
GREMI MEDIA S.A.

Sprawozdanie z działalności jednostki
za rok zakończony dnia 31 grudnia 2021 roku

GREMI MEDIA S.A.

**SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI JEDNOSTKI
ZA ROK ZAKOŃCZONY DNIA 31 GRUDNIA 2021 ROKU**

GREMI MEDIA S.A.

Sprawozdanie z działalności jednostki
za rok zakończony dnia 31 grudnia 2021 roku

Spis treści

I. Informacje o działalności oraz o zdarzeniach istotnie wpływających na działalność, jakie nastąpiły w roku obrotowym 2021, a także po jego zakończeniu, do dnia zatwierdzenia sprawozdania finansowego	3
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)	10
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	10
X. Pozostałe informacje	21

GREMI MEDIA S.A.

Sprawozdanie z działalności jednostki
za rok zakończony dnia 31 grudnia 2021 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 2021, 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 (profesjonaliści) 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 to platforma opiniotwórczych i biznesowych treści, oferowanych w różnorodnych kanałach (print, digital, video, podcasty, social media, konferencje i szkolenia, eventy). Konsoliduje wszystkie dzienniki i magazyny Gremi Media oraz ich wersje cyfrowe. Realizuje również nowe projekty i produkty cyfrowe.

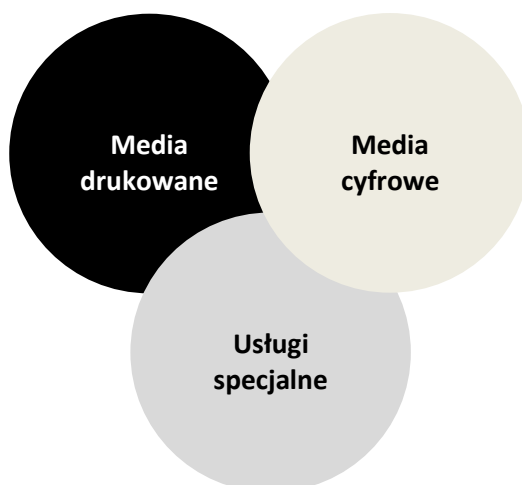
Pozycja Gremi Media na polskim rynku jest odzwierciedlona w kilku kluczowych cechach:

- 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 Media na dywersyfikację źródeł przychodów
- Gremi Media jest głównym źródłem informacji dla wysoko wykształconych profesjonalistów.

GREMI MEDIA S.A.

Sprawozdanie z działalności jednostki
za rok zakończony dnia 31 grudnia 2021 roku

W 2021 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”), ukazujący się na południu Polski dziennik „Sport” oraz miesięcznik historyczny „Historia Uważam Rze”.

Od dekad „Rzeczpospolita” jest jedną z czołowych i szanowanych gazet w Polsce utrzymując dominującą pozycję pod względem liczby cytowań w mediach (tytuł Najbardziej Opiniotwórczego Tytułu Prasowego 2021 roku). Znaczenie reputacji tytułów Gremi Media jako mediów opiniotwórczych rośnie wraz z postępującym problemem „fake news” 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 w coraz większym stopniu ponownie zaczynają doceniać rzetelność i jakość contentu tworzonego przez uznane marki mediowe m.in. należące do Spółki Gremi Media S.A.. W konsekwencji należy spodziewać się zwiększenia budżetów reklamowych przeznaczonych na emisje reklam w uznanych markowych mediach.

Gremi Media S.A. skupia się na dystrybucji prasy w formie prenumeraty. Rzeczpospolita pozostaje liderem prenumeraty ogółem wśród dzienników ogólnopolskich. W 2021 w przypadku tytułów „Rzeczpospolita” i „Parkiet” wskaźnik dystrybuowanych egzemplarzy w formie prenumeraty wynosił, odpowiednio 87,8% i 87,4%. Jednocześnie spadek rozpowszechnia płatnego razem tytułów Gremi Media utrzymywał się poniżej średniej rynkowej.–

Dzięki zróżnicowanemu mediowo portfolio oraz wysokim wskaźnikom dystrybucji wydawanych tytułów w prenumeracie spółka pozostała odporna na negatywne skutki pandemii Covid-19, która istotnie wpłynęła na rynek reklamy oraz dystrybucji prasy. Obecna sytuacja geopolityczna związana z konfliktem zbrojnym na Ukrainie może stawiać nowe wyzwania również przed branżą reklamowa i mediową.

