



# Raport kwartalny IAI S.A.

za okres od 1 stycznia 2011 r. do 31 marca 2011 r.

Szczecin, 13 maja 2011 r.



---

## Spis treści

Informacje ogólne.....	3
Wybrane dane finansowe.....	6
Komentarz Zarządu Emitenta na temat czynników i zdarzeń, które miały wpływ na osiągnięte wyniki finansowe.....	7
Komentarz Zarządu Emitenta na temat aktywności, jaką w okresie objętym raportem Emitent podejmował w obszarze rozwoju prowadzonej działalności, w szczególności poprzez działania nastawione na wprowadzenie rozwiązań innowacyjnych w przedsiębiorstwie.....	9



# Informacje ogólne

## Dane spółki

NAZWA SPÓŁKI:	IAI Spółka Akcyjna
SIEDZIBA, ADRES:	Szczecin, ul. Madalińskiego 8 70-101 Szczecin
NR TELEFONU, FAKSU:	tel.: + 48 91 88 29 026 fax.: +48 91 882 90 27
ADRES STRONY INTERNETOWEJ:	<a href="http://www.iai-sa.com">www.iai-sa.com</a>
ADRES POCZTY ELEKTRONICZNEJ:	<a href="mailto:office@iai-sa.com">office@iai-sa.com</a>
SĄD REJESTROWY:	Sąd Rejonowy Szczecin-Centrum w Szczecinie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego
DATA REJESTRACJI W KRS:	2 kwietnia 2009 roku
NR KRS:	000325245
NR REGON:	320147706
NIP:	8522470967

## Organy spółki

W skład Zarządu IAI S.A. na dzień 31 marca 2011 roku wchodził:

- **Paweł Fornalski**, Prezes Zarządu
- **Sebastian Muliński**, Wiceprezes Zarządu

W skład Rady Nadzorczej IAI S.A. na dzień 31 marca 2011 roku wchodził:

- Dariusz Zarzecki – Przewodniczący Rady Nadzorczej
- Zbigniew Muliński
- Piotr Fornalski
- Marcin Koźlik
- Tomasz Fornalski

W okresie od 1 stycznia do 31 marca 2011 roku w organach Spółki nie zaszły żadne zmiany.

## Przedmiot działalności Spółki

IAI S.A. dostarcza kompleksowe rozwiązania dla firm działających w handlu internetowym.

Podstawowym przedmiotem działalności Spółki jest dostarczanie usługi **IAI-Shop.com**, czyli **platformy do prowadzenia sprzedaży w oparciu o Internet**. IAI-Shop.com pozwala na prowadzenie wielu niezależnych sklepów, na dowolnej ilości rynków, w dowolnej ilości wersji językowych i w oparciu o wbudowany system magazynowo-finansowy. Jest to obecnie najbardziej



---

zaawansowany i rozbudowany system do prowadzenia sprzedaży internetowej na świecie. IAI-Shop.com posiada między innymi następujące funkcje i możliwości:

- sprzedaż detaliczna
- sprzedaż hurtowa
- sprzedaż na portalu społecznościowym Facebook.com
- prowadzenie sprzedaży przez urządzenia mobilne
- sprzedaż kasowa w punktach sprzedaży detalicznej (POS)
- zarządzanie magazynem (MRP)
- zarządzanie przepływem pracy (WFM)
- zarządzanie treścią na stronie (CMS)
- zarządzanie relacjami z klientami (CRM)
- raportowanie menadżerskie
- obsługa reklamacji (RMA)
- integracja z systemami kurierów, aukcji, porównywarek cen, systemami płatności.

IAI-Shop.com tworzone jest według najnowocześniejszych technologii internetowych. Model usługi oparty jest o **SaaS (ang. Software as a Service)** oraz **cloud computing** (tzw. chmura). Dzięki temu wszystkie programy i usługi oferowane przez Spółkę współpracują ze sobą, generując efekty synergii.

Kluczowa dla sukcesu finansowego Firmy jest strategia sprzedaży usługi, oparta na wynajmie aplikacji (**SaaS**), a nie na jej jednorazowej sprzedaży. Wymusza ona nowoczesne i skuteczne podejście do zarządzania firmą, projektami, relacjami z klientami oraz generuje pozytywny, stale rosnący i zapewniający bezpieczeństwo finansowe przepływ gotówki.

