

Sprawozdanie Zarządu z działalności

1. Informacje podstawowe

Nazwa:	BASEIG S.A. (poprzednik prawny BASEIG sp. z o.o.)
Adres:	ul. Święty Marcin 28/41 61-805 Poznań
E-mail:	office@baseig.com
Adres internetowy:	www.baseig.com
REGON:	524870296
NIP:	7831877465
KRS:	0001161462 (poprzednik prawny 0001028167)
Oznaczenie Sądu:	Sąd Rejonowy Poznań - Nowe Miasto i Wilda w Poznaniu, VIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego

Kapitał zakładowy na 31.12.2024

Kapitał zakładowy: 5000,00 zł

Kapitał zakładowy na dzień przekazania raportu

Kapitał zakładowy:	128 571,50 zł
Liczba akcji:	1 285 715
Cena nominalna akcji:	0,10 zł

ZARZĄD na 31.12.024:

Prezes Zarządu – Kamil Moliński

ZARZĄD na dzień przekazania raportu:

Prezes Zarządu – Kamil Stanek
Członek Zarządu – Kamil Moliński
Członek Zarządu – Gianluca Acquasanta-Rassumowski

RADA NADZORCZA na 31.12.2024

BRAK

RADA NADZORCZA na dzień przekazania raportu

Paweł Maślarz – Członek Rady Nadzorczej
Tomasz Chęciński – Członek Rady Nadzorczej
Wojciech Wojciechowski – Członek Rady Nadzorczej
Radosław Iwaszko – Członek Rady Nadzorczej
Radosław Gościński – Członek Rady Nadzorczej

2. Komentarz dotyczący aktualnej i przewidywanej sytuacji finansowej

W 2024 roku Spółka osiągnęła przychody netto ze sprzedaży w wysokości **544 024,60 zł**, co oznacza wzrost o **307 781,69 zł** (+130,3%) w porównaniu do roku 2023 (236 242,91 zł). Wzrost przychodów wynikał głównie z intensyfikacji działalności operacyjnej oraz realizacji nowych kontraktów.

Rok 2024 zakończył się dodatnim wynikiem netto **276 407,20 zł**, podczas gdy w roku poprzednim odnotowano stratę netto -18 524,77 zł. Osiągnięty wynik pozwolił na znaczącą odbudowę kapitałów własnych z poziomu ujemnego (-13 424,77 zł) w 2023 roku do **440 911,73 zł** na koniec 2024 roku.

W strukturze aktywów na koniec 2024 roku dominowały **długoterminowe rozliczenia międzyokresowe** o wartości **492 811,48 zł**, stanowiące 79,6% sumy bilansowej (619 014,13 zł). Wzrost ten związany jest z prowadzoną inwestycją w postaci tworzenia autorskiego oprogramowania **AI INFLU** na potrzeby Spółki, mającego strategiczne znaczenie dla dalszego rozwoju i budowania przewagi konkurencyjnej. Ponadto, w 2024 roku Spółka dokonała **korekty ewidencji** w związku z nieprzebiegiem w 2023 roku części środków dotyczących środków trwałych w budowie z pozycji „usługi obce” do właściwej kategorii długoterminowe rozliczenia międzyokresowe. Korekta ta wynikała z wcześniejszych błędów księgowych i błędnej kwalifikacji kosztów, a jej wartość wyniosła **178 029,30 zł**.

Skala działalności Spółki uległa istotnemu zwiększeniu – suma bilansowa wzrosła z **173 088,34 zł** na koniec 2023 roku do **619 014,13 zł** w 2024 roku, co oznacza ponad trzykrotny wzrost wartości aktywów. Poprawa ta została osiągnięta bez istotnego zwiększenia poziomu zobowiązań, co świadczy o bezpiecznym modelu finansowania rozwoju.

Głównymi pozycjami kosztów w 2024 roku były **wynagrodzenia pracowników – szwaczek oraz koszty produkcji odzieży realizowanej na zamówienia klientów**. Struktura kosztów odzwierciedla profil działalności Spółki, w której kluczowe znaczenie ma działalność wytwórcza oparta na pracy wykwalifikowanego personelu oraz produkcji odzieży zgodnie z indywidualnymi potrzebami odbiorców.

Osiągnięte wyniki potwierdzają stabilizację sytuacji finansowej Spółki oraz stworzenie solidnych podstaw do dalszego, dynamicznego rozwoju w kolejnych okresach sprawozdawczych.

