
GREMI MEDIA S.A.

Sprawozdanie z działalności jednostki
za rok zakończony dnia 31 grudnia 2017 roku

GREMI MEDIA S.A.

**SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI JEDNOSTKI
ZA ROK ZAKOŃCZONY DNIA 31 GRUDNIA 2017 ROKU**

1 *August* *A*

GREMI MEDIA S.A.

Sprawozdanie z działalności jednostki
za rok zakończony dnia 31 grudnia 2017 roku

Spis treści

GREMI MEDIA S.A.	1
I. Informacje o działalności oraz o zdarzeniach istotnie wpływających na działalność, jakie nastąpiły w roku obrotowym 2017, a także po jego zakończeniu, do dnia zatwierdzenia sprawozdania finansowego	4
II. Zdarzenia istotnie wpływające na działalność Spółki	7
III. Informacje o przewidywanym rozwoju.....	8
IV. Informacje o ważniejszych osiągnięciach w dziedzinie badań i rozwoju	8
V. Informacje o aktualnej i przewidywanej sytuacji finansowej.....	9
VI. Informacje o nabyciu udziałów własnych	10
VII. Informacje o posiadanych oddziałach (zakładach).....	100
VIII. Informacja o instrumentach finansowych w zakresie ryzyka zmiany cen, ryzyka kredytowego, istotnych zakłóceń przepływów środków pieniężnych oraz utraty płynności finansowej, oraz o przyjętych celach i metodach zarządzania ryzykiem finansowym	10
IX. Czynniki ryzyka	11
1. Czynniki ryzyka związane z działalnością Spółki Gremi i branżą, w której działa Spółka ...	11
1.1. Ryzyko spadku jakości treści publikowanych przez Spółkę, a w konsekwencji także ryzyko spadku popytu na produkty Spółki, spadku renomy marki Rzeczpospolita, a w efekcie spadku dochodów Spółki.....	11
1.2. Ryzyko związane z korzystaniem przez Spółkę ze wsparcia dostawców zewnętrznych, w szczególności w zakresie druku wydawnictw papierowych i ich kolportażu	111
1.3. Ryzyko naruszania na szkodę Spółki praw własności intelektualnej wykorzystywanych w prowadzonej przez Spółkę działalności, a w konsekwencji ryzyko spadku popytu na produkty Spółki.....	12
1.4. Ryzyko wpływu niekorzystnych rozstrzygnięć sądu w przedmiocie postępowań sądowych oraz administracyjnych na prowadzoną przez Spółkę działalność, w szczególności postępowań związanych z zarzutem naruszenia przez spółki z Grupy praw własności intelektualnej i dóbr osobistych osób trzecich.....	122
1.5. Ryzyko nasilenia się spadkowego trendu sprzedaży prasy papierowej.....	133
1.6. Ryzyko nieutrzymania dynamiki wzrostu rynku reklamy internetowej i krajowego rynku e-dystrybucji wydawnictw na dotychczasowym poziomie lub nieziszczenia się prognoz ich wzrostu oraz ryzyko wystąpienia negatywnych zmian w korzystaniu z Internetu przez jego odbiorców i spowolnienia tempa upowszechniania dostępu do Internetu.....	133
1.7. Ryzyko zmniejszenia ruchu internetowego generowanego za pośrednictwem wyszukiwarek internetowych i serwisów społecznościowych	133
1.8. Ryzyko pojawienia się nowych technologii oraz ryzyko nieprawidłowego funkcjonowania systemów informatycznych odgrywających kluczową rolę w prowadzonej przez Spółkę działalności, w tym awarii lub złamania zabezpieczeń systemów informatycznych.....	144
1.9. Ryzyko rozpowszechnienia oprogramowania do blokowania reklam w Internecie, a także oprogramowania zakłócającego funkcjonowanie portali i serwisów internetowych	144
1.10. Ryzyko zwiększania przez reklamodawców presji na obniżenie kosztów reklam.....	144

GREMI MEDIA S.A.

Sprawozdanie z działalności jednostki
za rok zakończony dnia 31 grudnia 2017 roku

1.11. Ryzyko związane z kontrolą korporacyjną akcjonariusza większościowego, którego interes może nie być zbieżny z interesem pozostałych akcjonariuszy.....	155
1.12. Ryzyko, że historyczny skład Zarządu Spółki były niezgodny z umową spółki Gremi Media S.A. w ówczesnym brzmieniu, a także przepisami KSH.....	155
1.13. Ryzyko mniejszego od zakładanego wzrostu sprzedaży w obszarze szkoleń i konferencji	166
2. Czynniki ryzyka o charakterze finansowym	166
2.1. Ryzyko skorzystania z zabezpieczeń na istotnych aktywach Spółki.....	166
2.2. Ryzyko utraty płynności.....	177
2.3. Ryzyko zmiany poziomu stóp procentowych	177
2.4. Ryzyko kredytowe	18
2.5. Ryzyko walutowe.....	18
2.6. Ryzyko związane z wyceną posiadanych znaków towarowych.....	18
3. Czynniki ryzyka związane z otoczeniem makroekonomicznym i politycznym oraz przepisami prawa.....	19
3.1. Ryzyko związane z niekorzystnymi zmianami w otoczeniu makroekonomicznym, w tym ryzyko narażenia polskiego rynku reklamy na skutki regionalnego lub globalnego spowolnienia gospodarczego mającego również wpływ na poziom wydatków konsumpcyjnych w Polsce.....	19
3.2. Ryzyko związane z tym, że polskie przepisy podatkowe są skomplikowane, ich interpretacja może budzić wątpliwości, co w konsekwencji może prowadzić do sporów z organami podatkowymi.....	19
3.3. Ryzyko zakwestionowania przez organy podatkowe transakcji realizowanych przez Spółkę i spółki z Grupy z podmiotami powiązаныmi na podstawie regulacji dotyczących cen transferowych	19
3.4. Ryzyko odmiennej oceny przez sądy oraz organy podatkowe skutków prawnych oraz podatkowych działań restrukturyzacyjnych i korporacyjnych Spółki i spółek z Grupy..	200
X. Pozostałe informacje.....	201

[Handwritten signature] 31.12.17

GREMI MEDIA S.A.

Sprawozdanie z działalności jednostki
za rok zakończony dnia 31 grudnia 2017 roku

Podstawowe dane dotyczące jednostki:

Firma: GREMI MEDIA SPÓŁKA AKCYJNA

Siedziba: Warszawa, Polska
Adres: 00-838 Warszawa, ul. Prosta 51
Nr KRS: 0000660475
REGON: 002050380
NIP: 5220103673

- I. Informacje o działalności oraz o zdarzeniach istotnie wpływających na działalność, jakie nastąpiły w roku obrotowym 2017, a także po jego zakończeniu, do dnia zatwierdzenia sprawozdania finansowego
-

Działalność spółki

Gremi Media S.A. jest spółką holdingową, której działalność jest skoncentrowana na dostarczaniu informacji, usług i produktów z zakresu biznesu i prawa, w segmencie B2C (profesjoniści) i B2B (przedsiębiorstwa, jednostki administracji publicznej, instytucje).

Obecnie Gremi Media jest w trakcie transformacji z producenta treści na dostawcę komplementarnych usług i produktów skierowanych do użytkowników i abonentów mediów internetowych i drukowanych Spółki, docelowo ukierunkowanej na zabezpieczenie i ekspansję swojej pozycji szczególnie w segmencie Biznes / Finanse / Prawo.

Gremi Media S.A., to platforma opiniotwórczych i biznesowych treści, oferowanych w różnorodnych kanałach (print, digital, video, social media, konferencje i szkolenia, eventy). Konsoliduje wszystkie dzienniki i magazyny Spółki Gremi Media oraz ich wersje cyfrowe. Realizuje również nowe projekty i produkty cyfrowe.

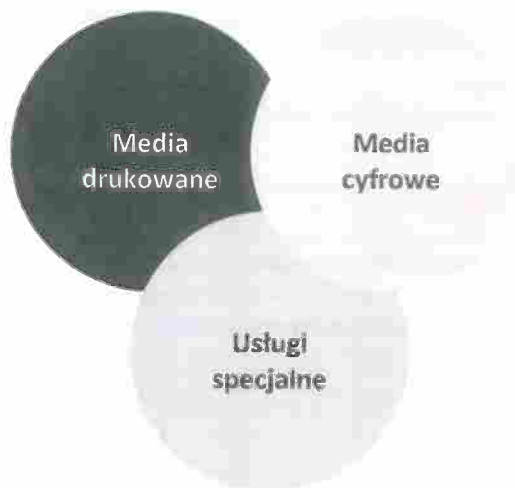
Pozycja Gremi Media na polskim rynku jest odzwierciedlona w kilku kluczowych cechach:

- Prestiżowa reputacja tytułów medialnych dzięki jakości treści oraz wieloletniej historii (Rzeczpospolita została założona w 1920, Parkiet to najstarszy polski dziennik poświęcony tematyce giełdowej i inwestycyjnej)
- Segment opiniotwórczych i biznesowych mediów drukowanych wyraźnie dominujący na bardzo konkurencyjnym rynku
- Silnie rozwijające się internetowe platformy uznanych tytułów medialnych co pozwala Gremi na dywersyfikację źródeł przychodów
- Gremi jest głównym źródłem informacji dla wysoko wykształconych profesjonalistów.

