

NCFSA

Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością

**Sprawozdanie Zarządu
z działalności NCFSA Sp. Z o.o
w 2020 roku**

I. PODSTAWOWE INFORMACJE O SPÓŁCE

Nazwa (firma)	NCFSA Sp. Z o.o.
Kraj:	Polska
Siedziba:	Warszawa
Adres:	02-803 Warszawa, ul. Bekasów 74
Numer KRS:	0000868649
Oznaczenie Sądu:	Sąd Rejonowy dla Miasta Stołecznego Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego
REGON:	145993840
NIP:	951-23-53-321
Telefon:	+48 22 816 55 60
Fax:	+48 22 816 55 59
Poczta e-mail:	info@ncf.pl

Przedmiotem działalności Spółki wg PKD –

73,1 - reklama

73,11,Z – działalność agencji reklamowych

Działalność Spółki polega na świadczeniu usług promocyjnych (wsparcia sprzedaży) oraz organizowaniu konferencji i szkoleń. Działalność Spółki polega na projektowaniu i realizacji akcji promocyjnych, organizacji i zarządzaniu zespołami konsultantów / ambasadorów marki pracującymi w punktach sprzedaży, organizacji akcji o charakterze eventowym, obsługa marek premium.

Spółka współpracuje z wieloma partnerami lokalnymi na terenie całego kraju, co pozwala jej na organizację, realizację i kontrolę działań w całej Polsce.

Projektowanie i realizacja akcji promocyjnych

Działalność ta polega na wspieraniu osiągania celów promocyjnych bądź sprzedażowych założonych przez klientów Spółki. Do zadań Spółki należy zaplanowanie całej akcji, podpisanie potrzebnych umów lub uzyskanie potrzebnych zgód, zrekrutowanie i przeszkolenie personelu, zakup lub produkcja materiałów niezbędnych do przeprowadzenia akcji. Ponadto Spółka odpowiada za logistykę materiałów przygotowanych do akcji na terenie całego kraju (standy promocyjne, elementy wyposażenia stoisk, materiały POS, stroje itp.). W czasie trwania akcji NCF kontroluje na bieżąco jej przebieg poprzez sieć współpracujących koordynatorów lokalnych, których zadaniem jest kontrola jakości realizacji akcji w terenie). Po każdej akcji powstaje szczegółowy raport wraz z wyliczeniem wskaźników efektywności przeprowadzonych działań.

Organizacja i zarządzanie zespołem konsultantek i ambasaderek marki

W ramach tej działalności Spółka całościowo zarządza zespołami konsultantów wspierających sprzedaż produktów Klientów w punktach sprzedaży na terenie całej Polski. NCF opracowuje kryteria, jakie powinny spełniać osoby wchodzące w skład zespołu oraz prowadzi wielokanałową rekrutację osób. NCF organizuje pracę całego zespołu, zajmuje się organizacją spotkań i szkoleń dla zespołów, analizuje wyniki osiągane przez zespół, prowadzi programy motywacyjne, przygotowuje i dostarcza narzędzia sprzedażowe dla zespołów.

Zarządzanie zespołem wspierane jest przez platformę internetową, służącą do grafikowania i raportowania pracy, bieżącej komunikacji i szkoleniu.

Organizacja akcji o charakterze eventowym

Spółka specjalizuje się w organizacji wszelkiego rodzaju imprez – konferencji, premier, pokazów, imprez promocyjnych, spotkań i prezentacji dla mediów, roadshows itp., Spółkę posiada również odpowiednie zaplecze do organizacji imprez masowych. Spółka zajmuje się całościową organizacją takich działań, począwszy od przygotowania kreacji i scenariusza, poprzez realizację techniczną i artystyczną, dokumentację, przygotowanie potrzebnych materiałów multimedialnych, wsparcie PR dla imprezy.

Głównymi klientami Spółki korzystającymi z tych usług są przede wszystkim korporacje oraz duże firmy.

