

DOKUMENT INFORMACYJNY UPROSZCZONY



Bit Evil spółka akcyjna

z siedzibą w Warszawie

Sporządzony na potrzeby wprowadzenia akcji **serii E** do obrotu na rynku NewConnect prowadzonym jako alternatywny system obrotu przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A.

Niniejszy dokument informacyjny został sporządzony w związku z ubieganiem się o wprowadzenie instrumentów finansowych objętych tym dokumentem do obrotu w alternatywnym systemie obrotu prowadzonym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A.

Wprowadzenie instrumentów finansowych do obrotu w alternatywnym systemie obrotu nie stanowi dopuszczenia ani wprowadzenie tych instrumentów do obrotu na rynku regulowanym prowadzonym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. (ryнку podstawowym lub równoległym).

Inwestorzy powinni być świadomi ryzyka jakie niesie ze sobą inwestowanie w instrumenty finansowe notowane w alternatywnym systemie obrotu, a ich decyzje inwestycyjne powinny być poprzedzone właściwą analizą, a także, jeżeli wymaga tego sytuacja, konsultacją z doradcą inwestycyjnym.

Treść niniejszego dokumentu informacyjnego nie była zatwierdzana przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. pod względem zgodności informacji w nim zawartych ze stanem faktycznym lub przepisami prawa.

Data sporządzenia dokumentu informacyjnego: 19 listopada 2018 roku

AUTORYZOWANY DORADCA



Cellica spółka z ograniczoną odpowiedzialnością

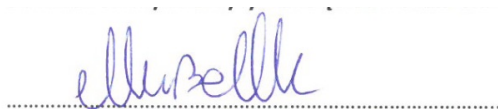
OŚWIADCZENIA OSÓB ODPOWIEDZIALNYCH ZA INFORMACJE ZAWARTE
W DOKUMENCIE INFORMACYJNYM

Oświadczenie Emitenta

Osoby odpowiedzialne za informacje zawarte w Dokumencie Informacyjnym i działające w imieniu Emitenta:

- 1) Maria Belka – Prezes Zarządu

Oświadczam, że według najlepszej wiedzy i przy dołożeniu należytej staranności, by zapewnić taki stan, informacje zawarte w Dokumencie Informacyjnym są prawdziwe, rzetelne i zgodne ze stanem faktycznym oraz, że nie pominięto w nim żadnych faktów, które mogłyby wpływać na jego znaczenie i wycenę instrumentów finansowych wprowadzanych do obrotu, a także że opisuje on rzetelnie czynniki ryzyka związane z udziałem w obrocie tymi instrumentami.



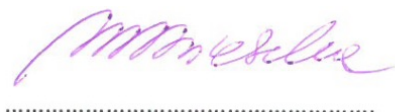
.....
Maria Belka – Prezes Zarządu

Oświadczenie Autoryzowanego Doradcy

Osoby odpowiedzialne za informacje zawarte w Dokumencie Informacyjnym i działające w imieniu Autoryzowanego Doradcy:

- 1) Małgorzata Piasecka – Prezes Zarządu

Oświadczam, że dokument informacyjny został sporządzony zgodnie z wymogami określonymi w Załączniku nr 1 do Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu uchwalonego Uchwałą nr 147/2007 Zarządu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. z dnia 01 marca 2007 roku (z późn. zm.), oraz że według naszej najlepszej wiedzy i zgodnie z dokumentami i informacjami przekazanymi nam przez Emitenta, informacje zawarte w dokumencie informacyjnym są prawdziwe, rzetelne i zgodne ze stanem faktycznym oraz, że nie pominięto w nim żadnych faktów, które mogłyby wpływać na jego znaczenie i wycenę instrumentów finansowych wprowadzanych do obrotu, a także że opisuje on rzetelnie czynniki ryzyka związane z udziałem w obrocie tymi instrumentami.



.....
Małgorzata Piasecka
Prezes Zarządu

1. Spis treści

1.	Informacje o Emitencie	5
2a.	Informacje czy działalność prowadzona przez emitenta wymaga posiadania zezwolenia, licencji lub zgody, a w przypadku istnienia takiego wymogu – dodatkowo przedmiot i numer zezwolenia, licencji lub zgody, ze wskazaniem organu, który je wydał	5
3.	Liczba, rodzaj, jednostkowa wartość nominalna i oznaczenie emisji instrumentów finansowych, które mają być przedmiotem wprowadzenia do obrotu w alternatywnym systemie	5
4.	Informacje o subskrypcji lub sprzedaży instrumentów finansowych będących przedmiotem wniosku o wprowadzenie, mających miejsce w okresie ostatnich 12 miesięcy poprzedzających datę złożenia wniosku o wprowadzenie	5
4a.	Informacja, czy Emitent dokonując oferty niepublicznej akcji objętych wnioskiem, w związku z zamiarem ich wprowadzenia do alternatywnego systemu obrotu, spełnił wymogi, o których mowa w § 15c Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu	7
5.	Określenie podstawy prawnej emisji instrumentów finansowych ze wskazaniem organu lub osób uprawnionych do podjęcia decyzji o emisji instrumentów finansowych oraz daty i formy podjęcia decyzji o emisji instrumentów finansowych z przytoczeniem jej treści	7
5a.	Określenie czy akcje zostały objęte za gotówkę, za wkłady pieniężne w inny sposób, czy za wkłady niepieniężne wraz z krótkim opisem sposobu ich pokrycia	12
6.	Oznaczenie dat, od których akcje uczestniczą w dywidendzie	12
7.	Streszczenie praw i obowiązków z instrumentów finansowych, przewidzianych świadczeń dodatkowych na rzecz Emitenta ciążących na nabywcy, a także przewidzianych w statucie lub przepisach prawa obowiązkach uzyskania przez nabywcę lub zbywcę odpowiednich zezwoleń lub obowiązku dokonania określonych zawiadomień	14
8.	Wskazanie osób zarządzających Emitentem i nadzorujących Emitenta, Autoryzowanego Doradcy oraz podmiotów dokonujących badania sprawozdań finansowych Emitenta (wraz ze wskazaniem biegłych rewidentów dokonujących badania)	21
9.	Podstawowe informacje na temat powiązań kapitałowych Emitenta, mających istotny wpływ na jego działalność, ze wskazaniem jednostek jego grupy kapitałowej	22
10.	Wskazanie powiązań osobowych, majątkowych i organizacyjnych:	22
10.1.	Pomiędzy Emitentem a osobami wchodzącymi w skład organów zarządzających i nadzorczych Emitenta oraz znaczącymi akcjonariuszami Emitenta	22
10.2.	Pomiędzy Emitentem, osobami wchodzącymi w skład organów zarządzających i nadzorczych Emitenta oraz znaczącymi akcjonariuszami Emitenta a Autoryzowanym Doradcą (lub osobami wchodzącymi w skład jego organów zarządzających i nadzorczych)	23
11.	Wskazanie głównych czynników ryzyka związanych z Emitentem i wprowadzanymi instrumentami finansowymi	23
11.1.	Czynniki ryzyka związane z otoczeniem, w jakim Emitent prowadzi działalność	23
11.2.	Czynniki ryzyka związane bezpośrednio z działalnością Emitenta	24
11.3.	Czynniki ryzyka związane z wprowadzaniem do publicznego obrotu instrumentami finansowymi Emitenta oraz rynkiem kapitałowym, na którym będą notowane	27
12.	Dane o Emitencie	35
12.1.	Historia Emitenta	35
12.2.	Działalność prowadzona przez Emitenta	36
12.3.	Akcjonariusze Emitenta posiadających co najmniej 5% głosów na walnym zgromadzeniu	54
13.	Informacje dodatkowe, w tym wysokość kapitału zakładowego oraz wskazanie dokumentów korporacyjnych Emitenta udostępnionych do wglądu	55
13a.	Oświadczenie Emitenta stwierdzające, że jego zdaniem poziom kapitału obrotowego wystarcza na pokrycie jego potrzeb w okresie 12 miesięcy od dnia sporządzenia dokumentu informacyjnego, a jeśli tak nie jest, propozycja zapewnienia dodatkowego kapitału obrotowego.	56
13b.	Informacje o przewidywanych zmianach kapitału zakładowego w wyniku realizacji przez obligatariuszy uprawnień z obligacji zamiennych lub z obligacji dających pierwszeństwo do objęcia w przyszłości nowych emisji akcji lub w wyniku realizacji uprawnień przez posiadaczy warrantów	

subskrypcyjnych, ze wskazaniem wartości przewidywanego warunkowego podwyższenia kapitału zakładowego oraz terminu wygaśnięcia praw podmiotów uprawnionych do nabycia tych akcji	56
13c. Wskazanie liczby akcji i wartości kapitału zakładowego, o które - na podstawie statutu przewidującego upoważnienie zarządu do podwyższenia kapitału zakładowego, w granicach kapitału docelowego - może być podwyższony kapitał zakładowy, jak również liczby akcji i wartości kapitału zakładowego, o które może być jeszcze podwyższony kapitał zakładowy w tym trybie	56
14. Wskazanie miejsca udostępnienia	57
14.1. Ostatniego udostępnionego do publicznej wiadomości publicznego dokumentu informacyjnego lub dokumentu informacyjnego dla tych instrumentów finansowych lub instrumentów finansowych tego samego rodzaju co te instrumenty finansowe	57
14.2. Okresowych raportów finansowych emitenta, opublikowanych zgodnie z obowiązującymi emitenta przepisami	57
Załączniki	58
1. Aktualny odpis z rejestru KRS	58
2. Treść Statutu Spółki.....	66
3. Definicje i objaśnienia skrótów.....	77

1. Informacje o Emitencie

Nazwa (firma):	Bit Evil spółka akcyjna
Forma prawna:	spółka akcyjna
Kraj siedziby:	Polska
Siedziba:	Warszawa
Adres:	ul. Adama Mickiewicza 37/58 01-625 Warszawa
Strona www:	www.bitevil.com
E-mail:	hi@bitevil.com
Statystyczny numer identyfikacyjny REGON:	362773842
Numer identyfikacji podatkowej NIP:	5223041323
Numer KRS:	0000580322

2a. Informacje czy działalność prowadzona przez emitenta wymaga posiadania zezwolenia, licencji lub zgody, a w przypadku istnienia takiego wymogu – dodatkowo przedmiot i numer zezwolenia, licencji lub zgody, ze wskazaniem organu, który je wydał

Działalność prowadzona przez Emitenta nie wymaga posiadania zezwolenia, licencji lub zgody.

3. Liczba, rodzaj, jednostkowa wartość nominalna i oznaczenie emisji instrumentów finansowych, które mają być przedmiotem wprowadzenia do obrotu w alternatywnym systemie

Niniejszy dokument informacyjny został sporządzony w związku z zamiarem wprowadzenia do alternatywnego systemu obrotu na rynku NewConnect prowadzonego przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. 167.199 (sto sześćdziesiąt siedem tysięcy sto dziewięćdziesiąt dziewięć) akcji zwykłych na okaziciela serii E, o wartości nominalnej 0,50 zł (pięćdziesiąt gorszy) każda.

Akcje serii E wprowadzane do alternatywnego systemu obrotu stanowią 6,25% (sześć i dwadzieścia pięć setnych procenta) wszystkich wyemitowanych przez Emitenta akcji. Łączna wartość nominalna instrumentów finansowych wprowadzanych do obrotu w ASO na podstawie niniejszego Dokumentu Informacyjnego wynosi 83.599,50 zł (osiemdziesiąt trzy tysiące pięćset dziewięćdziesiąt dziewięć złotych 50/100).

4. Informacje o subskrypcji lub sprzedaży instrumentów finansowych będących przedmiotem wniosku o wprowadzenie, mających miejsce w okresie ostatnich 12 miesięcy poprzedzających datę złożenia wniosku o wprowadzenie

Akcje serii E zostały wyemitowane w drodze subskrypcji otwartej skierowanej do nieoznaczonego adresata zgodnie z art. 431 § 2 pkt 3 KSH w trybie oferty publicznej, o której mowa w art. 3 w związku z art. 7 ust. 9 i art. 41 ust. Ustawy o ofercie, tj. oferta publiczna akcji serii E prowadzona była w oparciu o memorandum informacyjne niepodlegające zatwierdzeniu przez KNF, a zakładane wpływy brutto Spółki na terytorium Unii Europejskiej, liczone według ich ceny emisyjnej z dnia jej ustalenia, stanowiły mniej niż 2.500.000 euro.

Memorandum informacyjne, o którym mowa powyżej zostało udostępnione do wiadomości publicznej w wersji elektronicznej w dniu 21 grudnia 2017 r. na stronie internetowej Emitenta (bitevil.com) oraz oferującego – tj. Polskiego Domu Maklerskiego S.A. (www.polskidm.pl).

Szczegółowe informacje w zakresie określonym w § 4 ust. 1 Załącznika Nr 3 do Regulaminu ASO przedstawiono poniżej.

1) Data rozpoczęcia subskrypcji i zakończenia subskrypcji:

Data rozpoczęcia przyjmowania zapisów w wykonaniu prawa poboru, tj. zapisów podstawowych: oraz zapisów dodatkowych: 12 stycznia 2018 r.

Data zakończenia przyjmowania zapisów w wykonaniu prawa poboru, tj. zapisów podstawowych i zapisów dodatkowych: 23 stycznia 2018 r.

Data rozpoczęcia i zakończenia przyjmowania zapisów na Akcje serii E nieobjęte w wykonaniu prawa poboru przez podmioty, które odpowiedzą na zaproszenie Zarządu: 26 stycznia 2018 r.

2) Data przydziału akcji:

Przydział Akcji serii E nastąpił w dniu 26 stycznia 2018 r.

3) Liczba akcji objętych subskrypcją:

Subskrypcja zamknięta obejmowała nie więcej niż 1.340.000 (jeden milion trzysta czterdzieści tysięcy) akcji na okaziciela serii E o wartości nominalnej 0,50 zł (pięćdziesiąt groszy) jedna akcja.

4) Stopa redukcji w poszczególnych transzach w przypadku, gdy choć w jednej transzy liczba przydzielonych akcji była mniejsza od liczby akcji, na które złożono zapisy:

Redukcja nie wystąpiła.

5) Liczba akcji, która została przydzielona w ramach przeprowadzonej subskrypcji:

a) Liczba akcji objętych na podstawie zapisów podstawowych:

148.690 (sto czterdzieści osiem tysięcy sześćset dziewięćdziesiąt) akcji.

b) Liczba akcji objętych na podstawie zapisów dodatkowych:

6.279 (sześć tysięcy dwieście siedemdziesiąt dziewięć) akcji.

c) Liczba akcji objętych na podstawie zaproszenia Zarządu Emitenta:

12.230 (dwanaście tysięcy dwieście trzydzieści) akcji.

6) Cena po jakiej akcje były obejmowane:

Akcje serii E były obejmowane po cenie emisyjnej równej 4,10 zł (cztery złote dziesięć groszy) za jedną akcję.

6a) Opis sposobu pokrycia akcji:

Akcje zostały objęte za gotówkę.

7) Liczba osób, które złożyły zapisy na akcje objęte subskrypcją w poszczególnych transzach:

- 162 osób w transzy zapisów podstawowych,
- 7 osób w transzy zapisów dodatkowych,
- 5 osób w transzy na podstawie zaproszenia Zarządu Emitenta.

Przedmiotowe dane zostały oparte o liczbę złożonych zapisów.

8) Liczba osób, którym przydzielono akcje w ramach przeprowadzonej subskrypcji w poszczególnych transzach:

- 174 osoby.

Przedmiotowe dane zostały oparte o liczbę złożonych zapisów.

9) Nazwy (firmy) subemitentów, którzy objęli akcje w ramach wykonywania umów o subemisję:

W ofercie Akcji serii E nie uczestniczyli subemitenci.

10) Łączne określenie wysokości kosztów, które zostały zaliczone do kosztów emisji ze wskazaniem wysokości kosztów według ich tytułów, w podziale przynajmniej na koszty: a) przygotowania przeprowadzenia oferty, b) wynagrodzenia subemitentów, oddzielnie dla każdego z nich, c) sporządzenie publicznego dokumentu informacyjnego lub dokumentu informacyjnego, z uwzględnieniem kosztów doradztwa, d) promocji oferty:

Według szacunku Emitenta, łączne koszty emisji Akcji serii E wyniosły:

- przygotowanie oferty i przeprowadzenie oferty, które obejmują koszt aktu notarialnego, podatek od czynności cywilnoprawnych z tytułu podwyższenia kapitału zakładowego: 5.382,00 zł,
- wynagrodzenie subemitentów: 0,00 zł,
- sporządzenie publicznego dokumentu informacyjnego z uwzględnieniem kosztów doradztwa: 50.000 zł,
- promocja oferty: 0,00 zł.

Koszty emisji akcji według art. 36 ust. 2b ustawy o rachunkowości, poniesione przy podwyższeniu kapitału zakładowego zmniejszają kapitał zapasowy do wysokości nadwyżki emisji nad wartością nominalną akcji, a pozostałą ich część zalicza się do kosztów finansowych.

4a. Informacja, czy Emitent dokonując oferty niepublicznej akcji objętych wnioskiem, w związku z zamiarem ich wprowadzenia do alternatywnego systemu obrotu, spełnił wymogi, o których mowa w § 15c Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu

Akcje serii E oferowane były w drodze oferty publicznej w rozumieniu art. 431 § 2 pkt 3 KSH w trybie oferty publicznej, o której mowa w art. 3 w związku z art. 7 ust. 9 i art. 41 ust. Ustawy o Ofercie. Oferta publiczna akcji serii E prowadzona była w oparciu o memorandum informacyjne niepodlegające zatwierdzeniu przez KNF, a zakładane wpływy brutto Spółki na terytorium Unii Europejskiej, liczone według ich ceny emisyjnej z dnia jej ustalenia, stanowiły mniej niż 2.500.000 euro. Memorandum informacyjne, o którym mowa powyżej zostało udostępnione do wiadomości publicznej w wersji elektronicznej w dniu 21 grudnia 2017 r. na stronie internetowej Emitenta (bitevil.com) oraz oferującego – tj. Polskiego Domu Maklerskiego S.A. (www.polskidm.pl).

5. Określenie podstawy prawnej emisji instrumentów finansowych ze wskazaniem organu lub osób uprawnionych do podjęcia decyzji o emisji instrumentów finansowych oraz daty i formy podjęcia decyzji o emisji instrumentów finansowych z przytoczeniem jej treści

Zgodnie z art. 431 § 1 KSH w związku z art. 430 KSH, podwyższenie kapitału zakładowego wymaga uchwały walnego zgromadzenia. Uchwała taka, aby była skuteczna powinna, zgodnie z art. 415 § 1 KSH zostać podjęta większością trzech czwartych głosów oddanych, przy czym w interesie spółki walne zgromadzenie, na podstawie art. 433 § 2 KSH może pozbawić akcjonariuszy prawa poboru akcji w całości lub w części. W takim przypadku uchwała walnego zgromadzenia o wyłączeniu prawa poboru wymaga większości co najmniej czterech piątych głosów. Uchwała o podwyższeniu kapitału zakładowego nie może być zgłoszona do sądu rejestrowego po upływie sześciu miesięcy od dnia jej powzięcia. Na podstawie stosowanego odpowiednio przepisu art. 310 § 2 KSH uchwała walnego zgromadzenia może określać minimalną lub maksymalną wysokość kapitału zakładowego, o jaką następuje podwyższenie („kapitał widełkowy”). W takim przypadku podwyższenie kapitału zakładowego dochodzi do skutku z chwilą objęcia przez akcjonariuszy takiej liczby akcji, których łączna wartość

nominalna jest równa co najmniej minimalnej wysokości kapitału zakładowego przewidzianego w uchwale o podwyższeniu - oraz - złożenia przez zarząd oświadczenia w formie aktu notarialnego o wysokości objętego kapitału zakładowego. Wysokość objętego kapitału powinna mieścić się w granicach określonych w uchwale walnego zgromadzenia.

Podwyższenie kapitału zakładowego następuje z chwilą wpisu do Krajowego Rejestru Sądowego zmian Statutu Spółki.

- **Akcje serii E**

Akcje Serii E zostały wyemitowane na podstawie uchwały nr 3 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Emitenta w sprawie podwyższenia kapitału zakładowego Spółki poprzez emisję akcji zwykłych na okaziciela serii E w ramach subskrypcji zamkniętej (z zachowaniem prawa poboru dotychczasowych akcjonariuszy), ustalenia dnia prawa poboru akcji zwykłych na okaziciela serii E, dematerializacji akcji serii E lub praw do akcji serii E oraz ubiegania się o wprowadzenie akcji serii E lub praw do akcji serii E do obrotu w alternatywnym systemie obrotu na rynku NewConnect oraz zmiany Statutu Spółki z dnia 5 grudnia 2017 roku. Uchwała ta została sporządzona w formie aktu notarialnego przez Ewelinę Stygar-Jarosińską, notariusza w Warszawie (Repertorium A nr 9240/2017).

Treść niniejszej uchwały została przedstawiona poniżej:



Uchwała nr 3
Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia
spółki pod firmą
BIT EVIL spółka akcyjna
z siedzibą w Warszawie
z dnia 05 grudnia 2017 roku
w sprawie podwyższenia kapitału zakładowego Spółki poprzez
emisję akcji zwykłych na okaziciela serii E w ramach subskrypcji
zamkniętej (z zachowaniem prawa poboru dotychczasowych
akcjonariuszy), ustalenia dnia prawa poboru akcji zwykłych na
okaziciela serii E, dematerializacji akcji serii E lub praw do akcji serii E
oraz ubiegania się o wprowadzenie akcji serii E lub praw do akcji serii
E do obrotu w alternatywnym systemie obrotu na rynku NewConnect
oraz zmiany Statutu Spółki

Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki, działając na podstawie przepisu art. 430, art. 431 § 1 i § 2 pkt 2, art. 432, art. 433 § 1, art. 436 Kodeksu spółek handlowych oraz art. 5 ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o obrocie instrumentami finansowymi („Ustawa o Obrocie”) i art. 3 ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych („Ustawa o Ofercie publicznej”), uchwala, co następuje: -----

§ 1.

1. Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki podwyższa kapitał zakładowy Spółki o kwotę nie niższą niż 0,50 zł (pięćdziesiąt groszy) i nie wyższą niż 670.000,00 zł (sześćset siedemdziesiąt tysięcy złotych), to jest z kwoty 670.000,00 zł (sześćset siedemdziesiąt tysięcy złotych) do kwoty nie mniejszej niż 670.000,50 zł (sześćset siedemdziesiąt tysięcy złotych pięćdziesiąt groszy) i nie większej niż 1.340.000,00 zł (jeden milion trzysta czterdzieści tysięcy złotych).-----
2. Podwyższenie kapitału zakładowego Spółki nastąpi w drodze emisji nie mniej niż 1 (jednej) i nie więcej niż 1.340.000 (jeden milion trzysta czterdzieści tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii E o wartości nominalnej 0,50 zł (pięćdziesiąt groszy) każda („Akcje serii E”).-----
3. Wszystkie Akcje serii E zostaną objęte w zamian za wkład pieniężny wpłacony przed zarejestrowaniem akcji.-----

4. Akcje serii E nie będą miały formy dokumentu i będą podlegały dematerializacji zgodnie z Ustawą o Obrocie. -----
5. Akcje serii E będą uczestniczyć w dywidendzie na następujących warunkach: -----
 - a. Akcje serii E wydane lub zapisane po raz pierwszy na rachunku papierów wartościowych najpóźniej w dniu dywidendy ustalonym w uchwale Walnego Zgromadzenia w sprawie podziału zysku, uczestniczą w dywidendzie począwszy od zysku za poprzedni rok obrotowy, tzn. od dnia 1 (pierwszego) stycznia roku obrotowego poprzedzającego bezpośrednio rok, w którym akcje te zostały wydane lub zapisane po raz pierwszy na rachunku papierów wartościowych, -----
 - b. Akcje serii E wydane lub zapisane po raz pierwszy na rachunku papierów wartościowych w dniu przypadającym po dniu dywidendy ustalonym w uchwale Walnego Zgromadzenia w sprawie podziału zysku, uczestniczą w dywidendzie począwszy od zysku za rok obrotowy, w którym akcje te zostały wydane lub zapisane po raz pierwszy na rachunku papierów wartościowych, tzn. od dnia 1 (pierwszego) stycznia tego roku obrotowego. -
6. Akcje serii E zostaną wyemitowane w drodze subskrypcji zamkniętej w rozumieniu art. 431 § 2 pkt 2 Kodeksu spółek handlowych przeprowadzonej w drodze oferty publicznej w rozumieniu art. 3 § 1 Ustawy o Ofercie. -----
7. Dzień prawa poboru Akcji serii E ustala się na dzień dwudziestego pierwszego grudnia dwa tysiące siedemnastego roku (2017-12-21).-----
8. Za każdą jedną akcją Spółki posiadaną na koniec dnia ustalenia prawa poboru, akcjonariuszowi przysługuje jedno jednostkowe prawo poboru, przy czym jedno prawo poboru uprawnia do objęcia 1 (jednej) Akcji serii E. -
9. Walne Zgromadzenie Spółki ustala cenę emisyjną Akcji serii E na kwotę 4,10 zł (cztery złote dziesięć groszy). -----
10. Zgodnie z postanowieniami art. 436 § 1 Kodeksu spółek handlowych wykonanie prawa poboru nastąpi w jednym terminie, w którym składane są zarówno zapisy podstawowe, jak i zapisy dodatkowe. Ułamkowe części Akcji serii E nie będą przydzielane, jak również Akcje serii E nie będą przydzielane kilku inwestorom łącznie. W przypadku, gdy liczba Akcji serii E, przypadających danemu akcjonariuszowi z tytułu prawa poboru, nie będzie liczbą całkowitą, ulegnie ona zaokrągleniu w dół do najbliższej liczby całkowitej. -----
11. Termin, do którego dotychczasowi akcjonariusze będą mogli wykonać prawo poboru zostanie ustalony i ogłoszony przez Zarząd Spółki zgodnie z przepisami prawa.-----

§ 2.

1. Walne Zgromadzenie postanawia o dematerializacji, w rozumieniu przepisów Ustawy o Obrocie Akcji serii E lub praw do Akcji serii E. -----
2. Walne Zgromadzenie postanawia o ubieganiu się przez Spółkę o wprowadzenie Akcji serii E lub praw do Akcji serii E do obrotu w

Alternatywnym Systemie Obrotu na rynku NewConnect prowadzonym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. -----

§ 3.

Walne Zgromadzenie upoważnia Zarząd Spółki do dokonania wszelkich czynności faktycznych i prawnych niezbędnych do prawidłowego wykonania niniejszej uchwały stosownie do obowiązujących przepisów prawa, a w szczególności do: -----

- 1/ określenia szczegółowych warunków przeprowadzenia oferty publicznej Akcji serii E, w tym w szczególności określenia: -----
 - a. terminów otwarcia i zamknięcia subskrypcji Akcji serii E,-----
 - b. zasad dystrybucji Akcji serii E,-----
 - c. sposobu i warunków składania zapisów na Akcje serii E oraz zasad ich opłacenia, -----
 - d. zasad dokonania przydziału Akcji serii E,-----
 - e. ustalenia szczegółowych zasad przydziału i dokonania przydziału Akcji serii E, nieobjętych w ramach prawa poboru, z uwzględnieniem art. 436 § 4 Kodeksu spółek handlowych, -----
- 2/ dokonania przydziału Akcji serii E oraz wszelkich czynności związanych z podwyższeniem kapitału zakładowego Spółki,-----
- 3/ podjęcia wszelkich działań mających na celu wprowadzenie Akcji serii E lub praw do Akcji serii E do obrotu w Alternatywnym Systemie Obrotu na rynku NewConnect prowadzonym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A., -----
- 4/ podjęcia wszelkich działań mających na celu dokonanie dematerializacji Akcji serii E lub praw do Akcji serii E, w tym do podjęcia wszelkich niezbędnych działań mających na celu zawarcie z Krajowym Depozytem Papierów Wartościowych S.A. umowy o rejestrację Akcji serii E lub praw do Akcji serii E w depozycie papierów wartościowych,-----
- 5/ złożenia oświadczenia o wysokości objętego kapitału zakładowego, celem dostosowania wysokości kapitału zakładowego w Statucie Spółki stosownie do treści art. 310 § 2 i § 4 w związku z art. 431 § 7 Kodeksu spółek handlowych.-----

§ 4.

W związku z podwyższeniem kapitału zakładowego Walne Zgromadzenie Spółki postanawia zmienić § 10 ust. 1 Statutu Spółki, nadając mu nowe następujące brzmienie:-----

„§ 10.

1. Kapitał zakładowy Spółki wynosi nie mniej niż 670.000,50 zł (sześćset siedemdziesiąt tysięcy złotych pięćdziesiąt groszy) i nie więcej niż 1.340.000,00 zł (jeden milion trzysta czterdzieści tysięcy złotych) i dzieli się na: -----

- a) 198.000 (sto dziewięćdziesiąt osiem tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii A1, -----
- b) 2.000 (dwa tysiące) akcji zwykłych na okaziciela serii A2, -----
- c) 400.000 (czteryście tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii B, -----
- d) 600.000 (sześćset tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii C, -----
- e) 140.000 (sto czterdzieści tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii D, -
- f) nie mniej niż 1 (jedną) i nie więcej niż 1.340.000 (jeden milion trzysta czterdzieści tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii E, -----
o wartości nominalnej 0,50 zł (pięćdziesiąt groszy) każda". -----

§ 5.

Uchwała wchodzi w życie z chwilą podjęcia, z zachowaniem przepisów Kodeksu spółek handlowych. -----

Przewodniczący stwierdził, że: -----

- w głosowaniu brali udział akcjonariusze reprezentujący 267.099 (dwieście sześćdziesiąt siedem tysięcy dziewięćdziesiąt dziewięć) akcji, z których oddano 267.099 (dwieście sześćdziesiąt siedem tysięcy dziewięćdziesiąt dziewięć) ważnych głosów, co stanowi 19,93% akcji w kapitale zakładowym Spółki, -----
- oddano 267.099 (dwieście sześćdziesiąt siedem tysięcy dziewięćdziesiąt dziewięć) głosów za, -----
- nie oddano głosów przeciw, -----
- żaden akcjonariusz nie wstrzymał się od głosu. -----

Przewodniczący stwierdził, że powyższa Uchwała nr 3 została podjęta jednomyślnie w głosowaniu jawnym, -----

Ze względu na fakt, iż podwyższenie kapitału zakładowego realizowane na podstawie Uchwały nr 3 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia z dnia 5 grudnia 2017 roku było podwyższeniem „widełkowym”, Zarząd Spółki w dniu 14 lutego 2018 roku przed notariusz Ewelina Stygar – Jarosińska w kancelarii notarialnej w Warszawie (Rep. A 899/2018) , działając na podstawie art. 431 § 7 w zw. z art. 310 § 2 KSH złożył oświadczenie o dookreśleniu kapitału zakładowego Spółki.

Podwyższenie kapitału zakładowego dokonane w oparciu o Uchwałę nr 3 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Emitenta z dnia 5 grudnia 2017 roku zostało zarejestrowane postanowieniem Sądu z dnia 15 marca 2018 roku.

5a. Określenie czy akcje zostały objęte za gotówkę, za wkłady pieniężne w inny sposób, czy za wkłady niepieniężne wraz z krótkim opisem sposobu ich pokrycia

Akcje serii E zostały objęte za gotówkę, w ten sposób, że 167.199 akcji serii E zostało objętych za cenę emisyjną 4,10 zł każda, tj. za łączną cenę emisyjną 685.515,90 zł.

6. Oznaczenie dat, od których akcje uczestniczą w dywidendzie

Stosownie do treści art. 347 § 1 KSH akcjonariusze mają prawo do udziału w zysku wykazanym w sprawozdaniu finansowym, zbadanym przez biegłego rewidenta, który został przeznaczony przez walne zgromadzenie do wypłaty akcjonariuszom. Zgodnie zaś z art. 348 § 2 KSH uprawnionymi

do dywidendy za rok obrotowy są akcjonariusze, którym przysługiwały akcje w dniu powzięcia uchwały o podziale zysku. Stosownie zaś do treści art. 348 § 1 KSH kwota przeznaczona do podziału między akcjonariuszy nie może przekraczać zysku za ostatni rok obrotowy, powiększonego o niepodzielone zyski z lat ubiegłych oraz o kwoty przeniesione z utworzonych z zysku kapitałów zapasowego i rezerwowych, które mogą być przeznaczone na wypłatę dywidendy. Kwotę tę należy pomniejszyć o niepokryte straty, akcje własne oraz o kwoty, które zgodnie z ustawą (KSH) lub statutem powinny być przeznaczone z zysku za ostatni rok obrotowy na kapitały zapasowy lub rezerwowe.

