



Power Media

SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI POWER MEDIA S.A.

**ZA OKRES
1 STYCZNIA 2009– 31 GRUDNIA 2009**

Wrocław, marzec 2010



Power Media

I. Informacje Podstawowe

1. Informacje o Spółce

1.1 Dane Rejestrowe

Nazwa	Power Media S.A.
Forma prawna	Spółka Akcyjna
Siedziba	Wrocław
Adres	ul. Kiełbaśnicza 24, 50-110 Wrocław
REGON	931082394
PKD	7222Z (stare) - 6201Z (nowe)
NIP	898-16-47-572
KRS	0000281947

Power Media S.A. (Spółka, Emitent) powstała w wyniku przekształcenia spółki z ograniczoną odpowiedzialnością Power Media sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu. Poprzednik prawny Spółki został utworzony 16 września 1997 roku jako Przedsiębiorstwo Usługowo – Handlowe „POWER MEDIA” Sp. z o.o. Uchwała w sprawie przekształcenia spółki z ograniczoną odpowiedzialnością w spółkę akcyjną podjęta została w dniu 27 kwietnia 2007 roku (Akt notarialny Rep. A nr 2421/2007).

Przekształcenie spółki na spółkę akcyjną zostało zarejestrowane na mocy Postanowienia Sądu Rejonowego dla Wrocławia - Fabrycznej we Wrocławiu, VI Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego w dniu 1 czerwca 2007 roku.

Podstawowy przedmiot działalności Spółki to działalność w zakresie oprogramowania PKD 7222Z (stare) - 6201Z (nowe). W dniu 20 marca 2008 roku Power Media S.A. zadebiutowała na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A., gdzie została zaklasyfikowana do sektora „Informatyka”.

1.2 Organy zarządzające i nadzorujące Spółki

1.1.1 Rada Nadzorcza

Rada Nadzorcza została powołana w momencie zarejestrowania przekształcenia Power Media Sp. z o.o. na Power Media S.A. tj. na dzień 01 czerwca 2007 roku Rada Nadzorcza została powołana na okres kadencji 5 lat.

W okresie od 01 stycznia 2009 do 10 września 2009 roku skład Rady Nadzorczej przedstawiał się następująco:

- 1) Anastazja Kołodziej – Przewodnicząca Rady
- 2) Alicja Korbecka - Członek Rady
- 3) Ewa Mińska-Struzik - Członek Rady
- 4) Ireneusz Werner - Członek Rady
- 5) Monika Wysocka - Członek Rady

W dniu 29 maja 2009 roku ZWZ uchwałami nr 10, 11, 12, 13 i 14 udzieliło absolutorium wszystkim członkom Rady Nadzorczej z wykonania przez nich obowiązków członków Rady Nadzorczej w roku 2008. Spółka szczegółowo informowała o tym w raporcie bieżącym nr 13/2009 z dnia 29 maja 2009 roku.



W dniu 10 września 2009 roku Pani Anastazja Kołodziej - Przewodnicząca Rady Nadzorczej złożyła rezygnację z pełnionej przez siebie funkcji, o czym Spółka informowała w raporcie bieżącym nr 37/2009 z dnia 11 września 2009 roku.

W dniu 23 października 2009 roku Pani Ewa Mińska-Struzik pełniąca funkcję Członka Rady Nadzorczej Power Media S.A. złożyła rezygnację z pełnionej przez siebie funkcji. Rezygnacja skutkowałą na dzień 31 października 2009 roku. Spółka informowała o tym fakcie w raporcie bieżącym nr 39/2009 z dnia 23 października 2009 roku.

W dniu 9 grudnia 2009 roku NWZ uchwałą nr 6 powołało Pana Michała Masłowskiego oraz uchwałą nr 7 Pana Dariusza Prusa na stanowiska członków Rady Nadzorczej Spółki. Spółka szczegółowo informowała o tym w raporcie bieżącym nr 46/2009 z dnia 9 grudnia 2009 roku.

Rada Nadzorcza na swoim posiedzeniu w dniu 22 stycznia 2010 roku uchwałą nr 1/2010 wybrała na Przewodniczącego Rady Nadzorczej Spółki Pana Michała Masłowskiego. Spółka informowała o tym fakcie w raporcie bieżącym nr 2/2010 z dnia 22 stycznia 2010 roku.

Na dzień publikacji niniejszego raportu skład Rady Nadzorczej Power Media S.A. przedstawia się następująco:

- 1) Michał Masłowski - Przewodniczący Rady Nadzorczej
- 2) Alicja Korbecka - Członek Rady Nadzorczej
- 3) Dariusz Prus - Członek Rady Nadzorczej
- 4) Ireneusz Werner - Członek Rady Nadzorczej
- 5) Monika Wysocka - Członek Rady Nadzorczej

1.1.2 Zarząd Spółki

Zarząd Spółki został powołany w momencie zarejestrowania przekształcenia Power Media Sp. z o.o. na Power Media S.A. tj. na dzień 01 czerwca 2007 roku. Zarząd powołany został na okres kadencji 5 lat.

W okresie od 01 stycznia 2009 do 30 czerwca 2009 roku skład Zarządu przedstawiał się następująco:

- 1) Wojciech Narczyński - Prezes Zarządu
- 2) Andrzej Parszuto - Wiceprezes Zarządu
- 3) Marta Przewłocka - Wiceprezes Zarządu
- 4) Agnieszka Kozłowska - Członek Zarządu

W dniu 29 maja 2009 roku ZWZ uchwałami nr 6, 7, 8 i 9 udzieliło absolutorium wszystkim członkom Zarządu z wykonania przez nich obowiązków członków Zarządu w roku 2008. Spółka szczegółowo informowała o tym w raporcie bieżącym nr 13/2009 z dnia 29 maja 2009 roku.

W dniu 29 czerwca 2009 roku Pan Andrzej Parszuto pełniący funkcję Wiceprezesa Zarządu złożył rezygnację z pełnionej przez siebie funkcji ze skutkiem na dzień 30 czerwca 2009 roku, o czym Spółka informowała w raporcie bieżącym nr 25/2009 z dnia 29 czerwca 2009 roku.



Power Media

Na dzień publikacji niniejszego raportu skład Zarządu Power Media S.A. przedstawia się następująco:

- 1) Wojciech Narczyński – Prezes Zarządu
- 2) Marta Przewłocka – Wiceprezes Zarządu
- 3) Agnieszka Kozłowska – Członek Zarządu

1.3 Wysokość kapitału zakładowego i jego zmiany w okresie sprawozdawczym, jak również po jego zakończeniu

Wysokość kapitału zakładowego w okresie sprawozdawczym oraz na dzień publikacji niniejszego raportu wynosi 640.000,00 zł i dzieli się na 6.400.000 akcji o wartości nominalnej 0,10 zł każda.

Struktura kapitału zakładowego Power Media S.A. w okresie sprawozdawczym i na dzień publikacji niniejszego raportu przedstawia się następująco:

- 1) 2.500.000 akcji uprzywilejowanych serii A o wartości nominalnej 0,10zł każda
- 2) 2.500.000 akcji zwykłych serii B o wartości nominalnej 0,10zł każda
- 3) 1.400.000 akcji zwykłych serii C, o wartości nominalnej 0,10 zł każda.

Razem liczba akcji w kapitale zakładowym na dzień publikacji niniejszego sprawozdania wynosi 6.400.000.

Razem liczba głosów na Walnym Zgromadzeniu na dzień publikacji niniejszego sprawozdania wynosi 8.900.000.

1.4 Zatrudnienie

Grupy zawodowe	01.01.2008- 31.12.2008	01.01.2009- 31.12.2009	Stan na dzień publikacji SA-R/2009
Pracownicy umysłowi	121	83	73
Pracownicy na stanowisku robotniczym	1	1	1
Razem	122	84	74

Ze względu na skutki spowolnienia gospodarczego w roku 2009, które w głównej mierze przyczyniły się do zmniejszenia ilości zleceń w obszarze usług rekrutacji i outsourcingu specjalistów IT, Zarząd dokonał redukcji etatów w dziale rekrutacji specjalistów IT oraz w dziale produkcji oprogramowania, dostosowując ich rozmiary do rzeczywistych potrzeb i ilości realizowanych zleceń.

Zmniejszenie stanu zatrudnienia wynika również z realizacji części umów z kontrahentami Spółki, tj. klauzul dotyczących przejęć. Umowy te zostały opisane szczegółowo w Prospekcie Emisyjnym Spółki Część III pkt. 6.4.3, zatwierdzonym w dniu 5 lutego 2008 roku.



Power Media

1.5 Informacje o transakcjach z podmiotami powiązаныmi

W okresie od 1 stycznia 2009 do 31 grudnia 2009 roku transakcje z podmiotami powiązаныmi nie występowały.

1.6 Oddziały i zakłady posiadane przez Spółkę

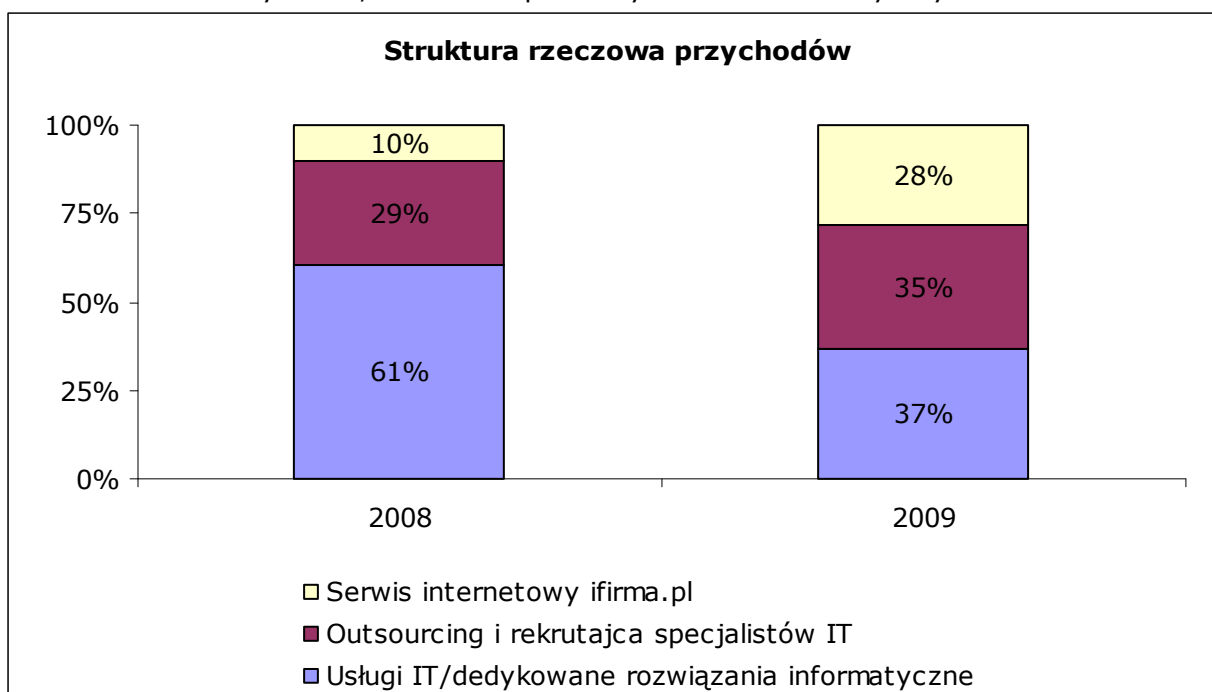
Spółka nie posiada oddziałów i zakładów. Spółka zarejestrowana jest przy ul. Kiełbańskiej 24 we Wrocławiu. Spółka swoją działalność prowadzi przy ulicy Ruskiej 41/42 we Wrocławiu.

2. Zarys działalności Power Media S.A.

2.1 Informacja o oferowanych produktach, towarach i usługach świadczonych przez Spółkę

Działalność Spółki oparta jest na trzech filarach:

1. Serwisy internetowe
 - Księgowość internetowa – **ifirma.pl**
 - **pitroczny.pl**
2. Outsourcing i rekrutacja specjalistów IT
 - Rekrutacja pracowników do działów IT
3. Usługi IT/dedykowane rozwiązania informatyczne
 - Sprzedaż licencji na własne oprogramowanie
 - Usługi informatyczne i programistyczne
 - Utrzymanie, serwis i wsparcie systemów informatycznych



Razem przychody ze sprzedaży w 2009 roku: 7 768 952,57 zł

Razem przychody ze sprzedaży w 2008 roku: 13 360 801,83 zł



Pierwszy obszar – to serwisy internetowe ifirma.pl i pitroczny.pl. Serwis ifirma.pl jest rozwiązaniem księgowości internetowej przeznaczonym dla małych firm oraz mikroprzedsiębiorstw działających w Polsce. Jest on rozwiązaniem alternatywnym do prowadzenia księgowości przez biuro rachunkowe lub korzystania z aplikacji desktopowych.

Serwis internetowy – www.ifirma.pl, podobnie jak bankowość internetowa dla klientów banków, oferuje konkurencyjną cenę, szybki dostęp do informacji z dowolnego miejsca, a tym samym wygodę działania na polu prowadzenia księgowości małych firm. Serwis umożliwiła użytkownikom przesyłanie deklaracji podatkowych w formie podpisu elektronicznego.

Serwis traktowany jest przez Spółkę, jako ten o największym potencjale wzrostu, dlatego Spółka skupia swe działania nad rozwojem funkcjonalności serwisu, usługami komplementarnymi dla przedsiębiorców, programami partnerskimi, czyli pozyskaniem jak największej liczby użytkowników serwisu.

Serwis pitroczny.pl – jest narzędziem darmowym przeznaczonym dla wszystkich podatników. Został udostępniony po raz pierwszy w lutym 2008 roku. Celem uruchomienia systemu pitroczny.pl jest w głównej mierze promocja idei rozliczania podatków za pośrednictwem Internetu oraz promocja serwisu ifirma.pl jako narzędzia dla przedsiębiorców.

Ten obszar działalności charakteryzuje się największym potencjałem wzrostowym oraz unikalnym modelem biznesowym.

W drugim obszarze działalności firma świadczy usługi rekrutacji i outsourcingu kadr IT. Power Media specjalizuje się w budowaniu i uzupełnianiu wykwalifikowanych zespołów inżynierskich. Wysoką skuteczność działania zapewnia bogata baza specjalistów z dziedziny IT oraz unikalny system weryfikacji wiedzy i umiejętności technicznych kandydatów.

W trzecim obszarze – tworzenie rozwiązań informatycznych - Power Media S.A. posiada swoją ekspertyzę w tworzeniu aplikacjach internetowych. Dodatkowo Spółka stworzyła system do archiwizacji materiałów multimedialnych – inStudio.

W obu tych obszarach klientami Power Media S.A. są duże i średnie firmy działające w Polsce i zagranicą.