GREMI MEDIA S.A.

Sprawozdanie z działalności jednostki
za rok zakończony dnia 31 grudnia 2017 roku

W 2017 roku Gremi Media S.A. prowadziła działalność w trzech obszarach:



Media drukowane

W portfolio Gremi Media znajdują się dzienniki zorientowane na tematykę gospodarczą (Rzeczpospolita, Parkiet) oraz miesięcznik historyczny Uważam Rze Historia.

Od dekad Rzeczpospolita jest jedną z czołowych i szanowanych gazet w Polsce utrzymując dominującą pozycję pod względem liczby cytowań w mediach (tytuł Najbardziej Opiniotwórczego Medium Dekady w Polsce).

Znaczenie reputacji tytułów Gremi jako mediów opiniotwórczych rośnie wraz z postępującym problemem „fake news” w szeroko rozumianych social mediach a w konsekwencji dynamicznym wzrostem popytu na rzetelne informacje ze źródeł co do których można mieć pełne zaufanie, zwłaszcza w tematach polityczno – społeczno - ekonomiczno – prawnych. Powstała znacząca synergia pomiędzy redakcjami wszystkich tytułów przez wzgląd na orientację biznesową. Profesjonalna redakcja wyspecjalizowana w tworzeniu wysokiej jakości, unikalnych treści na wszystkie nośniki (papier, digital, video, media społecznościowe etc.). Wspólne redakcje zwiększają efektywność operacyjną przez zwiększenie liczby artykułów i nadzór nad ich jakością. Wszystkie tytuły skierowane są do świadomych konsumentów o wysokiej sile nabywczej, liderów opinii. Rodzaj i forma treści prezentowanych na łamach tytułów spełnia oczekiwania wymagających odbiorców, którzy poszukują wiarygodnej treści o wysokiej jakości. Tytuły są doskonałą platformą reklamową przez wzgląd na ich unikalną strukturę czytelniczą. Szerokie dotarcie do menadżerów, aktywnych zawodowo profesjonalistów, ludzi dobrze wykształconych i mieszkańców miast z zarobkami powyżej średniej. Również reklamodawcy (przykład: ostatnio podawane przez media branżowe przypadki wycofywania się reklamodawców z emisji reklam na YouTube) w coraz większym stopniu ponownie zaczynają doceniać rzetelność i jakość contentu tworzonego przez uznane marki mediowe m.in. należące do Spółki Gremi. W konsekwencji należy spodziewać się zwiększenia budżetów reklamowych przeznaczonych na emisje reklam w uznanych markowych mediach.

W 2017 Rzeczpospolita jako jedyny dziennik w Polsce utrzymał poziom sprzedaży egzemplarzowej wydań drukowanych (0,00 %) przy średniej rynkowej dla dzienników – 9,6%. Jednocześnie z powodu różnicowania cen egzemplarzy wydań w tygodniu: pn-czt., pt., sb-nd Rzeczpospolita odnotowała wzrost przychodów ze sprzedaży egzemplarzowej o 4,6 %.

Wiodący tytuł Rzeczpospolita odnotował w 2017r spadek sprzedaży ogółem o 9,4% w stosunku do roku poprzedniego. Tendencja spadkowa została odnotowana także w przypadku przychodów rozpowszechniania płatnego tytułu o 9,7%.

Niżej przedstawione tabele prezentują zmiany w sprzedaży tytułów Gremi Media w porównaniu z

GREMI MEDIA S.A.

Sprawozdanie z działalności jednostki
za rok zakończony dnia 31 grudnia 2017 roku

konkurencyjnymi wydawnictwami.

ROZPOWSZECHNIANIE PŁATNE RAZEM

Tytuł	2016	2017	różnica %
Fakt Gazeta Codzienna	281 243	261 413	▼ -7,1%
Super Express	138 789	129 322	▼ -6,8%
Gazeta Wyborcza	158 957	124 174	▼ -21,9%
Rzeczpospolita	54 214	48 948	▼ -9,7%
Dziennik Gazeta Prawna	50 620	45 515	▼ -10,1%
Przegląd Sportowy	28 690	25 843	▼ -9,9%
Gazeta Podatkowa	25 031	24 148	▼ -3,5%
Gazeta Polska Codziennie	20 034	18 214	▼ -9,1%
Puls Biznesu	11 956	11 780	▼ -1,5%
Parkiet Gazeta Giełdy	4 852	4 422	▼ -8,9%
RYNEK	774 386	693 779	▼ -10,4%

SPRZEDAŻ OGÓŁEM

Tytuł	2016	2017	różnica %
Fakt Gazeta Codzienna	281 243	261 413	▼ -7,1%
Super Express	138 069	128 601	▼ -6,9%
Gazeta Wyborcza	140 662	110 948	▼ -21,1%
Rzeczpospolita	53 969	48 881	▼ -9,4%
Dziennik Gazeta Prawna	43 045	40 693	▼ -5,5%
Przegląd Sportowy	28 690	25 843	▼ -9,9%
Gazeta Podatkowa	25 031	24 148	▼ -3,5%
Gazeta Polska Codziennie	20 023	18 205	▼ -9,1%
Puls Biznesu	10 082	9 802	▼ -2,8%
Parkiet Gazeta Giełdy	4 487	4 086	▼ -8,9%
RYNEK	745 301	672 620	▼ -9,8%

Media cyfrowe

RP.pl to platforma internetowa łącząca wszystkie tytuły. Obejmuje ona:

- Treści
- Artykuły
- Blogi
- Fora użytkowników
- Multimedia
- Treści video (tv.rp.pl)
- Sprzedaż treści poprzez serwisy e-Kiosk, Nexto oraz eGazety, aplikacje i kilkaset serwisów partnerskich.

GREMI MEDIA S.A.

Sprawozdanie z działalności jednostki za rok zakończony dnia 31 grudnia 2017 roku

Rp.pl skierowana jest do użytkowników wykształconych, o wyższych dochodach. Jej nowoczesna wersja została uruchomiona w październiku 2014; kolejna odsłona (2.0) powstała w II kw 2017.

Parkiet.com, nowa odsłona portalu 2.0 powstała w III kw 2017.

Rzeczpospolita TV to linearny program nadawany na stronach portalu z codziennymi 4 pasmami nadawanymi na żywo.

Usługi specjalne

- Dział Konferencji i eventów organizuje własne konferencje, eventy i debaty z szerokim wyborem tematów takich jak: rynki kapitałowe, finanse i zarządzanie, energia, nieruchomości, prawo i podatki, farmacja, IT, marketing. Aktywność zespołu profesjonalistów skoncentrowana jest na zwiększaniu skali działalności i atrakcyjności oferty. Tytuły Gremi Media są gwarantem wysokiej jakości, wiarygodności organizowanych wydarzeń oraz stymulują rozwój biznesu przez realizację debat, na przykład „Śniadania z Rzeczpospolitą”, podczas których przedstawiciele różnych branż biznesu omawiają ważne wydarzenia i trendy.
- Dział Szkoleń realizuje szeroki wachlarz szkoleń i warsztatów edukacyjnych dla specjalistów z dziedziny: finansów, ubezpieczeń, marketingu, energetyki, prawa i innych. Każdy z projektów realizowany jest indywidualnie, przez profesjonalnych project managerów, którzy bazując na relacjach z ekspertami z wewnątrz Spółki Gremi oraz zewnętrznych autorytetach tworzą autorskie programy szkoleń – bardzo wysoko oceniane na rynku (pozytywna ewaluacja szkoleń przez uczestników). Profesjonalizm i wysoki poziom szkoleń uwiarygadniają główne marki Gremi Media: Rzeczpospolita i Parkiet.

II. Zdarzenia istotnie wpływające na działalność Spółki

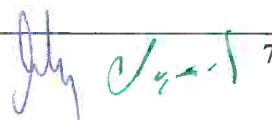
W dniu 04 stycznia 2017 roku uchwałą nr 3 NZW Spółka została przekształcona w Spółkę Akcyjną. Przekształcenie spółki Gremi Media w Spółkę Akcyjną zostało zarejestrowane przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy, XII Wydział Gospodarczy w dniu 25 stycznia 2017 roku.

W dniu 1 lutego 2017 r. została podpisana umowa zbycia praw do znaku „Gremi” pomiędzy Gremi Sp. z o.o. a Gremi Media S.A. Na mocy umowy Gremi Media S.A. nabyła majątkowe prawa autorskie do znaku „Gremi” oraz „Spółka Gremi” za kwotę 10.365,7 tys. zł płatną w ratach do 31.01.2020 r. Na mocy umowy kwota 4.700 tys. zł została potrącona na zasadzie kompensaty z posiadany przez Spółkę wekslem. W dniu 1 lutego 2017 r. została także zawarta umowa na licencjonowanie znaku „Gremi” oraz „Spółka Gremi” do 31 stycznia 2018 r. pomiędzy Spółką a Gremi Sp. z o.o. Z tytułu umowy Spółka będzie pobierać opłaty licencyjne w wys. 47 tys. zł netto miesięcznie.

W dniu 8 listopada 2017 roku Gremi Media zadebiutowało na rynku NewConnect. To ostatni etap przekształcenia firmy znajdującej się pod kontrolą jednego podmiotu w spółkę publiczną, transparentną i wycenianą przez rynek. Wydawca „Rzeczpospolitej” i „Parkietu” jest trzecią pod względem wartości spółką na alternatywnym parkiecie.

