



FLY.pl S.A.

SKONSOLIDOWANY RAPORT ZA II KWARTAŁ 2012 r.

Skonsolidowany raport kwartalny za II kwartał został przygotowany przez emitenta zgodnie ze zmianami wprowadzonymi Uchwałą nr 363/2009 Zarządu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. z dnia 27 lipca 2009 roku w sprawie zmiany Uchwały nr 346/2007 Zarządu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. i zgodnie z załącznikiem do Uchwały nr 363/2009 Zarządu Giełdy – tekst jednolity „Informacje bieżące i okresowe przekazywane w alternatywnym systemie obrotu na rynku NewConnect” (wg stanu prawnego na dzień 20 czerwca 2012 r.).

SPIS TREŚCI

1. DANE EMITENTA

1.1 Wskazanie czasu trwania Emitenta

2. INFORMACJA O GRUPIE KAPITAŁOWEJ FLY.pl S.A.

2.1 Wskazanie Sądu Rejestrowego

2.2 Krótki opis historii Emitenta i podmiotu zależnego

2.3 Podstawowa działalność

2.4 Kapitał zakładowy

2.5 Władze Spółki

2.6 Struktura akcjonariatu

3. WYBRANE DANE FINANSOWE

4. ISTOTNE ZDARZENIA ORAZ CZYNNIKI MAJĄCE WPŁYW NA PREZENTOWANE WYNIKI FINANSOWE.

5. REALIZACJA STRATEGII MAJĄCEJ NA CELU ROZWÓJ PROWADZONEJ DZIAŁANOŚCI, W SZCZEGÓLNOŚCI POPRZEZ PODEJMOWANE DZIAŁANIA INNOWACYJNE.

6. PLANY I PRZEWIDYWANIA NA KOLEJNY KWARTAŁ.

7. STANOWISKO ODNOŚNIE DO MOŻLIWOŚCI ZREALIZOWANIA PUBLIKOWANYCH PROGNOZ WYNIKÓW NA DANY ROK W ŚWIETLE WYNIKÓW ZAPREZENTOWANYCH W DANYM RAPORCIE KWARTALNYM

1. Dane Emitenta

Firma:	FLY.PL S.A.
Forma prawna:	Spółka Akcyjna
Kraj siedziby:	Polska
Siedziba:	Warszawa
Adres:	ul. Marszałkowska 115, 00-102 Warszawa
Telefon:	+ 48 22 255 06 10
Faks:	+ 48 22 255 06 11
Adres poczty elektronicznej:	inwestorzy@fly.pl
Adres strony internetowej:	www.fly.pl
NIP:	5252528128
REGON:	146002313
KRS:	0000410606

1.1 Wskazanie czasu trwania Emitenta, jeżeli jest oznaczony

Czas trwania Emitenta nie jest oznaczony.

2. INFORMACJA O GRUPIE KAPITAŁOWEJ FLY.pl S.A.

Spółka Fly.pl S.A. została założona w dniu 10 listopada 2011 roku z zamiarem stworzenia grupy kapitałowej z przejmowanych podmiotów, które zajmują się usługami turystycznymi sprzedawanymi poprzez portale internetowe. Na dzień sporządzenia raportu kwartalnego jedynym podmiotem zależnym Emitenta jest Fly.pl Sp. z o.o., istotne są zatem również osiągnięcia tego podmiotu.

Prezentowane sprawozdanie skonsolidowane za II kwartał 2012 r. obejmuje Emitenta oraz:

- Fly.pl Sp. z o.o. – spółka zależna od Fly.pl S.A., w której posiada 100% udziałów (Sąd Rejonowy w Warszawie XII Wydział Gospodarczy KRS, nr 0000277164) - konsolidowana metoda pełną.
Fly.pl Sp. z o.o. jest spółką działającą w sektorze usług turystycznych sprzedawanych głównie poprzez kanał internetowy.

2.1 Wskazanie sądu, który wydał postanowienie o wpisie do właściwego rejestru, wraz z podaniem daty dokonania tego wpisu, a w przypadku, gdy Emitent jest podmiotem, którego utworzenie wymagało uzyskania zezwolenia - przedmiot i numer zezwolenia, ze wskazaniem organu, który je wydał

Wpis Emitenta w Rejestrze Przedsiębiorców KRS został dokonany przez sąd rejestrowy – Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, w dniu 07 lutego 2012 roku pod numerem 0000410606.

2.2 Krótki opis historii Emitenta i podmiotu zależnego

Spółka Fly.pl S.A. została założona w dniu 10 listopada 2011 roku z zamiarem stworzenia grupy kapitałowej z przejmowanych podmiotów, które zajmują się usługami turystycznymi sprzedawanymi poprzez portale internetowe. Na dzień sporządzenia sprawozdania finansowego jedynym podmiotem zależnym Emitenta jest Fly.pl Sp. z o.o.

Fly.pl Sp. z o.o. zawiązana została na mocy aktu notarialnego z dnia 25.01.2007 pod pierwotną nazwą Comvel Polska Sp. z o.o. Firma została powołana jako spółka córka niemieckiej spółki Comvel GmbH z siedzibą w Monachium, właściciela jednego z największych niemieckich przedsiębiorstw turystycznych www.weg.de. W dniu 26.06.2007 uruchomiona została strona internetowa www.fly.pl, przez którą spółka prowadzi sprzedaż usług turystycznych. Przeprowadzone zostały prace adaptacyjne innowacyjnych na polskim rynku informatycznych narzędzi dla branży turystycznej, dzięki którym internetowe biuro podróży Fly.pl uzyskało jako pierwsze na rynku możliwość dokonywania rezerwacji usług turystycznych online, czyli w czasie rzeczywistym z gwarancją całkowitej ceny i dostępności miejsca oraz płatnością online. Starannie dobrano partnerów handlowych, aby zagwarantować odpowiednią jakość produktu oferowanego klientom. Comvel Polska Sp. z o.o. podpisała umowy agencyjne z 46 najlepszymi touroperatorami działającymi na polskim rynku. Przeprowadzone zostały kampanie reklamowe w mediach zarówno online jak i offline mające na celu wypromowanie marki fly.pl.

