



**Sprawozdanie Zarządu z działalności jednostki MM Conferences S.A. za rok 2019
z dnia 28.05.2020 r.**

Zgodnie z Ustawą z dnia 29 września 1994 r o Rachunkowości art. 49 ust. 2 (Dz. U. z 2019 r., poz. 351 z późn. zm.)

Sprawozdanie zawiera informacje o stanie majątkowym Spółki i jej sytuacji finansowej, ocenę uzyskiwanych efektów oraz wskazanie czynników ryzyka.

I. Informacje o jednostce:

Nazwa	MM Conferences S.A.
Adres	00-241 Warszawa, ul. Długa 44/50
Forma prawna:	Spółka Akcyjna
Zarząd Spółki	Piotr Zesiuk- Prezes Zarządu Aneta Pernak- Wiceprezes Zarządu

W okresie od 1 stycznia 2019 roku do 31 grudnia 2019 roku skład Zarządu nie uległ zmianie.

Rada Nadzorcza Spółki

Igor Zesiuk	Przewodniczący Rady Nadzorczej
Jacek Babczyński	Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej
Magdalena Dulińska	członek Rady Nadzorczej
Tomasz Jażdżyński	członek Rady Nadzorczej
Paweł Pałczyński	członek Rady Nadzorczej
Irena Tomaszak - Zesiuk	członek Rady Nadzorczej

W okresie od 1 stycznia 2019 roku do 31 grudnia 2019 roku w składzie Rady Nadzorczej zaszły następujące zmiany:

- dnia 9 stycznia 2019 roku uzupełniono skład Rady Nadzorczej w trybie art. 385 § 2 Kodeksu spółek handlowych w zw. z postanowieniem § 14 pkt. 3 Statutu Spółki, Rada Nadzorcza dokonała wyboru na członka Rady Nadzorczej Panią Magdalenę Dulińską w miejsce Pani Iwony Liszki – Majkowskiej.

W okresie od 31 grudnia 2019 roku do dnia zatwierdzenia niniejszego raportu skład Rady Nadzorczej nie uległ zmianie.



Posiadane oddziały i ich siedziby

MM Conferences S.A. nie posiada oddziałów

Przedmiot działalności

działalność związana z organizacją konferencji, warsztatów oraz szkoleń

Poniżej przedstawiamy listę wybranych istotnych wydarzeń mających wpływ na działalność MM Conferences S.A. w 2019 roku:

1. 12-13 marca 2019 Forum Nowoczesnej Produkcji
2. 12-13 marca 2019 AI & Big Data
3. 12 marca 2019 AI & Industry Night
4. 27-28 marca 2019 Smart City Forum
5. 27 marca 2019 Wielka Gala Smart City
6. 3-4 kwietnia 2019 Sympozjum Świata Teleinformatyki I Infrastruktury
7. 3 kwietnia 2019 Wielka Gala Złotych Anten
8. 17-18 kwietnia 2019 Warsaw International Baking Summit
9. 17-18 kwietnia 2019 Insurance Forum
10. 17 kwietnia Wielka Gala Liderów Świata Bankowości i Ubezpieczeń
11. 24-25 kwietnia 2019 Konferencja Energetyczna Europower
12. 24 kwietnia 2019 Wielka Gala Liderów Świata Energii
13. 8-9 maj 2019 FinTech Digital Congress
14. 8-9 maj 2019 InsurTech Digital Congress
15. 8 maja 2019 FinTech & InsurTech Night
16. 26-27 września 2019 Forum Nowoczesnej Produkcji
17. 26-27 września 2019 AI & Big Data
18. 1-2 października 2019 Smart City Forum
19. 16-17 października 2019 Warsaw International Baking Summit
20. 16-17 października 2019 Insurance Forum
21. 6-7 listopada 2019 Konferencja Energetyczna Europower
22. 18 listopada 2019 Kongres Nowoczesnej Dystrybucji
23. 18 listopada 2019 Modern Retail Night
24. 19-20 listopada 2019 FinTech Digital Congress
25. 19-20 listopada 2019 Insurtech Digital Congress



Na rozwój spółki znaczny wpływ miały również przeprowadzone liczne projekty warsztatowe, w tym między innymi:

1. Zarządzanie absencją pracowników - recepta na zdrowie organizacji
2. Lead Generation - zaawansowany proces pozyskiwania klientów B2B w sieci
3. Prawny i praktyczny wymiar umów licencyjnych oraz przeniesienia praw własności w obszarze IT
4. Transfer danych nieosobowych w prawie konkurencji oraz relacjach rynkowych
5. Relacje OSD i spółek obrotu w świetle nowelizacji prawa energetycznego
6. Ryzyko outsourcingu bankowego w obszarze zmian regulacyjnych i wyzwań biznesowych
7. PropTech na rynku nieruchomości - aspekty technologiczne, prawne i praktyczne
8. Profesjonalna asystentka – wykorzystanie marki własnej do budowania wizerunku firmy
9. Skuteczne strategie zarządzania stresem i przeciwdziałania wypaleniu zawodowemu
10. Zaawansowany trening motywacji - budowanie lojalności i zaangażowania wśród członków zespołu
11. Wyzwania w zakresie służebności przesyłu i praw do nieruchomości zgodnie z nowelizacją prawa energetycznego
12. Akademia dyplomacji i profesjonalnej komunikacji w biznesie
13. Prawo konkurencji - najnowsze zagadnienia praktyczne
14. Zarządzanie ryzykiem instytucji i transakcjami na gruncie aktów wykonawczych do AML
15. Sztuka wystąpień publicznych
16. Ryzyko zmian w otoczeniu prawnym TFI i Depozytariuszy
17. Eliminacja ryzyk w umowach o roboty budowlane w oparciu o nowelizację ustawy ograniczającej zatory płatnicze
18. Trening siły mentalnej lidera
19. Eliminacja ryzyka odpowiedzialności podmiotów zbiorowych
20. PSD 2 - obowiązki i ryzyka w relacji z Klientem
21. Ochrona środowiska - aktualne problemy i wyzwania
22. Nowe zasady rozliczeń odbiorców końcowych w oparciu o zmiany w prawie energetycznym
23. Reklamacje na rynku finansowym - aspekty prawne i praktyczne
24. Nowoczesna rekrutacja - innowacyjne metody dotarcia do najlepszych kandydatów



