



Power Media

**SPRAWOZDANIE ZARZĄDU
Z DZIAŁALNOŚCI POWER MEDIA S.A.
W 2008 ROKU**

**ZA OKRES
1 STYCZNIA 2008 – 31 GRUDNIA 2008**

Wrocław, kwiecień 2009



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 16.09.1997 r. 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 r.

Podstawowy przedmiot działalności Spółki to działalność w zakresie oprogramowania PKD 7222Z (stare) - 6201Z (nowe). W dniu 20.03.2008 r. 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

1.2.1 Rada Nadzorcza

Rada Nadzorcza została powołana w momencie zarejestrowania przekształcenia Power Media Sp. z o.o. na Power Media S.A. tj. na dzień 01.06.2007 r. Rada Nadzorcza została powołana na okres kadencji 5 lat.

W okresie od 01 stycznia 2008 do 12 maja 2008 skład Rady Nadzorczej przedstawiał się następująco:

- 1) Sławomir Najnigier - Przewodniczący Rady
- 2) Anastazja Kołodziej - Członek Rady
- 3) Alicja Korbecka - Członek Rady
- 4) Ewa Mińska Struzik - Członek Rady
- 5) Ireneusz Werner - Członek Rady
- 6) Monika Wysocka - Członek Rady

W dniu 12 maja 2008 roku Przewodniczący Rady Nadzorczej złożył rezygnację z pełnionej przez siebie funkcji, o czym Spółka informowała w raporcie bieżącym nr 18/2008 z dnia 13 maja 2008 roku.



W dniu 23 czerwca 2008 roku ZWZA uchwałą nr 16 powołało na stanowisko Przewodniczącego Rady Nadzorczej Panią Anastazję Kołodziej. Spółka szczegółowo informowała o tym w raporcie bieżącym nr 24/2008 z dnia 24 czerwca 2008 roku.

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

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

W dniu 23 czerwca 2008 roku ZWZA uchwałami nr 10, 11, 12, 13, 14 i 15 udzieliło absolutorium wszystkim członkom Rady Nadzorczej z wykonania przez nich obowiązków członków Rady Nadzorczej w roku 2007. Spółka szczegółowo informowała o tym w raporcie bieżącym nr 22/2008 z dnia 24 czerwca 2008 roku.

1.2.2 Zarząd Spółki

Zarząd Spółki został powołany w momencie zarejestrowania przekształcenia Power Media Sp. z o.o. na Power Media S.A. tj. na dzień 01.06.2007 r. Zarząd powołany został na okres kadencji 5 lat.

W okresie od 01 stycznia 2008 do 31 grudnia 2008 skład Zarządu nie uległ zmianie.

Na dzień bilansowy 31 grudnia 2008 roku i do dnia publikacji niniejszego sprawozdania skład Zarządu przedstawia się następująco:

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

W dniu 23 czerwca 2008 roku ZWZA uchwałami nr 6, 7, 8 i 9 udzieliło absolutorium wszystkim członkom Zarządu z wykonania przez nich obowiązków członków Zarządu w roku 2007. Spółka szczegółowo informowała o tym w raporcie bieżącym nr 22/2008 z dnia 24 czerwca 2008 roku.

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

W okresie od 1 stycznia 2008 do 14 kwietnia 2008 roku kapitał Spółki wynosił 500.000 zł (słownie pięćset tysięcy) i dzielił się na:

- 1) 2.500.000 (słownie dwa miliony pięćset tysięcy) akcji uprzywilejowanych serii A o wartości nominalnej 0,10zł (dziesięć groszy) każda
- 2) 2.500.000 (słownie dwa miliony pięćset tysięcy) akcji zwykłych serii B o wartości nominalnej 0,10zł (dziesięć groszy) każda

Razem liczba akcji w kapitale zakładowym na dzień 14 kwietnia 2008 roku wynosiła 5.000.000 (pięć milionów).

Razem liczba głosów na Walnym Zgromadzeniu na dzień 14 kwietnia 2008 roku wynosiła 7.500.000 (siedem milionów pięćset tysięcy).



W pierwszym kwartale 2008 roku Spółka przeprowadziła publiczną subskrypcję akcji serii C. W okresie od 03 marca 2008 do 07 marca 2008r. przeprowadzona została pierwsza subskrypcja 1.400.000 akcji serii C, która przyniosła Power Media S.A. środki w wysokości 6,1 mln zł (po odjęciu kosztów emisji).