Miesięczny koszt wynajmu IAI-Shop.com dla jednego sklepu wynosi od 79zł netto w najniższym planie taryfowym do 1999zł netto w najwyższym standardowym planie taryfowym, w cenie wliczona jest opłata za dedykowany serwer wirtualny. Dodatkowo Firma dostarcza rozwiązania do prowadzenia wielu sklepów naraz, czy elementy dodatkowe systemu, za które klienci wnoszą dodatkowe opłaty. Więcej [informacji znajduje się w cenniku IAI-Shop.com](#).

Wdrożenia nowych sklepów prowadzone są według wypracowanych reguł, które gwarantują przewidywalny koszt, czas i jakość. Ceny wdrożeń różnicują się według czasu, jaki potrzebny jest na przygotowanie sklepu w wybranym pakiecie graficznym. Najtańsze wdrożenie nie zawiera prac graficznych, mając naliczoną tylko opłatę aktywacyjną (599zł netto). Najdroższy pakiet graficzny (SUPREME) to koszt dodatkowy 5999zł netto co pozwala na stworzenie bardzo zindywidualizowanego wyglądu sklepu. Ceny wdrożeń są atrakcyjne i przystępne zarówno dla małych, jak i średnich oraz dużych klientów. Standaryzacja procedur zapewnia możliwości masowej obsługi klienta. Wszystkie prace i usługi, które wykonuje Spółka są kalkulowane pod względem rentowności godziny pracy poświęconej realizacji danego zadania. Kalkulacja dotyczy cen wdrożeń, na które składa się czas pracy grafików, instalacje sklepów, opłaty abonamentowe, obejmujące pracę administratorów, pracę działu wsparcia oraz wszelkie zmiany programistyczne i graficzne w sklepach. Dzięki jasnej polityce cenowej Spółka osiąga rentowność z każdej przepracowanej godziny, zapobiegając rozliczaniu klientów według różnych stawek.

Wszystkie sklepy tworzone w oparciu o IAI-Shop.com cechują się architekturą pozwalającą na bardzo dobre indeksowanie i pozycjonowanie sklepu w wyszukiwarkach internetowych. Cechą wyróżniającą IAI-Shop.com jest możliwość bardzo elastycznego dopasowania do profilu i branży niemal każdego klienta. IAI jest liderem w wielu rozwiązaniach integracyjnych.



---

Spółka oferuje również aplikacje pomocnicze, które wspomagają korzystanie z IAI-Shop.com i działają w jednej „chmurze” programów, idealnie współpracując ze sobą. Takimi aplikacjami są:

- **Bridge** - praktycznie bezobsługowy program komunikujący sklep IAI-Shop.com z wewnętrznym programem fakturowo-księgowym klienta. Pozwala na kontrolę nad ofertą i magazynem oraz obsługiwanie zamówień ze sklepu internetowego bezpośrednio z systemu f-k. Automatyczna wymiana danych o cenach, stanach magazynowych i zamówieniach pozwala klientom skoncentrować się na sprzedaży. [Dowiedz się więcej o Bridge na stronie WWW IAI S.A.](#)
- **POS** - aplikacja do obsługi kasowej sklepu. Dzięki współpracy z drukarkami fiskalnymi oraz czytnikami kodów kreskowych, z powodzeniem zastąpi inny system sklepowy, zwłaszcza jeżeli firma ma wiele punktów kasowych. POS korzysta z gospodarki magazynowej IAI-Shop.com, co pozwala na automatyczną wymianę informacji i synchronizację stanów magazynowych ze sklepem internetowym. Dodatkowo program pozwala na pracę bez stałego połączenia z Internetem. [Dowiedz się więcej o POS na stronie WWW IAI S.A.](#)
- **Integratory i Automatory** - grupa aplikacji, łączących sklep z hurtowniami internetowymi. Umożliwiają automatyczne pobranie danych od wielu dostawców wraz z opisami oraz zdjęciami i oferowanie ich w sklepie na zamówienie. Dzięki integratorom, zupełnie bez wysiłku możliwa jest sprzedaż dowolnej ilości towarów w systemie dostaw just in time. [Dowiedz się więcej o Integratorach i Automatorach na stronie WWW IAI S.A.](#)
- **Downloader** – program umożliwiający integrację z dostawcami, bez potrzeby budowania indywidualnych aplikacji. Podstawą działania Downloader jest format IOF ([więcej o IOF](#)) stworzony przez Spółkę w 2009r. i udostępniony dla wszystkich podmiotów na licencji Creative Common. [Dowiedz się więcej o Downloaderze na stronach IAI S.A.](#)