25. Jak promować markę pracodawcy w Social Media - Employer Branding
26. Praca zdalna - nowy wymiar zatrudnienia. Rozwiązanie problemów rekrutacyjnych.
Skuteczna motywacja pracowników. System optymalizacji kosztów pracy
27. Standard LMA - praktyczne rozwiązania i zapisy w umowie kredytowej
28. Profesjonalny sekretariat - sztuka zarządzania procesami i projektami
29. Kody dostępu do pokolenia X i Y, czyli jak rozwijać talenty nowej generacji
30. Zarządzanie projektami prawnymi i AML pod rządami nowej dyrektywy
31. Wprowadzenie do zarządzania projektami
32. Nowelizacja ustawy o zarządzaniu mieniem państwowym - problematyka wdrażania zmian w Spółkach Skarbu Państwa
33. Postępowania UOKiK - relacje między Przedsiębiorstwami a Urzędem
34. Praktyczne aspekty zmian w przepisach prawnych dla TFI i Depozytariuszy
35. Ochrona własności intelektualnej w świetle najnowszych zmian prawnych
36. Zarządzanie ryzykiem inwestycji budowlanych na gruncie nowego porządku prawnego
37. Rozwój inteligentnych systemów pomiarowych
38. Wpływ zmian prawnych na zarządzanie ryzykiem nadużyć w Grupie Kapitałowej
39. Reforma postępowania cywilnego - nowa rzeczywistość sporów sądowych
40. Praktyczne aspekty wdrażania wymogów AML w instytucjach finansowych
41. Transfer pracowników w Grupie Kapitałowej - wyzwania pionu HR
42. Zarządzanie absencją pracowników - recepta na zdrowie organizacji
43. Profesjonalny Compliance Office na Rynku Finansowym - Level 1
44. Nowe zasady zarządzania ryzykiem w instytucjach finansowych na podstawie pakietu CRDV/CRRII, Rozporządzenia BMR i wytycznych EBA
45. Szkolenie z zakresu obsługi agencyjnej
46. Sposoby minimalizacji ryzyka odpowiedzialności w sektorze ubezpieczeniowym - aktualne problemy
47. Kontraktowanie usług IT i relacje z wykonawcą
48. Przywództwo w okresie zmian czyli jak skutecznie przeprowadzić zespół przez zmiany
49. Realizacja inwestycji przesyłowych, modernizacja sieci i problematyka służebności przesyłu w nowym otoczeniu prawnym

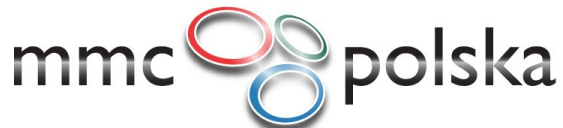


50. Egzamin Profesjonalny Compliance Officer - Level 1
51. Optymalizowanie procesów w Centrach Usług Wspólnych- wyzwania i kierunki rozwoju SSC
52. Lead Generation - proces pozyskiwania klientów w sieci
53. Rozwój sektora FinTech - aspekty technologiczne, prawne i ich wpływ na rynek finansów
54. Nowe produkty, obowiązki i odpowiedzialność na linii BANK-KLIENT w obszarze usług płatniczych
55. Odpowiedzialność dewelopera w relacji z klientem - aktualne problemy i zmiany prawne
56. Profesjonalny Compliance Officer - Level 2 - Zarządzanie ryzykiem dla jednostki compliance
57. Praktyczne aspekty wdrożenia ustawy EUROFATCA - raportowanie FATCA i CRS na nowych zasadach
58. Problematyczne aspekty relacji z klientem w branży energetycznej
59. Problematyka ochrony środowiska - najnowsze zmiany prawne i ich praktyczne zastosowanie.

Przewidywany rozwój jednostki

W związku wystąpieniem w marcu Polsce i na świecie epidemii COVID-19, Spółka znalazła się nowej i nieprzewidywalnej sytuacji. Musiała bowiem przełożyć projekty zaplanowane na marzec, kwiecień i maj 2020 roku na czerwiec i lipiec, nie mając pewności kiedy będą mogły odbyć się w tradycyjnej formie. Dlatego Spółka podjęła działania zmierzające do zmiany formuły części swoich usług (szkolenia, warsztaty, konferencje), oraz skupiła się na analizie produktów konkurencji oraz analizie potrzeb rynku.

Warsztaty, szkolenia i kongresy produkowane przez zespół MMC są realizowane zdalnie, z wykorzystaniem narzędzi m.in. ZOOM oraz przy wsparciu specjalistów z danej branży. Dodatkowo Spółka jest na końcowym etapie prac z wyjściem na rynek nowego produktu polegającego certyfikacji i szkoleniach dla uczestników rynku hotelowego. W maju, przy współudziale Głównego Inspektora Sanitarnego, odbyła się online Rada Programowa specjalistów i ekspertów z branży medycznej, prawnej gastronomicznej, i hotelowej, która miała pokazać kierunki dalszych działań w aspekcie certyfikacji. Spółka podjęła także rozmowy z dostawcą zagranicznego oprogramowania



sprzedażowego w celu nawiązania współpracy w dystrybucji i szkoleniach na terenie Polski. Zarząd zamierza wykorzystać do tego własne zasoby sprzedażowe oraz kilkunastoletnie doświadczenie w sprzedaży warsztatów i szkoleń.

Ważniejsze osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju w minionym roku sprawozdawczym

Spółka nie przeprowadziła w/w prac w roku obrachunkowym.