15 kwietnia 2008 roku Sąd Rejonowy dla Wrocławia Fabrycznej, VI Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego dokonał rejestracji podwyższenia kapitału zakładowego Spółki w drodze emisji 1. 400.000 akcji serii C, którą Spółka Power Media S.A. przeprowadziła w I kwartale 2008 roku. Spółka informowała o tym w raporcie bieżącym nr 12/2008 z dnia 23 kwietnia 2008 roku.

Wysokość kapitału zakładowego po rejestracji 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 (dziesięć groszy) każda.

Struktura kapitału zakładowego Power Media S.A. po rejestracji zmian i na dzień publikacji niniejszego raportu przedstawia się następująco:

- 1) 2.500.000 (słownie dwa miliony pięćset tysięcy) akcji uprzywilejowanych serii A o wartości nominalnej 0,10zł (dziesięć groszy) każda
- 2) 2.500.000 (słownie dwa miliony pięćset tysięcy) akcji zwykłych serii B o wartości nominalnej 0,10zł (dziesięć groszy) każda
- 1) 1.400.000 (słownie jeden milion czterysta tysięcy) akcji zwykłych serii C, o wartości nominalnej 0,10 zł (dziesięć groszy) każda.

Razem liczba akcji w kapitale zakładowym na dzień publikacji niniejszego sprawozdania wynosi 6.400.000 (sześć milionów czterysta tysięcy).

Razem liczba głosów na Walnym Zgromadzeniu na dzień publikacji niniejszego sprawozdania wynosi 8.900.000 (osiem milionów dziewięćset tysięcy).

1.4 Zatrudnienie

Grupy zawodowe	01.01.2007 - 31.12.2007	01.01.2008 - 31.12.2008	Na dzień publikacji SA-R 2008
Pracownicy umysłowi	135	121	88
Pracownicy na stanowisku robotniczym	1	1	1
Razem	136	122	89

Zmniejszenie stanu zatrudnienia wynika 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.

1.5 Informacje o transakcjach z podmiotami powiązаныmi

W okresie od 1 stycznia 2008 do 31 grudnia 2008 roku transakcje z podmiotami powiązаныmi nie występowały.



1.6 Oddziały i zakłady posiadane przez Spółkę

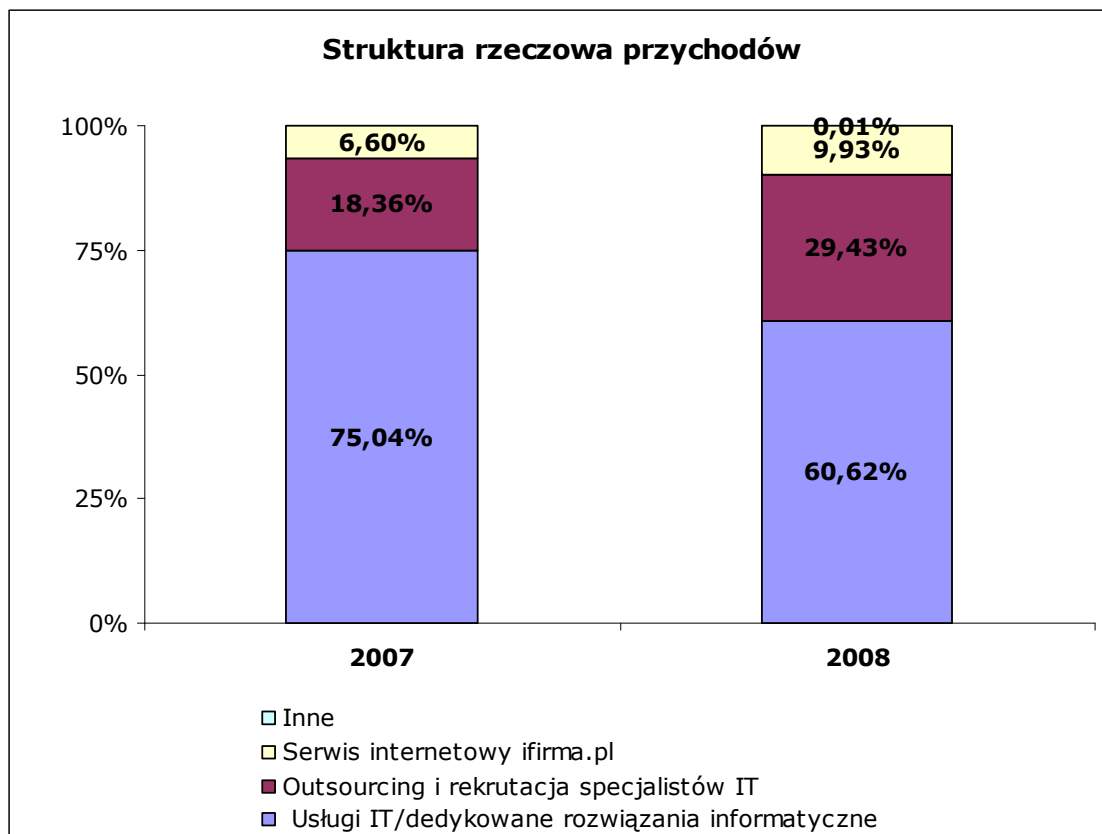
Spółka nie posiada oddziałów i zakładów. Spółka swą działalność prowadzi w siedzibie głównej przy ul. Kiełbaśniczej 24 we Wrocławiu. Dodatkowo w marcu 2008 Spółka wynajęła dodatkową powierzchnię biurową przy ulicy Ruskiej 51 we Wrocławiu.