Statut Emitenta nie przewiduje żadnego uprzywilejowania co do dywidendy.

Zgodnie z art. 348 § 3 KSH Zwyczajne Walne Zgromadzenie Emitenta ustala dzień, według którego ustala się listę akcjonariuszy uprawnionych do dywidendy za dany rok obrotowy (dzień dywidendy) oraz termin wypłaty dywidendy, przy czym dzień dywidendy może być wyznaczony na dzień powzięcia uchwały albo w okresie kolejnych trzech miesięcy, licząc od tego dnia.

Akcje serii E będą uczestniczyć w dywidendzie na następujących warunkach:

- a) Akcje serii E wydane lub zapisane po raz pierwszy na rachunku papierów wartościowych najpóźniej w dniu dywidendy ustalonym w uchwale Walnego Zgromadzenia w sprawie podziału zysku, uczestniczą w dywidendzie począwszy od zysku za poprzedni rok obrotowy, tzn. od dnia 1 stycznia roku obrotowego poprzedzającego bezpośrednio rok, w którym akcje te zostały wydane lub zapisane po raz pierwszy na rachunku papierów wartościowych,
- b) Akcje serii E wydane lub zapisane po raz pierwszy na rachunku papierów wartościowych w dniu przypadającym po dniu dywidendy ustalonym w uchwale Walnego Zgromadzenia w sprawie podziału zysku, uczestniczą w dywidendzie począwszy od zysku za rok obrotowy, w którym akcje te zostały wydane lub zapisane po raz pierwszy na rachunku papierów wartościowych, tzn. od dnia 1 stycznia tego roku obrotowego.

W związku z faktem, iż Zwyczajne Walne Zgromadzenie Emitenta w dniu 29 czerwca 2018 roku podjęło m.in. uchwałę nr 4 o przeznaczeniu całości zysku netto za 2017 roku na kapitał zapasowy Spółki, dywidenda za 2017 rok nie zostanie wypłacona.

Poniżej zamieszczono treść uchwały nr 4 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia z dnia 29 czerwca 2018 roku:

Uchwała nr 4

Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia

spółki pod firmą

BIT EVIL spółka akcyjna

z siedzibą w Warszawie

z dnia 29 czerwca 2018 roku

w sprawie podziału zysku netto za rok obrotowy 2017

§ 1.

Zwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki, działając na podstawie art. 393 pkt 1 Kodeksu spółek handlowych, postanawia przeznaczyć zysk netto za rok obrotowy 2017 w kwocie 83.547,16 zł (osiemdziesiąt trzy tysiące pięćset czterdzieści siedem złotych szesnaście groszy) w całości na kapitał zapasowy Spółki.

§ 2.

Uchwała wchodzi w życie z chwilą powzięcia.

Przewodnicząca stwierdziła, że:

- w głosowaniu brali udział akcjonariusze reprezentujący 206.695 (dwieście sześć tysięcy sześćset dziewięćdziesiąt pięć) akcji, z których oddano 206.695 (dwieście sześć tysięcy sześćset dziewięćdziesiąt pięć) ważnych głosów, co stanowi 13,71% akcji w kapitale zakładowym Spółki,
- oddano 206.695 (dwieście sześć tysięcy sześćset dziewięćdziesiąt pięć) głosów za,
- nie oddano głosów przeciw,
- żaden akcjonariusz nie wstrzymał się od głosu.

Przewodnicząca stwierdziła, że powyższa Uchwała nr 4 została podjęta jednogłośnie w głosowaniu jawnym.

7. Streszczenie praw i obowiązków z instrumentów finansowych, przewidzianych świadczeń dodatkowych na rzecz Emitenta ciążących na nabywcy, a także przewidzianych w statucie lub przepisach prawa obowiązkach uzyskania przez nabywcę lub zbywcę odpowiednich zezwoleń lub obowiązku dokonania określonych zawiadomień

Akcje objęte niniejszym Dokumentem Informacyjnym nie są uprzywilejowane w jakikolwiek sposób, w szczególności nie są uprzywilejowane co do prawa głosu, prawa do dywidendy oraz co do podziału majątku w przypadku likwidacji Emitenta. Prawa i obowiązki związane ze wskazanymi powyżej instrumentami finansowymi są określone w Kodeksie Spółek Handlowych, Statucie Emitenta, ustawie o obrocie instrumentami finansowymi oraz w innych przepisach prawa.

Zgodnie z art. 337 § 1 KSH akcje są zbywalne. Od tej generalnej zasady jest wyjątek określony w § 2 tego artykułu, który stanowi, że statut spółki może uzależnić rozporządzenie akcjami imiennymi od zgody spółki albo w inny sposób ograniczyć możliwość rozporządzenia akcjami imiennymi. Statut Emitenta nie zawiera żadnych ograniczeń odnośnie przenoszenia praw z akcji imiennych.

Zgodnie z treścią Statutu Emitenta akcje serii E są akcjami zwykłymi na okaziciela. Według Statutu Emitenta z akcjami nie są związane jakiegokolwiek ograniczenia co do przenoszenia praw z akcji, zabezpieczenia ani świadczenia dodatkowe.

Prawa majątkowe przysługujące akcjonariuszom Spółki

Akcjonariuszowi Spółki przysługują następujące prawa o charakterze majątkowym:

- 1) Prawo do dywidendy, to jest prawo do udziału w zysku spółki, wykazanym w sprawozdaniu finansowym, zbadanym przez biegłego rewidenta, przeznaczonym przez walne zgromadzenie do wypłaty akcjonariuszom (art. 347 KSH). Zysk przeznaczony do wypłaty akcjonariuszom rozdziela się w stosunku do liczby akcji. Zgodnie z art. 347 § 2 KSH, jeżeli akcje nie są całkowicie pokryte, zysk rozdziela się w stosunku do dokonanych wpłat na akcje. Uprawnionymi do dywidendy za dany rok obrotowy są akcjonariusze, którym przysługiwały akcje w dniu dywidendy, który może zostać wyznaczony przez zwyczajne walne zgromadzenie na dzień powzięcia uchwały o podziale zysku albo w okresie kolejnych trzech miesięcy, licząc od tego dnia. Jeżeli uchwała walnego zgromadzenia takiego dnia nie określa, dywidenda jest wypłacana w dniu określonym przez radę nadzorczą (art. 348 KSH). Ustalając dzień dywidendy walne zgromadzenie powinno jednak wziąć pod uwagę regulacje KDPW i GPW. Z uwagi na fakt, że rokiem obrotowym Emitenta jest rok kalendarzowy, zwyczajne walne zgromadzenie powinno odbyć się w terminie do końca czerwca. Statut Emitenta nie zawiera żadnych szczególnych regulacji dotyczących sposobu podziału zysku (w szczególności nie przewiduje w tym zakresie żadnego uprzywilejowania dla niektórych akcji), tym samym na każdą akcję przypada dywidenda

w takiej samej wysokości. Ponadto, Statut Emitenta nie przewiduje upoważnienia zarządu do wypłaty zaliczki na poczet dywidendy. Informacje dotyczące wypłaty dywidendy będą ogłaszane w formie raportów bieżących.

Statut Emitenta nie zawiera postanowień regulujących kwestię odbioru dywidendy w sposób odmienny od postanowień KSH i regulacji KDPW, w związku z czym w tym zakresie Emitenta będą obowiązywać warunki odbioru dywidendy ustalone zgodnie z zasadami znajdującymi zastosowanie dla spółek publicznych:

- Zgodnie z § 106 ust. 1 Szczegółowych Zasad Działania KDPW, Emitent jest zobowiązany poinformować KDPW o wysokości dywidendy przypadającej na jedną akcję, o dniu ustalenia prawa do dywidendy („dniu dywidendy” – zgodnie z określeniem zawartym w przepisach KSH) oraz o terminie wypłaty dywidendy, przesyłając niezwłocznie, lecz nie później niż 5 dni przed dniem dywidendy, uchwałę właściwego organu spółki w tych sprawach. Dzień wypłaty może przypadać najwcześniej dziesiątego dnia po dniu dywidendy (§ 106 ust. 2 Szczegółowych Zasad Działania KDPW). KDPW przekazuje powyższe informacje wszystkim uczestnikom bezpośrednim, którzy ustalają liczbę papierów wartościowych dających prawo do dywidendy, znajdujących się na prowadzonych przez nich rachunkach.
- Uczestnicy przesyłają do KDPW informacje o: wysokości środków pieniężnych, które powinny zostać przekazane uczestnikowi w związku z wypłatą dywidendy, z uwzględnieniem obowiązków uczestnika wynikających z wykonywani funkcji płatnika podatku dochodowego od osób fizycznych od dochodów z dywidend; łącznej kwocie należnego podatku dochodowego od osób prawnych, który powinien zostać pobrany przez Emitenta od dywidend wypłacanych za pośrednictwem uczestnika; liczbie podatników, będących podatnikami podatku dochodowego od osób prawnych.
- W dniu wypłaty Emitent obowiązany jest postawić do godziny 11:30 do dyspozycji KDPW środki przeznaczone na realizację prawa do dywidendy na wskazanym przez KDPW rachunku pieniężnym lub rachunku bankowym (§ 112 Szczegółowych Zasad Działania KDPW). Następnie środki otrzymane od Emitenta są rozdzielone przez KDPW na poszczególne rachunki pieniężne lub rachunki bankowe uczestników bezpośrednich, którzy następnie przekazują je na poszczególne rachunki papierów wartościowych osób uprawnionych do dywidendy (akcjonariuszy). Rachunki te prowadzone są przez poszczególne domy maklerskie.

W następstwie podjęcia uchwały o przeznaczeniu zysku do podziału akcjonariusze nabywają roszczenie o wypłatę dywidendy. Roszczenie o wypłatę dywidendy staje się wymagalne z dniem wskazanym w uchwale walnego zgromadzenia i podlega przedawnieniu na zasadach ogólnych. Roszczenie o wypłatę dywidendy – jako roszczenie majątkowe – ulega przedawnieniu, zgodnie z art. 117, 118 i 120 ust. 1 Kodeksu cywilnego, po upływie 6 lat licząc od ustalonego dnia, w którym miała nastąpić wypłata dywidendy.

Z akcjami Emitenta nie jest związane również inne prawo do udziału w zyskach Emitenta.

- 2) Prawo pierwszeństwa do objęcia nowych akcji w stosunku do liczby posiadanych akcji (prawo poboru); przy zachowaniu wymogów, o których mowa w art. 433 Kodeksu Spółek Handlowych. Prawo poboru odnosi się również do emisji przez Emitenta papierów wartościowych zamiennych na akcje Emitenta lub inkorporujących prawo zapisu na akcje. Akcjonariusz może zostać pozbawiony tego prawa w części lub w całości w interesie Spółki mocą uchwały walnego zgromadzenia podjętej większością co najmniej czterech piątych głosów. Przepisu o wymogu uzyskania większości co najmniej $\frac{4}{5}$ głosów nie stosuje się, gdy uchwała o podwyższeniu kapitału zakładowego stanowi, że nowe akcje mają być objęte w całości przez instytucję finansową (subemitenta), z obowiązkiem oferowania ich następnie akcjonariuszom celem umożliwienia im wykonania prawa poboru na warunkach określonych w uchwale oraz gdy

uchwała stanowi, że nowe akcje mają być objęte przez subemitenta w przypadku, gdy akcjonariusze, którym służy prawo poboru, nie obejmą części lub wszystkich oferowanych im akcji. Pozbawienie akcjonariuszy prawa poboru akcji może nastąpić w przypadku, gdy zostało to zapowiedziane w porządku obrad walnego zgromadzenia.

- 3) Prawo do udziału w majątku Spółki pozostałym po zaspokojeniu lub zabezpieczeniu wierzycieli w przypadku jej likwidacji. Zgodnie z postanowieniami art. 474 § 1 KSH, podział między akcjonariuszy majątku pozostałego po zaspokojeniu lub zabezpieczeniu wierzycieli nie może nastąpić przed upływem roku od dnia ostatniego ogłoszenia o otwarciu likwidacji i wezwaniu wierzycieli. Majątek pozostały po zaspokojeniu lub zabezpieczeniu wierzycieli spółki, stosowanie do art. 474 § 2 KSH, dzieli się pomiędzy akcjonariuszy spółki w stosunku do dokonanych przez każdego z akcjonariuszy wpłat na kapitał zakładowy spółki. Wielkość wpłat na kapitał zakładowy spółki przez danego akcjonariusza ustala się w oparciu o liczbę i wartość posiadanych przez niego akcji. Statut Emitenta nie przewiduje żadnego uprzywilejowania w tym zakresie.
- 4) Prawo do zbywania posiadanych akcji i praw do akcji. Zgodnie z art. 337 § 1 KSH akcje są zbywalne. Akcjonariusz spółki publicznej może przenieść akcje w okresie między dniem rejestracji uczestnictwa w Walnym Zgromadzeniu Spółki (record date) a dniem zakończenia Walnego Zgromadzenia Spółki (art. 406⁴ KSH). W statucie Emitenta nie zostały zawarte żadne postanowienia ograniczające to prawo. Ograniczenia w zakresie możliwości przenoszenia praw z akcji Emitenta wynikają z obowiązujących przepisów prawa, w szczególności z Ustawy o obrocie, Ustawy o ofercie publicznej oraz Ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.
- 5) Prawo do ustanowienia zastawu lub użytkowania na akcjach. W okresie, gdy akcje dopuszczone do publicznego obrotu, na których ustanowiono zastaw lub użytkowanie, są zapisane na rachunkach papierów wartościowych w domu maklerskim lub w banku prowadzącym rachunki papierów wartościowych, prawo głosu z tych akcji przysługuje akcjonariuszowi (art. 340 § 3 KSH).
- 6) Prawo związane z wykupem akcji - zgodnie z art. 416 § 4 i 417 § KSH skuteczność uchwały w sprawie istotnej zmiany przedmiotu działalności spółki zależy od wykupienia akcji tych akcjonariuszy, którzy nie zgadzają się na tę zmianę, o ile w statucie spółki nie został zamieszczony zapis, przewidujący możliwość istotnej zmiany przedmiotu działalności spółki bez konieczności wykupu akcji w sytuacji gdy uchwała zostanie podjęta większością dwóch trzecich głosów w obecności osób reprezentujących co najmniej połowę kapitału zakładowego. Statut Emitenta nie zawiera postanowień, zgodnie z którymi istotna zmiana przedmiotu działalności Emitenta dokonana z zachowaniem warunków określonych w przepisie 417 § 4 KSH nie wymagałaby wykupu akcji Spółki od akcjonariuszy, którzy nie zgadzają się na zmianę.

Prawa korporacyjne przysługujące akcjonariuszom Spółki

Akcjonariuszom Spółki przysługują następujące uprawnienia związane z uczestnictwem w Spółce:

- 1) Roszczenie o wydanie dokumentu akcji. Zgodnie z art. 328 § 5 i § 6 KSH, Akcjonariusz nabywa roszczenie o wydanie dokumentu akcji w terminie miesiąca od dnia rejestracji spółki. Zarząd zobowiązany jest wydać dokumenty akcji w terminie tygodnia od dnia zgłoszenia roszczenia przez akcjonariusza. Akcjonariuszowi spółki publicznej posiadającemu akcje zdematerializowane przysługuje uprawnienie do imiennego świadectwa depozytowego wystawionego przez podmiot prowadzący rachunek papierów wartościowych zgodnie z przepisami o obrocie instrumentami finansowymi oraz do imiennego zaświadczenia o prawie uczestnictwa w walnym zgromadzeniu spółki publicznej.

Na żądanie posiadacza rachunku papierów wartościowych, podmiot prowadzący ten rachunek wystawia mu na piśmie, oddzielnie dla każdego rodzaju papierów wartościowych, imienne świadectwo

depozytowe. Świadczenie potwierdza legitymację do realizacji uprawnień wynikających z papierów wartościowych wskazanych w jego treści, które nie są lub nie mogą być realizowane wyłącznie na podstawie zapisów na rachunku papierów wartościowych (art. 9 Ustawy o obrocie).

Uprawnionemu ze zdematerializowanych akcji na okaziciela spółki publicznej przysługuje prawo do żądania od podmiotu prowadzącego rachunek papierów wartościowych wystawienia imiennego zaświadczenia o prawie uczestnictwa w walnym zgromadzeniu. Żądanie winno zostać zgłoszone nie wcześniej niż po ogłoszeniu o zwołaniu walnego zgromadzenia i nie później niż w pierwszym dniu powszednim po dniu rejestracji uczestnictwa w walnym zgromadzeniu (art. 406³ § 2 KSH). Na żądanie uprawnionego ze zdematerializowanych akcji na okaziciela w treści zaświadczenia powinna zostać wskazana część lub wszystkie akcje zarejestrowane na jego rachunku papierów wartościowych.

- 2) Prawo do uczestnictwa w walnym zgromadzeniu (art. 412 KSH). Prawo do uczestniczenia w walnym zgromadzeniu spółki publicznej mają tylko osoby będące akcjonariuszami Spółki na szesnaście dni przed datą walnego zgromadzenia (dzień rejestracji uczestnictwa w walnym zgromadzeniu). Dzień rejestracji uczestnictwa w walnym zgromadzeniu jest jednolity dla uprawnionych z akcji na okaziciela i akcji imiennych. Uprawnieni z akcji imiennych i świadectw tymczasowych oraz zastawnicy i użytkownicy, którym przysługuje prawo głosu, mają prawo uczestniczenia w walnym zgromadzeniu spółki publicznej, jeżeli są wpisani do księgi akcyjnej w dniu rejestracji uczestnictwa w walnym zgromadzeniu. (art. 406² KSH). Na żądanie uprawnionego ze zdematerializowanych akcji na okaziciela spółki publicznej zgłoszone nie wcześniej niż po ogłoszeniu o zwołaniu walnego zgromadzenia i nie później niż w pierwszym dniu powszednim po dniu rejestracji uczestnictwa w walnym zgromadzeniu, podmiot prowadzący rachunek papierów wartościowych wystawia imienne zaświadczenie o prawie uczestnictwa w walnym zgromadzeniu (art. 406³ § 2 KSH).
- 3) Prawo do głosowania na walnym zgromadzeniu (art. 411 § 1 KSH). Akcjonariusz może wykonywać prawo głosu osobiście lub przez pełnomocnika (art. 412 § 1 KSH). Każda akcja, jeśli nie jest uprzywilejowana, daje prawo do jednego głosu na walnym zgromadzeniu. Na walnym zgromadzeniu akcjonariusz może głosować odmiennie z każdej z posiadanych akcji (art. 411³ KSH). W spółce publicznej członek zarządu i pracownik spółki może być pełnomocnikiem na walnym zgromadzeniu (art. 412² KSH). Zgodnie z art. 412² § 3 KSH, jeżeli pełnomocnikiem akcjonariusza jest członek zarządu lub inna osoba wymieniona w tym artykule pełnomocnictwo może upoważniać do reprezentowania tylko na jednym walnym zgromadzeniu. Art. 412² § 4 pełnomocnik, o którym mowa w § 3, głosuje zgodnie z instrukcjami udzielonymi przez akcjonariusza.
- 4) Prawo żądania zarządzenia tajnego głosowania. Zgodnie z art. 420 § 2 KSH każdy z akcjonariuszy obecnych lub reprezentowanych na walnym zgromadzeniu ma prawo żądania zarządzenia tajnego głosowania, niezależnie od charakteru podejmowanej uchwały.
- 5) Z prawem do udziału w walnym zgromadzeniu związane jest prawo zwołania i prawo do żądania zwołania nadzwyczajnego walnego zgromadzenia, a także prawo do umieszczenia określonych spraw w porządku obrad i zgłaszania projektów uchwał (art. 309 - 401 KSH).
 - a. Prawo zwołania nadzwyczajnego walnego zgromadzenia przyznane zostało akcjonariuszom reprezentującym co najmniej połowę kapitału zakładowego lub co najmniej połowę ogółu głosów w Spółce. Akcjonariusze wyznaczają przewodniczącego tego zgromadzenia. (art. 399 § 3 KSH).
 - b. Prawo do złożenia wniosku o zwołanie nadzwyczajnego walnego zgromadzenia przysługuje akcjonariuszom posiadającym co najmniej jedną dwudziestą kapitału zakładowego Spółki (art. 400 § 1 KSH). We wniosku o zwołanie walnego zgromadzenia należy wskazać sprawy wnoszone pod jego obrady. Jeżeli w terminie dwóch tygodni od dnia przedstawienia żądania Zarządowi nie zostanie zwołane nadzwyczajne walne

zgromadzenie, sąd rejestrowy może upoważnić do zwołania nadzwyczajnego walnego zgromadzenia akcjonariuszy występujących z tym żądaniem. Sąd wyznacza przewodniczącego tego zgromadzenia (art. 400 § 3 KSH).

- c. Akcjonariuszowi lub akcjonariuszom posiadającym co najmniej jedną dwudziestą kapitału zakładowego Spółki przysługuje prawo do złożenia wniosku o umieszczenie określonych spraw w porządku obrad najbliższego walnego zgromadzenia (art. 401 § 1 KSH). W spółce publicznej żądanie to powinno zostać zgłoszone Zarządowi nie później niż na dwadzieścia jeden dni przed wyznaczonym terminem zgromadzenia. We wniosku o zwołanie walnego zgromadzenia należy zamieścić uzasadnienie lub projekt uchwały dotyczącej proponowanego punktu porządku obrad. Żądanie może zostać złożone w postaci elektronicznej (art. 401 § 1 KSH). Jeżeli w terminie dwóch tygodni od dnia przedstawienia żądania Zarządowi nie zostanie zwołane nadzwyczajne walne zgromadzenie, sąd rejestrowy może upoważnić do zwołania nadzwyczajnego walnego zgromadzenia akcjonariuszy występujących z tym żądaniem. Sąd wyznacza przewodniczącego tego zgromadzenia (art. 400 § 3 KSH).
- 6) Akcjonariuszom lub akcjonariuszowi spółki publicznej reprezentującym co najmniej jedną dwudziestą kapitału zakładowego Spółki zostało przyznane prawo do zgłaszania Spółce przed terminem walnego zgromadzenia na piśmie lub przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej projektów uchwał dotyczących spraw wprowadzonych do porządku obrad walnego zgromadzenia lub spraw, które mają zostać wprowadzone do porządku obrad (art. 401 § 4 KSH). Każdy z akcjonariuszy może podczas walnego zgromadzenia zgłaszać projekty uchwał dotyczące spraw wprowadzonych do porządku obrad (art. 401 § 5 KSH).
- 7) Każdy akcjonariusz ma ponadto prawo do żądania wydania odpisu wniosków w sprawach objętych porządkiem obrad w terminie tygodnia przed walnym zgromadzeniem (art. 407 § 2 KSH).
- 8) Prawo do uzyskania informacji o Spółce w zakresie i w sposób określony przepisami prawa, w szczególności zgodnie z art. 428 KSH, podczas obrad walnego zgromadzenia Zarząd jest obowiązany do udzielenia akcjonariuszowi na jego żądanie informacji dotyczących Spółki, jeżeli jest to uzasadnione dla oceny sprawy objętej porządkiem obrad, Zarząd odmawia udzielenia informacji, jeżeli mogłoby to wyrządzić szkodę spółce, spółce z nią powiązanej albo spółce lub spółdzielni zależnej, w szczególności przez ujawnienie tajemnic technicznych, handlowych lub organizacyjnych przedsiębiorstwa. Członek Zarządu może odmówić udzielenia informacji, jeżeli udzielenie informacji mogłoby stanowić podstawę jego odpowiedzialności karnej, cywilnoprawnej bądź administracyjnej. Odpowiedź uznaje się za udzieloną, jeżeli odpowiednie informacje są dostępne na stronie internetowej spółki w miejscu wydzielonym na zadawanie pytań przez akcjonariuszy i udzielanie im odpowiedzi. W przypadku, o którym mowa w art. 428 § 1 KSH, zarząd może udzielić informacji na piśmie poza walnym zgromadzeniem, jeżeli przemawiają za tym ważne powody. Zarząd jest obowiązany udzielić informacji nie później niż w terminie dwóch tygodni od dnia zgłoszenia żądania podczas walnego zgromadzenia. W przypadku zgłoszenia przez akcjonariusza poza walnym zgromadzeniem wniosku o udzielenie informacji dotyczących spółki, zarząd może udzielić akcjonariuszowi informacji na piśmie przy uwzględnieniu ograniczeń wynikających z przepisu § 2 tego artykułu. W dokumentacji przedkładanej najbliższemu walnemu zgromadzeniu, zarząd ujawnia na piśmie informacje udzielone akcjonariuszowi poza walnym zgromadzeniem wraz z podaniem daty ich przekazania i osoby, której udzielono informacji. Informacje przedkładane najbliższemu walnemu zgromadzeniu mogą nie obejmować informacji podanych do wiadomości publicznej oraz udzielonych podczas walnego zgromadzenia. Akcjonariusz, któremu odmówiono ujawnienia żądanej informacji podczas obrad walnego zgromadzenia i który zgłosił sprzeciw do protokołu, może złożyć wniosek do Sądu Rejestrowego o zobowiązanie Zarządu do udzielenia informacji (art. 429 KSH). Akcjonariusz może również

złożyć wniosek do sądu rejestrowego o zobowiązanie spółki do ogłoszenia informacji udzielonych innemu akcjonariuszowi poza walnym zgromadzeniem.

- 9) Prawo do zaskarżania uchwał walnego zgromadzenia na zasadach określonych w art. 422–427 KSH. Uchwała walnego zgromadzenia sprzeczna ze statutem bądź dobrymi obyczajami i godząca w interes spółki lub mająca na celu pokrzywdzenie akcjonariusza może być zaskarżona w drodze wytoczonego przeciwko spółce powództwa o uchylenie uchwały. Prawo do wytoczenia powództwa o uchylenie uchwały walnego zgromadzenia przysługuje:
- zarządowi, radzie nadzorczej oraz poszczególnym członkom tych organów,
 - akcjonariuszowi, który głosował przeciwko uchwale, a po jej powzięciu zażądał zaprotokołowania sprzeciwu; wymóg głosowania nie dotyczy akcjonariusza akcji niemej,
 - akcjonariuszowi bezzasadnie niedopuszczonemu do udziału w walnym zgromadzeniu,
 - akcjonariuszom, którzy nie byli obecni na walnym zgromadzeniu, jedynie w przypadku wadliwego zwołania walnego zgromadzenia lub też powzięcia uchwały w sprawie nieobjętej porządkiem obrad.

W przypadku spółki publicznej termin do wniesienia powództwa wynosi miesiąc od dnia otrzymania wiadomości o uchwale, nie później jednak niż trzy miesiące od dnia powzięcia uchwały.

Podmiotom wskazanym powyżej przysługuje prawo do wytoczenia przeciwko spółce powództwa o stwierdzenie nieważności uchwały walnego zgromadzenia sprzecznej z ustawą. Powództwo o stwierdzenie nieważności uchwały walnego zgromadzenia spółki publicznej powinno być wniesione w terminie trzydziestu dni od dnia jej ogłoszenia, nie później jednak niż w terminie roku od dnia powzięcia uchwały (art. 424 § 2 KSH).

- 10) Prawo do żądania wyboru rady nadzorczej oddzielnymi grupami. Zgodnie z art. 385 § 3 KSH na wniosek akcjonariuszy, reprezentujących co najmniej jedną piątą część kapitału zakładowego wybór rady nadzorczej powinien być dokonany przez najbliższe walne zgromadzenie w drodze głosowania oddzielnymi grupami. Podczas wyboru rady nadzorczej oddzielnymi grupami każdej akcji (za wyjątkiem akcji niemych) przysługuje jeden głos bez przywilejów lub ograniczeń.
- 11) Prawo do żądania zbadania przez biegłego określonego zagadnienia związanego z utworzeniem spółki publicznej lub prowadzeniem jej spraw (rewident do spraw szczególnych) – art. 84 ust. 1 ustawy o ofercie; uchwałę w tym przedmiocie podejmuje walne zgromadzenie na wniosek akcjonariusza lub akcjonariuszy, posiadających co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu; jeżeli walne zgromadzenie oddali wniosek o wyznaczenie rewidenta do spraw szczególnych, wnioskodawcy mogą wystąpić o wyznaczenie takiego rewidenta do Sądu Rejestrowego w terminie 14 dni od powzięcia uchwały.
- 12) Prawo do przeglądania w lokalu spółki listy akcjonariuszy uprawnionych do uczestnictwa w walnym zgromadzeniu oraz żądania odpisu listy za zwrotem kosztów jego sporządzenia (art. 407 § 1 KSH). Lista akcjonariuszy uprawnionych do uczestnictwa w walnym zgromadzeniu, podpisana przez zarząd, zawierająca nazwiska i imiona albo firmy (nazwy) uprawnionych, ich miejsce zamieszkania (siedzibę), liczbę, rodzaj i numery akcji oraz liczbę przysługujących im głosów, powinna być wyłożona w lokalu zarządu przez trzy dni powszednie przed odbyciem walnego zgromadzenia. Akcjonariusz spółki publicznej może żądać przesłania mu listy akcjonariuszy nieodpłatnie pocztą elektroniczną, podając adres, na który lista powinna być wysłana (art. 407 § 1¹ KSH).
- 13) Prawo do złożenia wniosku o sprawdzenie listy obecności na walnym zgromadzeniu przez wybraną w tym celu komisję, złożoną co najmniej z trzech osób. Wniosek mogą złożyć

akcjonariusze, posiadający jedną dziesiątą kapitału zakładowego reprezentowanego na tym walnym zgromadzeniu. Wnioskodawcy mają prawo wyboru jednego członka komisji (art. 410 § 2 KSH).

- 14) Prawo do żądania wydania odpisów sprawozdania Zarządu z działalności Spółki i sprawozdania finansowego wraz z odpisem sprawozdania Rady Nadzorczej oraz opinii biegłego rewidenta najpóźniej na piętnaście dni przed walnym zgromadzeniem (art. 395 § 4 KSH).
- 15) Prawo do przeglądania księgi protokołów oraz żądania wydania poświadczonych przez Zarząd odpisów uchwał (art. 421 § 3 KSH). Wypis z protokołu wraz z dowodami zwołania walnego zgromadzenia oraz z pełnomocnictwami udzielonym przez akcjonariuszy Zarząd dołącza do księgi protokołów. W protokole należy stwierdzić prawidłowość zwołania walnego zgromadzenia i jego zdolność do powzięcia uchwał, wymienić powzięte uchwały, liczbę głosów oddanych za każdą uchwałą i zgłoszone sprzeciwy. Do protokołu należy dołączyć listę obecności z podpisami uczestników walnego zgromadzenia. Dowody zwołania walnego zgromadzenia zarząd powinien dołączyć do księgi protokołów.
- 16) Prawo do wniesienia pozwu o naprawienie szkody wyrządzonej Spółce na zasadach określonych w art. 486 i 487 KSH, jeżeli Spółka nie wytoczy powództwa o naprawienie wyrządzonej jej szkody w terminie roku od dnia ujawnienia czynu wyrządzającego szkodę. Jeżeli powództwo okaże się nieuzasadnione, a powód, wnosząc je, działał w złej wierze lub dopuścił się rażącego niedbalstwa, obowiązany jest naprawić szkodę wyrządzoną pozwanemu.
- 17) Prawo do przeglądania dokumentów oraz żądania udostępnienia w lokalu Spółki bezpłatnie odpisów dokumentów, o których mowa w art. 505 § 1 KSH (w przypadku połączenia spółek), w art. 540 § 1 KSH (przypadku podziału Spółki) oraz w art. 561 § 1 KSH (w przypadku przekształcenia Spółki).
- 18) Prawo do przeglądania księgi akcyjnej i żądania wydania odpisu za zwrotem kosztów jego sporządzenia (art. 341 § 7 KSH). Zarząd obowiązany jest prowadzić księgę akcji imiennych i świadectw tymczasowych (księga akcyjna), do której należy wpisywać nazwisko i imię albo firmę (nazwę) oraz siedzibę i adres akcjonariusza albo adres do doręczeń, wysokość dokonanych wpłat, a także, na wniosek osoby uprawnionej, wpis o przeniesieniu akcji na inną osobę wraz z datą wpisu.
- 19) Prawo żądania, aby spółka handlowa, która jest akcjonariuszem Emitenta, udzieliła informacji, czy pozostaje ona w stosunku dominacji lub zależności wobec określonej spółki handlowej albo spółdzielni będącej akcjonariuszem Emitenta albo czy taki stosunek dominacji lub zależności ustał. Akcjonariusz może żądać również ujawnienia liczby akcji lub głosów albo liczby udziałów lub głosów, jakie ta spółka handlowa posiada, w tym także jako zastawnik, użytkownik lub na podstawie porozumień z innymi osobami. Żądanie udzielenia informacji oraz odpowiedzi powinny być złożone na piśmie (art. 6 § 4 i 6 KSH).
- 20) Prawo żądania od pozostałych akcjonariuszy sprzedaży wszystkich posiadanych akcji (przymusowy wykup akcji) przysługujące akcjonariuszowi spółki publicznej, który samodzielnie lub wspólnie z podmiotami od niego zależnymi lub wobec niego dominującymi oraz podmiotami będącymi stronami zawartego z nim porozumienia, o którym mowa w art. 87 ust. 1 pkt 5 ustawy o ofercie publicznej osiągnął lub przekroczył 90% ogólnej liczby głosów w tej spółce (art. 82 Ustawy o ofercie).
- 21) Prawo żądania wykupu posiadanych przez niego akcji przez innego akcjonariusza, który osiągnął lub przekroczył 90% ogólnej liczby głosów w tej spółce (art. 83 Ustawy o ofercie). Takiemu żądaniu są zobowiązani zadośćuczynić solidarnie akcjonariusz, który osiągnął lub przekroczył 90% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu, jak również podmioty

wobec niego zależne i dominujące, w terminie 30 dni od jego zgłoszenia. Obowiązek nabycia akcji od akcjonariusza spoczywa również solidarnie na każdej ze stron porozumienia, o którym mowa w art. 87 ust. 1 pkt 5 Ustawy o ofercie, o ile członkowie tego porozumienia posiadają wspólnie, wraz z podmiotami zależnymi i dominującymi, co najmniej 90% ogólnej liczby głosów.