Aktualna sytuacja finansowa

Dane Finansowe	2019	2018
Aktywa ogółem / Suma aktywów	3 889 917,49	3 071 480,78
Aktywa trwałe	203 889,13	329 858,88
Aktywa obrotowe	3 686 028,36	2 741 621,90
Należności z tytułu dostaw i usług (bez względu na okres wym.)	1 659 994,93	980.042,06
Inwestycje krótkoterminowe	1 576 323,55	942 587,88
Krótkoterminowe RMK czynne	448 153,28	382 910,54
Kapitał własny	2 254 450,98	2.154.471,75
Kapitały obce	1 635 466,51	917.009,03
Kapitały obce krótkoterminowe / Zobowiązania krótkoterm.	1 438 859,39	699.395,97
Kapitał podstawowy	536 756,50	536 756,50
Zobowiązania ogółem	1 635 466,51	917 009,03
Rozliczenia międzyokresowe bierne	8 775,00	30 307,75
Zobowiązania długoterminowe	151 113,86	171 418,11
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług (bez względu na okres wym.)	1 320 290,02	658.367,40
Wynik finansowy netto	99 979,23	-694.479,41
Koszt własny sprzedanych produktów i towarów	8 688 796,73	10 284 276,50
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	8 892 397,07	9 752 944,12
Koszty działalności operacyjnej	8 688 796,73	10 284 276,50
Zysk (strata) brutto	152 565,23	-674.689,41
Zysk (strata) netto	99 979,23	-694 472,41

Rok 2019 Spółka zakończyła zyskiem netto w wysokości **99.979,23** PLN.

W minionym roku emitent wygenerował **8 892 397,07** PLN przychodów ze sprzedaży.

Na koniec 2019 roku firma znajdowała się w stabilnej sytuacji finansowej. W związku z polityką finansową Zarządu, w szczególności w kwestii polityki dywidendowej, zgromadzony kapitał zapasowy sprawia, że na koniec 2019 roku Spółka znajdowała się w stabilnej sytuacji finansowej.



Przewidywana sytuacja finansowa

Spółka na bieżącym etapie nie potrafi oszacować liczbowo spadku obrotów, zysku i przepływów na 2020 rok. Dane z okresu luty - marzec 2019 do luty - marzec 2020 pokazują spadek przychodów o ponad 75%. Wynik na I kwartał 2020 był o ponad 60% niższy niż w poprzednim roku w tym samym okresie, co było konsekwencją ogłoszenia pandemii dokładnie w momencie, gdy Spółka wchodziła w początek sezonu eventowego. Miesiące marzec – czerwiec pozwalały w latach poprzednich na realizację przychodów na poziomie pozwalającym pokryć koszty miesięcy poprzednich oraz wygenerować nadwyżkę na organizację działalności w II półroczu. Należy wziąć zatem pod uwagę, że kluczowym okresem dla Spółki pod względem wielkości i zyskowności organizowanych eventów była jesień. Spadek obrotów w okresie styczeń – maj będzie miał duży wpływ na wynik finansowy roku 2020, jednak kluczowe będzie II półrocze.

Nabycie akcji własnych

Spółka nie nabywała akcji własnych w minionym roku sprawozdawczym.

Informacje o Instrumentach finansowych opis ryzyk:

1. Akcje spółki Compress S.A.

- w ocenie spółki ryzyko stanowią wahania kursu akcji jednakże ze względu na niewielki pakiet akcji jaki posiada spółka nie ma to wpływu na sytuację finansową Spółki.

2. Akcje spółki Hawe S.A.

- analogicznie jak powyżej w ocenie spółki ryzyko stanowią wahania kursu akcji, jednakże pakiet akcji nie jest wystarczająco duży, aby mieć wpływ na sytuację finansową spółki.

Wskazanie czynników ryzyka i opis zagrożeń

Ryzyko związane z koniunkturą gospodarczą w Polsce i koniunkturą w branży usług szkoleniowych.

Czynniki makroekonomiczne takie jak poziom produktu krajowego brutto, poziom bezrobocia czy poziom nakładów inwestycyjnych w gospodarce mają nieustannie istotny wpływ na sytuację finansową MM Conferences S.A.



Ponieważ działalność Spółki związana jest ze świadczeniem usług w zakresie organizowania sympozjów, kongresów, konferencji, warsztatów na rzecz przedsiębiorstw, w przypadku pogorszenia koniunktury, czy też ograniczania budżetów w sektorze przedsiębiorstw może dojść do pogorszenia sytuacji finansowej Spółki. W dobie pandemii nie można przewidzieć jak bardzo zmienią się realia popytu na aktualnie oferowane usługi w przypadku odmrażania gospodarki. Dlatego Zarząd na bieżącym etapie przeniósł swoje usługi do wirtualnej przestrzeni, przy wykorzystaniu oferowanych na rynku narzędzi e-learningowych (np. ZOOM). Zdecydowanie zmniejszyło to koszty organizacji szkoleń, ale także przy wypełnieniu rynku tego typu usługami, zmniejszyło zainteresowanie klientów. Będzie to miało realny wpływ na rentowność I półrocza. Dodatkowo, bazując na dotychczasowym doświadczeniu oraz śledząc aktualną sytuację w związku z wystąpieniem epidemii COVID-19 Zarząd uważa, iż zmianie ulegnie sytuacja na rynku pracy i płacy. Biorąc pod uwagę niewypłacalność wielu przedsiębiorców, zwolnienia na rynku pracy oraz zmieniające się otoczenie biznesu, wszystko to pozytywnie wpłynie na dostępność pracowników oraz zmniejszy koszty zatrudnienia. Będzie to miało pozytywny wpływ na szybkość pozyskania pracowników średniego szczebla a tym samym przełoży się na możliwości sprzedażowe.