W dniu 8 grudnia 2017 r. został zawarty aneks do Umowy Wieloproduktowej z dnia 05.07.2016 r. zawartej z ING Bank Śląski S.A. z siedzibą w Katowicach (Bank). Najistotniejszymi elementami ww. aneksu są zwiększenie limitu kredytu obrotowego z dotychczasowych 10 mln zł do 14 mln zł oraz ustalenie dodatkowego zabezpieczenia wiarygodności Banku wynikających z Umowy Wieloproduktowej tj. zastawu rejestrowego na opatentowanym znaku towarowym „GREMI” należącym do Spółki.

W dniu 20 grudnia 2017 roku Pan Tomasz Jażdżyński złożył rezygnację z pełnienia funkcji Członka Rady Nadzorczej ze skutkiem od momentu doręczenia rezygnacji Spółce.

 7



GREMI MEDIA S.A.

Sprawozdanie z działalności jednostki
za rok zakończony dnia 31 grudnia 2017 roku

W dniu 20.12.2017r. Rada Nadzorcza odwołała Pana Dariusza Bąka ze stanowiska Prezesa Zarządu, Panią Marię Wysocką ze stanowiska Wiceprezesa Zarządu, Pana Piotra Łyska ze stanowiska Wiceprezesa Zarządu, Panią Iwonę Liszkę-Majkowską ze stanowiska Wiceprezesa Zarządu oraz powołała Pana Tomasza Jażdżyńskiego na stanowisko Prezesa Zarządu, Panią Marię Wysocką na stanowisko Wiceprezesa Zarządu oraz Pana Piotra Łyska na stanowisko Wiceprezesa Zarządu.

W dniu 20 grudnia 2017 roku Pani Agata Kalińska przed odbyciem Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia złożyła rezygnację z pełnienia funkcji Członka Rady Nadzorczej.

W dniu 20 grudnia 2017 roku na Nadzwyczajnym Walnym Zgromadzeniu Gremi Media S.A. powołano Pana Dariusza Bąka na Członka Rady Nadzorczej.

III. Informacje o przewidywanym rozwoju

Spółka prowadzi m.in. działalność wydawniczą, doradztwo w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej, działalność wspomagającą usługi finansowe oraz działalność holdingów finansowych. Działalność ta będzie kontynuowana w przewidywalnej przyszłości.

Nowo powołany Zarząd spółki Gremi Media stworzył i wdraża strategię budowania nowych produktów cyfrowych na bazie posiadanych przez Gremi Media SA unikalnych i wyjątkowych znaków towarowych i marek. Jej realizacja pozwoli przezwyciężyć trudności związane z spadkowymi tendencjami panującymi na rynku wydawnictw drukowanych.

IV. Informacje o ważniejszych osiągnięciach w dziedzinie badań i rozwoju

W roku 2017 Gremi Media SA zakończyła dwa duże projekty uruchomienia nowych wersji serwisów

- parkiet.com - serwis dla inwestorów giełdowych - lipiec 2017
- rp.pl - flagowy serwis opiniotwórczy - grudzień 2017

Celem obu projektów było unowocześnienie wyglądu, wprowadzenie nowych możliwości monetyzacji, lepsze monitorowanie użytkowników, zwiększenie lepkości serwisów (więcej odsłon na sesję jednego użytkownika) oraz budowa strategii parasolowej (jeden duży serwis generujący ruch dla mniejszych serwisów branżowych).

W roku 2018 planowany jest dalszy rozwój udziału treści „cyfrowych” poprzez realizację projektów rozwojowych.

GREMI MEDIA S.A.

Sprawozdanie z działalności jednostki
za rok zakończony dnia 31 grudnia 2017 roku

V. Informacje o aktualnej i przewidywanej sytuacji finansowej

Spółka zamknęła rok obrotowy 2017 niżej przedstawionymi wynikami finansowymi (dane zaprezentowano w porównaniu z danymi za rok 2016, w tys. PLN).

Rok obrotowy	2016	2017
Suma bilansowa na koniec roku	112 112	111 750
Kapitał własny	59 228	57 374
Należności z tytułu dostaw i usług oraz pozostałe należności	22 896	18 309
Aktywa finansowe utrzymywane do terminu wymagalności	6 643	317
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług oraz pozostałe zobowiązania	18 548	21 227
Aktywa dostępne do sprzedaży	11 484	8 816
Długo- i krótkoterminowe pożyczki i kredyty bankowe	27 550	26 199
Przychody ze sprzedaży	98 431	93 268
Zysk brutto ze sprzedaży	29 357	27 673
Zysk (strata) przed opodatkowaniem	7 577	1 013
Zysk (strata) netto	7 315	106

- W 2017 roku wynik finansowy Spółki był istotnie gorszy niż za rok 2016, co wynikało z wielu różnych czynników, głównie niesprzyjającej sytuacji rynkowej, która przyczyniła się do uzyskania istotnie niższej sprzedaży niż oczekiwano. Na niższą sprzedaż wpłynęło również przesunięcie z grudnia 2017 na styczeń 2018 części zamówień. Założone i poniesione przez Spółkę koszty były dostosowane do znacznie wyższych, zakładanych wcześniej przychodów. Ponadto, Spółka poniosła istotne koszty jednorazowe, takie jak koszty wprowadzenia akcji spółki Gremi Media SA do publicznego obrotu..
- Niekorzystne wyniki finansowe za 2017 rok wygenerowały wzrost zadłużenia Spółki. Przy czym, w związku z tym, że sprzedaż Spółki charakteryzuje się sezonowością, z istotnym wzrostem sprzedaży w ostatnim kwartale roku kalendarzowego, to w wyniku uzyskania środków pieniężnych ze spłaty należności wygenerowanych w ostatnim kwartale 2017, oczekuje się istotnego obniżenia poziomu zobowiązań w pierwszym kwartale 2018.

Na dzień 31.12.2017 Spółka posiadała zobowiązanie z tytułu:

- odnawialnego kredytu obrotowego w wysokości 11,69 mln PLN,
- kredytu inwestycyjnego w wysokości 14,18 mln PLN.

Kredyt inwestycyjny jest spłacany w ratach zgodnie z harmonogramem ustalonym przez Bank ING. Ostateczny termin spłaty limitu kredytowego został ustalony na 07.07.2021.

Na podstawie skonsolidowanych danych finansowych GK Gremi Media za 2017 rok Spółka naruszyła dwa z pięciu kowenantów wynikających z umowy kredytowej z Bankiem ING dotyczących wskaźnika Całkowite Zaangażowanie Netto/EBITDA oraz wskaźnika DSCR.

Handwritten signature and date: 19

Handwritten mark

GREMI MEDIA S.A.

Sprawozdanie z działalności jednostki
za rok zakończony dnia 31 grudnia 2017 roku

Naruszenie powyższych warunków może spowodować wiele różnych konsekwencji, m.in. bank może obniżyć kwotę dostępnego limitu, zażądać przedstawienia programu naprawczego, podnieść wysokość marży, a nawet wypowiedzieć umowę wieloproduktowa w części lub w całości.

W zawiązku z powyższym nastąpiła zmiana prezentacji kwoty kredytu inwestycyjnego w wysokości 9.262 tys. złotych z pozycji długoterminowe do pozycji krótkoterminowe.

Zarząd Gremi Media SA pozostaje w stałym kontakcie z bankiem w celu wypracowania rozwiązania zaistniałej sytuacji w sposób jak najmniej wpływający na bieżącą działalność spółki. W toku negocjacji zarząd zaproponował rozwiązanie polegające na obniżeniu dla Gremi Media SA limitu kredytowego o kwotę 4.000 tys. złotych. Zgodnie z propozycją spółki zmniejszenie to odbywało by się wedle ustalonego harmonogramu na przestrzeni najbliższych 9 miesięcy, tj. do końca 2018 roku. Zarząd spółki oczekuje obecnie na decyzję i odpowiedź banku w tej sprawie.

W dającej się przewidzieć przyszłości działalność Gremi Media S.A. będzie kontynuowana w obecnym zakresie.

VI. Informacje o nabyciu udziałów własnych

Nie wystąpiły.

VII. Informacje o posiadanych oddziałach (zakładach)

Nie posiada.

VIII. Informacja o instrumentach finansowych w zakresie ryzyka zmiany cen, ryzyka kredytowego, istotnych zakłóceń przepływów środków pieniężnych oraz utraty płynności finansowej, oraz o przyjętych celach i metodach zarządzania ryzykiem finansowym

Spółka posiada udzielone pożyczki krótkoterminowe do jednostek powiązanych, oprocentowanych na warunkach rynkowych, których terminy spłat określone w umowach nie przekraczają 12 m-cy od dnia bilansowego. W stosunku do aktywów finansowych Spółka nie wymaga zabezpieczeń majątkowych od jednostek powiązanych.

Spółka nie posiada, ani nie emituje pochodnych instrumentów finansowych przeznaczonych do obrotu i nie stosuje transakcji zabezpieczających. Podstawowym celem wszelkich podejmowanych działań z zakresu zarządzania ryzykiem finansowym w Spółce jest posiadanie całkowitej kontroli nad bilansem płatniczym co pozwala w dużym stopniu wyeliminować ryzyko utraty przez Spółkę płynności finansowej.