Ze względu na fakt, iż specyfika polskiego rynku sprzedaży usług turystycznych okazała się zdecydowanie różna od niemieckiej – firma Comvel GmbH podjęła decyzję o wycofaniu się z polskiego rynku. W lutym 2010 roku niemiecki udziałowiec sprzedał 100% udziałów w Comvel Polska Sp. z o.o. Grzegorzowi Bosowskiemu, który od jej powstania zasiada w Zarządzie oraz pełni funkcję Dyrektora Zarządzającego. Grzegorz Bosowski następnie sprzedał 100% udziałów Comvel Polska spółce Urlopy.pl SA pozostając na stanowisku Prezesa Zarządu Comvel Polska Sp. z o.o. i od połowy roku 2010 rozpoczął się nowy etap w działalności firmy. Spółka zmieniła nazwę na Fly.pl Sp. z o.o. oraz opracowano nową strategię związaną z działalnością operacyjną.

Fly.pl Sp. z o.o. poczyniła inwestycje w nowy sprzęt oraz odpowiednią strukturę technologiczną dla Call Center. Wprowadzone zostały stałe zasady etyki biznesowej: wszyscy klienci otrzymują gwarancję najniższej ceny wycieczek, podawane są wyłącznie pełne i ostateczne ceny do zapłaty bez żadnych ukrytych dopłat, przy ofertach na stronie www.fly.pl prezentowane są rzetelnie opinie i zdjęcia klientów dotyczące hoteli i miejsc wakacyjnych. Konsekwencją wprowadzonych zmian był zdecydowany wzrost efektywności sprzedażowej. Zainicjowano również prace nad uruchomieniem nowej wersji serwisu internetowego www.fly.pl, poprzez który Fly.pl Sp. z o.o. prowadzi sprzedaż usług turystycznych. Zredukowane zostały koszty działalności operacyjnej o ponad 1 mln PLN, jednocześnie zwiększone zostały przychody ze sprzedaży.

W lipcu 2011 została uruchomiona nowa odsłona serwisu internetowego www.fly.pl. Serwis bazuje na unikalnym, autorskim rozwiązaniu wyszukiwarki tzw. Internet Booking Engine opartym o nowoczesną technologię MDS Webservice. Nowa odsłona serwisu www.fly.pl spełnia najnowsze wymogi pod kątem intuicyjnej funkcjonalności, użyteczności, pozycjonowania oraz niezawodności działania.

Z powodu dynamicznego rozwoju w lipcu 2011 Fly.pl Sp. z o.o. została przeniesiona do nowej siedziby przy ul. Marszałkowskiej 115 w Warszawie, gdzie otwarty został

również jedyny firmowy salon sprzedaży Fly.pl. Tradycyjna forma sprzedaży ma wesprzeć internetową dystrybucję ofert, uwiarygodnić markę oraz poszerzyć grupę klientów o turystów wciąż obawiających się płatności internetowych i preferujących zakup wycieczki w tradycyjnym biurze podróży.

Fly.pl Sp. z o.o została przejęta w całości przez Fly.pl S.A. w dwóch etapach:

1 etap – w ramach zawiązania Emitenta z dnia 10 listopada 2011 roku, jego główny udziałowiec Urlopy.pl S.A. wniósł wkład niepieniężny w postaci 510 udziałów Fly.pl Sp. z o.o.

2 etap – w ramach umowy sprzedaży udziałów z dnia 18 listopada 2011 roku Emitent zakupił 491 udziałów Fly.pl Sp. z o.o. od Urlopy.pl S.A.

2.3 PODSTAWOWA DZIAŁALNOŚĆ

Według Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD 2007) Fly.pl SA posiada PKD 7911B – Działalność pośredników turystycznych.

2.4 KAPITAŁ ZAKŁADOWY

Na dzień 30.06.2012 r. kapitał zakładowy Fly.pl S.A. wynosił 4 154 500 zł i dzielił się na:

- 20 400 000 akcji A ;

- 19 645 000 akcji B ;

- 1 500 000 akcji C

o wartości nominalnej 0,10 zł każda.

Na dzień 30.06.2012 r. kapitał zakładowy spółki zależnej - Fly.pl Sp. z o.o. wynosił 1 001 000,00 zł i dzielił się na 1001 udziałów po 1000 zł każdy.

Kapitał zakładowy Emitenta – Fly.pl S.A. na dzień sporządzenia raportu okresowego

	Liczba akcji (szt.)	Udział w kapitale zakładowym (%)	Liczba głosów	Udział w ogólnej liczbie głosów (%)
Seria A	20 400 000	49,10%	20 400 000	49,10%
Seria B	19 645 000	47,29%	19 645 000	47,29%
Seria C	1 500 000	3,61%	1 500 000	3,61%
Suma	41 545 000	100,00%	41 545 000	100,00%

2.5 WŁADZE SPÓŁKI

- **Zarząd spółki Fly.pl SA**

Imię i nazwisko	Stanowisko	Kadencja	
		Od	do
Agnieszka Gujgo	Prezes Zarządu	10.11.2011 r.	08.05.2012 r.
Robert Ogrodnik	Prezes Zarządu	8.05.2012 r.	nadal

Uchwałą NR 1/05/2012 z dnia 05.05.2012 r. wobec złożenia rezygnacji przez Panią Agnieszkę Gujgo z pełnienia funkcji Prezesa Zarządu Spółki, Rada Nadzorcza Fly.pl SA powołała do pełnienia funkcji Prezesa Zarządu P. Roberta Ogrodnika.

