



Raport kwartalny
za II kwartał roku obrotowego 2012/2013

Poznań, 14.12.2012r.

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	Tadeusz Zieliński Beata Katańska Bolesław Matyla Marlena Suwała Paweł Rektor

b. Struktura akcjonariatu

Imię i nazwisko / nazwa	Liczba akcji	Udział w akcjonariacie	Liczba głosów	Udział w ogólnej liczbie głosów
Tadeusz Zieliński	820 000	33,55%	1 230 000	35,71%
Marcin Katański	1 182 000	48,35%	1 770 000	51,45%
Pozostali akcjonariusze	442 444	18,10%	444 444	12,84%
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 (koncepcja 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 3 obszarach:

- programy lojalnościowe w branży farmaceutycznej i sprzedaży detalicznej,
- programy multipartnerskie,
- rozwój własnej platformy lojalnościowej, wdrażanie niedrogich rozwiązań lojalnościowych w segmencie MSP.

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

a. Wybrane dane finansowe za II kwartał roku obrotowego 2012/2013, oraz dane porównawcze

Wybrane dane finansowe z rachunku zysków i strat	II kwartał 2012/2013	II kwartał 2011/2012	II kwartał 2012/2013 narastająco	II kwartał 2011/2012 narastająco
Waluta	PLN	PLN	PLN	PLN
I. Przychody netto ze sprzedaży	1 535 115,79	1 598 561,81	2 781 649,78	2 804 215,64
II. Zysk ze sprzedaży	28 894,43	24 035,33	-43 697,52	27 878,77
III. Zysk z działalności operacyjnej	55 937,87	26 237,18	17 239,02	35 580,53
IV. Zysk brutto	47 502,37	19 024,70	2 047,33	24 203,75
V. Zysk netto	47 502,37	15 793,70	2 047,33	19 563,75
VI. Amortyzacja	27 783,43	31 819,22	50 628,78	64 235,13

Wybrane dane finansowe z bilansu	II kwartał 2012/2013 narastająco	II kwartał 2011/2012 narastająco
Waluta	PLN	PLN
I. Kapitał własny	3 165 823,57	3 036 881,90
II. Należności długoterminowe	0,00	0,00
III. Należności krótkoterminowe	1 509 363,43	1 090 507,56
IV. Środki pieniężne i inne aktywa	1 071 494,94	1 424 714,88
V. Zobowiązania długoterminowe	564 484,04	526 307,82
VI. Zobowiązania krótkoterminowe	959 738,17	647 571,94

b. 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 2012/2013 obejmował miesiące sierpień 2012, wrzesień 2012 i październik 2012r.

W II kwartale Spółka osiągnęła przychody ze sprzedaży na poziomie 1 535 115,79zł., czyli o 63 446,02 zł. niższe niż w analogicznym okresie roku 2011/2012 i uzyskała wynik finansowy na poziomie 47 502,37zł.

Sytuacja ta była spowodowana kilkoma podstawowymi czynnikami:

- Odczuwaniem przez Spółkę spowolnieniem gospodarczym jakie nastąpiło szczególnie w branżach związanych z budownictwem, gdzie Spółka realizuje dużą część swoich projektów.
- Niższą rentownością sprzedaży spowodowaną:
 - zmianą struktury benefitów 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,
 - obniżeniem marż dla utrzymania kontraktów z głównymi klientami Spółki, odczuwającymi skutki spowolnienia gospodarczego,
 - zmniejszaniem wysokości budżetów marketingowych, a także przekładaniem startów nowych edycji programów na kolejne kwartały.
- Ograniczeniem skali działalności Spółki w branży farmaceutycznej po wejściu w życie tzw. ustawy refundacyjnej zawierającej zakaz reklamy aptek.
- Dodatkowymi kosztami poniesionymi przez Spółkę w związku z prowadzonymi działaniami sprzedażowymi, rozbudową działu handlowego, działaniami promocyjnymi, a także w związku z rozpoczętymi inwestycjami.
- Kosztami 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.
- Zjawiskiem sezonowości charakterystycznej dla Spółek z branży reklamowej, mającej związek z trwającym jeszcze w pierwszym miesiącu kwartału okresem wakacyjnym.

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

W II kwartale roku obrotowego 2012/2013 Spółka intensyfikowała działania mające na celu pozyskanie nowych klientów oraz rozszerzenie współpracy z już obsługiwanymi klientami. Nie zaowocowało to wzrostem przychodów ze sprzedaży w II kwartale, który był na porównywalnym poziomie z analogicznym okresem poprzedniego roku. Zarząd Spółki jest jednak przekonany, iż przyczynią się one do wzrostu przychodów w kolejnych kwartałach.