GREMI MEDIA S.A.

Sprawozdanie z działalności jednostki
za rok zakończony dnia 31 grudnia 2021 roku

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

ROZPOWSZECHNIANIE PŁATNE RAZEM

Tytuł	2020	2021	różnica %
Fakt Gazeta Codzienna	180 019	159 345	-11,5%
Super Express	96 281	90 587	-5,9%
Gazeta Wyborcza	70 311	57 469	-18,3%
Rzeczpospolita	39 842	36 757	-7,7%
Dziennik Gazeta Prawna	32 530	31 599	-2,9%
Gazeta Podatkowa	21 930	21 000	-4,2%
Przegląd Sportowy	15 171	16 140	6,4%
Puls Biznesu	10 157	11 819	16,4%
Parkiet Gazeta Giełdy	4 063	4 034	-0,7%
RYNEK	470 304	428 750	-8,8%

Media cyfrowe

RP.PL

We wrześniu 2021 roku Gremi Media uruchomiła nową odsłonę serwisu rp.pl. Wdrożenie wykorzystującej najnowsze trendy projektowe i technologiczne witryny rp.pl opartej na całkowicie nowym systemie CMS i wcześniej uruchomionych dedykowanych systemach e-commerce i paywall jest kamieniem milowym w rozwoju oferty cyfrowej spółki. Nowoczesna witryna internetowa tworzona przez zespół redakcyjny dziennika „Rzeczpospolita” prezentujący treści dla profesjonalistów: prezesów, menedżerów, urzędników, przedstawicieli wolnych zawodów a także liderów opinii. Bogaty w opinie i analizy serwis jest doskonałą platformą do dyskusji i komentarzy obudowaną dedykowanymi serwisami branżowymi:

- moto.rp.pl - serwis motoryzacyjny rozwijający tematykę motoryzacyjną o aspekty konsumenckie takie jak testy i porady oraz najnowsze wiadomości dla miłośników motoryzacji
- energianews.rp.pl - serwis dedykowany dla branży energetycznej przeznaczony dla ekspertów oraz osób zawodowo związanych z energetyką
- pieniądze.rp.pl - serwis zawierający porady dla czytelników w zakresie dotyczącym oszczędzania oraz inwestowania w aspekcie konsumenckim ze szczególnym uwzględnieniem ubezpieczeń, finansów domowych oraz inwestycji w dzieła sztuki
- cyfrowa.rp.pl - serwis z jednej strony przeznaczony dla ekspertów oraz osób zawodowo związanych z telekomunikacją, IT oraz biznesową sferą informatyki, a z drugiej strony prezentujący treści dla miłośników wszystkiego co wiąże się z technologiami cyfrowymi, od gadżetów, przez urządzenia mobilne aż po e-Sport i rynek gier wideo,
- radar.rp.pl - serwis dedykowany dla branży zbrojeniowej przeznaczony dla ekspertów oraz osób zainteresowanych obronnością i przemysłem zbrojeniowym
- turystyka.rp.pl - serwis internetowy dla specjalistów zajmujących się branżą turystyczną. Bieżące informacje dotyczące biur podróży, hoteli, lotnisk i przewoźników. Ważne źródło treści dotyczących promocji, statystyk i rankingów.
- firma.rp.pl - sylwetki przedsiębiorców, opisy firm, firmy rodzinne, sukcesja, jak zarządzać firmą, jak przygotować biznes plan, jak prowadzić politykę personalną w firmie, trendy w sprzedaży, marketing firmy, jak się reklamować (kampanie internetowe), technologie wspierające zarządzanie, innowacje, R&B.
- klimat.rp.pl - dedykowany ekologii, środowisku i kryzysowi klimatycznemu. Treści skupiają się wokół pięciu głównych sekcji: planeta, ludzie, trendy, technologie oraz walka o klimat. Dostarcza użytkownikom rzetelne i pogłębione informacje na temat tego w jaki sposób mogą realnie wpływać na poprawę kondycji środowiska.

GREMI MEDIA S.A.