# Wybrane dane finansowe

## Dane bilansowe

Pozycja	w złotych na 31.03.2010	w złotych na 31.03.2011
<b>AKTYWA</b>		
Wartości niematerialne i prawne	724 385,10	639 440,18
Rzeczowe aktywa trwałe	9 201,65	34 500,02
Należności długoterminowe	0,00	0,00
Inwestycje długoterminowe	0,00	0,00
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	9 344,00	12 860,00
Zapasy	0,00	0,00
Należności krótkoterminowe	38 530,24	67 992,15
Inwestycje krótkoterminowe w tym środki pieniężne w kasie i na rachunkach bankowych	1 738 983,31	2 067 045,25
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	19 295,73	20 905,46
<b>AKTYWA RAZEM</b>	<b>2 539 740,03</b>	<b>2 842 743,06</b>
<b>PASYWA</b>		
Kapitał własny	2 287 800,49	2 466 629,95
Odpisy z zysku netto w ciągu roku obrotowego	0,00	0,00
Rezerwy na zobowiązania	19 525,16	38 319,05
Zobowiązania długoterminowe	0,00	0,00
Zobowiązania krótkoterminowe	232 414,38	337 794,06
Rozliczenia międzyokresowe	0,00	0,00
<b>PASYWA RAZEM</b>	<b>2 539 740,03</b>	<b>2 842 743,06</b>

## Dane z rachunku zysków i strat

Pozycja	w złotych za 01.01- 31.03.2011	w złotych 01.01-31.03.2010	w złotych 01.01-31.03.2011 <sup>1</sup>	w złotych 01.01-31.03.2010 <sup>1</sup>
Przychody netto ze sprzedaży	886 143,33	628 241,97	886 143,33	628 241,97
Koszty działalności operacyjnej	824 349,47	643 670,96	824 349,47	643 670,96
Amortyzacja	29 003,92	32 597,38	29 003,92	32 597,38
Zysk/strata na sprzedaży	61 793,86	-15 428,99	61 793,86	-15 428,99
Pozostałe przychody operacyjne	0,00	1,85	0,00	1,85
Pozostałe koszty operacyjne	2 787,84	0,00	2 787,84	0,00
Zysk / strata z działalności operacyjnej	59 006,02	-15 427,14	59 006,02	-15 427,14
Przychody finansowe	21 552,53	10 799,33	21 552,53	10 799,33
Koszty finansowe	0,53	35,86	0,53	35,86
Zysk / strata z działalności gospodarczej	80 558,02	-4 663,67	80 558,02	-4 663,67
Wynik zdarzeń nadzwyczajnych	0,00	0,00	0,00	0,00
Zysk / strata brutto	80 558,02	-4 663,67	80 558,02	-4 663,67
Podatek dochodowy	18 944,00	27 153,00	18 944,00	27 153,00
Pozostałe obowiązkowe zmniejszenia zysku	0,00	0,00	0,00	0,00
Zysk / strata netto	61 614,02	-31 816,67	61 614,02	-31 816,67

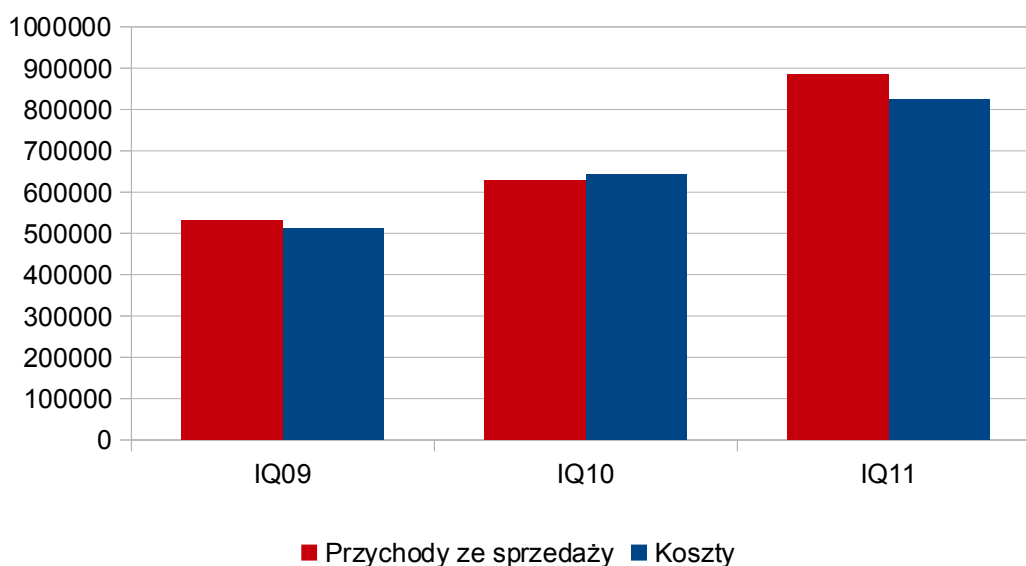
<sup>1</sup> Wartości narastająco za pierwszy kwartał danego roku



