



Raport kwartalny
za III kwartał roku obrotowego 2015/2016

Poznań, 16.03.2016r.

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	529 894	21,68%	529 894	15,38%
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 III kwartał roku obrotowego 2015/2016, oraz dane porównawcze.

- Skrócony rachunek zysków i strat

Wyszczególnienie	III kwartał 2015/2016	III kwartał 2014/2015	III kwartał 2015/2016 narastająco	III kwartał 2014/2015 narastająco
Waluta	PLN	PLN	PLN	PLN
A. Przychody netto ze sprzedaży i zrównane z nimi, w tym:	3 177 812,54	3 106 787,66	7 412 504,16	7 050 465,05
I. Przychody netto ze sprzedaży produktów	3 207 276,56	3 188 139,05	7 387 499,54	6 994 375,25
II. Przychody netto ze sprzedaży towarów i materiałów	0,00	0,00	0,00	0,00
IV. Zmiana stanu produktów	- 29 464,02	- 81 351,39	25 004,62	56 089,80
B. Koszty działalności operacyjnej	3 114 216,29	2 904 612,15	7 329 467,04	6 756 714,99
I. Amortyzacja	71 530,84	42 586,77	216 705,66	127 591,08
II. Zużycie materiałów i energii	2 008 287,61	1 944 902,94	4 265 016,48	3 783 059,03
III. Usługi obce	400 185,22	313 517,58	1 025 139,64	1 128 853,63
IV. Podatki i opłaty	6 496,90	6 414,10	9 352,50	14 493,00
V. Wynagrodzenia	273 054,39	241 218,78	816 087,12	718 991,02
VI. Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia pracowników	40 963,00	42 761,20	126 442,03	128 046,09
VII. Pozostałe koszty rodzajowe	313 698,33	313 210,78	870 723,61	855 681,14
VIII. Wartość sprzedanych towarów i materiałów	0,00	0,00	0,00	0,00
C. Zysk (strata) ze sprzedaży (A-B)	63 596,25	202 175,51	83 037,12	293 750,06
D. Pozostałe przychody operacyjne	27 263,12	2 959,18	91 023,17	22 954,45
E. Pozostałe koszty operacyjne	14 001,65	19,23	16 006,15	21,00
F. Zysk (strata) z działalności operacyjnej (C+D-E)	76 857,72	205 115,46	158 054,14	316 683,51
G. Przychody finansowe	1 524,30	607,58	3 363,42	14 339,26
H. Koszty finansowe	5 071,18	8 815,71	15 281,14	27 055,58
I. Zysk (strata) z działalności gospodarczej (F+G-H)	73 310,84	196 907,33	146 136,42	303 967,19
J. Wynik zdarzeń nadzwyczajnych	0,00	0,00	0,00	0,00
K. Zysk (strata) brutto (I±J)	73 310,84	196 907,33	146 136,42	303 967,19
L. Podatek dochodowy	9 237,00	41 704,00	24 697,00	64 504,00
M. Pozostałe obowiązkowe zmniejsz. zysku (zwiększ. straty)	0,00	0,00	0,00	0,00
N. Zysk (strata) netto (K-L-M)	64 073,84	155 203,33	121 439,42	239 463,19