3. Zdarzenia istotnie wpływające na działalność jednostki, które wystąpiły w roku obrotowym, a także po jego zakończeniu, do dnia zatwierdzenia sprawozdania finansowego

W sierpniu 2024 r., po zmianie obsługi księgowej, Spółka zidentyfikowała błąd w zakresie księgowania kosztów produkcji autorskiego oprogramowania „AI INFLU” przez poprzednią księgowość. Wydatki, które powinny zostać ujęte jako długoterminowe rozliczenia międzyokresowe, zostały błędnie zakwalifikowane do usług obcych. Dokonana korekta w wysokości 178.029,30 zł przeniosła te koszty do właściwej kategorii, co istotnie poprawiło prezentację wartości inwestycji w bilansie Spółki.

2 stycznia 2025 r. Spółka przejęła platformę fulfillmentową Stripepack.com od Ficori PHU Paweł Maślarz. Transakcja obejmowała nabycie praw majątkowych do kodu źródłowego, nazwy handlowej, domeny internetowej, materiałów marketingowych, dokumentacji oraz know-how, a

także przeniesienie aktywnych klientów do dnia 31 grudnia 2025 r. Umowa obejmowała również najem powierzchni magazynowej na warunkach stałej miesięcznej opłaty. Przejęcie stanowiło element strategii rozwoju w obszarze e-commerce oraz logistyki.

25 lutego 2025 r. Zgromadzenie Wspólników BASEIG sp. z o.o. podjęło uchwałę o przekształceniu Spółki w spółkę akcyjną pod firmą BASEIG S.A., ustalając kapitał zakładowy w wysokości 100.000 zł, dzielący się na 1.000.000 akcji o wartości nominalnej 0,10 zł każda. W ramach tej uchwały powołano pierwszy Zarząd w składzie: Kamil Stanek – Prezes Zarządu, Kamil Moliński – Członek Zarządu, Gianluca Lorenzo Acquasanta-Rassumowski – Członek Zarządu, a także Radę Nadzorczą w składzie: Paweł Maślarz, Tomasz Chęciński i Wojciech Wojciechowski.

3 marca 2025 r. Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy podjęło uchwałę w sprawie zmiany przedmiotu działalności Spółki, polegającą na dostosowaniu punktów PKD statutu do nowej nomenklatury zgodnie z obowiązującymi przepisami.

14 marca 2025 r. Spółka została wpisana do Krajowego Rejestru Sądowego jako BASEIG S.A.

28 marca 2025 r. Spółka zawarła umowę pożyczki z Rafałem Stankiem na kwotę 100.000 zł z oprocentowaniem 6% w skali roku, z możliwością spłaty w ratach i bez określonego terminu zwrotu. Finansowanie miało na celu wsparcie bieżącej działalności oraz realizację inwestycji.

25 kwietnia 2025 r. Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy powołało dwóch nowych członków Rady Nadzorczej – Radosława Gościńskiego i Radosława Iwaszko – zwiększając skład organu do pięciu osób. Tego samego dnia uchwalono kapitał docelowy w wysokości 5.000 zł (50.000 akcji) w ramach programu motywacyjnego, z upoważnieniem Zarządu do emisji akcji w ciągu trzech lat za zgodą Rady Nadzorczej.

Możliwość objęcia akcji w ramach programu motywacyjnego skierowano do pracowników Spółki oraz osób i podmiotów zewnętrznych współpracujących ze Spółką, o ile Zarząd uzna, że przyczyniły się one do rozwoju Spółki. Program został zaplanowany w celu związania ze Spółką kluczowych współpracowników, motywowania ich do osiągania długoterminowych celów strategicznych oraz wynagrodzenia za dotychczasowy wkład w rozwój organizacji.

8 maja 2025 r. Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy podjęło uchwałę o podwyższeniu kapitału zakładowego poprzez emisję 285.715 akcji zwykłych na okaziciela serii B o wartości nominalnej 0,10 zł każda, po cenie emisyjnej 7,00 zł, przeprowadzoną w trybie subskrypcji otwartej, bez prospektu emisyjnego. Emisja miała na celu pozyskanie środków finansowych na dalszy rozwój Spółki, w tym kontynuację prac nad oprogramowaniem „AI INFLU” oraz rozbudowę działalności operacyjnej.

15 maja 2025 r. Spółka, we współpracy z domem maklerskim pełniącym funkcję pośrednika emisji, opublikowała Dokument Ofertowy akcji serii B, formalnie rozpoczynając proces subskrypcji i udostępniając inwestorom szczegółowe informacje dotyczące warunków oferty.

20 maja 2025 r. o godz. 10:00 rozpoczęto przyjmowanie zapisów na akcje i wpłat, otwierając możliwość objęcia nowych akcji przez inwestorów zainteresowanych udziałem w rozwoju Spółki.