Obsługa marek premium

Spółka również obsługuje marki luksusowe (głównie perfumy i kosmetyki) oraz alkohole. Spółka prowadzi działania, których celem jest wsparcie sprzedaży produktów oferowanych przez kontrahenta, z zachowaniem szczególnych wymogów jakościowych obowiązujących dla marek z tego segmentu, bazując na wieloletnim doświadczeniu pracowników i kadry zarządzającej we współpracy z markami tego segmentu rynku.

Organizacja Spółki

Działalnością Spółki kieruje Zarząd, który jest jednoosobowy. Spółka wszelkie możliwe działania operacyjne wykonuje przez podmioty współpracujące tj. NCF Sp. z o.o., NCF 1 sp. z o.o., NCF 2 sp. z o.o., NCF 3 Sp. z o.o., NCF 4 Sp. z o.o., NCF 5 Sp. z o.o., Agencja Reklamowa Devoran. Spółka na dzień 31.12.2021 r. zatrudniała 20 osobę na podstawie umowy o pracę.

Podmioty zależne od Spółki na dzień 31.12.2020 roku

brak

Kapitał zakładowy

Na dzień 31 grudnia 2020 roku struktura kapitału zakładowy Spółki wynosi 100.000,00 zł i dzieli się na 2.000 udziałów o wartości 50,00 zł każdy.

Skład Zarządu Spółki na dzień 31 grudnia 2020 roku:

Jan Karaszewski – Prezes Zarządu

II. Zdarzenia wpływające na działalność jednostki do dnia sporządzenia sprawozdania z działalności

Istotną zmianą w roku podatkowym 2020 była zmiana formy prawnej prowadzonej działalności i *przekształcenie* spółki akcyjnej w spółkę z o.o.

Przekształcenie zostało dokonane w trybie art. 551 -570 oraz art.577-580 KSH na podstawie Uchwał Zarządu Spółki z dnia 07 września 2020 w sprawie przyjęcia planu przekształcenia Spółki w spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością .

Wniosek o rejestrację podmiotu w rejestrze przedsiębiorców został złożony 2020/10/14 do Sądu Rejonowego dla m.st. Warszawy XIII Wydziału Gospodarczego Krajowego Rejestru Sądowego.

W dniu 12/11/2020 spółka została zarejestrowana pod numerem KRS 0000868649.

Przekształcona spółka z o.o. wstąpiła we wszystkie dotychczasowe prawa i obowiązki cywilnoprawne spółki akcyjnej.

Po przekształceniu spółka prowadzi nadal działalność pod firmą NCFSA Sp. z o.o.

III. Przewidywany rozwój Spółki

Spółka NCFSA działa w branży promocji i reklamy. Zarząd Spółki w najbliższych latach będzie koncentrował się na poszerzeniu oferty świadczonych usług oraz będzie intensyfikował działania mające na celu zwiększenie liczby posiadanych kontraktów, co pozwoli na zwiększenie przychodów. Zwiększenie liczby kontraktów pozwoli również ograniczyć ryzyko związane ze strukturą przychodów.

Prowadzone są intensywne działania w zakresie pozyskiwania kontraktów m.in. na organizację imprez masowych, a także konferencji oraz dużych imprez firmowych. Spółka bierze udział w przetargach ogłaszanych przez duże polskie i międzynarodowe firmy.

W celu możliwości realizacji powyższych celów Spółka zamierza pozyskiwać do współpracy nowych pracowników.

Spółka zgodnie z przyjętą strategią rozwoju realizuje działania zmierzające do wzrostu jej wartości poprzez zaangażowanie w nowe projekty związane z organizacją imprez masowych.

Dotychczasowe wyniki Spółki a także jej rozwój organizacyjny, technologiczny, potencjał sprzedażowy usług, należy spodziewać się dalszej skutecznej realizacji wyznaczonych strategii. Spółka nadal podtrzymuje tendencję wzrostową we wszystkich najważniejszych obszarach działalności