Sprawozdanie z działalności jednostki za rok zakończony dnia 31 grudnia 2021 roku

-
- logistyka.rp.pl - informacje o trendach w branży transportowej, zmianach w prawie, innowacyjnych rozwiązaniach z sektora TSL (Transport- Spedycja-Logistyka) oraz opinie ekspertów i sylwetki zarządzających firmami z branży.
 - regiony.rp.pl - nowa odsłona serwisu poświęconego wspieraniu idei i rozwoju samorządu terytorialnego. Bieżące informacje ważne zarówno dla samorządowców, jak i mieszkańców całej Polski.
 - sukces.rp.pl – magazyn ludzi biznesu, sukcesu, aspirujących, zamożnych, z pasją. Przegląd wydarzeń kulturalnych i rozmowy z ludźmi filmu/teatru/muzyki/literatury. Historie ludzi, którzy odnieśli sukces w różnych dziedzinach życia. Materiały o ludzkich pasjach, podróżach, modzie, czterech (i dwóch) kółkach oraz kulinariach i gadżetach.

Rp.pl oferuje model monetyzacji oparty o paywall metryczny oraz całkowicie zamknięte sekcje w tym dostęp do e-Wydania w postaci PDF.

PARKIET.COM

W lutym 2022 nową odsłonę zyskała strona parkiet.com. Zmieniona została szata graficzna i platforma technologiczna CMS. Nowością jest także obecny na stronie głównej komponent, pozwalający w czasie rzeczywistym śledzić relacje z rynków finansowych. Witryna prezentuje treści tworzone przez zespół dziennika „Gazeta Giełdy i Inwestorów Parkiet”. Serwis skierowany jest do inwestorów oraz dużych i małych przedsiębiorców. Profesjonalne treści wzbogacone są o narzędzia pozwalające na bieżącą analizę danych oraz podejmowanie decyzji biznesowych. Strona parkiet.com oferuje dostęp do informacji podstawowych takich jak: notowania giełdowe, kursy akcji i walut przez prezentację raportów giełdowe i akcjonariatów spółek aż do zaawansowanych narzędzi w postaci analizy technicznej, kalkulatorów oraz wykazów transakcji.

Parkiet.com oferuje model monetyzacji oparty o paywall metryczny oraz całkowicie zamknięte sekcje w tym dostęp do e-Wydania w postaci PDF.

Rzeczpospolita TV/Parkiet TV

Linearny serwis wideo wraz z czterema programami na żywo w stałej ramówce. Platforma dostarcza контент wideo dla serwisów rp.pl i parkiet.com oraz realizuje materiały reklamowo-promocyjne na potrzeby Gremi Media oraz partnerów. Programy są publikowane na potrzeby wyspecjalizowanych grup tematycznych: biznes, prawo, polityka oraz giełda.

PODCASTY

Serwis podcasty.rp.pl to platforma udostępniająca treści audio w postaci autorskich audycji nagrywanych w dedykowanym studio., Dystrybucja w najpopularniejszych kanałach (iTunes, Spotify, RSS oraz www) pozwala na dotarcie do większej liczby użytkowników

Usługi specjalne

Konferencje i szkolenia

Dział Konferencji i Szkoleń dziennika „Rzeczpospolita” organizuje warsztaty, szkolenia, konferencje oraz przygotowuje modułowe programy edukacyjne. W zależności od sytuacji epidemiologicznej wydarzenia organizowane są w formule online za pośrednictwem platformy eventowej, lub stacjonarnie. Wydarzenia poruszają najbardziej aktualne zagadnienia biznesowe i prawne. Ofertę szkoleniową kierujemy do specjalistów z dziedziny: prawa, finansów, zarządzania, marketingu, energetyki, IT, nieruchomości i innych. Każdy z projektów realizowany jest indywidualnie, przez profesjonalnych project managerów, którzy bazując na relacjach z najlepszymi ekspertami z danej branży, 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.

Usługi prawnicze

Od 2015 r. za pośrednictwem swojej spółki zależnej, Kancelarie RP sp. z o.o., Gremi Media prowadzi działalność polegającą na tworzeniu, rozwoju, jak i koordynacji polskiej sieci firm prawniczych pod marką „Rzeczpospolita”, która ma wzmacniać przekonanie o wysokiej jakości świadczonych usług.

GREMI MEDIA S.A.

