



**ALLTERCO**  
All Teracomm Companies

---

**Технологичен холдинг, фокусиран в бъдещето**

## Съдържание

- 1. Описание на групата на Алтерко**
2. Мобилни услуги с добавена стойност (MVAS)
3. Internet of Things
4. Модели на генериране на приходи
5. Финансови данни
6. IPO
7. Оценка на Групата
8. Приложения

## 1.1. ПРЕДСТАВЯНЕ НА ГРУПАТА

Алтерко е телекомуникационен **лидер** с над **15-годишен опит** в сферата на мобилните продукти и услуги с добавена стойност (MVAS). Чрез своите 12 компании, холдингът предлага възможност на бизнеса да се възползва от предимствата на:

- 🔥 **Решения за мобилни оператори и големи корпоративни клиенти (Turnkey Solutions)**
- 🔥 **Микроразплащания през системите на мобилните оператори (Connectivity)**
- 🔥 **Мобилен маркетинг и мобилни нотификации (Mobile Marketing and Notifications)**

От 2015 година Алтерко предприема **следващата голяма стъпка** в своето развитие като се насочва към един нов, иновативен и изключително перспективен сегмент:

- 🔥 **Интернет на нещата (IoT - Internet of Things)**

Групата решава да се фокусира към 2-те най-интересни и перспективни ниши в този сегмент, а именно **автоматизацията на дома** и **“wearable technology”** (иновативни технологични устройства, които потребителите могат да носят върху себе си).



## 1.2. ОБХВАТ НА УСЛУГИТЕ



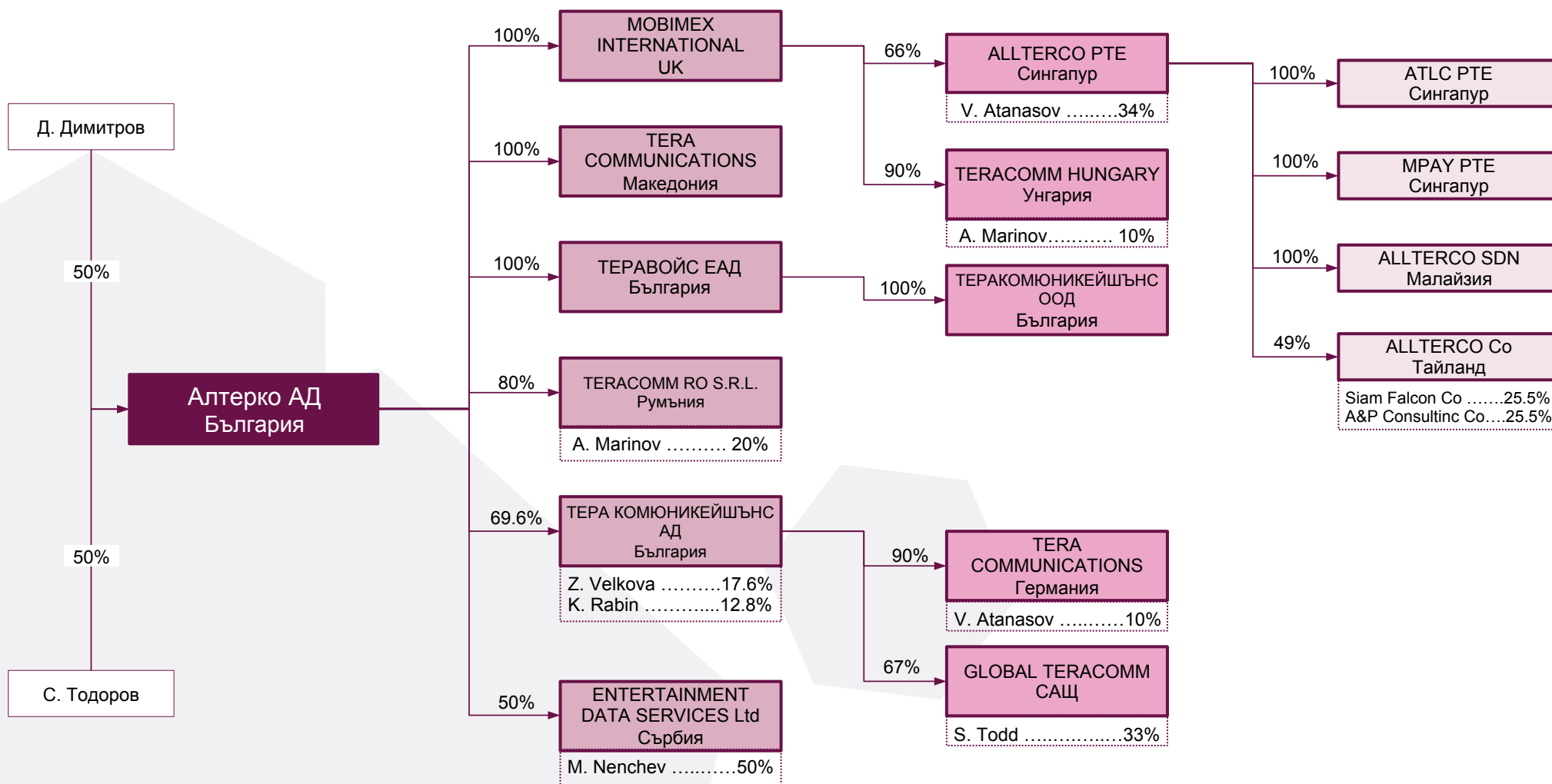
### Групата има:

- 📍 Покритие в **целия свят**
- 📍 Офиси в **7 държави на 3 континента**
- 📍 Директни отношения с над **20 мобилни оператори**
- 📍 Достъп до над **1 милиард** крайни потребители
- 📍 Над **300 корпоративни клиенти** и партньори
- 📍 Над **28 милиона** лева годишен оборот
- 📍 Над **100 служители** от повече от **10 националности**

### 1.3. СТРУКТУРА НА ГРУПАТА

През 2015 г. корпоративната структура на АЛТЕРКО АД е мащабно реорганизирана и преструктурирана с оглед на предстоящото първично публично предлагане на акции от капитала на дружеството. В хода на реорганизацията капиталът на високоефективни компании от по-ниски нива в България и чужбина е придобит директно от АЛТЕРКО АД. Междувременно са продадени и ликвидирани дъщерни дружества, които нямат оперативна дейност или чиято дейност е незначителна или не е в съответствие със стратегията за развитие на бизнеса. АЛТЕРКО АД се освобождава чрез продажба от част от дружествените си участия предимно в междинни звена от корпоративната си структура с оглед оптимизация на разходите за поддръжка, в това число мениджърски и консултантски възнаграждения.

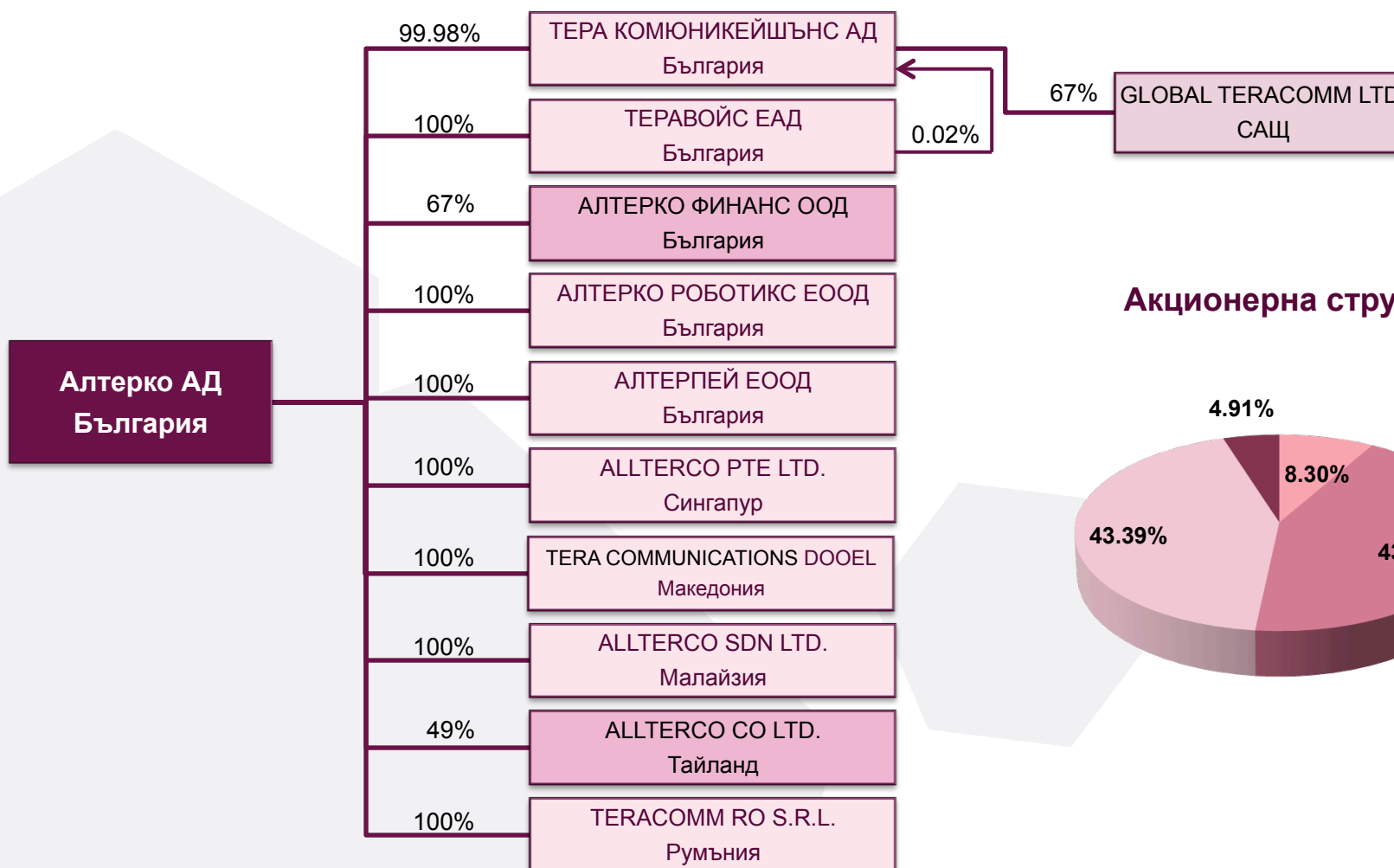
#### Структура на Групата преди преструктурирането през 2015 г.



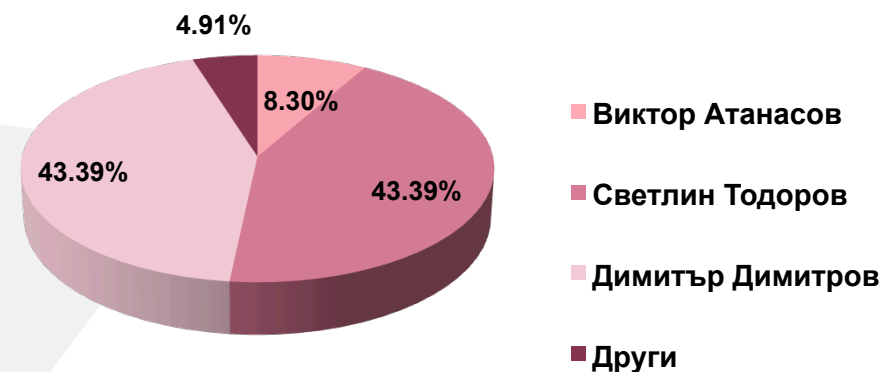
### 1.3. СТРУКТУРА НА ГРУПАТА – ПРОДЪЛЖЕНИЕ

Новата корпоративна структура на АЛТЕРКО АД позволява на висшия мениджмънт да комуникира директно с мениджмънта на дъщерните компании, както относно решаването на текущите задачи и преодоляването на ежедневните предизвикателства, така и относно постигането на краткосрочните и дългосрочни цели и амбиции на групата. През 2015 г. АЛТЕРКО АД придобива почти всички миноритарни дялове от съдружници/ съакционери в дъщерни компании, като в повечето случаи сделките са осъществени срещу акции от капитала на холдинга.

#### Структура на Групата след реструктурирането



#### Акционерна структура на Алтерко АД



## 1.4. МЕНИДЖМЪНТ



### Димитър Димитров

- предприемач с над 14г. опит в сферата на телекомуникациите, медиите и технологиите ;
- един от основателите на „Алтерко“ АД;
- председател на СД на „Алтерко“ АД;
- главен оперативен директор на Групата;
- управляващ директор на „Тера комюникейшънс“ АД



### Виктор Атанасов

- притежава над 10г. стаж в сферата на телекомуникациите;
- член на СД на „Алтерко“ АД;
- главен маркетингов директор на Групата;
- управляващ директор на Allterco PTE, Сингапур, Allterco SND, Малайзия, и Allterco Co Ltd, Тайланд



### Светлин Тодоров

- предприемач с над 17г. опит в сферата на телекомуникациите, медиите и технологиите;
- един от основателите на „Алтерко“ АД;
- зам. председател на СД на „Алтерко“ АД



### Светозар Илиев, CFA

- Притежава над 15г. стаж в сферата на финансите, от които 10г. са свързани със сферата на телекомуникациите, медиите и технологиите;
- Финансов директор на Групата.

## Независими членове на Съвета на директорите на Алтерко АД:

### Николай Мартинов

Притежава над 15 г. опит във финансите, капиталовите пазари и публичните дружества. От 1997 г. до 2006 г. изгражда „Карол“ АД като институционален участник в търговията на БФБ. Водеща фигура зад първото IPO в България през 2004г. Понастоящем управляващ съдружник в компания за дялови инвестиции “Импетус Капитал” ООД.

### Рашко Костов

Притежава над 10 г. опит в сферата на компютърните технологии по-конкретно в сферата на продажбите, поддръжката, ремонта на компютърни части, изграждането на компютърни мрежи и извършването на софтуерни услуги. Управител на „ЖАР“ ЕООД,.

## Съдържание

1. Описание на групата на Алтерко
2. Мобилни услуги с добавена стойност (MVAS)
3. Internet of Things
4. Модели на генериране на приходи
5. Финансови данни
6. IPO
7. Оценка на Групата
8. Приложения

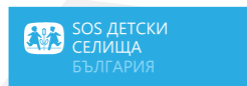
## 2.1. РЕШЕНИЯ ЗА МОБИЛНИ ОПЕРАТОРИ И ГОЛЕМИ КОРПОРАТИВНИ КЛИЕНТИ (TURNKEY SOLUTIONS)

- Програми за лоялност и популяризиране на търговската марка
- Информационно-развлекателни услуги и услуги, свързани с **управление на съдържанието**
- Брандиран **Android магазин** и приложения
- **Мобилни портали** – софтуерни решения, позволяващи връзката с мобилни приложения
- **Ring Back Tone** – популярната замяна на сигнала свободно с мелодия по избор
- **Game space** – компютърен мобилен портал за игри
- **QuizzMaster** – платформа за попълване на тестове
- **Sport club** – портал за спортни известия
- **MegaSMS промоции** – кампании като Champion League, Big Fish, Get Cash, Hangman
- **Books Forge** – мобилна библиотека, която предоставя както бесплатно, така и платено съдържание



## 2.2. МИКРОРАЗПЛАЩАНИЯ ПРЕЗ СИСТЕМИТЕ НА МОБИЛНИТЕ ОПЕРАТОРИ (CONNECTIVITY)

- ❁ **Техническа свързаност** на мобилните разплащания, обслужвайки големи мобилни оператори, медии и правителствени организации
- ❁ **SMS разплащания** – чрез всички мобилни оператори в България, Румъния, Сърбия, Македония, Сингапур, Малайзия и Тайланд;
- ❁ **SMS разплащания за паркиране** – софтуер, позволяващи управлението на разплащанията за синя и зелена зона в 10 града в България и 1 в Македония
- ❁ **Плащанията с добавена стойност чрез SMS и глас** - най-лесният и достъпен начин за плащания на малки суми за използването на онлайн услуги. Алтерко е най-големият регионален доставчик на услуги с добавена стойност в югоизточна Европа
- ❁ **Гласови връзки** – гласови разплащания посредством обаждане на номера на съответната фирма, който най-често е премиен (с по-висока такса на минута разговор) от типа 0900. Самото заплащане се осъществява към мобилните оператори, посредством начисляване на дължимата сума към месечната сметка на абонатите.
- ❁ **Директно таксуване (Direct carrier billing, DCB)** – позволява директни разплащания за стоки и услуги на стойност до 20 лв., през мрежите на мобилните оператори. Тези разплащанията са сравнително нови за региона на югоизточна Европа, където основно оперира Алтерко и тепърва набират популярност.



