

Warszawa, dnia 20 marca 2023 roku

SPRAWOZDANIE

z działalności Spółki Akcyjnej SUNTECH
za okres od 1 stycznia 2022 roku do 31 grudnia 2022 roku

Informacje ogólne

Pełna nazwa: Suntech Spółka Akcyjna
Forma prawna: Spółka Akcyjna
Pocztą elektroniczną: info@suntech.pl
Strona internetowa: <http://www.suntech.pl>
Siedziba: Warszawa
Adres: ul. Puławska 107, 02-595 Warszawa, Polska
Telefon: 22 507 92 00
Fax: 22 507 92 01
NIP: 113-01-16-894
REGON: 011325771
KRS: 0000303450
Ticker: SUN

Struktura akcjonariatu Spółki na dzień 31 grudnia 2022

Według informacji posiadanych przez Spółkę akcjonariuszami Suntech S.A. posiadającymi ponad 5% głosów byli:

	Akcje liczba	Akcje udział %	Głosy liczba	Głosy udział %
Piotr Saczuk	3 411 016	21,40	4 661 016	22,26
Wojciech Franczak	2 388 470	14,98	3 638 470	17,38
Artur Tomaszewski	2 100 000	13,18	3 350 000	16,00
Andrzej Saczuk	1 250 000	7,84	2 500 000	11,94
Pozostali	6 790 514	42,60	6 790 514	32,42
Razem	15 940 000	100,00	20 940 000	100,00

Powyższa informacja o stanie posiadania akcji Spółki przez akcjonariuszy posiadających co najmniej 5% w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki sporządzona została na podstawie informacji uzyskanych od akcjonariuszy w drodze realizacji przez nich obowiązków nałożonych obowiązującymi przepisami prawa.

Struktura organizacyjna Spółki na dzień 31 grudnia 2022 roku

Rada Nadzorcza:

Zbigniew Karpiński	–	Przewodniczący Rady Nadzorczej
Waldemar Sielski	–	Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej
Juliusz Madej	–	Członek Rady Nadzorczej
Piotr Janaszek-Seydlitz	–	Członek Rady Nadzorczej
Tomasz Widomski	–	Członek Rady Nadzorczej
Mariusz Kubaczyński	–	Członek Rady Nadzorczej

Zarząd:

Piotr Saczuk	–	Prezes Zarządu
Wojciech Franczak	–	Wiceprezes Zarządu

Spółki zależne:

BillNet Sp. z o.o.	–	Suntech S.A. posiada 100 % udziałów
Suntech (SG) Pte. Ltd.	–	Suntech S.A. posiada 100 % udziałów.

Informacje o działalności Spółki w 2022 roku

Suntech S.A. jest producentem i dostawcą systemów informatycznych wspomagania działalności biznesowej i operacyjnej (BSS/OSS) dla operatorów infrastruktury telekomunikacyjnej. Klientami Spółki są firmy telekomunikacyjne oraz operatorzy energetyczni oraz sektor publiczny i transportowy posiadający infrastrukturę telekomunikacyjną.

Produkty własne Spółki - systemy informatyczne pod markę SunVizion www.sunvizion.com

- Network Inventory – zarządzanie zasobami sieci telekomunikacyjnych
- Service Order Management - pełna automatyzacja procesu aktywacji usług
- Network Planning – wsparcie procesu planowania sieci
- Billing& CRM – wsparcie procesów rozliczania klientów i zarządzania informacją o kliencie
- Service Fulfillment - zarządzanie procesem udostępniania usług subskrybentom
- Network Rollout Management - zarządzanie procesem budowy sieci
- Business Process Management - zarządzanie procesami dowolnych organizacji
- Network Configuration Management – zarządzanie konfiguracją sieci telekomunikacyjnej

Aktualna i przewidywana sytuacja finansowa

Rok 2022 Spółka zakończyła przychodem ze sprzedaży w wysokości 31 521 tys. PLN, co jest wynikiem o 22,9% wyższym w porównaniu do 25 637 tys. w roku 2021. Zysk brutto za 2022 rok wynosi 9 121 tys. PLN i jest o 37,1% większy od osiągniętego w 2021 roku (6 652 tys. PLN).