Sprawozdanie z działalności jednostki za rok zakończony dnia 31 grudnia 2021 roku

Spółka działa w oparciu o model franczyzy, zrzeszając kancelarie prawne opłacające stałą opłatę za marketing i content marketing na ich rzecz. Kancelarie RP sp. z o.o. działa na dwóch zasadniczych polach: (i) tworzenie polskiej sieci firm prawniczych docelowo skupiającej kancelarie prawne (rozlokowanych równomiernie po kraju w 16 miastach wojewódzkich i 364 większych miastach powiatowych) działających w oparciu o model franczyzowy i korzystających z marki „Rzeczpospolita”, możliwości publikacji artykułów i komentarzy prawnych w gazecie, dostępu do narzędzi online (tj. m.in. wyszukiwarki firm prawniczych i informacji o przetargach); oraz (ii) tworzenie internetowej bazy wiedzy – zestawienia artykułów prawnych, interpretacji podatkowych oraz porad w oparciu o stronę internetową spółki.

II. Zdarzenia istotnie wpływające na działalność Spółki

Dnia 14 kwietnia 2021 r., Zarząd Spółki podjął uchwałę w sprawie podwyższenia kapitału zakładowego Spółki w ramach kapitału docelowego w drodze emisji akcji serii C z wyłączeniem prawa pierwszeństwa objęcia akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy Spółki (prawo poboru) oraz w przedmiocie zmiany Statutu Spółki. Przedmiotowa uchwała zakłada: podwyższenie kapitału zakładowego Spółki o kwotę 80.808,00 zł tj. z kwoty 6.832.000,00 zł do kwoty 6.912.808,00 zł, poprzez emisję 20.202 akcji na okaziciela, nieuprzywilejowanych serii C, o numerach od 1 do 20.202 o wartości nominalnej 4,00 zł każda akcja. Akcje serii C zostały całościowo zaoferowane w trybie subskrypcji prywatnej, na rzecz Tomasza Jerzego Jażdżyńskiego, i pokryte przez niego wkładem pieniężnym. Transakcja odbyła się w ramach Programu współpracy z kadrą kierowniczą.

Dnia 11.06.2021r. została zakończona realizacja Umowy faktoringu podpisana dnia 21.05.2019r. pomiędzy ING Commercial Finance Polska S.A., a Gremi Media S.A.

Dnia 16 grudnia 2021r. dokonano przeniesienia przez dotychczasowego właściciela KCI S.A. z siedzibą w Krakowie na spółkę PLURALIS B.V z siedzibą w Amsterdamie następującego pakietu akcji:

- 346 612 akcji Spółki uprawniających do wykonywania łącznie 433 031 głosów na walnym zgromadzeniu Spółki, co stanowi łącznie 20,06% kapitału zakładowego Spółki oraz łącznie 18,85% głosów na walnym zgromadzeniu Spółki.

Dnia 05 stycznia 2022r. dokonano przeniesienia przez dotychczasowego właściciela KCI S.A. z siedzibą w Krakowie na spółkę PLURALIS B.V z siedzibą w Amsterdamie następującego pakietu akcji:

- 344 687 akcji Spółki uprawniających do wykonywania łącznie 431 106 głosów na walnym zgromadzeniu Spółki, co stanowi łącznie 19,94% kapitału zakładowego Spółki oraz łącznie 18,76% głosów na walnym zgromadzeniu Spółki.

W wyniku wymienionych transakcji Spółka PLURALIS B.V z siedzibą w Amsterdamie jest w posiadaniu następującego pakietu akcji:

- 691 299 akcji Spółki uprawniających do wykonywania łącznie 864 137 głosów na walnym zgromadzeniu Spółki, co stanowi łącznie 40% kapitału zakładowego Spółki oraz łącznie 37,61% głosów na walnym zgromadzeniu Spółki.

Dnia 3 sierpnia 2021 r. spółka Garmond Press z siedzibą w Krakowie, będąca jednym z dystrybutorów prasy drukowanej z którego usług korzysta Gremi Media SA, rozpoczęła uproszczone postępowanie o zatwierdzenie układu. Zgodnie z propozycjami układowymi tzw. duzi wierzyciele, do których zalicza się Spółka, zostaną objęte redukcją ich należności na poziomie 20%, a kolejne 40% zostanie skonwertowane na akcje Garmond Press SA. Układ został przegłosowany przez wierzycieli i zatwierdzony postanowieniem sądu z dnia 20 grudnia 2021 r. Nie jest on na chwilę sporządzenia raportu prawomocny. Spółka utworzyła rezerwę na 60% wierzytelności i uważnie monitoruje kondycję rynku oraz Garmond Press SA. Na dzień sporządzenia sprawozdania w ocenie Zarządu nie istnieją przesłanki do utworzenia rezerw przekraczających poziom wynikający z przegłosowanych propozycji układowych.