- **Rada Nadzorcza Fly.pl SA**

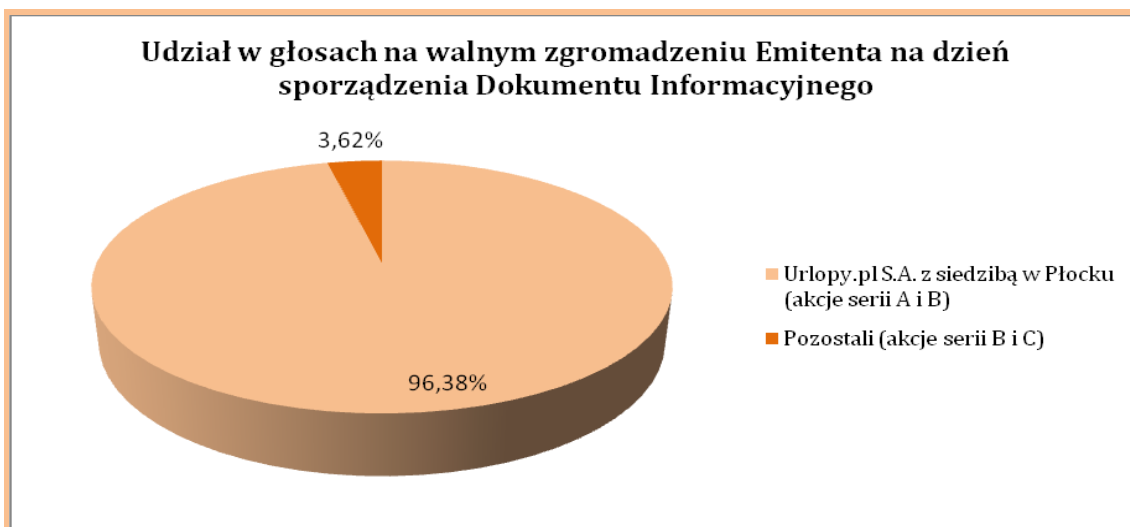
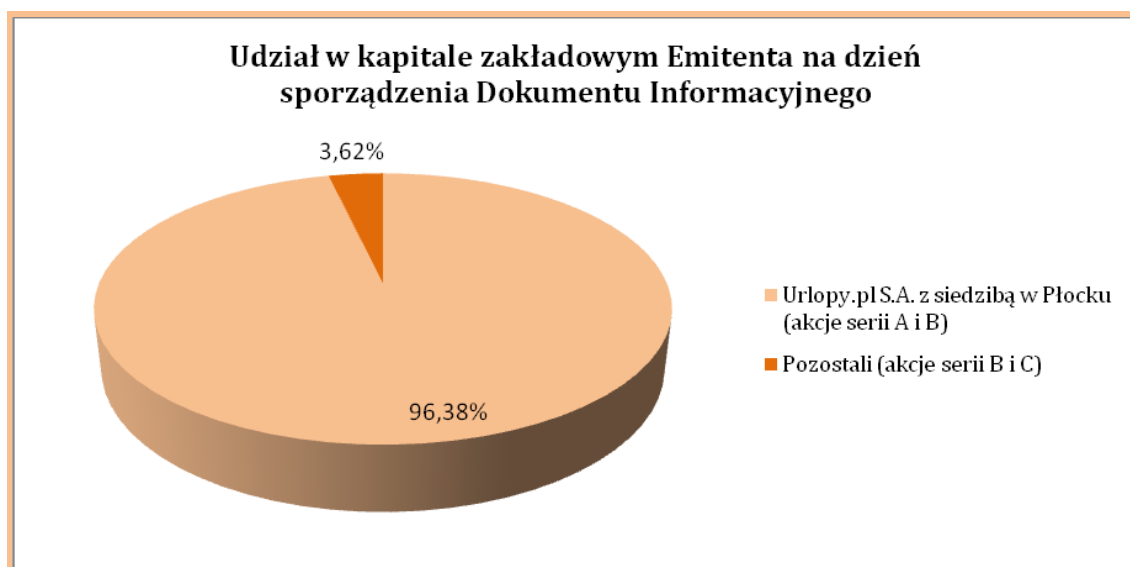
Imię i Nazwisko	STATUS
Wojciech Hetkowski	Przewodniczący Rady Nadzorczej
Damian Patrowicz	Członek Rady Nadzorczej
Małgorzata Patrowicz	Członek Rady Nadzorczej
Jacek Koralewski	Członek Rady Nadzorczej
Marianna Patrowicz	Członek Rady Nadzorczej
Piotr Kulczycki	Członek Rady Nadzorczej

2.6 STRUKTURA AKCJONARIATU

Akcjonariusze spółki Fly.pl SA

Wyszczególnienie akcjonariuszy posiadających co najmniej 5% udziału w kapitale zakładowym oraz głosach na WZ

Akcjonariusz	Seria akcji	Liczba akcji	Liczba głosów	Udział w kapitale zakładowym	Udział w ogólnej liczbie głosów
Urlopy.pl S.A. z siedzibą w Płocku	A	20 400 000	20 400 000	49,10%	49,10%
	B	19 640 000	19 640 000	47,27%	47,27%
	Łącznie A i B	40 040 000	40 040 000	96,38%	96,38%
Pozostali	B	5 000	5 000	0,01%	0,01%
	C	1 500 000	1 500 000	3,61%	3,61%
	Łącznie B i C	1 505 000	1 505 000	3,62%	3,62%
Suma		41 545 000	41 545 000	100,00%	100,00%



3. WYBRANE DANE FINANSOWE

Wybrane dane finansowe ze skonsolidowanego bilansu oraz skonsolidowanego rachunku zysków i strat

w tys. zł.