# Komentarz Zarządu Emitenta na temat czynników i zdarzeń, które miały wpływ na osiągnięte wyniki finansowe

**Pierwszy kwartał 2011 roku był kolejnym z rzędu, w którym Spółka osiągnęła zysk ze sprzedaży, a przychody rosły zdecydowanie szybciej niż koszty. Ponadto Spółka utrzymuje wysokie tempo pozyskiwania nowych klientów i penetracji Polskiego rynku.**

Przychody w pierwszym kwartale 2011 roku były o 41,05% wyższe niż w analogicznym okresie 2010 i aż o 69,03% wyższe niż w pierwszym kwartale 2009. **Jednak zdecydowanie szybciej rośnie wynik finansowy netto, który był o 93 tysiące złotych (ponad trzykrotnie) wyższy niż w pierwszym kwartale 2010 roku.** Związane jest to z niższym tempem wzrostu kosztów niż przychodów. Koszty w pierwszym kwartale 2011 były o 28,07% wyższe niż w analogicznym okresie 2010 roku. **Pokazuje sopyry wzrost efektywności działań Spółki.**



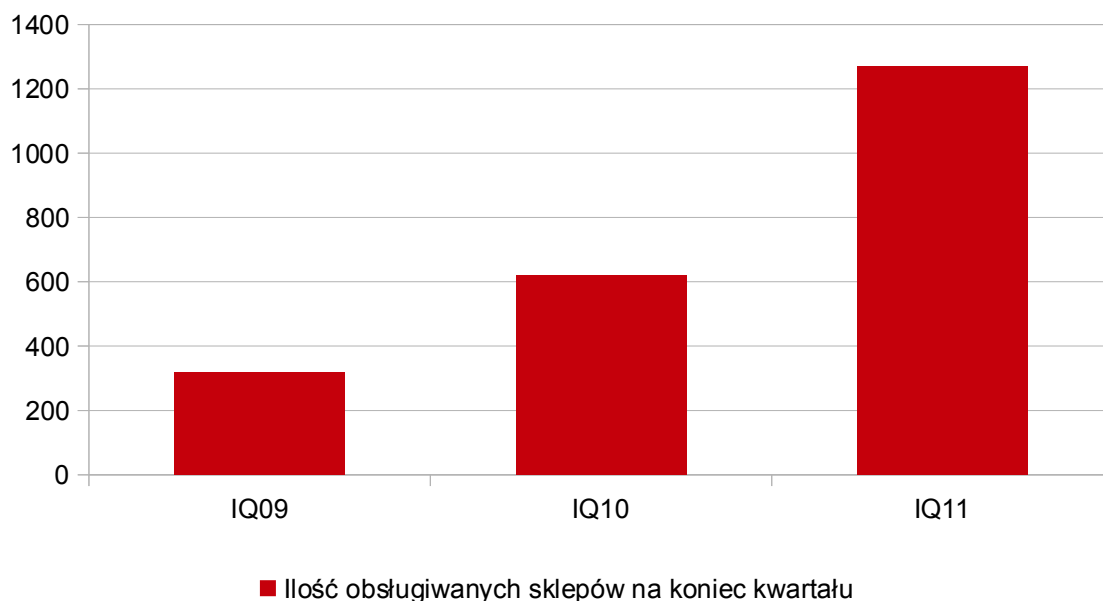
**EBITDA<sup>2</sup> w pierwszym kwartale wyniosła 88 009,94 złotych, czyli o 412,57% więcej niż w analogicznym okresie 2010 roku.** Spółka realizując politykę rozwoju i inwestycji, pomimo zwiększania nakładów na nowe miejsce pracy i inwestycję w swoją usługę i infrastrukturę, generuje coraz większe zyski. **Co więcej, przepływy pieniężne netto razem w pierwszym kwartale 2010 roku wyniosły prawie 65 tysięcy złotych, wobec -45 000 rok wcześniej.** Ukazuje to również bilans. Pozycja inwestycje krótkoterminowe (w tym środki pieniężne w kasie i na rachunkach bankowych) wzrosła w porównaniu do pierwszego kwartału 2010 o 20%, **czyli prawie 360 000 złotych.**