## 2.3. МОБИЛЕН МАРКЕТИНГ И МОБИЛНИ НОТИФИКАЦИИ (MOBILE MARKETING AND MOBILE NOTIFICATIONS)

- ❁ **Мобилен маркетинг** - дава възможност за осъществяване на директна интерактивна връзка с крайните потребители и **провеждане на промоционални и рекламни кампании**. Кампаниите се провеждат чрез комбинация от различни средства, които могат да включват SMS, MMS, facebook приложения, купони, ваучери, билети, награди и други. **Ролята на Алтерко е като на медийна агенция**, която активно участва в целия процес – от изработване на концепцията до осъществяване на кампанията и отчитане на постигнатите резултати. До момента са разработени **над 40 успешни кампании**.
- ❁ **Мобилни нотификации** – един от най-ефективните и надеждни средства за предаване на информация в реално време, който се радва на растяща популярност сред бизнеса. Намират приложение в **множество индустрии** като банкиране, застраховане, куриерски услуги, търговски вериги и други. Към момента Групата на Алтерко предлага този тип услуги в **България, Сърбия, Румъния и Македония**.



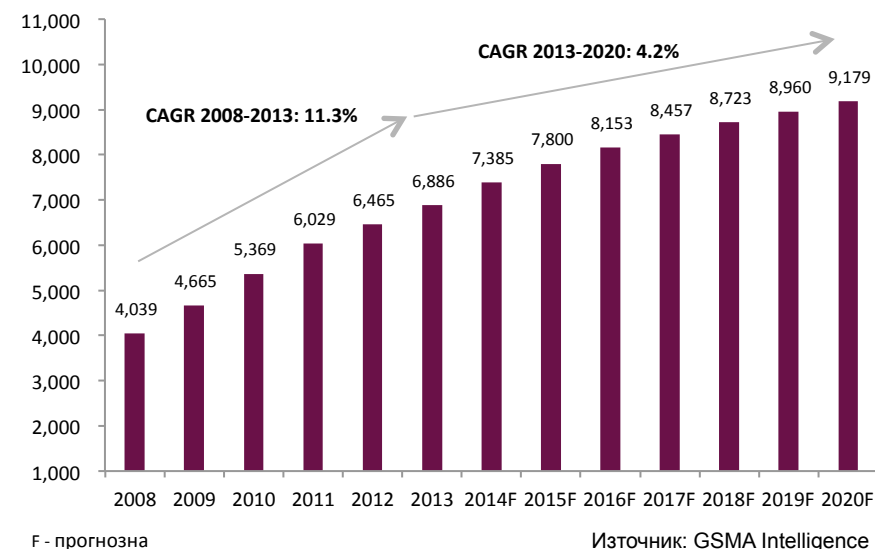
## 2.4. ПРЕГЛЕД НА ПАЗАРА НА МОБИЛНИ ТЕЛЕКОМУНИКАЦИОННИ УСЛУГИ

Само за едно десетилетие мобилната индустрия е **нараснала драстично**. Между 2004г. и 2014г. броят уникални абонати на мобилни услуги е нараснал от малко повече от 1 млрд. **до 3.7 млрд.** Прогнозите са, че мобилните връзки **ще се увеличават при средногеометричен годишен ръст от 4.2%** от края на 2013г. до края на 2020г., за да достигнат почти **9.2 милиарда SIM карти** в края на този период, като ръстът ще бъде основно от пазарите в азиатско-тихоокеанския регион и Африка.

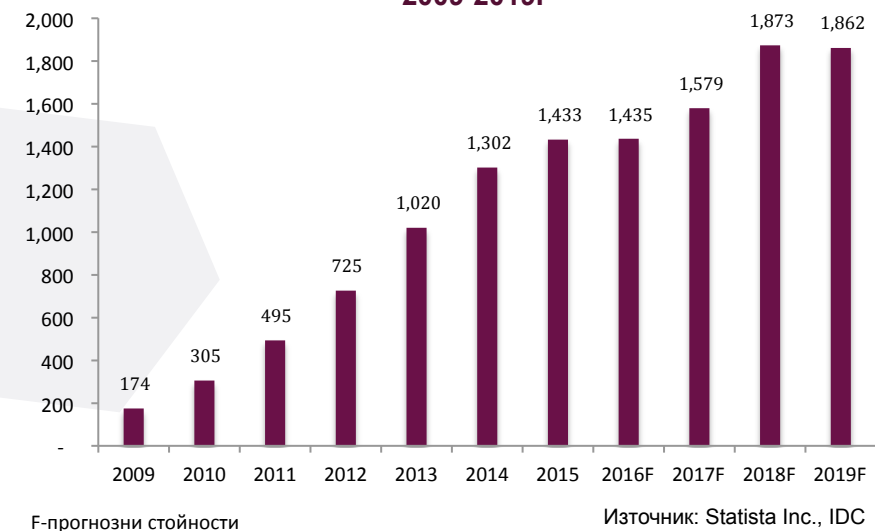
Въпреки досегашния успех на индустрията, се очаква забавяне в ръста на приходите на мобилните оператори. В скорошен анализ GSMA прогнозира **ръст на приходите от 3.1% годишно до 2020г.**, в сравнение с около 4% в периода 2008г. -2014г. и над 10% в периода 2002г. – 2008г. Това се дължи до голяма степен на забавяне ръста на броя на абонатите и връзките.

Движеща сила в ущърб на традиционните приходи (от пренос на глас и съобщения) за мобилните оператори са освен конкурентите, технологичния напредък и регулаторни фактори, така и нови участници в мобилната екосистема, а по-конкретно нови доставчици на онлайн услуги за съобщения, като WhatsApp и Skype. Според глобалната консултантска компания McKinsey, с увеличаване употребата на смартфони през следващите години тази тенденция вероятно ще се ускори, увеличавайки натиска върху мобилните оператори.

**Брой мобилни връзки (SIM карти) в света в млн. за периода 2008-2020 г.**



**Брой поръчани смартфони в света (в млн.) 2009-2019F**



## 2.5. ПРЕГЛЕД НА ПАЗАРА ЗА МОБИЛНИ УСЛУГИ С ДОБАВЕНА СТОЙНОСТ: ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА МОБИЛНИТЕ ОПЕРАТОРИ

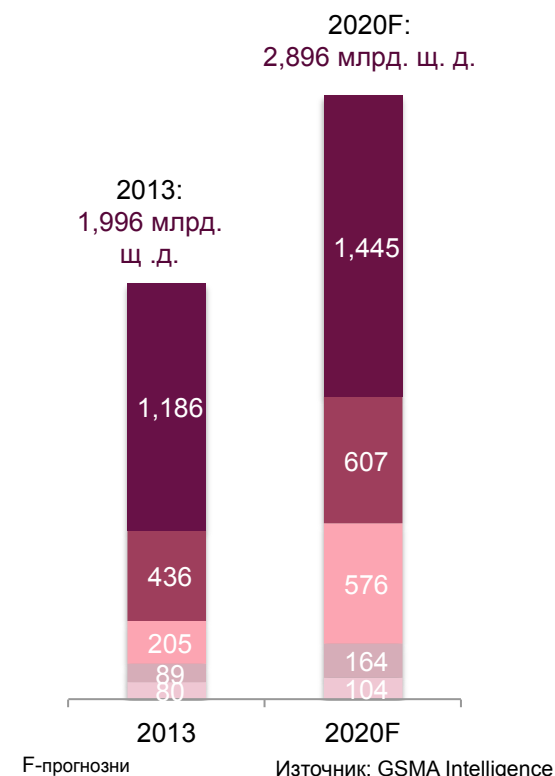
Докато традиционните приходи на операторите намалят, GSMA предвижда приходите от мобилната индустрия да растат с над 5% на годишна база. Най-бързият ръст ще дойде от областите на приложенията, съдържанието и рекламите. Този ръст се подхранва от самите фактори, които са създали дефлационен натиск върху приходите на операторите от основните им услуги, а именно: бързото разпространение на смартфоните, което предоставя на потребителите достъп до широк спектър от комуникационни услуги отвъд традиционните такива за глас и съобщения, както и на ново поколение технологии за бърз обмен на данни. В допълнение, засилващата се конкуренция и пренасочването на лоялността на клиентите изместват фокуса върху диференциацията.

Индустрията е идентифицирала три начина за повишаване ефективността на операторите, които същевременно позволяват запазването на основните, свързани с таксуването, бизнес отношения с клиента:

- ✿ **Ре-балансиране на портфолиото от продукти и услуги:** отдалечаване и постепенно изоставяне на модела на таксуване според използвания обем услуги (metered products) и преминаване към пакети от данни и гласови и SMS планове с фиксирани цени;
- ✿ **Обмисляне на партньорства с over-the-top (OTT) пазарни играчи** (компани, които предлагат достъп до аудио, видео и медийно съдържание през интернет, без да използват кабелни или мобилни оператори) : обикновено, операторите могат да генерират добавена стойност за OTT играчи, като им предоставят канал за навлизане на пазара, възможности за заплащане, както и способността да обединяват данни с техните услуги;
- ✿ **мобилните услуги с добавена стойност (MVAS).**

Прогноза за общите приходи в глобалната мобилна екосистема по категории

- Оператор
- Устройства
- Приложения, съдържание и реклама
- Компоненти
- Мрежова инфраструктура



Източник: GSMA Intelligence

## 2.6. ТЕНДЕНЦИИ НА ПАЗАРА НА МОБИЛНИТЕ УСЛУГИ С ДОБАВЕНА СТОЙНОСТ

Мобилните услуги с добавена стойност (MVAS) включват всички услуги, предоставяни на крайните клиенти отвъд стандартните гласови повиквания, които позволяват на мобилните оператори да разработят нов поток от приходи. В това определение SMS, MMS и достъпът до данни са част от MVAS, но се считат за базови услуги за мобилните оператори. Прогнозите на Digi-Capital, Global Industry Analysis и Sandler Research предвиждат, че размерът на **глобалния пазар на мобилни услуги с добавена стойност ще достигне около 700 млрд. долара** в периода 2017-2018 г., прогнозирайки **средногодишен темп на растеж от 10% - 11%** до 2018 г.

В развитите страни през последните няколко години **делът на приходите от гласови разговори в общите приходи на операторите намалява**, като спада от 89% през 2012 г. до 77% през 2015 г., с очаквания да достигне **74% през 2016 г.** Те се **заменят със съобщения, включително SMS, гласови и видео услуги**, доставени от OTT пазарни играчи, според отчети на Deloitte.

Отделно от потенциала му като **двигател на растежа**, пазарът на мобилни услуги с добавена стойност може да играе и ролята на **ключово средство за диференциация** и средство за **увеличаване лоялността на клиентите** и подобряване на потребителското изживяване. Тъй като MVAS е извън базовите услуги на мобилните оператори, те предпочитат да не ги управляват сами, тъй като това би генерирало допълнителни разходи, а да си партнират с други MVAS играчи, като медийни компании, платежни посредници, магазини за приложения, автори на съдържание и технологични компании, които имат необходимата технологична и организационна способност да се възползват от нишата, оставена от мобилните оператори.



## 2.7. ОСНОВНИ КАТЕГОРИИ МОБИЛНИ УСЛУГИ С ДОБАВЕНА СТОЙНОСТ (MVAS)

Алтерко предлага три основни групи мобилни услуги с добавена стойност, които могат да бъдат позиционирани в сферите **M-Infotainment**, **M-Connectivity** и **M-Commerce**.

### **M-Infotainment**

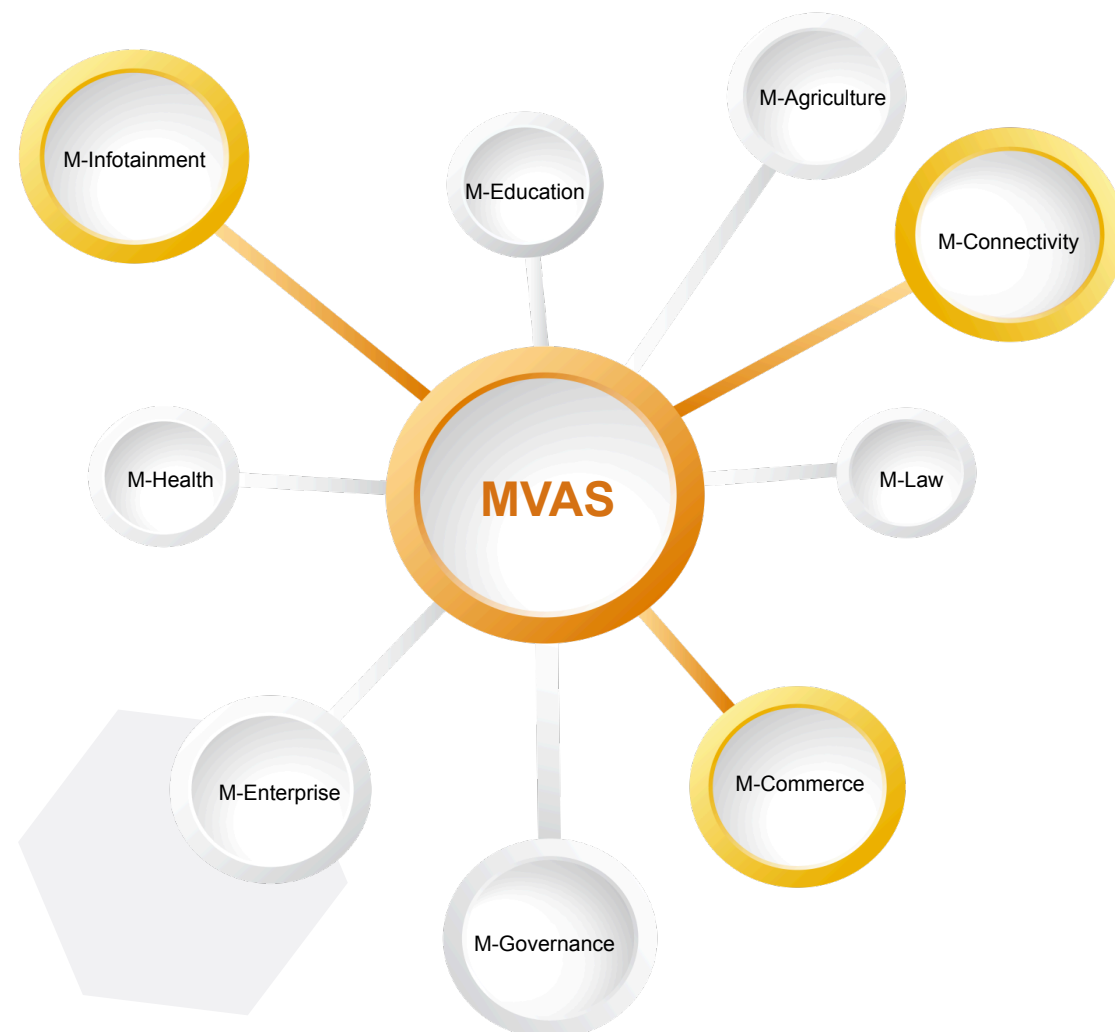
Информационните и развлекателните услуги са двигателят на приходите в индустрията на мобилните услуги с добавена стойност. Примери за такъв тип услуги са предоставянето на новини, мелодии при изчакване (caller ring-back tones), игри, музика, видео стрийминг, запознанства и чат, анкети и конкурси, мобилна телевизия, популярно съдържание, приложения, мобилни портали и др.