(wyszczególnienie)	stan na 30.06.2012	stan na 10.11.2011*
Kapitał (fundusz) własny	3951	2040
Należności długoterminowe	0	0
Należności krótkoterminowe	748	0
Środki pieniężne i inne aktywa pieniężne	956	0
Zobowiązania długoterminowe	0	0
Zobowiązania krótkoterminowe	2284	0
Amortyzacja	14	0

*Dane porównywalne na dzień zawiązania Spółki (emitenta)

w tys. zł.

(wyszczególnienie)	2012 r. Od 01.04.2012 do 30.06.2012	2011 r. Od 01.04.2011 do 30.06.2011	2012 r. narastająco Od 10.11.2011 do 30.06.2012	2011 r. narastająco Od 01.01.2011 do 30.06.2011**
Przychody netto ze sprzedaży	825	0	1368	0
Zysk (strata) na sprzedaży	-115	0	-125	0
Zysk (strata) na działalności operacyjnej	-23	0	-33	0
Zysk (strata) brutto	-237	0	-595	0
Zysk (strata) netto	-237	0	-595	0
Zysk (strata) netto bez uwzględnienia odpisu wartości firmy ¹	-23	0	-32	0

**Spółka nie posiada okresu porównawczego, ponieważ pierwszym rokiem obrotowym jest 2012, rozpoczynający się 10.11.2011 a kończący się 31.12.2012r

¹Spółka jest zobowiązana do okresowego dokonywania odpisu wartości firmy.

Wybrane dane finansowe z jednostkowego bilansu oraz rachunku zysków i strat emitenta

w tys. zł.

(wyszczególnienie)	stan na 30.06.2012	stan na 10.11.2011*
Kapitał (fundusz) własny	4737	2040
Należności długoterminowe	0	0
Należności krótkoterminowe	6	0
Środki pieniężne i inne aktywa pieniężne	747	0
Zobowiązania długoterminowe	0	0
Zobowiązania krótkoterminowe	0	0
Amortyzacja	0	0

*Dane porównywalne na dzień zawiązania Spółki (emitenta)

w tys. zł.

(wyszczególnienie)	2012 r. Od 01.04.2012 do 30.06.2012	2011 r. Od 01.04.2011 do 30.06.2011	2012 r. narastająco Od 10.11.2011 do 30.06.2012	2011 r. narastająco Od 01.01.2011 do 30.06.2011**
Przychody netto ze sprzedaży	0	0	0	0
Zysk (strata) na sprzedaży	-11	0	-19	0
Zysk (strata) na działalności operacyjnej	-11	0	-19	0
Zysk (strata) brutto	-7	0	-16	0
Zysk (strata) netto	-7	0	-16	0

**Spółka nie posiada okresu porównawczego, ponieważ pierwszym rokiem obrotowym jest 2012, rozpoczynający się 10.11.2011 a kończący się 31.12.2012r.

Przychody ze sprzedaży produktów (za okres 6 miesięcy) wynosiły 1 368 tys. W II kwartale 2012r. przychody wynosiły 825 tys. zł i wrosły w stosunku do poprzedniego kwartału o 52 %. W miesiącu czerwcu przychody ze sprzedaży spółki zależnej, wrosły w porównaniu do okresu analogicznego roku ubiegłego o 26 %.

Okres pierwszego półrocza jest to czas intensywnej sprzedaży i jednocześnie okres zwiększonych kosztów z tym związanych, natomiast rozliczenia części sprzedaży (z II kwartału) i z tym związane przychody nastąpią w III kwartale.

Strata wykazana w danych skonsolidowanych wynika w przeważającej wysokości z dokonanego odpisu wartości firmy. Strata narastająco w całym półroczu bez uwzględnienia odpisu wartości firmy w wysokości 32 tys. zł jest efektem poniesionych wydatków na marketing w celu spopularyzowania strony i znacznego zwiększenia sprzedaży usług turystycznych. Kampanie promocyjne Fly.pl prowadzone były zarówno

w Internecie jak i, co nie jest powszechne wśród przedsiębiorstw internetowych, również w tzw. outdoorze. Formuła ta, pozwoliła zwiększać rozpoznawalność marki oraz pozyskiwać nowych klientów, którzy nie poszukują ofert podróży w Internecie. Pozwoliło to na ponad 52% wzrost przychodów ze sprzedaży w okresie sprawozdawczym..

Przychody ze sprzedaży Fly.pl Sp. z o.o. w okresie styczeń – czerwiec 2012r.



Przychody ze sprzedaży Fly.pl Sp. z o.o. za I półrocze 2011 i 2012r.



4. ISTOTNE ZDARZENIA ORAZ CZYNNIKI MAJĄCE WPŁYW NA PREZENTOWANE WYNIKI FINANSOWE

1. Dnia 13.03.2012r. Uchwałą nr 3 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy dokonano podwyższenia kapitału zakładowego Spółki o 1 500 000,00 zł

tj. z kwoty 4 004 500,00 zł do kwoty 4 154 500,00 zł. Podwyższenie kapitału zostało uchwalone w drodze emisji akcji serii C w liczbie 1 500 000 o wartości nominalnej 0,10 zł każda. Cena emisyjna akcji serii C została ustalona w wysokości 0,50 zł.