W związku z dużym zainteresowaniem ofertą oraz wcześniejszym objęciem wszystkich dostępnych akcji przez inwestorów, Zarząd Spółki 6 czerwca 2025 r. podjął uchwałę o zmianie harmonogramu oferty i skróceniu terminu przyjmowania zapisów. Pierwotnie proces miał trwać do 13 czerwca 2025 r., jednak nowy harmonogram przewidywał zakończenie przyjmowania zapisów i wpłat w dniu 6 czerwca 2025 r. o godz. 12:00.

11 czerwca 2025 r. Zarząd dokonał formalnego przydziału akcji serii B oraz potwierdził ich pełne opłacenie przez inwestorów. W wyniku emisji Spółka pozyskała łącznie 2.000.005 zł, z czego 28.571,50 zł zostało przeznaczone na podwyższenie kapitału zakładowego, a pozostała kwota zasilila kapitał zapasowy. Środki te zostaną przeznaczone w szczególności na finansowanie inwestycji w rozwój autorskiego oprogramowania „AI INFLU”, tworzenie kampanii marketingowych oraz dalszą rozbudowę infrastruktury operacyjnej Spółki.

3 lipca 2025 r. sąd rejestrowy dokonał wpisu podwyższenia kapitału zakładowego BASEIG S.A. w związku z emisją akcji serii B.

Na przestrzeni lipca oraz sierpnia 2025 r. Spółka pozyskała dwie nowe współprace influencerskie oraz rozpoczęła rozmowy z kolejnymi influencerami.

4. Przewidywania dotyczące rozwoju jednostki

W 2024 roku Spółka koncentrowała swoją działalność na rozwijaniu autorskiego oprogramowania „AI INFLU”, które stanowi centralny element modelu biznesowego. Zrealizowane w tym okresie prace obejmowały m.in. stworzenie i wdrożenie podstawowych funkcjonalności systemu, umożliwiających obsługę i analizę kampanii marketingowych prowadzonych z udziałem influencerów. Równolegle Spółka rozpoczęła proces rozbudowy portfela współpracujących twórców internetowych, co pozwoliło na wstępne przygotowanie bazy ofert produktowych i usługowych skierowanych do klientów zewnętrznych.

W 2025 roku Spółka kontynuuje rozwój „AI INFLU” poprzez wdrożenie kolejnych modułów, w tym narzędzi automatyzujących procesy analityczne, raportowe oraz optymalizacyjno-sprzedażowe. Strategia zakłada intensyfikację działań w obszarze pozyskiwania nowych influencerów, w szczególności z segmentów o wysokim potencjale sprzedażowym, co umożliwi dalsze zwiększanie skali działalności oraz dywersyfikację źródeł przychodów.

Istotnym elementem planu na nadchodzący okres jest **wejście Spółki na rynek NewConnect w IV kwartale 2025 roku**, co ma pozwolić na zwiększenie rozpoznawalności marki, pozyskanie nowych inwestorów, poszerzenie możliwości finansowania projektów rozwojowych oraz wzmocnienie pozycji Spółki na rynku. W związku z realizacją tych celów przewidziane są znaczące inwestycje w rozwój technologii, marketing oraz wzmocnienie zespołu projektowego, sprzedażowego i obsługi klienta.

5. Ważniejsze osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju

W 2024 roku Spółka prowadziła intensywne prace badawczo-rozwojowe nad autorskim oprogramowaniem „AI INFLU”, które stanowi kluczowy element jej modelu biznesowego. Projekt obejmuje stworzenie zintegrowanej platformy wspierającej planowanie, realizację oraz analizę kampanii marketingowych z udziałem influencerów. W minionym roku zrealizowano m.in.: opracowanie architektury systemu oraz zaprojektowanie kluczowych modułów funkcjonalnych, implementację podstawowych funkcji umożliwiających rejestrację kampanii, gromadzenie danych oraz ich wstępną analizę, przygotowanie środowiska technologicznego umożliwiającego skalowalny rozwój platformy, rozpoczęcie integracji z wybranymi platformami społecznościowymi. Nakłady poniesione na prace rozwojowe do 2024 roku wyniosły **492.811,48 zł** i były finansowane w całości ze środków własnych Spółki. Rozpoczęto również fazę testów MVP

(Minimum Viable Product) z udziałem wybranej grupy influencerów i klientów pilotażowych. Do sierpnia 2025 roku, w ramach kontynuacji rozpoczętych prac, ukończono kolejne elementy systemu, w tym moduły analityczne, oraz przeprowadzono testy integracyjne, co znacząco przybliżyło projekt do etapu wdrożenia pilotażowego.