- **Skrócony bilans**

Wyszczególnienie	1.05.2015r.- 31.01.2016r.	1.05.2014r.- 31.01.2015r.
Waluta	PLN	PLN
A. Aktywa trwałe	1 909 958,38	1 974 802,82
I. Wartości niematerialne i prawne	754 855,02	800 782,68
II. Rzeczowe aktywa trwałe	1 097 020,36	1 092 187,14
III. Należności długoterminowe	57 000,00	76 000,00
IV. Inwestycje długoterminowe	0,00	0,00
V. Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	1 083,00	5 833,00
B. Aktywa obrotowe	4 285 118,47	4 202 893,84
I. Zapasy	809 349,37	529 299,69
II. Należności krótkoterminowe	1 960 097,76	2 563 836,39
III. Inwestycje krótkoterminowe	1 497 352,39	1 100 060,76
IV. Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	18 318,95	9 697,00
Aktywa razem	6 195 076,85	6 177 696,66
A. Kapitał własny	3 564 466,96	3 550 666,88
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	3 198 583,14	3 095 490,29
V. Kapitał z aktualizacji wyceny	0,00	0,00
VI. Pozostałe kapitały rezerwowe	0,00	0,00
VII. Zysk z lat ubiegłych	0,00	- 28 731,00
VIII. Zysk netto	121 439,42	239 463,19
IX. Odpisy z zysku netto w ciągu roku obrotowego (wielkość ujemna)	0,00	0,00
B. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	2 630 609,89	2 627 029,78
I. Rezerwy na zobowiązania	1 056,00	4 607,00
II. Zobowiązania długoterminowe	503 636,00	541 389,81
III. Zobowiązania krótkoterminowe	1 660 367,89	1 619 032,97
IV. Rozliczenia międzyokresowe	465 550,00	462 000,00
Pasywa razem	6 195 076,85	6 177 696,66

- **Skrócony rachunek przepływów pieniężnych**

Wyszczególnienie	1.05.2015r.- 31.01.2016r.	1.05.2014r.- 31.01.2015r.
Waluta	PLN	PLN
A. Przepływy środków pieniężnych z działalności operacyjnej		
I. Zysk (strata) netto	121 439,42	239 463,19
II. Korekty razem	667 985,76	1 042,77
III. Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej (I±II)	789 425,18	240 505,96
B. Przepływy środków pieniężnych z działalności inwestycyjnej		
I. Wpływy	22 363,42	52 339,26
II. Wydatki	25 587,07	503 106,53
III. Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej (I-II)	- 3 223,65	- 450 767,27
C. Przepływy środków pieniężnych z działalności finansowej		
I. Wpływy	86 326,19	191 975,00
II. Wydatki	227 516,57	266 410,36
III. Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej (I-II)	- 141 190,38	- 74 435,36
D. Przepływy pieniężne netto razem (AIII±BIII±CIII)	645 011,15	- 284 696,67
E. Bilansowa zmiana stanu środków pieniężnych		
F. Środki pieniężne na początek okresu	852 341,24	1 379 757,43
G. Środki pieniężne na koniec okresu (F±D), w tym	1 497 352,39	1 095 060,76
- o ograniczonej możliwości korzystania	191 050,30	90 570,00

- **Skrócone zestawienie zmian w kapitale**

Wyszczególnienie	1.05.2015r.- 31.01.2016r.	1.05.2014r.- 31.01.2015r.
Waluta	PLN	PLN
I. Kapitał własny na początek okresu (BO)	244 444,40	244 444,40
II. Kapitał własny na koniec okresu (BZ)	3 564 466,96	3 550 666,88
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. III kwartał roku obrachunkowego 2015/2016 obejmował miesiące listopad 2015r., grudzień 2015r. i styczeń 2016r.

W III kwartale Spółka osiągnęła przychody ze sprzedaży na poziomie 3 177 812,54 zł., czyli na poziomie ponad 2% wyższym niż w analogicznym okresie roku 2014/2015 uzyskując gorszy wynik finansowy niż w analogicznym okresie ubiegłego roku na poziomie 64 073,84 zł.

W opinii Zarządu uzyskane wyniki potwierdzają słuszność obranej strategii i odzwierciedlają pozytywne procesy rozwojowe zachodzące w Spółce. Trzeci kwartał roku obrachunkowego jaki mamy za sobą, podobnie jak poprzednie dwa, 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 dalsza 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 sprzedaży, dzięki której Spółka od początku II kwartału jest bezpośrednio obecna na rynku warszawskim, czego efekty w postaci przychodów będą widoczne w kolejnych kwartałach.
- 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.