Serwisy internetowe:

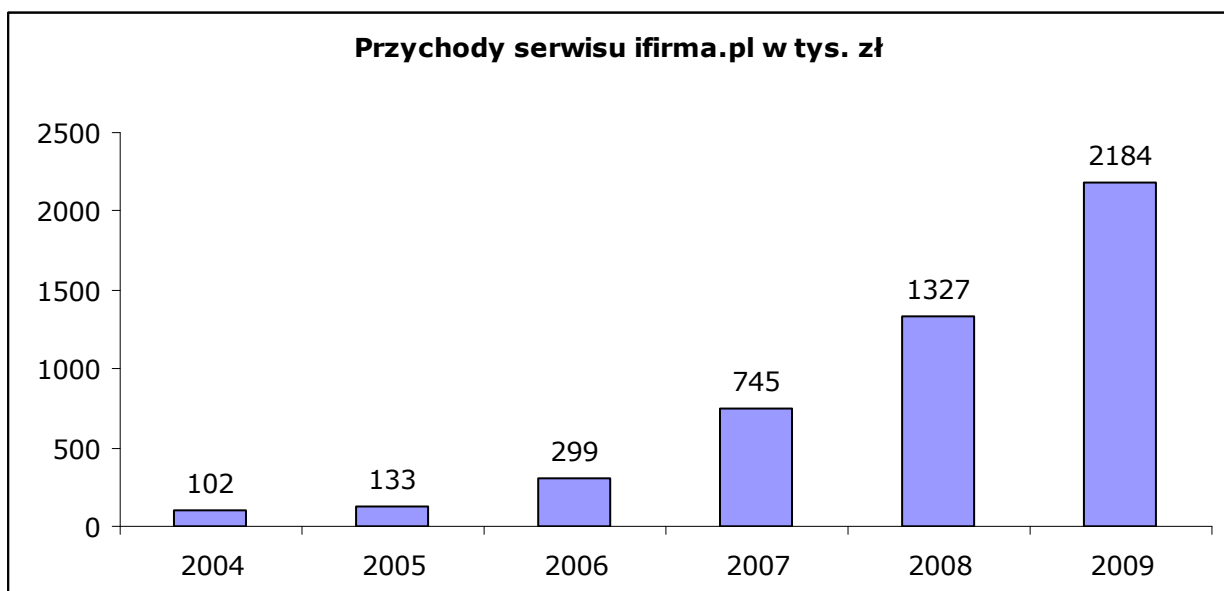
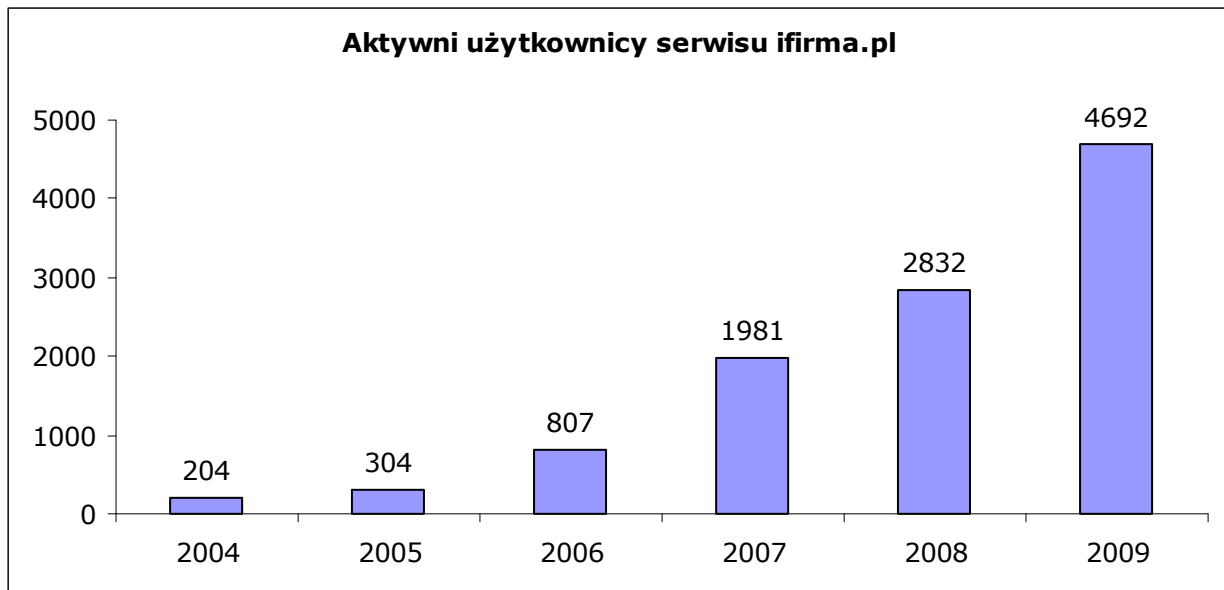
www.ifirma.pl

Spółka realizując cele emisyjne związane z rozwojem serwisu ifirma.pl opisane w prospekcie emisyjnym zatwierdzonym w dniu 5 lutego 2008 roku, część IV, pkt. 3.4. początkiem roku 2009 Spółka przeprowadziła II etap kampanii reklamowej serwisu ifirma.pl, co miało zasadniczy wpływ na wynik 2009 roku.

Masowa kampania reklamowa serwisu ifirma.pl, która została przeprowadzona w IV kwartale 2008 roku oraz w I kwartale 2009 roku nie przyniosła zadowalających rezultatów, dlatego Spółka zamierza przeprowadzić działania reklamowe na węższą skalę, ale skierowane do wyselekcjonowanej grupy docelowej.



Spółka odnotowuje w tym obszarze systematyczny wzrost liczby klientów. Przychody serwisu w roku 2009 w porównaniu do roku 2008 wzrosły o 61%, czyli podobnie jak w roku poprzednim w stosunku do 2007 roku. Przychody wyniosły 2 183,9 tys. zł, co stanowi 28% wartości przychodów Spółki ogółem.



Serwis ifirma.pl służy do automatyzacji rozliczeń podatkowych i jest przeznaczony dla małych firm i osób rozliczających się na zasadzie samozatrudnienia. Użytkownicy mają do dyspozycji zaawansowany serwis internetowy oraz całodniowe wsparcie ekspertów Power Media S.A. w dziedzinie księgowości. Użytkownicy serwisu samodzielnie wprowadzają informacje o transakcjach w firmie (faktury, koszty itp.), a w wyniku otrzymują deklaracje podatkowe, księgi, ewidencje itd.



Celem serwisu jest umożliwienie osobom posiadającym ograniczoną wiedzę na temat księgowości łatwe i tanie rozliczenie się ze zobowiązań podatkowych i wywiązywanie z obowiązków związanych z prowadzeniem księgowości firmy.

Większość funkcji serwis wykonuje automatycznie, ale każdy zapis można wprowadzić ręcznie, usunąć lub poprawić.

Funkcjonalności:

Z punktu widzenia klienta ifirma.pl dzieli się na moduły funkcjonalne: przychody, wydatki, ewidencje, deklaracje, kadry i płace oraz majątek trwały. Na system informatyczny składają się natomiast trzy aplikacje: aplikacja dla klientów widoczna po zalogowaniu, program dla biura obsługi klienta oraz program, który służy do komunikacji z serwisami partnerskimi, w tym przede wszystkim do automatycznego księgowania przelewów bankowych.

Bezpieczeństwo danych:

Pierwszy w Polsce serwis księgowości internetowej posiada zabezpieczenia na poziomie bankowości internetowej. Power Media S.A. korzysta z najnowszych rozwiązań i standardów w tym zakresie dostępnych na rynku.

Bazy kontrahentów i inne cenne informacje dotyczące ich działalności gospodarczej są odpowiednio chronione. Bezpieczeństwu powierzonych danych Power Media S.A. poświęca szczególnie dużo uwagi, a system zabezpieczeń opiera się na trzech głównych filarach:

- Hasło i login. Służą do identyfikacji użytkownika i zapewniają jego wyłączność na dostęp do jego zapisów. Są one wybierane przy rejestracji w serwisie. Hasło musi spełniać określone warunki bezpieczeństwa zgodne ze standardami rynkowymi.
- Szyfrowanie danych. Transmisja danych pomiędzy serwerem ifirma.pl a komputerami klientów jest zabezpieczona w sposób analogiczny do systemów bankowości internetowej.
- Kopie zapasowe. Są wykonywane codziennie. Po zaszyfrowaniu danych klientów są one przechowywane w dwóch osobnych lokalizacjach. Wyklucza to ryzyko utraty danych oraz ryzyko dostępu do nich przez osoby niepowołane.

Dzięki temu dokumentacja prowadzona za pośrednictwem serwisu jest bezpieczna. Klienci nie muszą obawiać się kradzieży, pożarów, awarii swoich komputerów ani innych nietypowych zdarzeń, wskutek których mogliby utracić swoje rozliczenia.

Wysyłanie deklaracji podatkowych w formie elektronicznej

Od grudnia 2008 roku system umożliwia przesyłanie deklaracji podatkowych w formie elektronicznej przez użytkowników serwisu ifirma.pl i pitroczny.pl. Jest to pierwsze takie rozwiązanie w kraju.

Spółka w dalszym ciągu upatruje w tym obszarze największy potencjał wzrostu i dlatego jest to główny element, na którym koncentruje się dalszy rozwój.

Spółka skupia swe działania w obrębie rozwoju serwisu na następujących obszarach:

- 1) Programy partnerskie, co-branding,
- 2) rozwój nowych funkcjonalności oraz ulepszenie funkcjonalności już dostępnych,



- 3) dodanie i rozwój usług komplementarnych dla przedsiębiorców,
- 4) systemy sprzedaży i systemy lojalnościowe.

W 2009 roku w serwisie wdrożono następujące funkcjonalności:

- 1) deklaracje elektroniczne - stworzenie możliwości elektronicznego wysyłania wygenerowanych przez firma.pl deklaracji podatkowych do Ministerstwa Finansów przy użyciu podpisu elektronicznego pracowników Biura Obsługi Klienta, co dla klientów ifirma.pl oznacza to brak konieczności posiadania własnego podpisu elektronicznego,
- 2) ułatwienia sprzedaży wysyłkowej - wychodząc naprzeciw klientom prowadzącym sprzedaż wysyłkową stworzono specjalne rodzaje dokumentów do księgowania tego typu sprzedaży, które poprawnie definiują moment powstania obowiązku podatkowego,
- 3) poprawiono interfejs serwisu oraz dodano pomocnik multimedialny, ponadto wdrożono znacznie szerszy system podpowiedzi w formularzach oraz w wersji demo programu,
- 4) dodano faktury zaliczkowe oraz faktury końcowe do faktur zaliczkowych.

W styczniu 2010 roku wdrożono dodatkowo:

- 1) moduł pracowniczy - wzbogacenie podstawowych do tej pory funkcjonalności modułu o parametry oraz zautomatyzowane mechanizmy, dzięki którym moduł ten dorównuje programom kadrowym; dzięki temu czynności związane z pracownikami, które do tej pory trzeba było w systemie wprowadzać ręcznie, teraz będą zautomatyzowane, np. wyliczanie wynagrodzenia chorobowego,
- 2) wykresy i raporty - dzięki tej funkcji klienci będą mogli sporządzać zestawienia swoich wydatków i przychodów oraz przedstawiać je graficznie w postaci wykresów.

W trakcie realizacji są następujące funkcjonalności:

- 1) obsługa nabycia wewnętrznego,
- 2) uruchomienie kalendarza i agendy z cash flow - interaktywne kalendarium połączone z rzeczywistą agendą wszystkich czynności, które muszą być wykonane w systemie wraz z ich umiejscowieniem w czasie i przypomnieniami; docelowo kalendarz będzie przypominał też np. o terminach płatności rachunków. Dzięki temu modułowi klient będzie mógł łatwiej zarządzać i planować swoje płatności.

Dodatkowo Spółka realizuje działania związane z rozwojem serwisu w ramach założeń dofinansowania na realizację projektu „System informatyczny wspierający procesy B2B redystrybucji i co-brandingu serwisu firma.pl” (Projekt) w ramach PO IG, które Spółka pozyskała w lipcu 2009 roku. Spółka informowała o tym w raporcie bieżącym nr 27/2009 z dnia 3 lipca 2009 roku oraz w raporcie bieżącym nr 34/2009 z dnia 19 sierpnia 2009 roku.

www.pitroczny.pl

W ramach przedsięwzięć związanych z rozliczaniem podatków przez Internet Power Media S.A. udostępniła po raz pierwszy w lutym 2008 roku serwis internetowy przeznaczony nie tylko dla przedsiębiorców, ale dla wszystkich podatników. Serwis umożliwia wygenerowanie formularzy podatkowych PIT-36, PIT-36L, PIT-37, PIT-38 oraz wszelkich załączników do tych formularzy.



System został zaprojektowany tak, aby w przyszłości umożliwić eksport danych bezpośrednio do urzędów skarbowych, bez konieczności drukowania formularzy.

Celem uruchomienia systemu pitroczny.pl jest:

- umocnienie pozycji Spółki na rynku rozliczeń podatkowych za pośrednictwem Internetu,
- promocja idei rozliczania podatków za pośrednictwem Internetu,
- promocja serwisu ifirma.pl jako narzędzia dla przedsiębiorców,
- promocja Power Media S.A. jako dostawcy zaawansowanych rozwiązań informatycznych działających w środowisku Internetu.

W 2009 roku z możliwości dokonania rozliczeń rocznego zeznania podatkowego za pośrednictwem serwisu skorzystało niemal 24 000 osób, gdzie w 2008 roku skorzystało 6 000 podatników. Prawie 11 000 osób przekazało 1% swojego podatku na Organizację Pożytku Publicznego, co również umożliwiał im pitroczny.pl.

W roku 2010 Spółka udostępniła serwis po raz trzeci. W tym roku serwis został wykorzystany przez wiele organizacji pożytku publicznego, jak i portal Infor.pl.

Outsourcing i rekrutacja specjalistów IT

Spółka w dalszym ciągu oferuje swoje usługi z tego działu korporacjom działającym na polskim rynku i zagranicznym. Przychody z tego tytułu w 2009 roku osiągnęły 2 728 tys. zł i ich udział w przychodach Spółki ogółem wzrósł do 35%. W analogicznym okresie 2008 roku stanowił 28% przychodów Spółki.

W roku 2009 Spółka odczuła skutki spowolnienia gospodarczego w zakresie świadczenia usług rekrutacji i outsourcingu specjalistów IT. Ilość zrealizowanych zleceń była znacząco mniejsza niż w poprzednich latach.

Zarząd widzi dalsze możliwości rozwoju tego działu, jednak chce rozwijać tą działalność z biura w Warszawie, które zamierza otworzyć w drugim kwartale 2010 roku.

Usługi IT/dedykowane rozwiązania informatyczne

Udział tej działalności w roku 2009 roku znacznie spadł i wyniósł 2 857 tys. zł, co stanowi 37% w przychodach ogółem, gdzie w 2008 roku stanowił 61% przychodów ogółem. Utrzymał się zauważalny w poprzednich latach stały trend spadku udziału tej działalności w przychodach ogółem na korzyść wzrostu przychodów w obszarze outsourcingu i rekrutacji (do 35%) oraz serwisu ifirma.pl (do 28%). Największą grupę odbiorców stanowiły korporacje międzynarodowe, w tym: Siemens, Motorola, Nokia Siemens Networks..

W roku 2009 Spółka odczuła skutki spowolnienia gospodarczego w tym dziale. Ilość zrealizowanych zleceń była znacząco mniejsza niż w poprzednich latach. Zarząd Spółki nie upatruje w rozwoju oprogramowania dedykowanego dalszych szans dla Spółki i dlatego będzie koncentrował się na rozwoju produktów gotowych i ich sprzedaży.

Korzystając z wieloletnich doświadczeń Spółki w zakresie rozwoju oprogramowania w technologiach firmy Apple, powstał system inStudio - przeznaczony do



archiwizacji materiałów filmowych dla stacji telewizyjnych, jak i studiów produkcyjnych. System został wdrożony w kilku stacjach telewizyjnych między innymi: TVN24, Superstacja, Sport, TVS.

System inStudio to kompleksowe rozwiązanie służące do obsługi archiwum materiałów multimedialnych. Pozwala na bezpieczne przechowywanie i wydajne katalogowanie dużych ilości materiałów w różnych formatach:

- wideo (m. in. 3GPP, AVI, DV, MPEG-1, MPEG-4, MOV), High Definition i Standard Definition,
- audio (m. in. AIFF, AU, MIDI, MP3, WAV),
- obrazy (m. in. GIF, JPEG, PSD, PNG, TIFF),
- dokumenty tekstowe (m. in. TXT, PDF).

System inStudio składa się z kilku modułów:

- inStudio Archivist – desktopowa aplikacja instalowana na komputerze, która służy do archiwizacji materiałów,
- inStudio Searcher – zaawansowana aplikacja internetowa służąca do przeszukiwania archiwum i udostępniania materiałów przy użyciu dowolnej przeglądarki internetowej.

Spółka zamierza wzbogacić istniejący produkt o nowe funkcjonalności. Spółka buduje grono partnerów zagranicznych w celu dystrybucji tego systemu w Europie Zachodniej.

2.2 Źródła zaopatrzenia w materiały do produkcji, w towary i usługi

W analizowanym okresie sprawozdawczym Spółka nie korzystała ze źródeł zaopatrzenia w materiały do produkcji oraz w towary i usługi, których udział od jednego dostawcy przekroczyłby próg 10% przychodów ze sprzedaży ogółem. Jedynym dostawcą, którego udział przekroczył 10% przychodów to opisywana poniżej Grupa Just.