IV. Ważniejsze osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju

Spółka nie prowadzi działalności w zakresie badań i rozwoju

V. Aktualna i przewidywana sytuacja finansowa

Wyniki NCFSA sp. z o. o. w 2020 roku

Wybrane dane finansowe (w PLN)	2020
Przychody netto ze sprzedaży	16 920 440,48
Zysk na sprzedaży	20 404,80
Zysk z działalności operacyjnej	251 687,05
Zysk brutto	-2 903 134,57
Zysk netto	-2 248 277,05
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	3 823 510,34
Przepływy środków pieniężnych z działalności inwestycyjnej	-1 437 740,09
Przepływy środków pieniężnych z działalności finansowej	-2 188 232,46
Kapitał (fundusz) własny	949 248,07
Kapitał (fundusz) podstawowy	100 000,00
Należności długoterminowe	0,00
Należności krótkoterminowe	3 763 800,26
Środki pieniężne i inne aktywa pieniężne	281 646,54
Zobowiązania długoterminowe	0,00
Zobowiązania krótkoterminowe	5 474 640,27
Aktywa	7 793 536,26

Przedstawione dane wskazują na stabilizację pozycji finansowej Spółki.

VI. Akcje własne

Spółka nie posiada akcji własnych.

VII. Posiadane oddziały (zakłady)

Spółka nie posiada oddziałów.

VIII. Ryzyka związane z działalnością jednostki

Ryzyko związane z koniunkturą gospodarczą

W 2021 roku spółka kontynuuje działalność, pomimo gorszej sytuacji w branżach w której operuje, spowodowanej pandemią koronawirusa. W 2020 roku spółka nie utraciła żadnego ze swoich kluczowych klientów i dopasowała formy działalności do zmieniającej się sytuacji rynkowej, wprowadzając na szerszą skalę formuły szkoleń i zarządzania zespołami oparte o komunikację zdalną.

W 2021 roku firma stara się pozyskiwać nowych klientów, biorąc udział w przetargach oraz oferując nowe usługi dotychczasowym Klientom. Ze względu na nieprzewidywalność rynku (lockdowny zamykające galerie handlowe, w których spółka realizuje większość usług), trudno jest przedstawić dokładne dane liczbowe. Wpływ podejmowanych działań oraz wpływ czynników rynkowych związanych z pandemią będzie możliwy do oceny dopiero w ciągu roku 2021 i zostanie on uwzględniony w sprawozdaniu za 2021

Ryzyko związane z konkurencją w branży

Rynek public relations charakteryzuje się dużą dynamiką wzrostu. Niskie bariery wejścia na rynek powodują powstawanie nowych podmiotów świadczących tego typu, które świadczą swoje usługi głównie na rynkach lokalnych. Duża ilość tego typu podmiotów powoduje, że konkurują one ze sobą głównie ceną. W celu ograniczenia tego ryzyka Spółkę dąży do jak najwyższej jakości świadczonych przez siebie usług poprzez utrwalanie stosunków z klientami oraz dostosowanie oferty do indywidualnych i bieżących potrzeb danego klienta.

Ryzyko niekorzystnych zmian w przepisach podatkowych

Polski system podatkowy jest niestabilny i nieprecyzyjny. Częste nowelizacje ustaw podatkowych powodują rozbieżności w interpretacji przepisów przez organy skarbowe i przedsiębiorców. Ponadto, długie okresy przedawnienia zobowiązań podatkowych oraz możliwość nakładania wysokich kar pieniężnych przez organy podatkowe powodują brak pewności prawnej. Ewentualne zmiany przepisów podatkowych lub rozbieżności interpretacyjne mogą negatywnie wpłynąć na rozwój i działalność Spółki. Ryzyko to dotyczy wszystkich podmiotów prowadzących działalność w Polsce.

Ryzyko niekorzystnych zmian pozostałych przepisów prawnych oraz ich interpretacji

Częste zmiany przepisów prawnych mogą niekorzystnie wpłynąć na działalność Spółki. Odnosi się to w szczególności do zmian regulacji obejmujących prawo handlowe, prawo pracy i ubezpieczeń społecznych oraz przepisy regulujące działalność gospodarczą. Brak stabilności prawnej powoduje brak jednolitej wykładni przepisów, co może prowadzić do kosztownych i długotrwałych postępowań sądowych. Ponadto, zmiany przepisów często związane są z kosztowną adaptacją prowadzonej działalności do nowych wymogów. Dodatkowo, członkostwo Polski w Unii

Europejskiej powoduje konieczność dostosowania przepisów krajowych do wymogów unijnych. Istnieje ryzyko, że wprowadzone zmiany przepisów prawnych lub ich interpretacja mogą negatywnie wpłynąć na rozwój Spółki oraz jego sytuację finansową.