### **M-Connectivity**

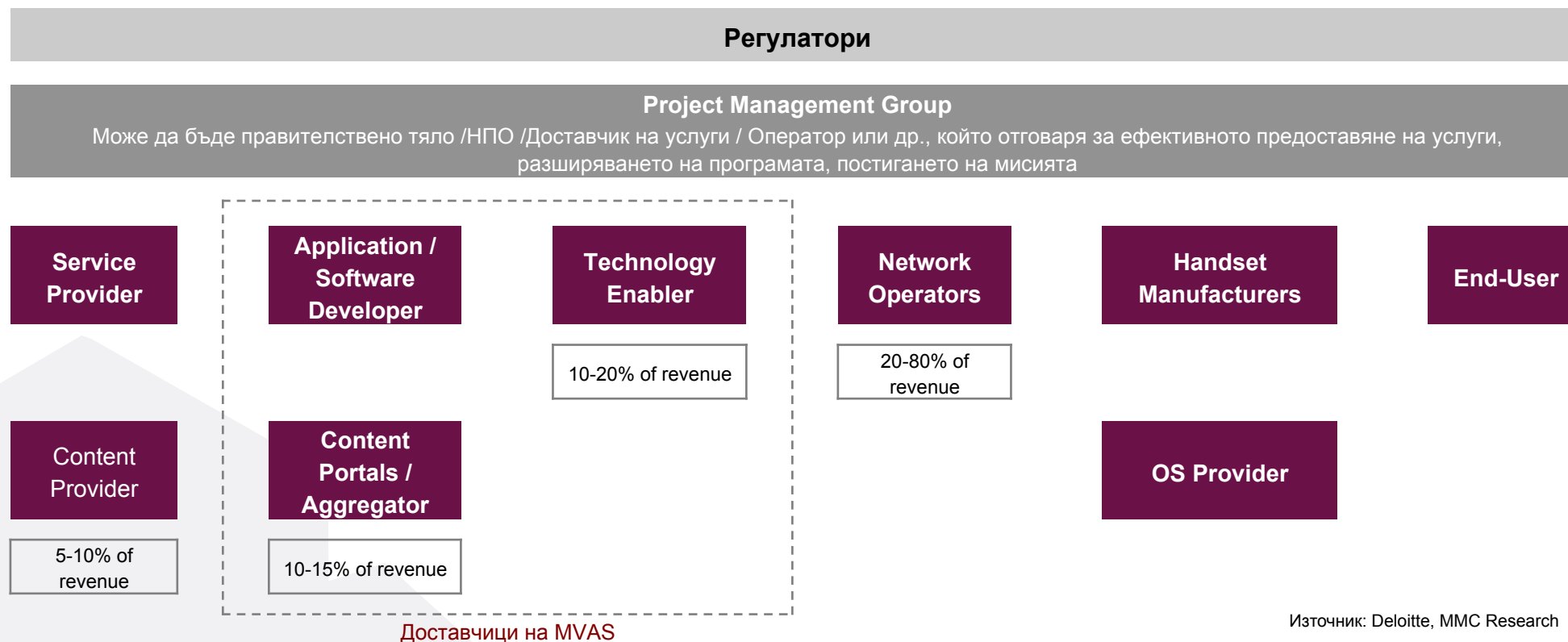
Непрекъснатият достъп до информация, комуникация, забавления, споделяне и социализиране, задвижвани от мобилната индустрия, дефинира съвременното понятие за свързаност. Този сегмент е във възход, а с развитието на Интернет на нещата (IoT) и възможността за контрол от разстояние на различни уреди чрез мобилния телефон, го прави още по-атраکتивен.

### **M-Commerce**

GSMA оценява размера на пазара на мобилната търговия през 2014 г. на 204 млрд. долара с тенденция да достигне 626 млрд. долара през 2018 г. Услугите в този сегмент могат да бъдат широко описани като услуги, които включват транзакции през мобилния телефон и могат да бъдат групирани в три категории: M-Finance, M-Retail and M-Advertising.



## 2.8. ВЕРИГА НА СТОЙНОСТТА (VALUE CHAIN) НА МОБИЛНИТЕ УСЛУГИ С ДОБАВЕНА СТОЙНОСТ (MVAS)



Източник: Deloitte, MMC Research

Ролята на **ALLTERCO** е на:

- **Technology enabler**
- **Software developer**
- **Content aggregator**

и тя го поставя в уникална позиция на пазара на мобилни услуги с добавена стойност (MVAS) като му дава възможност да се възползва от огромния ръст в индустрията чрез конкурентни предложения както за мобилните оператори, така и за трети страни като доставчици и други организации.

## Съдържание

1. Описание на групата на Алтерко
2. Мобилни услуги с добавена стойност (MVAS)
3. Internet of Things
4. Модели на генериране на приходи
5. Финансови данни
6. IPO
7. Оценка на Групата
8. Приложения



## Internet of Things (IoT) – Интернет на нещата

# 2016

**87%**  
не са чували  
за IoT



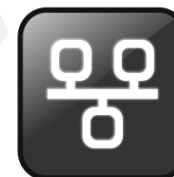
**\$2 трлн.**  
приходи



**2.6 млрд.**  
умни телефона



**9 млрд.**  
свързани  
устройства



**5.5 млн.**  
нови  
устройства  
на ден



## Internet of Things (IoT) – Интернет на нещата

# 2020

**4 млрд.**  
потребители



**\$7 трлн.**  
приходи



**25 млн.**  
приложения



**28 млрд.**  
свързани  
устройства



**50 трлн.**  
GB данни



## Бъдещето на Интернет на нещата (IoT)



До 2020 г. **90% от колите** ще имат връзка с интернет, сравнено с 10% през 2012-та.



През 2017 г. **82% от компаниите** по света ще имат IoT приложение в бизнеса си.



През 2016 г. **52% от производителите** по света ще предлагат „умни“ продукти.



През 2017 г. „умната“ защита на домове ще се превърне във **втория най-голям** сектор за услуги по приходи.



Интернет на нещата има потенциала да намали **консумацията на електричество с до 40%**



„Умната“ кухня може да спести около **15% разходи за храна и напитки**



До 2017 г. пазарът на **IoT ще надминава** този за компютри, телефони и таблети взети заедно

## 3.2. ПРОДУКТИ НА АЛТЕРКО В СЕГМЕНТА НА ИНТЕРНЕТ НА НЕЩАТА

От 2015 г. Групата решава да диверсифицира своята дейност и се насочва именно към сегмента на Интернет на нещата (IoT - Internet of Things). Алтерко разработва нови и иновативни продукти – детски GSM-GPS часовник МуКи™, система за автоматизация и контрол на дома, под марката She™, и продуктова линия от различни Wi-Fi устройства Shelly™.

### Часовникът МуКи™

Детският часовник МуКи™ е нов и иновативен продукт, разработен от Алтерко, който представлява часовник с вградена SIM карта, GPS приемник, микрофон, говорител, и сензор за допир. Той дава възможност на родителите да са в постоянна връзка с децата си и да разполагат с информация в реално време къде се намират те. Сред другите функции на часовника са:

- ❁ Благодарение на вградения сензор за допир, родителите знаят дали детето носи часовника и получават известие, ако той бъде свален от ръката на детето.
- ❁ Часовникът има LCD дисплей, който показва дата, час, всички нови съобщения и входящи повиквания.
- ❁ Чрез високоговорителя родителите могат да разговарят с детето си, както и да му изпращат гласови съобщения.
- ❁ Часовникът има връзка през мобилен оператор, за да може да се осъществяват изпращанията на гласови или текстови съобщения, както и самите разговори.
- ❁ Чрез вградения акселерометър часовникът измерва крачките и активността на детето през целия ден и дава информация за изразходените калории.
- ❁ Часовникът помни какво прави детето и в случай на загуба на връзка със сървъра информацията се обновява автоматично в последствие.
- ❁ Информацията за местоположението на детето се обновява на кратки времеви интервали.
- ❁ Настройките на часовника се конфигурират чрез безплатно приложение за смартфон и таблет или чрез браузър на компютър с достъп до интернет.



Предимството на МуКи™ пред наличните на пазара смарт часовници е, че детският часовник на Алтерко няма нужда от смартфон в близост, за да работи. Благодарение на вградената SIM карта родителите имат връзка с детето, независимо къде се намира то. Освен това МуКи™ е изключително достъпен и няма нужда от големи допълнителни разходи за родителите.

## 3.2. ПРОДУКТИ НА АЛТЕРКО В СЕГМЕНТА НА ИНТЕРНЕТ НА НЕЩАТА - ПРОДЪЛЖЕНИЕ

### She™ – Система за автоматизация на дома

- Иновативна система за **управление на устройствата в дома**
- Контрол на **всички електрически уреди** – съвместимост с хиляди модели
- Интеграция** с всички телевизори, аудио системи, климатици, осветление, кухненски уреди, системи за сигурност
- Оптимизиране на разходите**, анализ на информацията, ефикасност
- Приложение в **управлението на жилищни и бизнес сгради**, фабрики и заводи
- Уникален бизнес модел** – разпространение на She™ чрез **мобилните оператори**
- Достъпна цена**, без първоначални такси
- Лесна за използване

She™ би могла да намери приложение и в сферата на бизнеса и по-скоро в частта за умно управление на офиси, складови помещения, цели жилищни и бизнес сгради, халета, хладилни помещения и много други. Нейните функции я правят идеално решение за предприемачи, желаещи да подобрят енергийната ефективност на своите сгради, тяхната сигурност и охрана, както и значително да подобрят условията на работа в работните помещения и офиси. She™ може да бъде използвана за управление на осветлението, охранителните системи, както и всички електроуреди, което би довело до по-добра енергийна ефективност и съответно до по-малко разходи за бизнеса.



## 3.2. ПРОДУКТИ НА АЛТЕРКО В СЕГМЕНТА НА ИНТЕРНЕТ НА НЕЩАТА - ПРОДЪЛЖЕНИЕ

### Shelly™ Making internet & electricity compatible.

Shelly™ е продуктова линия от различни безжични устройства, които могат да се използват за автоматизация и оптимизация на енергийните разходи на дома и индустрията. Продуктите са напълно **съвместими със She™**, но могат да се управляват и автономно. Те са **нискоенергийни** и вграждането им не изисква съществени промени по устройствата, в които се внедряват, което ги прави подходящи за **икономичен вариант за ретрофит**. Всеки продукт Shelly™ интегриран към домашен уред или индустриално съоръжение може да ги направи „умни“ (smart) с **минимални разходи** от страна на производителите и потребителите им.



## Съдържание

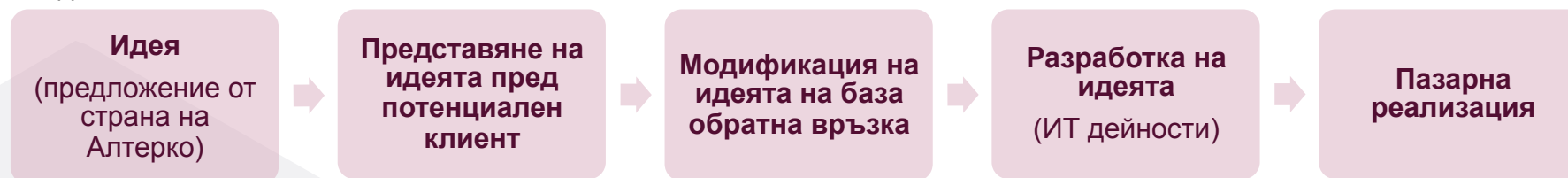
1. Описание на групата на Алтерко
2. Мобилни услуги с добавена стойност (MVAS)
3. Internet of Things
- 4. Модели на генериране на приходи**
5. Финансови данни
6. IPO
7. Оценка на Групата
8. Приложения

## 4. МОДЕЛ НА ГЕНЕРИРАНЕ НА ПРИХОДИТЕ

Бизнес моделът на Алтерко следва развитието на мобилните комуникации. Всяко от 4-те направления на основни бизнес дейности има свои модел на функциониране и генериране на приходи, а именно:

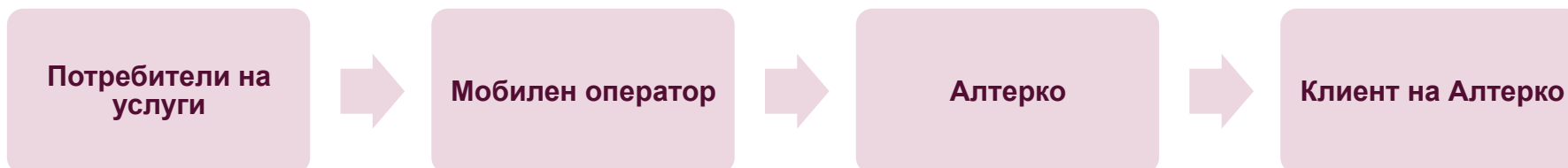
### 4.1. В СЕГМЕНТА НА РЕШЕНИЯТА ЗА МОБИЛНИ ОПЕРАТОРИ И ГОЛЕМИ КОРПОРАТИВНИ КЛИЕНТИ

Този тип услуги обикновено се извършват от името на клиента (най-често мобилен оператор) като клиентът има задължението да популяризира услугата (чрез реклама в собствени сайтове или чрез SMS-и до потребителите), а Алтерко отговаря за управлението на самата услуга. Най-общо бизнес моделът, по който функционират тези услуги е следният:



При този тип услуги приходите се генерират от абонатите на клиента, тоест абонатите на мобилния оператор. Те заплащат услугата заедно с месечната си сметка за мобилен телефон и по този начин мобилния оператор събира целия приход за месеца като изпраща справка към Алтерко, която съдържа информация за генериран трафик за месеца (брой SMS-и, минути или събития), реализирания приход (брой SMS-и по единична цена), неплатени сметки от потребители за периода (fraud), и събрани дължими суми за предходни периоди. От общия получен нетен приход мобилния оператор задържа определен %, който е предварително договорен и е различен за различните услуги, а остатъка се фактурира от Емитента. Тоест тези услуги се предлагат на принципа на „споделените приходи“ (revenue share), при който всеки партньор получава част от съвместно генерираните приходи в зависимост от предварителните договорки. Алтерко от своя страна се разплаща с доставчици на права, изплатени награди, свързани с реализирани кампании и подизпълнители, когато са използвани.

## 4.2. В СЕГМЕНТА НА МИКРОРАЗПЛАЩАНИЯТА



При тези услуги клиентите на Алтерко (в лицето на различни фирми и доставчици на услуги) сключват договор с дружество от Групата за техническа свързаност (предоставяне на кратък номер, чрез който потребителите на техните услуги могат да заплащат за тях, както и за достъп до системите на мобилните оператори за отчитане и фактуриране (“billing” системи). След това клиентите на Емитента рекламират услугите и кратките си номера, през които техните потребители могат да заплащат за продуктите и услугите им. Така крайните потребители ползват услугата „микроразплащане“ чрез изпращане на SMS на краткия номер на търговеца (клиент на Алтерко), срещу което получават код за достъп до услугата (отново чрез SMS). В края на месеца сумата на направените микроразплащания се включва в сметките на потребителите към мобилните оператори и така, заплащайки сметката си за мобилен телефон, те заплащат и за ползваните услуги с добавена стойност.

Този тип услуги също се предлагат на принципа на „споделените приходи“ (revenue share), следователно Алтерко фактурира сумата след приспадане на дела на приходите, който се пада на мобилния оператор. След това Алтерко изготвя справка към клиентите си (различните фирми и доставчици на услуги), която съдържа информация за кратките номера, които те ползват като се показва делът на мобилния оператор, както и този, който Алтерко задържа. Клиентът от своя страна фактурира към Алтерко нетния приход според справката (приход от потребители минус процента, който се полага на мобилния оператор и минус процента, който задържа Алтерко). Алтерко се разплаща с клиентите си, когато получи приходите от мобилните оператори.