Spółka w II kwartale roku obrachunkowego kontynuowała obsługę pierwszego multipartnerskiego programu lojalnościowego w branży materiałów budowlanych, w którym aktywnie obecnych jest dwóch Partnerów o charakterze strategicznym oraz dwóch Partnerów wspierających. Spółka kończy negocjacje z kolejnym strategicznym Partnerem Programu, deklarującym wejście do nowej edycji Programu, której start zaplanowany został na 4 kwartał roku obrachunkowego 2012/2013.

Spółka intensyfikowała działania w oparciu o nową strategię promocyjną, nakierowaną na pozyskanie kolejnych klientów ze szczególnym uwzględnieniem promocji usług związanych z realizacją programów multipartnerskich w segmencie B2B. Spółka równie intensywnie prowadziła działania sprzedażowe mające na celu pozyskanie nowych klientów do programów monopartnerskich.

Spółka kontynuuje prace nad wdrożeniem nowego produktu o charakterze multipartnerskim w segmencie B2B nakierowanego na promocję energooszczędnych rozwiązań w budownictwie. Z powodu pogłębiającego się spowolnienia gospodarczego ustalenia dotyczące podpisania umowy z pierwszym - strategicznym Partnerem Programu zostały odłożone do końca pierwszego kwartału roku 2013/2014r.

W II kwartale Zarząd Spółki, w związku z gorszymi od zakładanych wynikami finansowymi, podjął decyzję o przeprowadzeniu restrukturyzacji w zakresie kosztów stałych ponoszonych przez Spółkę. Efekty tych działań powinny być widoczne już w kolejnym kwartale.

Wykorzystując atrakcyjny i znacznie odbiegający od rzeczywistej wartości poziom kursu akcji Spółki, Prezes Zarządu dokonał w dniach od 25 do 31 października 2012r. zakupu 2000 akcji Spółki. Z powodu rozpoczęcia okresu zamkniętego do dnia publikacji raportu dalsze zakupy nie były możliwe.

W II kwartale Spółka prowadziła rozmowy z dotychczasowymi klientami dotyczące prowadzenia istniejących już Programów Lojalnościowych w 2013r. Efekty prowadzonych rozmów pozwalają zakładać, że w 2013 roku Spółka będzie kontynuowała współpracę ze wszystkimi dotychczasowymi Partnerami.

W II kwartale Spółka zakończyła prace związane z projektowaniem systemu informatycznego dedykowanego obsłudze programów multipartnerskich w segmentach B2B i B2C oraz prace nad wdrożeniem kolejnych narzędzi raportowania aktywności uczestników i rejestracji transakcji w programach multipartnerskich. Obecnie Spółka testuje i wdraża Platformę wykonaną przez zewnętrzną firmę informatyczną.

Spółka dysponuje gotowym produktem możliwym do wykorzystania na rynku farmaceutycznym w zgodzie z obowiązującymi przepisami prawa, zaopiniowanym pozytywnie przez Dział Prawny. Spółka przystąpiła do sprzedaży rozwiązania potencjalnym klientom.

Spółka intensyfikowała wysiłki w rozwijaniu Programu Lojalnościowego „Koniczynka” dla klientów sklepów detalicznych. Dział sprzedaży Spółki prowadził aktywną akwizycję, w miejsce zakończonych umów zostali pozyskani kolejni Partnerzy. Do końca roku kalendarzowego 2012 Program będzie aktywnie realizowany w ponad 100 sklepach detalicznych. W kolejnych kwartałach Spółka będzie w dalszym ciągu zwiększać liczbę Partnerów Programu.

Spółka kontynuuje prace nad nowym multipartnerskim Programem Lojalnościowym TUTAY, podnoszącym atrakcyjność zakupów w niezależnych lokalnych sklepach detalicznych. W II kwartale Spółka podsumowała dotychczasowe efekty i planuje ponowną sprzedaż Programu w zmodyfikowanej formie.

Spółka w II kwartale roku obrotowego kontynuowała prace nad realizacją, wdrażaniem i rozwojem Platformy Lojalnościowej umożliwiającej szybkie wdrażanie Programów Lojalnościowych dla klientów z grupy MSP, w oparciu o którą są już realizowane nowe rozwiązania.

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.

W II kwartale Spółka zależna pozyskała jednego klienta, dla którego zaprojektowała, wdrożyła i rozpoczęła realizację Programu Lojalnościowego. Spółka prowadzi rozmowy z kilkoma kolejnymi klientami, a umowy o współpracy powinny zostać podpisane w pierwszej połowie 2013 roku.

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 2012/2013.

6. Oświadczenie Zarządu

Poznań, 14 grudnia 2012r.

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.