Ryzyko konsolidacji branży

Rynek public relations w Polsce jest mocno rozdrobniony w efekcie czego należy spodziewać się konsolidacji branży. Może to skutkować łączeniem się agencji reklamowych w grupy kapitałowe, które w dłuższym okresie mogą przeważać na rynku. Zaistnienie powyższej sytuacji może powodować spowolnienie rozwoju Spółki, a tym samym wpłynąć na jego wynik finansowy. Spółka w celu minimalizacji tego ryzyka, zgodnie ze strategią rozwoju, zamierza sama dokonywać akwizycji i stworzyć silną grupę kapitałową, która będzie w stanie skutecznie konkurować z innymi podmiotami w branży. Na dzień sporządzenia niniejszego Dokumentu Spółkę wchodzi w skład grupy kapitałowej, która przeprowadziła skuteczną akwizycję. Nie są wykluczone dalsze przejęcia.

Ryzyko związane ze spowolnieniem rozwoju branży, w której działa Spółkę

Rozwój sektora public relations, w którym działa Spółka jest powiązany z sytuacją gospodarczą. W okresie dobrej koniunktury przedsiębiorcy chętnie korzystają z usług agencji reklamowych. Z kolei, okres spowolnienia gospodarczego, charakteryzujący się poszukiwaniem oszczędności, powoduje, że przedsiębiorcy rozpoczynają redukcję kosztów od minimalizacji usług zewnętrznych, do których należy zaliczyć usługi świadczone przez Spółkę. Istnieje ryzyko, że wystąpienie spowolnienia gospodarczego może negatywnie wpłynąć na cały rynek PR, a tym samym również i na NCF S.A.

Ryzyko związane z krótkim cyklem życia oferowanych produktów

Specyfika branży, w której działa Spółkę zmusza usługodawców do nieustannego uaktualniania oferty do bieżących warunków rynkowych. Dostosowanie oferty do aktualnej sytuacji jest podstawą efektywnego rozwoju podmiotów z branży public relations. Istnieje ryzyko, że w przypadku braku odpowiedniej reakcji ze strony Spółki na zmieniającą się tendencję nie będzie on w stanie sprostać potrzebom rynku. Ziszczenie się tego ryzyka może spowodować odejście kontrahentów do konkurentów Spółki, a tym samym przyczynić się do spadku przychodów Spółki, co w konsekwencji może osłabić pozycję rynkową Spółki. Spółkę, minimalizuje wskazane ryzyko poprzez bieżące monitorowanie panujących na rynku trendów oraz systematyczne aktualizowanie oferty oraz dostosowywanie jej do indywidualnych potrzeb danego klienta.

Ryzyko związane z utratą kluczowych pracowników

Realizacja strategii Spółki uzależniona jest od wysokich kwalifikacji zatrudnianych przez niego pracowników. Doświadczenie, wiedza oraz znajomość branży public relations składają się na posiadany przez Spółkę kapitał intelektualny. Kompetencje oraz umiejętności kluczowych pracowników, do których należą: Członek Zarządu oraz Dyrektorzy Operacyjni (Strategia, Obsługa Klienta, Logistyka, Eventy), przyczyniają się do utrzymania obecnych oraz pozyskiwania nowych kontrahentów. Istnieje ryzyko, że w sytuacji rezygnacji jednego (lub kilku) kluczowych pracowników, Spółkę nie będzie w stanie efektywnie realizować przyjętej strategii, co może negatywnie wpłynąć na osiągnięte wyniki finansowe.

NCF S.A. zabezpiecza się przed przedmiotowym ryzykiem poprzez oferowanie atrakcyjnych warunków wynagrodzenia dla kluczowej kadry pracowniczej. Dodatkowo, najważniejsi pracownicy zatrudnieni są na czas nieokreślony, co również zwiększa ich zaangażowanie i związanie ze Spółką.