### 4.3. ПРИ МОБИЛНИЯ МАРКЕТИНГ И МОБИЛНИТЕ НОТИФИКАЦИИ

При мобилните нотификации Алтерко купува от мобилните оператори големи пакети с SMS-и, което води до ниска единична цена на SMS. След това ги препродава с надценка на свои клиенти, които искат да се възползват от услугите на Алтерко в областта на мобилните нотификации.

По отношение на мобилния маркетинг, Емитентът разработва и предлага на свои клиенти концепции за мобилен маркетинг. В зависимост от одобрения от клиента обхват на кампанията се изчислява себестойността и се начислява надценка за формиране на печалба, след което на клиента се предлага крайна цена за кампанията. Себестойността на кампаниите варира в зависимост от обхвата и типа ѝ. Типични разходи, които биха могли да формират цялата или част от себестойността на дадена кампания са:

- ✿ Цена на SMS-и изпратени към потенциални крайни клиенти на клиента на Алтерко;
- ✿ Разходи за изработка на web и мобилни сайтове за кампанията;
- ✿ Набавяне или изработване на съдържание за сайтовете;
- ✿ Изработка на рекламни материали;
- ✿ Покупка на награди или печатане на ваучери (ако кампанията ги предполага);
- ✿ Куриерски услуги, свързани с доставката на наградите;
- ✿ Кол център за времето на кампанията;
- ✿ Цялостно управление на кампанията и други.



#### 4.4. В СЕГМЕНТА НА ИНТЕРНЕТ НА НЕЩАТА

Към момента икономическата група на Емитента е разработила 3 групи устройства, които попадат в този сегмент. Системата за автоматизация и контрол на дома и офиса She™, Wi-Fi устройствата Shelly™ и детския часовник MyKi™. Тези устройства се предлагат предимно през мобилни оператори, тъй като повечето имат нужда от СИМ карта, за да реализират всичките си функции. На база на заявките от мобилните оператори се планира доставката на компоненти и изработката на устройствата. Когато доставката бъде осъществена се извършва и разплащането от страна на мобилните оператори като съществува опция да се договори отложено плащане чрез няколко вноски или на база на реално продадени устройства. Самите мобилни оператори имат опцията да предлагат устройствата на абонатите си посредством месечен абонамент, който включва допълнителни услуги, най-често безплатни минути гласови услуги и интернет.

При She™ и Shelly™ мобилните оператори заплащат на Алтерко освен цената на устройствата и месечна такса за обслужване и поддръжка, тъй като всички данни от устройствата се обработват от облачна (cloud) система, която се поддържа от Алтерко.



## Съдържание

1. Описание на групата на Алтерко
2. Мобилни услуги с добавена стойност (MVAS)
3. Internet of Things
4. Модели на генериране на приходи
- 5. Финансови данни**
6. IPO
7. Оценка на Групата
8. Приложения

## 5.1. КРАТЪК ФИНАСОВ ПРЕГЛЕД

Символичният ръст на приходите за 2015 г. се дължи основно на промяна в условията на работа с мобилните оператори в България, както и на промяна на условията за предоставяне на услуги в Сингапур в резултат на регулаторни промени.

Свиването на маржовете на печалбата е в следствие на значително по-големите разходи за реклама през 2015 г., които са свързани с по-агресивното навлизане на американския пазар, в който предлагането на традиционните за Алтерко услуги с добавена стойност е ограничено поради регулаторни причини след 2012 г. В резултат на направените разходи постигнатият растеж в приходите на американското дружество е от над 640% за 2015 г.

Поради естеството на дейност на Алтерко, Групата не притежава значителни материални активи. Основната част от активите представляват търговски вземания (45% от всички активи) и репутация (45% от всички активи), възникнала в следствие на преструктурирането на Групата през 2015 г. Традиционно периодът на събиране на вземанията е дълъг, поради политиките на разплащане на мобилните оператори, върху които Алтерко не може да влияе.

Поради дългият период на събиране на вземанията, Алтерко прилага и дълъг период на разплащане със своите търговски партньори. По тази причина търговските задължения формират над 80% от пасивите на Групата.

До момента Групата се финансира предимно със собствени средства, генерирани от дейността. Лихвоносният дълг представлява задължения по финансов лизинг и задължения по банков заем. Към 31.3.2016 г. Групата има одобрена кредитна линия за 500 000 евро, чиято цел е да финансира нуждата от оборотни средства.

Показатели на консолидирана база в хил. лв.	2013	2014	2015	Q1'15*	Q1'16*	H1'15*	H1'16*
<b>Приходи от продажби</b>	<b>30 646</b>	<b>28 272</b>	<b>28 279</b>	<b>6 168</b>	<b>7 251</b>	<b>12 253</b>	<b>14 879</b>
<b>ЕБИТДА</b>	<b>2 535</b>	<b>2 624</b>	<b>1 227</b>	<b>-641</b>	<b>156</b>	<b>40</b>	<b>325</b>
<i>ЕБИТДА марж</i>	8.3%	9.3%	4.3%	-10.4%	2.2%	0.3%	2.2%
<b>Нетна печалба в т. ч.:</b>	<b>1 947</b>	<b>1 962</b>	<b>705</b>	<b>-726</b>	<b>-90</b>	<b>-179</b>	<b>72</b>
<i>Неконтролиращо участие</i>	422	251	-10	-190	0	-39	-2
<i>Нетен марж</i>	6.4%	6.9%	2.5%	-11.8%	-1.2%	-1.5%	0.5%
<b>Нетекущи активи в т. ч.:</b>	<b>6 751</b>	<b>6 426</b>	<b>16 575</b>	<b>6 393</b>	<b>16 602</b>	<b>6 644</b>	<b>16 744</b>
<i>Имоти, машини и съоръжения</i>	381	333	956	375	1 057	643	1 190
<i>Репутация</i>	5 829	5 842	15 457	5 821	15 465	5 791	15 465
<b>Текущи активи в т. ч.:</b>	<b>12 565</b>	<b>14 733</b>	<b>17 632</b>	<b>14 592</b>	<b>17 546</b>	<b>11 474</b>	<b>13 572</b>
<i>Търговски вземания</i>	9 724	11 681	15 350	11 758	14 187	9 639	10 709
<i>Пари и парични еквиваленти</i>	2 238	2 539	1 937	2 191	2 386	1 115	1 785
<b>Общо активи</b>	<b>19 316</b>	<b>21 159</b>	<b>34 207</b>	<b>20 985</b>	<b>34 148</b>	<b>18 118</b>	<b>30 316</b>
<b>Собствен капитал в т. ч.:</b>	<b>10 312</b>	<b>10 878</b>	<b>19 625</b>	<b>10 064</b>	<b>19 616</b>	<b>9 909</b>	<b>19 799</b>
<i>Неразпределена печалба</i>	3 728	3 902	5 058	3 366	4 968	3 047	5 127
<i>Неконтролиращо участие</i>	1 197	1 355	55	1 165	55	1 291	45
<b>Нетекущи пасиви</b>	<b>155</b>	<b>138</b>	<b>1 008</b>	<b>138</b>	<b>986</b>	<b>112</b>	<b>982</b>
<b>Текущи пасиви в т. ч.:</b>	<b>8 849</b>	<b>10 143</b>	<b>13 574</b>	<b>10 783</b>	<b>13 546</b>	<b>8 097</b>	<b>9 535</b>
<i>Търговски задължения</i>	7 423	6 950	11 929	8 310	11 853	5 789	7 847
<b>Лихвоносен дълг</b>	<b>204</b>	<b>189</b>	<b>323</b>	<b>157</b>	<b>389</b>	<b>138</b>	<b>387</b>
Продажби на една акция, SPS	5.6	5.2	2.1	1.1	0.5	2.2	1.1
Печалба на една акция, EPS**	0.28	0.31	0.12	-0.10	-0.01	-0.03	0.01
Дивидент на една акция, DPS	0.15	0.13	-	-	-	-	-
Балансова стойност на една акция, BVPS	1.7	1.7	1.5	1.6	1.5	1.6	1.5
Възвръщаемост на собствения к-л, ROE	18.2%	18.5%	4.6%	-6.9%	-0.5%	-1.7%	0.4%
Възвръщаемост на активите, ROA	12.9%	11.5%	3.5%	-3.4%	-0.1%	-0.5%	0.6%
Лихвоносен дълг/ Собствен капитал	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.01	0.02

\*Данните са неаудитирани

\*\* На база на нетната печалба/загуба, принадлежаща на собствениците на компанията-майка и средно претегления брой акции за периода

## 5.2. ПРИХОДИ

Алтерко оперира на няколко пазара в различни региони от света, което позволява определена диверсификация на приходите, но въпреки това основата част (40%) се генерират от българските дружества в Групата. Водещи пазари на Групата са България, Сингапур, Румъния, САЩ, Македония и Малайзия. Алтерко осъществява дейност и в Тайланд, Русия, Южна Африка, Хърватия и Сърбия.

Групата извършва бизнес дейност в 4 основни сегмента като най-голяма част от консолидираните приходи на Алтерко (над 70%) се формират от сегмента на микроплащанията.

Показатели на консолидирана база в хил. лв.	2013	2014	2015	Q1'15*	Q1'16*	H1'15*	H1'16*
<b>Приходи от продажби</b>	<b>30 646</b>	<b>28 272</b>	<b>28 279</b>	<b>6 168</b>	<b>7 251</b>	<b>12 253</b>	<b>14 879</b>
<i>промяна на годишна база, %</i>	<i>16.0%</i>	<i>-7.7%</i>	<i>0.0%</i>		<i>17.6%</i>		<i>21.4%</i>
<b>Други приходи от дейността</b>	<b>222</b>	<b>303</b>	<b>229</b>	<b>21</b>	<b>30</b>	<b>77</b>	<b>79</b>
<i>промяна на годишна база, %</i>	<i>-43.4%</i>	<i>36.5%</i>	<i>-24.4%</i>		<i>42.9%</i>		<i>2.6%</i>
<b>Общо приходи</b>	<b>30 868</b>	<b>28 575</b>	<b>28 508</b>	<b>6 189</b>	<b>7 281</b>	<b>12 330</b>	<b>14 958</b>

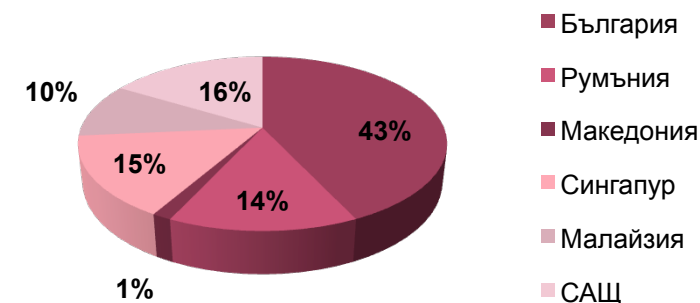
\* Данните са неаудитирани

Символичният ръст на годишна база в консолидираните приходи на Групата през 2015г. се дължи основно на промяна в условията на работа с мобилните оператори в България, които вече задържат по-голяма част от приходите за себе си и изплащат по-малка част към крайните клиентите на Алтерко, както и на промяна на условията за предоставяне на услуги в Сингапур.

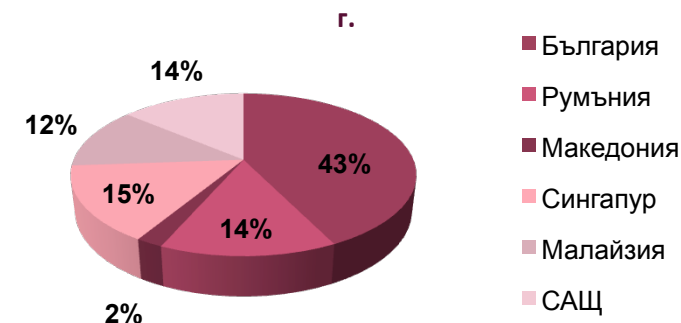
Очакванията на мениджмънта са, че през 2016г. консолидираните приходи на Групата ще нараснат, като основни фактори за това ще бъдат:

- въвеждането на DCB разплащания в България и Румъния;
- нормализиране на пазара в Сингапур, в резултат на адаптиране към новите условия за правене на бизнес;
- приходи от продажби на „умни“ устройства.

Консолидирани приходи по пазари за първото 6-месечие на 2016 г.



Консолидирани приходи по пазари за 2015 г.



Консолидирани приходи по сегменти, в хил. лв.



### 5.3. ПРИХОДИ ПО СЕГМЕНТИ

Консолидирани приходи по сегменти в хил. лв.	2013	2014	2015	Q1'15*	Q1'16*	H1'15*	H1'16*
<b>Решения за мобилни оператори и големи корпоративни клиенти</b>	<b>5 827</b>	<b>4 097</b>	<b>1 230</b>	<b>340</b>	<b>369</b>	<b>702</b>	<b>909</b>
<i>промяна на годишна база, %</i>	<i>185.04%</i>	<i>-29.68%</i>	<i>-69.98%</i>		<i>8.53%</i>		<i>29.49%</i>
<b>Микроразплащания</b>	<b>21 970</b>	<b>21 317</b>	<b>19 868</b>	<b>4 929</b>	<b>5 208</b>	<b>8 769</b>	<b>9 417</b>
<i>промяна на годишна база, %</i>	<i>-3.30%</i>	<i>-2.97%</i>	<i>-6.80%</i>		<i>5.66%</i>		<i>7.39%</i>
<b>Мобилен маркетинг и нотификации</b>	<b>2 849</b>	<b>2 857</b>	<b>6 882</b>	<b>899</b>	<b>1 530</b>	<b>2 775</b>	<b>4 274</b>
<i>промяна на годишна база, %</i>	<i>71.10%</i>	<i>0.29%</i>	<i>140.89%</i>		<i>70.19%</i>		<i>54.02%</i>
Интернет на нещата - МуКи™	0	0	139	0	135	0	260
Други	0	0	159	0	9	7	19
<b>Общо</b>	<b>30 646</b>	<b>28 272</b>	<b>28 279</b>	<b>6 168</b>	<b>7 251</b>	<b>12 253</b>	<b>14 879</b>

\* Данните са неаудирани

Микроразплащанията са основния сегмент в дейността на Алтерко към момента и формират над 70% от приходите на Групата. За 2015 г. консолидираните приходи от този сегмент бележат спад от 6.8% на годишна база, който се дължи на промяна в политиката на някои от мобилните оператори, с които Алтерко си партнира. Промяна се състои в намаляване на процента, който мобилния оператор изплаща към крайните клиенти при извършване на разплащане посредством мрежата на оператора. Това кара крайните клиенти в лицето на различни доставчици на дигитални услуги, но не само, да търсят нови платежни канали. За да се справи с този проблем и риска от потенциална загуба на клиенти, търсещи алтернативни методи на разплащане, от 2016 г. Алтерко започва да предлага и DCB (Direct Carrier Billing) разплащания, които са с много по-висок процент на изплащане към крайните клиенти и по този начин те са стимулирани да ги използват. За първото тримесечие на 2016 г. приходите от сегмента на микроразплащанията бележат ръст от 5.66% на годишна база до 5.208 млн. лв. като основно ръстът идва от малайзийското дружество на Групата.

Спадът в консолидираните приходи за 2015 г. от сегмента на решенията за мобилни оператори и големи корпоративни клиенти съвпада и с липсата на значими и големи спортни събития като световно или европейско първенство по футбол, което води до по-малко генерирани приходи през спортните портали и приложения. Спадът в консолидираните приходи от сегмента на решенията за мобилни оператори и големи корпоративни клиенти през 2014 г. спрямо 2013 г. е в резултат на промяна на договорите на някои мобилни оператори.