Wskaźniki		2022	2021
płynności bieżącej (current ratio)	Aktywa obrotowe / Zobowiązania krótkoterminowe (bieżące)	37,14	12,73
płynności gotówkowej (cash ratio)	Inwestycje krótkoterminowe /Zobowiązania krótkoterminowe (bieżące)	11,39	4,70
rentowności kapitału własnego (ROE)	Zysk netto × 100% / Kapitał własny	39,8	50,42
rentowności aktywów (ROA)	Zysk netto × 100% / Aktywa ogółem	33,19	35,73
pokrycia majątku trwałego kapitałem własnym	Kapitał własny × 100% / Aktywa trwałe	420,21	546,00
ogólnego zadłużenia (DR)	Zobowiązania + Rezerwy na zobowiązania / Aktywa ogółem	0,13	0,20

W 2023 roku Spółka powinna zwiększyć przychody przynajmniej o 14% w stosunku do roku 2022, a także osiągnąć wzrost zysku.

Realizacja Strategii Spółki:

W 2022 roku Spółka skutecznie realizowała swoją strategię, co przyczyniło się do dalszej rozbudowy bazy klientów, wzrostu świadomości marki SunVizion na świecie i ekspansji na nowe rynki.

Poniżej najważniejsze działania podejmowane przez Spółkę w 2022 roku w celu realizacji strategii:

- Budowa rozpoznawalności marki SunVizion na rynkach światowych i sprzedaż produktów oraz usług własnych
- Rozwój programu partnerskiego i pozyskanie nowych partnerów biznesowych
- Wprowadzanie nowych produktów i wyjście na rynki wertykalne poza telekomunikacją (energia, transport, sektor publiczny, etc.)
- Uczestnictwo w międzynarodowych targach, wystawach i konferencjach bezpośrednio i przy współpracy z partnerami
- Realizacja i rozbudowa umów na wdrożenie systemów OSS/BSS dla klientów na rynkach europejskich, azjatyckich amerykańskich i bliskowschodnich
- Podpisanie nowych umów na wdrożenie rozwiązań SunVizion u operatorów w Azji, Europie i Amerykach.

Działania powyższe przyczyniły do zwiększenia zaufania do Spółki, co ma szczególne znaczenie w kontekście operatorów dużych i bardzo dużych, którzy preferują współpracę ze sprawdzonymi partnerami. Wzrost reputacji Spółki i jej produktów zwiększył ich atrakcyjność dla takich firm, a tym samym umocnił pozycję Suntech S.A. na rynku.

Spółka stale inwestowała w produkt, który dzięki licznym rozbudowom funkcjonalnym stał się jeszcze bardziej konkurencyjny. Wdrożenie nowych funkcjonalności do pakietu SunVizion pozwoliło na jeszcze lepsze dopasowanie oferty do potrzeb klientów i znacznie zwiększyło jego atrakcyjność wśród potencjalnych partnerów biznesowych.

Zdarzenia istotnie wpływające na działalność Spółki

W wyniku systematycznej realizacji strategii Spółka sukcesywnie poprawia wyniki sprzedażowe.

Spółka systematycznie powiększa sieć partnerów, zwiększając swój potencjał sprzedażowy. Dzięki coraz skuteczniejszemu transferowi wiedzy ze Spółki partnerzy zyskują większą niezależność i elastyczność, a Spółka zwiększa swoją efektywność i umacnia swoją pozycję na rynku. Działania te przyczyniają się również do budowania silniejszych relacji z klientami.

Efektem działań sprzedażowych było podpisanie umów z nowymi klientami z Europy i Azji, Ameryki. Podpisane umowy nie tylko zwiększają wartość Spółki, ale przede wszystkim mają kluczowe znaczenie dla dalszego rozwoju biznesu. Kontrakty dotyczą firm renomowanych, czołowych graczy technologicznych, co przekłada się na prestiż i pozytywny wizerunek Spółki i tworzy atrakcyjny potencjał sprzedażowy na kolejne lata.

Przewidywany rozwój jednostki

W 2023 roku Suntech planuje kontynuację przyjętej strategii.

Najważniejszy cel sprzedażowy na 2023 rok to podpisanie nowych umów. Spółka spodziewa się, że ilość umów podpisanych w 2023 będzie porównywalna z rokiem poprzednim. Równocześnie średnia wartość umów systematycznie rośnie i trend ten także powinien być zachowany.