- 22) Prawo do zamiany akcji na okaziciela na akcje imienne i odwrotnie, z zastrzeżeniem obowiązujących w tym zakresie przepisów prawa (art. 334 § 2 KSH). Zgodnie z postanowieniami art. 334 § 2 KSH, zamiana akcji imiennych na akcje na okaziciela albo odwrotnie może być dokonana na żądanie akcjonariusza, jeżeli ustawa lub statut nie stanowi inaczej. Statut Emitenta w § 11 ust. 2 stanowi, iż „*Zamiana akcji na okaziciela na akcje imienne jest niedopuszczalna*”.
- 23) Prawo do dobrowolnego umorzenia. Zgodnie z postanowieniami art. 359 § 1 KSH, akcje mogą być umorzone w przypadku, gdy Statut tak stanowi. Akcja może być umorzona albo za zgodą akcjonariusza w drodze jej nabycia przez Spółkę (umorzenie dobrowolne), albo bez zgody akcjonariusza (umorzenie przymusowe). Umorzenie dobrowolne nie może być dokonane częściej niż raz w roku obrotowym. Przesłanki i tryb przymusowego umorzenia określa zgodnie z art. 359 § 1 KSH statut spółki. Statutu Emitenta odnosi się jedynie do dobrowolnego umorzenia akcji w związku z czym umorzenie przymusowe nie jest dopuszczalne. Zgodnie z § 11 ust. 2 Statutu Emitenta akcje Spółki mogą być umarżane. Tryb umorzenia dobrowolnego określa uchwała walnego zgromadzenia. Uchwała walnego zgromadzenia o umorzeniu akcji określa sposób umorzenia i warunki umorzenia akcji, a w szczególności podstawę prawną umorzenia, wysokość wynagrodzenia przysługującego akcjonariuszowi akcji umorzonych bądź uzasadnienie umorzenia akcji bez wynagrodzenia oraz sposób obniżenia kapitału zakładowego. Umorzenie akcji z zysku netto może nastąpić nie wcześniej niż po przyjęciu uchwały walnego zgromadzenia w sprawie przyznania dywidendy za ostatni rok obrotowy. Umorzenie akcji wymaga obniżenia kapitału zakładowego Spółki, a uchwała o obniżeniu kapitału zakładowego powinna być podjęta na walnym zgromadzeniu, na którym powzięto uchwałę o umorzeniu akcji. Umorzenie akcji następuje z chwilą obniżenia kapitału zakładowego.
- 24) Prawo żądania uzupełnienia liczby likwidatorów Spółki: stosownie do art. 463 § 1 KSH, o ile inaczej nie stanowi uchwała Walne Zgromadzenia Spółki w przedmiocie likwidacji, likwidatorami spółki akcyjnej są członkowie zarządu. Natomiast KSH przewiduje możliwość wnioskowania do sądu rejestrowego właściwego dla spółki przez akcjonariusza lub akcjonariuszy reprezentujących co najmniej jedną dziesiątą kapitału zakładowego spółki o uzupełnienie liczby likwidatorów poprzez ustanowienie jednego lub dwóch likwidatorów. (art. 463 § 2 KSH).

8. Wskazanie osób zarządzających Emitentem i nadzorujących Emitenta, Autoryzowanego Doradcy oraz podmiotów dokonujących badania sprawozdań finansowych Emitenta (wraz ze wskazaniem biegłych rewidentów dokonujących badania)

Osoby zarządzające Emitentem i nadzorujące Emitenta

Na dzień sporządzenia niniejszego Dokumentu Informacyjnego w skład Zarządu Spółki wchodzi:

- Maria Belka – Prezes Zarządu.

Na dzień sporządzenia niniejszego Dokumentu Informacyjnego w skład Rady Nadzorczej Spółki wchodzi:

- Katarzyna Wszola – Członek Rady Nadzorczej,
- Ewa Maciejewska – Członek Rady Nadzorczej,
- Damian Biniek – Członek Rady Nadzorczej,

- Grzegorz Gniadek – Członek Rady Nadzorczej.

W dniu 1 października 2018 roku Pani Krystyna Belka złożyła rezygnację z Rady Nadzorczej Spółki. Zgodnie z § 22 ust. 4 Statutu Emitenta w wypadku śmierci lub złożenia rezygnacji przez członka Rady Nadzorczej przed upływem kadencji, pozostali członkowie Rady Nadzorczej mogą w drodze kooptacji powołać nowego członka, który swoje czynności będzie sprawować do czasu dokonania wyboru członka Rady Nadzorczej przez Walne Zgromadzenie, nie dłużej jednak niż do dnia upływu kadencji jego poprzednika.

Osoby zarządzające Autoryzowanym Doradcą

Na dzień sporządzenia niniejszego Dokumentu Informacyjnego w skład zarządu Autoryzowanego Doradcy wchodzi:

- Małgorzata Piasecka – Prezes Zarządu

Na dzień sporządzenia niniejszego Dokumentu Informacyjnego Autoryzowany Doradca nie posiada osób nadzorujących.

Podmioty dokonujące badania sprawozdań finansowych Emitenta

Sprawozdanie finansowe za rok 2016 zostało zbadane przez B-think Audit sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu, podmiot wpisany na prowadzoną przez Krajową Radę Biegłych Rewidentów listę podmiotów uprawnionych do badania sprawozdań finansowych pod nr 4063. Kluczowym biegłym rewidentem prowadzącym badanie był Adam Toboła wpisany na listę osób uprawnionych do badania sprawozdań finansowych pod numerem 12269.

Sprawozdanie finansowe za rok 2017 zostało zbadane przez B-think Audit sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu, podmiot wpisany na prowadzoną przez Krajową Radę Biegłych Rewidentów listę podmiotów uprawnionych do badania sprawozdań finansowych pod nr 4063. Kluczowym biegłym rewidentem prowadzącym badanie była Anna Witkowska wpisana na listę osób uprawnionych do badania sprawozdań finansowych pod numerem 13367.

9. Podstawowe informacje na temat powiązań kapitałowych Emitenta, mających istotny wpływ na jego działalność, ze wskazaniem jednostek jego grupy kapitałowej

Na dzień sporządzenia Dokumentu Informacyjnego Emitent nie tworzy Grupy Kapitałowej w rozumieniu przepisów Ustawy o rachunkowości z dnia 29 września 1994 roku (Dz. U. z 2013 r. poz. 330, z późn. zm.), a także nie jest podmiotem zależnym od innych spółek.

10. Wskazanie powiązań osobowych, majątkowych i organizacyjnych:

10.1. Pomiędzy Emitentem a osobami wchodzącymi w skład organów zarządzających i nadzorczych Emitenta oraz znaczącymi akcjonariuszami Emitenta

Na dzień sporządzenia Dokumentu informacyjnego pomiędzy Emitentem a osobami wchodzącymi w skład organów zarządzających i nadzorczych Emitenta oraz pomiędzy Emitentem lub osobami wchodzącymi w skład organów zarządzających i nadzorczych Emitenta, a znaczącymi akcjonariuszami Emitenta nie zachodzą inne niż wskazane poniżej powiązania osobowe, majątkowe i organizacyjne.

Maria Belka, pełniąca funkcję Prezesa Zarządu jest jednocześnie akcjonariuszem Spółki, posiadającym 140.000 akcji, stanowiących 9,29% w kapitale zakładowym Spółki, dających prawo do 140.000 głosów, stanowiących 9,29% w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki.

Członkowie Rady Nadzorczej Emitenta: Katarzyna Wszola, Ewa Maciejewska, Damian Biniek oraz Grzegorz Gniadek nie są powiązani z członkiem organu zarządzającego, Emitentem oraz znaczącymi akcjonariuszami osobowo, majątkowo ani organizacyjnie (poza powiazaniami będącymi konsekwencją pełnionej przez nich funkcji).

10.2. Pomiędzy Emitentem, osobami wchodzącymi w skład organów zarządzających i nadzorczych Emitenta oraz znaczącymi akcjonariuszami Emitenta a Autoryzowanym Doradcą (lub osobami wchodzącymi w skład jego organów zarządzających i nadzorczych)

Pomiędzy Autoryzowanym Doradcą oraz osobami wchodzącymi w skład jego organu zarządzającego a Emitentem, osobami wchodzącymi w skład organów zarządzających i nadzorczych Emitenta oraz znaczącymi akcjonariuszami Emitenta nie występują żadne powiązania osobowe, majątkowe oraz organizacyjne.

11. Wskazanie głównych czynników ryzyka związanych z Emitentem i wprowadzanymi instrumentami finansowymi

11.1. Czynniki ryzyka związane z otoczeniem, w jakim Emitent prowadzi działalność

Ryzyko spowodowane zmianą sytuacji makroekonomicznej w Polsce

Działalność Emitenta zależy od szeregu czynników związanych z koniunkturą w polskiej gospodarce. Czynniki te obejmują między innymi wzrost lub spadek produktu krajowego brutto, inflację, wskaźnik bezrobocia, stawki podatkowe oraz charakterystykę demograficzną społeczeństwa. Wszelkie niekorzystne kierunki rozwoju powyższych współczynników mogą mieć negatywny wpływ na przyszłe przychody i rentowność Spółki. W ostatnich latach można jednak zaobserwować, iż większość przedsiębiorstw działających w sektorze IT osiągała dobre wyniki finansowe, co jest związane z pewnością z ciągłym rozwojem tego rynku oraz niesłabnącym popytem na nowe efektywniejsze rozwiązania informatyczne i marketingowe. Ponadto, jak zauważają analitycy na wartość tego rynku nie wpływają znacząco negatywne informacje na temat kondycji gospodarki czy konsumpcji indywidualnej. Polskiemu rynkowi IT, w szczególności e-commerce brakuje jeszcze sporo do nasycenia, dlatego prognozy na najbliższe lata mówią o dwucyfrowym wzroście.

Ryzyko związane ze zmianą przepisów prawnych

Na działalność Spółki znaczny wpływ mogą mieć liczne zagrożenia wynikające ze zmiany przepisów prawa, czy też problemy związane z interpretacją przepisów regulujących prawne aspekty prowadzonej przez Emitenta działalności. Brak jednolitej wykładni prawa, częste nowelizacje w zakresie regulacji prawnych dotyczących funkcjonowania podmiotów gospodarczych, zmian przepisów podatkowych, prawa pracy, czy regulacji w zakresie teleinformatyki mogą powodować pojawienie się wątpliwości w zakresie interpretacji dokonywanych zmian. Błędna interpretacja przepisów prawa może skutkować nałożeniem na Emitenta kar lub sankcji administracyjnych bądź finansowych. W celu minimalizacji przedmiotowego ryzyka Spółka na bieżąco dostosowuje standardy prowadzenia działalności do zmieniających się przepisów prawa, na bieżąco monitorując zmieniające się przepisy i ich rozumienie.

Ryzyko związane z opodatkowaniem i interpretacją przepisów podatkowych

Emitent, podobnie jak wszystkie podmioty gospodarcze, jest narażony na nieprecyzyjne zapisy w uregulowaniach prawno-podatkowych. Mogą one spowodować powstanie rozbieżności interpretacyjnych, w szczególności w odniesieniu do operacji związanych z podatkiem dochodowym, podatkiem od czynności cywilno-prawnych i podatkiem VAT. W związku z powyższym istnieje ryzyko, że

w ramach prowadzonej przez Emitenta działalności i pomimo stosowania przez niego aktualnych interpretacji podatkowych, interpretacja Urzędu Skarbowego odpowiedniego ze względu na siedzibę Emitenta może różnić się od przyjętej przez Emitenta. Konsekwencją różnic interpretacyjnych może być nałożenie na Spółkę kary finansowej, co z kolei może mieć negatywny wpływ na wyniki finansowe Emitenta.

11.2. Czynniki ryzyka związane bezpośrednio z działalnością Emitenta

Ryzyko związane z kursem walutowym

Na dzień sporządzenia Dokumentu Informacyjnego Spółka nie korzysta z finansowania zewnętrznego rozliczanego w walucie obcej, ale rozlicza część przychodów w innej walucie niż polski złoty. Emitent nie wyklucza w przyszłości rozwoju projektów w oparciu o przedsięwzięcia zagraniczne realizowane z korporacjami czy klientami o zasięgu światowym, którzy powstałe należności będą rozliczać w walucie obcej. W takim przypadku ewentualny wzrost lub spadek kursu waluty obcej będzie mieć negatywny bądź pozytywny wpływ na wielkość zobowiązań oraz przychodów, co w dalszej kolejności może wpłynąć na osiągnięte wyniki w przyszłości. Na dzień sporządzenia Dokumentu Informacyjnego Spółka nie zabezpiecza się przed ryzykiem kursowym, zaś w przyszłości stosować będzie hedging naturalny, czyli korelację w czasie i kompensację wpływów i wydatków w jednej walucie, co służyć będzie ograniczeniu ryzyka walutowego.

Ryzyko konkurencji

Rynek nowych technologii, e-commerce, jak również sektor związany z usługami marketingowymi charakteryzuje się w ostatnich latach dużą dynamiką wzrostu. Jest to jedna z bezpośrednich przyczyn powstawania dużej liczby nowych podmiotów zajmujących się reklamą internetową i rozwiązaniami informatycznymi, wykorzystywanymi przy jej planowaniu i wdrażaniu. Emitent funkcjonuje więc w wysoko konkurencyjnej branży, co sprawia, że istnieje ryzyko wystąpienia negatywnych efektów finansowych będących wynikiem działalności innych podmiotów.

Konkurencyjny rynek wymaga od Emitenta pracy nad ciągłym podwyższaniem jakości produktów i usług, a także nad szukaniem nowych rozwiązań, dla których kluczowa jest innowacyjność oraz dostęp do nowych technologii. W celu minimalizacji wskazanego w niniejszym punkcie ryzyka Zarząd Emitenta podejmuje starania w zakresie budowy trwałych relacji z klientami, oferuje usługi zgodne z najnowocześniejszymi trendami, a także szuka nowych nisz rynkowych, które mogłyby zainteresować szeroką grupę odbiorców, dbając przy tym o optymalizację kosztową.

Ryzyko związane z krótkim okresem działalności Spółki

Spółka Bit Evil S.A. została zawiązana w 2015 roku. Od początku swojej działalności związana była z nowymi technologiami i realizowała projekty pozwalające wykorzystać nowatorskie i nieszablonowe podejście do marketingu i sprzedaży współpracującym z nią klientom, przygotowując nie tylko plany kampanii reklamowych ale również tworząc własne produkty. Ze względu na krótką historię działalności Emitenta, jego rozpoznawalność jest niewielka, co wiąże się z brakiem ugruntowanej pozycji rynkowej czy brakiem przywiązania klientów. Istnieje zatem ryzyko, że Spółka nie osiągnie oczekiwanej pozycji rynkowej, a w konsekwencji nie będzie w stanie zrealizować w zakładanym terminie swoich planów strategicznych. Zespół zaangażowany w rozwój Emitenta posiada dostatecznie duże doświadczenie by sprostać trudnym warunkom stawianym przez dynamiczny rynek.

Ryzyko związane ze strategią rozwoju Emitenta

Podstawowa działalność Emitenta opiera się na oferowaniu usług marketingowych oraz tworzeniu nowatorskich rozwiązań informatycznych i wykorzystywaniu ich jako alternatywne platformy marketingowe i sprzedażowe. Rynek standardowych usług marketingowych (tworzenie brandingu, przygotowywanie kampanii reklamowych, w tym wykorzystywania social mediów) jest rynkiem

nasyconym przez małe firmy, bądź pojedyncze osoby świadczące tego typu usługi. Przyjęta przez Emitenta strategia rozwoju opiera się na tworzeniu własnych platform marketingowo-sprzedażowych jak również budowanie środowisk społecznościowych skupionych w ramach konkretnych tematów. Istnieje ryzyko, że przyjęte założenia dotyczące m.in. określenia zapotrzebowania na poszczególne usługi i produkty będą nietrafione, a oferta nie spełni oczekiwań klientów, co nie pozostałoby bez wpływu na pozycję konkurencyjną Emitenta oraz osiąganę przez niego wyniki finansowe. Zarząd Emitenta zaznacza, że tworząc podstawy strategii rozwoju kierowano się w dużej mierze potrzebami jakie stawia rynek, prognozami dotyczącymi tego obszaru oraz doświadczeniem kluczowych pracowników.

Ryzyko skali działania

Emitent planuje wzrost skali prowadzonej działalności, w tym również ekspansję na rynki międzynarodowe. Obrana strategia rozwoju będzie wymagała od Spółki wprowadzenia zmian w strukturze organizacyjnej oraz oddelegowania części uprawnień pozostających do tej pory na szczeblu Zarządu. Istnieje ryzyko, że dynamiczny wzrost skali prowadzonej działalności spowoduje komplikacje w obrębie zarządzania strategicznego oraz operacyjnego. W konsekwencji sytuacja taka może spowodować trudności w realizacji celów strategicznych oraz nie pozwoli na uzyskanie zakładanego tempa wzrostu wyników finansowych. Zarząd Emitenta podkreśla, że przy tworzeniu strategii rozwoju uwzględniono wskazane ryzyko i podjęto działania mające na celu jego minimalizację.

Ryzyko związane z zatrzymaniem kluczowych pracowników i pozyskaniem nowych

Emitent jest podmiotem gospodarczym o nierozbudowanej strukturze zatrudnienia. Emitent, ze względu na specyfikę prowadzonej działalności, jest silnie uzależniony od kompetencji, wiedzy oraz umiejętności kluczowych współpracowników oraz relacji kadry zarządzającej. Perspektywy rozwoju Emitenta w dużej mierze zależą od stabilności zatrudnienia kluczowych współpracowników oraz pozyskania dodatkowych pracowników kadry zarządzającej wyższego szczebla o odpowiednim poziomie doświadczenia i wiedzy. Stosowany przez Spółkę model zatrudnienia opiera się o umowy o charakterze cywilnoprawnym. Utrata kluczowych współpracowników mogłaby nie tylko negatywnie wpłynąć na terminową realizację bieżących projektów, ograniczenie ilości przyjmowanych zleceń oraz obniżenie zdolności Spółki do realizowania zindywidualizowanych, specyficznych projektów, ale także na relacje z ważnymi dla Emitenta klientami i utrudnić pozyskanie nowych. Kontakty i relacje z klientami zostały zbudowane na przestrzeni kilku lat i stanowią istotny czynnik wartości Emitenta. W budowie tych relacji aktywny udział mieli kluczowi współpracownicy Spółki, w szczególności Prezes Zarządu. Emitent planuje także pozyskać dodatkowych pracowników o odpowiednim poziomie doświadczenia i wiedzy, którzy byliby w stanie realizować przyjętą przez Zarząd strategię rozwoju. Emitent nie wyklucza, iż wraz ze wzrostem skali działalności Spółka będzie zatrudniała pracowników także na podstawie umowy o pracę. Nie ma pewności, że pozyskane osoby będą w stanie sprostać zadaniom, jakie w ramach przyjętej strategii będzie realizować Spółka. Brak powodzenia w zatrzymaniu obecnych współpracowników i managerów wyższego szczebla oraz pozyskaniu nowych specjalistów może się wiązać ze znacznymi kosztami i może mieć ujemny wpływ na przyszłe przychody i rentowność Spółki. Celem redukcji powyższego ryzyka Emitent prowadzi motywacyjną politykę kadrową oraz oferuje możliwość rozwoju w perspektywie rozwijającej się firmie.

Ryzyko związane z wprowadzaniem nowych produktów

Działalność Emitenta opiera się na tworzeniu nowatorskich rozwiązań informatycznych i wykorzystywaniu ich jako alternatywne platformy marketingowe i sprzedażowe. Strategia Spółki zakłada, iż dalszy rozwój tego typu usług i poszerzenie grona klientów oraz rozbudowanie oferty o kolejne produkty. Istnieje ryzyko, że projekty, w szczególności oparte o własne produkty Emitenta, nie spotkają się z zainteresowaniem, które pozwoli na uzyskanie wymaganej rentowności. Nie można wykluczyć sytuacji, w której decyzja o nowej inwestycji zostanie podjęta w oparciu o błędne przesłanki i nie trafi w aktualne potrzeby rynkowe, ewentualnie, że w okresie tworzenia lub modernizacji produktu dany segment rynku zostanie opanowany przez konkurencyjne podmioty. Nie można wykluczyć przypadku, w którym nowe usługi i produkty Emitenta przyniosą gorsze niż oczekiwane rezultaty

ekonomiczne. Może to mieć negatywny wpływ na działalność, sytuację i wyniki finansowe Spółki. Strategia Spółki zakłada, iż w dalszym rozwoju dostępnych usług, rozbudowywanie oferty o kolejne produkty, poszerzenie grona klientów oraz ekspansję na rynki zagraniczne. Zaistnieje ryzyko, że zaproponowane projekty okażą się niedostatecznie dopasowane do wymagań klientów, pojawią się utrudnienia związane z ich użytkowaniem, ich funkcjonalność nie będzie zadowalająca lub zostaną w tyle za możliwościami jakie dają najnowsze generacje sprzętów mobilnych i komputerowych, bądź nastąpi istotna zmiana w trendach związanych z wykorzystaniem platform społecznościowych. Sytuacja ta niewątpliwie znalazłaby swoje odzwierciedlenie w wynikach finansowych osiągniętych przez Emitenta. Zarząd Emitenta podkreśla, że dokłada wszelkich starań, aby przyjmowane do realizacji projekty w jak największym stopniu odpowiadały potrzebom klientów, stanowiły ciekawą alternatywę dla obecnych na rynku projektów oraz nie odbiegały od aktualnie obowiązujących tendencji i możliwości udostępnianych na rynku. Ponadto na bieżąco śledzone są nowości i tendencje w branży zarówno merytorycznej, produktowej, jak i społecznościowej.

Ryzyko utraty płynności

Realizacja celów operacyjnych i strategicznych wymaga dużej dyscypliny w zarządzaniu płynnością finansową przedsiębiorstwa. Realizowane projekty wymagają zaangażowania finansowego. W związku z tym, w przypadku nadmiernego zaangażowania w zbyt wiele projektów i zleceń, istnieje ryzyko wystąpienia problemów z bieżącą płynnością, co mogłoby doprowadzić do trudności w czasowym wywiązywaniu się Emitenta z zobowiązań finansowych. Emitent zapobiega wystąpieniu tego ryzyka przez wdrożenie odpowiednich metod planowania prac i sposobu zabezpieczenia bieżącego finansowania swojej działalności z uwzględnieniem okresowych zmian w wysokości przychodów. W umowach zawieranych przez Emitenta z podwykonawcami znajdują się postanowienia dotyczące wypłaty wynagrodzenia w ratach, proporcjonalnie do wykonanej pracy, wraz z oddaniem kolejnych etapów prac lub częściowo po ostatecznym zatwierdzeniu wykonanych usług. Ponadto Emitent sukcesywnie poszukuje nabywców na niskobudżetowe projekty, których dalszy rozwój nie znajduje uzasadnienia ekonomicznego. W wyniku tych działań Spółka w II kwartale 2018 roku sprzedała z zyskiem autorską markę Sorry Coach.

Ryzyko związane z prowadzeniem działalności w serwisach społecznościowych

Emitent wykorzystuje w ramach świadczonych usług serwisy społecznościowe. Istnieje ryzyko spadku dynamiki przyrostu użytkowników, bądź zmniejszenia liczby użytkowników serwisów. Niewykluczone są również zmiany polityk prowadzenia reklam, grup czy moderowania wydarzeń przez właścicieli serwisów. Efektem tych działań może być spadek popularności przeprowadzania kampanii reklamowych przez Emitenta, a w konsekwencji pogorszenie jego sytuacji finansowej i perspektyw rozwoju.

Ryzyko ujawnienia informacji poufnych klientów przez pracowników Spółki

Pracownicy Emitenta podczas realizacji projektów kampanii reklamowych mają dostęp do informacji, stanowiących tajemnicę klientów Spółki. W przypadku ujawnienia, bądź nieuprawnionego wykorzystania informacji znajdujących się w posiadaniu Spółki istnieje ryzyko, iż klienci wniosą przeciwko Spółce roszczenia. Mogłoby to znacząco wpłynąć na pogorszenie wiarygodności Emitenta, spadek liczby klientów oraz osiągnięte wyniki finansowe i perspektywy rozwoju. Emitent, aby minimalizować ryzyko związane z ujawnieniem poufnych informacji klientów Spółki zezwala na dostęp do informacji o największym stopniu poufności tylko osobom uznanym za kluczowe dla działalności Emitenta. Osoby te zobowiązane są do zachowania poufności oraz posiadają w umowach zapis o zakazie prowadzenia działań konkurencyjnych względem działalności Spółki.

Ryzyko związane z niewywiązaniem się z warunków umowy

Podpisywane umowy i zawierane kontrakty niejednokrotnie uzależnione są od efektów osiągniętych przez działanie Emitenta. W przypadku nie osiągnięcia celów wskazanych w porozumieniu między stronami zachodzi możliwość wypłacenia Emitentowi tylko części wcześniej uzgodnionej kwoty wynagrodzenia.

11.3. Czynniki ryzyka związane z wprowadzanymi do publicznego obrotu instrumentami finansowymi Emitenta oraz rynkiem kapitałowym, na którym będą notowane***Ryzyko związane z dokonywaniem inwestycji w akcje Emitenta***

Inwestorzy przed nabyciem akcji Emitenta powinni wziąć pod uwagę, że ryzyko związane z inwestycją w tego typu instrumenty finansowe jest wyższe niż w przypadku bonów skarbowych, lokat bankowych czy jednostek uczestnictwa w funduszach inwestycyjnych. Trudno także przewidzieć jak będzie kształtował się kurs akcji Emitenta w krótkim i długim okresie. Emitent jest spółką w początkowej fazie rozwoju, która w okresie inwestycji nie będzie generowała przychodów gotówkowych, co istotnie podwyższa ryzyko. Rozwój tego projektu a potem wzrost przychodów ze sprzedaży powinien przełożyć się na spadek ryzyka i tym samym uzyskanie wysokiej stopy zwrotu z inwestycji, która będzie satysfakcjonująca dla Inwestorów.

Ryzyko związane z niedostateczną płynnością rynku oraz wahaniami cen akcji Emitenta

Ze względu na mniejszą przewidywalność ASO NewConnect w porównaniu do rynku regulowanego, nie można wykluczyć ryzyka wystąpienia ograniczonej liczby transakcji na instrumentach finansowych Emitenta. Rynek NewConnect działa od 2007 roku a akcje spółek na nim notowanych charakteryzują się niską płynnością, co oznacza możliwość wystąpienia kłopotów ze sprzedażą dużych pakietów akcji w krótkim okresie i może powodować dodatkowo obniżenie cen akcji będących przedmiotem obrotu.

Ponadto nie można wykluczyć ryzyka, iż cena rynkowa akcji Emitenta wprowadzanych do ASO NewConnect na podstawie niniejszego Dokumentu Informacyjnego może być niższa od ceny emisyjnej, ze względu na szereg czynników: zmienność koniunktury giełdowej, zmiany krajowych i globalnych czynników ekonomiczno-politycznych, liczba oraz płynność akcji Emitenta będących w obrocie czy fluktuacja okresowych wyników finansowych Emitenta.

Ryzyko związane z zawieszeniem obrotu akcjami Emitenta

Zgodnie z § 11 ust. 1 Regulaminu ASO, z zastrzeżeniem innych przepisów niniejszego Regulaminu Organizator Alternatywnego Systemu Obrotu może zawiesić obrót instrumentami finansowymi:

- 1) na wniosek emitenta,
- 2) jeżeli uzna, że wymaga tego bezpieczeństwo obrotu lub interes jego uczestników,
- 3) jeżeli emitent narusza przepisy obowiązujące w alternatywnym systemie.

Zgodnie z § 11 ust. 1a Regulaminu ASO, zawieszając obrót instrumentami finansowymi Organizator Alternatywnego Systemu może określić termin, do którego zawieszenie obrotu obowiązuje. Termin ten może ulec przedłużeniu, odpowiednio, na wniosek emitenta lub jeżeli w ocenie Organizatora Alternatywnego Systemu zachodzą uzasadnione obawy, że w dniu upływu tego terminu będą zachodziły przesłanki, o których mowa w ust. 1 pkt 2) lub 3).

Zgodnie z § 11 ust. 2 Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu, w przypadkach określonych przepisami prawa Organizator Alternatywnego Systemu zawiesza obrót instrumentami finansowymi na okres wynikający z tych przepisów lub określony w decyzji właściwego organu.

Zgodnie z § 11 ust. 3 Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu, Organizator Alternatywnego Systemu zawiesza obrót instrumentami finansowymi niezwłocznie po uzyskaniu informacji o zawieszeniu obrotu danymi instrumentami na rynku regulowanym lub w alternatywnym systemie obrotu prowadzonym przez BondSpot S.A., jeżeli takie zawieszenie jest związane z podejrzeniem wykorzystywania informacji poufnej, bezprawnego ujawnienia informacji poufnej, manipulacji na rynku lub z podejrzeniem naruszenia obowiązku publikacji informacji poufnej o emitencie lub instrumencie finansowym z naruszeniem art. 7 i art. 17 Rozporządzenia 596/2014, chyba że takie zawieszenie mogłoby spowodować poważną szkodę dla interesów inwestorów lub prawidłowego funkcjonowania rynku.

Stosownie do art. 78 ust. 2 Ustawy o obrocie w przypadku gdy wymaga tego bezpieczeństwo obrotu w alternatywnym systemie obrotu lub jest zagrożony interes inwestorów, Giełda jako organizator ASO, na żądanie KNF, wstrzymuje wprowadzenie instrumentów finansowych do obrotu w tym alternatywnym systemie obrotu lub wstrzymuje rozpoczęcie obrotu wskazanymi instrumentami finansowymi na okres nie dłuższy niż 10 dni.

Zgodnie z art. 78 ust. 3 Ustawy o obrocie w przypadku gdy obrót określonymi instrumentami finansowymi jest dokonywany w okolicznościach wskazujących na możliwość zagrożenia prawidłowego funkcjonowania alternatywnego systemu obrotu lub bezpieczeństwa obrotu dokonywanego w tym alternatywnym systemie obrotu, lub naruszenia interesów inwestorów, Komisja może zażądać od GPW jako organizatora alternatywnego systemu obrotu zawieszenia obrotu tymi instrumentami finansowymi.