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





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

Razem przychody ze sprzedaży w 2007 roku: 11 286 707,63 zł

W dwóch pierwszych obszarach działalności firma świadczy kompleksowe usługi realizacji i utrzymywania systemów informatycznych. Power Media S.A. specjalizuje się w aplikacjach internetowych oraz oprogramowaniu dla systemów telefonii komórkowej. Klientami Power Media S.A. są duże i średnie firmy działające w Polsce i zagranicą. Komplementarne usługi outsourcingu i rekrutacji kadr pozwalają na pełną obsługę kontrahentów Power Media S.A.

Trzeci obszar - serwis internetowy ifirma.pl, który jest pionierskim 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. Dodatkowo w roku 2008, w wyniku prac na ulepszeniu funkcjonalności serwisu, Spółka umożliwiła użytkownikom serwisu przesyłanie deklaracji podatkowych w formie podpisu elektronicznego.

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

Usługi IT/dedykowane rozwiązania informatyczne

Udział tej działalności w roku 2008 roku wyniósł 8 099,59 tys. zł, co stanowi 60,62% w przychodach ogółem, gdzie w 2007 roku stanowił 75,04% przychodów ogółem. Zauważalny jest stały trend spadku udziału tej działalności w przychodach ogółem na korzyść wzrostu przychodów w obszarze outsourcingu i rekrutacji (do 29,43%) oraz serwisu ifirma.pl (do 9,93%). Największą grupę odbiorców stanowiły korporacje międzynarodowe, w tym: Siemens - współpraca od kwietnia 2005 roku, Nokia Siemens Networks - współpraca od 2006 roku, Travelplanet - współpraca od 2007.

Realizacja przykładowych projektów w tym zakresie polegała na:

- tworzeniu produktów dla operatorów sieci komórkowych, takich jak platformy sieci inteligentnych, platformy chargingowe
- rozwój aplikacji do obsługi tour operatorów
- rejestrator domen
- przygotowaniu aplikacji służącej do obsługi naziemnej samolotów lotnictwa ogólnego
- przygotowanie i wdrożenie systemu do archiwizacji materiałów filmowych dla stacji telewizyjnej.

W dalszym ciągu większość projektów informatycznych realizowana w tym obszarze to dedykowane rozwiązania tzn. systemy tworzone pod indywidualne potrzeby klienta.



Outsourcing i rekrutacja specjalistów IT

Spółka w dalszym ciągu wykorzystuje zmiany zachodzące na rynku IT w Polsce oraz oferuje swoje usługi z tego działu korporacjom działającym na polskim rynku i zagranicznym. Przychody z tego tytułu w 2008 roku osiągnęły 3 932,46 tys. zł i ich udział w przychodach Spółki ogółem wzrósł do 29,43%. W analogicznym okresie 2007 roku stanowił 18,36% przychodów Spółki.

Działalność ta - obejmująca z jednej strony rekrutację pracowników do działów IT, a z drugiej outsourcing kadrowy - stanowi dopełnienie usług związanych z realizacją i utrzymaniem systemów informatycznych.