Główne zadania marketingu to utrzymanie tempa pozyskiwania nowych leadów sprzedażowych oraz rozbudowa sieci partnerskiej. Zadanie to będzie realizowane poprzez szereg działań online i offline, które umożliwią Spółce dotarcie z ofertą do licznej i rozproszonej

geograficznie grupy docelowej. W celu usprawnienia transferu wiedzy do sieci partnerów planuje się także budowę nowych kanałów transferu wiedzy.

Najważniejsze cele produktowe to rozbudowa SunVizion w kierunku jeszcze większej jego konkurencyjności i skuteczne wdrożenie rozwiązania u nowych klientów. Planowane są znaczące rozbudowy funkcjonalne platformy SunVizion, a także rozszerzenie portfolio o nowe rozwiązanie, AI Net Planner.

Jednym z kluczowych zadań na 2023 będzie inwestycja w zespół. Spółka inwestuje w rekrutację najlepszych specjalistów w branży, a także zwraca szczególną uwagę na rozwój pracowników, aby utrzymać wysoki poziom kompetencji w zespole. Kompetentny i zmotywowany zespół to jeden z kluczowych warunków skutecznej realizacji celów biznesowych firmy.

Ważniejsze osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju

Dla rozwoju Spółki kluczowe jest utrzymanie konkurencyjności oferowanych rozwiązań, co wymusza ich stały rozwój.

W 2022 roku kontynuowano wdrażanie innowacji zarówno produktowych jak i procesowych. Ich celem była poprawa rentowności działania Spółki poprzez zwiększenie szybkości i powtarzalności wdrażania produktów oraz sprawniejszy transfer know-how do partnerów i klientów.

W roku 2022 Spółka kontynuowała prace rozwojowe w dwóch kierunkach, pierwszym był rozwój istniejących produktów wg przyjętych tzw. RoadMap, czyli strategii rozwoju opracowanych na bazie specjalistycznej wiedzy na temat kształtowania się długofalowych trendów i potrzeb rynku, drugim - opracowanie nowych produktów i włączenie ich do ogólnofirmowej ścieżki rozwoju. Spółka ogranicza wydatki inwestycyjne ze środków własnych, uzupełniając je środkami z programów badawczo-rozwojowych.

Istotnym wkładem w rozwój innowacyjnego produktu jest realizacja umowy na współfinansowanie przez NCBiR projektu „AI Net Planner – innowacyjny, oparty na sztucznej inteligencji system projektowania nowoczesnych sieci telekomunikacyjnych”.

Celem projektu jest opracowanie innowacyjnego w skali światowej systemu informatycznego wspomagającego procesy projektowania nowoczesnych sieci telekomunikacyjnych w technologii 5G z wykorzystaniem zaawansowanych algorytmów sztucznej inteligencji do wyznaczania optymalnych rozwiązań. AI Net Planner, który powstanie w wyniku realizacji projektu, ma szansę stać się wiodącym rozwiązaniem na światowym rynku OSS. Grupą docelową rozwiązania są operatorzy telekomunikacyjni, którzy eksploatują sieci mobilne w technologii 5G, a także ci, którzy planują budować i eksploatować takie sieci w przyszłości. Wdrożenie systemu umożliwiającego skrócenie czasu planowania i budowy sieci 5G istotnie poprawi efektywność procesową operatorów telekomunikacyjnych.

Projekt będzie realizowany do 22 grudnia 2023 roku. Pozyskane na projekt środki pochodzą z Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój 2014-2021 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Poddziałanie 1.1.1.

Ryzyka gospodarcze i opis instrumentów finansowych

Ryzyko związane z wyzwaniami geopolitycznymi

Działania militarne w sąsiedztwie Polski oraz ich wpływ na sytuację międzynarodową mogą powodować trudne do przewidzenia scenariusze rozwoju sytuacji.

Ryzyko związane z nawrotami pandemii

Wprawdzie branża telekomunikacyjna była jedną z najmniej dotkniętych skutkami pandemii, ale nie do końca możliwe do przewidzenia są skutki nawrotów pandemii dla poszczególnych klientów. Ryzyko pandemii wpływa zarówno na procesy decyzyjne dotyczące wyborów systemów BSS/OSS, które są przedmiotem oferty Spółki, jak i możliwość realizacji kontraktów w okresie ograniczonego lub niemożliwego podróżowania.