6. Informacje dotyczące nabyciu udziałów (akcji) własnych, a zwłaszcza o celu ich nabycia, liczbie i wartości nominalnej, ze wskazaniem, jaką część kapitału zakładowego reprezentują, cenie nabycia oraz cenie sprzedaży tych udziałów (akcji) w przypadku ich zbycia

Spółka nie nabywała akcji własnych

7. Informacje o posiadanych przez jednostkę oddziałach (zakładach)

Nie występują

8. Informacje o instrumentach finansowych w zakresie:

- a. **ryzyka: zmiany cen kredytowego, istotnych zakłóceń przepływów środków pieniężnych oraz utraty płynności finansowej, na jakie narażona jest jednostka;**
- b. **przyjętych przez jednostkę celach i metodach zarządzania ryzykiem finansowym, łącznie z metodami zabezpieczenia istotnych rodzajów planowanych transakcji, dla których stosowana jest rachunkowość zabezpieczeń.**

Nie dotyczy.

9. Opis istotnych czynników ryzyka i zagrożeń, z określeniem, w jakim stopniu emitent jest na nie narażony

Ryzyko związane z wykorzystaniem sztucznej inteligencji (AI) w procesach operacyjnych

Spółka usprawnia procesy marketingowe oraz fulfillmentu dzięki autorskiemu oprogramowaniu AI. Poprzez wdrożenie wskazanego systemu, prowadzone przez Spółkę kampanie marketingowe są kierowane do ściśle określonych grup odbiorców o najwyższym potencjale sprzedażowym, z kolei procesy magazynowe i ich efektywność są na bieżąco monitorowane i usprawniane.

W związku z powyższym należy zaznaczyć iż wykorzystanie technologii AI w działalności operacyjnej niesie za sobą szereg potencjalnych zagrożeń. Automatyzacja decyzji oparta na algorytmach AI może prowadzić do błędnej interpretacji danych oraz niewłaściwego doboru klientów, co w rezultacie skutkuje nieoptymalnym przydziałem zasobów oraz obniżeniem efektywności kampanii marketingowych. W kontekście fulfillment, niedoskonałości algorytmiczne mogą spowodować błędy w zarządzaniu stanami magazynowymi i realizacją zamówień, co wpływa negatywnie na satysfakcję klientów i relacje z partnerami biznesowymi. Dodatkowo, integracja zaawansowanych technologii AI wymaga rygorystycznych zabezpieczeń informatycznych – nieodpowiednie zabezpieczenie danych osobowych i informacji handlowych może skutkować naruszeniami przepisów o ochronie danych, a tym samym wiązać się z ryzykiem

sankcji prawnych oraz utratą reputacji rynkowej. Spółka na bieżąco monitoruje, analizuje i koryguje działanie systemów AI, aby minimalizować ryzyko wynikające z potencjalnych błędów, nadużyć czy zagrożeń związanych z cyberbezpieczeństwem.

Ryzyko związane ze współpracą z influencerami

Współpraca z influencerami wiąże się z ryzykiem reputacyjnym, które może znacząco wpłynąć na wizerunek Spółki. W sytuacji, gdy influencer zaangażowany w kampanię marketingową podejmie kontrowersyjne działania lub opublikuje tego rodzaju treści, może dojść do utraty zaufania zarówno ze strony klientów, jak i partnerów biznesowych. Dodatkowo, brak pełnej kontroli nad komunikatami publikowanymi przez influencera oraz potencjalne niezgodności w przekazie marketingowym mogą prowadzić do rozmycia tożsamości marki i pogorszenia jej pozycji na rynku. Ponadto, niewystarczające zabezpieczenia informatyczne oraz nieodpowiednia ochrona danych osobowych klientów mogą narażać firmę na ryzyko naruszeń prawnych oraz utratę zaufania rynkowego. Co więcej zawierane umowy z influencerem posiadają szereg zapisów poufnych, których złamanie ze strony Spółki może powodować skutki prawne w postaci kar umownych lub procesu sądowego, który negatywnie wpłynie na reputację Spółki oraz jego wynik finansowy z uwagi na konieczność poniesienia kosztów obsługi prawnej.

Ryzyko związane z sezonowością

Spółka prowadząc działalność między innymi w branży produkcji odzieży w sposób naturalny odczuwa wpływ sezonowości na osiągane wyniki sprzedażowe. Okresami o wzmożonej aktywności konsumentów w segmencie odzieży są przełomy miesięcy, w których zmienia się pora roku. Dlatego też Emitent planując przeprowadzenie kampanii marketingowej dla swoich klientów uwzględnia opisywane okresy zakupowe konsumentów.