Obecnie nie ma podstaw do przypuszczeń, że taka sytuacja może zdarzyć się w przyszłości w odniesieniu do akcji Emitenta, a ryzyko to dotyczy wszystkich instrumentów finansowych notowanych na rynku NewConnect.

Ryzyko wykluczenia Akcji Emitenta z obrotu na rynku NewConnect

Zgodnie z § 12 Regulaminu ASO, Organizator ASO może wykluczyć instrumenty finansowe z obrotu:

- 1) na wniosek emitenta, z zastrzeżeniem możliwości uzależnienia decyzji w tym zakresie od spełnienia przez emitenta dodatkowych warunków,
- 2) jeżeli uzna, że wymaga tego bezpieczeństwo obrotu lub interes jego uczestników,
- 3) jeżeli emitent uporczywie narusza przepisy obowiązujące w alternatywnym systemie obrotu,
- 4) wskutek otwarcia likwidacji emitenta,
- 5) wskutek podjęcia decyzji o połączeniu emitenta z innym podmiotem, jego podziale lub przekształceniu, przy czym wykluczenie instrumentów finansowych z obrotu może nastąpić odpowiednio nie wcześniej niż z dniem połączenia, dniem podziału (wydzielenia) albo z dniem przekształcenia.

Z zastrzeżeniem innych przepisów Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu, zgodnie z §12 ust. 2 Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu, jego Organizator wyklucza instrumenty finansowe z obrotu w alternatywnym systemie:

- 1) w przypadkach określonych przepisami prawa,
- 2) jeżeli zbywalność tych instrumentów stała się ograniczona,
- 3) w przypadku zniesienia dematerializacji tych instrumentów,
- 4) po upływie 6 miesięcy od dnia uprawomocnienia się postanowienia o ogłoszeniu upadłości emitenta albo postanowienia o oddaleniu przez sąd wniosku o ogłoszenie upadłości ze względu na to, że majątek emitenta nie wystarcza lub wystarcza jedynie na zaspokojenie kosztów postępowania albo

postanowienia o umorzeniu przez sąd postępowania upadłościowego ze względu na to, że majątek emitenta nie wystarcza lub wystarcza jedynie na zaspokojenie kosztów postępowania, z zastrzeżeniem pkt 5 oraz ust. 2a i 2b,

5) w przypadku uprawomocnienia się postanowienia o ogłoszeniu upadłości emitenta dłużnych instrumentów finansowych albo postanowienia o oddaleniu przez sąd wniosku o ogłoszenie upadłości ze względu na to, że majątek emitenta dłużnych instrumentów finansowych nie wystarcza lub wystarcza jedynie na zaspokojenie kosztów postępowania albo postanowienia o umorzeniu przez sąd postępowania upadłościowego ze względu na to, że majątek emitenta dłużnych instrumentów finansowych nie wystarcza lub wystarcza jedynie na zaspokojenie kosztów postępowania - z zastrzeżeniem, że wykluczenie to dotyczy dłużnych instrumentów finansowych tego emitenta.

Zgodnie z § 12 ust 2a Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu w przypadkach, o których mowa w § 12 ust. 2 pkt 4), Organizator Alternatywnego Systemu może odstąpić od wykluczenia instrumentów finansowych z obrotu jeżeli przed upływem terminu wskazanego w tym przepisie sąd wyda postanowienie:

- 1) o otwarciu wobec emitenta przyspieszonego postępowania układowego, postępowania układowego lub postępowania sanacyjnego, lub
- 2) w przedmiocie zatwierdzenia układu w postępowaniu restrukturyzacyjnym, lub
- 3) o zatwierdzeniu układu w postępowaniu upadłościowym.

Zgodnie z § 12 ust. 2b Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu Organizator wyklucza instrumenty finansowe z obrotu po upływie 1 miesiąca od uprawomocnienia się postanowienia sądu w przedmiocie:

- 1) odmowy zatwierdzenia przez sąd układu w postępowaniu, o którym mowa w ust. 2a pkt 1), lub
- 2) umorzenia przez sąd postępowania restrukturyzacyjnego, o którym mowa w ust. 2a pkt 1) lub 2), lub
- 3) uchylecia przez sąd lub wygaśnięcia z mocy prawa układu, o którym mowa w ust. 2a pkt 2) lub 3).

Przed podjęciem decyzji o wykluczeniu instrumentów finansowych z obrotu, oraz do czasu takiego wykluczenia, Organizator Alternatywnego Systemu może zawiesić obrót tymi instrumentami finansowymi.

Zgodnie z § 12 ust. 4 Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu Organizator Alternatywnego Systemu wyklucza z obrotu instrumenty finansowe niezwłocznie po uzyskaniu informacji o wykluczeniu z obrotu danych instrumentów na rynku regulowanym lub w alternatywnym systemie obrotu prowadzonym przez BondSpot S.A., jeżeli takie wykluczenie jest związane z podejrzeniem wykorzystywania informacji poufnej, bezprawnego ujawnienia informacji poufnej, manipulacji na rynku lub z podejrzeniem naruszenia obowiązku publikacji informacji poufnej o emitencie lub instrumencie finansowym z naruszeniem art. 7 i art. 17 Rozporządzenia 596/2014, chyba że takie wykluczenie z obrotu mogłoby spowodować poważną szkodę dla interesów inwestorów lub prawidłowego funkcjonowania rynku.

Zgodnie z § 12a Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu Organizator Alternatywnego Systemu podejmując decyzję o wykluczeniu instrumentów finansowych z obrotu obowiązany jest ją uzasadnić, a jej kopię wraz z uzasadnieniem przekazać niezwłocznie emitentowi i jego Autoryzowanemu Doradcy, za pośrednictwem faksu lub elektronicznie na ostatni wskazany Organizatorowi Alternatywnego Systemu adres e - mail tego podmiotu.

W terminie 10 dni roboczych od daty przekazania emitentowi decyzji o wykluczeniu z obrotu emitent może złożyć na piśmie wniosek o ponowne rozpoznanie sprawy. Wniosek uważa się za złożony w dacie wpłynięcia oryginału wniosku do kancelarii Organizatora Alternatywnego Systemu.

Organizator Alternatywnego Systemu zobowiązany jest niezwłocznie rozpatrzyć wniosek o ponowne rozpoznanie sprawy, nie później jednak niż w terminie 30 dni roboczych od dnia jego złożenia, po

uprzednim zasięgnięciu opinii Rady Giełdy. W przypadku gdy konieczne jest uzyskanie dodatkowych informacji, oświadczeń lub dokumentów, bieg terminu do rozpoznania tego wniosku, rozpoczyna się od dnia przekazania wymaganych informacji. Jeżeli Organizator Alternatywnego Systemu uzna, że wniosek o ponowne rozpoznanie sprawy zasługuje w całości na uwzględnienie, może uchylić lub zmienić zaskarżoną uchwałę, bez zasięgnięcia opinii Rady Giełdy.

Decyzja o wykluczeniu z obrotu podlega wykonaniu z upływem 5 dni roboczych po upływie terminu do złożenia wniosku o ponowne rozpoznanie sprawy, a w przypadku jego złożenia - z upływem 5 dni roboczych od dnia jego rozpatrzenia i utrzymania w mocy decyzji o wykluczeniu. Do czasu upływu tych terminów obrót danymi instrumentami finansowymi podlega zawieszeniu.

Ponowny wniosek o wprowadzenie do obrotu w alternatywnym systemie tych samych instrumentów finansowych może zostać złożony nie wcześniej niż po upływie 12 miesięcy od daty doręczenia uchwały o ich wykluczeniu z obrotu, a w przypadku złożenia wniosku o ponowne rozpoznanie sprawy - nie wcześniej niż po upływie 12 miesięcy od daty doręczenia emitentowi uchwały w sprawie utrzymania w mocy decyzji o wykluczeniu. Przepis ten stosuje się odpowiednio do innych instrumentów finansowych danego emitenta. Ograniczenia tego nie stosuje się gdy wykluczenie danych instrumentów finansowych z obrotu nastąpiło na wniosek ich emitenta oraz w przypadkach, o których mowa w § 12 ust. 2 pkt 1) - 4) .

Giełda przekazuje niezwłocznie KNF informację o zawieszeniu obrotu, wznowieniu obrotu lub wykluczeniu z obrotu instrumentów finansowych.

Informacje o zawieszeniu obrotu, wznowieniu obrotu lub wykluczeniu instrumentów finansowych z obrotu podawane są niezwłocznie do wiadomości publicznej w sposób określony w art. 3 ust. 1 Rozporządzenia wykonawczego Komisji (UE) 2017/1005.

Zgodnie z art. 78 ust. 4 Ustawy o obrocie, w przypadku gdy obrót danymi instrumentami finansowymi zagraża w sposób istotny prawidłowemu funkcjonowaniu alternatywnego systemu obrotu lub bezpieczeństwu obrotu dokonywanemu w tym alternatywnym systemie obrotu, lub powoduje naruszenie interesów inwestorów, Giełda jako organizator ASO, na żądanie Komisji Nadzoru Finansowego wyklucza z obrotu wskazane instrumenty finansowe.

Akcje Emitenta, inne niż wprowadzane Akcje serii E, są przedmiotem obrotu na rynku NewConnect. Obecnie nie ma podstaw do przypuszczeń, że zawieszenie lub wykluczenie akcji Spółki z obrotu może zdarzyć się w przyszłości w odniesieniu do Emitenta, a ryzyko to dotyczy wszystkich akcji notowanych na NewConnect.

Ryzyko związane z możliwością nałożenia na Emitenta kar administracyjnych przez Organizatora Alternatywnego Systemu Obrotu

Zgodnie z § 17c ust. 1 Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu , jeżeli emitent nie przestrzega zasad lub przepisów obowiązujących w alternatywnym systemie obrotu lub nie wykonuje lub nienależyście wykonuje obowiązki określone w niniejszym rozdziale, w szczególności obowiązki określone w § 15a - 15c lub w § 17 - 17b, Organizator Alternatywnego Systemu może, w zależności od stopnia i zakresu powstałego naruszenia lub uchybienia:

1) upomnieć emitenta,

2) nałożyć na emitenta karę pieniężną w wysokości do 50.000 zł.

2. Organizator Alternatywnego Systemu, podejmując decyzję o nałożeniu kary upomnienia lub kary pieniężnej może wyznaczyć emitentowi termin na zaniechanie dotychczasowych naruszeń lub podjęcie działań mających na celu zapobieżenie takim naruszeniom w przyszłości, w szczególności może zobowiązać emitenta do opublikowania określonych dokumentów lub informacji w trybie i na warunkach obowiązujących w alternatywnym systemie obrotu.

3. W przypadku gdy emitent nie wykonuje nałożonej na niego kary lub pomimo jej nałożenia nadal nie przestrzega zasad lub przepisów obowiązujących w alternatywnym systemie obrotu, bądź nie wykonuje lub nienależycie wykonuje obowiązki określone w niniejszym rozdziale, lub też nie wykonuje obowiązków nałożonych na niego na podstawie ust. 2, Organizator Alternatywnego Systemu może nałożyć na emitenta karę pieniężną, przy czym kara ta łącznie z karą pieniężną nałożoną na podstawie ust. 1 pkt 2) nie może przekraczać 50.000 zł.

4. W przypadku nałożenia kary pieniężnej na podstawie ust. 3, postanowienia ust. 2 stosuje się odpowiednio.

5. [uchylony]

6. Organizator Alternatywnego Systemu podejmując decyzję o nałożeniu na emitenta kary, o której mowa w ust. 1 albo ust. 3, obowiązany jest ją uzasadnić, a jej kopię wraz z uzasadnieniem przekazać niezwłocznie emitentowi i jego Autoryzowanemu Doradcy, za pośrednictwem faksu lub elektronicznie na ostatni wskazany Organizatorowi Alternatywnego Systemu adres e - mail tego podmiotu.

7. Organizator Alternatywnego Systemu może postanowić o nałożeniu kary pieniężnej niezależnie od podjęcia, na podstawie właściwych przepisów niniejszego Regulaminu, decyzji o zawieszeniu obrotu danymi instrumentami finansowymi lub o ich wykluczeniu z obrotu.

8. W terminie 10 dni roboczych od daty przekazania emitentowi decyzji o nałożeniu kary pieniężnej emitent może złożyć na piśmie wnioski o ponowne rozpoznanie sprawy. Wniosek uważa się za złożony w dacie wpłynięcia oryginału wniosku do kancelarii Organizatora Alternatywnego Systemu. Do czasu upływu terminu do złożenia tego wniosku, a w przypadku złożenia wniosku - do czasu jego rozpatrzenia, decyzja o nałożeniu kary pieniężnej nie podlega wykonaniu.

9. Organizator Alternatywnego Systemu zobowiązany jest niezwłocznie rozpatrzyć wniosek o ponowne rozpoznanie sprawy, nie później jednak niż w terminie 30 dni roboczych od dnia jego złożenia, po uprzednim zasięgnięciu opinii Rady Giełdy. W przypadku gdy konieczne jest uzyskanie dodatkowych informacji, oświadczeń lub dokumentów, bieg terminu do rozpatrzenia tego wniosku, rozpoczyna się od dnia przekazania wymaganych informacji. Decyzja podjęta na tej podstawie nie może nakładać na emitenta kary pieniężnej wyższej niż określona w decyzji, której dotyczy wniosek o ponowne rozpoznanie sprawy. Jeżeli Organizator Alternatywnego Systemu uzna, że wniosek o ponowne rozpoznanie sprawy zasługuje w całości na uwzględnienie, może uchylić lub zmienić zaskarżoną uchwałę, bez zasięgnięcia opinii Rady Giełdy.

10. Emitent zobowiązany jest wpłacić pieniądze z tytułu nałożonej kary pieniężnej na konto wybranej przez siebie organizacji pożytku publicznego w terminie 10 dni roboczych od dnia, od którego decyzja o jej nałożeniu podlega wykonaniu. Kopię dowodu wpłaty kwoty, o której mowa w zdaniu pierwszym, emitent zobowiązany jest niezwłocznie przekazać Organizatorowi Alternatywnego Systemu.

Ryzyko związane z możliwością nałożenia na Emitenta kar administracyjnych przez Komisję Nadzoru Finansowego

Zgodnie z art. 4 pkt 20 Ustawy o ofercie publicznej, Emitent posiada status spółki publicznej, w związku z czym KNF może nałożyć na niego kary administracyjne, odnoszące się do statusu spółki publicznej, wynikające z przepisów prawa, w szczególności z przepisów Ustawy o ofercie oraz Ustawy o obrocie.

Stosownie do art. 96 Ustawy o ofercie, w przypadkach, gdy emitent nie dopełnia obowiązków wymaganych przepisami prawa, w szczególności obowiązków informacyjnych wynikających z Ustawy o ofercie, KNF może:

- wydać decyzję o wykluczeniu papierów wartościowych emitenta z obrotu w alternatywnym systemie obrotu,

- nałożyć karę pieniężną do wysokości 1.000.000 zł, biorąc pod uwagę w szczególności sytuację finansową podmiotu, na który kara jest nakładana,
- zastosować obie kary łącznie.

Istnieje jednak ryzyko zaostrzenia kar za naruszenie obowiązków informacyjnych przez emitenta. Sankcje wprowadzone przez przepisy implementujące dyrektywę Transparency II zostały przez polskiego ustawodawcę ukształtowane na poziomie poniżej minimalnych limitów sankcji określonych w przepisach powyższej dyrektywy. Takie uregulowanie może zostać uznane za nieprawidłową implementację, co może doprowadzić do podwyższenia limitów sankcji nakładanych na emitentów. Minimalne limity kar zostały wyznaczone przez art. 28b Dyrektywy Transparency II.

Dnia 6 maja 2017 r. weszła w życie nowelizacja Ustawy o obrocie, w której dostosowano obowiązujące w Polsce przepisy prawa do wymogów Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady nr 2014/57/UE z dnia 16 kwietnia 2014 r. w sprawie sankcji karnych za nadużycia na rynku (Dyrektywa MAD). W ramach nowelizacji przepisów wprowadzono sankcje za naruszenie przez Emitentów przepisów Rozporządzenia MAR zgodne z Dyrektywą MAD.

Zgodnie z dodanym art. 174a Ustawy o obrocie, w przypadku gdy Emitent, na wniosek osoby pełniącej obowiązki zarządcze, udzielił zgody, o której mowa w art. 19 ust 12 rozporządzenia 596/2014 (tj. Rozporządzenia MAR), z naruszeniem art. 7 - 9 rozporządzenia delegowanego Komisji (UE) 2016/522 z dnia 17 grudnia 2015 r. uzupełniając ego rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 596/2014 w kwestiach dotyczących wyłączenia niektórych organów publicznych i banków centralnych państw trzecich, okoliczności wskazujących na manipulację na rynku, progów powodujących powstanie obowiązku podania informacji do wiadomości publicznej, właściwych organów do celów powiadomień o opóźnieniach, zgody na obrót w okresach zamkniętych oraz rodzajów transakcji wykonywanych przez osoby pełniące obowiązki zarządcze podlegających obowiązkowi powiadomienia (Dz. Urz. UE L 88 z 05.04.2016, str. 1), Komisja może nałożyć na emitenta karę pieniężną do wysokości 4.145.600 zł.

Zgodnie ze znowelizowanym art. 176 Ustawy o obrocie, w przypadku gdy emitent nie wykonuje lub nienależycie wykonuje obowiązki, o których mowa w art. 18 ust. 1 - 6 rozporządzenia 596/2014 (tj. Rozporządzenia MAR) – w zakresie obowiązku prowadzenia list osób mających dostęp do informacji poufnych, KNF może, w drodze decyzji nałożyć na Emitenta karę pieniężną do wysokości 4.145.600 zł lub do kwoty stanowiącej równowartość 2% całkowitego rocznego przychodu wykazanego w ostatnim zbadanym sprawozdaniu finansowym za rok obrotowy, jeżeli przekracza ona 4.145.600 zł. W przypadku, gdy jest możliwe ustalenie kwoty korzyści osiągniętej lub straty unikniętej przez emitenta w wyniku naruszeń, zamiast tej kary może nałożyć karę pieniężną do wysokości trzykrotności kwoty osiągniętej korzyści lub unikniętej straty.

Zgodnie z art. 176a Ustawy o obrocie instrumentami finansowymi, w przypadku gdy emitent lub wprowadzający nie wykonuje lub nienależycie wykonuje obowiązki wynikające z art. 5 Ustawy o obrocie, KNF może nałożyć karę pieniężną do wysokości 1.000.000 zł.

W dniu 28 czerwca 2016 r. Komisja opublikowała na swojej stronie internetowej (treść pod linkiem:

http://www.knf.gov.pl/Images/przepisy_uchylane_przez_MAR_stanowisko_28_06_2016_tcm75-47398.pdf) stanowisko Urzędu Komisji Nadzoru Finansowego w sprawie niektórych skutków niedostosowania do dnia 3 lipca 2016 r. polskiego porządku prawnego do przepisów rozporządzenia MAR, zgodnie z którym do czasu dostosowania polskiego porządku prawnego do Rozporządzenia MAR, w przypadku kolizji przepisów Ustawy o obrocie oraz Ustawy o ofercie z przepisami rozporządzenia MAR, ich przepisy zachowują ważność, lecz zostaje zawężony zakres ich stosowania. Wskutek braku implementacji ww. rozporządzenia, w powyższym zakresie podmioty działające na rynku kapitałowym są zobowiązane do bezpośredniego stosowania przepisów rozporządzenia MAR wraz z aktami delegowanymi oraz wykonawczymi wydanymi na jego podstawie.

W konsekwencji, w ocenie Urzędu Komisji Nadzoru Finansowego, od dnia 3 lipca 2016 r. podmioty działające na rynku kapitałowym nie będą zobowiązane do stosowania w szczególności:

- 1) rozdziału 2 w dziale VI ustawy o obrocie instrumentami,
- 2) art. 56 ust. 1 pkt 1, ust. 2, 3 i 5 i art. 57 ustawy o ofercie publicznej,
- 3) niektórych przepisów rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 19 lutego 2009 r. w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim (Dz. U. z 2014 r. poz. 133), a w szczególności w odniesieniu do rozdziału 2: § 5 ust. 1 pkt 1 – 5, 7 – 8, 11, 13 – 18, 24 – 26, ust. 2, 1), § 7 – 11, § 13 – 14, § 17, § 19 – 24, § 30 – 32,
- 4) rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 13 kwietnia 2006 r. w sprawie rodzaj u informacji, które mogą naruszyć słuszny interes emitenta, oraz sposobu postępowania emitenta w związku z opóźnieniem przekazania do publicznej wiadomości informacji poufnych (Dz. U. z 2006 r. Nr 67, poz. 476),
- 5) rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 15 listopada 2005 r. w sprawie przekazywania i udostępniania informacji o niektórych transakcjach instrumentami finansowymi oraz zasad sporządzania i prowadzenia listy osób posiadających dostęp do określonych informacji poufnych (Dz. U. z 2005 r. Nr 229, po z. 1950).

W powyższym zakresie podmioty działające na rynku kapitałowym są zobowiązane do bezpośredniego stosowania przepisów rozporządzenia MAR wraz z aktami delegowanymi oraz wykonawczymi wydanymi na jego podstawie.

Po nowelizacji Ustawy o obrocie, która weszła w życie dnia 6 maja 2017 r. powyższe stanowisko ma zastosowanie jedynie w zakresie, w jakim nie dostosowano przepisów ww. ustaw do obowiązującego Rozporządzenia MAR.

Zgodnie z obowiązującym od dnia 3 lipca 2016 r. Rozporządzeniem MAR, bez uszczerbku dla jakichkolwiek sankcji karnych oraz bez uszczerbku dla uprawnień nadzorczych właściwych organów, państwa członkowskie zgodnie z prawem krajowym przyznają właściwym organom uprawnienia do stosowania odpowiednich sankcji administracyjnych i innych środków administracyjnych w związku co najmniej z naruszeniami wynikającymi z Rozporządzenia MAR.

Ryzyko związane z brakiem istnienia ważnego zobowiązania animatora rynku do wykonywania w stosunku do akcji emitenta zadań animatora rynku na zasadach określonych przez Organizatora Systemu

Z zastrzeżeniem postanowień Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu, warunkiem notowania instrumentów finansowych w alternatywnym systemie obrotu jest istnienie ważnego zobowiązania Animatora Rynku do wykonywania w stosunku do tych instrumentów zadań Animatora Rynku na zasadach określonych przez Organizatora Alternatywnego Systemu.

Zgodnie z § 9 ust. 5 Regulaminu, Organizator Alternatywnego Systemu może postanowić o notowaniu instrumentów finansowych w alternatywnym systemie obrotu bez konieczności spełnienia warunku, o których mowa w akapicie powyżej, w szczególności z uwagi na charakter tych instrumentów finansowych, ich notowanie na rynku regulowanym albo na rynku lub w alternatywnym systemie obrotu innym niż prowadzony przez Organizatora Alternatywnego Systemu.

W przypadku, o którym mowa w § 9 ust. 5 Regulaminu, Organizator Alternatywnego Systemu może wezwać emitenta do spełnienia warunku związanego z zawarciem stosowanej umowy z animatorem rynku celem wykonywania przez ten podmiot zadań animatora rynku w stosunku do instrumentów finansowych emitenta w terminie 30 dni od tego wezwania, jeżeli uzna to za konieczne do poprawy płynności obrotu instrumentami finansowymi tego emitenta.

Z zastrzeżeniem § 9 ust. 5, 10 i 11 Regulaminu, w przypadku rozwiązania lub wygaśnięcia umowy z Animatorem Rynku, instrumenty finansowe danego emitenta notowane są w systemie notowań jednolitych z dwukrotnym określaniem kursu jednolitego – począwszy od trzeciego dnia obrotu po dniu rozwiązania lub wygaśnięcia właściwej umowy - o ile Organizator Alternatywnego Systemu nie postanowi o zawieszeniu obrotu tymi instrumentami lub ich notowaniu w systemie notowań jednolitych z jednokrotnym określaniem kursu jednolitego.

Z zastrzeżeniem § 9 ust. 5, 10 i 11 Regulaminu i zgodnie z § 9 ust. 8, w przypadku zawieszenia prawa do wykonywania zadań Animatora Rynku w alternatywnym systemie obrotu, instrumenty finansowe danego emitenta notowane są w systemie notowań jednolitych z dwukrotnym określaniem kursu jednolitego - począwszy od trzeciego dnia obrotu po dniu zawieszenia tego prawa - o ile Organizator Alternatywnego Systemu nie postanowi o zawieszeniu obrotu tymi instrumentami lub ich notowaniu w systemie notowań jednolitych z jednokrotnym określaniem kursu jednolitego.

Z zastrzeżeniem § 9 ust. 10 i 11 Regulaminu, w przypadku zawarcia nowej umowy z Animatorem Rynku, Organizator Alternatywnego Systemu może postanowić o notowaniu instrumentów finansowych danego emitenta w systemie notowań ciągłych lub w systemie notowań jednolitych z dwukrotnym określaniem kursu jednolitego, jednak nie wcześniej niż od dnia wejścia w życie nowej umowy z Animatorem Rynku.

Zgodnie z § 9 ust. 10 Regulaminu, Akcje zakwalifikowane do segmentu NewConnect Alert notowane są w systemie notowań jednolitych z dwukrotnym określaniem kursu jednolitego - począwszy od trzeciego dnia obrotu po dniu podania do wiadomości uczestników obrotu informacji o dokonanej kwalifikacji - o ile Organizator Alternatywnego Systemu nie postanowi o zawieszeniu obrotu tymi instrumentami lub ich notowaniu w systemie notowań jednolitych z jednokrotnym określaniem kursu jednolitego.

Zgodnie z § 9 ust. 11 Regulaminu, Akcje, które przestały być kwalifikowane do segmentu NewConnect Alert, notowane są w systemie notowań ciągłych - począwszy od trzeciego dnia obrotu po dniu podania do wiadomości uczestników obrotu informacji o zaprzestaniu ich kwalifikowania do tego segmentu - o ile Organizator Alternatywnego Systemu nie postanowi o ich notowaniu w systemie notowań jednolitych z dwukrotnym lub jednokrotnym określaniem kursu jednolitego.

W przypadku, gdy zmiana systemu notowań wynika z odrębnej decyzji Organizatora Alternatywnego Systemu decyzja w tej sprawie powinna zostać opublikowana na stronie internetowej Organizatora co najmniej na 2 dni robocze przed dniem jej wejścia w życie.

Ryzyko związane ze strukturą akcjonariatu

Na dzień sporządzenia niniejszego Dokumentu Informacyjnego struktura akcjonariatu charakteryzuje się dużym rozproszeniem. Według niektórych opinii rozproszony akcjonariat nie gwarantuje stabilności i bezpieczeństwa podmiotów gospodarczych. W ocenie Zarządu Emitenta rozproszenie akcjonariatu Spółki należy per saldo traktować jako czynnik zwiększający jej bezpieczeństwo oraz ciągłość i stabilność funkcjonowania. Należy wskazać, iż akcjonariusz dominujący mógłby realizować prywatne korzyści wynikające ze sprawowanej kontroli, które nie są przynależne akcjonariuszom mniejszościowym. W przypadku spółki Bit Evil S.A. dotychczasowe działanie Zarządu i jednocześnie akcjonariusza posiadającego ok. 10% w kapitale zakładowy, zapewniło dynamiczny rozwój Spółki i nie występują okoliczności, które powodowałyby przypuszczenie, że jego działanie w przyszłości będzie miało inny charakter.

12. Dane o Emitencie

12.1. Historia Emitenta

Emitent został zawiązany na podstawie aktu zawiązania spółki akcyjnej z dnia 10 sierpnia 2015 roku (Repertorium A nr 3605/2015). W dniu 19 października 2015 roku Spółka została wpisana do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, pod numerem KRS 0000580322.

Podstawowym obszarem działalności Spółki jest świadczenie kompleksowych usług marketingu internetowego (tzw. content marketingu) oraz tworzenie nowatorskich rozwiązań informatycznych, wykorzystywanych jako alternatywne platformy marketingowe i sprzedażowe (e-commerce). Pomimo krótkiego okresu działalności Spółka już w pierwszym pełnym roku działalności, w tj. w 2016 roku przekroczyła próg rentowności, notując zysk netto w wysokości 96,0 tys. zł przy przychodach ze sprzedaży na poziomie 387,6 tys. zł.

Charakterystyka działalności prowadzonej przez Spółkę została opisana w punkcie 5.14 Dokumentu Informacyjnego, natomiast szczegółowy przedmiot działalności Spółki według klasyfikacji PKD określa Statut Spółki stanowiący załącznik do Dokumentu Informacyjnego

Poniżej przedstawiono kalendarium najważniejszych zdarzeń z historii Emitenta i jego przedsiębiorstwa:

Tabela nr 1. Kalendarium najważniejszych zdarzeń z historii Emitenta i jego przedsiębiorstwa

Data	Zdarzenie
Sierpień 2015 r.	Zawiązanie spółki Bit Evil S.A.
Październik 2015 r.	Rejestracja w Krajowym Rejestrze Sądowym
Listopad 2015 r.	Nawiązanie współpracy i przeprowadzenie kampanii reklamowej dla Fukki. Współpraca stała realizowana do dziś oparta o model udziału w zyskach.
Grudzień 2015 r.	Wytworzenie autorskiego portalu sprzedażowo – reklamowego pod marką The Ahoy. Produkt został wytworzony zgodnie z wymaganiami Spółki przez podmiot trzeci.
Styczeń 2016 r.	Przeprowadzenie kampanii reklamowej marki Fukki Stuff
Styczeń 2016 r.	Podwyższenie kapitału zakładowego Spółki o kwotę 200 tys. zł
Marzec 2016 r.	Podwyższenie kapitału zakładowego Spółki o kwotę 300 tys. zł
Maj 2016 r.	Rozpoczęcie realizacji autorskiej platformy pod marką Sorry Coach, skupiającej społeczności uzależnionych od sportu. Produkt został wytworzony przez zasoby własne Emitenta.
Czerwiec 2016 r.	Rozpoczęcie realizacji autorskiej platformy pod marką EraCoin, platformy sprzedażowej umożliwiającej bezpośrednią sprzedaż produktów z dużymi rabatami. Produkt został wytworzony przez zasoby własne Emitenta.
Wrzesień 2016 r.	Wdrożenie Fukki Stuff opartego o infrastrukturę The Ahoy, pozwalającego artystom skupiać wokół siebie swoich fanów.
Wrzesień/październik 2016 r.	Przeprowadzenie kampanii „Pick and GO” - aplikacji dla osób podróżujących po całym świecie. Działania marketingowe oparte były o utworzenie społeczności blogerów promujących funkcjonalności aplikacji.
Październik 2016	Zmiana na stanowisku Prezesa Zarządu i powołanie Marii Belka.

Grudzień 2016	Rozpoczęcie realizacji autorskiej platformy Brand Sabbath. Produkt został wytworzony przez zasoby własne Emitenta.
Styczeń 2017 r.	Zamiana akcji imiennych uprzywilejowanych serii A1 i A2 na akcje zwykłe na okaziciela
Styczeń 2017 r.	Nawiązanie współpracy z lokalem Inny Wymiar - Prowadzenie kampanii promującej restaurację łączącą tradycję z nowoczesną kuchnią. Działania marketingowe obejmują promocje online oraz offline, w tym również okazjonalne eventy
Luty 2017 r.	Podwyższenie kapitału zakładowego Spółki o kwotę 70 tys. zł
Luty 2017 r.	Zmiana wartości nominalnej akcji ze 100 zł na 0,50 zł przy jednoczesnym zwiększeniu liczby akcji, bez zmiany wysokości kapitału zakładowego
Czerwiec 2017 r.	Podjęcie przez Zarząd GPW uchwały w sprawie wprowadzenia do ASO na rynku NewConnect akcji zwykłych serii A1, A2, B, C oraz D
Lipiec 2017 r.	Pierwszy dzień notowania akcji serii A1, A2, B, C oraz D na NewConnect
Październik 2017 r.	Zawarcie w dniu 24 października 2017 roku z firmą Instytut BioInfoBank sp. z o.o. umowę związaną z budową i uruchomieniem giełdy EraCoin
Listopad 2017 r.	Zawarcie w dniu 7 listopada 2017 roku umowy ramowej o współpracy ze spółką JWA S.A., której przedmiotem jest realizacja przez Wykonawcę zadań związanych z utworzeniem, uruchomieniem i utrzymaniem narzędzi informatycznych do obsługi EraCoin.
Listopad 2017 r.	Zawarcie w dniu 30 listopada 2017 roku umowy o współpracy ze spółką CWA S.A. w zakresie wykorzystania EraCoin w platformie płatności elektronicznych SNIPAY należącej do CWA S.A.
Listopad 2017	Uruchomienie platformy Sorry Coach
Grudzień 2017 r.	Podjęcie uchwały przez Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie uchwały o podwyższeniu kapitału zakładowego w drodze emisji akcji serii E w trybie oferty publicznej z zachowaniem prawa poboru dotychczasowych akcjonariuszy
Styczeń 2018 r.	Zakończenie subskrypcji i przydział 167.199 akcji serii E
Marzec 2018 r.	Rejestracja podwyższenia kapitału zakładowego Spółki o kwotę 83.599,50 zł
Kwiecień 2018 r.	Uchwała Zarządu KDPW o przyjęciu do depozytu akcji serii E
Kwiecień 2018 r.	Podpisanie w dniu 24 kwietnia 2018 r. umowy sprzedaży marki Sorry Coach, obejmującej w szczególności model biznesowy, identyfikację wizualną, domenę sorrycoach wraz z zawartością strony www.sorrycoach.com, projekty nadruków oraz zrealizowanych prototypów, listy mailingowe, dostęp do kont mediów społecznościowych

Źródło: Emitent

12.2. Działalność prowadzona przez Emitenta

Emitent rozpoczął działalność w II połowie 2015 roku w branży IT, w segmencie marketingu internetowego oraz e-commerce.