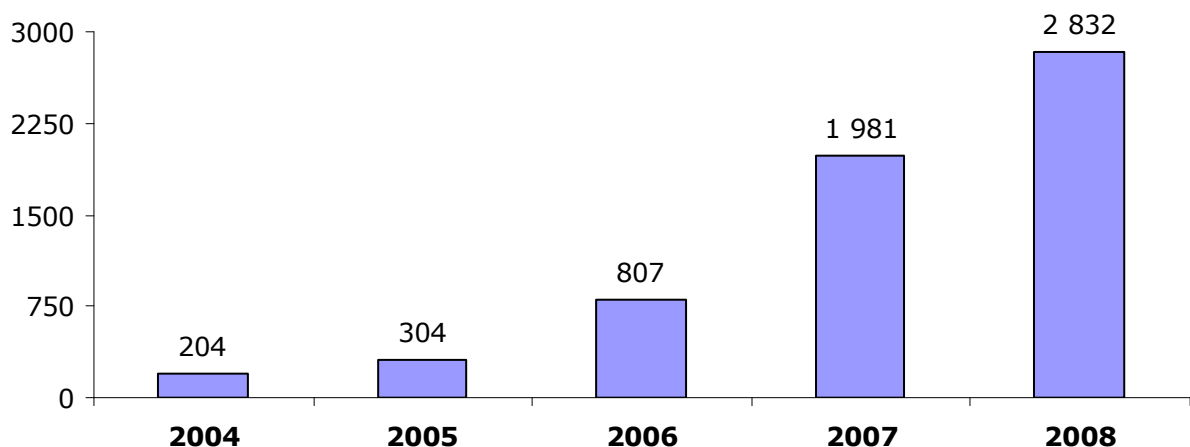
Serwisy internetowe:

www.ifirma.pl

Rok 2008 zdominowany był przez działania zmierzające do rozpropagowania idei rozliczeń księgowych przez Internet, a tym samym rozwoju serwisu internetowego ifirma.pl. Spółka odnotowała w tym obszarze systematyczny wzrost liczby klientów. Przychody serwisu w roku 2008 w porównaniu do roku 2007 wzrosły o prawie 60% i wyniosły 1 326, 80 tys. zł, co stanowi 9,93% wartości przychodów Spółki ogółem.

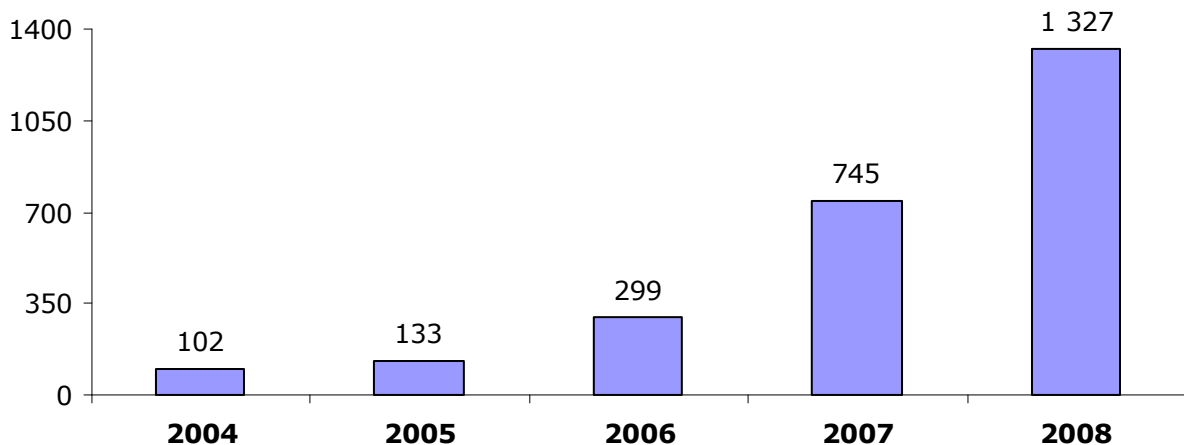
Na dzień 17 kwietnia 2009 roku z serwisu korzysta **3550** użytkowników, opłacających comiesięczny abonament w wysokości 45 zł/m netto.

Aktywni użytkownicy serwisu ifirma.pl





Przychody serwisu ifirma.pl w tys. zł



Spółka w dalszym ciągu ocenia ten obszar działalności, jako posiadający największy potencjał wzrostu i jest głównym elementem, na którym koncentruje się strategia dalszego rozwoju.