### 5.3. ПРИХОДИ ПО СЕГМЕНТИ - ПРОДЪЛЖЕНИЕ

Консолидирани приходи по сегменти в хил. лв.	2013	2014	2015	Q1'15*	Q1'16*	H1'15*	H1'16*
<b>Решения за мобилни оператори и големи корпоративни клиенти</b>	<b>5 827</b>	<b>4 097</b>	<b>1 230</b>	<b>340</b>	<b>369</b>	<b>702</b>	<b>909</b>
<i>промяна на годишна база, %</i>	<i>185.04%</i>	<i>-29.68%</i>	<i>-69.98%</i>		<i>8.53%</i>		<i>29.49%</i>
<b>Микроразплащания</b>	<b>21 970</b>	<b>21 317</b>	<b>19 868</b>	<b>4 929</b>	<b>5 208</b>	<b>8 769</b>	<b>9 417</b>
<i>промяна на годишна база, %</i>	<i>-3.30%</i>	<i>-2.97%</i>	<i>-6.80%</i>		<i>5.66%</i>		<i>7.39%</i>
<b>Мобилен маркетинг и нотификации</b>	<b>2 849</b>	<b>2 857</b>	<b>6 882</b>	<b>899</b>	<b>1 530</b>	<b>2 775</b>	<b>4 274</b>
<i>промяна на годишна база, %</i>	<i>71.10%</i>	<i>0.29%</i>	<i>140.89%</i>		<i>70.19%</i>		<i>54.02%</i>
Интернет на нещата - МуКи™	0	0	139	0	135	0	260
Други	0	0	159	0	9	7	19
<b>Общо</b>	<b>30 646</b>	<b>28 272</b>	<b>28 279</b>	<b>6 168</b>	<b>7 251</b>	<b>12 253</b>	<b>14 879</b>

\* Данните са неаудирани

В допълнение, през 2015 г. в следствие на промяна на политиките на мобилните оператори, настъпва промяна в портфолиото на услугите предлагани в Азия и най-вече в Сингапур. Това води до намаляване на поръчките в сегмента на „Решения за мобилни оператори и корпоративни клиенти“ (Turnkey solutions). Очакванията на мениджмънта на Алтерко са през 2016 г. пазарът да се приспособи към новите промени и да започне да се възстановява. За първото тримесечие на 2016 г. е реализиран ръст от 5.83% на годишна база до 0.369 млн. лв. на приходите от сегмента на решенията за мобилни оператори и големи корпоративни клиенти.

Значителното увеличение на консолидираните приходи за 2015 г. със 140% на годишна база в сегмента на мобилния маркетинг и нотификациите се дължи на привлечени нови клиенти, предимно в щатското дружество Global Teracom, както и увеличение на генерираните трафици от настоящи клиенти. Основната дейност на Global Teracom е мобилен и интернет маркетинг като се търсят начини за разширяване на бизнеса. В резултат на положените усилия за привличането на нови клиенти през 2015 г., за първото тримесечие на 2016 г. е постигнат значителен ръст (над 70% на годишна база) на консолидираните приходи от мобилен маркетинг и реклама, които възлизат на 1.530 млн. лв. в края на март 2016 г.

През 2015 г. на пазара са предложени и първите бройки от детския часовник МуКи™, посредством единия от мобилните оператори в България. Часовникът предизвиква огромен интерес сред потребителите и наличните бройки са разпродадени почти веднага. Само за първото тримесечие на 2016г. са продадени детски часовници за 135 000 лв.

## 5.4. ПРИХОДИ ПО ПАЗАРИ

Консолидирани приходи по сегменти в хил. лв.	2013	2014	2015	Q1'15*	Q1'16*	H1'15*	H1'16*
<b>България</b>	<b>14 507</b>	<b>13 801</b>	<b>12 062</b>	<b>2 846</b>	<b>3 064</b>	<b>5 985</b>	<b>6 390</b>
<i>промяна на годишна база, %</i>	<i>15.8%</i>	<i>-4.9%</i>	<i>-12.6%</i>		<i>7.7%</i>		<i>6.8%</i>
<b>Румъния</b>	<b>4 111</b>	<b>4 932</b>	<b>3 943</b>	<b>1 047</b>	<b>895</b>	<b>1 834</b>	<b>2 086</b>
<i>промяна на годишна база, %</i>	<i>18.9%</i>	<i>20.2%</i>	<i>-20.1%</i>		<i>-14.5%</i>		<i>13.7%</i>
<b>Македония</b>	<b>1 262</b>	<b>404</b>	<b>607</b>	<b>149</b>	<b>106</b>	<b>279</b>	<b>215</b>
<i>промяна на годишна база, %</i>	<i>163.9%</i>	<i>-68.0%</i>	<i>50.3%</i>		<i>-28.86%</i>		<i>-22.9%</i>
<b>Сингапур</b>	<b>9 703</b>	<b>8 273</b>	<b>4 272</b>	<b>1 330</b>	<b>1 236</b>	<b>1 962</b>	<b>2 247</b>
<i>промяна на годишна база, %</i>	<i>1.3%</i>	<i>-14.7%</i>	<i>-48.4%</i>		<i>-7.07%</i>		<i>14.5%</i>
<b>Малайзия</b>	<b>7</b>	<b>334</b>	<b>3 467</b>	<b>379</b>	<b>887</b>	<b>835</b>	<b>1 496</b>
<i>промяна на годишна база, %</i>		<i>4 615.7%</i>	<i>938.1%</i>		<i>134.0%</i>		<i>79.2%</i>
<b>САЩ</b>	<b>1 056</b>	<b>528</b>	<b>3 928</b>	<b>417</b>	<b>1 063</b>	<b>1 358</b>	<b>2 445</b>
<i>промяна на годишна база, %</i>	<i>171.6%</i>	<i>-50.0%</i>	<i>643.9%</i>		<i>154.92%</i>		<i>80.0%</i>
<b>Общо</b>	<b>30 646</b>	<b>28 272</b>	<b>28 279</b>	<b>6 168</b>	<b>7 251</b>	<b>12 253</b>	<b>14 879</b>

\* Данните са неаудитирани

Алтерко оперира в няколко страни като водещ остава българският пазар, който генерира над 40% от приходите на Групата. Вторият по важност и перспективност пазар е азиатският. Спадът в приходите на сингапурското дружество през 2014 г. и 2015 г. се дължи на промяна в регулациите, в следствие на което трафиците, генерирани от клиенти, намаляват драстично, особено в началото на 2015 г. Към края на година пазарът започва да се възстановява, но не успява да навакса спада от началото на годината. Данните за първото тримесечие на 2016 г. показват, че възстановяването продължава с пълна сила, въпреки че нивата от първото тримесечие на 2015 г. още не са достигнати. На другия полюс е Allterco SDN, Малайзия. Поради това, че Малайзия е нов пазар за Групата, който е изключително перспективен и с голям потенциал за растеж, приходите на компанията нарастват значително като достигат 3.467 млн. лв. през 2015 г. спрямо 0.334 млн. лв. година по-рано. Първите данни за 2016 г. за представянето на Групата в Малайзия потвърждават позитивната тенденция. Приходите за първото тримесечие от малайзийския пазар възлизат на 0.887 млн. лв. спрямо 0.379 млн. лв. година по-рано.

През 2015 г. са направени стъпки за по-сериозно навлизане на пазара в САЩ, в който предлагането на традиционните за Алтерко услуги с добавена стойност е ограничено поради регулаторни причини след 2012 г. Направлението, в което се насочва Алтерко в този пазар са мобилната и интернет рекламата като постигнатият растеж в приходите е от над 640% за 2015г. Значителен ръст на консолидираните приходи от американския пазар е отчетен и за първото тримесечие на 2016 г. като те възлизат на 1.063 млн. лв. към края на март 2016 г. спрямо 0.417 млн. лв. година по-рано.

## 5.5. ПРИХОДИ НА ГРУПАТА ПО ДРУЖЕСТВА

Дружество	Тип услуга	2013	2014	2015	Q1'15*	Q1'16*	H1'15*	H1'16*
		BGN'000	BGN'000	BGN'000	BGN'000	BGN'000	BGN'000	BGN'000
"Тера Комюникейшънс" АД, България	Решения за мобилни оператори и големи корпоративни клиенти	2 169	1 268	640	206	259	391	665
	Микроразплащания	6 214	1 138	565	193	0	371	0
	Мобилен маркетинг и нотификации	1 792	2 324	2 948	481	454	1 412	1 481
	Услуги	0	0	0	0	0	0	0
	Техническа поддръжка	0	0	0	0	0	0	0
	<b>ОБЩО</b>	<b>10 176</b>	<b>4 731</b>	<b>4 153</b>	<b>880</b>	<b>713</b>	<b>2 174</b>	<b>2 146</b>
"Теравойс" ЕАД, България	Решения за мобилни оператори и големи корпоративни клиенти	379	167	204	52	44	81	86
	Микроразплащания	3 952	8 903	7 407	1 914	2 163	3 723	3 879
	Мобилен маркетинг и нотификации	0	0	0	0	0	0	0
	<b>ОБЩО</b>	<b>4 331</b>	<b>9 070</b>	<b>7 611</b>	<b>1 966</b>	<b>2 207</b>	<b>3 804</b>	<b>3 965</b>
Teracom RO S. R. L., Румъния	Решения за мобилни оператори и големи корпоративни клиенти	153	183	117	49	53	78	121
	Микроразплащания	3 957	4 750	3 826	998	842	1 756	1 965
	Мобилен маркетинг и нотификации	0	0	0	0	0	0	0
	<b>ОБЩО</b>	<b>4 111</b>	<b>4 932</b>	<b>3 943</b>	<b>1 047</b>	<b>895</b>	<b>1 834</b>	<b>2 086</b>
Tera Communications DOOEL, Македония	Решения за мобилни оператори и големи корпоративни клиенти	887	117	143	14	11	95	34
	Микроразплащания	375	283	457	134	82	179	164
	Мобилен маркетинг и нотификации	0	4	7	1	13	5	17
	<b>ОБЩО</b>	<b>1 262</b>	<b>404</b>	<b>607</b>	<b>149</b>	<b>106</b>	<b>279</b>	<b>215</b>
Allterco PTE, Сингапур	Решения за мобилни оператори и големи корпоративни клиенти	2 239	2 362	28	6	0	9	0
	Микроразплащания	7 464	5 910	4 244	1 324	1 236	1 953	1 916
	Мобилен маркетинг и нотификации	0	0	0	0	0	0	331
	<b>ОБЩО</b>	<b>9 703</b>	<b>8 273</b>	<b>4 272</b>	<b>1 330</b>	<b>1 236</b>	<b>1 962</b>	<b>2 247</b>
Allterco SDN, Малайзия	Решения за мобилни оператори и големи корпоративни клиенти	0	0	99	13	2	48	3
	Микроразплащания	7	334	3 368	366	885	787	1 493
	Мобилен маркетинг и нотификации	0	0	0	0	0	0	0
	<b>ОБЩО</b>	<b>7</b>	<b>334</b>	<b>3 467</b>	<b>379</b>	<b>887</b>	<b>835</b>	<b>1 496</b>
Global Teracom, САЩ	Мобилен маркетинг и нотификации	1 056	528	3 928	417	1 063	1 358	2 445
"Алтерко Роботикс" ЕООД, България	МуКі	0	0	139	0	135	0	260
	ИТ услуги			125	0	0	0	0
	<b>ОБЩО</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>264</b>	<b>0</b>	<b>135</b>	<b>0</b>	<b>260</b>
"Алтерко Финанс" ООД, България	Финансови услуги			34	0	9	7	19
<b>Общо консолидирани приходи</b>		<b>30 646</b>	<b>28 272</b>	<b>28 279</b>	<b>6 168</b>	<b>7 251</b>	<b>12 253</b>	<b>14 879</b>

\*Данните са неаудитирани

## 5.6. РАЗХОДИ ЗА ДЕЙНОСТТА

Консолидираните разходи за дейността на Групата за 2015 г. бележат лек ръст от 5% на годишна база основно поради увеличение на разходите за продажби, които възлизат на 3.452 млн. лв. за 2015 г. спрямо 564 хил. лв. година по-рано. Тези разходи представляват разходите за реклама, свързани със значителното увеличение на теглото на мобилната реклама в общите приходи, генерирани основно от Global Teracom, САЩ.

За първото тримесечие на 2016 г. консолидираните разходи за дейността на Алтерко отчитат ръст от почти 6% на годишна база основно поради увеличение на разходите, формиращи себестойността на продажбите и по-конкретно на разходите за реклама. Към 31.3.2016 г. себестойността на продажбите възлиза на 5.554 млн. лв., което представлява ръст от 11.5% на годишна база. Разходите за реклама възлизат на 975 хил. лв. към края на март 2016 г. спрямо 599 хил. лв. година по-рано.

Разходите за дейността на индивидуална база на Алтерко АД представляват в голямата си част разходи за заплати (55% за първото тримесечие на 2016г.) и разходи за външни услуги (37% за първото тримесечие на 2016 г.). За първото тримесечие на 2016 г. оперативните разходи на индивидуална база на Емитента намаляват с 42.3% на годишна база до 246 хил. лв.

Консолидирани разходи в хил. лв.	2013	2014	2015	Q1'15	Q1'16	H1'15*	H1'16*
<b>Себестойност на продажбите в т. ч.:</b>	<b>-21 638</b>	<b>-19 597</b>	<b>-17 438</b>	<b>-4 980</b>	<b>-5 554</b>	<b>-8 535</b>	<b>-11 240</b>
<i>промяна на годишна база, %</i>	59.7%	-9.4%	-11.0%		11.5%		31.7%
- такси за кратки номера, пакети SMS-и, интернет, VPN	-1 929	-3 800	-2 117	-754	-821	-1 018	-1 467
- права, мобилно съдържание, награди	-220	-220	-584	-30	-121	-148	-144
- плащания към клиенти (дял на клиента)	-18 411	-14 950	-14 364	-3 564	-3 492	-6 157	-7 201
- реклама	-1 049	-478	-185	-599	-975	-1 150	-2 184
- себестойност на продадени стоки	0	-25	-54	0	-111	0	-179
- заплати и осигуровки	-29	-123	-135	-33	-34	-62	-65
<b>Административни разходи в т. ч.:</b>	<b>-5 798</b>	<b>-5 999</b>	<b>-6 611</b>	<b>-1 870</b>	<b>-1 709</b>	<b>-3 764</b>	<b>-3 434</b>
<i>промяна на годишна база, %</i>	6.9%	3.5%	10.2%		-8.6%		-8.8%
- разходи за материали	-119	-162	-190	-41	-91	-97	-92
- разходи за външни услуги	-682	-934	-1 331	-342	-201	-1 067	-792
- разходи за амортизации	-241	-296	-247	-69	-178	-135	-108
- разходи за работни заплати и осигуровки	-4 288	-4 314	-4 640	-1 300	-1 133	-2 399	-2 320
- разходи за данъци, такси и други подобни плащания	-70	-4	0	0	0	0	0
- други	-398	-289	-203	-118	-106	-66	-122
<b>Разходи за продажби</b>	<b>-1 087</b>	<b>-564</b>	<b>-3 452</b>	<b>-37</b>	<b>-27</b>	<b>-47</b>	<b>-33</b>
<i>промяна на годишна база, %</i>	-76.6%	-48.1%	512.1%		-27.0%		-29.8%
<b>Други разходи за дейността</b>	<b>-51</b>	<b>-87</b>	<b>-27</b>	<b>-12</b>	<b>-13</b>	<b>-79</b>	<b>-34</b>
<b>ОБЩО</b>	<b>-28 574</b>	<b>-26 247</b>	<b>-27 528</b>	<b>-6 899</b>	<b>-7 303</b>	<b>-12 425</b>	<b>-14 741</b>
<i>промяна на годишна база, %</i>	20.7%	-8.1%	4.9%		5.9%		18.6%

\* Данните са неаудитирани

Показатели на индивидуална база в хил. лв.	2013	2014	2015	Q1'15*	Q1'16*	H1'15*	H1'16*
<b>Административни разходи от дейността в т. ч.:</b>	<b>-840</b>	<b>-1155</b>	<b>-1377</b>	<b>-427</b>	<b>-246</b>	<b>-793</b>	<b>-506</b>
- разходи за материали	-3	-15	-5	-10	-4	-12	-7
- разходи за външни услуги	-124	-280	-411	-86	-90	-172	-203
- разходи за амортизация	-22	-32	-15	-8	-3	-12	-6
- разходи за заплати	-605	-770	-893	-316	-136	-556	-267
- разходи за осигуровки	-24	-27	-32	-7	-8	-17	-16
- други	-62	-31	-21	0	-5	-24	-7
Други разходи от дейността	-3	-2	-4	-2	-1	-3	-2
<b>ОБЩО</b>	<b>-843</b>	<b>-1157</b>	<b>-1381</b>	<b>-429</b>	<b>-247</b>	<b>-796</b>	<b>-508</b>
<i>промяна на годишна база, %</i>	15.0%	37.2%	19.4%		-42.4%		-36.2%

\* Данните са неаудитирани

## 5.7. ФИНАНСОВ РЕЗУЛТАТ

Консолидираната печалба за 2015 г. намалява значително поради голямото увеличение на разходите за продажби, които представляват разходи за реклама на Global Teracomm и са свързани с по-сериозното навлизане на пазара в САЩ. Освен това през 2015 г. делът на приходите, генерирани от сегмента на решенията за мобилни оператори и корпоративни клиенти, който е с най-високите маржове на печалба намалява за сметка на мироразплащанията, които са с най-нисък марж на печалбата, което също се отразява негативно на постигнатия резултат на Групата. Това се отразява негативно и на реализирания нетен марж на печалбата за 2015 г., които се свива до 2.49% спрямо 6.94% година по-рано.