Z uwagi na powyższe nie można wykluczyć iż w przypadku znaczącego przyspieszenia lub opóźnienia zmian pór roku lub stopniowego zacierania się widocznych ich granic co związane jest z postępującym procesem globalnego ocieplenia, harmonogramy kampanii mogą ulegać dynamicznym zmianom. Dodatkowo, niektóre projekty odzieżowe mogą nie dojść do skutku z uwagi na zmiany pogodowe co w następstwie spowoduje brak zainteresowania konsumentów tego typu odzieżą. W przypadku braku realizacji projektu lub znaczącymi opóźnieniami w jego realizacji, Spółka narażona jest na pogorszenie się sytuacji ekonomicznej związanej z nieosiągnięciem zakładanych wyników finansowych oraz powiększającymi się stanami zapasów co może negatywnie wpłynąć na zarządzanie kapitałem obrotowym netto.

Spółka wskazuje iż podczas planowania produkcji i kampanii marketingowych uwzględnia czynniki popytowe, rynkowe, a także predykcje dotyczące zmian klimatycznych.

Ryzyko związane z realizacją celów strategicznych Spółki

Strategia rozwoju Spółki opiera się o rozwój autorskiego narzędzia AI w kampaniach marketingowych i logistyce w celu jego pełnej integracji z systemami Spółki. Spółka zamierza również zwiększać skalę działalności poprzez nawiązywanie relacji biznesowych z nowymi klientami, w tym influencerami w celu otwarcia kilkudziesięciu sklepów internetowych. Dodatkowym elementem strategii Spółki jest rozwój marek własnych odzieży, a także rozszerzenie skali produkcji.

Istnieje ryzyko iż w przypadku zmian ekonomiczno-gospodarczych, geopolitycznych, branżowych czy też finansowych Spółki, założenia strategiczne BASEIG S.A. zostaną zrealizowane jedynie częściowo lub nie zostaną zrealizowane. Z uwagi na wczesny etap rozwoju Spółki oraz ambitne

plany rozwojowe, jej działalność charakteryzuje się wysoką kapitałochłonnością. Dlatego też jej rozwój i dalsza ekspansja rynkowa uzależniona jest od środków zewnętrznych pozyskanych głównie od inwestorów prywatnych.

Zarząd Spółki wskazuje, iż założenia strategiczne wraz z ich harmonogramem wykonania na dzień sprawozdania są niezagrożone.

Ryzyko związane z wynajmem powierzchni magazynowej i lokalu użytkowego

Spółka prowadzi usługę fulfillmentu poprzez platformę Stripepack.com, do której nabyła prawa majątkowe, za kwotę 10.000,00 PLN, na podstawie umowy przeniesienia praw majątkowych oraz współpracy z dnia 2 stycznia 2025 roku, od Ficori PHU Paweł Maślarz, której właścicielem jest Pan Paweł Maślarz pełniący funkcję Członka Rady Nadzorczej Emitenta. Przeniesienie praw obejmowało wszelkie elementy składające się na platformę tj. kod źródłowy, prawa do nazwy handlowej i marki, prawa do domeny internetowej, materiały marketingowe, dokumentację i instrukcje obsługi, a także know-how. Zgodnie z zapisami umowy przeniesienie wszystkich aktywnych klientów platformy do BASEIG S.A. zostanie zakończone do dnia 31 grudnia 2025 roku (wtedy też uiszczona zostanie przez Spółkę płatność za prawa do platformy). Na podstawie powyższej umowy zbywca zobowiązał się do udostępnienia Spółce powierzchni magazynowej w swojej nieruchomości w celu obsługi działalności platformy za opłatą 45 PLN netto miesięcznie za 1 regał magazynowy. Opłaty te są refakturowane każdego miesiąca. Okres najmu jest bezterminowy a umowa nie podlega wypowiedzeniu.

Usługi produkcyjne odzieży Spółka prowadzi w lokalu użytkowym o powierzchni 135m² na podstawie umowy najmu na czas nieokreślony zawartej dnia 5 kwietnia 2023 roku ze Spółdzielnią Mieszkaniową „Grunwald” w Poznaniu. Miesięczny koszt najmu wynosi około 1700 PLN. Szwalnia Spółka posiada pełne wyposażenie produkcyjne a jej moce produkcyjne pozwalają na realizację kilku projektów odzieżowych klientów Spółki jak i własnych.