GREMI MEDIA S.A.

Sprawozdanie z działalności jednostki
za rok zakończony dnia 31 grudnia 2021 roku

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.

Zarząd spółki Gremi Media S.A. stworzył i wdraża strategię budowania nowych produktów cyfrowych na bazie posiadanych przez Gremi Media 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 2021 firma Gremi Media SA znacznie umocniła swoją pozycję rzetelnego wydawcy na rynku publikacji cyfrowych. Wprowadzenie workflow cyfrowego, produkcyjne uruchomienie nowego systemu typu Content Management System (CMS) oraz uruchomienie nowej odsłony serwisu RP.PL przyniosły korzyści w postaci rozbudowy zasięgu serwisów głównych, serwisów prezentujących treści specjalistyczne oraz audycji dźwiękowych w formie podcastów. Ponadto uruchomienie wersji cyfrowych kolejnych cyklicznych rankingów takich marek jak: „Lista 500”, „Lista 2000”, „Ranking Marek” czy „Ranking Samorządów” stanowi kontynuację strategii obecności wszystkich treści w kanałach cyfrowych.

Najważniejsze procesy zakończone w roku 2021 to:

- RP.PL – celem było utworzenie nowego serwisu z intuicyjnym zorientowanym na urządzenia mobilne układem pomocnym w korzystaniu z treści oraz jeszcze szybszym ich wyszukiwaniu. Wyeksponowane zostały najważniejsze wiadomości w głównych sekcjach tematycznych oraz bardziej przejrzyste menu, które pozwala sprawniej dotrzeć do interesujących czytelnika treści. Efektem prac, jest również zwiększenie prędkości ładowania Rp.pl. Wybrane rozwiązania i technologie pozwalają na swobodne korzystanie z rp.pl niezależnie od urządzenia oraz szybkości łącza.

- CMS – pierwszy etap – uruchomienie nowej, opartej o mechanizmy przeglądarkowe, wersji systemu zarządzania treścią redakcyjną, który pozwala na współpracę z wieloma kanałami treści cyfrowej.

- wdrożenie workflow dla tworzenia, publikacji i aktualizacji treści dla zespołu Wydawców Online

Najważniejsze projekty, rozpoczęte w 2021 roku, które będą kontynuowane w latach kolejnych to:

- CMS – etap drugi – system zarządzania treścią redakcyjną – rozwój platformy obejmujący tworzenie treści na urządzeniach przenośnych, rozbudowa o dodatkowe typy treści takie jak: audio, wideo, ankiety, quizy, etc., integrację z bibliotekami multimedialnymi co pozwoli redakcjom na swobodne korzystanie ze wszystkich typów treści takich jak: zdjęcia, infografiki, materiały audio oraz wideo.

- PARKIET.COM – nowa wersja serwisu giełdowego – połączenie możliwości nowego systemu CMS oraz doświadczeń zdobytych przy budowie serwisu RP.PL pozwoli na szybkie i sprawne uruchomienie nowej odsłony serwisu giełdowego PARKIET.COM

- Archiwum – budowa nowej odsłony produktu Archiwum online w postaci serwisów archiwum.rp.pl oraz archiwum.parkiet.com – wykorzystanie sprawdzonych technologii (CMS) oraz technologii pozwalających na przejrzystą prezentację struktury treści wydania papierowego

GREMI MEDIA S.A.

Sprawozdanie z działalności jednostki
za rok zakończony dnia 31 grudnia 2021 roku

V. Informacje o aktualnej i przewidywanej sytuacji finansowej

Spółka zamknęła rok obrotowy 2021 niżej przedstawionymi wynikami finansowymi (dane zaprezentowano w porównaniu z danymi za rok 2020, w tys. PLN).