Kluczowym czynnikiem powodującym rozwój Spółki jest pozyskiwanie nowych klientów. **Spółka podwaja corocznie ilość obsługiwanych sklepów.** Dzięki temu systematycznie rośnie strumień

<sup>2</sup> EBITDA liczona jest jako jako wynik na działalności operacyjnej powiększony o amortyzację



gotówki wpływający do Spółki, a dzięki efektowi skali koszty rosną wolniej niż przychody, pomimo stale czynionych inwestycji.



Jak widać na wykresie ilość obsługiwanych przez Spółkę sklepów rośnie bardzo szybko. **Na koniec pierwszego kwartału 2011 roku było ich 1270, rok wcześniej 620** a na koniec pierwszego kwartału 2009, 320. Dzięki temu Spółka jest kluczowym graczem na rynku, a **dynamika wzrostu pokazuje jak inwestycje w jej usługi poczynione jeszcze w 2010 roku przekładają się na popularność wśród klientów.**

Bilans ukazuje, że Spółka posiada wysokie rezerwy gotówki, przewyższające wielkość pozyskanego w wyniku oferty prywatnej kapitału, a jej sytuacja finansowa jest bardzo bezpieczna. Spółka cechuje się bardzo wysoką płynnością. Rozpoczęte inwestycje w naturalny sposób przekładają się w krótkim okresie na podwyższenie kosztów, jednak dzięki zwiększeniu wydajności Spółka w pierwszym kwartale 2011 roku utrzymała rentowność i generowała zyski.

#### **Stanowisko Zarządu odnośnie możliwości zrealizowania publikowanych prognoz wyników na dany rok w świetle wyników zaprezentowanych w danym raporcie kwartalnym**

W listopadzie 2010 roku Spółka opublikowała aktualizację prognoz, które zakładają, że w 2011 roku przychody ze sprzedaży wyniosą 6,5 miliona złotych a wynik netto 500 tys. zł.

Od trzech kwartałów Spółka systematycznie prezentuje zyski netto, a przychody oraz ilość obsługiwanych sklepów rosną. Co więcej, Spółka zawsze najlepsze wyniki finansowe uzyskuje w trzecim i czwartym kwartale.

**Dlatego widząc dynamikę rozwoju i zdobywania rynku, rosnące przychody oraz racjonalną politykę kosztów Zarząd nie widzi zagrożeń aby zrealizować prognozy na 2011 rok.**





---

# Komentarz Zarządu Emitenta na temat aktywności, jaką w okresie objętym raportem Emitent podejmował w obszarze rozwoju prowadzonej działalności, w szczególności poprzez działania nastawione na wprowadzenie rozwiązań innowacyjnych w przedsiębiorstwie

## Wprowadzenie nowych usług i zmian w cenniku

Spółka w pierwszym kwartale 2011 wprowadziła na rynek nowe usługi zapowiedziane w czwartym kwartale 2010 roku. Były to [Zadania w trybie express \(pozwalające za wyższą opłatą na szybszą realizację zlecenia\)](#), [Premium IP \(usługa polegająca na podpięciu do każdego sklepu, za dodatkową opłatą, unikalnego adresu Ipv4\)](#) oraz [oddziały firmy, czyli usługa która pozwala prowadzić kilka firm w jednym panelu, np. przedstawicielstwa w innych krajach](#). Spółka uzyskała pierwsze przychody z tych usług jeszcze w pierwszym kwartale 2011 roku.