Spółka w przypadku wystąpienia przejściowych problemów finansowych lub niespodziewanych zdarzeń narażony jest na możliwość dochodzenia swoich praw przez właścicieli lokali i powierzchni, od których je najmuje w sytuacji nieuiszczenia należnych im opłat za użytkowanie powierzchni. Zarząd wskazuje iż wskazana sytuacja nie miała miejsca w historii Spółki.

Ryzyko związane z produkcją odzieży i działalnością w obszarze fulfillmentu

Spółka zapewniając kompleksową obsługę swoich klientów w zakresie influencer marketingu prowadzi działalność w obszarze projektowania i produkcji odzieży oraz poprzez platformę Stripe Pack zapewnia pełną obsługę fulfillmentu.

W kontekście działalności odzieżowej, nie można wykluczyć iż mogą wystąpić nieprawidłowości w stworzonych projektach, które negatywnie wpłyną na krój i jakość wykonanych produktów w szwalni należącej do Spółki. Ponadto, z uwagi na fakty iż ubrania szyte są przez szwaczki istnieje ryzyko okresowego ograniczenia mocy przerobowych z uwagi na urlopy (w tym okresy świąteczne) i sezony chorobowe. Z kolei w przypadku usług magazynowych, ewentualne awarie systemowe oraz błędy zarządzania mogą doprowadzić do zaburzenia procesów magazynowych oraz wystąpienia błędów w wysyłce produktów do odbiorców.

Spółka wskazuje iż posiada doświadczonych pracowników szwalni oraz projektantów, którzy w przypadku wystąpienia nieprawidłowości, zmieniają projekty odzieży już na początkowym etapie produkcji a systemy magazynowe są na bieżąco aktualizowane i poddawane weryfikacji poprawności działania.

Ryzyko utraty kluczowych pracowników oraz niepozyskania wykwalifikowanych pracowników

Na dzień sporządzenia raportu zespół Spółki liczył 21 osób, które są bezpośrednio zaangażowane w działalność Spółki. Ewentualne wystąpienie sytuacji, w której Spółka utraciłaby kluczowych pracowników mogłaby prowadzić do utraty istotnych kompetencji i doświadczenia, obniżenia wydajności oraz opóźnień w realizacji projektów.

Zatrudnienie nowych osób w miejsce odchodzących pracowników wiązałoby się z przedłużeniem procesu produkcyjnego, koniecznością przeprowadzenia rekrutacji i wdrożenia nowych członków zespołu. Czynniki te mogą negatywnie wpłynąć zarówno na bieżącą działalność operacyjną Spółki, jak i na osiąganą przez nią wyniki finansowe.

Ryzyko dostaw materiałów do szwalni

Do produkcji ubrań Spółka wykorzystuje wysokiej jakości materiały z włókien naturalnych pozyskiwanych głównie od polskich dostawców m.in. GVF sp. z o.o. czy Medas Textile sp. z o.o. oraz jednej spółki holenderskiej (Verhees Textiles B.V.).

Istnieje ryzyko opóźnienia dostaw materiałów, przez co może wystąpić opóźnienie w realizacji zamówień odbiorców krańcowych produktów Spółki. Sytuacja ta może negatywnie wpłynąć na wyniki finansowe Spółki oraz jej reputację.

W celu minimalizacji opisywanego ryzyka BASEIG S.A. dywersyfikuje źródła pozyskiwania materiałów oraz współpracuje z podmiotami o ugruntowanej pozycji rynkowej.

Ryzyko prawne dotyczące wykorzystania sztucznej inteligencji w działalności gospodarczej