Podsumowując wystąpienie epidemii COVID-19 będzie miało bardzo duży wpływ na spadek przychodów i zysków Spółki w następnym okresie sprawozdawczym. Poziom jego wpływu na moment złożenia sprawozdania finansowego jest jeszcze nie do końca oszacowany w aktualnie nieprzewidywalnej sytuacji. Analizując rynek pracy oraz rynek pracowniczy po wystąpieniu pandemii oraz śledząc liczne raporty i publikacje na temat rozwoju gospodarki w trakcie oraz po okresie wystąpienia stanów wyjątkowych w gospodarce, Spółka przewiduje znacznie łatwiejszy dostęp do zmotywowanej i chętnej do działania kadry pracowniczej, co będzie miało przełożenie na rentowność pracy i projektów podejmowanych przez jednostkę. Rynek usług szkoleniowych w Polsce będzie przechodził duże zmiany, na które Spółka przygotowuje się już od połowy marca. Spółka zorganizowała model zdalnej pracy dla swoich pracowników w taki sposób aby możliwa była sprzedaż oraz kooperacja zespołów poza siedzibą firmy. Codzienne spotkania online działów oraz raporty z wykonanych zadań i działań pokazują gotowość zespołu do pracy w nowych warunkach i na nowych zasadach. Jednocześnie jeśli Zarząd podejmie decyzję o powrocie pracowników do biura, Spółka dysponuje bardzo dużą przestrzenią, umożliwiającą spełnienie warunków bezpieczeństwa pracy w warunkach pandemii. Spółka ograniczyła zatrudnienie oraz



koszty stałe do poziomu zapewniającego jej funkcjonowanie w aktualnych warunkach oraz przy założeniu wykorzystania personelu potrzebnego do realizacji nowych projektów. MMC wynegocjowało zawieszenie lub zmniejszenie czynszów opłat stałych oraz ograniczyło aktualne zamówienia na potrzeby biura. Każdy aktualny wydatek jest omawiany i akceptowany przez Zarząd. Załamanie rynku mocno wpłynie na obniżenie przychodów i zysków w pierwszym półroczu. Spółka na bieżącym etapie nie potrafi oszacować spadku obrotów, zysku i przepływów na 2020 rok. Dane z okresu luty-marzec 2019 do luty-marzec 2020 pokazują spadek przychodów o ponad 85%. Jednak należy wziąć pod uwagę, że kluczowym okresem dla Spółki pod względem wielkości organizowanych eventów była jesień. Spadek obrotów w okresie styczeń – maj będzie miał duży wpływ na wynik finansowy roku 2020, jednak kluczowe będzie II półrocze.

Dlatego w II półroczu kwartale Spółka zamierza skupić się na sprzedaży nowopowstałego produktu - certyfikatu Safe Standard obejmującego certyfikację oraz szkolenia dla branż dotkniętych szczególnie COVID – 19 (m.in. hotelarstwo, sieci handlowe) na które będzie popyt bez względu na sytuację makroekonomiczną w Polsce i na świecie.

2. Ryzyko związane z działalnością konkurencji

Zarząd Spółki odnotowuje wzrost bezpośredniej konkurencji w sektorze firm komercyjnych zajmujących się organizacją konferencji, w związku z czym nadal jednym z istotnych czynników ryzyka jest walka konkurencyjna oraz jej nasilenie w przypadku zmian w sytuacji branży, w szczególności zmian poziomu krajowego popytu na usługi szkoleniowo-konferencyjne.

Mimo to ugruntowana i stabilna pozycja Spółki, a także renoma marki i zbudowane kompetencje pozwala z dużą stanowczością stwierdzić, iż wyżej opisane ryzyko jest bardzo duże.

3. Ryzyko związane ze zmiennością wyników finansowych w czasie

Swoją działalność MM Conferences S.A. opiera na oferowaniu uczestnictwa w organizowanych sympozjach, kongresach, konferencjach oraz warsztatach osobom prawnym i fizycznym. Wpływ na wynik Spółki mają dodatkowo wahania budżetów marketingowych partnerów (sponsorów) oraz budżetów na szkolenie kadry. W związku z powyższym wyniki finansowe zależą także od zdolności Spółki do pozyskania odbiorców (uczestników organizowanych wydarzeń) jej usług oraz uzyskania potwierdzeń uczestnictwa przez odpowiednią ilość podmiotów. Ponieważ długoterminowa



działalność Spółki zależy nie tylko od zdolności do zaspokojenia potrzeb w zakresie szkoleniowo-konferencyjnym odbiorców czy też powiększania bazy klientów, ale również od utrzymania odpowiedniej jakości oferowanych usług, nie można mieć pewności, że wyniki uzyskiwane w przeszłości znajdują odzwierciedlenie w dającej się przewidzieć przyszłości. Uwzględniając aktualnie obowiązujący stan epidemii COVID-19 ryzyko zmienności wyników jest bardzo duże.

4. Ryzyko związane z rozwojem rynku usług szkoleniowych

Nie można przewidzieć w jakim kierunku rynek usług szkoleniowych będzie się rozwijał. Epidemia COVID-19 wprowadziła bardzo duże ograniczenia w możliwości spotykania się, ale jednocześnie przeniosła swoją płaszczyznę działań do sieci. Ma to dwojaki wpływ na rynek usług szkoleniowych. Powoduje, że szkolenia są bardziej dostępne i tańsze przy jednoczesnym ograniczeniu kosztów organizacji tych szkoleń w porównaniu z trybem stacjonarnym. Spółka obserwuje aktualnie bardzo duży rozwój platform e-learningowych.

Od kwietnia Spółka przeszła na realizację swoich szkoleń i warsztatów online przy wykorzystaniu dostępnych narzędzi min. ZOOM. Jednocześnie Zarząd zdecydował, że jeśli rynek wymusi konieczność przeniesienia wszystkich usług do sieci – Spółka to zrobi. Jednak z aktualnych doniesień prasowych oraz zapowiedzi rządu, można się spodziewać stopniowego odmrażania rynku usług szkoleniowych w II połowie 2020 roku. Spółka zatem śledzi rynek, aktualne obostrzenia i regulacje oraz jest w stałym kontakcie z epidemiologami oraz Głównym Inspektorem Sanitarnym a także przedstawicielami różnych branż dotkniętych COVID-19. Dotychczasowe działania oraz reakcje rynku pokazują duże zapotrzebowanie na usługi związane z tematyką pandemii i odnalezieniem się w niej poszczególnych sektorów w gospodarce. MMC dostosowuje szkolenia do potrzeb klientów oraz stara się reagować na bieżąco na zmiany w gospodarce. Dodatkowo Spółka zauważyła, że poza zmianą tematyki aktualnych szkoleń i warsztatów, firmy oraz klienci indywidualni powoli przyzwyczajają się do aktualnej sytuacji i coraz częściej zgłaszają zapotrzebowanie na tematykę sprzed pandemii.