Głównym obszarem aktywności Spółki jest świadczenie kompleksowych usług marketingu internetowego (content marketing), obejmującego takie usługi jak:

- pozycjonowanie,

- kampanie linków sponsorowanych Google AdWords,
- social media marketing,
- influencer marketing,
- projektowanie serwisów internetowych oraz tworzenie nowatorskich rozwiązań informatycznych, wykorzystywanych jako alternatywne platformy marketingowe i sprzedażowe (serwisy internetowe) oraz
- narzędzia wspierające sprzedaż (sklepy z funkcjonalnościami zarządzania magazynem i obiegiem dokumentów, aplikacje mobilne i gry mobilne).

Zbudowane i oferowane przez Spółkę rozwiązania informatyczne i platformy, uzupełnione o innowacyjne podejście marketingowe i zaplecze networkingowe, umożliwiają wywołanie zainteresowania firmą i jej ofertą wśród wybranej grupy docelowej, przy pomocy wartościowych treści oraz stworzenie naturalnej grupy ambasadorów promowanej marki lub firmy.

W dobie słabnącej siły oddziaływania standardowych formatów reklamowych (np. banerów) usługi oferowane przez Spółkę i stale poszerzana oferta bezpośrednio odpowiadają na rosnące potrzeby rynku w zakresie wykorzystania niekonwencjonalnych metod marketingowych dotarcia do klienta.

Działalność kampanii reklamowych

Kampanie marketingowe realizowane są głównie w mediach elektronicznych, od mediów społecznościowych, poprzez tworzone i kreowane tematyczne grupy zainteresowań, po narzędzia interaktywne, w tym gry mobilne. Na potrzeby działań reklamowych Spółka wykorzystuje profile społecznościowe, takie jak Facebook, Instagram, Snapchat, blog marketingowy i inne oraz ich wersje przeznaczone dla urządzeń mobilnych. Dzięki rozpowszechnieniu urządzeń mobilnych serwisy społecznościowe obecne są w życiu użytkowników wszędzie tam, gdzie możliwy jest dostęp do Internetu.

Ponadto Emitent oferuje cały szereg usług związanych z pozycjonowaniem stron, w tym:

- optymalizacja kodu strony internetowej,
- poprawne wykorzystanie nagłówków,
- meta title i description,
- dane strukturalne,
- usunięcie błędów w kodzie,
- analiza i optymalizacja linkowania wewnętrznego strony,
- dostosowanie strony do poprawnego wyświetlania w urządzeniach mobilnych,
- wzbogacenie contentu strony, optymalizacja pod kątem promowanej treści,
- skrócenie czasu wczytywania się strony internetowej,
- publikacja wpisów gościnnych na blogach (guest blogging).

Działalność Spółki związana z usługami content marketingu bazuje na tworzeniu wyróżniających się i nieszablonowych kampanii reklamowych, zarówno produktowych, jak i wizerunkowych, umożliwiających klientom realizację zamierzonych celów. Dzięki wiedzy i doświadczeniu w marketingu online Spółka potrafi dotrzeć do konkretnych grup docelowych, aby osiągnąć zamierzony przez klienta cel, niezależnie od tego, czy będzie to zwiększenie sprzedaży, poprawa wizerunku firmy, czy zwiększenie rozpoznawalności w sieci.

Głównym celem realizowanych przez Spółkę kampanii reklamowych jest pozyskanie docelowej grupy odbiorców dla wybranej marki lub firmy oraz zbudowanie trwałych relacji promowanej marki lub firmy ze społecznością serwisu. Projektowane i realizowane przez Spółkę kampanie integrują różne narzędzia i techniki, które wzmacniają się wzajemnie i tworzą spójną całość, przejrzystą dla grupy docelowej.

Spółka zapewnia klientom kompleksową obsługę content marketing, począwszy od identyfikacji wizualnej (np. projektowanie logo i księgi logotypu), poprzez tworzenie ciekawej infografiki promującej markę lub firmę na portalach społecznościowych, przygotowywanie i uzupełnianie treści blogów, na których prezentowane są informacje dotyczące marki lub firmy, tworzenie i publikowanie promocyjnych materiałów video, pozycjonowanie, kampanie Google AdWords, po projektowanie i produkcję narzędzi wspierających sprzedaż, w tym tworzenie sklepów internetowych, czy bardziej wyspecjalizowanych narzędzi informatycznych i interaktywnych, ze szczególnym uwzględnieniem gier mobilnych, wykorzystywanych przez Spółkę jako nieszablonowe podejście do promocji. Narzędziem wykorzystywanym w głównej mierze jest Brand Sabbath który pozwala prowadzić kampanie CPC, śledzić ruch z blogów oraz rozliczać za efekty z przeprowadzonych kampanii marketingowych z influencerami.

Każdy materiał przygotowywany jest według indywidualnych preferencji klienta. Celem Spółki jest odpowiedni dobór strategii i takie wykorzystanie posiadanych umiejętności i doświadczenia, w szczególności w zakresie mechanizmów działania komunikacji przy pomocy social mediów, aby każda zaprojektowana kampania była efektywna.

Standardowy zakres usług wchodzących w zakres realizowanych kampanii reklamowych obejmuje:

- konceptualizację strategii kampanii/marki,
- przygotowanie identyfikacji wizualnej marki,
- przygotowanie materiałów graficznych,
- prowadzenie wybranych profili social media (Facebook, Snapchat, Instagram, blog i inne) oraz przygotowanie postów,
- przygotowanie i prowadzenie kampanii reklamowych na social mediach,
- przygotowanie i prowadzenie kampanii z influencerami,
- przygotowywanie i prowadzenie kampanii reklamowych Google AdWords,
- przygotowanie strategii komunikacji brandu zawierającej osobowość marki, obietnicę, strategię komunikacji, głos marki oraz analizę grupy docelowej i konkurencji.

W zależności od oczekiwań klientów, oferowany przez Spółkę zakres prac może zostać rozszerzony o następujące usługi (narzędzia IT wspierające sprzedaż):

- uruchomienie i zarządzanie sklepem internetowym, od przyjmowania zamówień i płatności do wysyłki produktów,
- wytworzenie i wdrożenie wyspecjalizowanych narzędzi informatycznych, w tym przygotowanie aplikacji mobilnej, a nawet – przy dużych projektach reklamowych – zbudowanie i strategiczne wykorzystanie gry mobilnej, realizującej cele promocyjne,
- wdrożenie współpracy w zakresie wykorzystania autorskiej platformy *TheAhoy* (uruchomienie wyłącznie narzędzia sprzedażowego bez wsparcia marketingowego).

Okres trwania kampanii uzależniony jest od zakresu prac zleconych Emitentowi. Przy prostych kampaniach reklamowych w social mediach okres przygotowania samej kampanii wynosi ok 7 do 10 dni

i realizowany jest zgodnie z harmonogramem ustalonym z klientem. Tego typu kampanie angażują pod stronie Emitenta specjalistę ds. marketingu oraz grafika.

Przy projektach bardziej skomplikowanych, wymagających przygotowania sklepu internetowego, aplikacji mobilnej bądź gry okres pracy po stronie Emitenta wydłuża się do nawet 30 dni, a zespół pracujących w projekcie osób musi zostać powiększony również o programistów.

W ramach realizowanych prac związanych ze wsparciem obsługiwanych klientów w zapewnienie pełnej logistyki serwisów e-commerce niezbędne jest również zapewnienie osób zajmujących się logistyką poszczególnych marek (nadzór nad wytworzeniem, wysyłka do klientów, potwierdzenia odbioru). Prace te zazwyczaj połączone są z kampaniami społecznościowymi, pozwalającymi zwiększyć rozpoznawalność marki/produktu.

W ramach prowadzonej działalności Spółka wspierana jest przez ekspertów w zakresie sprzedaży reklamy w Internecie oraz e-commerce i pozycjonowania.

Dzięki zapewnieniu młodej i dynamicznej kadry oraz doświadczonym menadżerom publikowane treści czy wdrażane produkty są wysokiej jakości, dopasowane do odbiorcy oraz uwzględniające najnowsze trendy w sieci. Doświadczenie nabywane latami sprawia, że kampanie realizowane przez Spółkę są spójne i odpowiadają na oczekiwania najbardziej wymagających klientów.

Na dzień sporządzenia Dokumentu Informacyjnego Spółka zrealizowała 35 kampanii reklamowych, obejmujących swoim zasięgiem Facebook, Instagram, Deviantart, snapchat oraz inne media społecznościowe i portale internetowe.

Poniżej przedstawiono wybrane projekty reklamowe, zrealizowane przez Emitenta.

Tabela nr 2. Wybrane realizacje

Data	Opis kampanii
Listopad 2015 r.	Kampania reklamowa <i>Fukki Stuff</i> , związana z pojawieniem się serii nowych produktów (koszulki, artbook, kalendarz)
Styczeń 2016 r.	Kampania reklamowa <i>Fukki Stuff</i> skierowana na zwiększenie rozpoznawalności artystki. Wykorzystanie aplikacji mobilnej/gry jako nośnika informacji
Wrzesień 2016 r.	Kampania reklamowa <i>Pick and Go</i> , oparta na społeczności blogerów promujących funkcjonalności aplikacji
Maj- Wrzesień 2016 r.	Kampanie reklamowe produktu własnego <i>EraCoin</i> , poprzez szereg działań na social mediach, przez informacje na nośnikach reklamowych do prowadzenia lokalnych spotkań z reprezentantami grupy docelowej
Wrzesień 2016 r.	Kampania reklamowa <i>Fukki Stuff</i> związana z uruchomieniem sklepu na platformie <i>TheAhoy</i> i rozbudowania
Styczeń 2017 r.	<i>Pravna.pl</i> , wykorzystanie social mediów jako narzędzia do zbudowania świadomości marki
Luty 2017 r.	Rozpoczęcie kampanii reklamowej <i>Inny Wymiar</i> , skupionej na pozyskaniu większej ilości klientów, Kampanie reklamowe: <i>Shumee, Refunder, Chmiuro, Mój Salon</i>
Marzec 2017 r.	Kampanie reklamowe: <i>Refunder, Inny Wymiar, Chmiuro, Mój Salon, Strefa przyjemności, Przyjdź tu, Scrum Easy, Dlaczemu</i>
Kwiecień 2017 r.	Kampanie reklamowe: <i>Shumee, Inny Wymiar</i>

Maj 2017 r.	Kampania reklamowa <i>Inny Wymiar</i>
Czerwiec 2017 r.	Kampanie reklamowe: <i>FitPack, Tauron Festival Emery, Inny Wymiar (piknik)</i>
Lipiec 2017 r.	Kampanie reklamowe: <i>590 powodów, Mój Salon, Scrum Easy, Chmiuro, Dlaczemu, Strefa przyjemności, Przyjdź Tu</i>
Sierpień 2017 r.	Kampanie reklamowe: <i>InnovMatch, Czy się kręci, Strefa Przyjemności, Dlaczemu, Chmiuro, Przyjdź Tu, Mój Salon</i>
Wrzesień 2017 r.	Kampania reklamowa <i>Hapi Pożyczki</i>
Styczeń 2018 r.	<i>DA Management (platforma video)</i>

Źródło: Emitent

Poza typowymi usługami content marketing, świadczonymi w modelu B2B, Spółka wytwarza także własne produkty, które służą prowadzeniu masowej komunikacji i bazują na tzw. marketingu szeptanym, prowadzonym przez blogerów i vlogerów. Założeniem Spółki jest stworzenie wokół tych produktów ekosystemów społecznościowych, wykorzystywanych do promowania określonych grup produktów (influencer marketing) i pobierania prowizji od zysku, wypracowanego ze sprzedaży danego produktu, ustalonej indywidualnie we współpracy z danym podmiotem. Zyskiem jest prowizja od sumy, którą wypracuje bloger swoimi działaniami marketingowymi. Kwota jego zysku ustalana jest w momencie przyjęcia przez niego zlecenia. Przykładem takich rozwiązań są platformy *EraCoin* oraz *Brand Sabbath*.

Tworzenie rozwiązań własnych przez Emitenta poprzedzone jest analizą rynku w danym segmencie, przygotowania głównych założeń planowanej do budowy platformy. Po podjęciu decyzji na temat budowy rozwiązania informatycznego kolejnym etapem jest przygotowanie szczegółowych wymagań dla projektowanej platformy (w tym rozrysowanie poszczególnych ekranów i zaplanowania poszczególnych funkcjonalności). Tak przygotowana analiza zostaje przekazana do zespołu wykonawczego. Następnie odbywa się faza testów, uruchomienia serwisu w trybie „beta” i udostępnienia jej wybranym użytkownikom. Po naprawie ewentualnych błędów lub braków narzędzie zostaje uruchomione w trybie produkcyjnym.

Poniżej przedstawiono szczegółowy opis produktów będących własnością Emitenta oraz ich funkcjonalności.

Platforma sprzedażowo – reklamowa

Za sprawą szybko ewoluujących zachowań konsumenckich, Spółka wdrożyła w 2016 roku autorskie narzędzia informatyczne, wspierające zarządzanie sprzedażą oraz budowanie niekonwencjonalnej metody dotarcia do klientów w postaci platformy sprzedażowo – reklamowej *TheAhoj*.

Platforma *TheAhoj*, uruchomiona w trybie produkcyjnym, łączy w sobie typowe funkcje sklepu internetowego i elementy social media, pozwalając zbudować wokół produktu, osoby, czy producenta ekosystem społeczny, ogniskujący zainteresowanie targetowanych grup społecznych, które identyfikują się z brandem. Funkcjonalność platformy jest w pełni dostosowana do indywidualnych potrzeb klientów: właścicieli sklepów i własnych marek. Niewątpliwą zaletą platformy *TheAhoj* jest łatwość jej implementacji dla kolejnych klientów Emitenta.

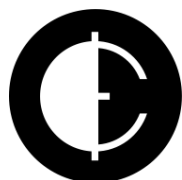
Usługa *TheAhoj* oferowana jest w kilku wariantach, z pełną możliwością dostosowania prowadzonej współpracy do oczekiwań klienta. W zależności od oczekiwanego przez klienta rezultatu: zwiększenie rozpoznawalności marki, wzrost sprzedaży, wzrost liczby wejść na stronę internetową, bądź inne cele biznesowe, przygotowujemy indywidualny plan sprzedażowo – marketingowy, uwzględniające oczekiwania klienta.



Opis: *TheAhoy* to platforma sprzedażowo-marketingowa pozwalająca na budowanie dla poszczególnych klientów (osoby, marki lub przedsiębiorstwa) ekosystemu społecznościowego, zgodnego z przyjętą strategią komunikacyjną. Platforma pomaga stworzyć lub zwiększyć rozpoznawalność marki i zbudować kanały sprzedaży, które pomogą w dotarciu do docelowej grupy odbiorców. *TheAhoy* to przykład złożonego systemu informatycznego, który od strony użytkownika prezentuje się jako jedna, spójna i sprawnie komunikująca się całość. Sercem serwisu jest dedykowany framework oparty o PHP (silnik *TheAhoy*), w którym zaimplementowane zostały generyczne mechanizmy związane z obsługą kluczowych obiektów biznesowych takich jak: użytkownik, produkt, zamówienie, płatność.

Narzędzie to zostało wykonane przez podmiot trzeci na zlecenie Spółki na przełomie 2015 i 2016 r. Po przejściu przez fazę testów beta zostało zmodyfikowane zgodnie z potrzebami użytkowników i Emitenta, pozwalając planować wyższe przychody w następujących okresach rozliczeniowych.

Wielotygodniowe testy silnika pozwoliły na zoptymalizowanie go i dostosowanie go do wymagań biznesowych, w których ważną rolę odgrywa zachowanie wysokiej jakości prezentacji kontentu, niezależnie od zastosowanej przeglądarki, czy systemu po stronie użytkownika końcowego. Projektując mechanizmy związane z płatnościami i rozliczeniami za cel postawiono uproszczenie i ułatwienie zadań po stronie tych osób, które na co dzień będą korzystać z serwisu. Mechanizm wyliczania prowizji, wsparcie dla kompletowania przesyłki do klienta, czy integracja systemu z API Stripes w zakresie realizacji płatności kartami kredytowymi to tylko niektóre usługi wbudowane w *TheAhoy*. Unikalność *TheAhoy* to również udostępnienie specjalnej aplikacji na platformę Android, która poprzez *TheAhoy* API komunikuje się bezpośrednio z serwisem i wprost na telefonie użytkownika prezentuje zawartość serwisu. Silnik *TheAhoy* implementowany jest u zainteresowanych klientów Emitenta. Przyjęty model biznesowy polega na indywidualnym ustalaniu z klientem opłaty, która liczona jest jako udział procentowy w zysku wypracowanym ze sprzedaży wystawionego w sklepie produktu (zwykle udział ten waha się pomiędzy 40% a 70% zysku) lub też ustalana jest jednorazowa opłata za uruchomienie narzędzia dla konkretnej marki bez stałej współpracy. *The Ahoy* znajduje się w fazie produkcyjnej od 2016 r. Przychody ze sprzedaży osiągnięte przez *Th Ahoy* w 2016 r. wyniosły 46.409,09 zł, a w 2017 r. 169.328,70 zł i zostały w całości wygenerowane ze współpracy z *Fukki Stuff*.



Opis: *EraCoin* to platforma pozwalająca na zoptymalizowanie producentom wydatków ponoszonych na reklamowanie własnych produktów. Dzięki *EraCoin* właściciele poszczególnych marek mogą w sposób prosty dotrzeć bezpośrednio do swoich fanów/klientów i na platformie *EraCoin* oferować im bezpośrednio produkty, bez konieczności korzystania z dystrybutorów i pośredników, wynagradzając swoich klientów w formie rabatów. W modelu biznesowym *EraCoin* przychody ze sprzedaży Emitenta

ustalane są w wysokości pomiędzy 5% a 50 % zysku wypracowanego ze sprzedaży wystawionych w sklepie produktów. Użytkownik pozyskuje rabaty dzięki algorytmowi, który przelicza jednostki czasu od momentu zainstalowania aplikacji na proporcjonalne względem ceny wybranych produktów zniżki. Ponadto aplikacja pozwala pozyskiwać dodatkowe EraCoiny (punkty) poprzez interakcje z innymi użytkownikami i elementy grywalizacji. Producent/dystrybutor ma możliwość promowania swojego brandu/produktu poprzez swojego rodzaju fanpage oraz poprzez umieszczenie w serwisie reklamy video, którą użytkownik obejrzy z wyboru (tj. tylko jeśli zdecyduje się na to w zamian za dodatkowe punkty). Aby EraCoin (punkty) były naliczane użytkownik nie jest wymagane połączenie z Internetem, ani bezpośrednie zaangażowanie użytkownika (aplikacja działa w „tle”). Aplikacja EraCoin została napisana na dwie platformy: Android oraz IOS, które są zasilane potężną aplikacją web. Aplikacja Web pozwala, każdej firmie na utworzenie konta w aplikacji oraz wystawienie swoich produktów. Dodatkowo firmy mają wpływ na wysokość swoich rabatów, ilość stanów magazynowych i koszty przesyłki.

Platforma *EraCoin* na dzień sporządzenia Dokumentu Informacyjnego posiada 26 904 użytkowników i generuje już pierwsze przychody, które za 2017 rok wyniosły 27.000,00 zł.

Platformy łączące blogerów i vlogerów z reklamodawcami

Kolejnym produktem Spółki jest platforma *Brand Sabbath*, skupiająca influencerów (blogerów i vlogerów). Firma, która chce ze swoim produktem lub usługą dotrzeć do bazy potencjalnych klientów, dzięki platformie zleca reklamę zebranych w serwisie blogerom i vlogerom, którzy jako eksperci wypowiadają rzetelne opinie o danym produkcie lub usłudze na swoich blogach lub w social mediach. Po zaakceptowaniu działań promocyjnych firma rozlicza się z influencerem. Zaletą tej formy reklamy jest to, że dzięki pracy influencerów, podzielonych na konkretne kategorie, reklama jest czytana przez potencjalnie zainteresowane osoby i dociera do przypadkowych osób. Reklamujący swój produkt lub usługę ma pewność, że odbiorcy czytają i oglądają ją z chęcią i uwagą, a sama reklama przedstawiona jest w interesujący i indywidualny dla danego influencera sposób.



Opis: *Brand Sabbath* – ekosystem społecznościowy, dzięki któremu twórcy Internetu: blogerzy, vlogerzy, właściciele start-up`ów budują jedyny w swoim rodzaju network, w którym uczestniczą i z którego czerpią zyski. Platforma pozwala na wymianę pomysłów i rozprzestrzenianie marketingowego potencjału. Daje również szansę użytkownikom *Brand Sabbath* wzięcia udziału w akcjach promocyjnych i marketingowych za wynagrodzeniem. *Brand Sabbath* to pierwszy network dla twórców Internetu, umożliwiający użytkownikom zwiększanie swojego zasięgu oraz w oparciu o transparentną i w pełni zautomatyzowaną giełdę zleceń monetyzować swoją aktywność w sieci od pierwszego dnia. Działanie mierzone jest przez innowacyjne kody śledzenia, a następnie przeliczane na zarobki, które w czasie rzeczywistym trafiają do wirtualnych portfeli blogerów. Zapewnia im to komfort, bezpieczeństwo oraz motywację do tworzenia kontentu wysokiej jakości i o dużym potencjale reklamowym. Dla firm *Brand Sabbath* to innowacyjne narzędzie, dzięki któremu mogą z łatwością przenieść reklamę do blogo i vlogosfery, której zasięg nareszcie stał się mierzalny. Poprzez efektywne systemy rekomendacji influencerów mogą skutecznie promować swoje usługi. Kampanie *Brand Sabbath* są zawsze spójne i naturalne: to twórcy Internetu odpowiadają za formę reklamy tak, aby były one skuteczne i targetowane na ich organicznie zgromadzonych odbiorców. W odróżnieniu od innych narzędzi, *Brand Sabbath* nie skupia się jedynie na gwiazdach sieci, lecz stawia na większą liczbę autorów o mniejszych zasięgach. Wdrażając kampanie z użyciem *Brand Sabbath* jednocześnie tworzymy wokół danej tematyki

lub marki swojego rodzaju ekosystem - społeczność, która funkcjonuje długoterminowo i zrzesza stargetowanych użytkowników, którzy identyfikują się z brandem. Przychody uzyskiwane z tego narzędzia ustalane są indywidualnie z każdym klientem. Generalną zasadą jest, iż przychód Emitenta ustalany jest jako udział procentowy kwoty wydanej przez klienta na rozpropagowanie informacji o własnej marce, bądź na reklamę konkretnego produktu. Platforma od 2017 r. jest w fazie produkcyjnej, a wygenerowane przez nią przychody za 2017 r. wyniosły 84.812,66 zł.

Sorry Coach

Opis: *Sorry Coach* była marką własną Emitenta, skupiającą społeczności uzależnionych od sportu „Sweat Stars”, które (przy pomocy *Sorry Coach*) tworzą swoje własne marki odzieżowe. Model biznesowy przyjęty we współpracy z klientem zakładał udział procentowy w przychodach osiągniętych ze sprzedaży produktów. W II kwartale 2018 r. Emitent zrealizował transakcję sprzedaży marki *Sorry Coach*, obejmującej w szczególności model biznesowy, identyfikację wizualną, domenę *sorrycoach* wraz z zawartością strony www.sorrycoach.com, projekty nadruków oraz zrealizowanych prototypów, listy mailingowe, dostęp do kont mediów społecznościowych. Wartość *Sorry Coach* ujęta w bilansie Emitenta w koszcie wytworzenia wynosiła 19.189,28 zł. Cena sprzedaży marki *Sorry Coach* wyniosła 56.097,56 zł netto.

Fukki Stuff

Opis: *Fukki Stuff* – sklep internetowy wykonany na zlecenie wykorzystujący mechanizm *TheAhoj* na potrzeby jednej z artystek, wykorzystujący całą gamę usług sprzedażowych i marketingowych oferowanych przez Spółkę. Model biznesowy przyjęty we współpracy z Klientem zakłada udział procentowy w przychodach osiągniętych ze sprzedaży produktów. Przychody generowane z wykorzystania *TheAhoj* dla *Fukki Stuff* uzależnione są od wielkości wypracowanego przychodu ze sprzedaży produktów oznaczonych marką *Fukki*. Spółka w ramach współpracy jest odpowiedzialna nie tylko za utrzymywanie *Fukki Stuff* opartego na platformie *TheAhoj*, ale także za realizowanie prac związanych ze wsparciem logistycznym sklepu. Prace te połączone są dodatkowo z kampaniami marketingowymi, realizowanymi przez Spółkę, które pozwalają zwiększyć rozpoznawalność marki czy poszczególnych produktów.

Struktura sprzedaży

W ramach początkowo prowadzonej działalności w 2015 roku główne źródło przychodów Spółki stanowiła sprzedaż usług marketingowych: stanowiły je kampanie komunikacyjne w social mediach, indywidualne akcje marketingowe, pozyskiwanie influencerów oraz doradztwo z zakresu kampanii marketingowych.

Wraz z rozwojem działalności Spółka w 2016 roku wprowadziła do oferty nowe rozwiązania informatyczne (wspierające narzędzia IT) takie jak aplikacje mobilne i gry, wykorzystywane jako dodatkowe narzędzia marketingowe oraz aplikację *TheAhoj*.

W 2016 roku przychody ze sprzedaży wspierających narzędzi IT stanowiły 85,88% przychodów ogółem i realizowane były ze sprzedaży usług związanych z uruchamianiem sklepów internetowych, modułów zarządzania magazynem i obiegiem dokumentów zakupowych. Były to usługi o różnym poziomie skomplikowania i pracochłonności, dostosowane do wymagań klienta pozwalające zoptymalizować i zautomatyzować procesy obsługi klientów. W ramach osiągniętych przychodów zrealizowano 12 projektów dla 8 klientów, w tym dla marki *Berlingo*. Od 2016 roku Spółka realizowała na potrzeby jednego z klientów sklep internetowy i aplikację mobilną, dostosowaną do systemu iOS oraz Android, która wykorzystuje mechanizm geolokacji. Przychody z tego tytułu (płatności realizowane były etapami) były ujmowane w pozycji „Przychody ze sprzedaży wspierających narzędzi IT”. W 2016 roku przychody te stanowiły 19% przychodów ze sprzedaży w tej grupie przychodów.

Dodatkowo Spółka rozszerzyła ofertę o możliwość podjęcia współpracy w zakresie przygotowywania aplikacji mobilnych oraz wykorzystania gry mobilnej, realizującej cele promocyjne. W ramach promocji sklepu *Fukki Stuff* Spółka zrealizowała grę mobilną *HiWitch*. Gra *HiWitch* została wytworzona bezpośrednio przez podmiot trzeci na zlecenie Emitenta.

Ponadto Spółka uruchomiła produkcyjnie sprzedażowo – marketingową platformę *TheAhoy*, dywersyfikując w ten sposób źródła przychodów.

Przychody ze sprzedaży związane z wykorzystaniem platformy *TheAhoy* dla sklepu *Fukki Stuff* stanowiły 10,69% przychodów ze sprzedaży wygenerowanych przez Emitenta 2016 roku.

W tym czasie Spółka realizowała także przychody ze sprzedaży towarów, w tym koszulek, bluz, czapek, stanowiących artykuły reklamowe. Ich udział w strukturze przychodów ze sprzedaży był niewielki i wyniósł 1,34% przychodów ogółem. Dodatkowymi przychodami Spółki w tym okresie były przychody realizowane z podnajmu powierzchni biurowych, które stanowiły 0,28% przychodów ogółem. Na dzień sporządzenia Dokumentu usługi te nie są realizowane.

Na koniec 2017 r. znaczącym źródłem przychodów Spółki była sprzedaż wspierających narzędzi IT (m.in. sklepy internetowe, aplikacje mobilne, moduły zarządzania magazynem), która stanowiła 50,29% przychodów ogółem wygenerowanych przez Spółkę w omawianym okresie. Drugą pozycję pod względem generowania przychodów stanowiły przychody ze sprzedaży z wykorzystaniem platformy *TheAhoy* dla sklepu *Fukki Stuff*, które stanowiły 19,63% przychodów ogółem. Kolejną usługą istotną z punktu widzenia generowania przychodów była sprzedaż usług marketingowych z wykorzystaniem usługi *Brand Sabbath*, która stanowiła 6,28% przychodów ogółem. W dniu 24 października 2017 roku Spółka podpisała umowę ze Spółką Instytut BioInfoBank sp. z o.o., związaną z planowaną przez Spółkę budową i uruchomieniem giełdy *EraCoin*. W ramach umowy przeprowadzono konsultacje dotyczące nakładów inwestycyjnych związanych z realizacją projektu. Ze względu na wysokie nakłady, konieczne do realizacji przedsięwzięcia oraz czasochłonność inwestycji Spółka odstąpiła od zamiaru realizacji projektu do czasu uregulowania charakteru prawnego kryptowalut. Brak regulacji dotyczących kryptowalut nie sprzyja takim przedsięwzięciom. Spółka realizuje działania operacyjne w projekcie, które nie wymagają dodatkowych nakładów finansowych. Działania partnera biznesowego ze względów ekonomicznych zostały czasowo wstrzymane. W 2017 roku Spółka wstrzymała rozpoczęty w 2016 roku projekt realizacji sklepu internetowego i aplikacji mobilnej na potrzeby jednego z klientów, z przyczyn leżących po stronie klienta. Wskutek decyzji klienta od 2018 roku projekt nie jest realizowany. Pomimo, iż w 2016 roku przychody z realizacji sklepu internetowego i aplikacji mobilnej dla ww. klienta stanowiły 19% przychodów ze sprzedaży narzędzi wspierających IT, to w 2017 roku wraz z rozwojem działalności Spółka nie tylko zwiększyła przychody w tej grupie (narzędzia wspierające IT), ale generowała przychody także z innych źródeł, w szczególności ze sprzedaży usług marketingowych, które stanowiły największy udział w przychodach ogółem.

W I kwartale 2018 roku główne źródło przychodów Spółki stanowiła sprzedaż usług marketingowych (79,32% przychodów ogółem) oraz sprzedaż towarów (20,68% przychodów ogółem). W II kwartale 2018 roku Spółka odnotowała wzrost udziału przychodów ze sprzedaży narzędzi wspierających IT (33,66%) w przychodach ogółem, zaś udział przychodów ze sprzedaży usług marketingowych w ogólnej sumie przychodów uległ zmniejszeniu i wyniósł 16,34%, co jest wynikiem skoncentrowania zasobów własnych na rozwoju platformy *EraCoin*. W II kwartale 2018 roku Spółka odnotowała jednorazowy przychód związany ze sprzedażą marki *SorryCoach*.

Poniżej przedstawiona została struktura rodzajowa przychodów Emitenta w latach 2016 – 2017 oraz za I i II kwartał 2018 r.