Ryzyko związane z działalnością eksportową

Działalność związana z eksportem produktów jest obarczona ryzykiem związanym ze specyfiką rynków zagranicznych, w tym konkurencją zarówno ze strony globalnych graczy jak i regionalnych dostawców. Ryzyka mogą wystąpić zarówno na etapie sprzedaży, powodując podwyższenie jej kosztów, jak i na etapach wdrożenia i utrzymania. Występuje również ryzyko związane z windykacją zaległych płatności. Spółka stara się minimalizować te ryzyka poprzez sprzedaż produktów w sieci partnerskiej oraz przekazywanie wiedzy i kompetencji do partnerów i klientów, co obniża zapotrzebowanie na specjalistyczne wsparcie ze strony Spółki i umożliwia koncentrację na kluczowych elementach strategii. Ryzyko związane z płatnościami Spółka minimalizuje poprzez zapisy kontraktowe i odpowiednie harmonogramy płatności.

Ryzyko kursowe

Z uwagi na fakt, że Spółka otrzymuje większość płatności w walutach innych krajów niż Polska, zmiany kursowe mają znaczący wpływ na przychody, jakie Spółka uzyskuje z realizacji kontraktów.

Ryzyko związane z działalnością firm konkurencyjnych

Działając na rynkach w Polsce i poza jej granicami, Spółka konkuruje z globalnymi a także lokalnymi i regionalnymi firmami. Konkurencja jest skoncentrowana, zaś możliwości pojawienia się nowych graczy w krótkiej perspektywie są ograniczone. W efekcie konsolidacji rynku przez ostatnie lata, na rynku zmniejszyła się liczba graczy w segmencie głównej działalności Spółki.

Ryzyko związane z utratą płynności finansowej

W związku z koniecznością utrzymywania stałego rozwoju produktów, realizacji wielomiesięcznych umów oraz nakładów na budowę międzynarodowego kanału dystrybucji, Spółka ponosi stałe koszty, które są finansowane z bieżących przychodów. Sezonowość sprzedaży, opóźnienia w realizacji umów, problemy z windykacją należności, obniżenie wartości sprzedaży mogą stwarzać ryzyko utraty płynności finansowej. W celu minimalizowania ryzyka Spółka buduje szerszą bazę klientów w tym korzystających z umów długoterminowych zapewniających stałe przychody. Spółka starannie i z długofalowym wyprzedzeniem analizuje przepływy finansowe i w okresach narażonych na słabszy przypływ gotówki Spółka wykorzystuje finansowanie zewnętrzne.

Ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną

Działalność Spółki zależy od sytuacji makroekonomicznej panującej na rynkach zagranicznych i w Polsce. Efektywność, a w szczególności rentowność prowadzonej przez Spółkę działalności gospodarczej, zależy między innymi od tempa wzrostu gospodarczego, poziomu inwestycji przedsiębiorstw, polityki fiskalnej i pieniężnej państwa, inflacji. Wszystkie te czynniki wywierają pośredni wpływ na przychody i inne wyniki finansowe osiąganego przez Spółkę. Mogą także wpływać na realizację założonych przez Spółkę celów strategicznych. Nie jest możliwym wykluczenie sytuacji utrzymania się słabej koniunktury gospodarczej lub dekoniunktury, jednak działalność na wielu rynkach geograficznych znajdujących się w różnych fazach koniunkturalnych takie ryzyko znacząco ogranicza. Spółka stara się wykorzystać tendencję do obniżania kosztów przez klientów poprzez przygotowanie atrakcyjnych na tle konkurencji pakietów produktowych.

Ryzyko związane z niestabilnością systemu bankowego

Spółka posiada rachunki bankowe w dwóch renomowanych bankach. Posiadanie rachunków bankowych w dwóch renomowanych bankach pozwala spółce na dywersyfikację swojego ryzyka bankowego i minimalizację skutków potencjalnych problemów finansowych jednego z banków. Dodatkowo, taka strategia zabezpiecza spółkę przed ewentualnymi ograniczeniami w dostępie do środków finansowych z powodu problemów jednego z banków, co pozwala na utrzymanie płynności finansowej spółki.