Serwis 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 całonocne 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.

Podstawowe zadania serwisu:

- wystawianie faktur sprzedaży towarów i usług, wyposażenia i środków trwałych,
- obsługa spraw kadrowych i płacowych w małej firmie,
- rejestrowanie dokumentów ponoszenia kosztów np. zakupu materiałów, towarów handlowych, usług, wyposażenia i środków trwałych,
- prowadzenie bazy danych dostawców i odbiorców,
- automatyczne uzupełnianie Księgi Przychodów i Rozchodów,
- automatyczne uzupełnianie Ewidencji Zakupów i Sprzedaży VAT,
- automatyczne tworzenie list płac,
- prowadzenie rejestru wyposażenia i środków trwałych,
- prowadzenie ewidencji pojazdów (osobowych i ciężarowych, firmowych i niefirmowych) używanych przez firmę oraz rejestrowanie ponoszonych na nie kosztów,
- obliczanie i automatyczne księgowanie stawek amortyzacyjnych,
- automatyczne tworzenie dowodów umorzenia środków trwałych,
- tworzenie remanentów i protokołów likwidacji,
- obliczanie zobowiązań z tytułu podatku dochodowego i VAT,



- obliczanie zobowiązań wobec ZUS,
- automatyczne tworzenie deklaracji ZUS DRA, VAT-7, PIT-5 i PIT-4,
- automatyczne tworzenie przelewów dla kontrahentów, urzędów skarbowych i ZUS,
- wydruk dowolnych dokumentów z serwisu ifirma.pl przy pomocy dowolnej drukarki.

Ponadto:

- aktywne wsparcie księgowo (pomoc ekspertów przez e-mail i telefon),
- poradnik związany z zakładaniem firmy i jej prowadzeniem,
- adresy, telefony i numery kont bankowych urzędów skarbowych i ZUS,
- zestaw najczęściej zadawanych pytań wraz z odpowiedziami, tzw. FAQ (Frequently Asked Questions - często zadawane pytania).

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 podpisu elektronicznego

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.

www.pitroczny.pl

Ponadto w ramach przedsięwzięć związanych z rozliczaniem podatków przez Internet Power Media S.A. udostępniła 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 roku 2008 z pitroczny.pl skorzystało ponad 6000 podatników. Spółka kontynuuje swoją strategię promocji rozliczeń podatkowych przez Internet i dlatego w roku 2009 również umożliwi podatnikom dokonanie rozliczenia rocznego podatku za rok 2008.

Do dnia 17 kwietnia 2009 roku w serwisie pitroczny.pl oraz jego wersji coobrandowej dostępnej na stronach Onet.pl zarejestrowało się **13 822** użytkowników.

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

W analizowanym okresie sprawozdawczym Spółka korzystała ze źródeł zaopatrzenia w materiały do produkcji, w towary i usługi, których udział od jednego dostawcy przekroczył 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 daty złożenia wniosków do Zarządu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. o dopuszczenie papierów wartościowych do obrotu do dnia publikacji raportu bieżącego nr 31/2008 z dnia 18 listopada 2008 roku wyniosła 962 095,72 netto PLN.

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 31/2008 z dnia 18 listopada 2008 roku

2.3 Informacje o rynkach zbytu

Spośród klientów można wyróżnić trzy podstawowe grupy:

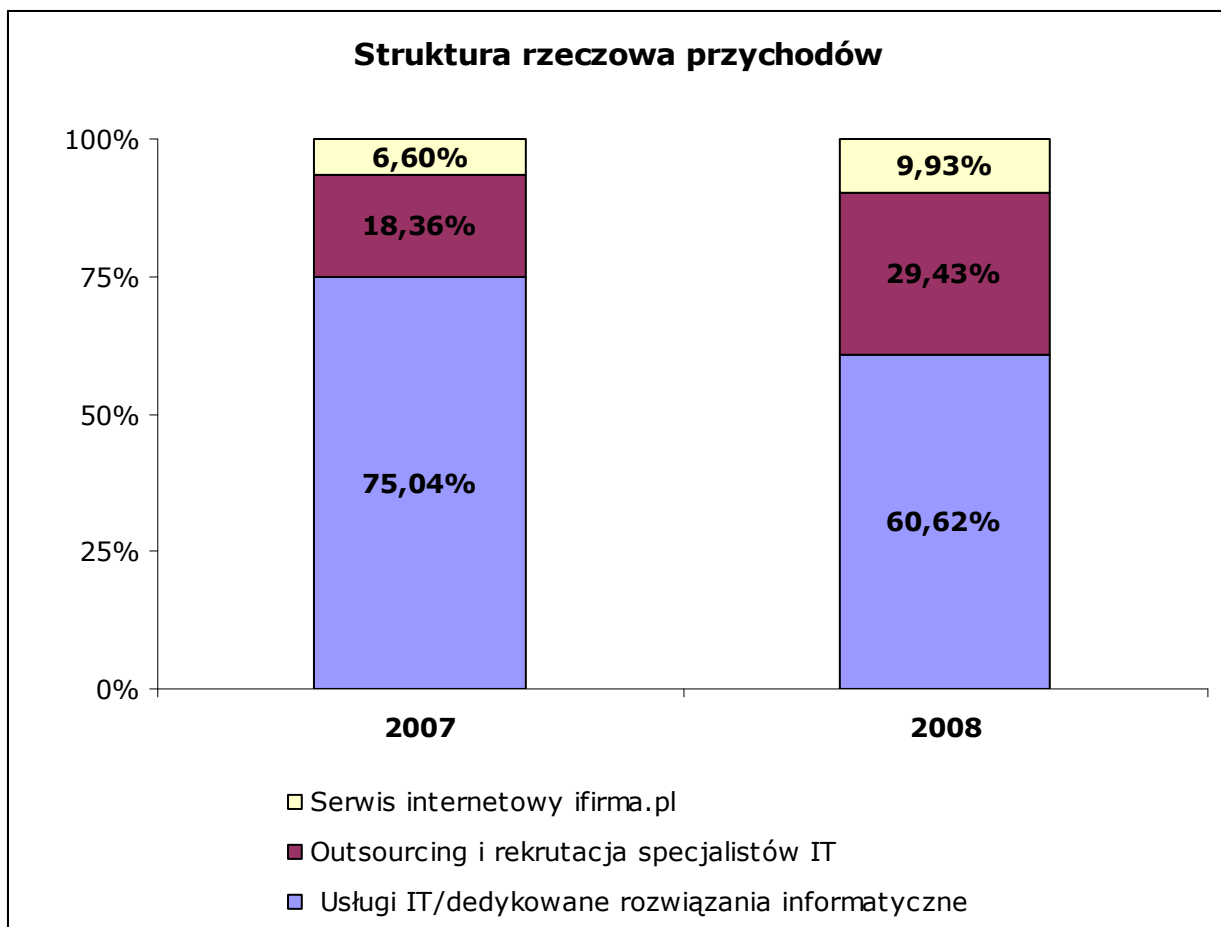
- Klienci korporacyjni działający w Polsce
Ze względu na charakterystykę przedsięwzięć informatycznych firmy takie wykazują duże potrzeby zwiększenia zaangażowania działów IT (intensyfikacji działań) w okresach tworzenia i uruchamiania nowych systemów informatycznych. Specjaliści Emitenta uczestniczą 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.

