



NASZ PRĄD S.A.

SUPLEMENT nr 4

**zatwierdzony przez Komisję Nadzoru Finansowego dnia 5 sierpnia 2026 roku
decyzją sygn. DSP-DSPZE.411.28.2026**

do Prospektu akcji zwykłych

NASZ PRĄD S.A.

**zatwierdzonego przez Komisję Nadzoru Finansowego w dniu 29 kwietnia 2026 roku
decyzją sygn. DSP-DSPZE.410.29.2025**

Terminy pisane wielką literą w niniejszym suplemencie („**Suplement**”) mają znaczenie nadane im w Prospekcie.

Suplement został sporządzony na podstawie art. 51 ust. 3 Ustawy o Ofercie Publicznej i art. 23 ust. 1 Rozporządzenia 2017/1129.

W związku z zidentyfikowaniem przez Zarząd Emitenta istotnego czynnika ryzyka związanego ze sprzecznymi z polityką Spółki działaniami części agentów należących do sieci sprzedaży Spółki, co w ocenie Spółki stanowi znaczący czynnik ryzyka, mogący wpłynąć na ocenę akcji Emitenta, a którego istnienie zostało stwierdzone po zatwierdzeniu Prospektu, **treść Prospektu została uzupełniona o następujące elementy:**

1. s. 12 pkt B.3. Podsumowania

Po czynniku ryzyka zatytułowanym *Ryzyko związane z oparciem modelu sprzedażowego na sieci agencyjnej*, dodaje się w podsumowaniu nowy czynnik ryzyka w brzmieniu:

Ryzyko związane z konsekwencjami działań agentów naruszających interesy konsumentów

Sprzedaż produktów Spółki realizowana jest za pośrednictwem profesjonalnych agentów handlowych, którzy współpracują ze Spółką na podstawie indywidualnych umów agencyjnych. Agenci samodzielnie dobierają stosowane przez siebie techniki sprzedaży, a Spółka nie prowadzi szkoleń w tym zakresie i nie przygotowuje materiałów dotyczących technik sprzedażowych. Rola Spółki ogranicza się do przekazania agentom materiałów produktowych oraz aktualnych informacji o obowiązujących programach dotacyjnych.

W konsekwencji Spółka nie sprawuje pełnej kontroli nad sposobem, w jaki agenci prezentują jej ofertę oraz reprezentują jej interesy w bezpośrednim kontakcie z klientem, co stwarza pole do podejmowania przez agentów działań sprzecznych z polityką, strategią lub wartościami Spółki, a w skrajnych przypadkach - niezgodnych z obowiązującymi przepisami prawa.

W ostatnim czasie do Spółki wpłynęły skargi, z których wynikało, że klienci mieli zostać wprowadzeni w błąd co do możliwości otrzymania dotacji, jej wysokości, terminów oraz zasad jej przyznawania. Część skarg dotyczyła również zaciągania kredytów bez pełnej wiedzy kredytobiorców o całkowitych kosztach kredytu, a także braku kontaktu ze strony agentów po podpisaniu umowy i uruchomieniu finansowania. Co wymaga jednak podkreślenia, powyższe przypadki mają charakter incydentalny w skali liczby umów zawieranych przez Spółkę i dotyczą pojedynczych agentów w sieci sprzedaży liczącej ponad 300 osób.

Spółka stanowczo nie zgadza się z tego rodzaju działaniami agentów i aktywnie przeciwdziała praktykom naruszającym interesy konsumentów. Spółka chroni się poprzez zawieranie umów wyłącznie z profesjonalistami, których weryfikuje na etapie nawiązania współpracy w zakresie ich wiedzy oraz stosowanych technik sprzedaży. W przypadku stwierdzenia działań sprzecznych z przepisami prawa, zasadami współżycia społecznego lub polityką Spółki, Spółka wypowiada umowy agentom dopuszczającym się takich naruszeń, zawiadamia odpowiednie organy ścigania, a także podejmuje działania zmierzające do wyegzekwowania od tych agentów zrekompensowania klientom skutków ich nagannych działań.

W odniesieniu zaś do skarg związanych z zaciąganiem kredytów bez pełnej wiedzy kredytobiorców o całkowitych kosztach kredytu, Spółka wskazuje, że od lat współpracuje z bankami finansującymi zakup jej produktów i w ramach tej współpracy wypracowała procedury mające na celu minimalizowanie ryzyka wprowadzenia klienta w błąd co do warunków finansowania. W szczególności przedstawiciele Spółki kontaktują się z klientami w celu potwierdzenia danych zawartych we wniosku kredytowym, a rozmowy te, po uprzednim uzyskaniu zgody klienta, są nagrywane. Powyższe działania mają umożliwić Spółce weryfikację, czy klient został prawidłowo poinformowany o warunkach i kosztach finansowania, oraz zidentyfikowanie ewentualnych nieprawidłowości po stronie agenta jeszcze przed uruchomieniem środków.