Tabela nr 3. Struktura przychodów według oferowanych usług

Wyszczególnienie	2015	Udział w %	2016	Udział w %	2017	Udział w %	I kwartał 2018	Udział w %	II kwartał 2018	Udział w %	Narastająco 2018	Udział w %
Przychody ze sprzedaży usług marketingowych (kampanie reklamowe)	225 500,00	100,00%	7 872,59	1,81%	142 696,06	16,55%	26 769,00	79,32%	18 331,73	16,34%	45 100,73	30,90%
Przychody ze sprzedaży wspierających narzędzi IT (sklepy internetowe z wyłączeniem Fukki Stuff, aplikacje mobilne, gry mobilne - HiWitch), w tym:	-	-	372 730,00	85,88%	433 712,20	50,29%	-	-	37 761,00	33,66%	37 761,00	25,87%
- aplikacje mobilne i gry	-	-	44 999,55	10,37%	15 990,00	1,85%	-	-	35 000,00	31,20%	35 000,00	23,98%
- sklepy internetowe, moduły zarządzania magazynem	-	-	327 730,45	75,51%	417 722,20	48,44%	-	-	-	-	0,00	-
Przychody ze sprzedaży związane z wykorzystaniem platformy TheAhoj dla Fukki Stuff	-	-	46 409,09	10,69%	169 328,70	19,63%	-	-	-	-	0,00	-
Sprzedaż towarów	-	-	5 832,44	1,34%	-	-	-	-	-	-	0,00	-
Pozostałe	-	-	12 000,00	2,76%	4 888,80	0,57%	6 980,00	20,68%	0,00	0,00%	6 980,00	4,78%
Przychody ze sprzedaży usługi Brand Sabbath	-	-	-	-	84 812,66	9,83%	-	-	-	-	0,00	-
Przychody ze sprzedaży usługi EraCoin	-	-	-	-	27 000,00	3,13%	-	-	-	-	0,00	-
Przychody ze sprzedaży usługi SorryCoach	-	-	-	-	-	-	-	-	56 097,56	50,00%	56 097,56	38,44%
Razem	225 500,00	100,00%	434 044,12	100,00%	862 438,42	100,00%	33 749,00	100,00%	112 190,29	100,00%	145 939,29	100,00%

Źródło: Emitent

W III kwartale 2017 r. Spółka wykazała w pozycji: Przychody ze sprzedaży wspierających narzędzi IT transakcję sprzedaży mechanizmu platformy *TheAhoj* w kwocie 100.000,00 zł. Na koniec 2017 roku kwota wartość ta została przeksięgowana do pozycji: Przychody ze sprzedaży związane z wykorzystaniem platformy *TheAhoj*.

Analiza struktury przychodów ze sprzedaży wskazuje, że z punktu widzenia strategii rozwoju Spółki i generowania przychodów istotne znaczenie będzie miał rozwój narzędzi wspierających IT oraz wzrost popularności własnych platform Emitenta.

Przychody ze sprzedaży wspierających narzędzi IT realizowane były z usług związanych z uruchamianiem sklepów internetowych, modułów zarządzania magazynem. Klienci platform Spółki są przekonani o wymiernych korzyściach jakie płyną z ich uczestnictwa w tych platformach. Emitent wychodzi z założenia, iż wzrost popularności platform spowoduje zwiększenie transakcji, które będą zawierane za pośrednictwem platform, co przełoży się na wzrost przychodów realizowanych przez Spółkę. Dlatego też równolegle ze wzrostem skali działalności w obszarze usług marketingu internetowego Emitent będzie rozwijał ofertę platform sprzedażowo – reklamowych i ekosystemów społecznościowych, zwiększając tym samym poziom uzyskiwanych przychodów ze sprzedaży usług.

Na dzień sporządzenia Dokumentu Informacyjnego platformy *TheAhoy* i *Brand Sabbath* skupiają blisko 5.000 podmiotów (użytkowników). Spółka obserwuje przyrost użytkowników.

W I i II kwartale 2018 r. Spółka skupiła się na działaniach mających na celu ustrukturyzowanie założeń produktów *Brand Sabbath* i *Eracoin*, na wdrożeniu funkcjonalności aplikacji Eracoin dokonywania zakupów zarówno online, jak i offline (dzięki wdrożeniu aplikacji Snipay) w porozumieniu z partnerami, pozyskiwaniem partnerów strategicznych oraz handlowych.

Zarząd Emitenta ocenia, iż w kolejnych okresach rozwój Spółki utrzyma się na dalszym dynamicznym poziomie.

Kanały dystrybucji

Doświadczenie i znajomość rynku nabyte przez osoby na stałe współpracujące ze Spółką pozwoliły na opracowanie optymalnych technik dotarcia do odbiorców usług. Na dzień sporządzenia Dokumentu Informacyjnego dystrybucja usług świadczonych przez Spółkę odbywa się następującymi kanałami:

- indywidualne spotkania z potencjalnymi klientami,
- rozwijanie sieci zadowolonych klientów, polecających usługi Emitent innym klientom,
- aktywne działania sprzedażowe Prezesa Zarządu.

Odbiorcy usług Emitenta

Emitent koncentruje się na sprzedaży oferowanych usług w sieci Internet i posiada stały portfel klientów, który systematycznie rośnie. Spółka zmierza do zdwersyfikowania portfela klientów, co zwiększy stabilność i bezpieczeństwo prowadzenia działalności.

Do grona klientów Spółki można zaliczyć klientów indywidualnych oraz firmy (B2B), działające w takich branżach jak: e-commerce, marki odzieżowe, aplikacje podróżnicza, system CRM, portale internetowe o tematyce: modowej, rozrywkowej; system do zarządzania projektami informatycznymi, usługi finansowe.

Odbiorcą części usług są indywidualni użytkownicy Internetu, pragnący przynależć do konkretnych społeczności internetowych. Najważniejszymi kontrahentami Emitenta są: Judyta Anna Murawska, Inny Wymiar Łukasz Sętkas, Shumee S.A., SALES & MORE S.A. Część kontraktów podpisanych przez Emitenta zapewnia zachowanie poufności stronom do czasu oficjalnego uruchomienia.

Poniżej przedstawiono liczbę klientów Spółki z podziałem na lata.

Tabela nr 4. Liczba klientów korzystających z usług marketingowych Spółki

Wyszczególnienie	2016	2017	31.03.2018
Liczba klientów	15	17	2

Źródło: Emitent

Dostawcy Emitenta

Emitent w prowadzonej działalności korzysta z usług profesjonalnych podwykonawców. Usługi obce obejmują w szczególności: przygotowywanie materiałów koncepcyjnych kampanii reklamowych, przygotowywanie treści reklamowych, grafiki, obsługa social media oraz tworzenie narzędzi informatycznych. Podwykonawcy związani są ze Spółką długoterminowymi umowami o współpracy. Dzięki wykorzystaniu outsourcingu usług Emitent nie ponosi nadmiernych kosztów zatrudnienia i szkolenia pracowników oraz tworzenia rozbudowanych struktur organizacyjnych.

Spółka do realizacji poszczególnych zadań wykorzystuje sprzęt własny, jak również sprzęt podwykonawców. Do budowy, wdrażania i utrzymywania platform informatycznych Spółka korzysta z wynajmowanych powierzchni serwerowych.

Zatrudnienie

Na dzień 31 grudnia 2017 roku oraz na koniec II kwartału 2018 r. Emitent nie zatrudniał etatowych pracowników.

W Spółce realizowana jest zasada racjonalnego wykorzystania zasobów ludzkich, a struktura organizacyjna Spółki oparta jest o zasadę funkcjonalności. Procesy decyzyjne skoncentrowane są w rękach Prezesa Zarządu. Funkcję tę pełni na podstawie powołania Pani Maria Belka. Pozwala to na szybsze i bardziej elastyczne podejście do klienta, niż ma to miejsce w przypadku rozbudowanych i złożonych struktur decyzyjnych. Na dzień sporządzenia Dokumentu Informacyjnego Spółka wykorzystuje do realizacji konkretnych projektów wykwalifikowanych i doświadczonych zewnętrznych copywriterów, programistów i grafików, którzy współpracują ze Spółką na podstawie umów cywilno – prawnych.

Otoczenie konkurencyjne Emitenta

Branża marketingu internetowego odznacza się silnym rozproszeniem działających w niej podmiotów. Na rynku tym działa duża liczba stosunkowo małych podmiotów, stanowiących bezpośrednią konkurencję Spółki.

Poniżej zamieszono opis podmiotów prowadzących działalność konkurencyjną wobec działalności prowadzonej przez Emitenta w zakresie content marketingu. Według opinii Zarządu Spółki do konkurencji bezpośredniej Spółki można zaliczyć niżej wskazane podmioty.

Tabela nr 5. Konkurencja Emitenta

Nazwa konkurenta	Skrócony opis
Indahash	Platforma skupiająca influencerów, najczęściej Instagram
Brand24	Platforma mierząca zaangażowanie i efekty kampanii marketingowych prowadzonych przez influencerów
DDOB	Platforma skupiająca influencerów, najczęściej z kategorii „beauty”

Źródło: Emitent

Przewagi konkurencyjne Emitenta

Najważniejsze przewagi konkurencyjne Spółki to m.in.:

- **Doświadczony zespół.** Stali współpracownicy Spółki zatrudnieni na podstawie umów cywilno-prawnych, posiadają wieloletnie doświadczenie w branży internetowej. Zmotywowany, doświadczony i kompetentny zespół stanowi istotny czynnik przewagi konkurencyjnej Spółki w perspektywie wzrostu rynku usług marketingowych w Polsce;
- **Nowatorskie i nieszablonowe podejście do reklamy internetowej.** Spółka w ramach świadczonych usług content marketingu wykorzystuje nowatorskie rozwiązania IT, zwiększające promocję marek. Spółka nie tylko może pochwalić się znajomością mechanizmów działania

komunikacji internetowej, w szczególności social mediów, ale przede wszystkim zrozumieniem ducha komunikacji społecznościowych oraz dużą kreatywnością;

- **Stale poszerzana oferta usług.** Od początku działalności Spółka konsekwentnie budowała ofertę produktową poprzez dodawanie kolejnych usług, w tym własnych marek: *The Ahoy*, *EraCoin* i *Brand Sabbath*. Szeroka gama świadczonych przez Spółkę usług pozwala realizować wielokanałowe strategie marketingowe i obsługiwać klientów kompleksowo;
- **Dywersyfikacja źródeł przychodów.** Od 2016 r. Spółka zrealizuje własne marki, jako ofertę uzupełniającą, która pozwala na uzyskiwanie dodatkowych przychodów. Zróżnicowanie źródeł przychodów wpływa na stabilizację uzyskiwanych przychodów.
- **Elastyczność w działaniu.** Prosta i płaska struktura organizacyjna Spółki sprawia, że wszystkie procesy sprzedażowe przebiegają szybciej, aniżeli w firmach o złożonej strukturze organizacyjnej, w których konieczne jest potwierdzanie wszelkich decyzji przez osoby wyższego szczebla. Dzięki temu Spółka jest dla klientów szybszym i bardziej elastycznym partnerem.

Strategia rozwoju Emitenta

Strategia Emitenta w perspektywie do 2021 roku zakłada:

1. Podejmowanie działań w celu zwiększenia rozpoznawalności marki Emitenta i dalszego budowania przychodów.

Przedmiotowe działania zostaną osiągnięte poprzez dalszy rozwój oferowanych usług:

- ulepszenie funkcjonujących i rozwój platform: *Brand Sabbath* oraz *EraCoin* i rozwijanie sieci podmiotów korzystających z tych rozwiązań (rozwój platform będzie uzależniony od uwarunkowań rynkowych oraz oczekiwań użytkowników),
 - budowę innowacyjnych narzędzi marketingowych i kanałów sprzedaży (lata 2018-2019).
2. Pozyskanie nowych klientów zagranicznych. Spółka planuje nawiązanie współpracy z międzynarodowymi firmami, instytucjami, funduszami (II połowa 2017 r. i 2018 r.).
 3. Ekspansję zagraniczną usług Emitenta.
 4. Rozwijanie innowacji. Spółka nastawiona jest na poszerzanie swojej oferty usług i zwiększanie ich wartości dla klienta. Spółka zamierza nawiązać współpracę z uczelniami wyższymi nastawioną na rozwój i wprowadzanie nowych rozwiązań innowacyjnych.

Ad 1. Strategia Spółki realizowana od 2017 roku zakładała, oprócz rozwoju platform wskazanych powyżej, także rozwój marki własnej – platformy Sorry Coach (IV kwartał 2017 r.) oraz ulepszenie i rozwój istniejącej platformy The Ahoy.

Platforma Sorry Coach ze względu na potrzebę skoncentrowania się na przychodowych, perspektywicznych i skalowalnych projektach została sprzedana w kwietniu 2018 roku. Analiza rynku influencerów sportowych w Polsce wykazała, że nie jest to rynek na tyle rozwinięty, by niskim nakładem finansowym wypromować platformę na poziomie gwarantującym satysfakcjonujące przychody. Z kolei niski poziom środków pozyskanych przez Spółkę z emisji akcji serii E nie pozwolił na realizację tak kosztownego przedsięwzięcia.

Z tych samych powodów Spółka odstąpiła od rozwoju platformy The Ahoy i planuje jej sprzedaż. Dalsze pozyskiwanie influencerów jest obecnie czasochłonne i wymagałoby poniesienia znacznych środków finansowych na realizację działań marketingowych. Utrzymanie i unowocześnianie platformy wymagałoby dużego zaangażowania zespołu, a ten jest potrzebny do rozwoju platformy EraCoin. Obecnie projekt rozwija się ekstensywnie.

Rozwój serwisu Brand Sabbath w zakresie nowej funkcjonalności obsługi tokenów Adshares został czasowo zawieszony ze względu na koncentrację wszystkich zasobów na projekcie Eracoin. W momencie uruchomienia serwisu Eracoin, serwis Brand Sabbath będzie również korzystał z frameworku opartego na technologii blockchain zaimplementowanego na potrzeby Eracoin. Spółka zdecydowała, że Brand Sabbath będzie korzystał z nowego silnika, w celu uruchomienia własnego market place, również w celu sprawnej analizy informacji dotyczących kampanii marketingowych oraz wdrożenia systemów przeprowadzania kampanii marketingowych. Z tych powodów negocjacje ze spółką Picostocks Incorporated dotyczące warunków przyszłej współpracy zostały wstrzymane do czasu zakończenia prac nad silnikiem EraCoin.

Dodatkowo planowane jest uruchomienie Brand Sabbath na urządzeniach mobilnych. Dalszy rozwój platformy planowany jest w II kwartale 2019 roku. Na Dzień Dokumentu serwis Brand Sabbath skupia 1902 użytkowników.

W ramach zadania budowy Innowacyjnych kanałów sprzedaży i marketingu Spółka skupiła wszystkie swoje moce i zasoby na działaniach mających na celu przebudowę platformy marketingowej Eracoin, która w nowej wersji będzie stanowić jednocześnie market place oraz środowisko marketingowe oparte na technologii blockchain. Eracoin będzie przede wszystkim tworzony na potrzeby rynków międzynarodowych („e-rynek globalny”). Realizacja zadania została przewidziana na lata 2018–2019. W ramach rozwoju platformy Spółka podpisała w dniu 30 listopada 2017 roku umowę o współpracy ze spółką CWA S.A. w zakresie wykorzystania Eracoin w platformie płatności elektronicznych SNIPAY należącej do CWA S.A.

W ramach współpracy realizowany jest następujący zakres prac:

1. Badanie rynku i pierwsze testy – II kwartał 2018 r.
2. Opracowanie zarysu czasochłonności wdrożenia projektu – III kwartał 2018 r.
3. Wdrożenie technologii Snipay w system Eracoin – I-II kwartał 2019 r.
4. Przeprowadzenie otwartych testów – III kwartał 2019 r.
5. Opracowanie oferty dla Vendorów – IV kwartał 2019
6. Komercyjne wdrożenie – IV kwartał 2019 r.

Na Dzień Dokumentu z platformy Eracoin korzysta 27 684 użytkowników.

Spółka podejmuje także działania marketingowe w zakresie rozwoju platformy, m.in. poprzez kampanie geolokalizacyjne z wykorzystaniem aplikacji Eracoin i nawiązuje w tym zakresie kontakty handlowe z wieloma partnerami. Niektóre z prowadzonych negocjacji (jak np. z Centrum Handlowym Stara Kablownia) nie prowadzą do satysfakcjonujących obie strony rezultatów.

Ad 2. Spółka w związku z planowanym ICO (Initial Coin Offering) platformy Eracoin oraz rozwojem platformy Brand Sabbath w I kwartale 2018 roku nawiązała relacje z zagranicznymi podmiotami oraz międzynarodowymi firmami (w tym Microsoft Sp. z o.o.).

Ad 3. Spółka realizując strategię rozwoju międzynarodowego podejmuje działania zmierzające do pozyskania nowych obszarów zbytu, głównie rynków zagranicznych. Efektem tych działań jest nabycie w lipcu 2018 roku marki Code Addict, operującej na rynkach USA, i Europy Zachodniej. Pod marką Code Addict świadczone są usługi deweloperskie w branży aplikacji do urządzeń mobilnych, zarówno dla oprogramowania Android, jak i iOS.

Ad 4. W I kwartale 2018 roku Spółka wdrożyła w celach testowych rozwiązanie Eracoin w warszawskim lokalu oraz w sklepach internetowych. Spółka przedsięwzięła działania mające na celu stworzenie i promocję aplikacji EracoinPay. Produkt umożliwi użytkownikom płacenie w wybranych lokalach

stacjonarnych przy użyciu aplikacji Eracoin. Spółka podejmuje rozmowy z licznymi partnerami oraz potencjalnymi klientami sieciowymi.

Zgodnie z zamiarem Emitenta ww. cele strategiczne są obecnie realizowane i będą wykonywane w sposób ciągły. Spółka posiada odpowiednie zasoby kadrowe do realizacji powyższych celów strategicznych. Środki, które umożliwią ich realizację będą pochodzić z przychodów z działalności operacyjnej i środków pozyskanych w ramach emisji akcji.

Analiza SWOT Emitenta

Silne strony:

- doświadczenie i zaangażowanie Zarządu Emitenta, części członków Rady Nadzorczej (założycieli) oraz stałych współpracowników w branży IT, marketingu internetowego i e-commerce,
- znajomość rynku informatycznego i technologii IT,
- umiejętność pracy z produktami niszowymi,
- umiejętność tworzenia spójnych strategii komunikacyjnych,
- duży potencjał rozwoju,
- rosnąca sprzedaż,
- struktura organizacyjna Spółki bardzo czytelna i płaska,
- niskie koszty działalności,
- dywersyfikacja prowadzonej działalności.

Słabe strony:

- krótka działalność na rynku,
- brak majątku trwałego Spółki.

Szanse:

- dynamiczny rozwój branży marketingu internetowego i mediów społecznościowych,
- ekspansja geograficzna,
- kadra menadżerska posiadająca międzynarodowe wykształcenie i doświadczenie,
- młoda kadra zarządzająca, rozumiejąca potrzeby rynku.

Zagrożenia:

- niestabilne ustawodawstwo i często zmieniające się przepisy prawa,
- duża konkurencja w branży, w tym konkurencja z kapitałem zagranicznym,
- konieczność nadążania za ogólnoświatowymi trendami i rozwojem technologii,
- niskie bariery wejścia na rynek rozumiane jako wartość nakładów inwestycyjnych niezbędna do poniesienia na majątek trwały i obrotowy.

Rynek reklamy internetowej

Nowe technologie radykalnie zmieniają biznes reklamowy, mając ogromny wpływ, zarówno na klientów, jak i na przedsiębiorstwa, które bez reklamy nie mogą funkcjonować. Szybkie i intensywne pojawienie się technologii w świecie reklamy należy ocenić jako zdecydowanie pozytywne. Szczególnie, że nowe rozwiązania często przełamują schematy oraz standardowe myślenie o reklamie. Dzięki temu klienci końcowi mają możliwość kontaktu z lepszą, ciekawszą i bardziej sprofilowaną komunikacją reklamową.

W dzisiejszych czasach klienci oczekują od marek zróżnicowanego komunikatu reklamowego, dystrybuowanego w wielu kanałach komunikacji. Reklama przestała mieć tylko jeden wymiar. Dlatego celem największych przedsiębiorstw jest tzw. reklama 360 stopni, docierająca do klienta na wielu płaszczyznach i w wielu mediach, zwykle w miejscach, w których najczęściej zdarza mu się przebywać.

Wprawdzie rynek reklamy nadal jest zdominowany przez kanał telewizji (48% rynku reklamy), to jednak z każdym rokiem mocniej do głosu dochodzą inne media, w których dużo łatwiej o zaawansowane technologie i niestandardowe realizacje. Dotyczy to w szczególności przestrzeni internetowej.

Internet jako medium reklamowe jest od kilku lat najbardziej dynamicznie rozwijającym się segmentem reklamy. Przyczyniają się do tego także m.in. relatywnie niskie koszty, mnogość możliwości stworzenia kreatywnego komunikatu reklamowego, a także duże możliwości pomiaru i analizy efektywności angażowanych budżetów.

Z raportu agencji mediowej Starcom wynika, że polski rynek reklamowy odnotowuje największy wzrost od 10 lat. Jest to efekt świetnej koniunktury gospodarczej w całym 2017 r. oraz na początku 2018 roku. Kwartalna dynamika wzrostu PKB już od początku 2017 r. utrzymuje się powyżej 4%, a po trzech miesiącach 2018 r. wyniosła 5,1%.

Telewizja i internet zyskały 10-11%.

W pierwszym kwartale 2018 roku wartość wydatków reklamowych w Polsce wyniosła 2,1 mld zł, o 8,6% więcej niż rok wcześniej. W internecie nakłady wzrosły o 11,2%, a w telewizji - o 9,6%. Inwestycje mocno zwiększyła branża handlowa, a ograniczył sektor telekomunikacyjny. Zdecydowanie największe wzrosty w I kwartale 2018 roku osiągnęły reklama telewizyjna i internetowa. Wartość tej pierwszej zwiększyła się o 87,4 mln zł (czyli 9,6%) do miliarda złotych. Wskaźnik CPP (koszt dotarcia do jednego procenta osób z grupy docelowej) w styczniu 2018 roku wzrósł w skali roku o 14,6%, a w lutym 2018 roku - o 10,1%. W marcu 2018 roku wzrost wyniósł 8,1%, co było związane z wyższą niż rok wcześniej oglądalnością.

Reklama internetowa zyskała w skali roku 69,3 mln zł (11,2%), a jej wartość w I kwartale 2018 roku to 689 mln zł. Wydatki tylko na reklamy wideo zwiększyły się o 13,1%, czego głównym beneficjentem jest Facebook (bez uwzględnienia jego wpływów z reklamy wideo ten wzrost wyniósł 4,8%). Jeśli chodzi o marketerów, to największą rolę odgrywa branża handlowa, której nakłady wzrosły o 20,4 mln zł (czyli 20,3%). Wartość reklamy radiowej zwiększyła się o 6,7% do 162 mln zł. W marcu 2018 roku wzrost w skali roku wyniósł aż 12,3%. Na reklamę zewnętrzną przeznaczono 102 mln zł, o 2,4% więcej niż w 2017 roku. Według Starcomu ten wzrost wynika z dużych wydatków na reklamę tranzytową oraz cyfrową. Firmy z sektora napojów i alkoholi zwiększyły swoje nakłady o 1,6 mln zł (czyli aż 103,1%), z branży finansowej - o 1,5 mln zł (58,3%), a z sektora handlowego - też o 1,5 mln zł (9,1%). W kinach wydatki reklamowe zwiększyły się o 0,8 mln zł (czyli 3,2%) do 27 mln zł. Branża finansowa zwiększyła swoje nakłady o 1,7 mln zł (to aż 225%). Niezmiennie maleje wartość reklamy prasowej, przy czym w I kwartale 2018 roku spadek wydatków reklamowych w magazynach był najniższy od 2012 roku, a w dziennikach - od 2008 roku. W I kwartale 2018 roku najbardziej (o 2,6 mln zł, a więc 69,7%) zwiększyły się nakłady producentów farmaceutyków i leków. W tym samym okresie udział telewizji w rynku reklamowym zwiększył się o 0,4 pkt proc. do 47,8 %, a internetu - o 0,8 pkt proc. do 33%.

Według prognoz Starcomu w całym 2018 roku wydatki reklamowe zwiększą się w Polsce o 7-7,5%.

Do czynników determinujących rozwój rynku reklamy internetowej i wzrost jego wartości należy zaliczyć poza kondycją gospodarki, także ogólny nastrój na rynku reklamy oraz rozwój technologiczny. W przypadku Internetu to właśnie ten ostatni czynnik jest obecnie kluczowy zarówno po stronie odbiorców, jak i reklamodawców. Błyskawiczny postęp technologiczny urządzeń mobilnych oraz rewolucja w dostępie do szybkiego Internetu mobilnego sprawiają, że internauci mają w zasadzie o każdej porze i w dowolnym miejscu dostęp do informacji, ulubionych seriali, portali społecznościowych oraz serwisów zakupowych. Po stronie marketerów zaś intensywnie rozwija się RTB (ang. Real Time Bidding), czyli zautomatyzowany model zakupu umożliwiający dotarcie do wybranej grupy docelowej.

Perspektywy rozwoju reklamy internetowej w Polsce są bardzo dobre. Rynek ten rośnie kilka razy szybciej od całego rynku reklamowego. Jako wiodące trendy można wymienić: rozwój reklamy mobilnej, a w szczególności mobile wideo, oraz rozwój modelu sprzedaży programmatic. Pierwszy trend to efekt wzrostu mobilności internautów. Coraz tańsze usługi internetowe oraz rosnąca popularność

zaawansowanych technologicznie tabletów i smartfonów sprawiają, iż rynek idzie właśnie w tym kierunku. Drugi wyraźnie widoczny na rynku trend to RTB. Dzięki temu modelowi możliwa jest automatyzacja procesu zakupu powierzchni reklamowej. Ponadto reklama jest precyzyjnie targetowana do pożądanej grupy docelowej, co przekłada się na efektywniejsze wykorzystanie środków na nią przeznaczonych.

Urządzenia mobilne w działaniach marketingowych

Innym równie ważnym sektorem reklamy, którego wielkość i wartość wzrasta na przestrzeni ostatnich lat, jest reklama na urządzeniach mobilnych (głównie smartfony, tablety, phablety). Komunikacja marketingowa w tym obszarze charakteryzuje się dużą innowacyjnością i niestandardowym podejściem do tworzenia reklam. Dlatego też, efekty spotykają się z wysokim poziomem interakcji (nie tylko kontakt wzrokowy – głównie dotyk, którego wymaga obsługa większości urządzeń) i mniejszą irytacją ze strony odbiorcy.

Silny wzrost reklamy mobile oraz ponad 30-procentowy udział w wydatkach reklamodawców w 2017 r. to w głównej mierze zasługa mediów społecznościowych, które są konsumowane najczęściej właśnie na urządzeniach mobilnych. Są to nieodzowne elementy większości kampanii.

Od 2014 roku obserwowany jest zanik barier o charakterze społeczno-edukacyjnym oraz infrastrukturalno-technicznym, spowalniających i ograniczających rozwój biznesu mobilnego w Polsce. Bardzo spadły też stawki roamingowe w Unii Europejskiej, choć do całkowitego zniesienia pobierania opłat nie doszło. O tym, że rozwój polskiego rynku mobilnych zakupów i opłat mógł sięgnąć punktu zwrotnego może świadczyć np. sprzedaż portalu Allegro (to jedna z największych transakcji w historii rynku mediów w Polsce) oraz protesty przeciwników Ubera i procesy wytaczane jego kierowcom przez władze niektórych miast.

Aktualnie rynek znajduje się na etapie tak ostrej walki o użytkowników usług szybkiego dostępu do Internetu LTE, iż należy spodziewać się wcześniejszego, niż początkowo planowano, wprowadzenia sieci piątej generacji (5G). Charakteryzuje się ona m.in. niespotykaną dotychczas prędkością przesyłania danych (od 10 do 100 Gbps – obecnie dostępne technologie zapewniają do 300 Mbps), co umożliwi dalszy rozwój tzw. Internetu Rzeczy (Internet of Things – IoT): inteligentne pojazdy i miasta staną się codziennością, a rozwój gier sieciowych zaspokoi wymagania nawet najbardziej wymagających fanów tego typu rozrywki.

E-commerce

W ostatnich latach proces zakupowy przeszedł istotne zmiany. Wraz z pojawieniem się Internetu i jego penetracją nawyki zakupowe uległy modyfikacjom. Obecnie klient nie musi chodzić do sklepów offline, aby dostać rzecz, której potrzebuje. Często proces decyzyjny o zakupie danego produktu zaczyna się i kończy przed ekranem komputera bądź telefonu. Ta perspektywa wymusza zmianę podejścia do sieci sprzedaży producentów lub usługodawców. Na widocznych od pewnego czasu zmianach zyskuje e-commerce, który w dużej mierze spełnia potrzeby potencjalnego klienta. W tym ujęciu zmienia się także jego proces decyzyjny, jak również możliwości dotarcia do niego. Obserwując jego nawyki i preferencje można zaproponować mu określony towar w odpowiednim momencie procesu decyzyjnego, tym samym zwiększając szansę na podjęcie przez konsumenta oczekiwanej przez nas decyzji.

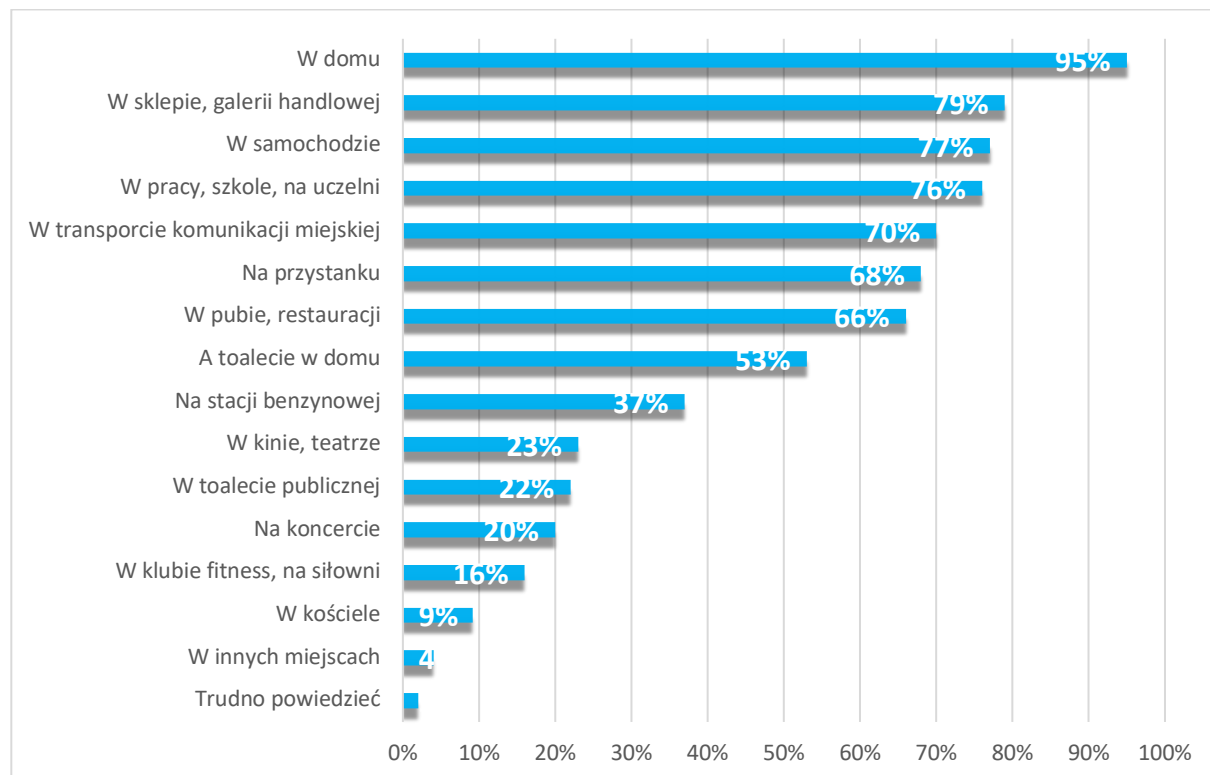
W wielu przypadkach decydującą rolę dla klienta odgrywa przede wszystkim rzeczywisty kontakt z produktem, który można dotknąć, obejrzeć, poczuć jego ciężar czy fakturę. W przypadku e-commerce ten aspekt ogranicza możliwość dotarcia w chwili podejmowania decyzji o zakupie. Wynika to z faktu, iż możliwości targetowania nie pozwalają na uzyskanie kontaktu bezpośrednio w chwili, kiedy klient ma podjąć decyzję. Standardowe reklamy online mogą dotrzeć precyzyjnie w moment decyzji konsumenta o zakupie jedynie, jeśli jego proces decyzyjny zaczyna się i ma swoją finalizację online. Jeśli wykracza on poza online, możliwość targetowania i trafienia w ten moment –

podejmowania decyzji o zakupie – graniczy z przypadkiem. Online nie jest więc tak skuteczny, jak mógłby być w przypadku, gdy konsument znajduje się fizycznie w określonym miejscu i stoi przed podjęciem decyzji o zakupie. Wynika to z braku możliwości targetowania nie tylko po tak standardowych zmiennych jak płeć, wiek, zainteresowania, miejsce zamieszkania, np. miasto, a w najlepszym przypadku również dzielnica. Bardziej precyzyjne targetowanie może być jedynie użyte w aplikacjach posiadających uwzględnianie sygnału GPS. Jednakże same aplikacje ze swej istoty nie są tak blisko procesu decyzyjnego, żeby mogły być użyte podczas tego mikro momentu. Wszystkie powyżej opisane możliwości nie dają jednego istotnego czynnika, jakim jest kontekst miejsca. Nie chodzi tu wyłącznie o współrzędne geograficzne, a o miejsce jako obszar, który ma konkretny kontekst społeczny.