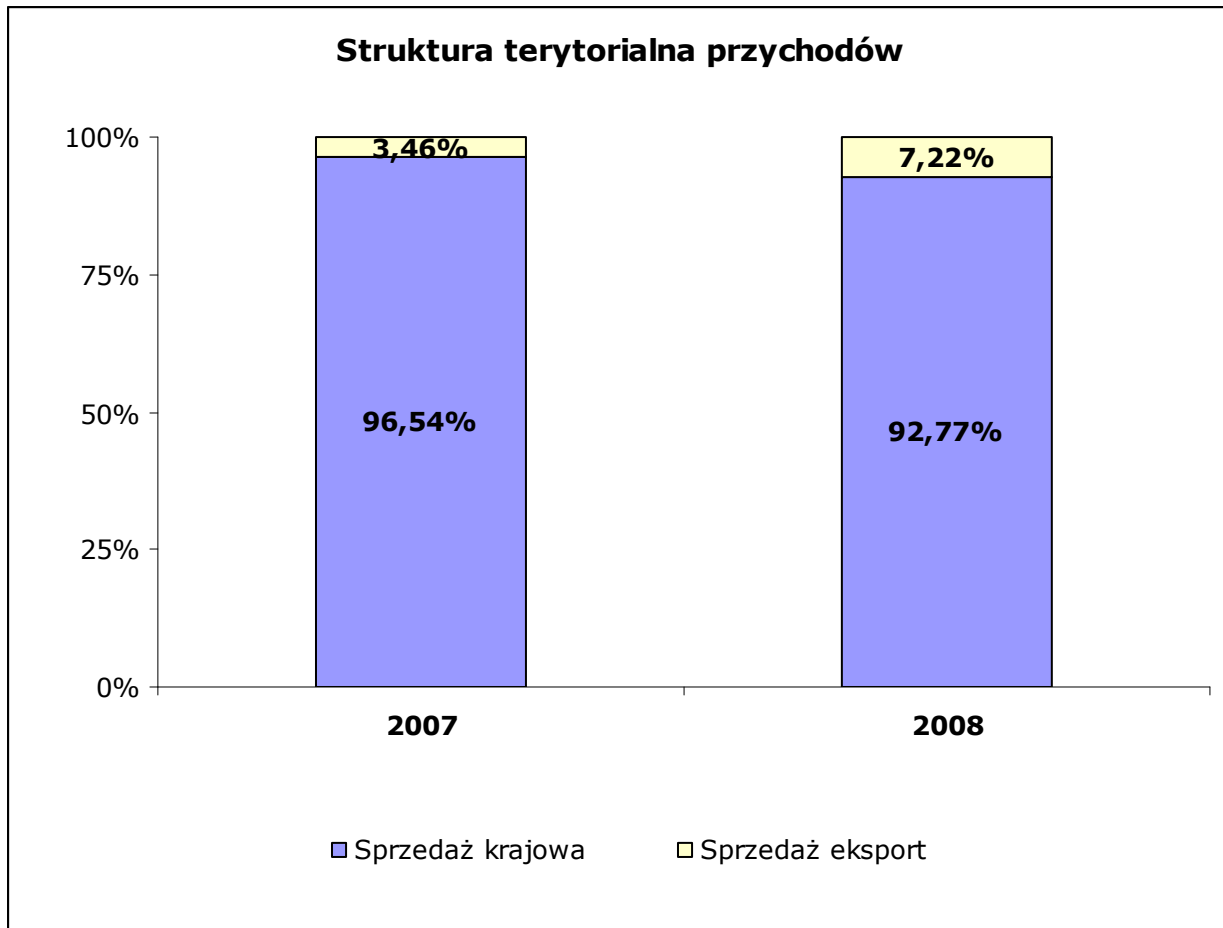
W tej grupie klientów do największych w 2008 roku należeli Nokia Siemens Networks z wartością przychodów z wszystkich umów 7.187,99 tys. zł oraz Siemens 1.292,40 tys. zł.

- Małe i średnie przedsiębiorstwa z Europy (w tym w Polsce) i USA
Ta grupa przedsiębiorstw współpracująca z Emitentem poszukuje najczęściej adekwatnych do swoich usług, 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. Ze względu na obecny kurs złotego w ocenie Spółki ta grupa klientów zyska na znaczeniu w 2009 roku.
- 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 2008 roku: 13 360 801,83 zł

Razem przychody ze sprzedaży w 2007 roku: 11 286 707,63 zł



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

Razem przychody ze sprzedaży w 2007 roku: 11 286 707,63 zł



Power Media

II. Opis działalności Power Media S.A. w roku 2008

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

1.1 Debiut na Warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych

Najistotniejszym dokonaniem w okresie od 1 stycznia 2008 do 31 grudnia 2008 roku było zakończenie publicznej subskrypcji akcji serii C, o czym Spółka szczegółowo informowała w raporcie bieżącym 8/2008 z dnia 27 marca 2008 roku.

W okresie od 03 marca 2008 do 07 marca 2008r. przeprowadzona została pierwsza subskrypcja 1.400.000 akcji serii C, która przyniosła Power Media S.A. środki w wysokości 6,1 mln zł (po odjęciu kosztów emisji). Zgodnie z Prospektem Emisyjnym Spółki, zatwierdzonym przez Komisję Nadzoru Finansowego w dniu 5 lutego 2008 roku, środki 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.)

Cena emisyjna 1 akcji serii C wynosiła 5 zł.