Podkreślić jednak trzeba, iż Agenci są samodzielnymi podmiotami profesjonalnymi, prowadzącymi działalność gospodarczą na własny rachunek i ryzyko, związanymi ze Spółką wyłącznie umową agencyjną, która wyznacza zakres ich obowiązków i odpowiedzialności. To agent, a nie Spółka, decyduje o sposobie nawiązania kontaktu z klientem, doborze techniki sprzedaży oraz o treści przekazywanych klientowi informacji w trakcie spotkania. Spółka nie wydaje agentom poleceń służbowych, nie nadzoruje przebiegu poszczególnych spotkań sprzedażowych ani nie ma wiedzy o ich liczbie i treści. W konsekwencji w ocenie Spółki nie ponosi ona odpowiedzialności za tego rodzaju działania agentów.

Pomimo powyższego, nie można wykluczyć, że opisane okoliczności zostaną odmiennie ocenione przez organy stojące na straży ochrony konsumentów, w tym Prezesa UOKiK. Organy te mogą upatrywać w działaniach agentów naruszenia zbiorowych interesów konsumentów lub stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych i próbować przypisywać odpowiedzialność za nie również Spółce - jako podmiotowi, na rzecz którego agenci pozyskują klientów oraz którego produkty są przedmiotem sprzedaży. W takim przypadku w stosunku do Spółki mogą zostać wszczęte postępowania administracyjne lub skierowane roszczenia cywilnoprawne. Materializacja któregokolwiek z tych ryzyk mogłaby wiązać się z dodatkowymi kosztami oraz istotnym ryzykiem reputacyjnym. Decyzje organów, stojących na straży ochrony konsumentów, jak np. Prezes UOKiK, negatywne opinie klientów, doniesienia medialne lub publikacje wiążące Spółkę z nieuczciwymi praktykami sprzedażowymi mogą bowiem osłabić zaufanie do marki, utrudnić pozyskiwanie nowych klientów oraz negatywnie wpłynąć na pozycję rynkową i wyniki finansowe Spółki.

*Na Datę Prospektu w ocenie Spółki istotność opisanego czynnika ryzyka jest **wysoka** pod względem prawdopodobieństwa jego wystąpienia oraz **średnia** pod względem istotności, co wynika z incydentalnego charakteru tego rodzaju zdarzeń w skali działalności Spółki.*

2. s. 29, pkt 2.10

Po ostatnim akapicie podpunktu 2.9. Prospektu dodaje się następujący czynnik ryzyka:

Ryzyko związane z konsekwencjami działań agentów naruszających interesy konsumentów

Sprzedaż produktów Spółki realizowana jest za pośrednictwem profesjonalnych agentów handlowych, którzy współpracują ze Spółką na podstawie indywidualnych umów agencyjnych. Agenci samodzielnie dobierają stosowane przez siebie techniki sprzedaży, a Spółka nie prowadzi szkoleń w tym zakresie i nie przygotowuje materiałów dotyczących technik sprzedażowych. Rola Spółki ogranicza się do przekazania agentom materiałów produktowych oraz aktualnych informacji o obowiązujących programach dotacyjnych.

W konsekwencji Spółka nie sprawuje pełnej kontroli nad sposobem, w jaki agenci prezentują jej ofertę oraz reprezentują jej interesy w bezpośrednim kontakcie z klientem, co stwarza pole do podejmowania przez agentów działań sprzecznych z polityką, strategią lub wartościami Spółki, a w skrajnych przypadkach - niezgodnych z obowiązującymi przepisami prawa.

W ostatnim czasie do Spółki wpłynęły skargi, z których wynikało, że klienci mieli zostać wprowadzeni w błąd co do możliwości otrzymania dotacji, jej wysokości, terminów oraz zasad jej przyznawania. Część skarg dotyczyła również zaciągania kredytów bez pełnej wiedzy kredytobiorców o całkowitych kosztach kredytu, a także braku kontaktu ze strony agentów po podpisaniu umowy i uruchomieniu finansowania. Co wymaga jednak podkreślenia, powyższe przypadki mają charakter incydentalny w skali liczby umów zawieranych przez Spółkę i dotyczą pojedynczych agentów w sieci sprzedaży liczącej ponad 300 osób.