5. Ryzyko skali działania

W aktualnej sytuacji wystąpienia COVID-19 Spółka przewiduje stopniowy powrót do rozwoju rynku konferencyjno-szkoleniowego. Być może odbywać będzie się to w dużej mierze przy



wykorzystaniu sieci internetowych. Podstawowym zasobem wykorzystywanym do działalności MMC są zasoby ludzkie. Aktualna sytuacja gospodarcza oraz sytuacja na rynku pracowniczym dają podstawy wyciągnięcia wniosków, że w przypadku bardzo szybkiego wzrostu popytu na usługi proponowane przez MMC, Spółka będzie w stanie pozyskać niezbędny do pracy personel w stosunkowo krótkim czasie. W przypadku, gdyby prognozy Spółki nie sprawdziły się, MMC będzie korzystało z podwykonawców.

6. Ryzyko związane ze współpracą z kadrami prelegentów i trenerów

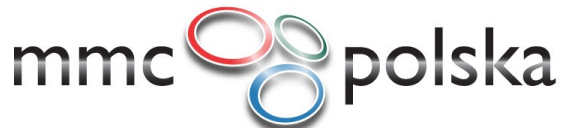
Wysoko wykwalifikowana kadra trenerów i prelegentów, ich wiedza i doświadczenie, mają istotny wpływ na bieżącą działalność Spółki i perspektywy jej rozwoju. Ryzyko to jest charakterystyczne dla przedsiębiorstw działających na rynku usług szkoleniowo-konferencyjnych.

Trudność w pozyskiwaniu kadry specjalistów jest wynikiem charakteru pracy prelegenta lub trenera, w której koniecznym jest posiadanie wiedzy praktycznej z określonych dziedzin, charyzmy, umiejętności prezentacji, innych zdolności i cech charakteru. Ewentualne zakończenie współpracy przez doświadczonych prelegentów lub trenerów może mieć negatywny wpływ na potencjał Spółki w zakresie świadczenia usług oraz realizacji uprzednio zawartych kontraktów, a to w konsekwencji może zostać negatywnie odzwierciedlone w wynikach finansowych.

7. Ryzyko związane z rotacją kadry pracowniczej

Istnieje ryzyko związane z rotacją kadry pracowniczej w prowadzonej przez spółkę działalności. Ryzyko nieutrzymania wystarczającego poziomu zatrudnienia kadry wymaganej do obsługi organizowanych przez Spółkę sympozjów, kongresów, konferencji lub warsztatów Zarząd stara się niwelować poprzez skuteczny i konsekwentny proces zlecania znacznej części działalności operacyjnej podmiotom zewnętrznym. Dodatkowo epidemia COVID-19 spowodowała, że przy konieczności szybkiego zdobycia pracownika o określonych kwalifikacjach, będzie on łatwiej dostępny.

8. Ryzyko związane z utratą odbiorców usług Spółki jest silnie uzależnione od jakości oferowanych usług konferencyjnych jak i szkoleniowych. W przypadku braku satysfakcji klienta z oferowanych usług, Spółka może być negatywnie postrzegana na rynku, co mogłoby skutkować



ewentualnymi trudnościami w pozyskiwaniu nowych kontraktów.

Poprzez świadczenie usług wysokiej jakości i dostosowanych do bieżących potrzeb, jak również pozyskiwanie licznej grupy nowych odbiorców usług, w połączeniu z budową zaufania do marki MM Conferences, Spółka umacnia swoją pozycję na rynku, a tym samym ogranicza powyższe ryzyko.

W aktualnej sytuacji ryzyko utraty aktualnych odbiorców jest duże. Spowodowane jest to koniecznością zmiany dotychczasowej formuły szkoleń i konferencji na spotkania online. Jednak Spółka przewiduje, że w II półroczu sytuacja na rynku usług szkoleniowych ustabilizuje się, a dostępne nowe kanały sprzedażowe, platformy szkoleniowe oraz bardziej sprecyzowane potrzeby odbiorców, przełożą się na utrzymanie stabilnej sieci odbiorców usług MM Conferences.

9. Ryzyko związane z tworzeniem nowych projektów

Strategia Spółki niezmiennie zakłada dalszy jej wzrost, również poprzez tworzenie nowych projektów z zakresu projektów konferencyjnych i warsztatowych. Należy jednak zauważyć, iż każdorazowe wzbogacenie oferty wiąże się z określonymi kosztami. Zwrot poniesionych kosztów jest konsekwencją powodzenia każdego z projektów tym samym jest on obciążony czynnikiem ryzyka związanym z ewentualnym brakiem popytu ze strony klientów.

Biorąc pod uwagę aktualną sytuację w kraju i na świecie Spółka bardzo mocno skupiła swoje działania na tworzeniu nowych obszarów świadczonych usług. Spółka aktualnie wprowadza do sprzedaży na rynek certyfikaty (Safe Hotel Standard, Safe Store Standard) oraz szkolenia dla grup dotkniętych skutkami COVID-19, ze szczególnym uwzględnieniem branży hotelarskiej oraz sieci handlowych. Dodatkowo prowadzone są rozmowy z dostawcą oprogramowania, którego obsługą szkoleniową miało by się zająć MMC.

Reaserch jeszcze nie do końca sprecyzowanych potrzeb rynku w tej specyficznej sytuacji mocno wpływa na ryzyko związane z podjęciem nowych projektów. Spółka stara się wyważyć podjęte ryzyko, angażując w działania aktualną kadrę pracowniczą, bez konieczności zatrudniania nowych osób, co zdecydowanie ogranicza koszty.