Wykorzystanie sztucznej inteligencji w działalności gospodarczej, zwłaszcza w kontekście ochrony konsumenta, generuje istotne ryzyko prawne wynikające z konieczności dostosowania rozwiązań do wymogów zarówno regulacji unijnych, jak i krajowych. Niedostosowanie systemów AI do przepisów o ochronie danych osobowych, w tym do wymogów Rozporządzenia (UE) 2016/679, znanego jako RODO, może skutkować nałożeniem wysokich sankcji finansowych oraz utratą zaufania klientów, co może wpłynąć negatywnie na wizerunek Spółki. Ponadto, brak przejrzystości w działaniu algorytmów i trudności w wyjaśnieniu mechanizmów podejmowania decyzji przez systemy AI mogą prowadzić do sporów prawnych oraz utrudniać udowodnienie odpowiedzialności za błędy, co stanowi dodatkowe obciążenie w kontekście ochrony konsumenta. W Unii Europejskiej funkcjonują również przepisy wynikające z Dyrektywy 2011/83/UE o prawach konsumenta oraz Dyrektywy o nieuczciwych praktykach handlowych, które mają na celu zabezpieczenie interesów konsumentów w obszarze e-commerce i świadczenia usług online. W Polsce te regulacje uzupełniane są m.in. przez Ustawę o ochronie danych osobowych oraz Ustawę o świadczeniu usług drogą elektroniczną, co dodatkowo wymusza na przedsiębiorstwach ciągłe monitorowanie i aktualizację stosowanych rozwiązań technologicznych. W rezultacie, Spółka musi nieustannie dostosowywać swoje systemy AI do obowiązujących przepisów prawa, aby minimalizować ryzyko naruszenia regulacji oraz utrzymać pozytywny wizerunek na rynku. Dodatkowo, Komisja Europejska pracuje nad projektem rozporządzenia w sprawie sztucznej inteligencji (tzw. AI Act), który ma na celu ustanowienie jednolitych zasad dotyczących rozwoju, wdrażania oraz stosowania technologii AI na terenie Unii Europejskiej.

Ryzyko związane ze strukturą akcjonariatu

Na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania w strukturze akcjonariatu można wyróżnić 4 głównych akcjonariuszy Spółki posiadających łącznie 815.000 akcji i 65,39% udziału w kapitale zakładowym Spółki i tyle samo głosów na Walnym Zgromadzeniu. W grupie istotnych akcjonariuszy znajduje się:

	Liczba akcji	Liczba głosów na WZ	% łącznej liczby akcji	% łącznej liczby głosów na WZ
Kamil Stanek	300.000	300.000	23,33%	23,33%
Kamil Moliński	290.000	290.000	22,56%	22,56%
Paweł Maślarz	160.000	160.000	12,44%	12,44%
Gianluca Lorenzo Acquasanta-Rassumowski	65.000	65.000	5,06%	5,06%
SUMA	815.000	815.000	65,39%	65,39%

Źródło: BASEIG S.A.

Pozostali akcjonariusze posiadają 470.715 sztuk akcji, co stanowi 34,61% udziału w kapitale zakładowym Spółki i daje prawo do takiej samej liczby głosów na WZA.

Istnieje ryzyko, że interesy głównych akcjonariuszy będą rozbieżne z interesami akcjonariuszy mniejszościowych. W szczególności w zakresie strategii rozwoju Spółki i jej ewentualnej zmiany. Okoliczności te mogą negatywnie wpłynąć na sytuację wewnątrz Spółki oraz jej perspektywy rozwoju jak i wyniki finansowe.

Ryzyko związane z otoczeniem konkurencyjnym

Konkurencję na krajowym rynku influencer marketingu stanowi wiele rozproszonych podmiotów. Niektóre z nich mają dłuższe doświadczenie oraz dysponują większymi zasobami produkcyjnymi i promocyjnymi niż Spółka. Korzystają one z tych samych kanałów dystrybucji co BASEIG tj. bezpośrednia współpraca, jak i za pośrednictwem agencji lub domów medialnych. Wysoka konkurencyjność branży wymusza na Spółce stałe podnoszenie jakości swoich usług oraz ich efektywności, co może prowadzić do zwiększonych nakładów na działania marketingowe, które przyciągną potencjalnych nowych klientów.

Coraz większa liczba twórców internetowych oraz agencji specjalizujących się w marketingu influencerskim sprawia, że rynek staje się coraz bardziej nasycony, co może prowadzić do obniżenia stawek za współpracę i utrudniać wyróżnienie się na tle innych podmiotów. Dodatkowo, stale zmieniające się algorytmy platform społecznościowych, takich jak Instagram, TikTok czy YouTube, wpływają na zasięgi i efektywność kampanii, co w połączeniu z rosnącą liczbą konkurentów może prowadzić do spadku widoczności oraz ograniczenia możliwości dotarcia do pożądanej grupy docelowej. Istotnym ryzykiem jest także zmienność trendów i preferencji odbiorców, które wymagają nieustannego dostosowywania strategii komunikacyjnych.

Ryzyko związane ze zmianami technologicznymi w branży

Rynek influencer marketingu, jako część sektora cyfrowej komunikacji i marketingu, dynamicznie się rozwija, co wymusza na Spółce stałe monitorowanie pojawiających się platform społecznościowych, zmian algorytmów oraz nowych trendów w sposobie konsumpcji treści. W

związku z tym istnieje ryzyko, że Spółka nie dostosuje się w odpowiednim czasie do zmian technologicznych lub preferencji odbiorców, co może negatywnie wpłynąć na jej działalność operacyjną oraz osiągnięte wyniki finansowe. Aby sprostać wymaganiom rynku oraz utrzymać konkurencyjność, BASEIG w realizacji kampanii oraz tworzeniu treści marketingowych wykorzystuje nowoczesne narzędzia analityczne, systemy automatyzacji oraz zaawansowane technologie produkcji treści.