Skutecznym narzędziem do wykorzystania krótkiego momentu decyzyjnego, gdy klient zamierza podjąć decyzję o zakupie, jest wykorzystanie potencjału sieci Wi-Fi w miejscu zakupu. Ma to swoje zalety ze względu na kilka czynników: reklama trafia do konsumenta w chwili, kiedy ten jest skoncentrowany na potencjalnym zakupie, ze względu na lokalizację Wi-Fi można dobrać komunikat reklamowy do charakterystyki miejsca, oprócz reklam wizerunkowych można realizować z wyższą skutecznością kampanie typowo efektywnościowe (performance), aktywizujące konsumentów w miejscach sprzedaży, istnieje możliwość przeprowadzania zaawansowanego remarketingu, pozwalającego konsumentom wyświetlać sprofilowane reklamy – także wtedy, gdy korzystają z Internetu w domu lub w pracy, istnieje możliwość identyfikowania i nagradzania stałych klientów specjalnymi ofertami.

Wykorzystanie Wi-Fi jest tylko zagospodarowaniem potencjału miejsc, takich jak miejsce zakupu. Dzisiaj sieć Wi-Fi jest już standardem w większości miejsc użytku publicznego, a skoro ten standard istnieje, to naturalnym krokiem będzie jego wykorzystanie jako dodatkowego kanału komunikacji administratora danego miejsca.

Wykres nr 1. Typowe miejsca wykorzystania smartfona



Źródło: IAB Polska Mobile, maj 2016. N=1312, użytkownicy smartfonów

Według badań przeprowadzonych przez IAB Polska galerie handlowe zajmują drugie miejsce, zaraz po domu, gdzie użytkownicy najchętniej korzystają ze swoich smartfonów. Można się spodziewać, iż powyższy trend będzie się wzmacniał, rósł będzie także zasięg sieci reklamowych opartych na infrastrukturze Wi-Fi. Warto zauważyć, iż nie tylko centra handlowe stanowią potencjał reklamowy dla sieci Wi-Fi, ale również wszelkie miejsca użyteczności publicznej takie jak restauracje, kina, teatry, środki transportu publicznego. Wszystkie te miejsca pozwalają na precyzyjne dotarcie do użytkownika poprzez wykorzystanie kontekstu określonego punktu, co w prosty sposób przekłada się na personalizację reklamy.

Postęp technologiczny i rozwój Internetu zmieniły dotychczasowe postrzeganie komunikacji. Pojawienie się mediów społecznościowych sprawiło, że szybko stały się one elementem strategii marketingowych. Najważniejsze jest opracowanie interesujących i wartościowych treści, których przekaz będzie spójny i tym samym przemówi do klientów. Social media to bardzo skuteczny sposób na to, aby przedstawić markę od mniej formalnej strony. Obecność na portalach społecznościowych buduje pozytywny wizerunek w świadomości użytkowników sieci. Przekłada się to na lojalność klientów podczas zakupów oraz ich prawdziwe zaangażowanie na stronie. Często owocuje cenną konwersją i uwiarygodnieniem marki. Włączenie mediów społecznościowych w strategię wpływa także na wzrost zaufania do firmy jako źródła informacji.

Potrzeba wiarygodnych informacji i wszechobecna dostępność technologii to dwa czynniki, które zrewolucjonizowały sprzedaż. Każdy moment jest dobry na podjęcie decyzji zakupowej. Jedni zasięgną opinii ekspertów, inni przeczytają komentarze na forach dyskusyjnych, a są też tacy, którzy swojego wyboru dokonają na podstawie treści znajdujących się w mediach społecznościowych. Bez względu na to, do której grupy należą klienci i jakie są ich dotychczasowe doświadczenia z marką, powinno się być tam, gdzie podejmują oni decyzje związane z zakupami.

Pojawianie się kolejnych narzędzi i aplikacji umożliwiających szybszą komunikację z klientami otwiera ogromne perspektywy rozwoju w strategii omnichannel. Zmiany w social media zachodzą w dynamicznym tempie. Jedną z funkcjonalności, która jest obecnie w fazie testowania i dostępna tylko na wybranych fanpage'ach, to możliwość dostosowywania szablonów na Facebooku w zależności od działalności profilu. Istnieje kilka możliwości: szablon dla kawiarni i restauracji, obiektów, polityków, gier oraz usług profesjonalnych. Każdy szablon posiada domyślne przyciski i karty, a to wszystko po to, by poprawić wyniki strony. Samych szablonów nie jest wiele i są do siebie podobne, ale to dopiero zapowiedź zmian, jakie nastąpią w tej kwestii. Media społecznościowe już teraz zapowiadają, że w przyszłym roku pojawią się kolejne nowinki, ale jeszcze nie zdradzają czym zaskoczą rynek. Obserwując ich dotychczasowe działania, można mieć jednak pewność, że social media pozostaną jednym z najważniejszych kanałów komunikacji z klientem w strategii omnichannel.

12.3. Akcjonariusze Emitenta posiadających co najmniej 5% głosów na walnym zgromadzeniu

Na dzień sporządzenia niniejszego Dokumentu Informacyjnego struktura akcjonariatu Spółki przedstawia się następująco:

Tabela nr 6. Struktura akcjonariatu Emitenta

Akcjonariusz	Liczba akcji	Wartość nominalna akcji	Udział w kapitale zakładowym	Udział w głosach na WZ
Maria Anna Belka	368 321	0,50 zł	13,77%	13,77%
Kamil Stanek	384 495	0,50 zł	14,34%	14,34%
Sebastian Goliński	201 517	0,50 zł	7,54%	7,54%
Jarosław Ołtuszyk	166 666	0,50 zł	6,23%	6,23%
Pozostali akcjonariusze (poniżej 5% głosów na WZ)	1 553 865	0,50 zł	58,11%	58,11%
Razem	1 507 199		100%	100%

Źródło: Emitent

13. Informacje dodatkowe, w tym wysokość kapitału zakładowego oraz wskazanie dokumentów korporacyjnych Emitenta udostępnionych do wglądu

Na dzień sporządzenia niniejszego Dokumentu Informacyjnego kapitał zakładowy Emitenta wynosi 1.336.932,00 zł i dzieli się na 2.673.864 akcji, o wartości nominalnej 0,50 zł każda.

Struktura kapitału zakładowego Emitenta przedstawia się następująco:

Tabela nr 7. Struktura kapitału zakładowego Emitenta

Seria Akcji	Liczba akcji	Udział w kapitale zakładowym (w %)	Udział w głosach (w %)
A1	198 000	7,41	7,41
A2	2 000	0,07	0,07
B	400 000	14,96	14,96
C	600 000	22,44	22,44
D	140 000	5,24	5,24
E	167 199	6,25	6,25
F	1.166.665	43,63	43,63
Razem	2 673 864	100	100

Źródło: Emitent

Kapitał zakładowy Emitenta jest w pełni opłacony.

W dniu 1 października 2018 roku Zarząd Spółki złożył oświadczenie o wysokości objętego kapitału zakładowego i dookreśleniu wysokości kapitału zakładowego w Statucie w związku z zakończoną subskrypcją akcji serii F wyemitowanych na podstawie uchwały nr 3 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia z dnia 26 lipca 2018 r. w sprawie podwyższenia kapitału zakładowego Spółki w drodze emisji akcji zwykłych na okaziciela serii F, z wyłączeniem prawa poboru dotychczasowych akcjonariuszy

oraz zmiany Statutu Spółki. Zarząd Spółki oświadczył, iż kapitał zakładowy Spółki został podwyższony o kwotę 583.332,50 zł w drodze emisji 1.166.665 akcji zwykłych na okaziciela serii F, o wartości nominalnej 0,50 zł każda akcja. W związku z powyższym Zarząd dookreślił wysokość kapitału zakładowego w Statucie Spółki w ten sposób, że dokonał stosownej zmiany § 10 ust. 1 Statutu poprzez nadanie mu następującego brzmienia:

„1. Kapitał zakładowy Spółki wynosi 1.336.932,00 zł (jeden milion trzysta trzydzieści sześć tysięcy dziewięćset trzydzieści dwa złote) i dzieli się na:

- 1) 198.000 (sto dziewięćdziesiąt osiem tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii A1,
- 2) 2.000 (dwa tysiące) akcji zwykłych na okaziciela serii A2,
- 3) 400.000 (czterysta tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii B,
- 4) 600.000 (sześćset tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii C,
- 5) 140.000 (sto czterdzieści tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii D,
- 6) 167.199 (sto sześćdziesiąt siedem tysięcy sto dziewięćdziesiąt dziewięć) akcji zwykłych na okaziciela serii E,
- 7) 1.166.665 (jeden milion sto sześćdziesiąt sześć tysięcy sześćset sześćdziesiąt pięć) akcji zwykłych na okaziciela serii F,

o wartości nominalnej 0,50 zł (pięćdziesiąt groszy) każda”.

Zmiana Statutu została zarejestrowana w Krajowym Rejestrze Sądowym w dniu 6 listopada 2018 roku.

Informacje o Emitencie wraz z dokumentami korporacyjnymi znajdują się na stronie internetowej Emitenta w zakładce relacje inwestorskie.

13a. Oświadczenie Emitenta stwierdzające, że jego zdaniem poziom kapitału obrotowego wystarcza na pokrycie jego potrzeb w okresie 12 miesięcy od dnia sporządzenia dokumentu informacyjnego, a jeśli tak nie jest, propozycja zapewnienia dodatkowego kapitału obrotowego.

Emitent oświadcza, że jego zdaniem poziom kapitału obrotowego wystarcza na pokrycie jego potrzeb w okresie 12 miesięcy od dnia sporządzenia Dokumentu Informacyjnego.

13b. Informacje o przewidywanych zmianach kapitału zakładowego w wyniku realizacji przez obligatariuszy uprawnień z obligacji zamiennych lub z obligacji dających pierwszeństwo do objęcia w przyszłości nowych emisji akcji lub w wyniku realizacji uprawnień przez posiadaczy warrantów subskrypcyjnych, ze wskazaniem wartości przewidywanego warunkowego podwyższenia kapitału zakładowego oraz terminu wygaśnięcia praw podmiotów uprawnionych do nabycia tych akcji

Na dzień sporządzenia Dokumentu Informacyjnego Emitent nie emitował obligacji zamiennych ani obligacji z prawem pierwszeństwa uprawniających do objęcia w przyszłości nowych emisji akcji, dlatego w chwili obecnej nie istnieją żadne podstawy do przewidywania jakichkolwiek zmian kapitału zakładowego w wyniku realizacji takich uprawnień przez obligatariuszy.

13c. Wskazanie liczby akcji i wartości kapitału zakładowego, o które - na podstawie statutu przewidującego upoważnienie zarządu do podwyższenia kapitału zakładowego, w granicach kapitału docelowego - może być podwyższony kapitał zakładowy, jak również liczby akcji i wartości kapitału zakładowego, o które może być jeszcze podwyższony kapitał zakładowy w tym trybie

Statut Emitenta nie zawiera zapisów upoważniających Zarząd Spółki do podwyższenia kapitału zakładowego Spółki, w trybie art. 444 KSH (kapitał docelowy). Wyklucza to zatem możliwość

podwyższenia kapitału zakładowego Spółki w tym trybie w momencie sporządzania Dokumentu Informacyjnego.

14. Wskazanie miejsca udostępnienia

14.1. Ostatniego udostępnionego do publicznej wiadomości publicznego dokumentu informacyjnego lub dokumentu informacyjnego dla tych instrumentów finansowych lub instrumentów finansowych tego samego rodzaju co te instrumenty finansowe

Ostatni udostępniony do publicznej wiadomości publiczny dokument informacyjny dla instrumentów finansowych tego samego rodzaju co te instrumenty finansowe jest dostępny na stronie internetowej Emitenta: www.bitevil.com w zakładce *Relacje inwestorskie*.

14.2. Okresowych raportów finansowych emitenta, opublikowanych zgodnie z obowiązującymi emitenta przepisami

Okresowe raporty finansowe Emitenta podawane są do publicznej wiadomości poprzez system Elektronicznej Bazy Informacji (EBI) i dostępne na stronie internetowej rynku NewConnect: www.newconnect.pl oraz na stronie internetowej Emitenta: www.bitevil.com w zakładce *Relacje inwestorskie*.

Załączniki

1. Aktualny odpis z rejestru KRS

Strona 1 z 8

Wydruk informacji pobranej w trybie art. 4 ust. 4aa ustawy z dnia 20 sierpnia 1997 r. o Krajowym Rejestrze Sądowym, posiada moc dokumentu wydawanego przez Centralną Informację, nie wymaga podpisu i pieczęci.

CENTRALNA INFORMACJA KRAJOWEGO REJESTRU SĄDOWEGO

KRAJOWY REJESTR SĄDOWY

Stan na dzień 08.11.2018 godz. 19:58:01

Numer KRS: 0000580322**Informacja odpowiadająca odpisowi aktualnemu
Z REJESTRU PRZEDSIĘBIORCÓW**

Data rejestracji w Krajowym Rejestrze Sądowym		19.10.2015	
Ostatni wpis	Numer wpisu	15	Data dokonania wpisu
	Sygnatura akt	WA.XII NS-REJ.KRS/73088/18/63	
	Oznaczenie sądu	SĄD REJONOWY DLA M. ST. WARSZAWY W WARSZAWIE, XII WYDZIAŁ GOSPODARCZY KRAJOWEGO REJESTRU SĄDOWEGO	

Dział 1

Rubryka 1 - Dane podmiotu	
1.Oznaczenie formy prawnej	SPÓŁKA AKCYJNA
2.Numer REGON/NIP	REGON: 362773842, NIP: 5223041323
3.Firma, pod którą spółka działa	BIT EVIL SPÓŁKA AKCYJNA
4.Dane o wcześniejszej rejestracji	-----
5.Czy przedsiębiorca prowadzi działalność gospodarczą z innymi podmiotami na podstawie umowy spółki cywilnej?	NIE
6.Czy podmiot posiada status organizacji pożytku publicznego?	NIE

Rubryka 2 - Siedziba i adres podmiotu	
1.Siedziba	kraj POLSKA, woj. MAZOWIECKIE, powiat WARSZAWA, gmina WARSZAWA, miejsc. WARSZAWA
2.Adres	ul. ADAMA MICKIEWICZA, nr 37, lok. 58, miejsc. WARSZAWA, kod 01-625, poczta WARSZAWA, kraj POLSKA
3.Adres poczty elektronicznej	HI@BITEVIL.COM
4.Adres strony internetowej	BITEVIL.COM

Rubryka 3 - Oddziały	
Brak wpisów	

Rubryka 4 - Informacje o statucie		
1. Informacja o sporządzeniu lub zmianie statutu	1	10.08.2015 R., NOTARIUSZ ROBERT DOR, KANCELARIA NOTARIALNA, UL. NOWY ŚWIAT 53, 00-042 WARSZAWA, REP. A NR 3605/2015
	2	AKT NOTARIALNY Z DNIA 14-01-2016, NUMER REPERTORIUM A 93/2016 SPORZĄDZONY PRZEZ EWELINĘ STYGAR-JAROSIŃSKĄ, NOTARIUSZA W WARSZAWIE, Z KANCELARII SYLWIA CELEGRAT EWELINA STYGAR-JAROSIŃSKA NOTARIUSZE SPÓŁKA CYWILNA Z SIEDZIBĄ PRZY AL. 3 MAJA LOK. 25, 00-401 WARSZAWA. ZMIENIONO § 1, § 2, § 3, § 4, § 5, § 6, § 7, § 8, § 9, § 10, § 11, § 12, § 13, §14, § 15, § 16, § 17, § 18, § 19 § 20, § 21, § 22, § 23, § 24, § 25, § 26, § 27, § 28, § 29, § 30, § 31 ORAZ § 32 STATUTU SPÓŁKI ORAZ NADANO IM NOWĄ NUMERACJĘ OD § 1 DO § 43.
	3	AKT NOTARIALNY Z DNIA 02.03.2016, REP. A NR 878/2016, SPORZĄDZONY PRZEZ EWELINĘ STYGAR-JAROSIŃSKĄ, NOTARIUSZA W WARSZAWIE, Z KANCELARII SYLWIA CELEGRAT EWELINA STYGAR-JAROSIŃSKA NOTARIUSZE SPÓŁKA CYWILNA W WARSZAWIE, ZMIENIONO §10 UST.1 ORAZ UST.3 SATUTU SPÓŁKI
	4	AKT NOTARIALNY Z DN.07.11.2016R., REP. A NR 6227/2016, NOTARIUSZ EWELINA STYGAR-JAROSIŃSKA, KANCELARIA NOTARIALNA W WARSZAWIE ZMIENIONO § 22 UST.1
	5	02.02.2017R., REP.A NR 825/2017, NOTARIUSZ EWELINA STYGAR-JAROSIŃSKA, KANCELARIA NOTARIALNA W WARSZAWIE, AL.3 MAJA NR 5 LOK.25, ZMIENIONO: §10 UST.1, USUNIĘTO: §10 UST.3, DOTYCHCZASOWY UST.4 W §10 STATUTU ZOSTAŁ OZNACZONY NOWĄ JEDNOSTKĄ REDAKCYJNĄ "3"
	6	05.12.2017R., REP.A NR 9240/2017, NOTARIUSZ EWELINA STYGAR-JAROSIŃSKA, KANCELARIA NOTARIALNA W WARSZAWIE, ZMIENIONO §10 UST.1 STATUTU SPÓŁKI.
	7	01.10.2018R., REP.A NR 5337/2018, NOTARIUSZ EWELINA STYGAR-JAROSIŃSKA, KANCELARIA NOTARIALNA W WARSZAWIE, ZMIENIONO §10 UST.1 STATUTU. 26.07.2018R., REP.A NR 4081/2018, NOTARIUSZ EWELINA STYGAR-JAROSIŃSKA, KANCELARIA NOTARIALNA W WARSZAWIE, ZMIENIONO §10 UST.1 STATUTU.

Rubryka 5	
1.Czas, na jaki została utworzona spółka	NIEOZNACZONY
2.Oznaczenie pisma innego niż Monitor Sądowy i Gospodarczy, przeznaczonego do ogłoszeń spółki	-----
4.Czy statut przyznaje uprawnienia osobiste określonym akcjonariuszom lub tytuły uczestnictwa w dochodach lub majątku spółki nie wynikających z akcji?	NIE
5.Czy obligatoriusze mają prawo do udziału w zysku?	NIE

Rubryka 6 - Sposób powstania spółki
Brak wpisów

Rubryka 7 - Dane jedynego akcjonariusza
Brak wpisów

Rubryka 8 - Kapitał spółki	
1.Wysokość kapitału zakładowego	1 336 932,00 ZŁ
2.Wysokość kapitału docelowego	--- ZŁ
3.Liczba akcji wszystkich emisji	2673864
4.Wartość nominalna akcji	0,50 ZŁ
5.Kwotowe określenie części kapitału wpłaconego	1 336 932,00 ZŁ
6.Wartość nominalna warunkowego podwyższenia kapitału zakładowego	-----
Podrubryka 1	
Informacja o wniesieniu aportu	
Brak wpisów	

Rubryka 9 - Emisja akcji		
1	1.Nazwa serii akcji	A1
	2.Liczba akcji w danej serii	198000
	3.Rodzaj uprzywilejowania i liczba akcji uprzywilejowanych lub informacja, że akcje nie są uprzywilejowane	AKCJE NIE SĄ UPZYWILEJOWANE
2	1.Nazwa serii akcji	A2
	2.Liczba akcji w danej serii	2000
	3.Rodzaj uprzywilejowania i liczba akcji uprzywilejowanych lub informacja, że akcje nie są uprzywilejowane	AKCJE NIE SĄ UPZYWILEJOWANE
3	1.Nazwa serii akcji	SERIA B
	2.Liczba akcji w danej serii	400000
	3.Rodzaj uprzywilejowania i liczba akcji uprzywilejowanych lub informacja, że akcje nie są uprzywilejowane	AKCJE NIE SĄ UPZYWILEJOWANE
4	1.Nazwa serii akcji	SERIA C
	2.Liczba akcji w danej serii	600000
	3.Rodzaj uprzywilejowania i liczba akcji uprzywilejowanych lub informacja, że akcje nie są uprzywilejowane	AKCJE NIE SĄ UPZYWILEJOWANE
5	1.Nazwa serii akcji	SERIA D
	2.Liczba akcji w danej serii	140000
	3.Rodzaj uprzywilejowania i liczba akcji uprzywilejowanych lub informacja, że akcje nie są uprzywilejowane	AKCJE NIE SĄ UPZYWILEJOWANE
6	1.Nazwa serii akcji	E
	2.Liczba akcji w danej serii	167199

	3.Rodzaj uprzywilejowania i liczba akcji uprzywilejowanych lub informacja, że akcje nie są uprzywilejowane	AKCJE NIE SĄ UPZYWILEJOWANE
7	1.Nazwa serii akcji	F
	2.Liczba akcji w danej serii	1166665
	3.Rodzaj uprzywilejowania i liczba akcji uprzywilejowanych lub informacja, że akcje nie są uprzywilejowane	AKCJE NIE SĄ UPZYWILEJOWANE

Rubryka 10 - Wzmianka o podjęciu uchwały o emisjach obligacji zamiennych	
Brak wpisów	

Rubryka 11	
1.Czy zarząd lub rada administrująca są upoważnieni do emisji warrantów subskrypcyjnych?	NIE

Dział 2

Rubryka 1 - Organ uprawniony do reprezentacji podmiotu		
1.Nazwa organu uprawnionego do reprezentowania podmiotu	ZARZĄD	
2.Sposób reprezentacji podmiotu	DO SKŁADANIA OŚWIADCZEŃ WOLI W IMIENIU SPÓŁKI UPOWAŻNIONY JEST KAŻDY Z CZŁONKÓW ZARZĄDU DZIAŁAJĄCY SAMODZIELNIE.	
Podrubryka 1 Dane osób wchodzących w skład organu		
1	1.Nazwisko / Nazwa lub firma	BELKA
	2.Imiona	MARIA ANNA
	3.Numer PESEL/REGON	86113002946
	4.Numer KRS	****
	5.Funkcja w organie reprezentującym	PREZES ZARZĄDU
	6.Czy osoba wchodząca w skład zarządu została zawieszona w czynnościach?	NIE
	7.Data do jakiej została zawieszona	-----

Rubryka 2 - Organ nadzoru		
1	1.Nazwa organu	RADA NADZORCZA
	Podrubryka 1 Dane osób wchodzących w skład organu	
	1.Nazwisko	BELKA

1	2.Imiona	KRYSTYNA ELŻBIETA
	3.Numer PESEL	52031105720
2	1.Nazwisko	BINIEK
	2.Imiona	DAMIAN ANDRZEJ
	3.Numer PESEL	86101603216
3	1.Nazwisko	MACIEJEWSKA
	2.Imiona	EWA
	3.Numer PESEL	79113002146
4	1.Nazwisko	GNIADEK
	2.Imiona	GRZEGORZ STEFAN
	3.Numer PESEL	87010411097
5	1.Nazwisko	WSZOŁA
	2.Imiona	KATARZYNA JOLANTA
	3.Numer PESEL	88082903680

Rubryka 3 - Prokurenci

Brak wpisów

Dział 3

Rubryka 1 - Przedmiot działalności

.Przedmiot przeważającej działalności przedsiębiorcy	1	62, 01, Z, DZIAŁALNOŚĆ ZWIĄZANA Z OPROGRAMOWANIEM
.Przedmiot pozostałej działalności przedsiębiorcy	1	62, 02, Z, DZIAŁALNOŚĆ ZWIĄZANA Z DORADZTWEW W ZAKRESIE INFORMATYKI
	2	62, 03, Z, DZIAŁALNOŚĆ ZWIĄZANA Z ZARZĄDZANIEM URZĄDZENIAMI INFORMATYCZNYMI
	3	62, 09, Z, POZOSTAŁA DZIAŁALNOŚĆ USŁUGOWA W ZAKRESIE TECHNOLOGII INFORMATYCZNYCH I KOMPUTEROWYCH
	4	63, 12, Z, DZIAŁALNOŚĆ PORTALI INTERNETOWYCH
	5	73, 11, Z, DZIAŁALNOŚĆ AGENCJI REKLAMOWYCH
	6	73, 12, C, POŚREDNICTWO W SPRZEDAŻY MIEJSCA NA CELE REKLAMOWE W MEDIACH ELEKTRONICZNYCH (INTERNET)
	7	73, 12, D, POŚREDNICTWO W SPRZEDAŻY MIEJSCA NA CELE REKLAMOWE W POZOSTAŁYCH MEDIACH
	8	73, 20, Z, BADANIE RYNKU I OPINII PUBLICZNEJ
	9	77, 33, Z, WYNAJEM I DZIERŻAWA MASZYN I URZĄDZEŃ BIUROWYCH, WŁĄCZAJĄC KOMPUTERY

Rubryka 2 - Wzmianki o złożonych dokumentach

rodzaj dokumentu	Nr kolejny w polu	Data złożenia	Za okres od do
.Wzmianka o złożeniu rocznego sprawozdania finansowego	1	12.07.2016	OD 10.08.2015 DO 31.12.2015
	2	17.03.2017	OD 01.01.2016 DO 31.12.2016

	3	05.07.2018	OD 01.01.2017 DO 31.12.2017
2.Wzmianka o złożeniu opinii biegłego rewidenta / sprawozdania z badania rocznego sprawozdania finansowego	1	*****	OD 10.08.2015 DO 31.12.2015
	2	*****	OD 01.01.2016 DO 31.12.2016
	3	*****	OD 01.01.2017 DO 31.12.2017
3.Wzmianka o złożeniu uchwały lub postanowienia o zatwierdzeniu rocznego sprawozdania finansowego	1	*****	OD 10.08.2015 DO 31.12.2015
	2	*****	OD 01.01.2016 DO 31.12.2016
	3	*****	OD 01.01.2017 DO 31.12.2017
4.Wzmianka o złożeniu sprawozdania z działalności podmiotu	1	*****	OD 10.08.2015 DO 31.12.2015
	2	*****	OD 01.01.2016 DO 31.12.2016
	3	*****	OD 01.01.2017 DO 31.12.2017

Rubryka 3 - Sprawozdania grupy kapitałowej

Brak wpisów

Rubryka 4 - Przedmiot działalności statutowej organizacji pożytku publicznego
--

Brak wpisów

Rubryka 5 - Informacja o dniu kończącym rok obrotowy	
---	--

1.Dzień kończący pierwszy rok obrotowy, za który należy złożyć sprawozdanie finansowe	30.12.2015
---	------------

Dział 4

Rubryka 1 - Zaległości

Brak wpisów

Rubryka 2 - Wierzytelności

Brak wpisów

Rubryka 3 - Informacje o oddaleniu wniosku o ogłoszenie upadłości na podstawie art. 13 ustawy z 28 lutego 2003 r. Prawo upadłościowe albo o zabezpieczeniu majątku dłużnika w postępowaniu w przedmiocie ogłoszenia upadłości albo w postępowaniu restrukturyzacyjnym albo po prawomocnym umorzeniu postępowania restrukturyzacyjnego
--

Brak wpisów

Rubryka 4 - Umorzenie prowadzonej przeciwko podmiotowi egzekucji z uwagi na fakt, że z egzekucji nie uzyska się sumy wyższej od kosztów egzekucyjnych

Brak wpisów

Dział 5

Rubryka 1 - Kurator

Brak wpisów

Dział 6

Rubryka 1 - Likwidacja

Brak wpisów

Rubryka 2 - Informacje o rozwiązaniu lub unieważnieniu podmiotu

Brak wpisów

Rubryka 3 - Zarząd komisaryczny

Brak wpisów

Rubryka 4 - Informacja o połączeniu, podziale lub przekształceniu

Brak wpisów

Rubryka 5 - Informacja o postępowaniu upadłościowym

Brak wpisów

Rubryka 6 - Informacja o postępowaniu układowym

Brak wpisów

Rubryka 7 - Informacje o postępowaniach restrukturyzacyjnych , o postępowaniu naprawczym lub o przymusowej restrukturyzacji

Brak wpisów

Rubryka 8 - Informacja o zawieszeniu działalności gospodarczej

Brak wpisów

data sporządzenia wydruku 08.11.2018

adres strony internetowej, na której są dostępne informacje z rejestru:

2. Treść Statutu Spółki

STATUT SPÓŁKI AKCYJNEJ BIT EVIL S.A.

I. POSTANOWIENIA OGÓLNE

§ 1

1. Firma Spółki brzmi BIT EVIL spółka akcyjna.
2. Spółka może używać skrótu firmy BIT EVIL S.A., jak również wyróżniającego ją znaku graficznego.

§ 2

Spółka prowadzi działalność na obszarze Rzeczypospolitej Polskiej i poza jej granicami.

§ 3

Siedzibą Spółki jest Warszawa.

§ 4

Czas trwania Spółki jest nieoznaczony.

§ 5

Spółka może tworzyć oddziały i przedstawicielstwa w kraju i za granicą.

§ 6

Spółka może uczestniczyć w innych spółkach i organizacjach gospodarczych w kraju i za granicą, po uzyskaniu zezwoleń wymaganych przepisami prawa.