Spółka stanowczo nie zgadza się z tego rodzaju działaniami agentów i aktywnie przeciwdziała praktykom naruszającym interesy konsumentów. Spółka chroni się poprzez zawieranie umów wyłącznie z profesjonalistami, których weryfikuje na etapie nawiązania współpracy w zakresie ich wiedzy oraz stosowanych technik sprzedaży. W przypadku stwierdzenia działań sprzecznych z przepisami prawa, zasadami współżycia społecznego lub polityką Spółki, Spółka wypowiada umowy agentom dopuszczającym się takich naruszeń, zawiadamia odpowiednie organy ścigania, a także podejmuje działania zmierzające do wyegzekwowania od tych agentów zrekompensowania klientom skutków ich nagannych działań.

W odniesieniu zaś do skarg związanych z zaciąganiem kredytów bez pełnej wiedzy kredytobiorców o całkowitych kosztach kredytu, Spółka wskazuje, że od lat współpracuje z bankami finansującymi zakup jej produktów i w ramach tej współpracy wypracowała procedury mające na celu minimalizowanie ryzyka wprowadzenia klienta w błąd co do warunków finansowania. W szczególności przedstawiciele Spółki kontaktują się z klientami w celu potwierdzenia danych zawartych we wniosku kredytowym, a rozmowy te, po uprzednim uzyskaniu zgody klienta, są nagrywane. Powyższe działania mają umożliwić Spółce weryfikację, czy klient został prawidłowo poinformowany o warunkach i kosztach finansowania, oraz zidentyfikowanie ewentualnych nieprawidłowości po stronie agenta jeszcze przed uruchomieniem środków.

Podkreślić jednak trzeba, iż Agenci są samodzielnymi podmiotami profesjonalnymi, prowadzącymi działalność gospodarczą na własny rachunek i ryzyko, związanymi ze Spółką wyłącznie umową agencyjną, która wyznacza zakres ich obowiązków i odpowiedzialności. To agent, a nie Spółka, decyduje o sposobie nawiązania kontaktu z klientem, doborze techniki sprzedaży oraz o treści przekazywanych klientowi informacji w trakcie spotkania. Spółka nie wydaje agentom poleceń służbowych, nie nadzoruje przebiegu poszczególnych spotkań sprzedażowych ani nie ma wiedzy o ich liczbie i treści. W konsekwencji w ocenie Spółki nie ponosi ona odpowiedzialności za tego rodzaju działania agentów.

Pomimo powyższego, nie można wykluczyć, że opisane okoliczności zostaną odmiennie ocenione przez organy stojące na straży ochrony konsumentów, w tym Prezesa UOKiK. Organy te mogą upatrywać w działaniach agentów naruszenia zbiorowych interesów konsumentów lub stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych i próbować przypisywać odpowiedzialność za nie również Spółce - jako podmiotowi, na rzecz którego agenci pozyskują klientów oraz którego produkty są przedmiotem sprzedaży. W takim przypadku w stosunku do Spółki mogą zostać wszczęte postępowania administracyjne lub skierowane roszczenia cywilnoprawne. Materializacja któregośkolwiek z tych ryzyk mogłaby wiązać się z dodatkowymi kosztami oraz istotnym ryzykiem reputacyjnym. Decyzje organów, stojących na straży ochrony konsumentów, jak np. Prezes UOKiK, negatywne opinie klientów, doniesienia medialne lub publikacje wiążące Spółkę z nieuczciwymi praktykami sprzedażowymi mogą bowiem osłabić zaufanie do marki, utrudnić pozyskiwanie nowych klientów oraz negatywnie wpłynąć na pozycję rynkową i wyniki finansowe Spółki.

*Na Datę Prospektu w ocenie Spółki istotność opisanego czynnika ryzyka jest **wysoka** pod względem prawdopodobieństwa jego wystąpienia oraz **średnia** pod względem istotności, co wynika z incydentalnego charakteru tego rodzaju zdarzeń w skali działalności Spółki.*

PODPISY

W IMIENIU EMITENTA:

Marcin Frączek	Prezes Zarządu	05.08.2026 r.
Michał Kapica	Wiceprezes Zarządu	05.08.2026 r.

W IMIENIU OFERUJĄCEGO 1:

Marcin Frączek	Prezes Zarządu	05.08.2026 r.
----------------	----------------	---------------

W IMIENIU OFERUJĄCEGO 2:

Michał Kapica	Prezes Zarządu	05.08.2026 r.
---------------	----------------	---------------