За първото тримесечие на 2016 г. Алтерко отчита консолидирана загуба в размер на 90 хил. лв. спрямо загуба от 726 хил. лв. за същия период на 2015 г. Намалената загуба е в резултат на по-бързото нарастване на приходите спрямо разходите. Консолидираните приходи нарастват с 17.6% на годишна база до 7.251 млн. лв., докато себестойността на продажбите се увеличава с 11.5% на годишна база до 5.554 млн. лв. Това води до ръст на brutната печалба от 42.9% на годишна база до 1.697 млн. лв. и респективно до подобряване на brutния марж на печалба. От друга страна административни разходи се свиват с 8.6% на годишна база до 1.709 млн. лв., но намалението им не е достатъчно и така Групата завършва първото тримесечие на 2016 г. с негативен финансов резултат.

Печалба на консолидирана база в хил. лв.	2013	2014	2015	Q1'15*	Q1'16*	H1'15*	H1'16*
<b>Печалба/ Загуба преди данъци</b>	<b>2 134</b>	<b>2 228</b>	<b>862</b>	<b>-710</b>	<b>-44</b>	<b>-99</b>	<b>186</b>
Разходи за данъци	-187	-266	-157	-16	-46	-80	-114
<b>Нетна печалба/ загуба</b>	<b>1 947</b>	<b>1 962</b>	<b>705</b>	<b>-726</b>	<b>-90</b>	<b>-179</b>	<b>72</b>
<i>промяна на годишна база, %</i>	-25.3%	0.8%	-64.1%		-87.6%		-140.2%
Неконтролиращи участия	422	251	-10	-190	0	-39	-2
<b>Нетна печалба/ загуба, отнасяща се към собствениците на компанията-майка</b>	<b>1 525</b>	<b>1 711</b>	<b>715</b>	<b>-536</b>	<b>-90</b>	<b>-140</b>	<b>74</b>
<i>промяна на годишна база, %</i>	-33.9%	12.2%	-58.2%		-83.2%		-152.9%
Печалба на една акция**	0.28	0.31	0.12	-0.10	-0.01	-0.03	0.01
Среднопретеглен брой акции за периода	5 488	5 488	5 795	5 488	13 500	5 488	13 500

\*Данните са неаудитирани

\*\* На база на нетната печалба/загуба, принадлежаща на собствениците на компанията-майка и средно претегления брой акции за периода

Печалба на индивидуална база в хил. лв.	2013	2014	2015	Q1'15*	Q1'16*	H1'15*	H1'16*
<b>Печалба/ загуба преди данъци</b>	<b>831</b>	<b>740</b>	<b>466</b>	<b>-293</b>	<b>-109</b>	<b>-385</b>	<b>-179</b>
Разходи за данъци	0	0	0	0	0	0	0
<b>Нетна печалба/ загуба</b>	<b>831</b>	<b>740</b>	<b>466</b>	<b>-293</b>	<b>-109</b>	<b>-385</b>	<b>-179</b>
<i>промяна на годишна база, %</i>	256.7%	-11.0%	-37.0%		-62.8%		-53.5%
Печалба на една акция***	0.15	0.13	0.08	-0.05	-0.01	-0.07	-0.01
Среднопретеглен брой акции в края на периода	5 488	5 488	5 795	5 488	13 500	5 488	13 500

\*Данните са неаудитирани

\*\* На база на нетната печалба/загуба, принадлежаща на собствениците на компанията-майка и средно претегления брой акции за периода

Разходи за корпоративен данък до момента не са начислявани и плащани, защото традиционно над 35% от общите приходи на Емитента на индивидуална база са от дивиденди. Приходите от дивиденди по смисъла на ЗКПО се приспадат от облагаемата основа, в резултат на което компанията отчита данъчна загуба и не дължи корпоративен данък.

## 5.8. ПРОГНОЗНИ ОТЧЕТИ ЗА ВСЕОБХВАТНИЯ ДОХОД НА КОНСОЛИДИРАНА БАЗА ЗА ПЕРИОДА 2016-2020Г. (В ХИЛ. ЛВ.)

Мениджмънтът на Алтерко е изготвил прогнозен консолидиран и прогнозен индивидуален отчет за всеобхватния доход на Групата за следващите 5г., обхващащ периода 2016 г. – 2020 г., които отразяват очакванията и плановете за развитие на бизнеса в следващите години. Подробности за допусканията, на чиято база са направени прогнозите, могат да бъдат намерени в точка 13.1 на Регистрационния документ.

Показатели в хил. лв.	2014	2015	2016F	2017F	2018F	2019F	2020F
<b>Приходи от продажби</b>	<b>28 272</b>	<b>28 279</b>	<b>31 628</b>	<b>38 654</b>	<b>42 868</b>	<b>47 431</b>	<b>52 057</b>
Себестойност на продажбите	-19 119	-17 253	-22 217	-26 976	-29 538	-31 940	-34 257
<b>Брутна печалба</b>	<b>9 153</b>	<b>11 026</b>	<b>9 411</b>	<b>11 678</b>	<b>13 330</b>	<b>15 492</b>	<b>17 799</b>
Други приходи от дейността	303	229	0	0	0	0	0
Административни разходи	-1 389	-1 724	-2 004	-2 006	-1 929	-2 019	-2 133
Амортизации	-296	-247	-364	-421	-405	-406	-379
Разходи за реклама	-478	-185	-187	-293	-303	-314	-327
Други разходи за дейността	-651	-3 479	-728	-786	-856	-947	-1 001
Разходи за работни заплати и осигуровки	-4 314	-4 640	-5 846	-6 347	-6 888	-7 090	-7 341
<b>Печалба от оперативната дейност / EBIT</b>	<b>2 328</b>	<b>980</b>	<b>282</b>	<b>1 827</b>	<b>2 950</b>	<b>4 715</b>	<b>6 618</b>
Финансови приходи	0	0	0	0	0	0	0
Финансови разходи	-100	-118	-38	-146	-67	-122	-130
Нетни финансови приходи / разходи	-100	-118	-38	-146	-67	-122	-130
<b>Печалба преди данъци / EBT</b>	<b>2 228</b>	<b>862</b>	<b>244</b>	<b>1 680</b>	<b>2 883</b>	<b>4 593</b>	<b>6 488</b>
Разходи за данъци	-266	-157	-212	-477	-463	-639	-842
<b>Нетна печалба</b>	<b>1 962</b>	<b>705</b>	<b>32</b>	<b>1 203</b>	<b>2 420</b>	<b>3 954</b>	<b>5 646</b>

Източник: Алтерко АД

## Съдържание

1. Описание на групата на Алтерко
2. Мобилни услуги с добавена стойност (MVAS)
3. Internet of Things
4. Модели на генериране на приходи
5. Финансови данни
- 6. IPO**
7. Оценка на Групата
8. Приложения

## Резюме и график на предлагането

Първично публично предлагане		График	
Съществуващ брой акции	13 500 000	Начало на подписката	20.09.2016
Нови акции, предмет на предлагане, брой	1 500 000	Краен срок за подаване на поръчки	19.10.2016
Номинална стойност, BGN	1.00	Обявяване на цената на предлагане на една акция и списъка на разпределение	20.10.2016
Ценови диапазон, BGN	1.10 – 2.20	Краен срок за заплащане на записаните акции	25.10.2016
Условие за успех на емисията:	мин. 750 000 бр. акции	Регистрация на БФБ и старт на търговията (индикативно)	28.11.2016
Нетни приходи от емисията, BGN	783 790 – 3 102 040		
Презаписване	не		
Lock-up период	не		

## Изразходване на средствата от увеличението на капитала

Инвестиционни проекти	% от общите нетни постъпления
Оборудване на развоен център в България за разработката на нови технологии в сферата на Интернет на нещата (IoT)	35%
Оборотни средства за производството и реализацията на продукти от групите She™ и MyKi™	35%
Инвестиции за навлизането на нови пазари от региона на Латинска Америка	20%
Реклама и участие в световни изложения, с цел международно популяризиране на компанията	10%

## Съдържание

1. Описание на групата на Алтерко
2. Мобилни услуги с добавена стойност (MVAS)
3. Internet of Things
4. Модели на генериране на приходи
5. Финансови данни
6. IPO
- 7. Оценка на Групата**
8. Приложения

## 7. ОЦЕНКА НА ГРУПАТА

Оценката на Групата е извършена на консолидирана база чрез приложението на два метода:

- ✿ на база на дисконтираните парични потоци на компанията (FCFF) и
- ✿ метода на дружествата-аналози.

### 7.1. ОЦЕНКА НА БАЗА НА ДИСКОНТИРАНИТЕ ПАРИЧНИ ПОТОЦИ НА КОМПАНИЯТА

Оценката е извършена на консолидирана база, тъй като всички компании, с изключение на Алтерко Роботикс ЕООД (100% собственост на Алтерко АД), оперират в един бизнес сегмент – мобилните услуги с добавена стойност и съответно предлагат еднакви услуги. Това позволява да бъдат разглеждани като едно цяло.

Относно бъдещият потенциал и респективно риск, произтичащ от новата дейност (Интернет на нещата), то той е отчетен в модела като:

- прогнозата за приходите и маржовете на печалбата отразява и очакваните приходи и маржове от сегмента на Интернет на нещата (от Алтерко Роботикс ЕООД);
- бетата в модела, използвана при изчисляването на цената на финансиране със собствен капитал, е коригирана съобразно прогнозираната промяна в структурата на приходите в следващите години, така че да отразява риска, произтичащ от новата дейност и дела на очакваните приходи, генерирани от Алтерко Роботикс ЕООД в общия обем приходи на Групата.

Прогнозите в модела са на база на прогнозния отчет за всеобхватния доход за периода 2016г. – 2020г. , изготвен от мениджмънта на Алтерко АД.

Среднопретеглена цена на капитала (WACC) е определена за лева, като безрискова норма на възвращаемост е определена на база на 30-годишни генерични германски федерални облигации на основа на допускането за минимален инфлационен диференциал.

Към безрисковата норма на възвращаемост е добавена корекция за неутрализация на комбинирания ефект от нестандартните мерки на централните банки в Европа след юни 2014г.

За определяне на цената на собствения капитал е използвана bottom-up beta на база на бетите за Software (Systems & Applications) и Electronics (General) в нововъзникващи пазари.

Остатъчната стойност в края на прогнозния период (Terminal Value) се изчислява с допускането за дългосрочен темп на растеж от 1.2%.

## 7.1. ОЦЕНКА НА БАЗА НА ДИСКОНТИРАНИТЕ ПАРИЧНИ ПОТОЦИ НА КОМПАНИЯТА - ПРОДЪЛЖЕНИЕ

Показатели на консолидирана база (в хил. лв.)	2014	2015	2016F	2017F	2018F	2019F	2020F
<b>Приходи</b>	<b>28 272</b>	<b>28 279</b>	<b>31 628</b>	<b>38 654</b>	<b>42 868</b>	<b>47 431</b>	<b>52 057</b>
<i>промяна на годишна база, %</i>	-7.7%	0.0%	11.8%	22.2%	10.9%	10.6%	9.8%
<b>ЕБИТДА</b>	<b>2 624</b>	<b>1 227</b>	<b>647</b>	<b>2 247</b>	<b>3 354</b>	<b>5 121</b>	<b>6 997</b>
<i>промяна на годишна база, %</i>	3.5%	-53.2%	-47.3%	247.5%	49.3%	52.7%	36.6%
<i>ЕБИТДА марж, %</i>	9.3%	4.3%	2.0%	5.8%	7.8%	10.8%	13.4%
<b>ЕБИТ</b>	<b>2 328</b>	<b>980</b>	<b>282</b>	<b>1 827</b>	<b>2 950</b>	<b>4 715</b>	<b>6 618</b>
<i>промяна на годишна база, %</i>	1.5%	-57.9%	-71.2%	547.0%	61.5%	59.9%	40.4%
<i>ЕБИТ марж, %</i>	8.2%	3.5%	0.9%	4.7%	6.9%	9.9%	12.7%

Свободни парични потоци на компанията (в хил. лв.)	2014	2015	2016F	2017F	2018F	2019F	2020F
ЕБИТ	2 328	980	282	1 827	2 950	4 715	6 618
Ефективна данъчна ставка	11.94%	18.21%	76.75%	26.25%	15.74%	13.56%	12.73%
ЕБИТ*(1 – Ефективна данъчна ставка)	2 050	802	66	1 347	2 485	4 076	5 776
Плюс: Разходи за амортизация	296	247	364	421	405	406	379
Минус/плюс: Увеличение/намаление на оборотния капитал	-1 072	613	553	-1 147	-409	-221	-587
Минус: Инвестиционни разходи	-19	-711	-763	-671	-441	-400	-423
<b>Свободни парични потоци на компанията (СППК)</b>	<b>1 255</b>	<b>951</b>	<b>220</b>	<b>-50</b>	<b>2 041</b>	<b>3 860</b>	<b>5 145</b>
Среднопретеглена цена на капитала			12.72%	12.69%	12.58%	12.46%	12.38%
<b>Настояща стойност на СППК</b>			<b>211</b>	<b>-43</b>	<b>1 548</b>	<b>2 610</b>	<b>3 102</b>
Остатъчна стойност							46 367
Настояща стойност на остатъчната стойност			27 957				
Настояща стойност на СППК (2016-2020)			7 429				
<b>Стойност на компанията</b>			<b>35 386</b>				

## 7.1. ОЦЕНКА НА БАЗАТА НА ДИСКОНТИРАНИТЕ ПАРИЧНИ ПОТОЦИ НА КОМПАНИЯТА - ПРОДЪЛЖЕНИЕ

Показатели на консолидирана база	(в хил. лв.)
<b>Стойност на компанията</b>	35 386
плюс пари и парични еквиваленти	1 937
плюс нетни постъпления от IPO-то*	1 543
плюс други неоперативни активи	112
минус лихвоносен дълг	323
минус други неоперативни пасиви**	1 770
минус малцинствено участие***	55
<b>Стойност на собствения капитал</b>	36 830
Брой акции преди IPO- то (в хил.)	13 500
Брой нови акции, предмет на IPO-то (в хил.)	1 500
Брой акции след увеличението на капитала (в хил.)	15 000
<b>Стойност на една акция след IPO-то</b>	<b>2.46</b>