Ryzyko związane z procesami konsolidacyjnymi podmiotów konkurencyjnych

Procesy konsolidacyjne zachodzące wśród podmiotów konkurencyjnych w stosunku do BASEIG mogą przyczynić się do wzmocnienia pozycji rynkowej tych podmiotów, co w efekcie doprowadzi do osłabienia pozycji Spółki na rynku krajowym i międzynarodowym. Taka sytuacja może mieć negatywny wpływ na jej działalność operacyjną i wyniki finansowe.

Ryzyko związane z sytuacją geopolityczną na Ukrainie i w Izraelu

Międzynarodowe stosunki gospodarcze związane z funkcjonowaniem przedsiębiorstw powodują, że w coraz większym stopniu podmioty będące aktywnymi uczestnikami życia gospodarczego stają się uzależnione nie tylko od czynników gospodarczych, ale również politycznych. Te ostatnie stają się trudne do oceny, a w konsekwencji oszacowanie ich wpływu na działalność podmiotów jest trudne. Konflikt zbrojny na terytorium Ukrainy może mieć znaczenie dla rynku i działalności prowadzonej przez Spółkę.

Ponadto trwające konflikty wojenne na Ukrainie i w Izraelu niosą za sobą dodatkowe ryzyko związane z niepokojami społecznymi w szczególności na Bliskim Wschodzie i w Europie (w związku z poparciem przez ludność danej strony konfliktu). Sytuacja ta może negatywnie wpłynąć na nastroje ekonomiczne i decyzje inwestycyjne uczestników rynku poprzez występowanie zwiększonej zmienności aktywów finansowych oraz cen surowców w tym ropy naftowej. W wyniku zaistniałych konfliktów zbrojnych zachwiane zostały wszystkie sektory gospodarki.

Ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną i koniunkturą gospodarczą

Działalność Spółki jest skorelowana z sytuacją makroekonomiczną panującą na rynkach, na których są lub będą świadczone jej usługi. Efektywność, a w szczególności rentowność prowadzonej przez Spółkę działalności gospodarczej, uzależniona jest między innymi od występującego w kraju lub wspólnocie państw tempa wzrostu gospodarczego, regulacji poszczególnych rynków w tym sektora modowego, poziomu konsumpcji, polityki fiskalnej i monetarnej, jak również poziomu inflacji. Wszystkie te czynniki wywierają bezpośrednio i pośrednio wpływ na wielkość popytu społeczeństwa i jego wydatki m.in. na odzież a tym samym na osiągnięte przychody i wyniki finansowe Spółki. Niespodziewane zmiany sytuacji gospodarczej lub długotrwała dekonunktura mogą pogorszyć sytuację finansową ludności oraz wpłynąć bezpośrednio na strukturę ich wydatków. Mogą także wywierać wpływ na realizację założonej przez Spółkę strategii rozwoju. Wskazane okoliczności mogą mieć negatywny wpływ na jej działalność, sytuację finansową i perspektywy rozwoju.

Ryzyko walutowe

Spółka otrzymuje część uzyskanych przychodów ze sprzedaży od klientów zagranicznych, z którymi rozliczenie następuje w walucie obcej, która zależna jest od waluty rozliczeniowej konsumenta. Siedziba Spółki znajduje się na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej i w kwestiach m.in. podatkowych, czy wynagrodzeń członków zespołu rozlicza się w walucie krajowej. Powoduje to ryzyko, w którym negatywne zmiany kursowe mogą wpłynąć na zwiększenie kosztów w walucie

obcej, a także na obniżenie przychodów ze sprzedaży. Ujemne różnice kursowe mogą spowodować obniżenie przychodów ze sprzedaży rozliczanych w walucie obcej, co może mieć negatywny wpływ na działalność Spółki, jej sytuację finansową oraz perspektywy rozwoju. Spółka nie stosuje działań mających na celu zabezpieczenie przed wahaniami kursów walut.

Spółka posiada własny dział księgowości, który zajmuje się bieżącymi rozliczeniami Spółki jak i stałym nadzorem nad transakcjami zagranicznymi, zapewniając precyzyjne raportowanie oraz zgodność z globalnymi regulacjami podatkowymi oraz zarządza przepływami walutowymi.

10. Informacje dodatkowe

brak