Ryzyko związane z cyberbezpieczeństwem

Dotyczy zarówno bezpieczeństwa środowiska produkcyjnego firmy jak i bezpieczeństwa systemów Spółki eksploatowanych przez klientów. W celu minimalizowania tego ryzyka Spółka stale udoskonala zabezpieczenia własnej infrastruktury, metod produkcji a także implementuje zalecenia dotyczące bezpieczeństwa produkowanych systemów.

Oświadczenie dotyczące ładu korporacyjnego

Zarząd oświadcza, iż Spółka stosuje większość zasad ładu korporacyjnego zawartych w Załączniku do Uchwały Zarządu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. nr 293/2010 z dnia 31marca 2010 r. w sprawie zmiany dokumentu "Dobre Praktyki Spółek Notowanych na NewConnect", których szczegółowa lista została wskazana w dokumencie, który zgodnie z § 5 ust. 6.3 Załącznika nr 3 do Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu, stanowi załącznik sprawozdania z działalności Spółki Suntech S.A. za 2022 rok

Załącznik:

"Dobre Praktyki Spółek Notowanych na NewConnect".

Zarząd Suntech S.A.

Piotr Saczuk – Prezes Zarządu

Wojciech Franczak – Wiceprezes Zarządu

Oświadczenie Zarządu SUNTECH SA o przestrzeganiu przez Emitenta spółkę zasad ładu korporacyjnego o których mowa w dokumencie „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na NewConnect”.

PTK		DOBRA PRAKTYKA	OŚWIADCZENIE O STOSOWANIU: TAK/NIE	UZASADNIENIE NIESTOSOWANIA, UWAGI I KOMENTARZ EMITENTA
1		Spółka powinna prowadzić przejrzystą i efektywną politykę informacyjną, zarówno z wykorzystaniem tradycyjnych metod, jak i z użyciem nowoczesnych technologii oraz najnowszych narzędzi komunikacji zapewniających szybkość, bezpieczeństwo oraz szeroki i interaktywny dostęp do informacji. Spółka korzystając w jak najszerszym stopniu z tych metod, powinna zapewnić odpowiednią komunikację z inwestorami i analitykami, wykorzystując w tym celu również nowoczesne metody komunikacji internetowej, umożliwiać transmitowanie obrad walnego zgromadzenia z wykorzystaniem sieci Internet, rejestrować przebieg obrad i upubliczniać go na stronie internetowej.	TAK	Spółka prowadzi przejrzystą politykę informacyjną, jednak nie przewiduje transmitowania obrad walnego zgromadzenia w czasie rzeczywistym z uwagi na wysokie koszty organizacyjne zorganizowania takiej transmisji.
202		Spółka powinna zapewnić efektywny dostęp do informacji niezbędnych do oceny sytuacji i perspektyw spółki oraz sposobu jej funkcjonowania.	TAK	Emitent prowadzi efektywną komunikację obustronną z rynkiem.
3		Spółka prowadzi korporacyjną stronę internetową www.suntech.pl i zamieszcza na niej:		
	3.1	podstawowe informacje o spółce i jej działalności (strona startowa),	TAK	
	3.2	opis działalności emitenta ze wskazaniem rodzaju działalności, z której emitent uzyskuje najwięcej przychodów,	TAK	
	3.3	opis rynku, na którym działa emitent, wraz z określeniem pozycji emitenta na tym rynku,	TAK	
	3.4	życiorysy zawodowe członków organów spółki,	TAK	
	3.5	powzięte przez zarząd na podstawie oświadczenia członka rady nadzorczej, informacje o powiązaniach członka rady nadzorczej z akcjonariuszem dysponującym akcjami reprezentującymi nie mniej niż 5% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu spółki,	TAK	
	3.6	dokumenty korporacyjne spółki,	TAK	
	3.7	zarys planów strategicznych spółki,	TAK	
	3.8	opublikowane prognozy wyników finansowych na bieżący rok obrotowy, wraz z założeniami do tych prognoz oraz korektami do tych prognoz (w przypadku gdy emitent publikuje prognozy),	NIE	