W związku z realizacją umów zawartych pomiędzy Emitentem a Spółkami z Grupy Just – Just Sp. z o.o. i Media Koncept Sp. z o.o. wartość obrotów netto od dnia 18 listopada 2008 roku do dnia 22 stycznia 2009 roku wyniosła 964 321,42 netto zł.

Powyższa wartość przekracza 10% kapitałów własnych Power Media S.A. i tym samym stanowi kryterium do uznania obrotów z umów na wartość znaczącą. Spółka informowała o tym w raporcie bieżącym nr 4/2009 z dnia 22 stycznia 2009 roku.

2.3 Informacje o rynkach zbytu

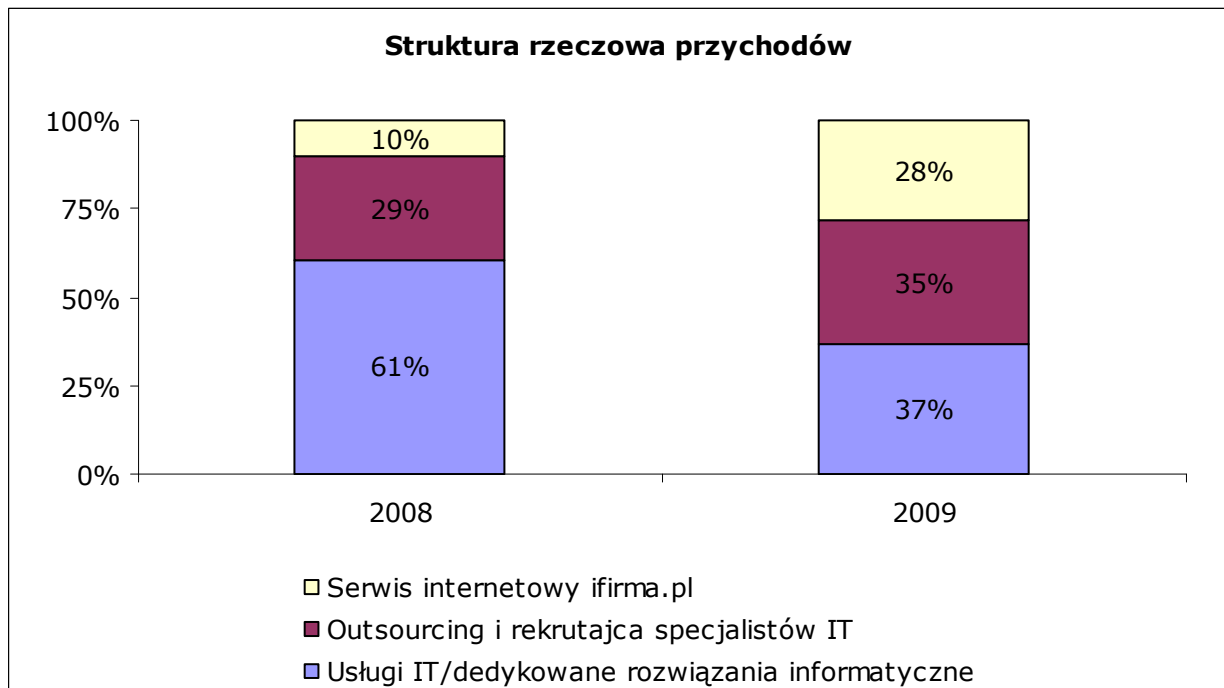
Spśród klientów można wyróżnić trzy podstawowe grupy:

- Klienci korporacyjni działający w Polsce.
Ze względu na charakterystykę przedsięwzięć informatycznych firmy takie wykazują duże potrzeby zwiększenia zaangażowania działów IT (intensyfikacji działań) w okresach tworzenia i uruchamiania nowych systemów informatycznych. Specjaliści Emitenta uczestniczą w takich projektach realizowanych w siedzibie klienta. Klienci z tej grupy to najczęściej spółki z sektora telekomunikacyjnego oraz instytucje finansowe w Polsce. Dla tych



klientów Emitent świadczy usługi z obszarów tak usług IT, jak i outsourcingu i rekrutacji specjalistów IT.

- Małe i średnie przedsiębiorstwa z Europy (w tym w Polsce) i USA.
Ta grupa przedsiębiorstw poszukująca konkretnych systemów informatycznych. Z reguły są to firmy spoza branży informatycznej, stąd zauważalne są wśród tych przedsiębiorstw niedobory kadrowe i kompetencyjne w działach IT. Ze względu na redukcję kosztów poszukują usługodawców na całym świecie. W tej grupie przeważają odbiorcy w USA i Europie Zachodniej zwłaszcza w zakresie usług IT i dedykowanych rozwiązań informatycznych. Coraz częściej pojawiają się w tej grupie klienci z Polski.
- Mikrofirmy działające w Polsce.
W tej grupie znajdują się małe firmy działające w Polsce oraz osoby prowadzące działalność gospodarczą (samozatrudnienie). Ta grupa klientów to głównie klienci ifirma.pl.



Razem przychody ze sprzedaży w 2009 roku: 7 768 952,57 zł
Razem przychody ze sprzedaży w 2008 roku: 13 360 801,83 zł

W roku 2009 Spółka odczuła skutki spowolnienia gospodarczego szczególnie w zakresie świadczenia usług rekrutacji specjalistów IT oraz rozwoju oprogramowania. Ilość zrealizowanych zleceń była znacząco mniejsza niż w poprzednich latach. Zarząd Spółki ze względu na to, że nie potrafi przewidzieć, kiedy sytuacja na rynku się polepszy dokonał redukcji kosztów osobowych, w szczególności w dziale rekrutacji specjalistów IT oraz w dziale produkcji oprogramowania, dostosowując ich rozmiary do rzeczywistych potrzeb i ilości realizowanych zleceń. Redukcje te nie oznaczają rezygnacji ze świadczonych usług w tym zakresie. Spółka w dalszym ciągu pozyskuje na te usługi nowych klientów, oraz świadczy usługi dla klientów dotychczasowych.

Spółka w dalszym ciągu realizuje cele emisyjne związane z rozwojem serwisu ifirma.pl opisane w prospekcie emisyjnym zatwierdzonym w dniu 5 lutego 2008 roku, część IV, pkt. 3.4.



Power Media

II. Opis działalności Power Media S.A. w roku 2009

1. Zdarzenia istotnie wpływające na działalność Spółki, jakie nastąpiły w roku obrotowym

W roku 2009 Spółka odczuła skutki spowolnienia gospodarczego szczególnie w zakresie świadczenia usług rekrutacji specjalistów IT oraz rozwoju oprogramowania. Ilość zrealizowanych zleceń była znacząco mniejsza niż w poprzednich latach.

Zarząd Spółki ze względu na to, że nie potrafi przewidzieć, kiedy sytuacja na rynku się polepszy, dokonał redukcji kosztów osobowych, w szczególności w dziale rekrutacji specjalistów IT oraz w dziale produkcji oprogramowania, dostosowując ich rozmiary do rzeczywistych potrzeb i ilości realizowanych zleceń. Redukcje te nie oznaczają rezygnacji ze świadczonych usług w tym zakresie. Spółka w dalszym ciągu pozyskuje na te usługi nowych klientów oraz świadczy usługi dla klientów dotychczasowych.

Spółka zrezygnowała również z części powierzchni biurowej, co dodatkowo pozwoli na ograniczenie kosztów ogólnego zarządu.

Ze względu na terminy wypowiedzenia umów, podjęte działania oszczędnościowe znajdują odzwierciedlenie w wynikach finansowych od I kwartału 2010 roku.

Ponadto Spółka spodziewa się rozliczenia w I albo II kwartale 2010 roku pierwszej transzy dotacji uzyskanej w ramach POIG 8.2.

Spółka w dalszym ciągu realizuje cele emisyjne związane z rozwojem serwisu ifirma.pl opisane w prospekcie emisyjnym zatwierdzonym w dniu 5 lutego 2008 roku, część IV, pkt. 3.4.

W celu polepszenia sytuacji Spółka prowadzi intensywne działania sprzedażowe oraz poszukuje nowych rynków zbytu. Zarząd widzi dalsze możliwości rozwoju dla obu tych działów, jednak chce rozwijać tą działalność z biura w Warszawie, które zamierza otworzyć w drugim kwartale 2010 roku.

1.1 Rozwój serwisu ifirma.pl

Spółka w dalszym ciągu upatruje w tym obszarze największy potencjał wzrostu i dlatego jest to główny element, na którym koncentruje się strategia dalszego rozwoju.

Spółka skupia swe działania w obrębie rozwoju serwisu na następujących obszarach:

- 1) Programy partnerskie, co-branding,
- 2) rozwój nowych funkcjonalności oraz ulepszenie funkcjonalności już dostępnych,
- 3) dodanie i rozwój usług komplementarnych dla przedsiębiorców,
- 4) systemy sprzedaży i systemy lojalnościowe.

Dodatkowo Spółka realizuje działania związane z rozwojem serwisu w ramach założeń dofinansowania na realizację projektu „System informatyczny wspierający procesy B2B redystrybucji i co-brandingu serwisu ifirma.pl” (Projekt) w ramach PO IG, które Spółka pozyskała w lipcu tego roku. Spółka informowała o tym w



raporcie bieżącym nr 27/2009 z dnia 3 lipca 2009 roku oraz w raporcie bieżącym nr 34/2009 z dnia 19 sierpnia 2009 roku.

1.1.1 Kampania serwisu ifirma.pl - II edycja

Spółka realizując cele emisyjne związane z rozwojem serwisu ifirma.pl opisane w prospekcie emisyjnym zatwierdzonym w dniu 5 lutego 2008 roku, część IV, pkt. 3.4. początkiem roku 2009 przeprowadziła II etap kampanii reklamowej serwisu ifirma.pl, co miało zasadniczy wpływ na wynik 2009 roku.

Masowa kampania reklamowa serwisu ifirma.pl, która została przeprowadzona w IV kwartale 2008 roku oraz w I kwartale 2009 roku nie przyniosła zadowalających rezultatów, dlatego Spółka zamierza przeprowadzić działania reklamowe na węższą skalę, ale skierowane do wyselekcjonowanej grupy docelowej.

1.1.2 Podpisanie Umowy z Wrocławską Agencją Rozwoju Regionalnego w związku z zatwierdzeniem wniosku Spółki o dofinansowanie

W dniu 18 sierpnia 2009 roku zawarta została umowa pomiędzy Power Media S.A. (Spółka, Beneficjent) a Polską Agencją Rozwoju Przedsiębiorczości z siedzibą w Warszawie, przy ulicy Pańskiej 81/83, NIP 526-25-01-444, REGON 017181095 (PARP), w której imieniu działa Wrocławska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A. z siedzibą we Wrocławiu, przy ulicy Karmelkowej 29, nr KRS 55657 (WARR), w związku z zatwierdzeniem wniosku Spółki (sygnatura WND-POIG.08.02.00-02-002/09) o dofinansowanie w ramach Działania 8.2 PO IG Runda I w roku 2009 przez Instytucję Zarządzającą (Umowa).

Całkowity koszt realizacji Projektu wynosi 2 466 746,00 zł. Natomiast maksymalna kwota wydatków kwalifikujących się do objęcia wsparciem, związanych z realizacją Projektu wynosi 1 848 886,50 zł. Po spełnieniu warunków wynikających z Umowy i przepisów prawa dofinansowanie na realizację Projektu będzie nie wyższe niż 1 189 168,00 zł.

Umowa jest umową istotną ze względu na wartość oraz realizację celów emisyjnych związanych z rozwojem serwisu ifirma.pl.

Spółka informowała o zawarciu tej umowy w Raporcie Bieżącym nr 34/2009 z dnia 19 sierpnia 2009.

1.1.3 Dalszy rozwój serwisu – nowe funkcjonalności

W 2009 roku w serwisie wdrożono następujące funkcjonalności:

- 1) deklaracje elektroniczne - stworzenie możliwości elektronicznego wysyłania wygenerowanych przez ifirma.pl deklaracji podatkowych do Ministerstwa Finansów przy użyciu podpisu elektronicznego pracowników Biura Obsługi Klienta, co dla klientów ifirma.pl oznacza to brak konieczności posiadania własnego podpisu elektronicznego,
- 2) ułatwienie sprzedaży wysyłkowej - wychodząc naprzeciw klientom prowadzącym sprzedaż wysyłkową stworzono specjalne rodzaje dokumentów do księgowania tego typu sprzedaży, które poprawnie definiują moment powstania obowiązku podatkowego,



- 3) poprawiono interfejs serwisu oraz dodano pomocnik multimedialny, ponadto wdrożono znacznie szerszy system podpowiedzi w formularzach oraz w wersji demo programu,
- 4) dodano faktury zaliczkowe oraz faktury końcowe do faktur zaliczkowych.

W styczniu 2010 roku wdrożono dodatkowo:

- 1) moduł pracowniczy - wzbogacenie podstawowych do tej pory funkcjonalności modułu o parametry oraz zautomatyzowane mechanizmy, dzięki którym moduł ten dorównuje programom kadrowym, dzięki temu czynności związane z pracownikami, które do tej pory trzeba było w systemie wprowadzać ręcznie, teraz będą zautomatyzowane, np. wyliczanie wynagrodzenia chorobowego,
- 2) wykresy i raporty - dzięki tej funkcji klienci będą mogli sporządzać zestawienia swoich wydatków i przychodów oraz przedstawiać je graficznie w postaci wykresów.

W trakcie realizacji są następujące funkcjonalności:

- 1) obsługa nabycia wewnętrznego,
- 2) uruchomienie kalendarza i agendy z cash flow - interaktywne kalendarium połączone z rzeczywistą agendą wszystkich czynności, które muszą być wykonane w systemie wraz z ich umiejscowieniem w czasie i przypomnieniami, docelowo kalendarz będzie przypominał też np. o terminach płatności rachunków. Dzięki temu modułowi klient będzie mógł łatwiej zarządzać i planować swoje płatności.

1.1.4 Application Programming Interface (API)

Nowopowstałe API ma za zadanie umożliwić łatwą komunikację z systemami informatycznymi partnerów. W przypadku co-brandowania API jest niezbędne do integracji platformy z systemem partnera, co umożliwi wymianę danych między systemami. Ponadto będzie wykorzystane do integracji systemów informatycznych odpowiedzialnych za prowadzenie procesu rozliczeń wszystkich uczestników relacji B2B. Dzięki API możliwa stanie się realizacja procesów związanych z redystrybucją usług i produktów oraz integracja z systemami e-commerce.

1.1.5 Program Partnerki

Spółka stworzyła i udostępniła regulamin programu partnerskiego dla partnerów chcących pozyskiwać nowych klientów serwisu. W ramach tego programu Spółka podpisała już kilka umów partnerskich.

1.1.6 Dodawanie nowych serwisów co-brandowych

Spółka w dalszym ciągu rozwija serwisy co-brandowe w porozumieniu z partnerami biznesowymi, które są firmami świadczącymi usługi dla sektora MSP lub portalami internetowymi, w celu oferowania klientowi większych korzyści. Usługa pozwala korzystać z oferty partnera w ramach jego marki.

W tym zakresie prowadzone są rozmowy z potencjalnymi portalami internetowymi oraz instytucjami finansowymi.



1.1.7 Nowe produkty i usługi komplementarne

Współpraca z innymi podmiotami na polskim rynku świadczącymi usługi dla podobnego sektora przedsiębiorców stanowi jeden z podstawowych kierunków rozwoju serwisu ifirma.pl na najbliższe lata.

1.2 Uruchomienie serwisu pitroczy.pl – wersja do rozliczeń podatkowych za 2008 rok

Spółka udostępniła w lutym 2009 roku kolejną wersję serwisu internetowego dla wszystkich podatników – www.pitroczy.pl – umożliwiający przygotowanie i wygenerowanie formularzy podatkowych PIT-36, PIT-36L, PIT- 37, PIT-38 oraz wszelkich załączników do tych formularzy za rok 2008.

Niniejsze działania miały wpływ na rozwój serwisu ifirma.pl oraz są częścią działań mających na celu osiągnięcie celów emisyjnych i wzrost liczby użytkowników ifirma.pl.