§ 7

Założycielami Spółki (dalej łącznie zwanymi „Założycielami”) są:

1. Kamil Stanek,
2. Anna Nowicka-Bala.

II. PRZEDMIOT DZIAŁALNOŚCI

§ 8

Przedmiotem działalności Spółki według PKD (Polskiej Klasyfikacji Działalności) jest:

1. PKD 16.29.Z - Produkcja pozostałych wyrobów z drewna; produkcja wyrobów z korka, słomy i materiałów używanych do wyplatania,
2. PKD 17.23.Z - Produkcja artykułów piśmiennych,
3. PKD 17.29.Z - Produkcja pozostałych wyrobów z papieru i tektury,
4. PKD 18.12.Z - Pozostałe drukowanie,
5. PKD 18.20.Z - Reprodukacja zapisanych nośników informacji,
6. PKD 26.20.Z - Produkcja komputerów i urządzeń peryferyjnych,
7. PKD 27.90.Z - Produkcja pozostałego sprzętu elektrycznego,

8. PKD 32.99.Z - Produkcja pozostałych wyrobów, gdzie indziej niesklasyfikowana,
9. PKD 33.13.Z - Naprawa i konserwacja urządzeń elektronicznych i optycznych,
10. PKD 33.20.Z - Instalowanie maszyn przemysłowych, sprzętu i wyposażenia,
11. PKD 46.19.Z - Działalność agentów zajmujących się sprzedażą towarów różnego rodzaju,
12. PKD 46.51.Z - Sprzedaż hurtowa komputerów, urządzeń peryferyjnych i oprogramowania,
13. PKD 46.52.Z - Sprzedaż hurtowa sprzętu elektronicznego i telekomunikacyjnego oraz części do niego,
14. PKD 46.66.Z - Sprzedaż hurtowa pozostałych maszyn i urządzeń biurowych,
15. PKD 46.90.Z - Sprzedaż hurtowa niewyspecjalizowana,
16. PKD 47.19.Z - Pozostała sprzedaż detaliczna prowadzona w niewyspecjalizowanych sklepach,
17. PKD 47.41.Z - Sprzedaż detaliczna komputerów, urządzeń peryferyjnych i oprogramowania prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach,
18. PKD 47.42.Z - Sprzedaż detaliczna sprzętu telekomunikacyjnego prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach,
19. PKD 47.51.Z - Sprzedaż detaliczna wyrobów tekstylnych prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach,
20. PKD 47.61.Z - Sprzedaż detaliczna książek prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach,
21. PKD 47.62.Z - Sprzedaż detaliczna gazet i artykułów piśmiennych prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach,
22. PKD 47.65.Z - Sprzedaż detaliczna gier i zabawek prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach,
23. PKD 47.71.Z - Sprzedaż detaliczna odzieży prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach,
24. PKD 47.72.Z - Sprzedaż detaliczna obuwia i wyrobów skórzanych prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach,
25. PKD 47.76.Z - Sprzedaż detaliczna kwiatów, roślin, nasion, nawozów, żywych zwierząt domowych, karmy dla zwierząt domowych prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach,
26. PKD 47.91.Z - Sprzedaż detaliczna prowadzona przez domy sprzedaży wysyłkowej lub Internet,
27. PKD 47.99.Z - Pozostała sprzedaż detaliczna prowadzona poza siecią sklepową, straganami i targowiskami,
28. PKD 49.39.Z - Pozostały transport lądowy pasażerski, gdzie indziej niesklasyfikowany,
29. PKD 49.41.Z - Transport drogowy towarów,
30. PKD 55.10.Z - Hotele i podobne obiekty zakwaterowania,
31. PKD 55.20.Z - Obiekty noclegowe turystyczne i miejsca krótkotrwałego zakwaterowania,
32. PKD 55.90.Z - Pozostałe zakwaterowanie,
33. PKD 56.10.A - Restauracje i inne stałe placówki gastronomiczne,
34. PKD 56.21.Z - Przygotowywanie i dostarczanie żywności dla odbiorców zewnętrznych (katering),
35. PKD 56.29.Z - Pozostała usługowa działalność gastronomiczna,

36. PKD 56.30.Z - Przygotowywanie i podawanie napojów,
37. PKD 58.14.Z - Wydawanie czasopism i pozostałych periodyków,
38. PKD 58.19.Z - Pozostała działalność wydawnicza,
39. PKD 58.21.Z - Działalność wydawnicza w zakresie gier komputerowych,
40. PKD 58.29.Z - Działalność wydawnicza w zakresie pozostałego oprogramowania,
41. PKD 61.90.Z - Działalność w zakresie pozostałej telekomunikacji,
42. PKD 62.01.Z - Działalność związana z oprogramowaniem,
43. PKD 62.02.Z - Działalność związana z doradztwem w zakresie informatyki,
44. PKD 62.03.Z - Działalność związana z zarządzaniem urządzeniami informatycznymi,
45. PKD 62.09.Z - Pozostała działalność usługowa w zakresie technologii informatycznych i komputerowych,
46. PKD 63.11.Z - Przetwarzanie danych; zarządzanie stronami internetowymi (hosting) i podobna działalność,
47. PKD 63.12.Z - Działalność portali internetowych,
48. PKD 63.91.Z - Działalność agencji informacyjnych,
49. PKD 68.10.Z - Kupno i sprzedaż nieruchomości na własny rachunek,
50. PKD 68.20.Z - Wynajem i zarządzanie nieruchomościami własnymi lub dzierżawionymi,
51. PKD 70.22.Z - Pozostałe doradztwo w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej i zarządzania,
52. PKD 71.20.B - Pozostałe badania i analizy techniczne,
53. PKD 72.19.Z - Badania naukowe i prace rozwojowe w dziedzinie pozostałych nauk przyrodniczych i technicznych,
54. PKD 72.20.Z - Badania naukowe i prace rozwojowe w dziedzinie nauk społecznych i humanistycznych,
55. PKD 73.11.Z - Działalność agencji reklamowych,
56. PKD 73.12.A - Pośrednictwo w sprzedaży czasu i miejsca na cele reklamowe w radio i telewizji,
57. PKD 73.12.B - Pośrednictwo w sprzedaży miejsca na cele reklamowe w mediach drukowanych,
58. PKD 73.12.C - Pośrednictwo w sprzedaży miejsca na cele reklamowe w mediach elektronicznych (Internet),
59. PKD 73.12.D - Pośrednictwo w sprzedaży miejsca na cele reklamowe w pozostałych mediach,
60. PKD 73.20.Z - Badanie rynku i opinii publicznej,
61. PKD 74.20.Z - Działalność fotograficzna,
62. PKD 74.30.Z - Działalność związana z tłumaczeniami,
63. PKD 77.33.Z - Wynajem i dzierżawa maszyn i urządzeń biurowych, włączając komputery,
64. PKD 77.39.Z - Wynajem i dzierżawa pozostałych maszyn, urządzeń oraz dóbr materialnych, gdzie indziej niesklasyfikowane,

65. PKD 78.10.Z - Działalność związana z wyszukiwaniem miejsc pracy i pozyskiwaniem pracowników,
66. PKD 78.30.Z - Pozostała działalność związana z udostępnianiem pracowników,
67. PKD 79.11.A - Działalność agentów turystycznych,
68. PKD 79.11.B - Działalność pośredników turystycznych,
69. PKD 79.12.Z - Działalność organizatorów turystyki,
70. PKD 82.11.Z - Działalność usługowa związana z administracyjną obsługą biura,
71. PKD 82.19.Z - Wykonywanie fotokopii, przygotowywanie dokumentów i pozostała specjalistyczna działalność wspomagająca prowadzenie biura,
72. PKD 82.20.Z - Działalność centrów telefonicznych (call center),
73. PKD 82.30.Z - Działalność związana z organizacją targów, wystaw i kongresów,
74. PKD 82.99.Z - Pozostała działalność wspomagająca prowadzenie działalności gospodarczej, gdzie indziej niesklasyfikowana,
75. PKD 85.59.B - Pozostałe pozaszkolne formy edukacji, gdzie indziej niesklasyfikowane,
76. PKD 93.29.Z - Pozostała działalność rozrywkowa i rekreacyjna,
77. PKD 94.99.Z - Działalność pozostałych organizacji członkowskich, gdzie indziej niesklasyfikowana,
78. PKD 95.11.Z - Naprawa i konserwacja komputerów i urządzeń peryferyjnych,
79. PKD 96.09.Z - Pozostała działalność usługowa, gdzie indziej niesklasyfikowana.

§ 9

Spółka podejmuje działalność wymagającą koncesji lub zezwoleń po ich uzyskaniu.

III. KAPITAŁ ZAKŁADOWY

§ 10

1. Kapitał zakładowy Spółki wynosi 1.336.932,00 zł (jeden milion trzysta trzydzieści sześć tysięcy dziewięćset trzydzieści dwa złote) i dzieli się na:
 - 1) 198.000 (sto dziewięćdziesiąt osiem tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii A1,
 - 2) 2.000 (dwa tysiące) akcji zwykłych na okaziciela serii A2,
 - 3) 400.000 (czteryście tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii B,
 - 4) 600.000 (sześćset tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii C,
 - 5) 140.000 (sto czterdzieści tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii D,
 - 6) 167.199 (sto sześćdziesiąt siedem tysięcy sto dziewięćdziesiąt dziewięć) akcji zwykłych na okaziciela serii E,
 - 7) 1.166.665 (jeden milion sto sześćdziesiąt sześć tysięcy sześćset sześćdziesiąt pięć) akcji zwykłych na okaziciela serii F,
- o wartości nominalnej 0,50 zł (pięćdziesiąt groszy) każda.

Wszystkie akcje w kapitale zakładowym Spółki zostały pokryte wkładem pieniężnym i opłacone w pełnej wysokości odpowiednio przed wpisem Spółki lub wpisem podwyższenia kapitału zakładowego Spółki i związanej z tym zmiany Statutu Spółki do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego.

2. Spółka może emitować papiery dłużne, w tym obligacje zamienne oraz obligacje z prawem pierwszeństwa.

§ 11

1. Spółka może wydawać akcje imienne i akcje na okaziciela.
2. Na żądanie akcjonariusza Zarząd zamieni akcje imienne na akcje na okaziciela. W przypadku zamiany akcji imiennych na akcje na okaziciela przysługujące tym akcjom uprzywilejowanie wygasa. Zamiana akcji na okaziciela na akcje imienne nie jest dopuszczalna.
3. Akcje Spółki mogą być umarzone za zgodą akcjonariusza w drodze nabycia akcji przez Spółkę (*umorzenie dobrowolne*). Z zachowaniem obowiązujących przepisów prawa Spółka może nabywać akcje własne w celu umorzenia. Umorzenie akcji wymaga uchwały Walnego Zgromadzenia.
4. Przyznanie prawa głosu zastawnikowi lub użytkownikowi akcji wymaga zgody Rady Nadzorczej. W okresie, gdy Spółka posiadać będzie status spółki publicznej i akcje, na których ustanowiono zastaw lub użytkowanie, będą zapisane na rachunkach papierów wartościowych w domu maklerskim lub w banku prowadzącym rachunki papierów wartościowych rachunku papierów wartościowych prowadzonym przez podmiot uprawniony zgodnie z przepisami o obrocie instrumentami finansowymi, prawo głosu z tych akcji przysługuje akcjonariuszowi.

IV. ORGANY SPÓŁKI

§ 12

Organami Spółki są:

1. Zarząd,
2. Rada Nadzorcza,
3. Walne Zgromadzenie.

1. ZARZĄD

§ 13

1. Zarząd składa się z jednego lub większej liczby członków powoływanych i odwoływanych przez Radę Nadzorczą. Liczbę członków Zarządu ustala Rada Nadzorcza.
2. Kadencja Zarządu trwa 5 (pięć) lat.
3. Członkowie Zarządu mogą być powoływani na następne kadencje.
4. Spośród członków Zarządu Rada Nadzorcza wskazuje Prezesa Zarządu.

§ 14

Zarząd reprezentuje Spółkę oraz prowadzi sprawy Spółki za wyjątkiem spraw zastrzeżonych do kompetencji Walnego Zgromadzenia lub Rady Nadzorczej.

§ 15

Do składania oświadczeń woli w imieniu Spółki upoważniony jest każdy z członków Zarządu działający samodzielnie.

§ 16

Członek Zarządu Spółki nie może bez zgody Rady Nadzorczej zajmować się interesami konkurencyjnymi lub być członkiem organów w konkurencyjnych podmiotach gospodarczych.

§ 17

Umowy z członkami Zarządu zawiera w imieniu Spółki Przewodniczący Rady Nadzorczej lub inny przedstawiciel Rady Nadzorczej, na podstawie upoważnienia udzielonego w drodze uchwały Rady Nadzorczej albo pełnomocnik powołany uchwałą Walnego Zgromadzenia. W tym samym trybie dokonuje się wszelkich czynności związanych ze stosunkiem pracy członka Zarządu.

§ 18

1. Pracami Zarządu kieruje Prezes Zarządu.
2. Posiedzenia Zarządu Spółki zwołuje Prezes Zarządu, ilekroć uzna to za wskazane lub niezwłocznie na wniosek jednego członka Zarządu. W przypadku nieobecności Prezesa Zarządu lub jego niepowołania, posiedzenia Zarządu może zwołać każdy inny członek Zarządu Spółki. W zaproszeniu na posiedzenie należy oznaczyć dzień, godzinę, miejsce i przedmiot posiedzenia. Posiedzenia Zarządu mogą się odbywać również bez formalnego zwołania, jeśli są na nim obecni wszyscy członkowie Zarządu.
3. Prezes Zarządu przewodniczy posiedzeniom Zarządu. W przypadku nieobecności Prezesa Zarządu posiedzeniom przewodniczy członek Zarządu wyznaczony przez Prezesa Zarządu lub w razie braku takiego, członek Zarządu wyznaczony przez wszystkich członków Zarządu obecnych na posiedzeniu.

§ 19

Uchwały Zarządu mogą być powzięte, jeżeli wszyscy członkowie zostali zaproszeni na posiedzenie Zarządu, a w posiedzeniu uczestniczy co najmniej połowa jego członków.

§ 20

Uchwały Zarządu zapadają bezwzględną większością głosów. W przypadku równości głosów decyduje głos Prezesa Zarządu.

§ 21

Szczegółowy zakres kompetencji i tryb działania Zarządu Spółki, w tym zakres spraw wymagających uchwały Zarządu, może określić regulamin Zarządu Spółki uchwalany przez Zarząd Spółki i zatwierdzany przez Radę Nadzorczą.

2. RADA NADZORCZA

§ 22

1. Rada Nadzorcza składa się z od 5 (pięciu) do 7 (siedmiu) członków, w tym Przewodniczącego.
2. Członkowie Rady Nadzorczej powoływani są na wspólną kadencję 3 (trzech) lat.

3. Członkowie Rady Nadzorczej powoływani i odwoływani są przez Walne Zgromadzenie Spółki z zastrzeżeniem ust. 4 poniżej.
4. W wypadku śmierci lub złożenia rezygnacji przez członka Rady Nadzorczej przed upływem kadencji, pozostali członkowie Rady Nadzorczej mogą w drodze kooptacji powołać nowego członka, który swoje czynności będzie sprawować do czasu dokonania wyboru członka Rady Nadzorczej przez Walne Zgromadzenie, nie dłużej jednak niż do dnia upływu kadencji jego poprzednika.

§ 23

1. Pierwsze posiedzenie Rady Nadzorczej każdej kolejnej kadencji zwoływane jest przez Prezesa Zarządu w terminie 3 (trzech) miesięcy po dniu wyboru członków Rady Nadzorczej nowej kadencji. Na pierwszym posiedzeniu Rady Nadzorczej danej kadencji członkowie Rady Nadzorczej wybierają spośród siebie, w razie potrzeby, Sekretarza Rady Nadzorczej.
2. Sekretarz może być w każdej chwili odwołany uchwałą Rady Nadzorczej z pełnienia funkcji, co nie powoduje utraty mandatu członka Rady Nadzorczej.

§ 24

1. Przewodniczący Rady Nadzorczej zwołuje i przewodniczy posiedzeniom Rady Nadzorczej oraz kieruje jej pracami.
2. W przypadku nieobecności Przewodniczącego, posiedzeniom przewodniczy członek Rady Nadzorczej wybrany przez członków Rady Nadzorczej obecnych na posiedzeniu.

§ 25

1. Przewodniczący Rady Nadzorczej zwołuje posiedzenie Rady Nadzorczej z własnej inicjatywy, na pisemny wniosek Zarządu Spółki lub na żądanie co najmniej dwóch członków Rady Nadzorczej.
2. Zwołanie posiedzenia winno nastąpić nie później niż w terminie 2 (dwóch) tygodni od daty złożenia wniosku lub żądania, o którym mowa w ust. 1 powyżej. Jeżeli posiedzenie Rady Nadzorczej nie zostanie zwołane w powyższym terminie, wnioskodawca może je zwołać samodzielnie, podając datę, miejsce i proponowany porządek obrad.
3. Zaproszenie na posiedzenie Rady Nadzorczej, zawierające datę, miejsce i proponowany porządek obrad powinno zostać wysłane listem poleconym co najmniej na 10 (dziesięć) dni przed dniem posiedzenia Rady Nadzorczej. Uchwały w przedmiocie nieobjętym porządkiem obrad nie można podjąć, chyba że na posiedzeniu obecni są wszyscy członkowie Rady Nadzorczej i nikt z obecnych nie zgłosi w tej sprawie sprzeciwu.
4. Posiedzenie Rady Nadzorczej może się odbyć bez formalnego zwołania, jeśli wszyscy jej członkowie wyrażą na to zgodę najpóźniej w dniu posiedzenia i potwierdzą to pismem lub złożą podpisy na liście obecności.
5. W posiedzeniach Rady Nadzorczej mogą uczestniczyć członkowie Zarządu z głosem doradczym.

§ 26

Uchwały Rady Nadzorczej zapadają bezwzględną większością głosów. W przypadku równości głosów rozstrzyga głos Przewodniczącego Rady Nadzorczej.

§ 27

1. Członkowie Rady Nadzorczej wykonują swoje prawa i obowiązki osobiście.
2. Członek Rady Nadzorczej może brać udział w podejmowaniu uchwał Rady Nadzorczej, oddając swój głos na piśmie za pośrednictwem innego członka Rady Nadzorczej. Oddanie głosu na piśmie nie może dotyczyć spraw wprowadzonych do porządku obrad na posiedzeniu Rady Nadzorczej.

3. Rada Nadzorcza może podejmować uchwały w trybie pisemnym lub przy wykorzystaniu środków bezpośredniego porozumiewania się na odległość, w tym przy użyciu telekonferencji lub za pośrednictwem poczty elektronicznej. Uchwała jest ważna, gdy wszyscy członkowie Rady Nadzorczej zostali powiadomieni o treści projektu uchwały.
4. Podejmowanie uchwał w trybie określonym w ust. 2 i ust. 3 powyżej nie dotyczy wyboru Sekretarza Rady Nadzorczej, powołania członka Zarządu oraz odwołania i zawieszania w czynnościach wyżej wymienionych osób.
5. Szczegółowy tryb podejmowania uchwał w trybie pisemnym i przy wykorzystaniu środków bezpośredniego porozumiewania się na odległość może określić Regulamin Rady Nadzorczej.

§ 28

Obrady Rady Nadzorczej są protokołowane. Protokoły powinny zawierać porządek obrad, nazwiska i imiona obecnych członków Rady Nadzorczej, jak również innych osób obecnych na posiedzeniu, liczbę głosów oddanych na poszczególne uchwały oraz zdania odrębne. Protokoły powinny być podpisane przez członków Rady Nadzorczej obecnych na posiedzeniu.

§ 29

1. Rada Nadzorcza sprawuje stały nadzór nad działalnością Spółki.
2. Oprócz spraw zastrzeżonych przepisami Kodeksu spółek handlowych i innymi postanowieniami niniejszego Statutu do kompetencji Rady Nadzorczej należy:
 - 1) powoływanie i odwoływanie członków Zarządu, w tym Prezesa Zarządu;
 - 2) składanie Walnemu Zgromadzeniu wniosków w sprawie udzielenia absolutorium członkom Zarządu Spółki;
 - 3) ustalanie zasad i wysokości wynagrodzenia z tytułu pełnienia funkcji członka Zarządu, z tytułu umów o pracę oraz innych umów zawartych z członkami Zarządu oraz zasad ich zatrudnienia w Spółce;
 - 4) zatwierdzanie regulaminu Zarządu;
 - 5) dokonywanie wyboru biegłego rewidenta przeprowadzającego badanie sprawozdania finansowego;
 - 6) wydawanie opinii w sprawach objętych porządkiem obrad Walnego Zgromadzenia; brak opinii na co najmniej 14 (czternaście) dni przed odbyciem Walnego Zgromadzenia poczytuje się za brak zastrzeżeń co do spraw objętych porządkiem obrad;
 - 7) wyrażanie zgody na wypłatę zaliczki na poczet przewidywanej dywidendy.

§ 30

W przypadku delegowania członka Rady Nadzorczej do wykonywania czynności członka Zarządu, zawieszeniu ulega jego mandat w Radzie Nadzorczej i prawo do wynagrodzenia. Z tytułu wykonywania funkcji członka Zarządu delegowanemu członkowi Rady Nadzorczej przysługuje odrębne wynagrodzenie określone w uchwale Rady Nadzorczej.

§ 31

Szczegółowy sposób działania Rady Nadzorczej może określić regulamin Rady Nadzorczej, przyjęty w drodze uchwały przez Walne Zgromadzenie.

3. WALNE ZGROMADZENIE

§ 32

Walne Zgromadzenie może być zwyczajne lub nadzwyczajne.

§ 33

1. Zwyczajne Walne Zgromadzenie powinno być zwołane przez Zarząd w terminie 6 (sześciu) miesięcy po upływie każdego roku obrotowego. Jeżeli Zarząd nie zwoła Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia w powyższym terminie, Zwyczajne Walne Zgromadzenie może zostać zwołane przez Radę Nadzorczą.
2. Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie zwołuje Zarząd. Rada Nadzorcza ma prawo zwołać Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie, jeżeli uzna to za wskazane.
3. Porządek obrad ustala podmiot zwołujący Walne Zgromadzenie.
4. Akcjonariusze lub akcjonariusz reprezentujący co najmniej 1/20 (jedną dwudziestą) kapitału zakładowego mogą żądać zwołania Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia, jak również umieszczenia określonych spraw w porządku obrad najbliższego Walnego Zgromadzenia.

§ 34

Walne Zgromadzenia odbywają się w Warszawie, Wrocławiu, Poznaniu, Gdańsku, Łodzi lub Krakowie.

§ 35

Akcjonariusz może uczestniczyć w Walnym Zgromadzeniu oraz wykonywać prawo głosu osobiście lub przez pełnomocnika.

§ 36

1. Walne Zgromadzenie otwiera Przewodniczący Rady Nadzorczej lub inna osoba przez niego wskazana. W razie nieobecności tych osób Walne Zgromadzenie otwiera Prezes Zarządu albo osoba wyznaczona przez Zarząd.
2. Przewodniczącego Walnego Zgromadzenia wybiera się spośród osób uprawnionych do uczestniczenia w Walnym Zgromadzeniu. W przypadku gdy Walne Zgromadzenie zwołane zostało przez akcjonariuszy upoważnionych do tego przez sąd rejestrowy, Przewodniczącym Walnego Zgromadzenia jest osoba wyznaczona przez sąd rejestrowy.
3. Walne Zgromadzenie może uchwalić swój Regulamin określający szczegółowo tryb prowadzenia obrad.

§ 37

Uchwały Walnego Zgromadzenia zapadają bezwzględną większością głosów, jeżeli przepisy Kodeksu spółek handlowych lub Statutu nie przewidują warunków surowszych.

§ 38

Uchwały dotyczące emisji obligacji zamiennych i obligacji z prawem pierwszeństwa objęcia akcji, zmiany Statutu, umorzenia akcji, podwyższenia i obniżenia kapitału zakładowego, zbycia lub wydzierżawienia przedsiębiorstwa albo jego zorganizowanej części lub rozwiązania Spółki zapadają większością 3/4 (trzech czwartych) głosów.

§ 39

1. Uchwały Walnego Zgromadzenia poza sprawami wymienionymi w Kodeksie spółek handlowych oraz w innych postanowieniach niniejszego Statutu wymagają następujące sprawy:
 - 1) uchwalenie regulaminu Rady Nadzorczej;
 - 2) tworzenie i znoszenie kapitałów rezerwowych;
 - 3) rozwiązanie Spółki.
2. Z zachowaniem właściwych przepisów prawa istotna zmiana przedmiotu działalności Spółki może nastąpić bez obowiązku wykupu akcji, jeżeli uchwała powzięta będzie większością dwóch trzecich głosów w obecności osób reprezentujących co najmniej połowę kapitału zakładowego.
3. Nie wymaga zgody Walnego Zgromadzenia nabycie i zbycie nieruchomości, użytkowania wieczystego lub udziału w nieruchomości lub prawie użytkowania wieczystego.

V. GOSPODARKA SPÓŁKI

§ 40

1. Kapitały własne Spółki stanowią:
 - 1) kapitał zakładowy,
 - 2) kapitał zapasowy,
 - 3) kapitały rezerwowe.
2. Spółka może tworzyć i znosić uchwałą Walnego Zgromadzenia kapitały rezerwowe na początku i w trakcie roku obrotowego.

§ 41

Rok obrotowy pokrywa się z rokiem kalendarzowym.

§ 42

1. Akcjonariusze mają prawo do udziału w zysku wykazanym w sprawozdaniu finansowym, zbadanym przez biegłego rewidenta, który został przeznaczony przez Walne Zgromadzenie do wypłaty akcjonariuszom.
2. Zysk przeznaczony do podziału rozdziela się pomiędzy akcjonariuszy proporcjonalnie do liczby posiadanych akcji, a jeśli akcje nie są całkowicie pokryte, proporcjonalnie do wysokości dokonanych wpłat na akcje.
3. Dzień dywidendy oraz termin wypłaty dywidendy określa uchwała Walnego Zgromadzenia.
4. Zarząd, za zgodą Rady Nadzorczej, może wypłacić akcjonariuszom zaliczkę na poczet przewidywanej na koniec roku obrotowego dywidendy, jeżeli Spółka posiadać będzie środki wystarczające na wypłatę.

VI. POSTANOWIENIA KOŃCOWE

§ 43

1. Rozwiązanie Spółki następuje po przeprowadzeniu likwidacji.
2. Likwidatorami są członkowie Zarządu, chyba że Walne Zgromadzenie postanowi inaczej.”

3. Definicje i objaśnienia skrótów

Skrót / Termin	Definicja / Objasnienie
Akcje	Akcje Emitenta
Akcje serii E	167.199 akcji zwyklych na okaziciela serii E
Akcjonariusz	Osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna nieposiadajacą osobowości prawnej, uprawniona z Akcji
ASO, Alternatywny System Obrotu, NewConnect	Alternatywny System Obrotu, o którym mowa w art. 3 pkt 2 Ustawy o obrocie, organizowany przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A.
Autoryzowany Doradca	Autoryzowany Doradca w znaczeniu, jakie nadaje temu terminowi § 18 Regulaminu ASO, którym wobec Emitenta jest CELLICA spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie
Content marketing	Tzw. marketing treści - strategia polegająca na pozyskiwaniu potencjalnych klientów poprzez publikowanie atrakcyjnych i przydatnych treści, które zainteresują ściśle sprecyzowaną grupę odbiorców. Marketing treści, w odróżnieniu od tradycyjnych form marketingu, opierających się na jednostronnym przekazie reklamowym, bazuje na budowaniu długotrwałych relacji z odbiorcą poprzez interakcję i zaangażowanie obydwu stron.
Dokument Informacyjny	Niniejszy Dokument w rozumieniu Regulacji ASO, będący jedynym prawnie wiążącym dokumentem, zawierającym informacje o Emitencie oraz Akcjach Emitenta, sporządzony zgodnie z wymogami określonymi w Załączniku nr 1 do Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu (rynek NewConnect)
Dzień Dokumentu, Dzień sporządzenia Dokumentu	Dzień, na który sporządzono Dokument Informacyjny
Dz. U.	Dziennik Ustaw Rzeczypospolitej Polskiej
Emitent, Spółka, Bit Evil	Bit Evil S.A.
EUR, EURO, Euro	Jednostka monetarna obowiązująca w Unii Europejskiej
Gbps	Gigabit – jednostka informacji . Gigabity są powszechnie używane do określania przepustowości łączy i szybkości transmisji danych, wyrażanej wówczas w gigabitach na sekundę
Giełda, GPW, GPW S.A., Organizator Alternatywnego Systemu	Giełda Papierów Wartościowych w Warszawie S.A.

Influencer	Osoba, która udziela się na wielu forach internetowych, Facebookowych grupach lub jest blogerem. Ma swoje zdanie na pewne tematy, umie je wyrażać i bronić. Dlatego jest autorytetem w swojej grupie społecznej.
Inwestor	Osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej.
KDPW, KDPW S.A., Depozyt	Krajowy Depozyt Papierów Wartościowych Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie
Kodeks cywilny, K.C., KC	Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny (t.j. Dz. U. z 2018 r. poz. 1025, 1104)
Kodeks Postępowania Cywilnego, KPC	Ustawa z dnia 17 listopada 1964 r. – Kodeks postępowania cywilnego (t.j. Dz.U. 2018 poz. 1360)
Kodeks Spółek Handlowych, KSH	Ustawa z dnia 15 września 2000 r. – Kodeks spółek handlowych (t.j. Dz. U. z 2017 r. poz. 1577 , z 2018 r. poz. 398 , 650)
Komisja, Komisja Nadzoru, KNF	Komisja Nadzoru Finansowego
KRS	Krajowy Rejestr Sądowy
Mbps	Przepustowość, pojemność kanału – w telekomunikacji i informatyce oznacza rzeczywistą szerokość pasma zmierzoną o określonej porze dnia przy użyciu określonych tras sieciowych i podczas transmisji siecią określonych zbiorów danych . Pojęcie to jest często stosowane jako synonim maksymalnej ilości informacji, jaka może być przesyłana przez dany kanał komunikacyjny w jednostce czasu. Przepustowość mierzona jest w bitach na sekundę (b/s lub bps, od ang. bits per second) lub, rzadko, w bajtach na sekundę (B/s lub Bps) i ich wielokrotnościach: kb/s, Mb/s, Gb/s, kB/s, MB/s. W praktyce spotykane są zarówno prefiksy dziesiętne (k = 1000, M = 1 000 000), jak i binarne (K = 1024, M = 1 048 576).
NBP	Narodowy Bank Polski
NWZ, Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie	Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Emitenta
Ordynacja podatkowa	Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. Ordynacja Podatkowa (Dz. U. z 2018 r. poz. 800 , 650, 723, 771, 1000 , 1039 , 1075)
PKB	Produkt Krajowy Brutto
PKD	Polska Klasyfikacja Działalności wprowadzona rozporządzeniem Rady Ministrów z dnia 20 stycznia 2004 r. (Dz. U. nr 33, poz. 289)

Rada Nadzorcza, RN	Rada Nadzorcza Emitenta
Regulamin ASO, Regulamin Alternatywnego Systemu Obrotu, Regulamin NewConnect	Regulamin Alternatywnego Systemu Obrotu uchwalony Uchwałą Nr 147/2007 Zarządu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. z dnia 1 marca 2007 r. (z późn. zm.)
Rematketing	Rodzaj kampanii prowadzonej w ramach programu reklamowego Google AdWords. Kampanie tego rodzaju wykorzystywane są w celu powtórzenia przekazu reklamowego użytkownikom, którzy odwiedzili stronę firmy/produktu. W dobie bardzo dużej ilości przekazów reklamowych rozwiązanie to pozwala skutecznie docierać do potencjalnych Klientów i zwiększać sprzedaż .
Statut	Statut Emitenta.
UE	Unia Europejska
UOKIK	Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Ustawa o KRS	Ustawa z dnia 20 sierpnia 1997 roku o Krajowym Rejestrze Sądowym (t.j. Dz. U. z 2018 r. poz. 986)
Ustawa o Obrocie, Ustawa o Obrocie Instrumentami Finansowymi	Ustawa z dnia 29 lipca 2005 r. o obrocie instrumentami finansowymi (t.j. Dz. U. z 2017 r. poz. 1768 , 2486, 2491, z 2018 r. poz. 106, 138, 650, 685, 723 , 771)
Ustawa o Ochronie Konkurencji i Konsumentów	Ustawa z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2018 r. poz. 798)
Ustawa o ochronie niektórych praw konsumentów	Ustawa z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (t.j. Dz. U. z 2012 r. poz. 1225)
Ustawa o Ofercie, Ustawa o ofercie Publicznej	Ustawa z dnia 29 lipca 2005 r. o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych (t.j. Dz. U. z 2018 r. poz. 512, 685)
Ustawa o Podatku Dochodowym od Osób Fizycznych, Ustawa pdof	Ustawa z dnia 26 lipca 1991 r. o podatku dochodowym od osób fizycznych (t.j. Dz. U. z 2018 r. poz. 200 , z 2017 r. poz. 2494, z 2018 r. poz. 106, 138, 317, 398, 650, 685, 858)
Ustawa o Podatku Dochodowym od Osób Prawnych, Ustawa pdop	Ustawa z dnia 15 lutego 1992 r. o podatku dochodowym od osób prawnych (t.j. Dz. U. z 2018 r. poz. 1036 , 1162, 1291)

Ustawa o Podatku od Czynności Cywilnoprawnych	Ustawa z dnia 9 września 2000 r. o podatku od czynności cywilnoprawnych (t.j. Dz. U. z 2017 r. poz. 1150)
Ustawa o Rachunkowości	Ustawa z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (t.j. Dz. U. z 2018 r. poz. 395 , 398 , 650).
WZ, Walne Zgromadzenie	Walne Zgromadzenie Emitenta
ZWZ, Zwyczajne Walne Zgromadzenie	Zwyczajne Walne Zgromadzenie Emitenta
Zarząd, Zarząd Spółki, Zarząd Emitenta	Zarząd Bit Evil S.A.
Zarząd Giełdy	Zarząd Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A.
Złoty, zł, PLN	Prawny środek płatniczy w Rzeczypospolitej Polskiej będący w obiegu publicznym od dnia 1 stycznia 1995 r. zgodnie z Ustawą z dnia 7 lipca 1994 r. o denominacji złotego (Dz. U. Nr 84, poz. 383, z późn. zmianami)