10. Ryzyko niekorzystnych zmian przepisów podatkowych oraz ich interpretacji

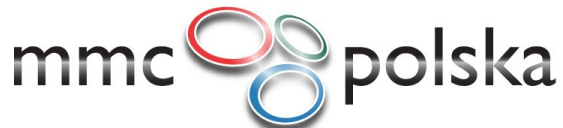
Realizacja zagrożenia wynikającego z nieprawidłowości podatkowych nie jest przewidywana oraz



nie miała miejsca w przeszłości, jednak nie można zupełnie jej wykluczyć. Jako sposób ograniczania tego ryzyka Spółka zakłada współpracę z wyspecjalizowanymi kancelariami prawnymi oraz korzystanie z konsultacji ekspertów.

11. Ryzyko niekorzystnych zmian pozostałych przepisów prawnych oraz ich interpretacji

Podobnie jak w przypadku przepisów podatkowych, również zmiany w zakresie przepisów prawa handlowego, prawa autorskiego, przepisów kodeksu cywilnego, ochrony środowiska, prawa pracy i ubezpieczeń społecznych oraz innych przepisów, mogą mieć pośredni lub bezpośredni wpływ na działalność Spółki. Nowelizacje ustaw mogą mieć związek m.in. z ciągłym dostosowywaniem prawa krajowego do wymogów unijnych.



Istotne dla oceny sytuacji jednostki – wskaźniki finansowe i niefinansowe, łącznie z informacjami dotyczącymi zagadnień środowiska naturalnego i zatrudnienia.

LP	Nazwa wskaźnika i jego wzór	miernik	2019	2018	2017
			BZ II	RU	RZ
I.	Wstępna analiza bilansu				
	Złota reguła bilansowania ($\frac{\text{kapitał własny} + \text{rezerwy} \text{ d\l.} + \text{zob. d\l.} + \text{zob. handlowe} > 12 \text{ m-cy} + \text{rozl. międzyokresowe d\l.}}{\text{aktywa trwałe}}$) x 100	procent	1179,84%	705,12%	1327,90%
	Złota reguła finansowania (Wskaźnik struktury pasywów) $\frac{\text{kapitał własny} \times 100}{\text{kapitał obcy}}$	procent	137,85%	234,95%	217,82%
	Wartość bilansowa jednostki aktywa ogółem - zobowiązania ogółem	tys.zł	2 254,5	2 154,5	2 849,0
II.	Wskaźniki rentowności				
	Rentowność majątku (ROA) $\frac{\text{wynik finansowy netto} \times 100}{\text{aktywa ogółem}}$	procent	2,57%	-22,61%	-3,02%
	Rentowność przychodów $\frac{\text{wynik finansowy netto} \times 100}{\text{przychody ogółem}}$	procent	1,09%	-7,02%	-0,99%
	Rentowność kapitału własnego (ROE) $\frac{\text{wynik finansowy netto} \times 100}{\text{kapitał własny}}$	procent	4,43%	-32,23%	-4,41%
III.	Wskaźniki płynności finansowej				
	Wskaźnik płynności finansowej I stopnia $\frac{\text{aktywa obrotowe}}{\text{zobowiązania krótkoterminowe}}$	krotność	2,56	3,92	3,09
	Wskaźnik płynności finansowej II stopnia $\frac{\text{aktywa obrot.} - \text{zapasy}}{\text{zobowiązania krótkoterminowe}}$	krotność	2,56	3,92	3,09
	Wskaźnik płynności finansowej III stopnia $\frac{\text{inwestycje krótkoterminowe}}{\text{zobowiązania krótkoterminowe}}$	krotność	1,10	1,35	1,00
IV.	Wskaźniki rotacji (obrotowość)				
	Spływ należności (w dniach) $\frac{\text{średni stan należności z tytułu dostaw i usług} \times 365 \text{ dni}}{\text{przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów}}$	w dniach	54	50	25
	Splata zobowiązań (w dniach)	w dniach	41	34	17



Środowisko naturalne

Spółka nie podjęła bezpośrednich przedsięwzięć dotyczących ochrony środowiska.

Pracownicy (przeciętne zatrudnienie)

Przeciętne w roku obrotowym zatrudnienie w grupach zawodowych

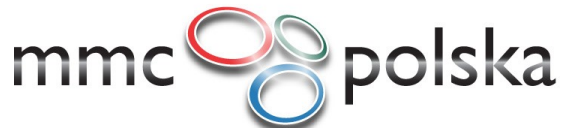
W przeliczeniu na pełne etaty	Przeciętna liczba zatrudnionych w roku obrotowym	Przeciętna liczba zatrudnionych w roku poprzedzającym
Ogółem, z tego:	7,48	5,61
– pracownicy umysłowi (na stan. nierobotniczych)	7,48	5,61

Stosowanie zasad ładu korporacyjnego

ZASADY DOBRZYCH PRAKTYK SPÓŁEK NOTOWANYCH NA RYNKU NEWCONNECT

Zgodnie z załącznikiem do uchwały nr 293/2010

ZASADY DOBRZYCH PRAKTYK SPÓŁEK NOTOWANYCH NA NEWCONNECT Zgodnie z załącznikiem do uchwały 293/2010	Stanowisko Spółki (Uwagi)
1. Spółka powinna prowadzić przejrzystą i efektywną politykę informacyjną, zarówno z wykorzystaniem tradycyjnych metod, jak i z użyciem nowoczesnych technologii oraz najnowszych narzędzi komunikacji zapewniających szybkość, bezpieczeństwo oraz szeroki i interaktywny dostęp do informacji. Spółka, korzystając w jak najszerszym stopniu z tych metod, powinna zapewnić odpowiednią komunikację z inwestorami i analitykami, wykorzystując w tym celu również nowoczesne metody komunikacji internetowej, umożliwiać transmitowanie obrad walnego zgromadzenia z wykorzystaniem sieci Internet, rejestrować przebieg obrad i upubliczniać go na stronie internetowej.	TAK Z wyłączeniem transmisji obrad walnego zgromadzenia z wykorzystaniem sieci Internet oraz rejestrowania przebiegu obrad i publikowania go na stronie internetowej, ze względu na zbyt wysokie koszty takiego rozwiązania.
2. Spółka powinna zapewnić efektywny dostęp do informacji niezbędnych do oceny sytuacji i perspektyw spółki oraz sposobu jej funkcjonowania.	TAK
3. Spółka prowadzi korporacyjną stronę internetową i zamieszcza na niej:	



