



Raport kwartalny
za IV kwartał roku obrotowego 2014/2015

Poznań, 12.06.2015r.

1. Informacje ogólne.

a. Podstawowe informacje o Spółce

Wyszczególnienie	Dane Emitenta
Pełna nazwa	MPL VERBUM SPÓŁKA AKCYJNA
Siedziba	61-626 Poznań, ul. Szelągowska 45a
Adres strony internetowej	www.verbum.com.pl
Adres poczty elektronicznej	biuro@verbum.com.pl
Telefon / Fax	61 825 07 85 / 61 825 07 81
Przedmiot działalności	Tworzenie i obsługa programów lojalnościowych
Kapitał zakładowy	Na dzień sporządzenia Raportu kapitał zakładowy Spółki wynosi 244 444,40 zł (dwieście czterdzieści cztery tysiące czterysta czterdzieści cztery i 40/100 złote) i dzieli się na 2 444 444 (dwa miliony czterysta czterdzieści cztery tysiące czterysta czterdzieści cztery) akcji to jest: • 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 (konceptcja 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 IV kwartał roku obrachunkowego 2014/2015, oraz dane porównawcze.

- Skrócony rachunek zysków i strat

Wyszczególnienie	IV kwartał 2014/2015	IV kwartał 2013/2014	IV kwartał 2014/2015 narastająco	IV kwartał 2013/2014 narastająco
Waluta	PLN	PLN	PLN	PLN
A. Przychody netto ze sprzedaży i zrównane z nimi, w tym:	2 305 570,47	2 043 417,00	9 356 035,52	7 753 889,39
I. Przychody netto ze sprzedaży produktów	2 245 073,98	2 380 479,58	9 239 449,23	7 992 318,47
II. Zmiana stanu produktów	0,00	- 362 582,13	0,00	0,00
IV. Przychody netto ze sprzedaży towarów i materiałów	60 496,49	25 519,55	116 586,29	- 238 429,08
B. Koszty działalności operacyjnej	2 272 811,31	2 125 026,60	9 029 526,30	7 426 471,71
I. Amortyzacja	34 451,42	46 950,16	162 042,50	155 042,21
II. Zużycie materiałów i energii	933 837,40	3 616 064,35	4 716 896,43	3 788 037,76
III. Usługi obce	816 092,81	685 627,24	1 944 946,44	1 310 556,11
IV. Podatki i opłaty	- 2 994,00	1 289,21	11 499,00	8 330,10
V. Wynagrodzenia	252 926,35	232 743,96	971 917,37	892 549,69
VI. Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia pracowników	43 562,01	43 050,42	171 608,10	168 018,79
VII. Pozostałe koszty rodzajowe	194 935,32	238 303,90	1 050 616,46	1 103 937,05
VIII. Wartość sprzedanych towarów i materiałów	0,00	- 2 739 002,64	0,00	0,00
C. Zysk (strata) ze sprzedaży (A-B)	32 759,16	- 81 609,60	326 509,22	327 417,68
D. Pozostałe przychody operacyjne	8 288,94	89 020,66	31 243,39	147 764,01
E. Pozostałe koszty operacyjne	9 500,13	37 924,14	9 521,13	37 926,94
F. Zysk (strata) z działalności operacyjnej (C+D-E)	31 547,97	- 30 513,08	348 231,48	437 254,75
G. Przychody finansowe	1 607,28	5 527,54	15 946,54	16 860,62
H. Koszty finansowe	5 988,10	13 799,25	33 043,68	41 816,04
I. Zysk (strata) z działalności gospodarczej (F+G-H)	27 167,15	-38 784,79	331 134,34	412 299,33
J. Wynik zdarzeń nadzwyczajnych	0,00	0,00	0,00	0,00
K. Zysk (strata) brutto (I±J)	27 167,15	- 38 784,79	331 134,34	412 299,33
L. Podatek dochodowy	6 653,00	- 9 163,00	71 157,00	78 924,00
M. Pozostałe obowiązkowe zmniejsz. zysku (zwiększ. straty)	0,00	0,00	0,00	0,00
N. Zysk (strata) netto (K-L-M)	20 514,15	- 29 621,79	259 977,34	333 375,33