Rok obrotowy	2021	2020
Suma bilansowa na koniec roku	137 090	130 201
Kapitał własny	101 970	93 561
Należności z tytułu dostaw i usług oraz pozostałe należności	17 714	14 372
Aktywa finansowe wyceniane w zamortyzowanym koszcie	0	2 516
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług oraz pozostałe zobowiązania	12 655	12 476
Udziały i akcje w spółkach zależnych	27 936	20 867
Długo- i krótkoterminowe pożyczki i kredyty bankowe	1 458	4 912
Przychody ze sprzedaży	90 418	87 025
Zysk brutto ze sprzedaży	40 778	38 119
Zysk (strata) przed opodatkowaniem	12 154	13 766
Zysk (strata) netto	8 869	12 930

Rok 2021 w Polsce charakteryzował się przedłużającym się stanem epidemiologicznym związanym z wirusem COVID-19. Natomiast początek 2022 roku to konflikt zbrojny pod postacią inwazji Federacji Rosyjskiej na Ukrainę. Utrzymująca się wysoka liczba nowych przypadków zachorowań na wirusa COVID-19 oraz działania wojenne i związane z nimi sankcje gospodarcze mają zdecydowanie niekorzystny wpływ na gospodarkę światową. Już w 2020r. Zarząd Spółki wdrożył zdecydowane działania zaradcze, które pozwoliły utrzymać zyski Spółki w tendencji wzrostowej. Utrata części przychodów spowodowana była wyłączeniem działalności Spółki w kilku obszarach, takich jak organizacja konferencji i wydarzeń biznesowych, przez większą część okresu sprawozdawczego została zamortyzowana wdrożonymi natychmiast zmianami w planach wydatkowych. Sukcesy finansowe w latach 2020 oraz 2021 pozwalają spółce kontynuować szeroko zakrojony program modernizacji infrastruktury, którego kluczowym elementem jest budowa całkowicie nowego środowiska informatycznego służącego do produkcji i wydawania naszych tytułów prasowych i witryn internetowych. Rok 2022 to kontynuacja wymienionych powyżej kierunków rozwoju wytyczonych przez Zarząd w stronę digitalizacji treści publikowanych przez Gremi Media S.A.

Na dzień 31.12.2021 Spółka nie posiada zobowiązań z tytułu kredytu inwestycyjnego w ING Bank Śląski. Spółka w ciągu roku uregulowała całość swoich zobowiązań z tytułu kredytów.

Dnia 03.08.2021r. Spółka otrzymała decyzję o umorzeniu subwencji uzyskanej od Polskiego Funduszu Rozwoju S.A. w ramach rządowej Tarczy Antykryzysowej dotyczącej skutków epidemii COVID-19. Zgodnie z treścią decyzji umorzono 50% uzyskanej pomocy, czyli 1,75 mln.

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

GREMI MEDIA S.A.

Sprawozdanie z działalności jednostki
za rok zakończony dnia 31 grudnia 2021 roku

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

Do dnia 23.12.2021r. spółka KCI S.A. dokonała wykupu wszystkich wyemitowanych przez siebie obligacji, w których posiadaniu była Spółka Gremi Media S.A. Na dzień 31.12.2021r. Spółka nie posiada żadnych należności, ani zobowiązań z tytułu obligacji.

Ponadto 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 Gremi Media S.A. 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 Media S.A. 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 osiąganą 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 Media S.A., 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 2021 sprzedaż wydań drukowanych dzienników ogólnopolskich pozostawała w spadkowym trendzie, niemniej Rzeczpospolita w porównaniu do swoich największych konkurentów odnotowała niższą 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 wysocę 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 Media S.A., 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

GREMI MEDIA S.A.

Sprawozdanie z działalności jednostki za rok zakończony dnia 31 grudnia 2021 roku

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 akcjonariuszy większościowych, których interes może nie być zbieżny z interesem pozostałych akcjonariuszy

Kontrola korporacyjna nad spółką sprawowana jest przez dwóch akcjonariuszy dominujących, którzy są w posiadaniu większości akcji spółki, co może pozwalać im na wywieranie decydującego wpływu na podejmowanie decyzji korporacyjnych w najważniejszych sprawach dotyczących działalności i organizacji spółki. Nie można wykluczyć, że obecne lub przyszłe interesy akcjonariuszy dominujących 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 Media S.A. 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.

GREMI MEDIA S.A.