2. Uchwałą nr 4 z dnia 13.03.2012r Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki wyraziło zgodę na ubieganie się o wprowadzenie akcji serii B i C oraz PDA dla akcji serii C do obrotu zorganizowanego w Alternatywnym Systemie Obrotu (rynek New Connect). Wyrażono zgodę na dematerializację akcji Spółki serii B i C oraz PDA dla akcji serii C w rozumieniu przepisów ustawy o obrocie instrumentami finansowymi.
3. Dnia 21.03.2012r Zarząd Fly.pl S.A. zawarł umowy z PKO BP Dom Maklerski w zakresie:
 - pełnienia funkcji animatora na rynku NewConnect
 - pełnienia funkcji agenta emisji
4. W związku z wykonaniem Uchwały nr 3 z dnia 13.03.2012 roku Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki pod firmą: FLY.PL Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie w sprawie: zmiany umowy spółki wyemitowano 1 500 000 (słownie: jeden milion pięćset tysięcy) akcji serii C. Akcje serii C wyemitowane zostały w trybie art. 431 § 2 pkt. 1 Kodeksu Spółek Handlowych, tj. w trybie subskrypcji prywatnej.

Cena emisyjna akcji serii C została ustalona na poziomie 0,50 zł (słownie: pięćdziesiąt groszy) za jedną akcję.

Subskrypcja prywatna została rozpoczęta 22 marca 2012 r. i została zamknięta przedterminowo w dniu 27 marca 2012 r. w związku ze złożeniem w dniu 26 marca zapisów przekraczających całkowitą ilość akcji objętych prywatną subskrypcją.

Zapisy w ramach subskrypcji złożyło 14 inwestorów. W wyniku zawarcia umów objęcia akcji, objętych zostało 1 500 000 (słownie: jeden milion pięćset tysięcy) akcji serii C. Akcje zostały objęte przez 11 inwestorów (w tym podmiot pełniący funkcję Animatora Rynku, w wyniku realizacji obowiązku, o którym mowa w § 7 ust. 4 Regulaminu ASO).

Przydziału akcji dokonano 27 marca 2012 roku.

Subskrypcja akcji serii C została objęta redukcją. Jeden zapis złożony 26 marca został objęty redukcją – stopa redukcji 2,08%. Natomiast 3 osobom, które złożyły zapisy 27 marca nie przydzielono akcji ze względu na fakt, że wszystkie akcje zostały objęte już zapisami w dniu 26 marca.

5. Dnia 08.05.2012r Uchwałą nr 1/05/2012 Rada Nadzorcza Emitenta, na skutek złożonej rezygnacji odwołała z funkcji Prezesa Zarządu P. Agnieszkę Gujgo.
6. W dniu 08.05.2012r Uchwałą nr 2/05/2012 Rada Nadzorcza powołała do pełnienia funkcji Prezesa Zarządu P. Roberta Ogrodnika.
7. Dnia 14.06.2012r Zarząd Krajowego Depozytu Papierów Wartościowych S.A. w Warszawie Uchwałą nr 439/12, po rozpatrzeniu wniosku Spółki postanowił:
 - przyznać Spółce Fly.pl S.A. statut uczestnika Krajowego depozytu Papierów Wartościowych
 - przyjąć do depozytu papierów wartościowych 21 145 000 akcji zwykłych na okaziciela Spółki o wartości nominalnej 0,10 zł każda (w tym 19 645 000 akcji serii B i

1 500 000 akcji serii C) pod warunkiem wprowadzenia tych akcji do alternatywnego systemu obrotu.

8. Dnia 23.07.2012r Uchwałą nr 726/2012 Zarząd Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. postanowił wprowadzić do alternatywnego systemu obrotu na rynku NewConnect akcje na okaziciela Emitenta o wartości nominalnej 0,10 zł każda. Zostały wprowadzone akcje serii B – 19 645 000 oraz akcje serii C – 1 500 000. – Raport bieżący nr 3/2012 z dnia 24.07.2012r
9. Uchwałą nr 736/2012 z dnia 25.07.2012r Zarząd Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie wyznaczył dzień 27.07.2012r, jako dzień pierwszego notowania na rynku NewConnect akcji serii B i C Emitenta. – Raport bieżący nr 4/2012 z dnia 26.07.2012r

5. STRATEGIA W OBSZARZE ROZWOJU PROWADZONEJ DZIAŁALNOŚCI, W SZCZEGÓLNOŚCI POPRZEZ PODEJMOWANE DZIAŁANIA INNOWACYJNE

Działalność Spółki Fly.pl S.A. aktualnie opiera się o zarządzanie podmiotem zależnym (Emitent posiada 100% udziałów) Fly.pl Sp. z o.o.

W działalności Fly.pl Sp. z o.o. jednym z kluczowych czynników, decydujących o sukcesie rynkowym są działania marketingowe. W sektorze internetowym, w którym operuje Fly.pl przewaga konkurencyjna jest zdobywana poprzez prowadzenie odpowiedniej polityki cenowej (w tym rabatowej), aktywność w obszarze reklamy i promocji, a także budowa wizerunku Spółki i jej pozycjonowanie względem konkurencji. Fly.pl w zakresie dotychczasowej działalności stosowała następujące działania marketingowe:

- polityka cenowa,
 - Gwarancja najniższej ceny
 - Prezentacja cen końcowych
 - Ceny produktów sprzedawanych dla odbiorców grupowych
- marketing w Internecie,
- marketing tradycyjny,
- marketing w segmencie B2B,
- marketing w segmencie partnerów handlowych,
- marketing kooperacyjny,
- nagrody i wyróżnienia.