- **Skrócony bilans**

Wyszczególnienie	1.05.2014r.- 30.04.2015r.	1.05.2013r.- 30.04.2014r.
Waluta	PLN	PLN
A. Aktywa trwałe	2 027 259,65	1 637 287,37
I. Wartości niematerialne i prawne	882 498,94	380 440,34
II. Rzeczowe aktywa trwałe	1 062 927,71	1 137 014,03
III. Należności długoterminowe	76 000,00	114 000,00
IV. Inwestycje długoterminowe	0,00	0,00
V. Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	5 833,00	5 833,00
B. Aktywa obrotowe	3 311 355,48	3 027 798,69
I. Zapasy	358 059,56	208 205,39
II. Należności krótkoterminowe	2 093 000,68	1 425 625,87
III. Inwestycje krótkoterminowe	852 341,24	1 384 757,43
IV. Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	7 954,00	9 210,00
Aktywa razem	5 338 615,13	4 665 086,06
A. Kapitał własny	3 571 181,03	3 433 425,89
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	3 095 490,29	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	- 28 731,00	- 28 731,00
VIII. Zysk netto	259 977,34	333 375,33
IX. Odpisy z zysku netto w ciągu roku obrotowego (wielkość ujemna)	0,00	0,00
B. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	1 767 434,10	1 231 660,17
I. Rezerwy na zobowiązania	4 607,00	4 607,00
II. Zobowiązania długoterminowe	477 679,05	558 130,09
III. Zobowiązania krótkoterminowe	823 148,05	398 898,08
IV. Rozliczenia międzyokresowe	462 000,00	270 025,00
Pasywa razem	5 338 615,13	4 665 086,06

- **Skrócony rachunek przepływów pieniężnych**

Wyszczególnienie	1.05.2014r.- 30.04.2015r.	1.05.2013r.- 30.04.2014r.
Waluta	PLN	PLN
A. Przepływy środków pieniężnych z działalności operacyjnej		
I. Zysk (strata) netto	259 977,34	333 375,33
II. Korekty razem	(151 606,44)	11 501,40
III. Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej (I±II)	108 370,90	344 876,73
B. Przepływy środków pieniężnych z działalności inwestycyjnej		
I. Wpływy	67 216,97	59 860,62
II. Wydatki	601 304,43	321 415,55
III. Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej (I-II)	(534 087,46)	(261 554,93)
C. Przepływy środków pieniężnych z działalności finansowej		
I. Wpływy	191 975,00	335 344,27
II. Wydatki	293 674,63	147 014,74
III. Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej (I-II)	(101 699,63)	188 329,53
D. Przepływy pieniężne netto razem (AIII±BIII±CIII)	(527 416,19)	271 651,33
E. Bilansowa zmiana stanu środków pieniężnych		
F. Środki pieniężne na początek okresu	1 379 757,43	1 108 106,10
G. Środki pieniężne na koniec okresu (F±D), w tym	852 341,24	1 379 757,43
- o ograniczonej możliwości korzystania	190 549,00	0,00

- **Skrócone zestawienie zmian w kapitale**

Wyszczególnienie	1.05.2014r.- 30.04.2015r.	1.05.2013r.- 30.04.2014r.
Waluta	PLN	PLN
I. Kapitał własny na początek okresu (BO)	244 444,40	244 444,40
II. Kapitał własny na koniec okresu (BZ)	3 571 181,03	3 433 425,89
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. IV kwartał roku obrachunkowego 2014/2015 obejmował miesiące luty 2015r., marzec 2015r. i kwiecień 2015r.

W IV kwartale Spółka osiągnęła przychody ze sprzedaży na poziomie 2 305 570,47 zł., czyli na poziomie o 13% wyższym niż w analogicznym okresie roku 2013/2014, uzyskując wynik finansowy na poziomie 20 514,15 zł.