W 2009 roku z możliwości dokonania rozliczeń rocznego zeznania podatkowego za pośrednictwem serwisu skorzystało niemal 24 000 osób, gdzie w 2008 roku skorzystało 6 000 podatników. Prawie 11 000 osób przekazało 1% swojego podatku na Organizację Pożytku Publicznego, co również umożliwił im pitroczny.pl.

W roku 2010 Spółka udostępniła serwis po raz trzeci. W tym roku serwis został wykorzystany przez wiele organizacji pożytku publicznego, jak i portal Infor.pl.

1.3 Współpraca z Grupą Onet w zakresie serwisu pitroczny.pl

W marcu 2009 roku udostępniony został w Portalu Onet.pl serwisu pitroczny.pl w wersji Cobrand do rozliczeń podatkowych za rok 2008.

Niniejsze działania również miały wpływ na rozwój serwisu ifirma.pl oraz są częścią działań mających na celu osiągnięcie celów emisyjnych i wzrost liczby użytkowników ifirma.pl.

1.4 Zakup akcji własnych w drodze wezwania

W dniu 10 czerwca 2009 roku Zarząd Power Media S.A. realizując postanowienia uchwały Nr 19 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Power Media S.A. z dnia 29 maja 2009 roku w sprawie udzielenia Zarządowi Spółki upoważnienia do nabycia akcji własnych Power Media S.A. z przeznaczeniem na realizację Programu Motywacyjnego, zakup akcji lub udziałów w innych podmiotach, sprzedaż pakietu akcji inwestorowi instytucjonalnemu i umorzenie akcji, wyrażającą zgodę na nabycie przez Spółkę od akcjonariuszy Spółki akcji własnych w ilości nie większej niż 5% (pięć procent) zarejestrowanego kapitału zakładowego Spółki, za kwotę 1.800.000,00 zł. (słownie: jeden milion osiemset tysięcy) złotych obejmującą koszty ich nabycia i utworzeniu w tym celu kapitału rezerwowego, ogłosił wezwanie do zapisywania się na sprzedaż akcji Power Media S.A.



W wyniku wezwania Spółka zamierzała nabyć do 300.000 akcji własnych reprezentujących do 4,69% kapitału zakładowego oraz uprawniających do wykonywania do 3,37% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki.

Cena, po jakiej Spółka zamierzała nabyć akcje własne wynosiła 5,70 zł (słownie: pięć złotych siedemdziesiąt groszy).

Intencją Power Media jako spółki publicznej było zastosowanie optymalnej, z punktu widzenia interesów akcjonariuszy, formy skupu akcji. Wykorzystanie trybu wezwania do zapisywania się na sprzedaż akcji stworzyło, zdaniem Spółki, wszystkim akcjonariuszom równe szanse do sprzedaży akcji.

Spółka informowała o tym w Raporcie Bieżącym nr 16/2009 z dnia 10 czerwca 2009 roku.

Zapisy na sprzedaż akcji przyjmowane były w dniach od 1 lipca 2009 roku do dnia 14 lipca 2009 roku.

W dniu 17 lipca 2009 roku Spółka dokonała transakcji nabycia akcji własnych w ilości 300.000, po cenie 5,70 złotych, za łączną kwotę 1.710.000 złotych.

Zgodnie z informacją uzyskaną od Biura Maklerskiego Banku DnB NORD Polska S.A., przeprowadzającego wezwanie w imieniu Power Media S.A.:

- stopa alokacji wyniosła: 11,985 %
- stopa redukcji wyniosła: 88,015 %.

Po nabyciu akcji własnych, Spółka posiada łącznie 300.000 akcji własnych, stanowiących 4,69% kapitału zakładowego Spółki oraz uprawniających do wykonywania 3,37% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki. Zgodnie z przepisami Kodeksu Spółek Handlowych Spółka nie może wykonywać praw udziałowych z będących w jej posiadaniu akcji własnych.

Wartość nominalna jednej akcji wynosi 0,10 złotych.

Spółka informowała o tym w Raporcie Bieżących nr 30/2009 z dnia 17 lipca 2009 roku.

2. Zdarzenia istotnie wpływające na działalność Spółki, jakie nastąpiły po okresie sprawozdania, mogące mieć wpływ na przyszłe wyniki finansowe

2.1 Uruchomienie serwisu pitroczy.pl

Spółka udostępniła kolejną wersję serwisu internetowego dla wszystkich podatników – www.pitroczy.pl – umożliwiający przygotowanie i wygenerowanie formularzy podatkowych PIT-36, PIT-36L, PIT-37, PIT-38 oraz wszelkich załączników do tych formularzy za rok 2009.

Niniejsze działania miały wpływ na rozwój serwisu ifirma.pl oraz są częścią działań mających na celu osiągnięcie celów emisyjnych i wzrost liczby użytkowników ifirma.pl.

W 2009 roku z możliwości dokonania rozliczeń rocznego zeznania podatkowego za



Power Media

pośrednictwem serwisu skorzystało niemal 24 000 osób, gdzie w 2008 roku skorzystało 6 000 podatników. Prawie 11 000 osób przekazało 1% swojego podatku na Organizację Pożytku Publicznego, co również umożliwiał im pitroczny.pl.

W tym roku serwis został wykorzystany przez wiele organizacji pożytku publicznego, jak i portal Infor.pl.

3. Zdarzenia jakie nastąpiły po dniu 31 grudnia 2009, a nieuwzględnione w sprawozdaniu finansowym

Zdarzenia takie nie wystąpiły.

4. Perspektywy rozwoju Spółki i przewidywana sytuacja finansowa

Power Media S.A. koncentruje się w swoich działaniach na tworzeniu wartości dla klientów i akcjonariuszy.

Power Media S.A. w strategii dalszego rozwoju nadal koncentruje się przede wszystkim na rozwoju serwisu www.ifirma.pl poprzez:

- Wzmocnienie wizerunku i rozpoznawalności marki,
- Zbudowanie call-center i infrastruktury informatycznej zwiększającej funkcjonalność serwisu oraz zwiększenie skali działania,
- Współpracę z organizacjami i podmiotami zrzeszającymi osoby prowadzące działalność gospodarczą,
- Zbudowanie modułu sprzedaży towarów i usług dla użytkowników serwisu,
- Nawiązanie współpracy z partnerami oferującymi usługi i produkty dla sektora MSP,
- Uczestniczenie w projektach i przetargach na przedsięwzięcia związane z podatkami.

W roku 2009 Spółka odczuła skutki spowolnienia gospodarczego szczególnie w zakresie świadczenia usług rekrutacji specjalistów IT oraz rozwoju oprogramowania. Ilość zrealizowanych zleceń była znacząco mniejsza niż w poprzednich latach.

Zarząd Spółki ze względu na to, że nie potrafi przewidzieć, kiedy sytuacja na rynku się polepszy dokonał redukcji kosztów osobowych, w szczególności w dziale rekrutacji specjalistów IT oraz w dziale produkcji oprogramowania, dostosowując ich rozmiary do rzeczywistych potrzeb i ilości realizowanych zleceń. Redukcje te nie oznaczają rezygnacji ze świadczonych usług w tym zakresie. Spółka w dalszym ciągu pozyskuje na te usługi nowych klientów, oraz świadczy usługi dla klientów dotychczasowych.

Spółka rezygnowała z części powierzchni biurowej, co dodatkowo pozwoli na ograniczenie kosztów ogólnego zarządu.

Ze względu na terminy wypowiedzenia umów, podjęte działania oszczędnościowe znajdują odzwierciedlenie w wynikach finansowych od I kwartału 2010 roku.

Ponadto Spółka spodziewa się rozliczenia w I albo II kwartale 2010 roku pierwszej transzy dotacji uzyskanej w ramach POIG 8.2.



Power Media

Spółka w dalszym ciągu realizuje cele emisyjne związane z rozwojem serwisu ifirma.pl opisane w prospekcie emisyjnym zatwierdzonym w dniu 5 lutego 2008 roku, część IV, pkt. 3.4.

W zakresie rozwoju oprogramowania w technologiach firmy Apple, powstał system inStudio - przeznaczony do archiwizacji materiałów filmowych dla stacji telewizyjnych, jak i studiów produkcyjnych. System został wdrożony w kilku stacjach telewizyjnych między innymi: TVN24, Superstacja, nSport, TVS.

Spółka zamierza rozwinąć istniejący produkt o nowe funkcje. Spółka buduje grono partnerów zagranicznych w celu dystrybucji tego systemu w Europie Zachodniej.

W zakresie usług outsourcingu i rekrutacji specjalistów IT Power Media S.A. zamierza pozyskiwać nowych klientów jednak chce rozwijać tą działalność z biura w Warszawie, które zamierza otworzyć w drugim kwartale 2010 roku.

Spółka w dalszym ciągu prowadzi intensywne działania sprzedażowe oraz poszukuje nowych rynków zbytu.

Spółka będzie realizowała swoje zamierzenia zgodnie z przyjętymi kierunkami rozwoju na wytyczonych rynkach zbytu.

Zarząd Spółki zakłada, że sytuacja finansowa w 2010 roku zostanie ustabilizowana i Spółka zacznie przynosić zyski.

5. Czynniki ryzyka i zagrożenia

W stosunku do informacji zawartych w sprawozdaniach finansowych za poprzedni rok sytuacja w zakresie istotnych czynników ryzyka i zagrożeń nie uległa znaczącym zmianom i nadal działalność Spółki firmy jest narażona na czynniki ryzyka i zagrożenia występujące w różnych obszarach działalności Spółki.

5.1 Czynniki ryzyka związane z otoczeniem, w jakim Power Media S.A. prowadzi działalność

5.1.1 Ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną

Prowadzona przez Power Media S.A. działalność jest w sposób istotny uzależniona od sytuacji makroekonomicznej. Power Media S.A. współpracuje z dużymi korporacjami prowadzącymi działalność w Polsce oraz firmami zagranicznymi. Osłabienie wzrostu gospodarczego w Polsce oraz na rynkach światowych w sposób negatywny wpływa na rozmiary prowadzonej działalności przez te podmioty, a tym samym na wyniki osiągnięte przez Power Media S.A.

Power Media S.A. poprzez rozbudowę działu sprzedaży prowadzi dywersyfikację obszarów swojej działalności wewnątrz segmentów branży informatycznej, a ponadto zamierza poszukiwać przedsięwzięć, na które ewentualna recesja może mieć najmniejszy wpływ oraz nowych rynków zbytu na swoje usługi.



5.1.2 Ryzyka związane ze stabilnością systemu prawnego i podatkowego

Jednym z istotnych zagrożeń dla Power Media S.A. jest niestabilność polskiego systemu prawnego, częste zmiany przepisów odnoszących się do prowadzenia działalności gospodarczej, a także systemu podatkowego.

Power Media S.A. ogranicza wpływ tego ryzyka poprzez śledzenie tendencji w zmianach prawa oraz bieżące monitorowanie zmian w prawie w celu szybkiego dostosowania ifirma.pl do aktualnych przepisów prawa.

5.1.3 Ryzyko walutowe

Gwałtowne zmiany kursów walut mają wpływ na osiągnięte przez Power Media S.A. wyniki finansowe, gdyż z niektórymi kontrahentami Power Media S.A. rozlicza się w walutach obcych szczególnie w Euro i Dolarach.

Spółka na bieżąco monitoruje rentowność kontraktów zawartych w walutach obcych i w wypadku osiągnięcia przez nie rentowności poniżej akceptowalnej wartości renegotjuje je. Nowe kontrakty zawierane są przy uwzględnieniu tendencji umacniania się złotego.

5.2 Czynniki ryzyka związane bezpośrednio z działalnością Power Media S.A.

5.2.1 Ryzyko utraty kluczowych pracowników

Działalność Power Media S.A. oraz jego perspektywy rozwoju zależą w dużej mierze od wiedzy i doświadczenia wysoko kwalifikowanej kadry pracowniczej. Dynamiczny rozwój firm sektora IT na terenie Polski i UE przyczynia się do wzrostu popytu na wysokokwalifikowaną kadre.

Power Media S.A. w celu pozyskania jak najlepszych pracowników podejmuje następujące działania:

- reorganizacja działu HR, głównie w celu wprowadzenia usługi komplementarnej, jaką jest outsourcing i rekrutacja specjalistów IT. Pozyskana dzięki tej inicjatywie duża baza specjalistów pozwala usprawnić rekrutację na potrzeby Power Media S.A.,
- program opcji pracowniczych Power Media S.A. obejmujący lata 2008-2011 - w celu związania ze sobą kluczowych pracowników został wdrożony program motywacyjny. Szczegóły dotyczące realizacji tego programu znajdują się w części III niniejszego raportu, pkt. 8.

Power Media S.A. uznaje, że choć ryzyko to występuje, to nie jest istotne - podjęte działania neutralizują je, a doskonała zdolność do pozyskiwania nowych kadr jest dodatkowym atutem Spółki.

5.2.2 Ryzyko związane z procesem sprzedaży produktów i usług

Sprzedaż Power Media S.A., podobnie jak większości podmiotów z branży informatycznej charakteryzuje się pewnymi wahaniami wartości sprzedaży, która



uwarunkowana jest pozyskaniem kontraktów, wykonaniem usług lub produktu. W sytuacji, gdy dotychczasowa działalność prowadzona była z dominującą przewagą segmentu usług informatycznych, na wynik finansowy znaczny wpływ miał fakt pozyskania bądź utraty kontrahenta.

Na ograniczenie występującego zjawiska może pozytywnie wpłynąć dalszy rozwój dwóch pozostałych linii biznesowych, a w szczególności serwisu ifirma.pl. Ponadto, aby efektywnie prowadzić sprzedaż usług i produktów IT Power Media S.A. rozbudowała dział sprzedaży oraz zamierza w II kwartale 2010 roku otworzyć biuro w Warszawie.

5.2.3 Ryzyko związane z konkurencją

Rynek usług informatycznych i oprogramowania komputerowego jest w Polsce konkurencyjny. Charakteryzuje się on również dużym rozdrobnieniem. Nie można wykluczyć, że w najbliższym czasie nastąpi zaostrzenie walki konkurencyjnej. Ryzyko to wiąże się również z pojawieniem się nowej konkurencji dla serwisu ifirma.pl. Sytuacja wzmożonej konkurencji może wpłynąć na konieczność obniżenia marż, co skutkowałoby pogorszeniem rentowności prowadzonej działalności.

Power Media S.A. ogranicza to ryzyko poprzez stałe podwyższanie kompetencji firmy i pracowników, rozbudowanie działu sprzedaży, podniesienie atrakcyjności oferty, stały rozwój serwisu ifirma.pl.

5.2.4 Ryzyko związane z wadliwym działaniem oprogramowania

Power Media S.A. oferując swoim klientom produkcję i sprzedaż oprogramowania ponosi ryzyko związane z jego wadliwym działaniem.

W celu ograniczenia tego ryzyka Spółka dokłada wszelkich starań, aby oferowane przez nią produkty były bezawaryjne. W tym celu przed wdrożeniem systemu lub wprowadzeniem nowego produktu na rynek jest on sprawdzany pod względem stabilności oraz wydajności. Zapobiega to wadliwemu działaniu oprogramowania u klienta.

5.2.5 Ryzyko związane z opóźnieniami w realizacji celów emisji związanych z pozyskaniem klientów serwisu ifirma.pl

Jednym z głównych celów emisji akcji serii C było pozyskanie środków na rozwój serwisu ifirma.pl, co miało w istotny sposób wpłynąć na rozwój Power Media S.A.

Realizacja tego celu może napotykać na trudności związane z dostępem potencjalnych klientów do sieci Internetu, czy polityką państwa komplikującą sprawozdawczość finansową i prawo podatkowe oraz trudnością upowszechnienia usług księgowości internetowej pośród potencjalnych klientów serwisu ifirma.pl, jak i dotarcia do nich.



Powodzenie sprzedaży produktu ifirma.pl jest w dalszym ciągu ważnym elementem wzrostu zarówno wartości firmy jak i jej perspektyw rozwoju.