Ryzyko związane z pozyskaniem doświadczonej kadry pracowniczej

Działalność gospodarcza Spółki wymaga zatrudniania pracowników o specjalistycznej wiedzy z zakresu public relations. Istnieje ryzyko, że Spółka nie będzie w stanie niezwłocznie uzupełnić braków kadrowych, co może przyczynić się do spowolnienia tempa jej rozwoju, a w dalszej perspektywie do spadku przychodów oraz osłabienia pozycji rynkowej.

Spółkę wskazuje, że niniejsze ryzyko jest minimalizowane poprzez to, iż osoby zarządzające Spółką posiadają duże doświadczenie oraz wiedzę o rynku reklamy i PR. Dzięki temu nowi pracownicy Spółki, którzy nie posiadają wystarczającego doświadczenia w branży otrzymują wsparcie bardziej doświadczonej kadry. Ponadto, Spółkę prowadzi cykliczne szkolenia dla pracowników Spółki, dzięki czemu stale podnoszone są ich kwalifikacje oraz zapewniony jest bieżący dostęp do aktualnych trendów panujących w branży.

Ryzyko związane z jakością świadczonych usług

Klienci korzystający z usług agencji reklamowych oczekują wysokiej jakości świadczonych usług. Duża konkurencja panująca w branży public relations sprawia, że konsekwencją nienależytego wykonania usługi jest przejście klienta do konkurencji. Z kolei, rzetelność oraz kompetentność agencji reklamowej wpływa na umocnienie relacji z klientem, a tym samym wypracowanie opinii sumiennego i wiarygodnego partnera.

Istnieje ryzyko opóźnienia w realizacji projektów lub ich niewłaściwego wykonania, co może doprowadzić do pojawienia się reklamacji, a tym samym spowodować spadek popytu na usługi oferowane przez Spółkę. Ziszczenie się tego ryzyka może przyczynić się do spadku przychodów Spółki. NCFSA minimalizuje omawiane ryzyko poprzez systematyczny proces budowania wizerunku kontrahenta godnego zaufania, świadczącego terminowo wysokiej jakości usługi oraz zatrudnianie wykwalifikowanej kadry.

Ryzyko związane z wizerunkiem NCFSA

Duża konkurencja w branży, w której działa Spółkę wymaga konsekwentnego dbania o wizerunek. Pozyskanie klientów oraz partnerów biznesowych w dużej mierze uwarunkowane jest postrzeganiem przedsiębiorstwa w opinii publicznej. Wiarygodność rynkowa oraz ugruntowana marka mają istotne znaczenie dla prowadzenia działalności. Wystąpienie zdarzeń losowych, które w dużej mierze mogą być niezależne od Spółki, może przyczynić się do obniżenia jego reputacji. Ponadto, w związku z wysoką pozycją Spółki w branży, istnieje ryzyko rozpowszechniania przez osoby trzecie nieprawdziwych, negatywnych informacji o jej działalności, bądź też o podmiotach lub osobach z nią powiązanych. Ziszczenie się tego ryzyka może zdeprecjonować pozycję Spółki w branży, a tym samym wpłynąć na potencjał w pozyskiwaniu nowych klientów. Zarząd Spółki będzie zabiegać aby podejmowane działania realizowane były terminowo oraz z należytą starannością. Ponadto, Zarząd zapewnia, że podejmie odpowiednie środki prawne w celu ochrony przed podmiotami, które będą rozpowszechniać nieprawdziwe informacje o Spółce.

Ryzyko związane z infrastrukturą informatyczną

Spółkę w prowadzonej przez siebie działalności czynnie wykorzystuje systemy informatyczne. Są one niezbędnym elementem realizacji świadczonych usług, a także stanowią podstawę komunikacji z klientami. Istnieje ryzyko, że w sytuacji wystąpienia awarii infrastruktury informatycznej Spółkę nie będzie w stanie czasowo realizować projektów przez co mogłoby to

narazić Spółkę na roszczenia wynikające z nieterminowego wykonania usługi. Ponadto, mogłoby to negatywnie wpłynąć na postrzeganie Spółki przez klientów, czego konsekwencją mógłby być spadek osiąganych przychodów. Spółkę minimalizuje niniejsze ryzyko poprzez korzystanie ze sprzętu informatycznego najwyższej jakości oraz korzystanie z zewnętrznej firmy informatycznej, której zadaniem jest czuwanie nad bezpieczeństwem baz danych oraz prawidłowością działania systemu informatycznego.