W opinii Zarządu uzyskane wyniki potwierdzają słuszność obranej strategii i odzwierciedlają pozytywne procesy rozwojowe zachodzące w Spółce. Czwarty kwartał roku obrachunkowego jaki mamy za sobą, podobnie jak trzy poprzednie 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:

- Koszty ponoszone przez Spółkę w związku z prowadzonymi inwestycjami, działaniami sprzedażowymi i promocyjnymi, a także rozbudową działu handlowego.
- Dodatkowe koszty związane z prowadzonymi pracami nad nową strategią i rozwojem nowych produktów, które mają wyróżniać Spółkę na rynku i poprawić rentowność sprzedaży.
- Niezadowalająca rentowność sprzedaży spowodowana:
 - Koniecznością obniżenia marż na realizowanych projektach dla utrzymania kontraktów z głównymi klientami Spółki, którzy w dużej mierze związani są z szeroko pojętą branżą budowlaną i ciągle jeszcze odczuwają skutki spowolnienia gospodarczego.
 - Zmniejszeniem wysokości budżetów marketingowych, a także przesuwaniem w czasie lub rezygnacją przez klientów Spółki z planowanych wcześniej wdrożeń programów i promocji w związku z niepewnością co do rozwoju sytuacji makroekonomicznej w najbliższych miesiącach.
 - Utrzymującą się niekorzystną strukturą benefitów otrzymywanych przez uczestników programów lojalnościowych będącą efektem nowelizacji ustawy o VAT, 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.
- Koszty prac rozwojowych związanych z wprowadzaniem do oferty Spółki nowych rozwiązań nakierowanych przede wszystkim na generowanie wartości dodanej dla klientów, poprzez budowanie zaangażowania uczestników programów lojalnościowych.

- Koszty prac związanych z uruchamianiem i testowaniem nowych produktów w zakresie programów lojalnościowych typu B2C (zarówno multipartnerskich, jak i monopartnerskich) dla sklepów detalicznych oraz niewielkich sieci sklepów, oraz programów multipartnerskich B2B, których sprzedaż Spółka kontynuuje.
- 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.

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 i poziom wypracowywanego zysku netto Spółki.

W IV kwartale Spółka sfinalizowała rozmowy z dotychczasowymi klientami dotyczące startu kolejnych edycji istniejących już Programów Lojalnościowych w 2015 roku. Spółka będzie kontynuowała współpracę ze wszystkimi dotychczasowymi Partnerami.

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

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.

W IV kwartale roku obrachunkowego Spółka obsługiwała kolejną edycję pierwszego multipartnerskiego programu lojalnościowego w branży materiałów budowlanych, w którym aktywnie obecnych jest dwóch Partnerów o charakterze strategicznym oraz dwóch Partnerów wspierających. Z powodu dokonanej na rynku europejskim fuzji jeden ze strategicznych Partnerów nie mógł wziąć 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 IV kwartale Spółka kontynuowała prace nad nowym produktem wyróżniającym Spółkę na rynku w celu zapewnienia długookresowego istotnego wzrostu rentowności prowadzonych projektów. Wdrożenie tego produktu zostało przesunięte na drugi kwartał roku obrachunkowego i będzie wiązało się 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 podejmowała 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 IV kwartale Spółka w dalszym ciągu rozwijała działalność outsourcingową w zakresie realizacji usług związanych z obsługą procesu realizacji nagród (zakup, wydanie i logistyka), zarówno rzeczowych jak i finansowych, w Programach Lojalnościowych prowadzonych samodzielnie przez działy marketingu klientów.

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 IV 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 działania w celu 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 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 z dniem 30 kwietnia 2015 roku zakończyła 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 przeprowadziła prace nad wdrożeniem platformy mobilnej dla obsługi prowadzonych programów lojalnościowych i bezpośredniego kontaktu z uczestnikami. Platforma mobilna została 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.

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 30 kwietnia 2015 roku Spółka MPL Verbum S.A. zatrudniała w przeliczeniu na pełne etaty 17 osób.

7. Oświadczenie Zarządu.

Poznań, 12 czerwca 2015r.

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.