika, który pozwoli istotnie zwiększyć rentowność Spółki i poziom wypracowywanego zysku netto.

Spółka kontynuowała działania w oparciu o strategię promocyjną, nakierowaną na pozyskanie kolejnych klientów ze szczególnym uwzględnieniem promocji usług związanych z realizacją programów multipartnerskich w segmencie B2B.

Spółka intensyfikuje prace związane z wdrożeniem kolejnych programów o charakterze multipartnerskim w segmencie B2B. Spółka rozpoczęła realizację multipartnerskiego projektu w branży elektrycznej, jednocześnie negocjowane są projekty dla w branż: części i akcesoriów motoryzacyjnych, energooszczędnych rozwiązań w budownictwie, handlu tradycyjnego oraz HORECA.

W II kwartale roku obrachunkowego Spółka obsługiwała kolejną edycję pierwszego multipartnerskiego programu lojalnościowego w branży materiałów budowlanych, w którym aktywnie obecnych jest trzech Partnerów o charakterze strategicznym oraz dwóch Partnerów wspierających. Z powodu dokonanej na rynku europejskim fuzji jeden ze strategicznych Partnerów nie weźmie udziału w nowej edycji 2015, dalsze rozmowy zostaną wznowione po zakończeniu procesu.

Spółka prowadziła prace nad rozwojem Programu Lojalnościowego „Koniczynka” dla klientów sklepów detalicznych. Dział sprzedaży Spółki prowadził aktywną sprzedaż Programu. W kolejnych kwartałach Spółka w dalszym ciągu będzie starała się zwiększać liczbę Partnerów Programu. Prowadzone są rozmowy z siecią sklepów, które wyraziły zainteresowanie ofertą Spółki.

W celu zapewnienia długookresowego istotnego wzrostu rentowności prowadzonych projektów Zarząd Spółki rozpoczął prace nad nowym produktem wyróżniającym Spółkę na rynku. Wdrożenie tego produktu nastąpi w czwartym kwartale roku obrachunkowego i będzie wiązało się również z wprowadzeniem nowej strategii

sprzedaży. Dzięki temu Spółka powinna docierać do nowych obszarów rynku, koncentrując się na klientach stanowiących rozpoznawalne marki. Nowy produkt w ofercie firmy skoncentrowany będzie na celu jakim jest dostarczenie klientom istotnej wartości biznesowej w postaci istotnego wzrostu zaangażowania uczestników programów w relacje z klientami Spółki. Takie podejście pozwoli w znacznym stopniu uniezależnić rentowność działalności Spółki od rentowności uzyskiwanej na sprzedaży nagród w realizowanych programach.

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

W II kwartale Spółka kontynuowała prace nad poszerzeniem swojej oferty o działania z zakresu social media, które w znakomity sposób mogą wspierać i podnosić efektywność programów motywacyjnych i lojalnościowych. Spółka podjęła przygotowania do wyodrębnienia we własnej strukturze wyspecjalizowanej komórki, której podstawowym celem będzie wprowadzenie na stałe do oferty i realizacja działań w mediach społecznościowych oraz całe spektrum działań z zakresu e-marketingu.

Spółka kontynuowała proces konsolidowania zakupów u kluczowych dostawców, a także zamierza szerzej korzystać z usługi tzw. dropshippingu w celu optymalizacji kosztów przesyłek, które szczególnie w przypadku nagród rzeczowych o niskiej jednostkowej wartości znacząco wpływają na koszty usługi świadczonej przez Spółkę.

W II kwartale Spółka rozwija działalność outsourcingową w zakresie realizacji usług związanych z obsługą procesu realizacji nagród (zakup, wydanie i logistyka), zarówno rzeczowych jak i finansowych, w Programach Lojalnościowych prowadzonych samodzielnie przez działy marketingu klientów.

Spółka posiada gotowy produkt możliwy do wykorzystania na rynku farmaceutycznym w zgodzie z obowiązującymi przepisami prawa, zaopiniowany pozytywnie przez Dział Prawny. Spółka nieprzerwanie prowadzi rozmowy z potencjalnymi kontrahentami dotyczące sprzedaży i wdrożenia tego rozwiązania.

Spółka kontynuowała prace wdrożeniowe Platformy Informatycznej dedykowanej obsłudze programów multipartnerskich w segmentach B2B i B2C oraz narzędzi raportowania aktywności uczestników i rejestracji transakcji w programach multipartnerskich. Spółka w ramach ww. działań rozpoczęła prace nad wdrożeniem platformy mobilnej dla obsługi prowadzonych programów lojalnościowych i bezpośredniego kontaktu z uczestnikami. Platforma mobilna będzie zintegrowana z systemem informatycznym wdrażanym przez Spółkę w ramach, objętego dotacją Unii Europejskiej projektu "Wdrożenie systemu B2B pozwalającego na automatyzację procesów biznesowych z dostawcami oraz partnerami realizującymi programy lojalnościowe" w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, działanie 8.2 "Wspieranie wdrażania elektronicznego biznesu typu B2B", którego celem jest zdecydowane podniesienie konkurencyjności oferty Spółki na rynku dostawców programów lojalnościowych i wyższa rentowność działań realizowanych przez Spółkę. Spółka otrzyma łączne dofinansowanie w wysokości 70% wartości projektu tj. 540 050,00 zł. Projekt zostanie zrealizowany w 4 kwartale roku obrachunkowego 2014/2015.

W II kwartale Spółka prowadziła rozmowy z dotychczasowymi klientami dotyczące prowadzenia istniejących już Programów Lojalnościowych w 2015 roku. Efekty prowadzonych rozmów pozwalają zakładać, że w 2015 roku Spółka będzie kontynuowała współpracę ze wszystkimi dotychczasowymi Partnerami.

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

Spółka MPL Verbum S.A. nie publikowała prognoz wyników finansowych na rok obrotowy 2014/2015.

6. Informacja o wielkości zatrudnienia.

Na dzień 31 października 2014 roku Spółka MPL Verbum S.A. zatrudniała w przeliczeniu na pełne etaty 18 osób.

7. Oświadczenie Zarządu.

Poznań, 15 grudnia 2014r.

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