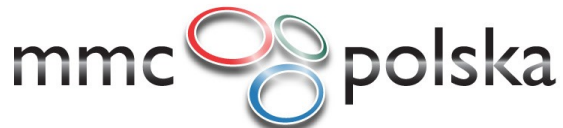
<p>3.3. Podstawowe informacje o spółce i jej działalności (strona startowa),</p> <p>3.4. Opis działalności emitenta ze wskazaniem rodzaju działalności, z której emitent uzyskuje największej przychodów,</p> <p>3.5. Opis rynku, na którym działa emitent, wraz z określeniem pozycji emitenta na tym rynku,</p> <p>3.6. Życiorysy zawodowe członków organów spółki,</p> <p>3.7. Powzięte przez zarząd, na podstawie oświadczenia członka rady nadzorczej, informacje o powiązaniach członka rady nadzorczej z akcjonariuszem dysponującym akcjami reprezentującymi nie mniej niż 5% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu spółki,</p> <p>3.8. Dokumenty informacyjne spółki,</p> <p>3.9. Zarys planów strategicznych spółki,</p> <p>3.10. Opublikowane prognozy wyników finansowych na bieżący rok obrotowy, wraz z założeniami do tych prognoz oraz korektami do tych prognoz (w przypadku gdy emitent publikuje prognozy),</p> <p>3.11. Strukturę akcjonariatu emitenta, wraz ze wskazaniem głównych akcjonariuszy oraz akcji znajdujących się w wolnym obrocie,</p> <p>3.12. Dane oraz kontakt do osoby, która jest odpowiedzialna w spółce za relacje inwestorskie oraz kontakt z mediami,</p> <p>3.13. (skreślony)</p> <p>3.14. Opublikowane raporty bieżące i okresowe</p> <p>3.15. Kalendarz zaplanowanych dat publikacji finansowych raportów okresowych, dat walnych zgromadzeń, a także spotkań z inwestorami i analitykami oraz konferencji prasowych</p> <p>3.16. Informacje na temat zdarzeń korporacyjnych, takich jak wypłata dywidendy, oraz innych zdarzeń skutkujących nabyciem lub ograniczeniem praw po stronie akcjonariusza, z uwzględnieniem terminów oraz zasad przeprowadzania tych operacji. Informacje te powinny być zamieszczane w terminie umożliwiającym podjęcie przez inwestorów decyzji inwestycyjnych,</p> <p>3.17. (skreślony),</p> <p>3.18. Pytania akcjonariuszy dotyczące spraw objętych porządkiem obrad, zadawane przed i w</p>	<p>TAK (ew. uwagi poniżej)</p> <p>Spółka przekazała prognozy w dokumencie informacyjnym, nie tworzyła prognoz na kolejne lata. (dot. 3.10)</p> <p>Z wyłączeniem spotkań z inwestorami i analitykami oraz konferencji prasowych, ponieważ spółka doraźnie odpowiada na pytania inwestorów, analityków i mediów z wykorzystaniem ogólnodostępnych środków komunikacji</p>
---	---



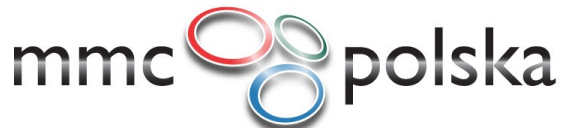
<p>trakcie walnego zgromadzenia, wraz z odpowiedziami na zadawane pytania,</p> <p>3.19. Informację na temat powodów odwołania walnego zgromadzenia, zmiany terminu lub porządku obrad wraz z uzasadnieniem,</p> <p>3.20. Informację o przerwie w obradach walnego zgromadzenia i powodach zarządzenia przerwy,</p> <p>3.21. Informację na temat podmiotu, z którym spółka podpisała umowę o świadczenie usług Autoryzowanego Doradcy ze wskazaniem nazwy, adresu strony internetowej, numerów telefonicznych oraz adresu poczty elektronicznej Doradcy,</p> <p>3.22. Informację na temat podmiotu, który pełni funkcję animatora akcji emitenta,</p> <p>3.23. Dokument informacyjny (prospekt emisyjny) spółki, opublikowany w ciągu ostatnich 12 miesięcy,</p> <p>3.24. (skreślony)</p> <p>Informację na stronie internetowej powinny być zamieszczane w sposób umożliwiający łatwy dostęp do tych informacji. Emitent powinien dokonywać aktualizacji informacji umieszczanych na stronie internetowej. W przypadku pojawienia się nowych, istotnych informacji lub wystąpienia istotnej zmiany informacji umieszczanych na stronie internetowej, aktualizacja powinna zostać przeprowadzona niezwłocznie.</p>	
<p>4. Spółka prowadzi korporacyjną stronę internetową, według wyboru emitenta, w języku polskim lub angielskim. Raporty bieżące i okresowe powinny być zamieszczane na stronie internetowej co najmniej w tym samym języku, w którym następuje ich publikacja zgodnie z przepisami obowiązującymi emitenta.</p>	<p>TAK w języku polskim</p>
<p>5. Spółka powinna prowadzić politykę informacyjną ze szczególnym uwzględnieniem potrzeb inwestorów indywidualnych. W tym celu Spółka, poza swoją stroną korporacyjną powinna wykorzystywać indywidualną dla danej spółki sekcję relacji inwestorskich znajdująca na stronie www.gpwinfstrefa.pl.</p>	<p>W chwili obecnej spółka nie planuje wykorzystywać w celach informacyjnych sekcji „relacje inwestorskie” znajdującej się na stronie www.gpwinfstrefa.pl. MM Conferences S.A. posiada i prowadzi własną stronę www.mmcpolska.pl na której znajduje się dział Inwestorzy. W.w. dział odpowiada oczekiwaniom inwestorów i jest na bieżąco uzupełniany o informacje zgodnie z uwagami inwestorów.</p>