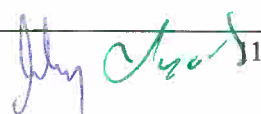
IX. Czynniki ryzyka

1. Czynniki ryzyka związane z działalnością Spółki Gremi i branżą, w której działa Spółka**1.1. Ryzyko spadku jakości treści publikowanych przez Spółkę, a w konsekwencji także ryzyko spadku popytu na produkty Spółki, spadku renomy marki Rzeczpospolita, a w efekcie spadku dochodów Spółki**

Spółka Gremi generuje istotną część swoich przychodów ze sprzedaży wydawanych tytułów prasowych (uwzględniając zarówno tytuły prasowe drukowane, jak i internetowe), których sprzedaż przekłada się z kolei na sprzedaż reklam w produktach Spółki, w tym na prowadzonych portalach i serwisach internetowych. Wartość przychodów Spółki osiąganych z powyższych źródeł zależy od liczby czytelników nabywających tytuły prasowe Spółki, tak drukowanych, jak i internetowych, oraz popularności portali oraz serwisów internetowych Spółki, które z kolei zależą w głównej mierze od jakości i atrakcyjności udostępnianych treści, a także od sposobu ich prezentacji przez Spółkę. Spółka dąży do zapewnienia i kładzie duży nacisk na zapewnienie wysokiej jakości publikowanych treści, m.in. poprzez określoną strukturę zatrudnienia – niemal połowę osób zatrudnianych lub współpracujących ze Spółką stanowią dziennikarze i redaktorzy. Ponadto, głównym obszarem działalności wydawniczej Spółki jest niszowy obszar biznes – finanse – prawo, zaś uznana marka *Rzeczpospolita* stanowi atrakcyjny tytuł i miejsce publikacji dla przygotowujących treści dziennikarzy o wypracowanej renomie zajmujących się tą tematyką, co z kolei pozwala na utrzymanie wysokiej jakości treści. Nie można jednak zapewnić, że treści prezentowane w tytułach Spółki, jak również forma ich prezentacji, pozostaną w przyszłości na wysokim poziomie i pozwolą na utrzymanie lub zwiększenie zainteresowania czytelników oraz użytkowników. Spadek jakości publikowanych treści oraz ich atrakcyjności może wpłynąć na zmniejszenie liczby czytelników i użytkowników tytułów Spółki, zmniejszenie zainteresowania dotychczasowych lub potencjalnych klientów Spółki jej produktami oraz w efekcie skutkować stopniową utratą historycznej renomy marek Spółki, a w szczególności marki *Rzeczpospolita*, mającej podstawowe znaczenie dla pozyskiwania i utrzymania czytelników, prenumeratorów i reklamodawców, a także sprzedaż innych produktów Spółki (takich jak konferencje czy szkolenia). Materializacja powyższych ryzyk może mieć niekorzystny wpływ na działalność, wyniki, sytuację finansową Spółki.

1.2. Ryzyko związane z korzystaniem przez Spółkę ze wsparcia dostawców zewnętrznych, w szczególności w zakresie druku wydawnictw papierowych i ich kolportażu

Spółka Gremi, podobnie jak inne liczące się wydawnictwa działające na polskim rynku prasowym, nie prowadzi samodzielnie druku wydawanych przez siebie tytułów prasowych oraz nie posiada własnej sieci sprzedaży tytułów prasowych wydawanych w wersji papierowej. W związku z tym, Spółka jest uzależniona od zewnętrznych dostawców usług druku oraz kolportażu, co jest standardem na rynku prasowym w Polsce. Jeżeli którykolwiek z dostawców nie będzie w stanie lub odmówi dostarczenia usług, od których zależy możliwość przygotowania oraz dystrybucji wydawanych tytułów prasowych, Spółka może nie mieć czasowej możliwości osiągnięcia przychodów ze sprzedaży tytułów prasowych wydawanych w wersji papierowej lub przychody Spółki z tego tytułu mogą ulec ograniczeniu, przy czym ryzyko to jest minimalizowane przez konkurencję istniejącą na polskim rynku dostawców zewnętrznych druku i kolportażu. Ponadto, pomimo tego, że na przestrzeni ostatnich lat koszty druku systematycznie malały, nie można wykluczyć odwrócenia tego trendu ze szkodą dla Spółki. Ryzyko niekorzystnych zmian dotyczących usług druku i kolportażu oraz potencjalne zakłócenie ciągłości dostaw tych usług, ich ograniczenie lub przerwanie, może mieć niekorzystny wpływ na działalność, wyniki, sytuację finansową Spółki.



1.3. Ryzyko naruszania na szkodę Spółki praw własności intelektualnej wykorzystywanych w prowadzonej przez Spółkę działalności, a w konsekwencji ryzyko spadku popytu na produkty Spółki

Spółka publikuje treści i inne utwory stanowiące przedmiot ochrony własności intelektualnej, które są narażone na nieuprawnione kopiowanie i wykorzystywanie. Dotyczy to przede wszystkim produktów oferowanych w wersji cyfrowej (tak własnych, jak i dystrybuowanych przez Spółkę). Spółka podejmuje starania w celu przeciwdziałania takim praktykom m.in. poprzez wykorzystanie dostępnych narzędzi prawnych, w tym przewidzianych w ustawie o prawie autorskim i prawach pokrewnych z dnia 4 lutego 1994 r. oraz przynależność podmiotów z Spółki do organizacji takich jak Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska oraz Izba Wydawców Prasy, których celem jest wspieranie działalności spółek z sektora mediowego, także w zakresie ochrony przed naruszaniem na ich szkodę praw własności intelektualnej. Dodatkowo zjawiska takie jak:

- korzystne zmiany prawa krajowego i unijnego umożliwiające ochronę praw własności intelektualnej czy
- postęp technologiczny pozwalający na lepszą kontrolę rynku i skuteczniejsze ściganie osób naruszających te prawa, pozwalają Spółce lepiej chronić swoje prawa. Spółka nie może jednak zagwarantować, że podejmowane działania będą wystarczające lub, że nie nastąpi wzrost nielegalnego kopiowania i wykorzystywania produktów lub treści oferowanych przez Spółkę, co z kolei może mieć niekorzystny wpływ na działalność, wyniki, sytuację finansową Spółki.

1.4. Ryzyko wpływu niekorzystnych rozstrzygnięć sądu w przedmiocie postępowań sądowych oraz administracyjnych na prowadzoną przez Spółkę działalność, w szczególności postępowań związanych z zarzutem naruszenia przez spółki z Grupy praw własności intelektualnej i dóbr osobistych osób trzecich

W związku z prowadzonym przedmiotem działalności Spółka jest narażona na ryzyko wszczęcia przeciwko niej postępowań sądowych lub innych, w tym w szczególności związanych z ewentualnymi zarzutami naruszenia praw własności intelektualnej i dóbr osobistych osób trzecich. W celu ograniczenia przedmiotowego ryzyka, Spółka stosuje szereg procedur wewnętrznych, w tym:

- prowadzi stały nadzór redaktorski nad publikowanymi artykułami,
- prewencyjną kontrolę prawną publikacji uznanych za potencjalnie kontrowersyjne,
- prowadzi wewnętrzne szkolenia
- dba, aby dziennikarze stosowali zasady etyki dziennikarskiej. Ponadto, w grudniu 2015 r. Spółka wprowadziła jednakowe umowy ramowe regulujące zasady przenoszenia majątkowych praw autorskich lub udzielania licencji (wyłącznych bądź niewyłącznych) na rzecz Spółki, ujednolicając tym samym zasady pozyskiwania praw do treści dostarczanych przez podmioty inne niż pracownicy oraz stali współpracownicy Spółki, które historycznie były niejednolite i podlegały licznym zmianom.

Niemniej Spółka nie jest w stanie zapewnić, że treści wydawnicze opublikowane w należących do niej tytułach prasowych lub na portalach i w serwisach internetowych nie zostaną uznane za naruszające prawa własności intelektualnej lub dobra osobiste osób trzecich, albowiem ocena taka, szczególnie w odniesieniu do kwestii naruszenia dóbr osobistych, należy do sfery subiektywnych odczuć danego podmiotu. Spółka nie może również wykluczyć, że publikacja niektórych treści następowała bez zabezpieczenia w należyty sposób praw Spółki – w oparciu o zróżnicowane umowy, które w niejednolity sposób regulowały kwestie udzielania licencji czy też przenoszenia majątkowych praw autorskich na rzecz Spółki lub też w drodze niesformalizowanych porozumień, np. na podstawie zgody wyrażonej w korespondencji elektronicznej, a w efekcie Spółka nie może wykluczyć ryzyka wdania się w spór z dostawcami takich treści.

W przypadku podniesienia roszczeń przez osoby trzecie względem Spółki, obrona przed takimi roszczeniami może wiązać się z dużym nakładem czasu i środków, w tym finansowych, przy czym nie można zagwarantować, że będzie ona w każdym przypadku skuteczna. Rozstrzygnięcie postępowania na niekorzyść Spółki może skutkować, między innymi, zobowiązaniem do zapłaty zadośćuczynienia lub odszkodowania, a w konsekwencji koniecznością poniesienia dodatkowych kosztów przez Spółkę, lub nawet mogłoby spowodować zmniejszenie lub utratę wiarygodności przez tytuły prasowe wydawane przez Spółkę, co w konsekwencji mogłoby mieć niekorzystny wpływ na działalność, wyniki, sytuację finansową Spółki.