Na koniec pierwszego kwartału 2011 roku został ogłoszony nowy cennik, zawierający kolejne nowe usługi i produkty. Przede wszystkim odświeżona została [oferta dla dużych sklepów internetowych, ceniących indywidualne podejście, czyli pakiet wsparcia CORPORATE](#). W ramach tego planu wsparcia, klientowi przydzielany jest osobisty opiekun, dostępny pod numerem telefonu komórkowego czynnym codziennie od godziny 8:00 do 20:00. Osobisty konsultant zadba o realizację wszelkich projektów, zapewni wsparcie i szkolenie. Plan ten jest droższy niż standardowe wsparcie techniczne IAI-Shop.com.

Ponadto zostały zapowiedziane opłaty za korzystanie z aplikacji IAI POS 1.0 oraz IAI Fiskalizator. Ta druga aplikacja umożliwia drukowanie paragonów fiskalnych z wielu komputerów na jednej drukarce fiskalnej. Zmiany w zakresie aplikacji POS oraz wprowadzenie aplikacji Fiskalizator pozwolą na drukowanie przez sklepy internetowe paragonów fiskalnych z dowolnej przeglądarki internetowej oraz na większej ilości modeli drukarek fiskalnych. Ponadto umożliwią druk seryjny paragonów co przyspieszy realizację zamówień w sklepach internetowych.

## Rozwój aplikacji pomocniczych

W pierwszym kwartale 2011 roku Spółka wprowadziła na rynek szereg nowych wersji aplikacji pomocniczych. **Przede wszystkim pojawił się IAI POS w wersji 0.5.** Jest to ostatnia generacja tego programu, która jest darmowa i oznaczona jako „beta”. Na drugi kwartał 2011 roku zapowiedziana jest premiera wersji 1.0, która będzie już płatna. W wersji [IAI POS 0.5, czyli programu służącemu do prowadzenia sklepu stacjonarnego zintegrowanego ze sklepem internetowym](#), wprowadzony został szereg zmian, od interfejsu po obsługę nowych funkcji z IAI-Shop.com.



---

**Ponadto Spółka wypuściła na rynek [IAI Action Integrator 3.0, łączący sklep internetowy z hurtownią Action](#). Jest to jeden z najpopularniejszych Integratorów w ofercie Spółki i ta wersja została stworzona praktycznie od nowa. Wersja 3.0 dzięki wykorzystaniu platformy integracyjnej Downloader, generuje mniej ruchu i wywołań API, aktualizując ofertę taniej i szybciej. Największą zaletą nowej odsłony IAI Action Integratora jest większa funkcjonalność, niezawodność oraz niezwykła intuicyjność interfejsu. Aktualizacji oferty można dokonać wciskając jeden przycisk.**

W styczniu i lutym premiery miały kolejne wersje programu **IAI Downloader**, którego ostateczna wersja nosi oznaczenie 0.8.2. W [Downloader 0.8, wydanej w styczniu wersji programu do integracji sklepu internetowego z hurtowniami i dostawcami](#), wprowadzono szereg nowych rozwiązań. Przede wszystkim nowa wersja w pełni obsługuje format IOF 2.2, czyli otwarty standard do synchronizacji danych między dostawcami a sklepami internetowymi (Internet Offer Format). Ponadto wprowadzono dwanaście nowych rozwiązań podnoszących funkcjonalność programu. W lutym, wydano wersję [IAI Downloader 0.8.2](#) zawierającą kolejne nowości.

Inwestycje w aplikacje pomocnicze przekładają się wprost na zainteresowanie ofertą Spółki. W tej chwili IAI S.A. jako jedyna firma na rynku oferuje tak kompleksowe rozwiązania wspierania sprzedaży internetowej. Dzięki temu pozyskuje stale nowych klientów.

### **Przygotowania do ekspansji zagranicznej oraz zmiany wprowadzone w celu internacjonalizacji**

**Przygotowując się do ekspansji zagranicznej Spółka w pierwszym kwartale 2011 roku [przygotowała kompletnie nową integrację IAI-Shop.com z platformą eBay.com](#) – największym serwisem aukcyjnym na świecie.**

Aktualizacja integracji z eBay jest jedną z kluczowych funkcjonalności niezbędnych do podbicia rynków zagranicznych. W tym momencie sklepy sprzedające na eBay.com mogą korzystać z dokładnie takich samych, zaawansowanych narzędzi, które wykorzystują np. na Allegro.pl.