Ryzyko związane z opóźnieniami w realizacji celów emisji związanych z pozyskaniem klientów serwisu ifirma.pl jest ograniczane poprzez:

- pozyskanie klientów oparte na zespole niezależnych działań,
- bieżącą ocenę wyników i intensyfikację działań najbardziej efektywnych,
- popularyzację serwisu poprzez tworzenie serwisów cobrandowych,
- pozyskiwanie alternatywnych źródeł finansowania rozwoju systemu informatycznego wspierający procesy B2B redystrybucji i co-brandingu serwisu ifirma.pl,
- rozbudowę oferty serwisu ifirma.pl o dodatkowe usługi komplementarne dla klientów serwisu.

Wszystkie te działania mają poprawić skuteczność popularyzacji serwisu, podnieść jego atrakcyjność, jak i dobór najbardziej efektywnych dróg dotarcia do potencjalnych klientów.

5.2.6 Ryzyko związane z rozwojem nowych programów

Wykorzystywane technologie informatyczne i telekomunikacyjne charakteryzują się dużą dynamiką zmian. W związku z tym, istnieje ryzyko, że Power Media S.A. podejmując błędne lub niekorzystne decyzje związane z wyborem technologii dla tworzenia lub rozwoju oprogramowania nie zaspokoi potrzeb rynkowych. Istnieje również ryzyko, że w trakcie prac nad danym produktem segment rynku, do którego był on skierowany, zostanie opanowany przez konkurencyjne firmy.

Power Media S.A. ogranicza to ryzyko poprzez:

- monitorowanie i ocenę nowych technologii pod kątem możliwości ich zastosowania w Spółce oraz ich rzeczywistej efektywności i przydatności w działaniach Spółki,
- rozwijanie posiadanych produktów, tak aby utrzymywać przewagę nad potencjalnymi nowymi konkurentami,
- ciągłe udoskonalanie polityki jakości świadczonych usług.

5.2.7 Ryzyko utraty kontraktów

Przedmiotem działalności Spółki są między innymi usługi programistyczne. Power Media S.A. zawierając umowy nie zawsze jest w stanie sprawdzić kondycję finansową swoich kontrahentów, zwłaszcza że są to często oddziały międzynarodowych korporacji. W związku z tym może wystąpić ryzyko niewypłacalności ze strony klienta lub utrata kontraktu lub w przypadku umów na czas określony nieprzedłużenie kontraktu.

Power Media S.A. ogranicza to ryzyko poprzez dywersyfikację portfela zleceń oraz zapisy w umowach uniemożliwiające lub ograniczające poniesione straty w wypadku wypowiedzenia kontraktu.



5.2.8 Ryzyko związane z funkcjonowaniem sieci internet oraz ochroną danych osobowych

Działalność Power Media S.A. opiera się między innymi na działaniu sieci internetowej. Stwarza to potencjalne ryzyko związane z przestępstwami dokonywanymi za pośrednictwem sieci, np. włamanie do systemu komputerowego i jego zniszczenie lub uszkodzenie. Możliwe jest przy tej okazji również ujawnienie danych osobowych, a co za tym idzie naruszenie ustawy o ochronie danych. Dodatkowe niebezpieczeństwo stwarzają znajdujące się w sieci wirusy komputerowe, robaki itp. Przestępstwa dokonywane za pośrednictwem sieci internetowej oraz wirusy komputerowe, które mogą zakłócić działanie systemów komputerowych Power Media S.A. mogą mieć negatywny wpływ na działalność Power Media S.A., jego sytuację finansową i osiągnięte wyniki.

W serwisie ifirma.pl Power Media S.A. ogranicza występowanie tego ryzyka poprzez stosowanie systemu bezpieczeństwa opartego na trzech filarach:

- Hasło i login. Służą do identyfikacji użytkownika i zapewniają jego wyłączność na dostęp do jego zapisów. Są one wybierane przy rejestracji w serwisie. Hasło musi spełniać określone warunki bezpieczeństwa zgodne ze standardami rynkowymi.
- Szyfrowanie danych. Transmisja danych pomiędzy serwerem ifirma.pl a komputerami klientów jest zabezpieczona w sposób analogiczny do systemów bankowości internetowej.
- Kopie zapasowe. Są wykonywane codziennie. Po zaszyfrowaniu danych klientów są one przechowywane w dwóch osobnych lokalizacjach. Wyklucza to ryzyko utraty danych oraz ryzyko dostępu do nich przez osoby niepowołane.

5.2.9 Ryzyko związane z możliwością niezrealizowania planowanych celów emisyjnych

Jednym z celów planowanej publicznej oferty akcji jest pozyskanie środków na rozwój serwisu ifirma.pl, co ma w istotny sposób wpłynąć na rozwój Power Media S.A. Niemniej Power Media S.A. nie może wykluczyć, że realizacja tego celu nie może napotykać na trudności związane z dostępem potencjalnych klientów do sieci Internetu, czy polityką państwa komplikującą sprawozdawczość finansową i prawo podatkowe. Istnieje również ryzyko, że w przypadku zrezygowania z przeprowadzenia ww. inwestycji Power Media S.A. będzie musiała znaleźć alternatywny cel inwestycyjny.

Podsumowując efekty kampanii reklamowej przeprowadzonej w IV kwartale 2008 roku oraz I kwartale 2009 roku Zarząd Power Media S.A. nie może zagwarantować, że będzie istniała możliwość wydania środków z emisji zgodnie z ich przeznaczeniem. Zarząd rozważa inne możliwości inwestycyjne oraz inne metody popularyzacji serwisu ifirma.pl i wybierze najlepsze z punktu widzenia akcjonariuszy. Informacja o ewentualnych zmianach celów emisji zostanie przekazana do publicznej wiadomości w drodze komunikatu bieżącego.

Ryzyko związane z możliwością niezrealizowania planowanych celów emisyjnych w zakresie założonego rozwoju serwisu ifirma.pl eliminowane jest poprzez podjęcie dodatkowych działań, mających zwiększyć popularyzację serwisu wśród potencjalnych klientów, takich jak:

- pozyskanie klientów oparte na zespole niezależnych działań,



- bieżącą ocenę wyników i intensyfikację działań najbardziej efektywnych,
- popularyzację serwisu poprzez tworzenie serwisów cobrandowych
- pozyskiwanie alternatywnych źródeł finansowania rozwoju systemu informatycznego wspierający procesy B2B redystrybucji i co-brandingu serwisu ifirma.pl,
- rozbudowę oferty serwisu ifirma.pl o dodatkowe usługi komplementarne dla klientów serwisu.

6. Umowy znaczące i istotne dla działalności Spółki

6.1 Umowy zawierane w normalnym toku działalności Spółki

Opis znaczących umów	Informacje o publikacji informacji szczegółowych
<p>W związku z realizacją umów zawartych pomiędzy Emitentem a Spółkami z Grupy Just – Just Sp. z o.o. i Media Koncept Sp. z o.o. wartość obrotów netto od dnia 18 listopada 2008 roku do dnia 22 stycznia 2009 roku wyniosła 964 321,42 netto zł.</p> <p>Powyższa wartość przekracza 10% kapitałów własnych Power Media S.A. i tym samym stanowi kryterium do uznania obrotów z umowy za wartość znaczącą.</p>	<p>RB nr 4/2009 z dnia 22 stycznia 2009</p>
<p>W związku z realizacją umów zawartych pomiędzy Spółka a Grupą Kapitałową Siemens z siedzibą w Warszawie wartość obrotów w okresie od grudnia 2008 roku do dnia 24 marca 2009 roku wynosiła 1 030 539,28 zł.</p> <p>Umowa zawarta została 1 grudnia 2005 roku na okres 5 lat.</p> <p>Powyższa wartość przekracza 10% kapitałów własnych Power Media S.A. i tym samym stanowi kryterium do uznania obrotów z umowy za wartość znaczącą.</p>	<p>RB nr 8/2009 z dnia 24 marca 2009</p>
<p>W związku z realizacją umów zawartych pomiędzy Spółka a Grupą Kapitałową Siemens z siedzibą w Warszawie wartość obrotów w okresie od 24 marca do dnia 3 czerwca 2009 roku wynosiła 693 291,71 PLN zł.</p> <p>Umowa zawarta została 1 grudnia 2005 roku na okres 5 lat.</p> <p>Powyższa wartość przekracza 10% kapitałów własnych Power Media S.A. i tym samym stanowi kryterium do uznania obrotów z umowy za wartość znaczącą.</p>	<p>RB nr 15/2009 z dnia 3 czerwca 2009</p>
<p>Umowa zawarta pomiędzy Power Media S.A. a Polską Agencją Rozwoju Przedsiębiorczości z siedzibą w Warszawie, przy ulicy Pańskiej 81/83, w związku z zatwierdzeniem wniosku Spółki (sygnatura WND-POIG.08.02.00-02-002/09) o dofinansowanie w ramach Działania 8.2 PO IG Runda I w roku 2009 przez Instytucję Zarządzającą (Umowa).</p> <p>Całkowity koszt realizacji Projektu wynosi 2 466 746,00 zł.</p>	<p>RB nr 34/2009 z dnia 19 sierpnia 2009</p>



Power Media

<p>Natomiast maksymalna kwota wydatków kwalifikujących się do objęcia wsparciem, związanych z realizacją Projektu wynosi 1 848 886,50 zł. Po spełnieniu warunków wynikających z Umowy i przepisów prawa dofinansowanie na realizację Projektu będzie nie wyższe niż 1 189 168,00 zł.</p> <p>Umowa jest umową istotną ze względu na wartość oraz realizację celów emisyjnych związanych z rozwojem serwisu ifirma.pl.</p>	
<p>W związku z realizacją umów zawartych pomiędzy Emitentem a Grupą kapitałową Siemens z siedzibą w Warszawie wartość obrotów w okresie od 3 czerwca do dnia 4 września 2009 wyniosła 665 149,74 zł.</p> <p>Umowa zawarta została 1 grudnia 2005 roku na okres 5 lat.</p> <p>Powyższa wartość przekracza 10% kapitałów własnych Power Media S.A. i tym samym stanowi kryterium do uznania obrotów z umowy za wartość znaczącą.</p>	RB nr 36/2009 z dnia 4 września 2009
<p>W związku z realizacją umów zawartych pomiędzy Emitentem a Grupą kapitałową Siemens z siedzibą w Warszawie wartość obrotów w okresie od 4 września do dnia 10 listopada 2009 roku wyniosła 446 916,89 zł.</p> <p>Umowa zawarta została 1 grudnia 2005 roku na okres 5 lat.</p> <p>Powyższa wartość przekracza 10% kapitałów własnych Power Media S.A. i tym samym stanowi kryterium do uznania obrotów z umowy za wartość znaczącą.</p>	RB nr 41/2009 z dnia 10 listopada 2009
<p>W związku z realizacją umów zawartych pomiędzy Emitentem a Motorola Polska Electronics Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie wartość obrotów w okresie od 14 marca do dnia 10 listopada 2009 roku wyniosła 576 998,23 zł.</p> <p>Powyższa wartość przekracza 10% kapitałów własnych Power Media S.A. i tym samym stanowi kryterium do uznania obrotów z umowy za wartość znaczącą.</p>	RB nr 42/2009 z dnia 10 listopada 2009

6.2 Umowy finansowania

Opis umów	Informacje o publikacji informacji szczegółowych
<p>Zakończenie we wrześniu 2009 roku Umowy leasingu operacyjno – zwrotnego, która została zawarta w dniu 11 września 2007 roku pomiędzy Power Media S.A. („Korzystający”) a Raiffeisen Leasing Polska S.A. („Finansujący”).</p> <p>Przedmiotem umowy były zestawy komputerowe Apple.</p> <p>Wartość leasingu – 20.850,00 zł netto;</p>	<p>Prospekt Emisyjny zatwierdzony w dniu 5 lutego 2008 roku</p>



<p>Wartość końcowa – 208,50 zł netto;</p> <p>Okresowa opłata leasingowa – 775,57 zł netto;</p> <p>Zabezpieczenia - weksel własny <i>in blanco</i>;</p> <p>Czas trwania umowy - 24 miesiące (do września 2009)</p>	
<p>Umowa leasingu operacyjno-zwrotnego zawarta w dniu 21 lutego 2008 pomiędzy Power Media S.A. ("Korzystający") a Raiffeisen Leasing Polska S.A ("Finansujący").</p> <p>Przedmiotem umowy są monitory LCD 17" LG Flatron L1770HR-BF.</p> <p>Wartość leasingu - 11.088,40 zł netto;</p> <p>Wartość końcowa - 110,88 zł netto;</p> <p>Okresowa opłata leasingowa - 414,85 zł netto;</p> <p>Zabezpieczenia - weksel własny <i>in blanco</i>;</p> <p>Czas trwania umowy - 24 miesiące (do lutego 2010)</p>	<p>Sprawozdanie Zarządu z działalności dołączonego do SA-P/2008 z 19 września 2008</p>

6.3 Umowy zawarte po dniu bilansowym 31 grudnia 2009 roku

Opis znaczących umów	Informacje o publikacji informacji szczegółowych
<p>W związku z realizacją umów zawartych pomiędzy Emitentem a Grupą kapitałową Siemens (w tym Gigaset Communications Polska Sp. z o.o.) z siedzibą w Warszawie wartość obrotów w okresie od 11 listopada 2009 do 3 lutego 2010 roku wyniosła 483 891,32 zł.</p> <p>Powyższa wartość przekracza 10% kapitałów własnych Power Media S.A. i tym samym stanowi kryterium do uznania obrotów z umowy za wartość znaczącą.</p>	<p>RB nr 7/2010 z dnia 3 lutego 2010</p>

6.4. Inne umowy

6.4.1. Inne umowy znaczące dla działalności spółki, w tym pomiędzy akcjonariuszami, umowach ubezpieczenia, współpracy lub kooperacji

Poza wyżej wymienionymi umowami, w 2009 roku nie były zawierane inne umowy znaczące dla działalności Spółki, w tym pomiędzy akcjonariuszami, umowach ubezpieczenia, współpracy lub kooperacji



Power Media

7. Ważne osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju

W badanym okresie sprawozdawczym oraz w okresie od 1 stycznia 2010 roku do dnia publikacji niniejszego sprawozdania Spółka nie prowadziła istotnej działalności badawczo-rozwojowej.

8. Informacje dotyczące zagadnień środowiska naturalnego

Spółka stosuje się do zagadnień środowiska naturalnego w zakresie jej dotyczącym. Spółka nie prowadzi działalności mającej bezpośredni wpływ na środowisko naturalne.

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

W dniu 10 czerwca 2009 roku Zarząd Power Media S.A. realizując postanowienia uchwały Nr 19 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Power Media S.A. z dnia 29 maja 2009 roku w sprawie udzielenia Zarządowi Spółki upoważnienia do nabycia akcji własnych Power Media S.A. z przeznaczeniem na:

- 1) realizację Programu Motywacyjnego,
- 2) zakup akcji lub udziałów w innych podmiotach,
- 3) sprzedaż pakietu akcji inwestorowi instytucjonalnemu
- 4) umorzenie akcji,

wyrażającą zgodę na nabycie przez Spółkę od akcjonariuszy Spółki akcji własnych w ilości nie większej niż 5% (pięć procent) zarejestrowanego kapitału zakładowego Spółki, za kwotę 1.800.000,00 zł. (słownie: jeden milion osiemset tysięcy) złotych obejmującą koszty ich nabycia i utworzeniu w tym celu kapitału rezerwowego., ogłosił wezwanie do zapisywania się na sprzedaż akcji Power Media S.A.

W dniu 17 lipca 2009 roku Spółka dokonała transakcji nabycia akcji własnych w ilości 300.000, po cenie 5,70 złotych, za łączną kwotę 1.710.000 złotych.

Po nabyciu akcji własnych, Spółka posiada łącznie 300.000 akcji własnych, stanowiących 4,69% kapitału zakładowego Spółki oraz uprawniających do wykonywania 3,37% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki. Zgodnie z przepisami Kodeksu Spółek Handlowych Spółka nie może wykonywać praw udziałowych z będących w jej posiadaniu akcji własnych.

Wartość nominalna jednej akcji wynosi 0,10 złotych.

Spółka informowała o tym w Raporcie Bieżących nr 30/2009 z dnia 17 lipca 2009 roku.

Intencją Power Media jako spółki publicznej było zastosowanie optymalnej, z punktu widzenia interesów akcjonariuszy, formy skupu akcji. Wykorzystanie trybu wezwania do zapisywania się na sprzedaż akcji stworzyło, zdaniem Spółki, wszystkim akcjonariuszom równe szanse do sprzedaży akcji.