1.5. Ryzyko nasilenia się spadkowego trendu sprzedaży prasy papierowej

W roku 2017 sprzedaż wydań drukowanych dzienników ogólnopolskich pozostawała w spadkowym trendzie, niemniej Rzeczpospolita w porównaniu do swoich największych konkurentów odnotowała najniższą dynamikę spadków sprzedaży i większą od swoich konkurentów odporność na kierunki rozwoju rynku.

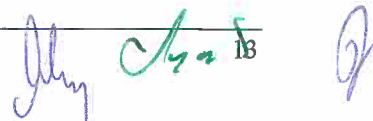
Strategia Spółki uwzględnia spadkową tendencję sprzedaży prasy drukowanej, a Spółka podejmuje działania mające na celu ograniczenie tego niekorzystnego dla kondycji finansowej Spółki trendu poprzez zapewnienie rozwoju pozostałych segmentów prowadzonej działalności, w tym przede wszystkim mediów internetowych i internetowego kiosku cyfrowego, jak również usług specjalnych: konferencji, szkoleń biznesowych, polskiej sieci firm prawniczych i usług prawniczych *online*. Pomimo podejmowanych działań, Spółka nie może zagwarantować, że będzie w stanie zastąpić zmniejszające się dochody ze sprzedaży prasy papierowej dochodami uzyskiwanymi z innych źródeł, co może mieć niekorzystny wpływ na działalność, wyniki, sytuację finansową Spółki.

1.6. Ryzyko nieutrzymania dynamiki wzrostu rynku reklamy internetowej i krajowego rynku e-dystrybucji wydawnictw na dotychczasowym poziomie lub nieziszczenia się prognoz ich wzrostu oraz ryzyko wystąpienia negatywnych zmian w korzystaniu z Internetu przez jego odbiorców i spowolnienia tempa upowszechniania dostępu do Internetu

Działalność Spółki jest wrażliwa na kształtowanie się trendów związanych z korzystaniem z Internetu (w tym upowszechnianiem się zakupów internetowych, dostępnymi metodami płatności, popularnością urządzeń mobilnych i Internetu mobilnego), co w przyszłości może się jeszcze pogłębić, przy czym zjawisko to jest wspólne dla całego rynku produktów związanych z działaniem i rozwojem Internetu, w tym rynku reklamy internetowej i e-wydań. Ewentualne negatywne zmiany w korzystaniu z Internetu przez jego odbiorców lub działania wpływające na wyhamowanie dostępu do Internetu w Polsce (np. ograniczenie stopnia penetracji Internetu) mogą mieć niekorzystny wpływ na dynamikę wzrostu Internetu, w tym rynku reklamy internetowej i krajowego rynku e-dystrybucji wydawnictw, przy czym ewentualne niekorzystne skutki zmian na rynku e-dystrybucji wydawnictw mogą być przez Spółkę łagodzone ze względu na pozycję lidera tego rynku zajmowaną przez e-Kiosk (zgodnie z danymi Izby Wydawców Prasy) i możliwość faktycznego kształtowania tego rynku przez e-Kiosk. Materializacja powyższych ryzyk może mieć niekorzystny wpływ na działalność, wyniki, sytuację finansową Spółki.

1.7. Ryzyko zmniejszenia ruchu internetowego generowanego za pośrednictwem wyszukiwarek internetowych i serwisów społecznościowych

Wyszukiwarki internetowe oraz serwisy społecznościowe działają na podstawie złożonych algorytmów, które określają względną pozycję strony internetowej na swoich stronach i okresowo zmieniają stosowane algorytmy, starając się optymalizować wyniki wyszukiwania. Jeśli serwisy te zmodyfikują stosowane algorytmy, strony internetowe Spółki mogą pojawić się na niższych pozycjach, co może skutkować zmniejszeniem liczby użytkowników je odwiedzających. Zmiany w tym zakresie mogą skutkować spadkiem popytu na oferowane przez Spółkę produkty i usługi, a w konsekwencji spadkiem atrakcyjności serwisów informacyjnych Spółki jako medium reklamowego, co może z kolei przełożyć się na obniżenie przychodów Spółki z tytułu działalności wydawniczej, dystrybucyjnej i reklamy internetowej. Ryzyko to, wspólne dla wszystkich podmiotów prowadzących działalność gospodarczą związaną z Internetem, jest w przypadku Spółki optymalizowane poprzez dywersyfikację źródeł przychodów, których istotna część pochodzi ze źródeł *off-line* (konferencje, szkolenia, sprzedaż prasy papierowej), przy czym Spółka nie może wykluczyć, że materializacja ryzyk opisanych powyżej nie



będzie skutkować istotnym niekorzystnym wpływem na działalność, wyniki, sytuację finansową lub perspektywy rozwoju Spółki.

1.8. Ryzyko pojawienia się nowych technologii oraz ryzyko nieprawidłowego funkcjonowania systemów informatycznych odgrywających kluczową rolę w prowadzonej przez Spółkę działalności, w tym awarii lub złamania zabezpieczeń systemów informatycznych

Działalność Spółki zależy od prawidłowego funkcjonowania systemów informatycznych, serwerów oraz infrastruktury telekomunikacyjnej, z których korzysta Spółka. Na skutek awarii, usterek lub innych zakłóceń prac systemów informatycznych, serwerów lub infrastruktury telekomunikacyjnej mogą nastąpić czasowe zakłócenia w działalności portali i serwisów internetowych. W konsekwencji Spółka może ponieść dodatkowe lub nieprzewidziane koszty lub naruszyć swoje zobowiązania wobec klientów. Ryzyko to, jednak jest wspólne dla wszystkich podmiotów prowadzących działalność gospodarczą związaną z Internetem. Spółka ryzyko to ocenia jako przejściowe i mogące mieć wyłącznie krótkoterminowe negatywne konsekwencje.

Niezależnie od powyższego, w miarę rozwoju nowych mediów, zwłaszcza internetowych, rozwój Spółki oraz utrzymanie lub wzmocnienie jej pozycji konkurencyjnej, są uzależnione od zdolności do udoskonalania obecnie stosowanych, a także od opracowywania lub wdrażania nowych rozwiązań technologicznych, co w efekcie może wiązać się z koniecznością poniesienia wyższych nakładów finansowych niż zakładane. Materializacja powyższych ryzyk może mieć niekorzystny wpływ na działalność, wyniki, sytuację finansową Spółki.

1.9. Ryzyko rozpowszechnienia oprogramowania do blokowania reklam w Internecie, a także oprogramowania zakłócającego funkcjonowanie portali i serwisów internetowych

Podobnie jak wszystkie podmioty prowadzące działalność gospodarczą związaną z Internetem, Spółka narażona jest na ryzyko związane z rozpowszechnianiem się oprogramowania służącego do blokowania reklam internetowych publikowanych na portalach i w serwisach internetowych, oraz oprogramowania zakłócającego funkcjonowanie portali i serwisów internetowych. Rozpowszechnienie się tego typu programów na większą skalę niż obecnie lub ich większa skuteczność może negatywnie wpłynąć na wysokość przychodów realizowanych ze sprzedaży reklamy internetowej, między innymi poprzez zmniejszenie wpływów z reklam rozliczanych według kryterium liczby rzeczywistych odsłon reklamy. Dodatkowo oprogramowanie to może negatywnie wpłynąć na funkcjonowanie serwisów i portali internetowych a w szczególności może ono zakłócać wyniki wyszukiwania czy blokować wyświetlanie niektórych treści. Spółka podejmuje działania mające na celu przeciwdziałanie negatywnemu wpływowi tego zjawiska m.in. poprzez dywersyfikację źródeł przychodów. Materializacja powyższych ryzyk może przełożyć się na obniżenie przychodów ze sprzedaży reklamy internetowej, co przy niedostatecznej dywersyfikacji źródeł przychodów, może dodatkowo mieć niekorzystny wpływ na działalność, wyniki, sytuację finansową Spółki.

1.10. Ryzyko zwiększania przez reklamodawców presji na obniżenie kosztów reklam

Wysokość przychodów Spółki osiąganych ze sprzedaży reklam zależy między innymi od wysokości opłat, które Spółka jest w stanie uzyskać ze sprzedaży powierzchni reklamowych w wydawanych tytułach prasowych oraz na prowadzonych portalach i serwisach internetowych. Część reklamodawców stanowią duże przedsiębiorstwa o znacznej sile nabywczej, które mogą próbować negocjować dla siebie korzystniejsze warunki współpracy, w tym w zakresie opłat za powierzchnie reklamowe, a część reklamodawców jest reprezentowana przez domy mediowe, które jako takie posiadają silną pozycję negocjacyjną. Ryzyko związane z działalnością konkurencji i jej wzrostem na polskim rynku wydawniczym, dystrybucyjnym i reklamy

Spółka prowadzi działalność w branży, która, co do zasady, charakteryzuje się wysoką konkurencyjnością, a sukces działalności Spółki zależy między innymi od pozycji, którą uda jej się wypracować względem podmiotów konkurencyjnych.