6. Emitent powinien utrzymywać bieżące kontakty z przedstawicielami Autoryzowanego Doradcy, celem umożliwienia mu prawidłowego wykonania swoich obowiązków wobec emitenta. Spółka powinna wyznaczyć osobę odpowiedzialną za kontakty z Autoryzowanym Doradcą.	Emitent utrzymywał w.w. kontakt. Po upływie roku od dnia podpisania, umowa została rozwiązana. Na spółce nie ciąży już obowiązek posiadania Autoryzowanego Doradcy.
7. W przypadku, gdy w spółce nastąpi zdarzenie, które w ocenie emitenta ma istotne znaczenie dla wykonywania przez Autoryzowanego Doradcę swoich obowiązków, emitent niezwłocznie powiadamia o tym fakcie Autoryzowanego Doradcę.	TAK, j.w.
8. Emitent powinien zapewnić Autoryzowanemu Doradcy dostęp do wszelkich dokumentów i informacji niezbędnych do wykonywania obowiązków Autoryzowanego Doradcy.	TAK, j.w.
9. Emitent przekazuje w raporcie rocznym: 9.1. Informację na temat łącznej wysokości wynagrodzeń wszystkich członków zarządu i rady nadzorczej, 9.2. Informacje na temat wynagrodzenia Autoryzowanego Doradcy otrzymywanego od emitenta z tytułu świadczenia wobec emitenta usług w każdym zakresie.	TAK
10. Członkowie zarządu i rady nadzorczej powinni uczestniczyć w obradach walnego zgromadzenia w składzie umożliwiającym udzielenie merytorycznej odpowiedzi na pytania zadawane w trakcie walnego zgromadzenia.	TAK
11. Przynajmniej 2 razy w roku emitent, przy współpracy Autoryzowanego Doradcy, powinien organizować dostępne spotkanie z inwestorami, analitykami i mediami.	NIE Spółka na bieżąco odpowiada na pytania inwestorów, analityków i mediów z wykorzystaniem ogólnodostępnych środków komunikacji oraz organizując spotkania indywidualne.
12. Uchwała walnego zgromadzenia w sprawie emisji akcji z prawem poboru powinna precyzować cenę emisyjną albo mechanizm jej ustalenia lub zobowiązać organ do tego upoważniony do ustalenia jej przed dniem ustalenia prawa poboru, w terminie umożliwiającym podjęcie decyzji inwestycyjnej.	TAK
13. Uchwały walnego zgromadzenia powinny zapewniać zachowanie niezbędnego odstępu czasowego pomiędzy decyzjami powodującymi	TAK



<p>określone zdarzenia korporacyjne a datami, w których ustalane są prawa akcjonariuszy wynikające z tych zdarzeń korporacyjny.</p> <p>13.1. W przypadku otrzymania przez zarząd emitenta od akcjonariusza posiadającego co najmniej połowę kapitału zakładowego lub co najmniej połowę ogółu głosów w spółce, informacji o zwołaniu przez niego nadzwyczajnego walnego zgromadzenia w trybie określonym w art. 399 § Kodeksu spółek handlowych, zarząd emitenta niezwłocznie dokonuje czynności, do których jest zobowiązany w związku z organizacją i przeprowadzeniem walnego zgromadzenia. Zasada ta ma zastosowanie również w przypadku upoważnienia przez sąd rejestrowy akcjonariuszy do zwołania nadzwyczajnego walnego zgromadzenia na podstawie art. 400 § 3 Kodeksu spółek handlowych.</p>	
<p>14. Dzień ustalenia praw do dywidendy oraz dzień wypłaty dywidendy powinny być tak ustalone, aby czas przypadający pomiędzy nimi był możliwie najkrótszy a w każdym przypadku nie dłuższy niż 15 dni roboczych. Ustalenie dłuższego okresu pomiędzy tymi terminami wymaga szczegółowego uzasadnienia.</p>	TAK
<p>15. Uchwała walnego zgromadzenia w sprawie wypłaty dywidendy warunkowej może zawierać tylko takie warunki, których ewentualne ziszczenie nastąpi przed dniem ustalenia prawa do dywidendy.</p>	TAK
<p>16. Emitent publikuje raporty miesięczne, w terminie 14 dni od zakończenia miesiąca. Raport miesięczny powinien zawierać co najmniej:</p> <ul style="list-style-type: none"> - informacje na temat wystąpienia tendencji i zdarzeń w otoczeniu rynkowym emitenta, które w ocenie emitenta mogą mieć w przyszłości istotne skutki dla kondycji finansowej oraz wyników finansowych emitenta, - zestawienie wszystkich informacji opublikowanych przez emitenta w trybie raportu bieżącego w okresie objętym raportem, - informacje na temat realizacji celów emisji, jeżeli taka realizacja, choćby w części, miała miejsce w okresie objętym raportem, - kalendarz inwestora, obejmujący wydarzenia 	<p>NIE</p> <p>Spółka nie będzie publikować raportów miesięcznych. Wynika to z faktu, iż w spółce nie zachodzą na tyle dynamiczne zmiany, które wymagałyby publikacji danych finansowych na koniec każdego miesiąca. Spółka publikuje raporty kwartalne, zawierające wszelkie informacje pozwalające na bieżąco oceniać działalność i sytuację finansową spółki.</p>



<p>mające mieć miejsce w nadchodzącym miesiącu, które dotyczą emitenta i są istotne z punktu widzenia interesów inwestorów, w szczególności daty publikacji raportów okresowych, planowanych walnych zgromadzeń, otwarcia subskrypcji, spotkań z inwestorami lub analitykami, oraz oczekiwany termin publikacji raportu analitycznego.</p> <p>16.a W przypadku naruszenia przez emitenta obowiązku informacyjnego określonego w Załączniku Nr 3 do Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu ("Informacje bieżące i okresowe przekazywane w alternatywnym systemie obrotu na rynku NewConnect") emitent powinien niezwłocznie opublikować, w trybie właściwym dla przekazywania raportów bieżących na rynku NewConnect, informację wyjaśniającą zaistniałą sytuację.</p>	TAK
---	-----

.....
 Piotr Zesiuk
 Prezes Zarządu

.....
 Aneta Pernak
 Wiceprezes Zarządu

Warszawa 28 maja 2020 roku