Power Media

10. Wskazanie postępowań toczących się przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej

Postępowania dotyczące zobowiązań albo wierzytelności Spółki, których wartość jednostkowa bądź łączna stanowi co najmniej 10 % kapitałów własnych Spółki w okresie sprawozdawczym oraz na dzień publikacji niniejszego sprawozdania nie występują.

11. Charakterystyka zewnętrznych i wewnętrznych czynników istotnych dla rozwoju Spółki.

Zostały opisane w części II niniejszego raportu.



Power Media

III. Sytuacja ekonomiczno- finansowa

1. Aktualna sytuacja finansowa

Suma bilansowa na koniec 2009 wyniosła 5 116,21 tys. zł, czyli 46% mniej niż na koniec roku 2008. Jest to wynikiem poniesienia przez Spółkę 2 501,06 tys. zł straty, jak również przeprowadzenia przez Spółkę skupu akcji własnych za kwotę 1 761,88 tys. zł.

Aktywa obrotowe stanowią 91% aktywów Spółki. Po stronie aktywów nastąpił spadek poziomu gotówki do kwoty 4 032,94 tys. zł. Środki te w większości pochodzą z oferty publicznej, lecz również z zysków wypracowanych w latach poprzednich. Należności krótkoterminowe spadły o 75% do kwoty 473,66 tys. zł głównie w wyniku zmniejszenia się skali działalności Spółki w obszarze outsourcingu kadrowego.

Stan aktywów trwałych spadł o 33% do kwoty 464,04 tys. zł w wyniku dokonania przez Spółkę odpisów amortyzacyjnych przewyższających nowe inwestycje. Rzeczowe aktywa trwałe nie odgrywają istotnej roli w strukturze aktywów Spółki z uwagi na charakter prowadzonej działalności.

Po stronie pasywów kapitał własny zmalał o 52% do kwoty 3 893,26 tys. zł w wyniku poniesionych strat oraz dokonania skupu akcji własnych. Kapitał własny stanowi jednak wciąż 76% pasywów Spółki, a zobowiązania 24%. Spółka nie ma długoterminowego zadłużenia.

Spółka w 2009 poniosła znaczną stratę w kwocie 2 501,06 tys. zł. z czego 1 250,34 tys. zł stanowiły wydatki na kampanię reklamową serwisu ifirma.pl, rozliczane bezpośrednio w koszty prowadzonej działalności.

Spółka w 2009 wygenerowała ujemne przepływy pieniężne na wszystkich trzech rodzajach działalności: na działalności operacyjnej w kwocie 1 160,01 tys. zł w wyniku poniesionej straty, na działalności inwestycyjnej w kwocie 86,41 tys. zł w wyniku zakupów inwestycyjnych, oraz finansowej w kwocie 1 417,28 tys. zł w związku z nabyciem akcji własnych.

1.1 Wskaźniki płynności

Wskaźnik		Optimum	2008 r.	2009 r.
Wskaźnik płynności I	(aktywa obrotowe /bieżące zobowiązania)	1,5	7,1	4,1
Wskaźnik płynności II	((aktywa obrotowe - zapasy) / bieżące zobowiązania)	2,0	7,1	4,1
Wskaźnik płynności III	(środki pieniężne i inne aktywa pieniężne) / bieżące zobowiązania)	1,0	5,4	3,6

Pomimo znacznego zmniejszenia stanu gotówki w wyniku poniesionych strat oraz przeprowadzenia skupu akcji własnych, wszystkie wskaźniki płynności na koniec 2009



Power Media

wykazują wartości znacznie przewyższające optimum.

Utrzymywanie w Spółce wysokiej płynności jest zasadne ze względu na charakter zobowiązań krótkoterminowych Spółki, w których dominują płacowe i pozapłacowe należności z tytułu kosztów osobowych.

1.2 Wskaźniki zadłużenia

Wskaźnik			2008 r.	2009 r.
Wskaźnik ogólnego zadłużenia	(zobowiązania ogółem / aktywa ogółem) bez ZFSS	%	13,0%	22,1%
Wskaźnik zadłużenia długoterminowego	(zobowiązania długoterminowe / kapitały własne)	%	0,0%	0,0%

Ogólne zadłużenie Spółki wzrosło do 22% w wyniku spadku kapitałów własnych. Niski poziom zadłużenia długoterminowego wynika z niewielkiej roli rzeczowych składników majątku trwałego w działalności Spółki.

1.3 Wskaźniki rentowności

Wskaźnik			2008 r.	2009 r.
Rentowność aktywów (ROA)	(wynik netto / przeciętny stan aktywów) *100	%	2,7%	-34,2%
Rentowność kapitałów własnych (ROE)	(wynik netto / przeciętny stan kapitałów własnych) *100	%	3,5%	-41,8%
Rentowność brutto sprzedaży produktów, towarów i materiałów	(wynik brutto na sprzedaży / przychody ze sprzedaży)*100	%	-0,6%	-33,7%

Spółka w 2009 poniosła znaczące straty, co znajduje swe odzwierciedlenie w ujemnych wartościach wszystkich wskaźników rentowności.



Power Media

1.4 Wskaźniki obrotowości

Wskaźnik			2008 r.	2009 r.
Wskaźnik rotacji majątku obrotowego	przychody ze sprzedaży / średni stan aktywów obrotowych		2,2	1,1
Szybkość obrotu należności z tyt. dostaw i usług	(przec. należności z tyt. dostaw, robót i usług *t) / przychody ze sprzedaży	dni	40,6	48,6
Szybkość obrotu zobowiązań z tyt. dostaw i usług	(przec. zobowiązania z tyt. dostaw, robót i usług *t) / (wartość sprzed. tow. i mat.+ koszt wytw. sprzed. prod.)	dni	5,9	7,2

Cykl obrotu należności i zobowiązań w 2009 roku w Spółce wydłużył się w porównaniu z rokiem poprzednim. Dysproporcja pomiędzy cyklem regulowania zobowiązań w porównaniu z cyklem spływu należności wynika z charakteru działalności Spółki. Po stronie należności Spółka oferuje swoim klientom warunki płatności spełniające wymogi rynkowe, a wśród zobowiązań przeważają płacone o terminie płatności narzuconym ustawowo.

2. Prognozy wyników finansowych

Power Media S.A. nie publikowała prognoz wyników finansowych oraz danych szacunkowych na 2009 rok.

3. Wykorzystanie wpływów z emisji

W dniu 20 marca 2008 roku Power Media S.A. stała się spółką publiczną debiutującą na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A.

Oferta Publiczna akcji serii C Power Media S.A. rozpoczęła się w dniu 3 marca 2008 roku i zakończyła w dniu 7 marca 2008 roku. Akcje serii C zostały przydzielone w dniu 14 marca 2008 roku za pomocą systemu informatycznego GPW. W ramach Oferty Publicznej oferowanych było, bez podziału na transze, 1.400.000 akcji serii C.

Wartość przeprowadzonej Oferty Publicznej wyniosła łącznie 7.000.000,00 zł. Łączny koszt emisji akcji serii C wyniósł 881.483,96zł.

Spółka wydatkuje środki z emisji zgodnie z celami przyjętymi w prospekcie emisyjnym z dnia 5 lutego 2008 roku, tj. pkt. 3.4 Dokumentu ofertowego - Przesłanki oferty i opis wykorzystania wpływów pieniężnych.



Power Media

Poniesione nakłady inwestycyjne ze środków emisji od dnia 1 stycznia 2009 roku do dnia 31 grudnia 2009 roku (narastająco)

Wyszczególnienie	Nakłady inwestycyjne w wartości niematerialne i prawne	Nakłady inwestycyjne w rzeczowe aktywa trwałe	Pozostałe:		Razem
			Ogółem	w tym obciążające WF danego okresu	
1. Serwis ifirma.pl, w tym:	2 654,54	4235,00	1 251 318,33	1 251 318,33	1 258 207,87
- Budowa infrastruktury call-center i systemu obsługi klienta	2 654,54	835,00	0,00	0,00	3 489,54
- Rozbudowa serwerowi	0,00	3 400,00	981,57	981,57	4 381,57
- Budowa wizerunku marki i reklama serwisu	0,00	0,00	1 250 336,76	1 250 336,76	1 250 336,76
2. Rozbudowa działu sprzedaży usług informatycznych i produktów, marketing	17 348,00	1 940,11	26 050,09	26 050,09	45 338,20
3. Zakup wyposażenia firmy (komputery, narzędzia programistyczne)	8 583,18	28 551,08	8 437,64	8 437,64	45 571,89
Razem	28 585,71	34 726,19	1 285 806,06	1 285 806,06	1 349 117,96

Poniesione nakłady inwestycyjne ze środków z emisji od dnia 1 stycznia 2008 roku do dnia publikacji raportu:

Wyszczególnienie	Nakłady inwestycyjne w wartości niematerialne i prawne	Nakłady inwestycyjne w rzeczowe aktywa trwałe	Pozostałe:		Razem
			Ogółem	w tym obciążające WF danego okresu	
1. Serwis ifirma.pl, w tym:	60 912,52	106 057,53	2 929 705,06	1 251 318,33	3 096 675,11
- Budowa infrastruktury call-center i systemu obsługi klienta	60 912,52	87 199,09	162 677,47	0	310 789,08
- Rozbudowa serwerowi	0	18 858,44	981,57	981,57	19 840,01
- Budowa wizerunku marki i reklama serwisu	0	0	2 766 046,02	1 250 336,76	2 766 046,02



Power Media

2. Rozbudowa działu sprzedaży usług informatycznych i produktów, marketing	17348	1 940,11	36 623,88	26 050,09	55 911,99
3. Zakup wyposażenia firmy (komputery, narzędzia programistyczne)	36 994,18	342 514,68	9 566,59	8 437,64	389 075,44
Razem	115 254,69	450 512,32	2 975 895,53	1 285 806,06	3 541 662,54

Masowa kampania reklamowa serwisu ifirma.pl, która została przeprowadzona w IV kwartale 2008 roku oraz w I kwartale 2009 roku nie przyniosła zadowalających rezultatów, dlatego Spółka zamierza przeprowadzić działania na węższą skalę, ale skierowane do wyselekcjonowanej grupy docelowej. Planowane działania promocyjne na I kwartał 2010 roku będą się skupiały w głównej mierze na kampanii internetowej.

4. Realizacja zamierzeń inwestycyjnych

Zgodnie z Prospektem Emisyjnym Spółki, zatwierdzonym przez Komisję Nadzoru Finansowego w dniu 5 lutego 2008 roku, środki, pozyskane z emisji akcji serii C, zostaną przeznaczone na:

- 1) Inwestycje związane z serwisem ifirma.pl, w tym:
 - a. Budowa infrastruktury call-center i systemu obsługi klienta umożliwiającego działanie na dużą skalę (do 20.000 tys. użytkowników)
 - b. Rozbudowa serwerowni do poziomu umożliwiającego obsługę 20.000 użytkowników
 - c. Budowa wizerunku marki i reklama serwisu
- 2) Rozbudowa działu sprzedaży usług informatycznych i produktów, marketing
- 3) Zakup wyposażenia firmy (komputery, narzędzia programistyczne, itp.)

Spółka wydatkuje środki z emisji zgodnie z celami przyjętymi w prospekcie emisyjnym z dnia 5 lutego 2008 roku, tj. pkt. 3.4 Dokumentu ofertowego - Przesłanki oferty i opis wykorzystania wpływów pieniężnych.

Dodatkowo Spółka realizuje działania związane z rozwojem serwisu w ramach założeń dofinansowania na realizację projektu „System informatyczny wspierający procesy B2B redystrybucji i co-brandingu serwisu firma.pl” (Projekt) w ramach PO IG, które Spółka pozyskała w lipcu tego roku. Spółka informowała o tym w raporcie bieżącym nr 27/2009 z dnia 3 lipca 2009 roku oraz w raporcie bieżącym nr 34/2009 z dnia 19 sierpnia 2009 roku.

5. Kredyty i pożyczki, poręczenia i gwarancje

Na dzień publikacji Spółka nie ma żadnych kredytów i pożyczek, jak również w sprawozdawczym roku obrotowym Spółka nie zaciągała kredytów i pożyczek ani nie udzielono jej poręczeń i gwarancji.



Power Media

6. Instrumenty finansowe

Instrumenty finansowe zostały opisane w dodatkowych notach objaśniających pkt. 1.

7. Ocena zarządzania zasobami finansowymi

Informacje na ten temat zostały zawarte w pkt. III niniejszego sprawozdania.

8. Ocena czynników i nietypowych zdarzeń mających wpływ na wynik z działalności za rok obrotowy

Spółka realizując cele emisyjne związane z rozwojem serwisu ifirma.pl opisane w prospekcie emisyjnym zatwierdzonym w dniu 5 lutego 2008 roku, część IV, pkt. 3.4. początkiem roku 2009 Spółka przeprowadziła II etap kampanii reklamowej serwisu ifirma.pl, co miało duży wpływ na wynik 2009 roku.

W roku 2009 Spółka odczuła skutki spowolnienia gospodarczego szczególnie w zakresie świadczenia usług rekrutacji specjalistów IT oraz rozwoju oprogramowania. Ilość zrealizowanych zleceń była znacząco mniejsza niż w poprzednich latach.

Zarząd Spółki ze względu na to, że nie potrafi przewidzieć, kiedy sytuacja na rynku się polepszy dokonał redukcji kosztów osobowych, w szczególności w dziale rekrutacji specjalistów IT oraz w dziale produkcji oprogramowania, dostosowując ich rozmiary do rzeczywistych potrzeb i ilości realizowanych zleceń. Redukcje te nie oznaczają rezygnacji ze świadczonych usług w tym zakresie. Spółka w dalszym ciągu pozyskuje na te usługi nowych klientów oraz świadczy usługi dla klientów dotychczasowych.

Spółka rezygnowała również z części powierzchni biurowej, co dodatkowo pozwoli na ograniczenie kosztów ogólnego zarządu.

Ze względu na terminy wypowiedzenia umów, podjęte działania oszczędnościowe znajdują odzwierciedlenie w wynikach finansowych od I kwartału 2010 roku.

Ponadto Spółka spodziewa się rozliczenia w I albo II kwartale 2010 roku pierwszej transzy dotacji uzyskanej w ramach POIG 8.2.

9. Objaśnienie różnic pomiędzy wynikami finansowymi wykazanymi w raporcie rocznym a wcześniej publikowanymi prognozami wyników na dany rok

Spółka nie publikowała prognoz za rok 2009.



Power Media

IV. Oświadczenie o stosowaniu ładu korporacyjnego

1. Stosowanie zasad ładu korporacyjnego

Spółka wykonując obowiązek nałożony § 29 pkt 3 Regulaminu Giełdy stosuje się do zbioru zasad "Dobrych praktyk Spółek notowanych na GPW", które są publicznie dostępne na stronie internetowej Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie pod adresem: <http://corp-gov.gpw.pl>.

W Spółce w sposób trwały nie są stosowane następujące zasady:

- zasady 6, 7 i 8 Część III "Dobrych praktyk Spółek notowanych na GPW" – Dobre praktyki stosowane przez członków rad nadzorczych, o czym Spółka informowała szczegółowo w raporcie bieżącym nr 7/2008 z dnia 20 marca 2008 roku oraz
- zasady dotyczące zapewnienia funkcjonowania strony internetowej w języku angielskim w zakresie wskazanej w części II.1 "Dobrych praktyk Spółek notowanych na GPW", o czym Spółka informowała szczegółowo w raporcie bieżącym nr 1/2009 z dnia 8 stycznia 2009 roku.

2. Opis głównych cech stosowanych w przedsiębiorstwie emitenta systemów kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem w odniesieniu do procesu sporządzania sprawozdań finansowych i skonsolidowanych sprawozdań finansowych

Spółka posiada dostosowany do swoich potrzeb system kontroli wewnętrznej, który umożliwia sprawny i rzetelny przepływ informacji finansowych oraz pozafinansowych między poszczególnymi komórkami organizacyjnymi Spółki.