\* Нетни постъпления от IPO-то при записване на цялата емисия нови акции от 1 500 000 броя по минимална цена от 1.10 лв./броя

\*\* Включват задължения за съучастия, които възникват в резултат на реструктурирането на Групата през 2015г. и покупката на дялове от дъщерни дружества, както и други неоперативни пасиви

\*\*\* По балансова стойност

Корекция на прогнозите на мениджмънта на Алтерко*		70%	80%	90%	100%	110%	120%	130%
Дисконтов фактор	10.0%	2.28	2.59	2.91	3.22	3.53	3.85	4.16
	11.0%	2.02	2.30	2.57	2.85	3.13	3.40	3.68
	12.0%	1.81	2.06	2.30	2.55	2.80	3.04	3.29
	13.0%	1.64	1.86	2.08	2.30	2.52	2.74	2.96
	14.0%	1.49	1.69	1.89	2.09	2.29	2.49	2.69
	15.0%	1.37	1.55	1.73	1.92	2.10	2.28	2.46
	16.0%	1.26	1.43	1.60	1.76	1.93	2.10	2.26

\* На база степен на изпълнимост на прогнозите

Показатели	2016F	2017F	2018F	2019F	2020F
Безрискова норма на възвращаемост (БНВ)*	0.46%	0.46%	0.46%	0.46%	0.46%
Премия над БНВ за политиката на ЕЦБ**	0.70%	0.70%	0.70%	0.70%	0.70%
Пазарна рискова премия	6.00%	6.00%	6.00%	6.00%	6.00%
Премия за риск на страната	2.68%	2.68%	2.68%	2.68%	2.68%
Ламбда***	0.59	0.59	0.59	0.59	0.59
Премия за специфичен риск	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%
Бета****	1.36	1.35	1.33	1.31	1.29
<b>Цена на собствения капитал (ROE)</b>	<b>12.92%</b>	<b>12.90%</b>	<b>12.78%</b>	<b>12.66%</b>	<b>12.58%</b>
Дълг/Собствен капитал	2.00%	2.00%	2.00%	2.00%	2.00%
Маргинална данъчна ставка	13.27%	13.27%	13.27%	13.27%	13.27%
<b>Цена на дълга след данъци</b>	<b>2.32%</b>	<b>2.32%</b>	<b>2.32%</b>	<b>2.32%</b>	<b>2.32%</b>
<b>Среднопретеглена цена на капитала (WACC)</b>	<b>12.72%</b>	<b>12.69%</b>	<b>12.58%</b>	<b>12.46%</b>	<b>12.38%</b>

\* На база текущата доходност по 30-годишни генерични германски федерални облигации по данни от Bloomberg

\*\* Корекция за политиката на ЕЦБ и необичайно ниските лихвени нива

\*\*\* Претегля премията за риска на страната

\*\*\*\* Изчислена претеглена бета на база средните стойности по данни на Дамодаран за бети на отраслите на Software (systems & application) и Electronics (general). Претеглянето е чрез дела на приходите, генерирани от MVAS и IoT. Промяната в бетата за всяка година отразява очакванията за промяна на структурата на приходите в следствие на развитието на сегмента на IoT.

## 7.2. ОЦЕНКА НА БАЗА СРАВНЕНИЕ С ДРУЖЕСТВА-АНАЛОЗИ

За целите на този метод на оценка от широкия списък на компании в областта на мобилните услуги, е идентифицирана група от 14 компании-аналози, чиито спектър на дейности и предлагани услуги до голяма степен покриват портфейла от продукти и услуги на Алтерко, като са взети под внимание и фактори като стадии на развитие, размер на компаниите и на финансовите резултати и др. Установени са стойности на стандартните множители EV/EBITDA и EV/Sales в диапазон съответно за тези показатели 2.16 – 32.03 и 0.27 – 2.35 и с медианни стойности за същите 7.40 и 1.00. Медианните стойности, приложени към осреднените тригодишни финансови показатели на Емитента, определят съответно стойности от 1.16 лв. за акция на база на EV/EBITDA и 2.13 лв. за акция на база на EV/Sales. Те са съобразени при определяне на изходните величини на минималната и максималната емисионни стойности.

Компания	Борсов код	Седелище	EV/Sales	EV/EBITDA	P/B	P/S	P/E
Acotel Group SpA	ACO IM	Italy	0.27	na	1.11	0.47	na
Cliq Digital AG	CLIQ GR	Germany	0.67	2.78	0.42	0.27	12.21
Dalenys Group	NYS BB	Belgium	1.54	32.03	1.45	1.38	40.67
eServGlobal Ltd.	ESV AU	Australia	0.99	na	0.33	0.41	na
Evolving Systems Inc.	EVOL US	USA	2.35	9.83	1.91	2.30	16.00
HiPay Group	HIPAY FP	France	1.22	11.65	0.75	1.67	na
IMImobile PLC	IMO LN	UK	1.50	13.80	2.42	1.36	na
InternetQ PLC	INTQ LN	UK	0.54	2.16	0.74	0.51	8.06
mTouche Technology Bhd	MTTB MK	Malaysia	0.95	na	2.11	1.18	na
Net Mobile AG	N1M GR	Germany	0.95	7.40	10.95	0.88	na
OnMobile Global Ltd.	ONMB IN	India	1.00	5.62	1.69	1.38	na
StreamWide SA	ALSTW FP	France	1.04	2.64	1.21	1.82	69.88
Xura Inc.	MESG US	USA	1.53	na	2.35	1.32	na
YOC AG	YOC GR	Germany	0.99	na	na	0.80	na
<i>Average</i>			<i>1.11</i>	<i>9.77</i>	<i>2.11</i>	<i>1.12</i>	<i>29.36</i>
<i>Median</i>			<i>1.00</i>	<i>7.40</i>	<i>1.45</i>	<i>1.25</i>	<i>16.00</i>
<i>Min</i>			<i>0.27</i>	<i>2.16</i>	<i>0.33</i>	<i>0.27</i>	<i>8.06</i>
<i>Max</i>			<i>2.35</i>	<i>32.03</i>	<i>10.95</i>	<i>2.30</i>	<i>69.88</i>

Източник: Bloomberg

Оценка на базата на	EV/EBITDA
<b>Медианна ст-ст на EV/EBITDA</b>	<b>7.40</b>
EBITDA (средна стойност за последните 3 финансови години)	2 129
<b>Стойност на компанията в хил. лв.</b>	<b>15 752</b>
минус лихвоносен дълг	323
плюс пари и парични еквиваленти	1 937
плюс други неоперативни активи	112
минус други неоперативни пасиви	1 770
минус малцинствено участие	55
<b>Справедлива стойност на собствения капитал в хил. лв.</b>	<b>15 653</b>
Брой акции	13 500
<b>Справедлива стойност на 1 акция в лв.</b>	<b>1.16</b>

Оценка на базата на	EV/Sales
<b>Медианна ст-ст на EV/Sales</b>	<b>1.00</b>
Приходи от продажби (средна стойност за последните 3 финансови години)	29 066
<b>Стойност на компанията в хил. лв.</b>	<b>28 920</b>
минус лихвоносен дълг	323
плюс пари и парични еквиваленти	1 937
плюс други неоперативни активи	112
минус други неоперативни пасиви	1 770
минус малцинствено участие	55
<b>Справедлива стойност на собствения капитал в хил. лв.</b>	<b>28 821</b>
Брой акции	13 500
<b>Справедлива стойност на 1 акция в лв.</b>	<b>2.13</b>

Източник: Алтерко АД, ММС (ММ Консулт ЕООД)

## Съдържание

1. Описание на групата на Алтерко
2. Мобилни услуги с добавена стойност (MVAS)
3. Internet of Things
4. Модели на генериране на приходи
5. Финансови данни
6. IPO
7. Оценка на Групата
8. Приложения

## 8.1. ОТЧЕТ ЗА ВСЕОБХВАТНИЯ ДОХОД НА КОНСОЛИДИРАНА БАЗА ЗА ПЕРИОДА 2013-30.6.2016 г. (в хил. лв.)

Показатели (в хил. лв.)	2013	2014	2015	31.3.2015*	31.3.2016*	30.6.2015*	30.6.2016*
<b>Приходи от продажби</b>	<b>30 646</b>	<b>28 272</b>	<b>28 279</b>	<b>6 168</b>	<b>7 251</b>	<b>12 253</b>	<b>14 879</b>
<i>Промяна на годишна база</i>	16.0%	-7.8	0.0%		17.6%		21.4%
Себестойност на продажбите	-21 638	-19 597	-17 438	-4 980	-5 554	-8 535	-11 240
<b>Брутна печалба</b>	<b>9 008</b>	<b>8 675</b>	<b>10 841</b>	<b>1 188</b>	<b>1 697</b>	<b>3 718</b>	<b>3 639</b>
<i>Промяна на годишна база</i>	-30.0%	-3.7%	25.0%		43.0%		-2.1%
Други приходи от дейността	222	303	229	21	30	77	79
Оперативни разходи (без амортизации)	-6 695	-6 354	-9 843	-1 850	-1 571	-3 755	-3 414
<b>ЕБИТДА</b>	<b>2 535</b>	<b>2 624</b>	<b>1 227</b>	<b>-641</b>	<b>156</b>	<b>40</b>	<b>325</b>
<i>ЕБИТДА марж</i>	8.3%	9.3%	4.3%	-10.4%	2.2%	0.3%	2.2%
Разходи за амортизации	-241	-296	-247	-69	-178	-135	-108
<b>ЕБИТ</b>	<b>2 294</b>	<b>2 328</b>	<b>980</b>	<b>-710</b>	<b>-22</b>	<b>-95</b>	<b>217</b>
<i>ЕБИТ марж</i>	7.5%	8.3%	3.5%	-11.5%	-0.3%	-0.8%	1.5%
Финансови разходи	-160	-100	-118	0	-22	-4	-31
<b>Печалба/ Загуба преди данъци</b>	<b>2 134</b>	<b>2 228</b>	<b>862</b>	<b>-710</b>	<b>-44</b>	<b>-99</b>	<b>186</b>
Разходи за данъци	-187	-266	-157	-16	-46	-80	-114
<b>Нетна печалба/ Загуба</b>	<b>1 947</b>	<b>1 962</b>	<b>705</b>	<b>-726</b>	<b>-90</b>	<b>-179</b>	<b>72</b>
Неконтролиращи участия	422	251	-10	-190	0	-39	-2
<b>Нетна печалба/ Загуба за собствениците на компанията-майка</b>	<b>1 525</b>	<b>1 711</b>	<b>715</b>	<b>-536</b>	<b>-90</b>	<b>-140</b>	<b>74</b>
<i>Нетен марж</i>	6.4%	6.9%	2.5%	-11.8%	-1.2%	-1.5%	0.5%
Дивиденди	831	740	-	-	-	-	-
Среднопретеглен брой акции за периода**	5 488	5 488	5 795	5 488	13 500	5 488	13 500
<b>Печалба/ Загуба на една акция, EPS***</b>	<b>0.28</b>	<b>0.31</b>	<b>0.12</b>	<b>-0.10</b>	<b>-0.01</b>	<b>-0.03</b>	<b>0.01</b>

\* Данните са неаудитирани

\*\* През 12.2015г. поради реструктуриране, основният капитал е увеличен от 5 488 000 лв. на 13 500 000 лв.

\*\*\* На база на нетната печалба/загуба, принадлежаща на собствениците на компанията-майка и средно претегления брой акции за периода

## 8.2. АКТИВИ НА КОНСОЛИДИРАНА БАЗА ЗА ПЕРИОДА 2013-30.6.2016 г. (в хил. лв.)

Активи на Групата (в хил. лв.)	2013	2014	2015	31.03.2015*	31.03.2016*	30.6.2015*	30.6.2016*
<b>АКТИВИ</b>							
<b>Нетекущи активи</b>							
Имоти, машини и съоръжения	381	333	956	375	1 057	643	1 190
Нематериални активи	436	251	92	197	80	191	89
Инвестиции в дружества, държани за продажба	44	0	0	0	0	0	0
Репутация	5 829	5 842	15 457	5 821	15 465	5 791	15 465
Предоставени заеми на свързани предприятия	47	0	0	0	0	19	0
Предплатени разходи	14	0	0	0	0	0	0
Други вземания	0	0	70	0	0	0	0
<b>Общо нетекущи активи</b>	<b>6 751</b>	<b>6 426</b>	<b>16 575</b>	<b>6 393</b>	<b>16 602</b>	<b>6 644</b>	<b>16 744</b>
<b>Текущи активи</b>							
Материални запаси	0	0	92	0	72	0	168
Текуща част от предоставените заеми на свързани предприятия	5	5	0	0	0	0	0
Предоставени заеми	38	10	32	10	32	10	33
Вземания от свързани предприятия	68	249	0	0	0	492	0
Търговски вземания	9 724	11 681	15 350	11 758	14 187	9 639	10 709
Други вземания	430	194	177	325	313	84	411
Пари и парични еквиваленти	2 238	2 539	1 937	2 191	2 386	1 115	1 785
Предплатени разходи	62	55	44	308	556	134	466
<b>Общо текущи активи</b>	<b>12 565</b>	<b>14 733</b>	<b>17 632</b>	<b>14 592</b>	<b>17 546</b>	<b>11 474</b>	<b>13 572</b>
<b>ОБЩО АКТИВИ</b>	<b>19 316</b>	<b>21 159</b>	<b>34 207</b>	<b>20 985</b>	<b>34 148</b>	<b>18 118</b>	<b>30 316</b>

\* Данните са неаудирани

Източник: Алтерко АД

### 8.3. ПАСИВИ И СОБСТВЕН КАПИТАЛ НА КОНСОЛИДИРАНА БАЗА ЗА ПЕРИОДА 2013-30.6.2016 г. (в хил. лв.)

Пасиви на Групата (в хил. лв.)	2013	2014	2015	31.03.2015*	31.03.2016*	30.6.2015*	30.6.2016*
<b>Нетекущи пасиви</b>							
Финансов лизинг	140	113	70	116	53	86	43
Други задължения	0	0	903	0	903	0	903
Пасиви по отсрочени данъци	15	25	35	22	30	26	36
<b>Общо нетекущи пасиви</b>	<b>155</b>	<b>138</b>	<b>1 008</b>	<b>138</b>	<b>986</b>	<b>112</b>	<b>982</b>
<b>Текущи пасиви</b>							
Получени заеми от свързани предприятия	0	17	0	0	0	0	0
Текущ дял от финансов лизинг	64	59	46	41	50	52	49
Банкови заеми	0	0	207	0	286	0	295
Задължения към свързани предприятия	545	1 913	0	2 005	0	1 726	0
Търговски задължения	7 423	6 950	11 929	8 310	11 853	5 789	7 847
Задължения към персонала	63	66	80	82	92	48	110
Задължения към осигурителни предприятия	57	65	58	52	67	52	62
Данъчни задължения	697	589	411	282	389	215	377
Други задължения	0	484	843	11	809	215	795
<b>Общо текущи пасиви</b>	<b>8 849</b>	<b>10 143</b>	<b>13 574</b>	<b>10 783</b>	<b>13 546</b>	<b>8 097</b>	<b>9 535</b>
<b>ОБЩО ПАСИВИ</b>	<b>9 004</b>	<b>10 281</b>	<b>14 582</b>	<b>10 921</b>	<b>14 532</b>	<b>8 209</b>	<b>10 517</b>