3.9	strukturę akcjonariatu emitenta, ze wskazaniem głównych akcjonariuszy oraz akcji znajdujących się w wolnym obrocie,	TAK	
3.10	dane oraz kontakt do osoby, która jest odpowiedzialna w spółce za relacje inwestorskie oraz kontakty z mediami,	TAK	
3.11	Skreślony,		
3.12	opublikowane raporty bieżące i okresowe,	TAK	
3.13	kalendarz zaplanowanych dat publikacji finansowych raportów okresowych, dat walnych zgromadzeń, a także spotkań z inwestorami i analitykami oraz konferencji prasowych,	TAK	
3.14	informacje na temat zdarzeń korporacyjnych, takich jak wypłata dywidendy, oraz innych zdarzeń skutkujących nabyciem lub ograniczeniem praw po stronie akcjonariusza, z uwzględnieniem terminów oraz zasad przeprowadzania tych operacji. Informacje te powinny być zamieszczane w terminie umożliwiającym podjęcie przez inwestorów decyzji inwestycyjnych.	TAK	
3.15	informację o terminie i miejscu walnego zgromadzenia, porządek obrad oraz projekty uchwał wraz z uzasadnieniami, a także inne dostępne materiały związane z walnymi zgromadzeniami spółki.	TAK	
3.16	pytania akcjonariuszy dotyczące spraw objętych porządkiem obrad, zadawane przed i w trakcie walnego zgromadzenia, wraz z odpowiedziami na zadawane pytania.	NIE	Spółka nie publikuje pytań akcjonariuszy
3.17	informację na temat powodów odwołania walnego zgromadzenia, zmiany terminu lub porządku obrad wraz z uzasadnieniem.	TAK	
3.18	informację o przerwie w obradach walnego zgromadzenia i powodach zarządzenia przerwy,	TAK	
3.19	informacje na temat podmiotu, z którym spółka podpisała umowę o świadczenie usług Autoryzowanego Doradcy ze wskazaniem nazwy, adresu strony internetowej, numerów telefonicznych oraz adresu poczty elektronicznej Doradcy.	TAK	
3.20	informację na temat podmiotu, który pełni funkcję animatora akcji emitenta.	TAK	
3.21	dokument informacyjny (prospekt emisyjny) spółki, opublikowany w ciągu ostatnich 12 miesięcy.	TAK	Spółka nie publikowała w ciągu ostatnich 12 mcy dokumentu informacyjnego
3.22	skreślony.		
3.23	informacje zawarte na stronie internetowej powinny być zamieszczane w sposób umożliwiający łatwy dostęp do tych informacji. Emitent powinien dokonywać aktualizacji informacji umieszczanych na stronie internetowej. W przypadku pojawienia się nowych, istotnych informacji lub wystąpienia istotnej zmiany informacji umieszczanych na stronie internetowej,	TAK	

		aktualizacja powinna zostać przeprowadzona niezwłocznie.		
4		Spółka prowadzi korporacyjną stronę internetową, według wyboru emitenta, w języku polskim lub angielskim. Raporty bieżące i okresowe powinny być zamieszczane na stronie internetowej co najmniej w tym samym języku, w którym następuje ich publikacja zgodnie z przepisami obowiązującymi emitenta.	TAK	
5		Spółka powinna prowadzić politykę informacyjną ze szczególnym uwzględnieniem potrzeb inwestorów indywidualnych. W tym celu Spółka, poza swoją stroną korporacyjną powinna wykorzystywać indywidualną dla danej spółki sekcję relacji inwestorskich znajdującą na stronie www.gpw.InfoStrefa.pl .	TAK	
6		Emitent powinien utrzymywać bieżące kontakty z przedstawicielami Autoryzowanego Doradcy, celem umożliwienia mu prawidłowego wykonywania swoich obowiązków wobec emitenta. Spółka powinna wyznaczyć osobę odpowiedzialną za kontakty z Autoryzowanym Doradcą.	NIE	Spółka nie korzysta z usług Autoryzowanego Doradcy
7		W przypadku, gdy w spółce nastąpi zdarzenie, które w ocenie emitenta ma istotne znaczenie dla wykonywania przez Autoryzowanego Doradcę swoich obowiązków, emitent niezwłocznie powiadamia o tym fakcie Autoryzowanego Doradcę.	NIE	Spółka nie korzysta z usług Autoryzowanego Doradcy
8		Emitent powinien zapewnić Autoryzowanemu Doradcy dostęp do wszelkich dokumentów i informacji niezbędnych do wykonywania obowiązków Autoryzowanego Doradcy.	NIE	Spółka nie korzysta z usług Autoryzowanego Doradcy
9		emitent przekazuje w raporcie rocznym:		
	9.1	Informację na temat łącznej wysokości wynagrodzeń wszystkich członków zarządu i rady nadzorczej,	TAK	
	9.2	informację na temat wynagrodzenia Autoryzowanego Doradcy otrzymywanego od emitenta z tytułu świadczenia wobec emitenta usług w każdym zakresie.	NIE	Spółka nie korzysta z usług Autoryzowanego Doradcy
10		Członkowie zarządu i rady nadzorczej powinni uczestniczyć w obradach walnego zgromadzenia w składzie umożliwiającym udzielenie merytorycznej odpowiedzi na pytania zadawane w trakcie walnego zgromadzenia	TAK	
11		Przynajmniej 2 razy w roku emitent, przy współpracy Autoryzowanego Doradcy, powinien organizować publicznie dostępne spotkanie z inwestorami, analitykami i mediami.	NIE	Spółka nie korzysta z usług Autoryzowanego Doradcy