Sprawozdanie z działalności jednostki za rok zakończony dnia 31 grudnia 2021 roku

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 11,3 mln PLN (w tym limit na kredyty obrotowe oraz gwarancje bankowe). Oprocentowanie kredytów jest ustalane według zmiennej stopy procentowej, opartej na stawce WIBOR 1M oraz stałej marży Banku. Okres dostępności limitu kredytowego przypada na dzień 05.07.2023r

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 Media S.A., w tym m.in.:

- a) zastaw rejestrowy na przedsiębiorstwie Gremi Media
- b) zastaw rejestrowy finansowego na rachunkach Gremi Media otwartych i prowadzonych w ING Banku Śląskim
- c) oświadczenia o poddaniu się egzekucji Gremi Media, w trybie art. 777 § 1 pkt 5 Kodeksu postępowania cywilnego, dotyczącego obowiązku zapłaty sumy pieniężnej do wysokości 17 144 925,00 zł;
- d) przelew wierzycielności (z monitoringiem) przysługujących Gremi Media wynikających z kolportażu prasy od wybranych kontrahentów określonych w umowie przelewu wierzycielności z monitoringiem. Minimalny poziom cesji należności 4 200 000,00 zł średniomiesięcznie rozliczany kwartalnie.
- e) zastaw rejestrowy na opatentowanych znakach towarowych Gremi Media:
 - słowno-graficzny: PARKIET GAZETA GIEŁDY, zarejestrowany pod nr R.177692
 - słowno-graficzny: PARKIET GIEŁDA FINANSE GOSPODARKA, zarejestrowany pod nr R.179138
 - słowno-graficzny: RZECZPOSPOLITA, zarejestrowany pod nr R.116872
 - słowny: Rzeczpospolita OnLine, zarejestrowany pod nr R.154631
 - słowno-graficzny: RZECZPOSPOLITA Rzeczpospolita.Ma znaczenie., zarejestrowany pod nr R.225109
 - słowno-graficzny: RZECZPOSPOLITA ma znaczenie., zarejestrowany pod nr R.225110
 - słowno-graficzny: RZECZPOSPOLITA, zarejestrowany pod nr R.206661
 - słowno-graficzny: RZECZPOSPOLITAONLINE, zarejestrowany pod nr R.151073
 - graficzny zarejestrowany pod nr R.192655
- f) hipoteka umowna łączna do kwoty 9 750 000,00 PLN, KW nr KR2K/00048830/2, KR2K/00042213/9, KR2K/00038606/0, KR2K/00038607/7, KR2K/00038608/4, KR2K/00046225/4, KR2K/00038609/1, KR2K/00038610/1, KR2K/00058188/9, KR2K/00046225/4
- g) oświadczenie o poddaniu się egzekucji Grzegorza Hajdarowicza w trybie art. 777 § 1 pkt 6 kodeksu postępowania cywilnego, dotyczące obowiązku zapłaty sumy pieniężnej do wysokości 9 750 000,00 PLN;

GREMI MEDIA S.A.

Sprawozdanie z działalności jednostki za rok zakończony dnia 31 grudnia 2021 roku

-
- h) oświadczenie o poddaniu się egzekucji Gremi Intrnational S.a.r.l. Oddział w Polsce w trybie art. 777 § 1 pkt 6 kodeksu postępowania cywilnego, dotyczące obowiązku zapłaty sumy pieniężnej do wysokości 9 750 000,00 PLN.
 - i) poręczenie cywilne udzielone przez KCI S.A. do kwoty 6 500 000,00 PLN;
 - j) oświadczenie o poddaniu się egzekucji KCI S.A. w trybie art. 777 § 1 pkt 5 kodeksu postępowania cywilnego, dotyczące obowiązku zapłaty sumy pieniężnej do wysokości 6 500 000,00 PLN
 - k) zastaw na domenie www.rp.pl
 - l) zastaw na domenie www.parkiet.com

Dnia 18 stycznia 2022r. Spółka podpisała aneks zmieniający powyższe zabezpieczenia linii kredytowej w ING Banku Śląskim S.A. Zgodnie z aneksem z listy zabezpieczeń wykreślono następujące pozycje:

- f) hipoteka umowna łączna do kwoty 9 750 000,00 PLN, KW nr KR2K/00048830/2, KR2K/00042213/9, KR2K/00038606/0, KR2K/00038607/7, KR2K/00038608/4, KR2K/00046225/4, KR2K/00038609/1, KR2K/00038610/1, KR2K/00058188/9, KR2K/00046225/4;
- g) oświadczenie o poddaniu się egzekucji Grzegorza Hajdarowicza w trybie art. 777 § 1 pkt 6 kodeksu postępowania cywilnego, dotyczące obowiązku zapłaty sumy pieniężnej do wysokości 9 750 000,00 PLN;
- h) oświadczenie o poddaniu się egzekucji Gremi Intrnational S.a.r.l. Oddział w Polsce w trybie art. 777 § 1 pkt 6 kodeksu postępowania cywilnego, dotyczące obowiązku zapłaty sumy pieniężnej do wysokości 9 750 000,00 PLN.
- i) poręczenie cywilne udzielone przez KCI S.A. do kwoty 6 500 000,00 PLN;
- j) oświadczenie o poddaniu się egzekucji KCI S.A. w trybie art. 777 § 1 pkt 5 kodeksu postępowania cywilnego, dotyczące obowiązku zapłaty sumy pieniężnej do wysokości 6 500 000,00 PLN.

2.2. Ryzyko utraty płynności

Spółka Gremi Media S.A. 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 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.

GREMI MEDIA S.A.

Sprawozdanie z działalności jednostki
za rok zakończony dnia 31 grudnia 2021 roku

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 osiągnie poziom 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. Pozostałe zobowiązania finansowe dotyczą umowy najmu powierzchni biurowej, gdzie stawki za m² powierzchni zostały wyrażone 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 66% 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 .in.. na zmniejszenie popytu na oferowane produkty i usługi, w szczególności poprzez zmniejszenie się poziomu wydatków konsumpcyjnych od których uzależniona jest wysokość przychodów osiągniętych 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 któregośkolwiek 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 powiązanymi na podstawie regulacji dotyczących cen transferowych

W toku prowadzonej działalności Spółka oraz Spółki z Grupy zawierają transakcje z podmiotami powiązanymi 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.

GREMI MEDIA S.A.

Sprawozdanie z działalności jednostki za rok zakończony dnia 31 grudnia 2021 roku

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 powiązanymi, 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 w zakresie nieprzedawnionych zobowiązań podatkowych oraz określenia zaległości 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.

3.5. Ryzyko związane ze skutkami globalnych epidemii i pandemii

W dobie gospodarki globalnej i szybkiego przemieszczania się osób w skali świata występuje wzmożone ryzyko wystąpienia na terenie Polski epidemii a w jej efekcie obostrzeń wprowadzonych na terenie kraju przez służby sanitarne i rząd. Obostrzenia te mogą mieć istotny wpływ na prowadzone przez spółkę biznesy ze szczególnym uwzględnieniem tych wymagających bezpośrednich kontaktów międzyludzkich jak konferencje i szkolenia. Dłuższe utrzymywanie się tzw. stanów zagrożenia epidemicznego podniesie również koszty związane z organizacją pracy i obniży popyt na oferowane przez spółkę usługi reklamowe w związku z ogólnym spowolnieniem gospodarczym.

3.6. Ryzyko związane z konfliktami zbrojnymi

Wzrost napięć politycznych i towarzyszące mu konflikty zbrojne mogą w istotny sposób wpłynąć na gospodarkę światową, a co za tym idzie na koniunkturę gospodarczą w Polsce. Ta ostatnia ma bezpośredni wpływ na zdolności nabywcze społeczeństwa, a co z tym idzie również na dynamikę wydatków reklamowych będących istotnym źródłem przychodów spółki. Szczególnie konflikty na kontynencie europejskim mogą znacząco wpływać na kondycję gospodarczą Gremi Media SA.

GREMI MEDIA S.A.

Sprawozdanie z działalności jednostki
za rok zakończony dnia 31 grudnia 2021 roku

X. Pozostałe informacje

Zarząd

Skład Zarządu w 2021 i do dnia podpisania sprawozdania finansowego:

Tomasz Jażdżyński – Prezes Zarządu

Jarosław Machocki – Członek Zarządu

Środowisko naturalne

Spółka nie prowadzi działalności wpływającej szkodliwie na stan środowiska naturalnego.

Tomasz Jażdżyński
Prezes Zarządu

Jarosław Machocki
Członek Zarządu

Warszawa, marzec 2022 r.