Na rynku wydawniczym produkty Spółki bezpośrednio konkurują z tytułami prasowymi oraz portalami i serwisami internetowymi z segmentu biznes – finanse – prawo, przy czym segment ten charakteryzuje

się ograniczoną konkurencyjnością w porównaniu z innymi segmentami wydawniczymi. Wynika to z faktu, że ze względu na wysoce specjalistyczną tematykę w segmencie tym działalność prowadzi ograniczona liczba podmiotów, a segment charakteryzuje się bardzo wysoką barierą wejścia na rynek ze względu na konieczność wypracowania powszechnie rozpoznawanej i uznanej marki oraz stworzenia redakcji wyspecjalizowanej w tematyce biznes – finanse – prawo, co dodatkowo wiąże się z istotnymi nakładami finansowymi. Niezależnie od ograniczonej konkurencyjności głównego segmentu działalności Spółki, pozycja konkurencyjna Spółki jest i będzie uzależniona od szeregu czynników takich jak: cena, jakość i atrakcyjność udostępnianych treści wydawniczych, wiarygodność i renoma wydawanych tytułów, ich różnorodność tematyczna, rozpoznawalność marki, lojalność klientów oraz stosowane kanały dystrybucji i innowacyjne rozwiązania dla czytelników, użytkowników oraz reklamodawców. Podejmowanie przez konkurentów Spółki powyższych lub podobnych działań może wymagać podjęcia przez Spółkę kroków w celu niwelacji skutków tych działań, co w konsekwencji może wiązać się z osiągnięciem przez Spółkę niższych przychodów z działalności wydawniczej lub z koniecznością ponoszenia przez Spółkę dodatkowych kosztów stałych lub jednorazowych.

Z kolei rynek dystrybucji publikacji cyfrowych, na którym działa Spółka Gremi, jest relatywnie nowym rynkiem, i jako taki narażony jest na szczególnie wysokie ryzyko konkurencji technologicznej, cenowej oraz promocyjnej. Pomimo tego, e-Kiosk był wielokrotnie pionierem we wdrażaniu nowych modeli biznesowych z wykorzystaniem nowych technologii na potrzeby dystrybucji w formacie cyfrowym prasy, książek oraz e-booków, czego przykładem są m.in. wdrożenie czytnika e-gazety dopasowanego do infrastruktury sieciowej klienta u klientów instytucjonalnych, czy *paywall* sprzedawany za pośrednictwem e-Kiosku. Zgodnie z danymi Izby Wydawców Prasy, Spółka poprzez e-Kiosk jest liderem dystrybucji wydań elektronicznych (e-wydań, e-booków i audiobooków), co w efekcie daje jej lepszą pozycję negocjacyjną w relacjach z pozostałymi wydawcami. Pomimo to nie można wykluczyć, że na skutek szeregu czynników, z których część pozostaje poza kontrolą Spółki, Spółka nie będzie w stanie utrzymać pozycji lidera, co może negatywnie wpłynąć na jej pozycję rynkową.

Na rynku reklamy, oprócz bezpośrednich konkurentów w postaci innych wydawców prasy i administratorów internetowych portali i serwisów informacyjnych z segmentu biznes – finanse – prawo, Spółka konkuruje także z innymi podmiotami działającymi na szeroko rozumianym rynku reklamy, takimi jak np. Wirtualna Polska, Onet czy wyspecjalizowane media dla poszczególnych segmentów, branż przemysłu lub sektora usług, które konkurują w szczególności w zakresie stawek za reklamy czy zdolności dotarcia do potencjalnych klientów o profilu poszukiwanym przez reklamodawców. Ze względu na to, że najbardziej atrakcyjne dla reklamodawców są produkty oparte na silnych markach, sprofilowane w taki sposób, że docierają do konkretnych grup odbiorców, pogorszenie wizerunku Spółki może negatywnie wpłynąć na konkurencyjność Spółki oraz atrakcyjność produktów i usług Spółki jako medium reklamowego. Materializacja ryzyka konkurencji może przełożyć się na obniżenie przychodów Spółki i w efekcie mieć niekorzystny wpływ na działalność, wyniki, sytuację finansową Spółki.

1.11. Ryzyko związane z kontrolą korporacyjną akcjonariusza większościowego, którego interes może nie być zbieżny z interesem pozostałych akcjonariuszy

Kontrola korporacyjna nad spółką sprawowana jest przez akcjonariusza dominującego, który jest w posiadaniu większości akcji spółki, co może pozwalać mu na wywieranie decydującego wpływu na podejmowanie decyzji korporacyjnych w najważniejszych sprawach dotyczących działalności i organizacji spółki. Nie można wykluczyć, że obecne lub przyszłe interesy akcjonariusza dominującego spółki będą rozbieżne lub sprzeczne z interesami pozostałych akcjonariuszy spółki.

1.12. Ryzyko, że historyczne składy Zarządu Spółki były niezgodne z umową spółki Gremi Media sp. z o.o. oraz statutem e-Kiosk w ówczesnym brzmieniu, a także przepisami KSH

Szereg czynności powołujących i odwołujących członków Zarządu Spółki dokonanych do końca 2013 r. może być podważana w świetle dostępnych interpretacji przepisów KSH. W szczególności wątpliwości dotyczą stosowania postanowień umowy Spółki wprowadzających 3-letnią kadencję wspólną Zarządu, do członków Zarządu Spółki w stosunku do których biegła odrębna (indywidualna) kadencja. Ponadto wątpliwości dotyczą określonych czynności powołujących i odwołujących członków Zarządu Spółki. Dodatkowo w związku z rezygnacjami określonych członków Zarządu złożonymi w 2013 r. Spółka przez jeden dzień pozbawiona była Zarządu, wobec czego nie była możliwa jej skuteczna reprezentacja.

1.13. Ryzyko mniejszego od zakładanego wzrostu sprzedaży w obszarze szkoleń i konferencji

Rynek szkoleń i konferencji wykazywał w ostatnich latach dynamiczny wzrost, i oceniany jest przez Spółkę jako rynek bardzo perspektywiczny, o dużym potencjale dalszego wzrostu. W związku z taką oceną potencjału rynku, strategia Spółki Gremi zakłada dalszy rozwój działalności w tym obszarze oraz osiągnięcie pozycji lidera rynku szkoleń i konferencji w perspektywie trzech kolejnych lat. Spółka prowadzi działalność w obszarze szkoleń i konferencji za pośrednictwem własnego Działu Szkoleń oraz Działu Konferencji i Eventów.

Mimo odnotowanego w ostatnich latach i spodziewanego w latach kolejnych wzrostu popytu na usługi szkoleniowe i konferencyjne, zarówno ze strony firm prywatnych, jak i urzędów administracji publicznej, nie można wykluczyć ryzyka mniejszego niż spodziewany wzrostu w tym obszarze. Może on być spowodowany szeregiem przyczyn, m.in. negatywnymi zjawiskami o charakterze makroekonomicznym lub politycznym, których skutkiem może być obniżenie budżetów szkoleniowych i reklamowych w firmach prywatnych i urzędach administracji publicznej, co może się bezpośrednio przełożyć na mniejszy popyt na tego typu usługi czy też rozdrobnieniem wśród firm świadczących usługi szkoleniowe, którego skutkiem może być organizowanie szkoleń w niższej cenie.

Osiągnięcie mniejszego niż zakładany wzrostu sprzedaży w obszarze szkoleń i konferencji może mieć negatywny wpływ na wysokość przychodów generowanych z tej działalności, a także stopę zwrotu realizowaną z inwestycji w rozwój działalności na rynku szkoleń i konferencji, co może mieć niekorzystny wpływ na działalność, wyniki, sytuację finansową Spółki.

2. Czynniki ryzyka o charakterze finansowym

2.1. Ryzyko skorzystania z zabezpieczeń na istotnych aktywach Spółki

Na podstawie umowy wieloproduktowej z dnia 5 lipca 2016 r. ze zmianami („Umowa Wieloproduktowa”) zawartej pomiędzy Spółką, Gremi Business Communication sp. z o.o. (GBC) (spółką przejętą przez Spółkę w trybie art. 491 i nast. KSH) a ING Bank Śląski S.A. („Bank”), Bank przyznał Spółce odnawialny limit kredytowy w maksymalnej łącznej wysokości 31,3 mln PLN (w tym limit na kredyty inwestycyjne, obrotowe oraz gwarancje bankowe). Ponadto, Umowa Wieloproduktowa przewiduje udzielenie Spółce kredytu odnawialnego w wysokości do 31,43 mln PLN, który może zostać uruchomiony przez Bank w razie niezaspokojenia przez Spółkę określonych w Umowie Wieloproduktowej zobowiązań. Oprocentowanie kredytów jest ustalane według zmiennej stopy procentowej, opartej na stawce WIBOR 1M oraz stałej marży Banku. Ostateczny termin spłaty całości zadłużenia wynikającego z Umowy Wieloproduktowej został ustalony:

- dla kredytów inwestycyjnych na dzień 30 czerwca 2021 r.;
- dla kredytów obrotowych na dzień 6 lipca 2019 r.; oraz
- dla gwarancji bankowych na dzień 5 lipca 2020 r. Kredyt Odnawialny powinien zostać spłacony w ciągu 5 dni roboczych od dnia uruchomienia.