Ważnym elementem strategicznym w przyjętym modelu działania Fly.pl S.A. jest brak ekspozycji na ryzyko walutowe. Podmiot zależny FLY.PL Sp. z o.o. działa jako agent, a nie organizator wakacji. Dlatego też całością ryzyk związanych z walutami, ich zakupem, zabezpieczeniem, spreadami itp. zajmują się dostawcy (touroperatorzy), a nie FLY.PL. Niektórzy organizatorzy przenoszą część ryzyka ze swoich kontraktów na końcowych klientów i ujmuje zasady ich rozliczania w „Umowach o świadczenie usług turystycznych”. Jednak u większości organizatorów klienci mogą się zabezpieczyć od niestabilności walut wykupując „Gwarancję niezmienności ceny” czyli rodzaj ubezpieczenia od wahań kursowych. Również i w tym przypadku nie istnieje dla FLY.PL ekspozycja na ryzyko walutowe, a ewentualne dokupienie przez klienta ubezpieczenia niezmienności ceny jest dodatkową sprzedażą dla FLY.PL Sp. z o.o., powiększającą obrót i marżę.

Dzięki zastosowaniu opisanego sposobu funkcjonowania w złotym polskim FLY.PL Sp. z o.o. w ogóle nie jest w żaden sposób zaangażowane w zarządzanie ryzykiem kursowym czy walutowym.

Działalność Spółki Fly.pl S.A. aktualnie opiera się o zarządzanie podmiotem zależnym (Emitent posiada 100% udziałów) Fly.pl Sp. z o.o.

Model sprzedaży we Fly.pl Sp. z o.o. jest oparty na trzech kanałach dystrybucji:

1) sprzedaż poprzez autorskie rozwiązanie on-line: Internet Booking Engine, działający na witrynie internetowej www.fly.pl

Wszystkie dane od organizatorów (touroperatorów, linii lotniczych, hoteli itp.) trafiają do jednej centralnej bazy danych Fly.pl Sp. z o.o.. Dane sprzedażowe są wielopłaszczyznowe. Fly.pl Sp. z o.o. we własnym zakresie przetwarza te dane i prezentuje na stronie internetowej fly.pl w postaci łatwej, intuicyjnej i funkcjonalnej przeglądarki dla klienta. Proces znajdowania, przeglądania i zakupu produktów na fly.pl jest bardzo prosty nawet dla mniej świadomych, czy słabiej zaawansowanych technicznie użytkowników. Użytkownik może też w dowolnym momencie skorzystać z telefonicznej pomocy specjalisty Fly.pl Sp. z o.o. w Centrum Rezerwacji, albo wysłać ze strony wiadomość z prośbą o oddzwonienie na swój numer przez konsultanta Fly.pl Sp. z o.o., lub przesłanie ofert na pocztę e-mail.

Wszystkie dane dotyczące transakcji, bądź jakichkolwiek danych wrażliwych, w tym danych osobowych są przesyłane przez klienta za pomocą bezpiecznych narzędzi.

Ten obszar Fly.pl Sp. z o.o. funkcjonuje nieprzerwanie, 24 godziny na dobę, z pełną funkcjonalnością typu sprzedaż on-line. Klienci mogą dokonywać rezerwacji i automatycznych płatności przez internet w dowolnym czasie. Zakup produktów we Fly.pl Sp. z o.o. można opłacać w dowolny, wybrany przez klienta, najdogodniejszy dla niego sposób: kartami kredytowymi, kartami wypukłymi, kartami płaskimi, kartami typu „elektron”, przelewami automatycznymi, przelewami półautomatycznymi, wszelkimi dostępnymi na rynku przelewami typu „e-płatność”, np. „m-transfer”, przelewem tradycyjnym, gotówką na pocztę, a nawet gotówką w kasie. Fly.pl Sp. z o.o. współpracuje w tym zakresie z dwoma renomowanymi dostawcami elektronicznych systemów płatności. Dualizm zastosowanych rozwiązań pozwala na rotowanie płatnościami i wybór korzystniejszego dla Fly.pl Sp. z o.o. sposobu ze względu na koszt transakcji. Zastosowane na Fly.pl Sp. z o.o. rozwiązania automatycznie podpowiadają i kierują klienta na najkorzystniejsze i jednocześnie bezkosztowe dla Fly.pl Sp. z o.o. rozwiązanie: przelew bankowy bezpośrednio na rachunek Fly.pl Sp. z o.o.

Przygotowane narzędzia i rozwiązania technologiczne pozwalają na realizowanie dowolnej liczby operacji i transakcji w tym samym czasie. Poczynione przez Fly.pl Sp. z o.o. w 2010 i 2011 inwestycje w nowy Internet Booking Engine pozwoliły wielokrotnie zwiększyć ruch na stronie i liczbę zawieranych transakcji bez konieczności ponoszenia dodatkowych kosztów z tym związanych.

2) sprzedaż poprzez Telefoniczne Centrum Rezerwacji - call center FLY.PL Sp. z o.o.