Skuteczny system kontroli wewnętrznej Spółki i zarządzania ryzykiem w procesie sprawozdawczości finansowej jest oparty na Procedurze Sporządzania i Publikacji Raportów Bieżących (Uchwała Zarządu 2/02/2008), Procedurze Sporządzania i Publikacji Raportów Okresowych (Uchwała Zarządu 02/02/2008), Regulaminie Obiegu Informacji Poufnych (Uchwała Zarządu 2/02/2008) oraz na Regulaminie Szkoleń z Zakresu Obowiązków Informacyjnych (Uchwała Zarządu 2/02/2008).

Powyższe procedury i regulaminy określają zasady i zakres raportowania oraz odpowiedzialności w przedmiocie sporządzania raportów okresowych oraz sprawozdań finansowych, w tym zapewnienia ich jakości i poprawności, autoryzacji oraz publikacji.

Zgodnie z funkcjonującymi procedurami Członkowie Zarządu Spółki nadzorują, weryfikują i zatwierdzają sporządzone raporty okresowe. Opracowanie kwartalnych, półrocznych i rocznych raportów okresowych odbywa się na podstawie otrzymanych danych od osób odpowiedzialnych za poszczególne obszary biznesu w Spółce. Zgodnie z funkcjonującą procedurą za nadzór nad przygotowaniem jednostkowych sprawozdań finansowych jest odpowiedzialny Główny Księgowy. Spółka stosuje spójne zasady księgowo prezentując dane finansowe w sprawozdaniach finansowych i okresowych raportach giełdowych. Emitent prowadzi księgi rachunkowe w zintegrowanych systemach informatycznych. Dostęp do zasobów systemu jest ograniczony procedurami między innymi poprzez nadanie uprawnień upoważnionym pracownikom wyłącznie w zakresie powierzonych im zadań. Spółka prowadzi rejestry osób mających dostęp do danych poufnych.



Power Media

Jednostkowe sprawozdania finansowe półroczne podlegają przeglądowi, a roczne sprawozdania finansowe badaniu przez niezależnego biegłego rewidenta

3. Wskazanie akcjonariuszy posiadających, bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne, co najmniej 5% w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu Power Media S.A. wraz ze wskazaniem liczby posiadanych przez te podmioty akcji, ich procentowego udziału w kapitale zakładowym, liczby głosów z nich wynikających i ich procentowego udziału w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu

Wykaz akcjonariuszy posiadających, bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne, co najmniej 5% w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu Power Media S.A. na dzień bilansowy 31 grudnia 2009 roku.

Akcyonariusz	Liczba akcji	Udział w kapitale zakładowym	Liczba głosów	Udział w liczbie głosów
Wojciech Narczyński	1 486 406	23,23%	2 361 406	26,53%
Andrzej Parszuto*	997 483	15,58%	1 872 483	21,04%
Marta Przewłocka	930 401	14,54%	1 430 401	16,07%

*według informacji przekazanej Spółce na dzień 10 lipca 2009 roku. Spółka informowała o tym w raporcie bieżącym nr 28/2009 z dnia 10 lipca 2009 roku.

Razem liczba akcji w kapitale zakładowym na dzień publikacji niniejszego sprawozdania wynosi 6.400.000

Razem liczba głosów na Walnym Zgromadzeniu na dzień publikacji niniejszego sprawozdania wynosi 8.900.000

Wykaz akcjonariuszy posiadających, bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne, co najmniej 5% w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu Power Media S.A. na dzień publikacji niniejszego sprawozdania.

Akcyonariusz	Liczba akcji	Udział w kapitale zakładowym	Liczba głosów	Udział w liczbie głosów
Wojciech Narczyński	1 646 406	25,73%	2 681 406	30,13%
Marta Przewłocka	990 401	15,48%	1 550 401	17,42%
Dariusz Prus	523 164	8,17%	850 664	9,56%
Krajzega Sp. z o.o.*	463 530	7,24%	751 030	8,44%

*według informacji przekazanej Spółce na dzień 22 stycznia 2010 roku. Spółka informowała o tym w raporcie bieżącym nr 6/2010 z dnia 22 stycznia 2010 roku.

Razem liczba akcji w kapitale zakładowym na dzień publikacji niniejszego sprawozdania wynosi 6.400.000

Razem liczba głosów na Walnym Zgromadzeniu na dzień publikacji niniejszego sprawozdania wynosi 8.900.000



Power Media

4. Wskazanie posiadaczy wszelkich papierów wartościowych, które dają specjalne uprawnienia kontrolne w stosunku do Spółki, wraz z opisem tych uprawnień

Na dzień bilansowy 31 grudnia 2009 roku oraz dzień publikacji niniejszego sprawozdania kapitał Spółki wynosi 640.000 zł i dzieli się na:

- 1) 2.500.000 akcji uprzywilejowanych serii A o wartości nominalnej 0,10zł każda,
- 2) 2.500.000 akcji zwykłych na okaziciela serii B o wartości nominalnej 0,10zł każda,
- 3) 1.400.000 akcji zwykłych na okaziciela serii C o wartości nominalnej 0,10zł każda.

Akcje serii A uprzywilejowane są w stosunku głosów na Walnym Zgromadzeniu w taki sposób, że na jedną akcję przypadają dwa głosy.

Zestawienie posiadaczy akcji serii A na dzień bilansowy 31 grudnia 2009 roku

Imię i nazwisko	Pełniona funkcja	Liczba akcji	Wartość nominalna akcji w zł	Udział w kapitale zakładowym	Ilość głosów	Udział w liczbie głosów
Wojciech Narczyński	Prezes Zarządu	875 000	87 500	13,67%	1 750 000	19,66%
Andrzej Parszuto	-	875 000	87 500	13,67%	1 750 000	19,66%
Marta Przewłocka	Wiceprezes Zarządu	500 000	87 500	7,81%	1 000 000	11,24%
Agnieszka Kozłowska	Członek Zarządu	125 000	50 000	1,95%	250 000	2,81%
Izabela Bieńkowska	-	50 000	12 500	0,78%	100 000	1,12%
Jacek Kaczmarek	-	75 000	5 000	1,17%	150 000	1,69%

Razem liczba akcji serii A w kapitale zakładowym na dzień publikacji niniejszego sprawozdania wynosi 2.500.000

razem liczba głosów wynikająca z praw akcji serii A na Walnym Zgromadzeniu na dzień publikacji niniejszego sprawozdania wynosi 5.000.000

Zestawienie posiadaczy akcji serii A na dzień publikacji niniejszego sprawozdania

Imię i nazwisko	Pełniona funkcja	Liczba akcji	Wartość nominalna akcji w zł	Udział w kapitale zakładowym	Ilość głosów	Udział w liczbie głosów
Wojciech Narczyński	Prezes Zarządu	1 035 000	103 500	16,17%	2 070 000	23,26%
Marta Przewłocka	Wiceprezes Zarządu	560 000	56 000	8,75%	1 120 000	12,58%
Dariusz Prus	Członek Rady Nadzorczej	327 500	32 750	5,12%	655 000	7,36%
Krajzega Sp. z o.o.	-	287 500	28 750	4,49%	575 000	6,46%
Agnieszka Kozłowska	Członek Zarządu	165 000	16 500	2,58%	330 000	3,71%
Jacek Kaczmarek	-	75 000	7 500	1,17%	150 000	1,69%



Power Media

Izabela Bieńkowska	-	50 000	5 000	0,78%	100 000	1,12%
--------------------	---	--------	-------	-------	---------	-------

Razem liczba akcji serii A w kapitale zakładowym na dzień publikacji niniejszego sprawozdania wynosi 2.500.000

Razem liczba głosów wynikająca z praw akcji serii A na Walnym Zgromadzeniu na dzień publikacji niniejszego sprawozdania wynosi 5.000.000

Specjalne uprawnienia kontrolne wynikają bezpośrednio z liczby posiadanych akcji przez poszczególnych akcjonariuszy.

5. Wskazanie wszelkich ograniczeń odnośnie wykonywania prawa głosu, takich jak ograniczenie wykonywania prawa głosu przez posiadaczy określonej części lub liczby głosów, ograniczenia czasowe dotyczące wykonywania prawa głosu lub zapisy, zgodnie z którymi, przy współpracy spółki, prawa kapitałowe związane z papierami wartościowymi są oddzielone od posiadania papierów wartościowych

W wyniku wezwania Spółka nabyła w dniu 17 lipca 2009 roku 300 tys. akcji własnych reprezentujących 4,69% kapitału zakładowego oraz uprawniających do wykonania 3,37% głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki. Zgodnie z Art. 364. § 2. k.s.h. Spółka nie wykonuje praw udziałowych z własnych akcji, z wyjątkiem uprawnień do ich zbycia lub wykonywania czynności, które zmierzają do zachowania tych praw.

Szczegółowe informacje o nabyciu akcji własnych przez Spółkę znajdują się w części II pkt. 9 niniejszego sprawozdania.

Poza wskazanymi powyżej Zarządowi Spółki nie są znane żadne ograniczenia odnośnie wykonywania prawa głosu, takich jak ograniczenie wykonywania prawa głosu przez posiadaczy określonej części lub liczby głosów, ograniczenia czasowe dotyczące wykonywania prawa głosu lub zapisy, zgodnie z którymi, przy współpracy Spółki, prawa kapitałowe związane z papierami wartościowymi są oddzielone od posiadania papierów wartościowych.

6. Wskazanie wszelkich ograniczeń dotyczących przenoszenia prawa własności papierów wartościowych emitenta

Ograniczenia dotyczące przenoszenia praw własności oraz ograniczenia w zakresie wykonywania prawa głosu papierów własnościowych emitenta nie występują.

Wyłączenie prawa zbycia Akcji obowiązywało wszystkich członków Zarządu, będących jednocześnie akcjonariuszami Spółki, oraz akcjonariuszy Spółki na dzień bilansowy 31 grudnia 2007 roku, przez okres 12 miesięcy od dnia pierwszego notowania akcji emitenta na rynku regulowanym, tj. do dnia 6 maja 2009 roku. Ograniczenie to wynikało z zawartych w dniu 24 sierpnia 2007 roku na podstawie art. 338 § 1 KSH, umów czasowego wyłączenia prawa zbycia posiadanych przez siebie akcji (umowy typu „lock-up”), dotyczącą wszystkich akcji Serii A oraz Serii B.



Power Media

7. Opis zasad dotyczących powoływania i odwoływania osób zarządzających oraz ich uprawnień, w szczególności prawo do podjęcia decyzji o emisji lub wykupie akcji

Zarząd Power Media S.A. składa się z od 1 (słownie: jednego) do 5 (słownie: pięciu) członków powoływanych i odwoływanych przez Radę Nadzorczą, za wyjątkiem pierwszego Zarządu powołanego Uchwałą Zgromadzenia Wspólników przy przekształceniu spółki Power Media Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością w spółkę akcyjną. Liczbę członków Zarządu ustala Rada Nadzorcza. Kadencja członka Zarządu trwa 5 (słownie: pięć) lat. Członkowie Zarządu powoływani są na okres wspólnej kadencji.

Do obowiązków Zarządu Spółki należy w szczególności:

- a) Zwoływanie Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia co najmniej raz w roku, nie później niż do końca czerwca każdego roku.
- b) Zwoływanie Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia z inicjatywy własnej, na wniosek Rady Nadzorczej lub akcjonariuszy reprezentujących co najmniej 1/10 (jedną dziesiątą) część kapitału zakładowego.
- c) Prowadzenie rachunkowości Spółki zgodnie z obowiązującymi przepisami.
- d) Przekazywanie informacji i okresowych raportów Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A., Komisji Nadzoru Finansowego oraz agencjom informacyjnym w terminach i zakresie określonym przepisami prawa.

Rada Nadzorcza składa się z od 5 (słownie: pięciu) do 7 (słownie: siedmiu) członków powoływanych i odwoływanych przez Walne Zgromadzenie, za wyjątkiem pierwszej Rady Nadzorczej, powołanej przy przekształceniu Power Media Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością w spółkę akcyjną. Kadencja członka Rady Nadzorczej wynosi 5 (słownie: pięć) lat. Członkowie Rady Nadzorczej powoływani są na okres wspólnej kadencji.

Oprócz spraw zastrzeżonych przepisami Kodeksu spółek handlowych, do kompetencji Rady Nadzorczej należy:

- a) powoływanie i odwoływanie członków Zarządu, w tym Prezesa Zarządu, z uwzględnieniem § 12 ust. 1 Statutu;
- b) ustalanie liczby członków Zarządu;
- c) ustalanie zasad wynagradzania członków Zarządu oraz zasad ich zatrudniania;
- d) zatwierdzanie Regulaminu Zarządu;
- e) ocena sprawozdań finansowych Spółki, sprawozdania Zarządu z działalności Spółki, ocena sytuacji Spółki oraz wniosków Zarządu co do podziału zysków i pokrycia strat, a także składanie Walnemu Zgromadzeniu dorocznych sprawozdań z wyników tych badań;
- f) składanie Walnemu Zgromadzeniu wniosków w sprawie udzielenia absolutorium członkom Zarządu Spółki;
- g) dokonywanie wyboru biegłego rewidenta przeprowadzającego badanie sprawozdania finansowego;
- h) wyrażanie zgody na wypłatę zaliczki na poczet przewidywanej dywidendy na koniec roku obrotowego;
- i) wyrażenie zgody na nabycie, zbycie lub obciążenie nieruchomości, użytkownika wieczystego, zbywalnego spółdzielczego prawa, lub udziału w tych prawach;
- j) wybór Przewodniczącego Rady Nadzorczej.

Osoby zarządzające, będące jednocześnie akcjonariuszami Spółki mają prawo do podjęcia decyzji o emisji lub wykupie akcji.



Pozostałe uprawnienia osób zarządzających określone są przez statut Spółki oraz obowiązujące przepisy prawa, w tym Regulamin Zarządu Spółki.

8. Opis zasad zmiany statutu lub umowy spółki emitenta

Zasady zmiany statutu lub umowy Spółki nie odbiegają od zasad obowiązującego prawa.

W okresie od 1 stycznia 2009 roku do 31 grudnia 2009 roku Zwyczajne Walne Zgromadzenie uchwałą nr 15 dokonało zmian statutu. Spółka informowała o tym szczegółowo w raporcie bieżącym nr 13/2009 z dnia 29 maja 2009 roku.

W dniu 9 grudnia 2009 roku Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie uchwałą nr 3 dokonało zmian Statutu. Spółka informowała o tym szczegółowo w raporcie bieżącym nr 45/2009 z dnia 9 grudnia 2009 roku.

Zmiany Statutu miały na celu w głównej mierze dostosowanie zapisów Statutu do nowelizacji KSH.

9. Sposób działania walnego zgromadzenia i jego zasadnicze uprawnienia oraz opis praw akcjonariuszy i sposobu ich wykonywania, w szczególności zasady wynikające z regulaminu walnego zgromadzenia, jeżeli taki regulamin został uchwalony, o ile informacje w tym zakresie nie wynikają wprost z przepisów prawa

Zwołanie i zorganizowanie Walnego Zgromadzenia odbywa się w trybie i na zasadach określonych w Kodeksie spółek handlowych i Statucie Spółki.

Uchwały Walnego Zgromadzenia, poza sprawami wymienionymi w Kodeksie spółek handlowych, wymagają następujące sprawy:

- a) powoływanie i odwoływanie członków Rady Nadzorczej, w tym Przewodniczącego Rady Nadzorczej;
- b) ustalanie zasad wynagradzania oraz wysokości wynagrodzenia członków Rady Nadzorczej;
- c) uchwalenie Regulaminu Rady Nadzorczej;
- d) uchwalenie Regulaminu Walnego Zgromadzenia;
- e) zmiana Statutu Spółki, w tym zmiana przedmiotu przedsiębiorstwa Spółki;
- f) likwidacja Spółki, połączenie Spółki z innym podmiotem, podział Spółki, zbycie przedsiębiorstwa Spółki;
- g) zatwierdzanie planów dotyczących rozwoju i prowadzenia spraw Spółki.

Szczegółowy opis zasad działania walnego zgromadzenia i jego zasadnicze uprawnienia oraz opis praw akcjonariuszy i sposobu ich wykonywania opisane są szczegółowo w statucie Spółki oraz regulaminie walnego zgromadzenia opublikowanego na stronie internetowej Spółki pod adresem:

http://www.power.com.pl/pl/relacje_inwestorskie/dokumenty



Power Media

10. Skład osobowy i zmiany, które zaszły w ciągu ostatniego roku obrotowego oraz opis działania organów zarządzających, nadzorujących lub administrujących emitenta oraz ich komitetów

Organami spółki są:

- 1) Zarząd Spółki
- 2) Rada Nadzorcza
- 3) Walne Zgromadzenie.