Umowa Wieloproduktowa określa liczne przypadki naruszenia, których wystąpienie może spowodować, że Bank będzie mógł między innymi wypowiedzieć Umowę Wieloproduktową lub skorzystać z ustanowionych na jego rzecz zabezpieczeń (zobacz poniżej). Umowa Wieloproduktowa nakłada również na Spółkę dodatkowe obowiązki, takie jak m.in. utrzymywanie przez Spółkę określonych wskaźników finansowych, jak również ograniczenia dotyczące rozporządzania aktywami Spółki oraz zaciągania zobowiązań finansowych.

Umowa Wieloproduktowa przewiduje szereg zabezpieczeń spłaty zadłużenia obejmujących istotne aktywa Spółki Gremi, w tym m.in.:

- zastawy rejestrowe na prawach ochronnych na trzynastu znakach towarowych Spółki (m.in. znakach towarowych słownych: *Byki i niedźwiedzie*, *Rzeczpospolita OnLine* i *Uważam Rze*, znakach towarowych słowno-graficznych: *Rzeczpospolita*, *+Plus –Minus*, *DOBRAfirma*,

PARKIET Gazeta Giełdy i Inwestorów, PARKIET Giełda Finanse Gospodarka, Rzeczpospolitaonline, Rzeczpospolita ma znaczenie);

- zastaw rejestrowy na prawach e-Kiosk do korzystania z domeny internetowej www.e-kiosk.pl oraz zastaw rejestrowy na prawach ochronnych na słowno-graficznym znaku towarowym e-kiosk;
- zastaw rejestrowy i finansowy na 6.739.621 akcjach e-Kiosk należących do Spółki, stanowiących 37,26% kapitału zakładowego e-Kiosk;
- zastawy rejestrowe na zbiorach rzeczy lub praw/mieniu ruchomym przedsiębiorstwa Spółki;
- zastawy rejestrowe i finansowe na wierzytelnościach pieniężnych, wierzytelnościach z tytułu umów rachunków bankowych;
- poręczenie według prawa cywilnego udzielone przez e-Kiosk oraz oświadczenia o dobrowolnym poddaniu się egzekucji Spółki i e-Kiosk w trybie art. 777 § 1 pkt 5 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego. Ponadto, zgodnie z Umową Wieloproduktową Spółka jest zobowiązana ustanowić:
 - a. zastaw rejestrowy na znaku towarowym „Sukces”, którego procedura ustanawiania jest w toku,
 - b. zastaw na 2.306.474 akcjach imiennych e-Kiosk.

W przypadku skorzystania przez Bank z ustanowionych na jego rzecz zabezpieczeń, Spółka może m.in. utracić prawa ochronne do jej znaków towarowych i prawo do korzystania z domeny internetowej www.e-kiosk.pl, a także prawa do wydawania wybranych tytułów prasowych, jak również posiadane akcje w e-Kiosk, co może mieć niekorzystny wpływ na działalność, wyniki, sytuację finansową Spółki.

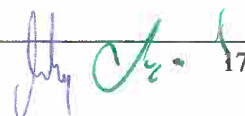
Na dzień bilansowy spółka Gremi Media SA naruszyła dwa warunki umowy kredytowej, w tym wskaźnik całkowitego zaangażowania netto/EBITDA<2 oraz wskaźnik DSCR>1.2. Spółka zwróciła się do banku z wyjaśnieniami dotyczącymi zaistniałej sytuacji oraz z wnioskiem o zgodę na niedopełnienie tych warunków umowy w 2017 roku.

2.2. Ryzyko utraty płynności

Spółka Gremi jest narażona na ryzyko utraty płynności, rozumiane jako możliwość wystąpienia przejściowego deficytu środków pieniężnych potrzebnych do prowadzenia bieżącej działalności Spółki, mogące wynikać z niewłaściwego dopasowania strumieni płatności należności i zobowiązań lub nieadekwatnego poziomu finansowania działalności Spółki. Utrata płynności może skutkować przejściową niewypłacalnością, powstaniem zatorów płatniczych oraz brakiem możliwości zapewnienia terminowej realizacji wszystkich zobowiązań Spółki. Zarząd opracował odpowiedni system służący do zarządzania krótko-, średnio- i długoterminowymi wymogami dotyczącymi finansowania i zarządzania płynnością. Zarządzanie ryzykiem płynności w Spółce ma formę utrzymywania odpowiedniego poziomu kapitału rezerwowego, rezerwowych linii kredytowych, ciągłego monitoringu prognozowanych i faktycznych przepływów pieniężnych oraz dopasowywania profili zapadalności aktywów i wymagalności zobowiązań finansowych. Nie można jednak wykluczyć, że wdrożone i stosowane przez Spółkę metody i narzędzia dotyczące zarządzania płynnością okażą się nieskuteczne, bądź mogą nie przynieść oczekiwanych efektów, co w rezultacie może spowodować niewystarczającą płynność Spółki, i w konsekwencji mieć niekorzystny wpływ na działalność lub wyniki Spółki.

2.3. Ryzyko zmiany poziomu stóp procentowych

Spółka posiada zobowiązania z tytułu kredytów dla których odsetki liczone są na bazie zmiennej stopy procentowej, w związku z czym występuje ryzyko wzrostu poziomu tych stóp w stosunku do momentu zawarcia umowy. Z uwagi na nieznaczne wahania poziomu stóp procentowych w minionych okresach, jak również na brak przewidywań gwałtownych zmian poziomu stóp procentowych w kolejnych okresach sprawozdawczych, Spółka nie stosowała zabezpieczeń stóp procentowych, uznając, że ryzyko stopy procentowej nie jest znaczące. Niezależnie od sytuacji Spółka monitoruje stopień

 17



narażenia na ryzyko stopy procentowej oraz prognozy stóp procentowych i nie może wykluczyć podjęcia działań zabezpieczających to ryzyko w przyszłości. Wzrost poziomu stóp procentowych bądź nieskuteczność w zakresie zarządzania ryzykiem wahań poziomu stóp procentowych mogą mieć niekorzystny wpływ na wyniki Spółki.

2.4. Ryzyko kredytowe

W ramach prowadzonej działalności handlowej, Spółka realizuje sprzedaż produktów i usług dla podmiotów gospodarczych z odroczonym terminem płatności, w wyniku czego może powstać ryzyko nieotrzymania od kontrahentów należności za dostarczone produkty i usługi. W celu ograniczenia ryzyka kredytowego, stosuje m.in. limity sprzedaży w kredycie kupieckim. Jeżeli kontrahent nie reguluje terminowo należności i osiągnięciu poziomu limitu sprzedaży w kredycie kupieckim, następuje zablokowanie możliwości sprzedaży produktów na rzecz tego kontrahenta do czasu spłaty przez niego zaległej należności. Ponadto, w celu minimalizacji ryzyka kredytowego wypłacalność nowych klientów jest weryfikowana w oparciu o raporty firm zewnętrznych, a w przypadku wątpliwości, realizacja zamówienia następuje na podstawie 100% przedpłaty. Dodatkowo prowadzona jest regularna windykacja należności, a jeśli należności przeterminowane danego klienta przekraczają 60 dni, wówczas dalsza realizacja zamówień do tego klienta jest blokowana. Nie można jednak wykluczyć, że stosowane rozwiązania i środki służące monitorowaniu i ograniczaniu ryzyka kredytowego oraz przyjęte procedury windykacji okażą się częściowo nieskuteczne. Nieotrzymywanie od kontrahentów korzystających z odroczonego terminu płatności należności za dostarczone produkty i usługi może mieć niekorzystny wpływ na działalność, wyniki, sytuację finansową Spółki.

2.5. Ryzyko walutowe

Spółka narażona jest na ryzyko walutowe z tytułu zawieranych transakcji. Ryzyko takie powstaje w wyniku dokonywania przez jednostkę operacyjną transakcji sprzedaży lub zakupów w walutach innych niż jej waluta wyceny. Około 0,1% zawartych przez Spółkę transakcji sprzedaży wyrażonych jest w walutach innych niż waluta sprawozdawcza jednostki operacyjnej dokonującej sprzedaży, podczas gdy około 1,6% kosztów wyrażonych jest w EUR. Spółka nie zabezpieczała się transakcjami na instrumentach pochodnych.

2.6. Ryzyko związane z wyceną posiadanych znaków towarowych

Wartości niematerialne w postaci znaków towarowych o nieokreślonym okresie użytkowania wyceniane przez Spółkę podlegają okresowym testom na potencjalną utratę wartości, które przeprowadzane są w oparciu o prognozy przyszłych wyników finansowych. Ustalana w efekcie testów wartość użytkowa znaków towarowych uzależniona jest w znacznym stopniu od realizacji założeń, które stanowią podstawę tych prognoz finansowych. W związku z tym, że realizacja założeń jest niemożliwa do przewidzenia, zawsze istnieje niepewność co do realizacji prognoz finansowych, a w konsekwencji niepewna jest również wartość odzyskiwana znaków towarowych Spółki, których wartość stanowi istotną część sumy bilansowej (około 60% sumy bilansowej). Należy jednak wskazać, że konstrukcja testów na utratę wartości z założenia opiera się na prognozach finansowych, co do realizacji których nigdy nie może być pewności. Zarząd ma na względzie niepewność związaną z wyceną posiadanych znaków towarowych i monitoruje tę wartość, przy czym posiadanie znaków towarowych o dużej wartości jest cechą charakterystyczną dla podmiotów działających w branży medialnej. Nie można jednak wykluczyć, że przeprowadzanie testów na utratę wartości znaków towarowych wykaże zmniejszenie ich wartości, lub że proces monitorowania ich wartości okaże się nieskuteczny, lub że wyniki finansowe Spółki będą znacznie odbiegały od prognoz, a w konsekwencji wartość posiadanych przez Spółkę znaków towarowych okaże się niższa niż zakładano, co może mieć niekorzystny wpływ na działalność, wyniki lub sytuację finansową Spółki.