Fly.pl Sp. z o.o. prowadzi sprzedaż telefoniczną poprzez zastosowanie profesjonalnych narzędzi i rozwiązań informatycznych:

- cyfrowa centrala telefoniczna, w pełni automatycznie zbierająca i przetwarzająca ruch telefoniczny i transferująca ten ruch na stanowiska operatorskie
- autorskie rozwiązanie informatyczne dopasowujące oprogramowanie zarządzające centralą telefoniczną do potrzeb branży turystycznej i specyfiki Fly.pl Sp. z o.o.
- zaawansowany system monitorujący i raportujący ruch telefoniczny na wszystkich liniach
- system automatycznych i półautomatycznych zapowiedzi głosowych
- drzewo typu „IVR” – kreujące ścieżkę poruszania się klienta po funkcjach systemowych w czasie rozmowy
- pula numeryczna rotujących realnych i wirtualnych numerów telefonicznych, w tym ulgowe numery typu „801”, jak i „tradycyjne” numery telefonii stacjonarnej
- zespół przeszkolonych konsultantów – sprzedawców ofert turystycznych przez telefon

Call Center Świadczy także wsparcie dla użytkowników strony internetowej fly.pl. Zastosowane rozwiązania techniczne pozwalają na dowolne zarządzanie liczbą konsultantów dostępnych on-line, jak również dają możliwości dowolnej organizacji „lotnych” stanowisk pracy – także pracę na odległość, logowanie się do systemu z dowolnego miejsca.

Poprzez stanowiska pracy w Centrum Rezerwacji Fly.pl Sp. z o.o. posiada także bezpośredni dostęp w trybie on-line do systemów rezerwacyjnych organizatorów, linii lotniczych i innych dostawców. Ma to kluczowe znaczenie i jednocześnie pozwala na szybkie i efektywne działania sprzedażowe między innymi w następujących przypadkach:

- realizacja wyjazdów typu „last minute”
- wyjazdy typu „ostatnie miejsca” i inne oferty krótkoterminowe
- realizacja nietypowych zapytań, czy oczekiwań klienta dotyczących organizacji podróży, np. nietypowy czas pobytu, niestandardowe świadczenia
- organizacja wyjazdów grupowych
- organizacja wyjazdów typu „incentive”: spotkania integracyjne, wyjazdy motywacyjne itp.
- sprzedaż i obsługa podróży służbowych
- realizacja wszelkich innych zapytań nietypowych, niedostępnych standardowo na stronie internetowej fly.pl i wszelkie inne produkty „szyte dla klienta na miarę”

Przygotowane narzędzia i rozwiązania technologiczne pozwalają na realizowanie dowolnej liczby połączeń telefonicznych przychodzących i wychodzących w tym samym czasie. Przyjęty model pozwala na znaczną optymalizację kosztów w zakresie obsługi klienta i zminimalizowanie czynnika ludzkiego we wszystkich obszarach działalności Fly.pl Sp. z o.o..

3) sprzedaż bezpośrednia przez Punkt Obsługi Klienta

Fly.pl Sp. z o.o. posiada jeden, bezpośredni Punkt Obsługi Klienta, zlokalizowany w prestiżowej lokalizacji Warszawy – w Śródmieściu, na ulicy Marszałkowskiej 115, przy Placu Bankowym.

Sprzedaż jest realizowana w tradycyjny sposób, poprzez doradców, fizycznie obecnych na miejscu w biurze i bezpośredni kontakt klienta z nimi. Fly.pl Sp. z o.o. posiada bezpośrednio pod biurem kilka bezpłatnych miejsc parkingowych dla swoich klientów. Wejście do biura jest bezpośrednio z ulicy, w ramach wynajmowanych powierzchni wydzielono osobną strefę klienta organizując profesjonalne, stacjonarne biuro podróży. Potencjał sprzedawców POK jest również wykorzystywany w pozostałych obszarach działalności Fly.pl Sp. z o.o.: w

przypadku braku klientów w biurze są oni włączani do centrali telefonicznej i realizują wszystkie zadania Centrum Rezerwacji, opisanego w pkt.2

Ta działalność jest prowadzona głównie ze względu na:

- ciągle silną na polskim rynku potrzebę „uwiarygodnienia się” firm internetowych. Dzięki istnieniu tego POK, a także komunikacji tego faktu do klienta cała działalność Fly.pl Sp. z o.o. zyskuje na wiarygodności – klient ma pewność, że firma nie jest „wirtualna”, posiada normalną, fizyczną siedzibę, można ją osobiście odwiedzić. Tego rodzaju potrzeby przed podjęciem decyzji zakupowej wykazują głównie klienci w starszym wieku, a także mniej doświadczeni użytkownicy Internetu.
- świadczenie usług na potrzeby klientów z Warszawy i okolic, czyli jednego z największych pod względem potencjału nabywczego rynków w Polsce.

6. PLANY I PRZEWIDYWANIA NA KOLEJNY KWARTAŁ.

Fly.pl S.A. została założona w celu stworzenia grupy kapitałowej poprzez przejęcia z rynku podmiotów świadczących usługi turystyczne przez internet. W tym celu został przejęty przez Emitenta pierwszy podmiot w postaci Fly.pl Sp. z o.o. Emitent planuje kolejne przejęcia w najbliższych dwóch, trzech latach realizowane ze środków pozyskanych w ramach niepublicznej emisji akcji serii C.

Zatwierdzona przez Emitenta strategia Fly.pl Sp. z o.o. zakłada dalszy dynamiczny rozwój sprzedaży w Internecie i nie przewiduje budowania tradycyjnej, stacjonarnej sieci sprzedaży poza posiadany biurowiec w Warszawie. Wszystkie oferowane produkty świetnie nadają się do sprzedaży poprzez kanał internetowy i nie ma potrzeby posługiwania się siecią typu POK. Internet jest najbardziej optymalną pod względem kosztowym formą dystrybucji oferty turystycznej. Produkt turystyczny jest czystą usługą, z odroczonym w czasie terminem realizacji. W przyjętej strategii Fly.pl S.A. uznaje, że niecelowe na obecnym etapie rozwoju rynku inwestowanie w stacjonarne, wyjątkowo kosztochłonne biura podróży przez Fly.pl Sp. z o.o. i podmioty planowane do przejęcia. Dzięki takiej polityce podmioty z tworzonej grupy kapitałowej Fly.pl S.A. będą omijać dwie kosztowe pułapki, w które wpadło wielu rynkowych graczy z tej samej kategorii:

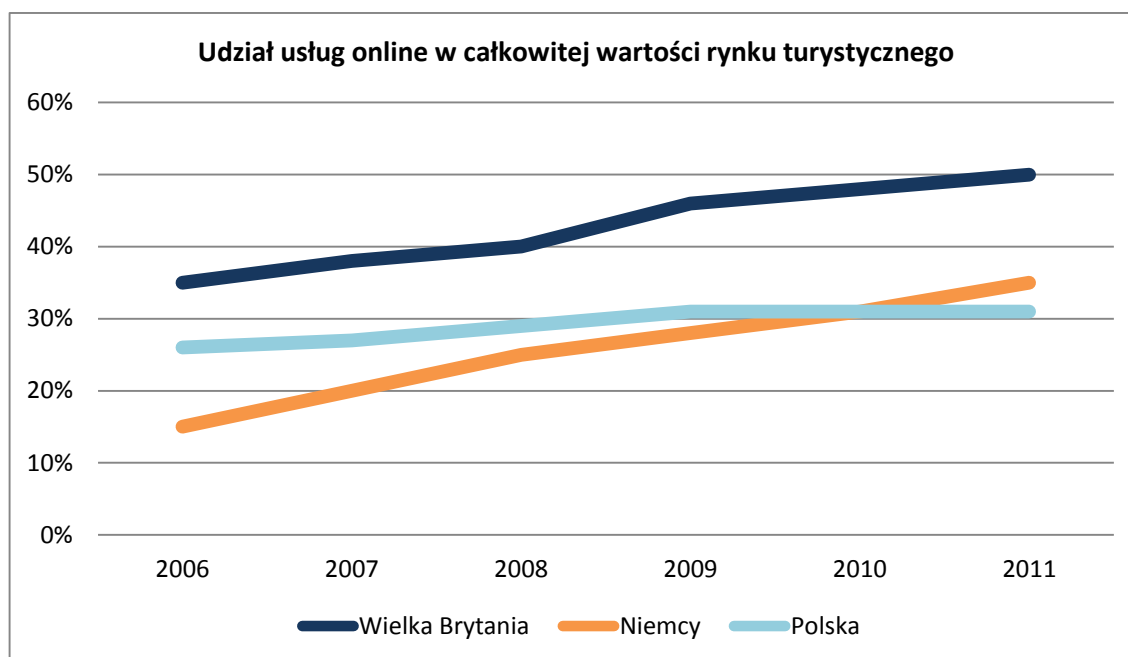
- umowy najmu powierzchni w centrach handlowych, wiążące się z wysokimi czynszami, opłatami marketingowymi i bardzo na ogół niekorzystnymi dla wynajmującego warunkami najmu: wieloletnie kontrakty, brak możliwości wypowiedzenia umowy, wysokie kary za naruszenia umów,
- umowy o pracę z ogromną liczbą pracowników, potrzebnych, aby utrzymać każdy POK, również ze względu na wydłużone godziny pracy centrów handlowych (na ogół od 08.00 do 21.00 we wszystkie dni robocze, łącznie ze świętami itp.).

Ogromne koszty generowane przez dwa wyżej wymienione obszary w podmiocie zależnym od Emitenta Fly.pl Sp. z o.o. i planowanych do przejęcia jeżeli będą występować to w minimalnej wysokości w postaci siedzib central czy jednego POKu przy centrali.

Brak jest też uzasadnienia biznesowego dla uruchamiania i utrzymywania tradycyjnej sieci sprzedaży- produktem w turystyce jest usługa, nie wymaga ona obejrzenia, ani „dotknięcia” przez klienta. Wszystkie funkcje doradcze w procesie decyzyjnym i zakupowym są zapewnione poprzez odpowiednią budowę strony internetowej i znajdujących się na niej narzędzi oraz pomoc realnych konsultantów telefonicznych.

Strategia FLY.PL S.A. jest oparta na działalności podmiotów zależnych w Internecie, w przypadku Fly.pl Sp. z o.o. poprzez witrynę www.fly.pl oraz wsparcie sprzedaży internetowej przez Centrum Rezerwacji i jeden stacjonarny POK w Warszawie.

Strategia przyjęta dla tworzonej grupy kapitałowej Fly.pl S.A. wpisuje się znakomicie w światowe trendy branży turystycznej i oczekiwane zmiany w strukturze sprzedaży w segmencie turystycznym w Polsce i na świecie.



Źródło: PhoCusWright Inc. i Euromonitor International

7. STANOWISKO ODNOŚNIE DO MOŻLIWOŚCI ZREALIZOWANIA PUBLIKOWANYCH PROGNOZ WYNIKÓW NA DANY ROK W ŚWIELE WYNIKÓW ZAPREZENTOWANYCH W DANYM RAPORCIE KWARTALNYM.

Zarząd Spółki Fly.pl SA z siedzibą w Warszawie ul. Marszałkowska 115 (dalej Spółka) jako Spółki nadrzędnej wobec Fly.pl Sp. z o.o. informuje, iż wedle jego najlepszej wiedzy, wybrane informacje finansowe za II kwartał 2012 roku, sporządzone zostały zgodnie z przepisami obowiązującymi Spółkę, oraz że prognozy na rok 2012 publikowane przez Spółkę, w ocenie Zarządu są możliwe do zrealizowania.

Prezes Zarządu
Fly.pl S.A.
Robert Ogrodnik