Zmieniono praktycznie każdy element wystawiania aukcji na eBay.com, od dodawania konta, formularz wystawiania aukcji, po rozszerzenie ilości obsługiwanych serwisów o nowe kraje (Kanada, USA, Niemcy, Francja, Wielka Brytania, Austria i Irlandia), po pełną weryfikację wszystkich ustawień w ostatnim kroku wystawiania aukcji.

Ponadto rozbudowując integrację z eBay.com zmieniony został moduł konfiguracji kont aukcyjnych. Oprócz zmian wizualnych, najważniejszą zmianą jest to, że eBay, konfigurowany dotychczas jako jeden serwis, jest w tej chwili rozbity na poszczególne podserwisy. Jest to działanie spójne z wcześniej wprowadzonym dla serwisów aukcyjnych grupy QXL. Dzięki tej zmianie klienci otrzymali możliwość konfigurowania m.in. danych kontaktowych dla każdego serwisu osobno.

### **Rozwój aplikacji i usług**

Spółka zakończyła szereg nowych projektów mających na celu zwiększenie lojalności klientów sklepów internetowych, a co za tym idzie zwiększenie efektywności sprzedaży w tych sklepach internetowych. Zmiany te spotkały się bardzo ciepłym przyjęciem przez klientów.

Przygotowany został zupełnie [nowy moduł promocji i przecen w sklepie internetowym](#). Zmiany objęły praktycznie każdy jego aspekt, a powstałe narzędzie pozwala bardzo efektywnie zarządzać wieloma promocjami prowadzonymi w sklepach internetowych. Możliwe jest m. in. ustawienie stref w masce sklepu, w której pokazuje się promocja, definiowanie sklepów w których jest widoczna,



---

precyzyjne definiowanie zaokrągleń ceny, wyszukiwarka a **daty rozpoczęcia i zakończenia promocji współgrają ze strefami czasowymi (kolejny etap internacjonalizacji oferty).**

Oddając sklepom internetowym kolejne narzędzia promocyjne, Spółka w lutym 2011 roku przygotowała nowy [moduł kodów rabatowych, który może być wykorzystywany w serwisach takich jak Groupon, Gruper czy Citeam](#). Dzięki nowym funkcjom można śledzić np. skuteczność tej formy promocji. Zniesiony został też limit 1000 kodów w module ręcznej edycji kodów. Wprowadzona została możliwość definiowania ile razy rabat może zostać użyty oraz minimalnej wartości zamówienia dla którego możliwe jest wykorzystanie rabatu. Ponadto został stworzony automatyczny generator kodów rabatowych, który pozwala wygenerować dużą liczbę kodów, zgodnie ze zdefiniowanymi ustawieniami. Moduł ten jest wręcz niezbędny do wygenerowania losowych kodów, potrzebnych do sprzedaży przez serwisy tj. Groupon, Gruper, Citeam i innych.

Kolejny modulem stymulującym sprzedaż w [skleпах internetowych było stworzenie nowego formularza rejestracji klienta](#). Przede wszystkim uwypuklone zostały profity za bycie lojalnym klientem sklepu internetowego oraz dodane zostały algorytmy wychytujące powracających klientów i nakłaniające ich do zalogowania się w sklepie internetowym.

Następnym etapem zmian [było przygotowanie zupełnie nowego procesu składania zamówienia w sklepie internetowym](#). W tym celu ulepszone zostały widoczność i użyteczność stron sklepów internetowych odpowiedzialnych za składanie zamówienia, dodatnie komentarze do każdego towaru osobno, eksponowanie elementów lojalnościowych, czy wyeksponowanie elementów upselling (zachęcających do większych zakupów). Ponadto przygotowane zostało wsparcie dla aktualnie najlepszych praktyk prawnych stosowanych w sklepach internetowych. Na stronach procesu składania zamówienia zwracane są linki do Regulaminu, Polityki prywatności i Regulaminu odstąpienia od umowy.

## Publikacje w mediach

Najważniejszym wydarzeniem medialnym pierwszego kwartału 2011 był [udział Pawła Fornalskiego w konferencji Shopcamp w Szczecinie](#). Wzięli właściciele i pracownicy sklepów internetowych, a wideo z tego wykładu cieszy się dużą popularnością w internecie.

Paweł Fornalski, Prezes Zarządu

Sebastian Muliński, Wiceprezes Zarządu