Ryzyko związane z jednoosobowym Zarządem Spółki

Na dzień sporządzenia Dokumentu Informacyjnego jedyną osobą zasiadającą w Zarządzie Spółki jest Pan Jan Jerzy Karaszewski – Prezes Zarządu. Istnieje ryzyko, że w przypadku choroby, rezygnacji, bądź wystąpienia innych zdarzeń losowych ograniczających możliwość sprawowania swojej funkcji przez Członka Zarządu bieżące funkcjonowanie Spółki może być utrudnione, a czasami wręcz niemożliwe, co może negatywnie przełożyć się na osiągany wynik finansowy. Umowa Spółki przewiduje możliwość powołania Zarządu wieloosobowego, czego Spółkę nie wyklucza w przyszłości.

Ogólne ryzyko zadłużenia

Spółka korzysta i zamierza w przyszłości korzystać z kredytów bankowych, obligacji oraz innych instrumentów dłużnych dla potrzeb finansowania działalności operacyjnej. Ponadto, Spółkę finansuje inwestycje w rzeczowe aktywa trwałe za pomocą leasingu. Ewentualne istotne pogorszenie się jego płynności może spowodować, że Spółka może nie być w stanie spłacać odsetek i kapitału lub wypełniać innych wymagalnych zobowiązań wynikających z zawartych umów finansowych lub emisji instrumentów dłużnych.

W przypadku niewywiązania lub nieprawidłowego wywiązania się z postanowień zawartych w podpisanych umowach kredytowych, zadłużenie Spółki z tytułu kredytów bankowych może zostać częściowo lub w całości postawione w stan natychmiastowej wymagalności, co może negatywnie przełożyć się na kondycję finansową Spółki. W skrajnym przypadku, w razie braku spłaty zadłużenia, instytucje finansujące mogą złożyć wnioski o ogłoszenie upadłości Spółki.

IX. Informacja o instrumentach finansowych oraz o przyjętych przez jednostkę celach i metodach zarządzania ryzykiem finansowym

Do głównych instrumentów finansowych, z których korzysta Spółka, należą kredyty bankowe, środki pieniężne. Głównym celem tych instrumentów finansowych jest pozyskanie środków finansowych na działalność Spółki.

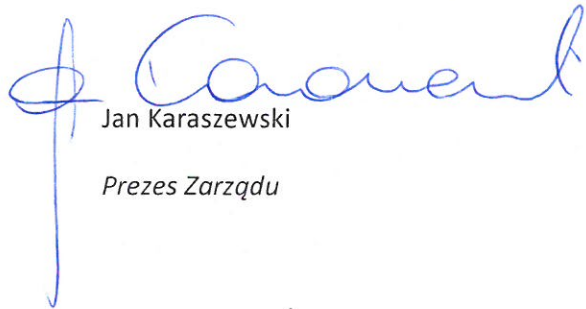
Spółka posiada też inne instrumenty finansowe, takie jak należności i zobowiązania z tytułu dostaw i usług, które powstają bezpośrednio w toku prowadzonej przez nią działalności.

Zarząd stosuje politykę kredytową, zgodnie z którą ekspozycja na ryzyko kredytowe jest monitorowana na bieżąco. Ocena wiarygodności kredytowej jest przeprowadzana w stosunku do wszystkich wymagających kredytowania powyżej określonej kwoty.

Spółka nie wymaga zabezpieczenia majątkowego od swoich klientów w stosunku do aktywów finansowych.

Na dzień bilansowy nie występowała znacząca koncentracja ryzyka kredytowego.

Warszawa, Data: 19.03.2021 R.



Jan Karaszewski

Prezes Zarządu