W III kwartale roku obrotowego 2015/2016 Spółka intensyfikowała działania mające na celu pozyskanie nowych klientów oraz rozszerzenie współpracy z już obsługiwanymi. Jako, że na III kwartał roku obrachunkowego Spółki przypadł również przełom roku kalendarzowego, Spółka z satysfakcją odnotowała przedłużenie współpracy na kolejny rok kalendarzowy ze wszystkimi dotychczasowymi klientami, dla których Spółka realizuje działania o charakterze długookresowym.

Spółka w III kwartale kontynuowała i rozwijała swoją obecność i sprzedaż rozwiązań bezpośrednio na rynku warszawskim. Choć krótkookresowe koszty tych działań odbiły się negatywnie na bieżącym wyniku finansowym Spółki to Zarząd upatruje w nich szansę na dotarcie do klientów i projektów o większym potencjale rozwojowym. Zarząd zakłada, że w perspektywie najbliższych 12 miesięcy działania te powinny zaowocować pozyskaniem kilku klientów z segmentów rynku, w których Spółka nie była dotąd wystarczająco obecna, co przełoży się bezpośrednio na wzrost przychodów oraz poziomu rentowności. Zarząd Spółki, we wzroście przychodów i skali działania oraz optymalizacji struktury przychodów (zmniejszenie udziału przychodów z dostarczania benefitów w przychodach ogółem, a zwiększenie udziału przychodów z działań o charakterze doradczym, projektowym i dostarczania rozwiązań IT do projektów motywacyjnych i lojalnościowych), upatruje głównego czynnika, który pozwoli istotnie zwiększyć rentowność i poziom wypracowywanego zysku netto Spółki.

Spółka zakończyła prace nad nowym produktem wyróżniającym Spółkę na rynku w celu zapewnienia długookresowego istotnego wzrostu rentowności prowadzonych projektów. Zgodnie z harmonogramem Spółka wdraża produkt. Dzięki niemu Spółka powinna docierać do nowych obszarów rynku, koncentrując się na klientach stanowiących rozpoznawalne marki. Nowy produkt w ofercie firmy skoncentrowany jest na celu jakim jest

dostarczenie klientom istotnej wartości biznesowej w postaci istotnego wzrostu zaangażowania uczestników programów w relacje z klientami Spółki. Zakładamy, że takie podejście pozwoli w znacznym stopniu uniezależnić rentowność działalności Spółki od rentowności uzyskiwanej na sprzedaży nagród w realizowanych programach.

W III Kwartale Spółka łącząc nowy produkt z bezpośrednią obecnością na rynku warszawskim pozyskała 2 nowych Klientów. Spółka rozpoczęła prace projektowe i wdrożeniowe, jednak przychody związane z realizacją tych działań pojawią się w IV kwartale bieżącego roku obrachunkowego oraz w pierwszych kwartałach roku kolejnego.

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. Prowadzone rozmowy z Koncernem Farmaceutycznym zaowocowały zleceniem przeprowadzenia Promocji produktowej.

W III kwartale Spółka kontynuowała prace związane ze sprzedażą i realizacją rozwiązań lojalnościowych o charakterze multipartnerskim. Spółka była operatorem dwóch programów w branży budowlanej oraz elektroinstalacyjnej.

Jednocześnie w dalszym ciągu negocjowana jest realizacja kolejnych projektów o charakterze multipartnerskim.

W III kwartale 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, a także wdrażać kolejne rozwiązania, które podniosą jego atrakcyjność.

Spółka kontynuowała 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 III kwartale 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.

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.

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 2015/2016.

6. Informacja o wielkości zatrudnienia.

Na dzień 31 stycznia 2016 roku Spółka MPL Verbum S.A. zatrudniała w przeliczeniu na pełne etaty 21 osób.

7. Oświadczenie Zarządu.

Poznań, 16 marca 2016r.

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.