12		Uchwała walnego zgromadzenia w sprawie emisji akcji z prawem poboru powinna precyzować cenę emisyjną albo mechanizm jej ustalenia lub zobowiązać organ do tego upoważniony do ustalenia jej przed dniem ustalenia prawa poboru, w terminie umożliwiającym podjęcie decyzji inwestycyjnej.	TAK	
13		Uchwały walnego zgromadzenia powinny zapewniać zachowanie niezbędnego odstępu czasowego pomiędzy decyzjami powodującymi określone zdarzenia korporacyjne a datami, w których ustalane są prawa akcjonariuszy wynikające z tych zdarzeń korporacyjnych.	TAK	
	13a	W przypadku otrzymania przez zarząd od akcjonariusza posiadającego co najmniej połowę kapitału zakładowego lub co najmniej połowę ogółu głosów w spółce informacji o zwołaniu przez niego NWZA w trybie określonym w art.393 par.3 KSH zarząd emitenta niezwłocznie dokonuje czynności do których jest zobowiązany w związku z organizacją i przeprowadzeniem WZA. Zasada ta ma zastosowanie również w przypadku upoważnienia przez sąd rejestrowy akcjonariuszy do zwołania NWZA na podstawie art. 400 par. 3 KSH.		
14		Dzień ustalenia praw do dywidendy oraz dzień wypłaty dywidendy powinny być tak ustalone, aby czas przypadający pomiędzy nimi był możliwie najkrótszy, a w każdym przypadku nie dłuższy niż 15 dni roboczych. Ustalenie dłuższego okresu pomiędzy tymi terminami wymaga szczegółowego uzasadnienia.	TAK	
15		Uchwała walnego zgromadzenia w sprawie wypłaty dywidendy warunkowej może zawierać tylko takie warunki, których ewentualne ziszczenie nastąpi przed dniem ustalenia prawa do dywidendy.	TAK	

16		Emitent publikuje raporty miesięczne, w terminie 14 dni od zakończenia miesiąca. Raport miesięczny powinien zawierać co najmniej: • informacje na temat wystąpienia tendencji i zdarzeń w otoczeniu rynkowym emitenta, które w ocenie emitenta mogą mieć w przyszłości istotne skutki dla kondycji finansowej oraz wyników finansowych emitenta, • zestawienie wszystkich informacji opublikowanych przez emitenta w trybie raportu bieżącego w okresie objętym raportem, • informacje na temat realizacji celów emisji, jeżeli taka realizacja, choćby w części, miała miejsce w okresie objętym raportem, • kalendarz inwestora, obejmujący wydarzenia mające mieć miejsce w nadchodzącym miesiącu, które dotyczą emitenta i są istotne z punktu widzenia interesów inwestorów, w szczególności daty publikacji raportów okresowych, planowanych walnych zgromadzeń, otwarcia subskrypcji, spotkań z inwestorami lub analitykami, oraz oczekiwany termin publikacji raportu analitycznego.	NIE	
	16a	W przypadku naruszenia przez emitenta obowiązku informacyjnego w załączniku Nr 3 do regulaminu ASO emitent powinien niezwłocznie opublikować w trybie właściwym do przekazania raportów bieżących na rynku NewConnect informację wyjaśniającą zaistniałą sytuację.	TAK	
17		Skreślony.		

Warszawa, dnia 20.03.2023r.

Zarząd Suntech S.A.