Opis działania organów zarządzających i nadzorujących zawarty jest w części IV pkt. 7 i 9 niniejszej części sprawozdania.

Szczegółowy opis zasad działania organów Spółki i ich zasadnicze uprawnienia opisane są szczegółowo w statucie Spółki oraz regulaminach Zarządu, Regulaminie Rady Nadzorczej oraz Regulaminie Walnego Zgromadzenia opublikowanego na stronie internetowej Spółki pod adresem:

http://www.power.com.pl/pl/relacje_inwestorskie/dokumenty.

W Spółce nie ustanowiono żadnych komitetów.

Zarząd

W dniu 29 czerwca 2009 roku Pan Andrzej Parszuto pełniący funkcję Wiceprezesa Zarządu złożył rezygnację z pełnionej przez siebie funkcji ze skutkiem na 30 czerwca 2009 roku, o czym Spółka informowała w raporcie bieżącym nr 25/2009 z dnia 29 czerwca 2009 roku.

Rada Nadzorcza

W dniu 10 września 2009 roku Pani Anastazja Kołodziej Przewodnicząca Rady Nadzorczej złożyła rezygnację z pełnionej przez siebie funkcji, o czym Spółka informowała w raporcie bieżącym nr 37/2009 z dnia 11 września 2009 roku.

W dniu w dniu 23 października 2009 roku Pani Ewa Mińska-Struzik pełniąca funkcję Członka Rady Nadzorczej Power Media S.A. złożyła rezygnację z pełnionej przez siebie funkcji. Rezygnacja skutkuje na dzień 31 października 2009 roku. Spółka informowała o tym fakcie w raporcie bieżącym nr 39/2009 z dnia 23 października 2009 roku.

W dniu 9 grudnia 2009 roku NWZ uchwałą nr 6 powołało Pana Michała Masłowskiego oraz uchwałą nr 7 Pana Dariusza Prusa na stanowiska członków Rady Nadzorczej Spółki. Spółka szczegółowo informowała o tym w raporcie bieżącym nr 46/2009 z dnia 9 grudnia 2009 roku.

Rada Nadzorcza na swoim posiedzeniu w dniu 22 stycznia 2010 roku uchwałą nr 1/2010 wybrała na Przewodniczącego Rady Nadzorczej Spółki Pana Michała Masłowskiego. Spółka informowała o tym fakcie w raporcie bieżącym nr 2/2010 z dnia 22 stycznia 2010 roku.

Walne Zgromadzenie

W dniu 29 maja 2009 roku odbyło się Zwyczajne Walne Zgromadzenie w sprawie:

1. Rozpatrzenie sprawozdania Zarządu z działalności Spółki w okresie od 1 stycznia 2008 roku do dnia 31 grudnia 2008 roku
2. Rozpatrzenie sprawozdania finansowego w okresie od 1 stycznia 2008 roku do dnia 31 grudnia 2008 roku



Power Media

3. Przedstawienie dokonanej przez Radę Nadzorczą zwięzłej oceny sytuacji Spółki oraz rozpatrzenie sprawozdania Rady Nadzorczej w okresie od 1 stycznia 2008 roku do dnia 31 grudnia 2008 roku
4. Podjęcie uchwały w sprawie zatwierdzenia sprawozdania Zarządu z działalności Spółki w okresie od 1 stycznia 2008 roku do dnia 31 grudnia 2008 roku
5. Podjęcie uchwały w sprawie zatwierdzenia sprawozdania finansowego Spółki w okresie od 1 stycznia 2008 roku do dnia 31 grudnia 2008 roku
6. Podjęcie uchwały w sprawie zatwierdzenia sprawozdania Rady Nadzorczej z działalności w okresie od 1 stycznia 2008 roku do dnia 31 grudnia 2008 roku zawierającego: ocenę sprawozdania Zarządu z działalności Spółki i sprawozdania finansowego za rok obrotowy 2008, wniosku Zarządu dotyczącego podziału zysku i ocenę swojej pracy
7. Podjęcie uchwał w sprawie udzielenia absolutorium członkom Zarządu z wykonywania obowiązków w okresie od 1 stycznia 2008 roku do dnia 31 grudnia 2008 roku
8. Podjęcie uchwał w sprawie udzielenia absolutorium członkom Rady Nadzorczej z wykonywania obowiązków w okresie od 1 stycznia 2008 roku do dnia 31 grudnia 2008 roku
9. Podjęcie uchwały w sprawie zmiany Statutu Spółki Power Media S.A.
10. Podjęcie uchwały w sprawie zmiany Regulaminu Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy
11. Podjęcie uchwały w sprawie zmiany Regulaminu Rady Nadzorczej
12. Podjęcie uchwały w sprawie zmiany uchwał Walnego Zgromadzenia spółki Power Media S.A. z dnia 15-06-2007 roku dotyczących ustanowienia Programu Motywacyjnego oraz emisji warrantów subskrypcyjnych
13. Podjęcie uchwały w sprawie udzielenia Zarządowi Spółki upoważnienia do nabycia akcji własnych Power Media S.A.
14. Podjęcie uchwały w sprawie przeznaczenia zysku za rok obrotowy 2008

O treści uchwał podjętych przez ZWZ Spółka informowała w raporcie bieżącym nr 13/2009 z dnia 29 maja 2009 roku.

W dniu 9 grudnia 2009 roku odbyło się Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie w sprawie:

1. Przedstawienie przez Zarząd informacji dotyczących dokonanego przez Spółkę nabycia akcji własnych, zgodnie z przepisem art. 363 § 1 Kodeksu spółek handlowych.
2. Podjęcie uchwały w sprawie zmiany Statutu spółki Power Media S.A.
3. Podjęcie uchwały w sprawie zmiany Regulaminu Walnego Zgromadzenia spółki Power Media S.A.
4. Podjęcie uchwały w sprawie zmiany Regulaminu Rady Nadzorczej spółki Power Media S.A.
5. Przedstawienie kandydatów do Rady Nadzorczej.
6. Podjęcie uchwał w sprawie powołania nowych członków Rady Nadzorczej spółki Power Media S.A.
7. Podjęcie uchwały w sprawie zmiany uchwały Walnego Zgromadzenia spółki Power Media S.A. z dnia 15-06-2007 roku dotyczącej ustanowienia Programu Motywacyjnego oraz emisji warrantów subskrypcyjnych.

O treści uchwał podjętych przez NWZ Spółka informowała w raporcie bieżącym nr 45/2009 z dnia 9 grudnia 2009 roku.



Power Media

V. Pozostałe informacje

- 1. Informacje o powiązaniach organizacyjnych lub kapitałowych emitenta z innymi podmiotami oraz określenie jego głównych inwestycji krajowych i zagranicznych (papiery wartościowe, instrumenty finansowe wartości niematerialne i prawne oraz nieruchomości w tym inwestycji kapitałowych dokonanych poza jego grupą jednostek powiązanych) oraz opis metod ich finansowania**

W 2009 roku powiązania organizacyjne lub kapitałowe pomiędzy Spółką a innymi podmiotami nie występowały. Spółka w tym okresie sprawozdawczym również nie poczyniła inwestycji krajowych i zagranicznych (papiery wartościowe, instrumenty finansowe wartości niematerialne i prawne oraz nieruchomości w tym inwestycji kapitałowych dokonanych poza jego grupą jednostek powiązanych).

- 2. Umowy zawarte między Spółką a osobami zarządzającymi, przewidujące rekompensatę w przypadku ich rezygnacji lub zwolnienia z zajmowanego stanowiska bez ważnej przyczyny lub gdy ich odwołanie lub zwolnienie następuje z powodu połączenia Spółki przez przejęcie.**

Umowy zawarte między Power Media S.A. a osobami zarządzającymi, przewidujące rekompensatę w przypadku ich rezygnacji lub zwolnienia z zajmowanego stanowiska bez ważnej przyczyny lub gdy ich odwołanie lub zwolnienie następuje z powodu połączenia Spółki przez przejęcie nie wystąpiły w roku 2009.

- 3. Wartość wynagrodzeń, nagród lub korzyści wypłaconych przez Spółkę, należnych, lub potencjalnie należnych osobom zarządzającym i nadzorującym**

Wynagrodzenie brutto Członków Zarządu Power Media S.A. w okresie od 1 stycznia 2009 roku do 31 grudnia 2009 roku

Imię i nazwisko	Pełniona funkcja	Umowa o powołanie	Wartość innych świadczeń	Razem
Wojciech Narczyński	Prezes Zarządu	228 000,00	0,00	228 000,00
Andrzej Parszuto*	Wiceprezes Zarządu	120 000,00	0,00	120 000,00
Marta Przewłocka	Wiceprezes Zarządu	228 000,00	0,00	228 000,00
Agnieszka Kozłowska	Członek Zarządu	96 000,00	0,00	96 000,00
Razem		672 000,00	0,00	672 000,00

* wynagrodzenie od 1 stycznia 2009 roku do 30 czerwca 2009 roku



Power Media

Wynagrodzenie brutto Rady Nadzorczej Power Media S.A. w okresie od 1 stycznia 2009 roku do 31 grudnia 2009 roku

Imię i nazwisko	Wynagrodzenie	Wartość innych świadczeń	Razem
Anastazja Kołodziej*	500,00	0,00	500,00
Alicja Korbecka	500,00	0,00	500,00
Ewa Mińska-Struzik**	500,00	0,00	500,00
Ireneusz Werner	500,00	0,00	500,00
Monika Wysocka	500,00	0,00	500,00
Michał Masłowski***	0,00	0,00	0,00
Dariusz Prus***	0,00	0,00	0,00
Razem	2 500,00	0,00	2 500,00

* wynagrodzenie od 1 stycznia 2009 roku do 10 września 2009 roku

** wynagrodzenie od 1 stycznia 2009 roku do 31 października 2009 roku

*** Członkowie Rady Nadzorczej powołani uchwałą nr 6 i 7 NZW w dniu 9 grudnia 2009 roku

4. Ilość i wartość nominalna akcji Spółki oraz akcji i udziałów w jednostkach powiązanych Spółki, będących w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących
Zestawienie stanu posiadania akcji Power Media S.A. przez osoby zarządzające i nadzorujące na dzień bilansowy 31 grudnia 2009 roku

Imię i nazwisko	Pełniona funkcja	Liczba akcji	Udział w kapitale zakładowym	Ilość głosów	Udział w głosowaniu
Wojciech Narczyński	Prezes Zarządu	1 486 406	23,23%	2 361 406	26,53%
Marta Przewłocka	Wiceprezes Zarządu	930 401	14,54%	1 430 401	16,07%
Agnieszka Kozłowska	Członek Zarządu	235 019	3,67%	360 019	4,05%
Michał Masłowski	Przewodniczący Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%
Alicja Korbecka	Członek Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%
Dariusz Prus	Członek Rady Nadzorczej	195 664	3,06%	195 664	3,06%
Ireneusz Werner	Członek Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%



Power Media

Monika Wysocka	Członek Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%
----------------	-------------------------	---	-------	---	-------

Razem liczba akcji w kapitale zakładowym na dzień publikacji niniejszego sprawozdania wynosi 6.400.000

Razem liczba głosów na Walnym Zgromadzeniu na dzień publikacji niniejszego sprawozdania wynosi 8.900.000

Zestawienie stanu posiadania akcji Power Media S.A. przez osoby zarządzające i nadzorujące w dzień publikacji niniejszego sprawozdania.

Imię i nazwisko	Pełniona funkcja	Liczba akcji	Udział w kapitale zakładowym	Ilość głosów	Udział w głosowaniu
Wojciech Narczyński	Prezes Zarządu	1 646 406	25,73%	2 681 406	30,13%
Marta Przewłocka	Wiceprezes Zarządu	990 401	15,48%	1 550 401	17,42%
Agnieszka Kozłowska	Członek Zarządu	275 019	4,30%	440 019	4,94%
Michał Masłowski	Przewodniczący Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%
Alicja Korbecka	Członek Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%
Dariusz Prus	Członek Rady Nadzorczej	523 164	8,17%	850 664	9,56%
Ireneusz Werner	Członek Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%
Monika Wysocka	Członek Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%

Razem liczba akcji w kapitale zakładowym na dzień publikacji niniejszego sprawozdania wynosi 6.400.000

Razem liczba głosów na Walnym Zgromadzeniu na dzień publikacji niniejszego sprawozdania wynosi 8.900.000

Spółka nie posiada podmiotów powiązanych.

5. Informacje o znanych umowach (w tym również zawartych po dniu bilansowym), w wyniku których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy i obligatariuszy

Według wiedzy Zarządu powyższe umowy nie występują.



Power Media

6. Program akcji pracowniczych/Program Motywacyjny

W dniu 31 grudnia 2009 roku Zarząd sporządził listę osób uprawnionych do udziału w części Programu rozpoczynającej się w 2010 roku, czyli warrantów serii C.

Zarząd dokonał weryfikacji spełnienia kryteriów i warunków nabycia prawa do objęcia warrantów subskrypcyjnych serii B w części programu za rok 2009.

Rada Nadzorcza natomiast podejmie uchwałę o spełnieniu kryteriów przez poszczególne osoby uczestniczące w programie w roku 2009 ze wskazaniem ilości Warrantów przypadającej każdej z nich oraz przeznaczeniem warrantów nieprzydzielonych w roku 2009.

Na podstawie Uchwały nr 3 i 4 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 15 czerwca 2007 roku wprowadzono w Spółce program motywacyjny dla Zarządu oraz kluczowych pracowników Spółki, który przewiduje emisję od 1 do 20.000 warrantów subskrypcyjnych serii A, od 1 do 30.000 warrantów subskrypcyjnych serii B oraz od 1 do 40.000 warrantów subskrypcyjnych serii C.

Warranty subskrypcyjne serii A, B oraz C uprawniają do objęcia akcji Spółki serii D z pierwszeństwem przed pozostałymi akcjonariuszami (każdy z warrantów uprawnia do objęcia 1 akcji serii D, a prawa z warrantów mogą być wykonywane do 31 grudnia 2011 roku).

Warranty subskrypcyjne przeznaczone są do zaoferowania członkom Zarządu oraz kluczowych dla Spółki pracowników, po spełnieniu kryteriów określonych w Regulaminie Programu Motywacyjnego (opisanym szczegółowo w punkcie 21.1.4. poniżej Dokumentu Rejestracyjnego Prospektu Emisyjnego Spółki z dnia 5 lutego 2008 roku), który zostanie przyjęty uchwałą Rady Nadzorczej Spółki.

7. Informacja o umowie z podmiotem uprawnionym do badania sprawozdań finansowych

Informacje dotyczące umowy z biegłym rewidentem PKF Audyt sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, należąca do Grupy Kapitałowej PKF Consult:

- a) Umowa z podmiotem uprawnionym do badania sprawozdań finansowych- umowa z dnia 04 sierpnia 2009 - umowa zadaniowa - tj. na zbadanie sprawozdania finansowego roku 2009 i dokonania przeglądu sprawozdania finansowego I półrocza 2009, termin realizacji 15.04.2010,
- b) Wynagrodzenia Podmiotu uprawnionego do badania Sprawozdań Finansowych oraz innych spółek z Grupy Kapitałowej PKF Consult, wypłaconych lub należnych za rok 2009:
 - zbadanie SF za 2009r. - 10.500zł,
 - przegląd SF I półrocze 2009r. - 6.500zł,
 - reprezentacja w postępowaniu podatkowym – 900zł,
 - przygotowanie opinii podatkowej w sprawie zakupu akcji własnych – 3.200zł,
 - skarga na wydaną interpretację do Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego – 3500zł,
 - przygotowanie wniosku o interpretację w sprawie zakupu akcji własnych – 800zł,
- c) Wynagrodzenia Podmiotu uprawnionego do badania Sprawozdań Finansowych, wypłaconych lub należnych za rok 2008



Power Media

- wynagrodzenie za zbadanie SF za 2008r. - 10.500zł,
- wynagrodzenie za przegląd SF za I półrocze 2007r. - 6.500zł.