3. Czynniki ryzyka związane z otoczeniem makroekonomicznym i politycznym oraz przepisami prawa**3.1. Ryzyko związane z niekorzystnymi zmianami w otoczeniu makroekonomicznym, w tym ryzyko narażenia polskiego rynku reklamy na skutki regionalnego lub globalnego spowolnienia gospodarczego mającego również wpływ na poziom wydatków konsumpcyjnych w Polsce**

Wyniki działalności Spółki są uzależnione od sytuacji makroekonomicznej w Polsce, UE oraz na świecie. Negatywne zmiany w ogólnej sytuacji makroekonomicznej w Polsce, UE lub na świecie, pogarszająca się sytuacja dochodowa gospodarstw domowych i na rynku pracy, a także niepewność w zakresie warunków gospodarczych mogą powodować ogólne spowolnienie aktywności gospodarczej, co może mieć przełożenie m.in. na zmniejszenie popytu na oferowane produkty i usługi, w szczególności poprzez zmniejszenie się poziomu wydatków konsumpcyjnych od których uzależniona jest wysokość przychodów osiąganych przez Spółkę.

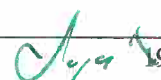
3.2. Ryzyko związane z tym, że polskie przepisy podatkowe są skomplikowane, ich interpretacja może budzić wątpliwości, co w konsekwencji może prowadzić do sporów z organami podatkowymi

Przepisy polskiego prawa podatkowego są skomplikowane, a ich interpretacja może budzić wątpliwości. Przepisy te podlegają częstym i nieprzewidywalnym zmianom, które mogą w praktyce stosowania przepisów prawa mieć charakter retroaktywny. Praktyka stosowania prawa podatkowego przez organy podatkowe nie jest jednolita, a w orzecznictwie sądów administracyjnych nierzadko występują w tym zakresie istotne rozbieżności. W rezultacie istnieje ryzyko, że w konkretnych sprawach poszczególne organy mogą wydawać decyzje i interpretacje podatkowe, które będą nieprzewidywalne lub nawet wzajemnie ze sobą sprzeczne. Co więcej, polski system podatkowy charakteryzuje się stosunkowo długim okresem przedawnienia zobowiązań podatkowych oraz rygorystycznymi przepisami sankcyjnymi. Z uwagi na powyższe, ryzyko związane z niewłaściwym stosowaniem prawa podatkowego w Polsce może być większe niż w systemach prawnych właściwych dla rynków bardziej rozwiniętych, a Spółka i Spółki z Grupy nie mogą zagwarantować, że organy podatkowe nie dokonają odmiennej, niekorzystnej dla Spółki lub spółek z Grupy interpretacji przepisów podatkowych stosowanych przez Spółkę lub spółki z Grupy.

W szczególności Spółka oraz spółki z Grupy nie mogą wykluczyć ryzyka, że w związku z wprowadzeniem przepisów dotyczących unikania opodatkowania, które posługują się klauzulami generalnymi i których interpretacja i zakres zastosowania będzie kształtowany w praktyce przez organy podatkowe i orzecznictwo sądów administracyjnych, organy podatkowe dokonają odmiennej od Spółki oraz spółek z Grupy oceny skutków podatkowych czynności dokonywanych przez Spółkę lub spółki z Grupy. Nie można także wykluczyć ryzyka, że poszczególne indywidualne interpretacje podatkowe, uzyskane oraz stosowane już przez Spółkę lub spółki z Grupy, zostaną zmienione, zakwestionowane lub pozbawione mocy ochronnej. Istnieje także ryzyko, że wraz z wprowadzeniem nowych regulacji Spółka lub spółki z Grupy będą musiały podjąć działania dostosowawcze, co może skutkować zwiększonymi kosztami wymuszonymi okolicznościami związanymi z dostosowaniem się do nowych przepisów. Należy przy tym zauważyć, że oprócz własnych zobowiązań podatkowych Spółka oraz spółki z Grupy dokonują także płatności podatków na rzecz i w imieniu innych podmiotów działając w charakterze płatnika. Materializacja któregokolwiek z powyższych ryzyk może mieć niekorzystny wpływ na wyniki działalności, sytuację finansową Spółki lub spółek z Grupy oraz cenę Akcji Wprowadzanych.

3.3. Ryzyko zakwestionowania przez organy podatkowe transakcji realizowanych przez Spółkę i spółki z Grupy z podmiotami powiązаныmi na podstawie regulacji dotyczących cen transferowych

W toku prowadzonej działalności Spółka oraz Spółki z Grupy zawierają transakcje z podmiotami powiązаныmi w rozumieniu Ustawy o Podatku Dochodowym od Osób Prawnych. Transakcje te zapewniają efektywne prowadzenie działalności gospodarczej i obejmują między innymi wzajemne dostawy towarów lub świadczenie usług, w szczególności udzielanie pożyczek. Nie można wykluczyć, że Spółka lub spółki z Grupy mogą być w powyższym zakresie przedmiotem kontroli i innych czynności sprawdzających podejmowanych przez organy podatkowe. Ze względu na specyfikę i różnorodność transakcji z podmiotami powiązаныmi, złożoność i niejednoznaczność regulacji prawnych w zakresie



metod badania stosowanych cen, dynamiczne zmiany warunków rynkowych oddziałujące na kalkulację cen stosowanych w przypadku takich transakcji, a także trudności w identyfikacji transakcji porównywalnych, nie można wykluczyć ryzyka zakwestionowania przez organy podatkowe metod określenia warunków rynkowych przyjętych przez Spółkę lub spółki z Grupy do celów takich transakcji, jak również zakwestionowania przez te organy spełnienia przez Spółkę lub spółki z Grupy wymogów dotyczących dokumentacji związanej z takimi transakcjami, co może mieć niekorzystny wpływ na wyniki działalności i sytuację finansową Spółki.

3.4. Ryzyko odmiennej oceny przez sądy oraz organy podatkowe skutków prawnych oraz podatkowych działań restrukturyzacyjnych i korporacyjnych Spółki i spółek z Grupy

Obecny kształt Spółki jest efektem licznych transakcji (działań) restrukturyzacyjnych i korporacyjnych realizowanych na przestrzeni kilku ostatnich lat. Obejmowały one, między innymi, łączenie spółek, przekształcenia, zawiązywanie nowych podmiotów, nabywanie akcji lub udziałów spółek, wnoszenie wkładów niepieniężnych (aportów), itd. Wspomniane działania (transakcje) mogą mieć wpływ na rozliczenia podatkowe nie tylko uczestniczących w tych działaniach (transakcjach) Spółki lub spółek z Grupy, ale również wspólników lub akcjonariuszy takich spółek. Pomimo monitoringu ryzyk w poszczególnych obszarach działalności, nie można wykluczyć ryzyka kwestionowania przez osoby trzecie lub sądy skuteczności niektórych działań restrukturyzacyjnych, jak również powstania sporów z organami podatkowymi w zakresie oceny skutków podatkowych poszczególnych transakcji (działań) restrukturyzacyjnych i korporacyjnych, zarówno już dokonanych, jak też dopiero planowanych, a w rezultacie zakwestionowania przez te organy prawidłowości rozliczeń podatkowych Spółki lub spółek z Grupy. Ewentualne wydanie decyzji, interpretacji czy orzeczeń niekorzystnych dla Spółki lub spółek z Grupy może mieć niekorzystny wpływ na wyniki działalności i sytuację finansową Spółki lub spółek z Grupy oraz cenę Akcji.

X. Pozostałe informacje

Zarząd

Skład zarządu od 01.01.2017 do 20.12.2017:

Dariusz Bąk – Prezes Zarządu

Iwona Liszka-Majkowska – Wiceprezes Zarządu

Maria Wysocka – Wiceprezes Zarządu

Piotr Łysek – Wiceprezes Zarządu

Skład zarządu od 20.12.2017 do dnia podpisania sprawozdania finansowego:

Tomasz Jażdżyński – Prezes Zarządu

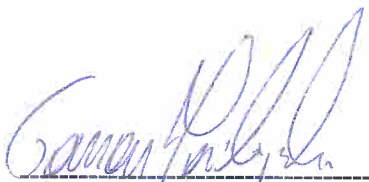
Maria Wysocka – Wiceprezes Zarządu

Piotr Łysek – Wiceprezes Zarządu

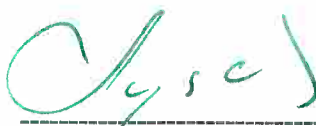
Środowisko naturalne

Spółka nie prowadzi działalności wpływającej szkodliwie na stan środowiska naturalnego.

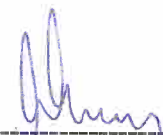
Warszawa, 21 marca 2018 r.



Tomasz Jażdżyński
Prezes Zarządu



Piotr Łysek
Wiceprezes Zarządu



Maria Wysocka
Wiceprezes Zarządu