\* Данните са неаудирани

Собствен капитал на Групата в хил. лв.	2013	2014	2015	31.03.2015*	31.03.2016*	30.6.2015*	30.6.2016*
Основен акционерен капитал	5 488	5 488	13 500	5 488	13 500	5 488	13 500
Неразпределена печалба	3 728	3 902	5 058	3 366	4 968	3 047	5 127
Резерви	142	182	215	182	215	180	263
Резерви от емисия на акции	0	0	668	0	668	0	668
Валутно-курсови разлики	-243	-49	129	-137	210	-97	196
Капитал, отнасящ се към притежателите на собствения капитал на дружеството-майка	9 115	9 523	19 570	8 899	19 561	8 618	19 754
Неконтролиращо участие	1 197	1 355	55	1 165	55	1 291	45
<b>ОБЩО СОБСТВЕН КАПИТАЛ</b>	<b>10 312</b>	<b>10 878</b>	<b>19 625</b>	<b>10 064</b>	<b>19 616</b>	<b>9 909</b>	<b>19 799</b>

\* Данните са неаудирани

## 8.4. ПАРИЧНИ ПОТОЦИ НА КОНСОЛИДИРАНА БАЗА ЗА ПЕРИОДА 2013-30.6.2016 г. (в хил. лв.)

ПАРИЧНИ ПОТОЦИ НА КОНСОЛИДИРАНА БАЗА (в хил. лв.)	2013	2014	2015	31.3.2015*	31.3.2016*	30.6.2015*	30.6.2016*
<b>Печалба преди данъци</b>	<b>2 444</b>	<b>2 228</b>	<b>862</b>	<b>-710</b>	<b>-44</b>	<b>-99</b>	<b>186</b>
<b>Корекции:</b>							
разходи за амортизации	240	296	247	69	178	135	108
нетни финансови разходи (увеличение)/ намаление на търговски и други вземания	160	100	116	9	27	4	31
увеличение/ (намаление) на търговски и други задължения	-3 156	-1 881	-3 554	-212	605	1 830	3 979
изменение на репутацията	3 850	809	4 167	672	-116	-2 021	-4 129
изменение на резервите	-1	-13	-9 615	21	-8	51	-8
валутно-курсови разходи	5	40	5	0	0	0	0
<b>Генерирани парични средства от оперативна дейност</b>	<b>3 394</b>	<b>1 761</b>	<b>-7 605</b>	<b>-239</b>	<b>723</b>	<b>-150</b>	<b>269</b>
Платен корпоративен данък	-187	-266	-157	-16	-46	-80	-114
<b>НЕТЕН ПАРИЧЕН ПОТОК ОТ ОПЕРАТИВНА ДЕЙНОСТ</b>	<b>3 207</b>	<b>1 495</b>	<b>-7 762</b>	<b>-255</b>	<b>677</b>	<b>-230</b>	<b>155</b>
Инвестиции в активи на разположение за продажба	0	44	0	0	0	0	0
Покупка на нетекущи материални и нематериални активи	-414	-63	-711	-57	-267	-385	-339
<b>НЕТЕН ПАРИЧЕН ПОТОК ОТ ИНВЕСТИЦИОННА ДЕЙНОСТ</b>	<b>-414</b>	<b>-19</b>	<b>-711</b>	<b>-57</b>	<b>-267</b>	<b>-385</b>	<b>-339</b>
Издадени акции	0	0	8 012	0	0	0	0
Премия от издадени акции	0	0	668	0	0	0	0
Увеличение/ (намаление) на задължения по финансов лизинг	115	-32	-56	-15	-13	-34	-24
Нетни финансови (разходи)/ приходи	-160	-100	-116	-9	-27	-4	-31
Получени/ (върнати) заеми от свързани дружества	45	64	-12	-12	0	-31	0
Получени/ (върнати) заеми	-401	28	185	0	79	0	87
Загуба от изкупени собствени акции	-2 042	0	0	0	0	0	0
Изплатени дивиденди	-531	-1 135	-810	0	0	-740	0
<b>НЕТЕН ПАРИЧЕН ПОТОК ОТ ФИНАНСОВИ ДЕЙНОСТИ</b>	<b>-2 974</b>	<b>-1 175</b>	<b>7 871</b>	<b>-36</b>	<b>39</b>	<b>-809</b>	<b>32</b>
<b>Увеличение (намаление) на парите и паричните еквиваленти</b>	<b>-181</b>	<b>301</b>	<b>-602</b>	<b>-348</b>	<b>449</b>	<b>-1 424</b>	<b>-152</b>
Пари и парични еквиваленти в началото на периода	2 419	2 238	2 539	2 539	1 937	2 539	1 937
Пари и парични еквиваленти в края на периода	2 238	2 539	1 937	2 191	2 386	1 115	1 785

\* Данните са неаудирани

Източник: Алтерко АД

## 8.5. ОТЧЕТ ЗА ВСЕОБХВАТНИЯ ДОХОД НА ИНДИВИДУАЛНА БАЗА ЗА ПЕРИОДА 2013-30.6.2016 г. (в хил. лв.)

Показатели (в хил. лв.)	2013	2014	2015	31.3.2015*	31.3.2016*	30.6.2015*	30.6.2016*
<b>Приходи от дейността (управленски услуги)</b>	<b>1 005</b>	<b>1 052</b>	<b>950</b>	<b>145</b>	<b>143</b>	<b>313</b>	<b>208</b>
<i>Промяна на годишна база</i>	102.2%	4.7%	-9.7%	-	-1.4%	-	-33.6%
<b>Други приходи от дейността в т. ч.:</b>	<b>723</b>	<b>892</b>	<b>935</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>118</b>	<b>135</b>
<i>- дивиденди</i>	682	696	680	0	0	0	0
<b>ОБЩО ПРИХОДИ</b>	<b>1 728</b>	<b>1 944</b>	<b>1 885</b>	<b>145</b>	<b>143</b>	<b>431</b>	<b>343</b>
Разходи за материали	-3	-15	-5	-10	-4	-12	-7
Разходи за външни услуги	-124	-280	-411	-86	-90	-172	-203
Разходи за амортизация	-22	-32	-15	-8	-3	-12	-6
Разходи за заплати и осигуровки	-629	-797	-925	-323	-144	-573	-283
Други административни разходи	-62	-31	-21	0	-5	-24	-7
<b>ОБЩО АДМИНИСТРАТИВНИ РАЗХОДИ</b>	<b>-840</b>	<b>-1 155</b>	<b>-1 377</b>	<b>-427</b>	<b>-246</b>	<b>-793</b>	<b>-506</b>
<i>Промяна на годишна база</i>	15.2%	37.3%	21.3%	-	-42.0%	-	-36.2%
Други разходи за дейността	-3	-2	-4	-2	-1	-3	-2
<b>ЕВИТ</b>	<b>885</b>	<b>787</b>	<b>504</b>	<b>-284</b>	<b>-104</b>	<b>-365</b>	<b>-165</b>
<i>ЕВИТ марж</i>	88.1%	74.8%	53.1%	-195.9%	-72.7%	-116.6%	-79.3%
Финансови разходи	-54	-47	-38	-9	-5	-20	-14
<b>Печалба/ Загуба преди данъци</b>	<b>831</b>	<b>740</b>	<b>466</b>	<b>-293</b>	<b>-109</b>	<b>-385</b>	<b>-179</b>
Разходи за данъци	0	0	0	0	0	0	0
<b>Нетна печалба/ Загуба</b>	<b>831</b>	<b>740</b>	<b>466</b>	<b>-293</b>	<b>-109</b>	<b>-385</b>	<b>-179</b>
<i>Промяна на годишна база</i>	256.7%	-11.0%	-37.0%	-	-62.8%	-	-53.5%
<i>Нетен марж</i>	82.7%	70.3%	49.1%	-202.1%	-76.2%	-123.0%	-86.1%
Дивиденди	831	740	-	-	-	-	-
Среднопретеглен брой акции за периода**	5 488	5 488	5 795	5 488	13 500	5 488	13 500
<b>Печалба/ Загуба на една акция, EPS***</b>	<b>0.15</b>	<b>0.13</b>	<b>0.08</b>	<b>-0.05</b>	<b>-0.01</b>	<b>-0.07</b>	<b>-0.01</b>

\* Данните са неаудирани

\*\* През 12.2015г. поради реструктуриране, основният капитал е увеличен

\*\*\* На база среднопретеглен брой акции за периода

Източник: Алтерко АД

## 8.6. АКТИВИ НА ИНДИВИДУАЛНА БАЗА ЗА ПЕРИОДА 2013-30.6.2016 г. (в хил. лв.)

Активи на Алтерко АД (в хил. лв.)	2013	2014	2015	31.03.2015*	31.03.2016*	30.6.2015*	30.6.2016*
<b>АКТИВИ</b>							
<b>Нетекущи активи</b>							
Имоти, машини и съоръжения	25	9	38	44	35	40	32
Нематериални активи	55	43	0	0	0	0	0
Инвестиции в дъщерни дружества	5 905	5 905	15 771	5 905	15 772	5 904	15 772
Активи по отсрочени данъци	1	1	1	0	0	0	0
<b>Общо нетекущи активи</b>	<b>5 986</b>	<b>5 958</b>	<b>15 810</b>	<b>5 949</b>	<b>15 807</b>	<b>5 944</b>	<b>15 804</b>
<b>Текущи активи</b>							
Материални запаси	0	0	0	0	0	0	1
Текуща част от предоставените заеми на свързани предприятия	6	5	0	0	0	0	0
Вземания от свързани предприятия	353	606	321	642	554	274	847
Търговски вземания	2	6	18	7	31	8	28
Други вземания	323	133	62	150	77	39	92
Пари и парични еквиваленти	600	829	486	804	516	300	619
Предплатени разходи	1	1	2	1	2	3	2
<b>Общо текущи активи</b>	<b>1 285</b>	<b>1 580</b>	<b>889</b>	<b>1 604</b>	<b>1 180</b>	<b>624</b>	<b>1 589</b>
<b>ОБЩО АКТИВИ</b>	<b>7 271</b>	<b>7 538</b>	<b>16 699</b>	<b>7 553</b>	<b>16 987</b>	<b>6 568</b>	<b>17 393</b>

\* Данните са неаудирани

Източник: Алтерко АД

## 8.7. ПАСИВИ И СОБСТВЕН КАПИТАЛ НА ИНДИВИДУАЛНА БАЗА ЗА ПЕРИОДА 2013-30.6.2016 г. (в хил. лв.)

Пасиви на Алтерко АД (в хил. лв.)	2013	2014	2015	31.03.2015*	31.03.2016*	30.6.2015*	30.6.2016*
<b>Нетекущи пасиви</b>							
Получени заеми от свързани лица	799	0	0	0	0	0	0
Финансов лизинг	4	0	0	0	0	0	0
Други задължения	0	0	903	0	903	0	903
<b>Общо нетекущи пасиви</b>	<b>803</b>	<b>0</b>	<b>903</b>	<b>0</b>	<b>903</b>	<b>0</b>	<b>903</b>
<b>Текущи пасиви</b>							
Получен депозит от предприятия в Групата	0	1 241	772	1 579	1 179	1 385	1 660
Получени заеми	0	17	0	0	0	0	0
Текущ дял от финансов лизинг	19	10	3	7	0	0	0
Задължения към свързани предприятия	50	0	5	0	0	0	0
Търговски задължения	8	4	4	0	1	6	10
Задължения към персонала	4	7	4	0	7	0	5
Задължения към осигурителни предприятия	4	5	5	5	5	5	0
Данъчни задължения	50	12	6	13	10	49	6
Други задължения	0	0	349	0	343	6	340
<b>Общо текущи пасиви</b>	<b>135</b>	<b>1 296</b>	<b>1 148</b>	<b>1 604</b>	<b>1 545</b>	<b>1 451</b>	<b>2 021</b>
<b>ОБЩО ПАСИВИ</b>	<b>938</b>	<b>1 296</b>	<b>2 051</b>	<b>1 604</b>	<b>2 448</b>	<b>1 451</b>	<b>2 924</b>

\* Данните са неаудитирани

Собствен капитал на Групата в хил. лв.	2013	2014	2015	31.03.2015*	31.03.2016*	30.6.2015*	30.6.2016*
Основен акционерен капитал	5 488	5 488	13 500	5 488	13 500	5 488	13 500
Неразпределена печалба	845	740	466	447	357	-385	287
Резерви	0	14	14	14	14	14	14
Резерви от емисия на акции	0	0	668	0	668	0	668
<b>ОБЩО СОБСТВЕН КАПИТАЛ</b>	<b>6 333</b>	<b>6 242</b>	<b>14 648</b>	<b>5 949</b>	<b>14 539</b>	<b>5 117</b>	<b>14 469</b>

\* Данните са неаудитирани

Източник: Алтерко АД

## 8.8. ПАРИЧНИ ПОТОЦИ НА ИНДИВИДУАЛНА БАЗА ЗА ПЕРИОДА 2013-30.6.2016 г. (в хил. лв.)

ПАРИЧНИ ПОТОЦИ НА ИНДИВИДУАЛНА БАЗА (в хил. лв.)	2013	2014	2015	31.3.2015*	31.3.2016*	30.6.2015*	30.6.2016*
Постъпления от клиенти	824	802	1 124	145	138	271	481
Плащания към доставчици	-270	-570	-613	-114	-140	-232	-269
(Плащания)/ постъпления по финансиране от дъщерни дружества	638	1 391	727	306	199	0	-614
Плащания за данъци	0	-8	-3	-58	-19	-92	-34
Плащания към персонал и осигурителни институции	-647	-827	-925	-300	-137	-498	-257
Плащания за банкови комисионни	-3	-3	-5	-1	-1	-2	0
Постъпления от лихви	1	0	0	0	0	0	0
Парични потоци от положителни и отрицателни валутни курсови разлики	-1	-1	-2	0	0	0	-3
<b>НЕТЕН ПАРИЧЕН ПОТОК ОТ ОПЕРАТИВНА ДЕЙНОСТ</b>	<b>542</b>	<b>784</b>	<b>303</b>	<b>-22</b>	<b>40</b>	<b>-553</b>	<b>-696</b>
Плащания, свързани с нетекущи материални и нематериални активи	-58	-4	-1	0	0	0	0
Плащания за придобиване на участия в дъщерни дружества	-1	0	-262	0	-1	0	-1
<b>НЕТЕН ПАРИЧЕН ПОТОК ОТ ИНВЕСТИЦИОННА ДЕЙНОСТ</b>	<b>-59</b>	<b>-4</b>	<b>-263</b>	<b>0</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>-1</b>
Постъпления от емитиране на акционерен капитал	0	0	135	0	0	0	0
Плащания по финансов лизинг	-16	-14	-7	-3	-3	0	0
Постъпления от предоставени депозити на свързани лица	231	0	0	0	0	715	873
Плащания по предоставени депозити на свързани лица	-7	0	0	0	0	0	0
Постъпления от получени заеми	0	0	196	0	0	0	0
Парични потоци, свързани с лихви, комисионни, дивиденди и други подобни	-189	-537	-707	0	-6	-691	-43
<b>НЕТЕН ПАРИЧЕН ПОТОК ОТ ФИНАНСОВИ ДЕЙНОСТИ</b>	<b>19</b>	<b>-551</b>	<b>-383</b>	<b>-3</b>	<b>-9</b>	<b>24</b>	<b>830</b>
<b>Увеличение (намаление) на парите и паричните еквиваленти</b>	<b>502</b>	<b>229</b>	<b>-343</b>	<b>-25</b>	<b>30</b>	<b>-529</b>	<b>133</b>
Пари и парични еквиваленти в началото на периода	98	600	829	829	486	829	486
Пари и парични еквиваленти в края на периода	600	829	486	804	516	300	619

\* Данните са неаудирани

Източник: Алтерко АД

## DISCLAIMER

Настоящата презентация представлява обобщение на ключова информация от Проспекта за публично предлагане на акции на Алтерко АД и не е алтернатива на същия или на негови части. Всички потенциални инвеститори следва да се запознаят в детайли с Проспекта в трите му части: Регистрационен документ – част I, Документ за предлаганите ценни книжа – част II и Резюме – част III, както и със съпътстващите го документи, преди да вземат своите инвестиционни решения.

Проспектът, заедно с придружаващите го документи, може да бъде намерен на [сайта на Алтерко АД](#), както и на [сайта на Карол АД](#).