Szczegółowe informacje na temat wykorzystania części środków z emisji opisane zostały w części II pkt. 3 niniejszego sprawozdania.

1.2 Rozwój serwisu ifirma.pl

Szczególne znaczenie dla Spółki ma dalszy rozwój serwisu ifirma.pl. W okresie od 1 stycznia 2008 do 31 grudnia 2008 roku przychody z serwisu ifirma.pl wyniosły 1 326, 80 tys. zł, co stanowi prawie 60% wzrost w stosunku do tego samego okresu sprawozdawczego roku poprzedniego.

Zgodnie z przyjętymi w Prospekcie Emisyjnym, z dnia 5 lutego 2008 roku, celami emisyjnym Spółka prowadziła prace przygotowawcze nad opracowaniem i wdrożeniem strategii promocji marki serwisu oraz opracowania kampanii reklamowej dla serwisu.

W tym celu Spółka wybrała w I kwartale 2008 roku 2 agencje marketingowe i jeden dom mediowy, które będą odpowiadać za kampanię promocyjno-marketingową serwisu ifirma.pl. Z wszystkimi tymi podmiotami podpisane zostały umowy o współpracy, które to jednak nie spełniają definicji umów znaczących, toteż nie były ujęte w formie raportów bieżących.

W zakresie kompleksowej działalności reklamowej above-the-line (ATL) i below-the-line (BTL) dla marki ifirma.pl odpowiadać będzie Just Sp z.o.o. z siedzibą w Poznaniu. Umowa z Just Sp. z o.o. została podpisana w dniu 27 maja 2008 roku. Domem mediowym kampanii będzie Media Concept Sp. z o.o. z siedzibą w



Warszawie, z którym umowa została podpisana w dniu 8 kwietnia 2008 roku.

Drugą agencją, jest agencja interaktywna Digital One Sp. z o.o. z Łodzi zajmie się prowadzeniem badań rynkowych, doradztwem przy budowanie strategii, e-marketingiem, e-advertisingiem, oraz innymi działaniami związanymi z Internetem. Umowy z Digital One Sp. z o.o. zostały podpisane w dniu 2 kwietnia 2008 roku.

W konsekwencji prac na strategią rozwoju dla serwisu ifirma.pl, które miały miejsce w II i III kwartale 2008 roku, w IV kwartale Spółka rozpoczęła ogólnopolską kampanię reklamową, która została przeprowadzona w dwóch etapach w listopadzie 2008 roku oraz w styczniu i lutym 2009 roku.

Ogólnopolska kampania reklamowa rozpoczęła się 4 listopada 2008 roku z wykorzystaniem mediów telewizyjnych i radiowych, prasy oraz Internetu. W ramach podjętych prac w dniu 3 listopada 2008 roku udostępniona została również nowa wersja serwisu ifirma.pl oraz nowa strona internetowa serwisu.

Kampania listopadowa przyniosła trzykrotny wzrost odwiedzin na stronie serwisu ifirma.pl w porównaniu z miesiącem poprzednim. Liczba rejestracji w listopadzie 2008 roku przekroczyła 1600, co daje wzrost o 150% w porównaniu do listopada 2007 roku.

W grudniu 2008 roku zakończyło się również wdrożenie systemu umożliwiającego przesyłanie deklaracji podatkowych w formie elektronicznej przez użytkowników serwisu ifirma.pl i pitroczy.pl. Jest to pierwsze rozwiązanie w kraju.

Wszystkie te działania miały duży wpływ na działalność podstawową Spółki i jej rynku oraz na wyniki osiągnięte przez Emitenta 2008 roku.

Na dzień 17 kwietnia 2009 roku z serwisu korzysta **3550** użytkowników, opłacających comiesięczny abonament w wysokości 45 zł/m netto.

Umowa z BZWBK S.A.

Dodatkowe działania podjęte przez Spółkę w ramach rozwoju serwisu ifirma.pl doprowadziły do podpisania umowy z kolejnym bankiem świadczącym usługi dla sektora MŚP – Bank Zachodni WBK S.A., czyli grupy docelowej użytkowników serwisu. Spółka informowała o zawarciu tej umowy w raporcie bieżącym nr 11/2008 z dnia 16 kwietnia 2008 r.

Umowa z BZWBK S.A. została zawarta na okres 12 miesięcy tj. od dnia 15 kwietnia 2008 roku do dnia 15 kwietnia 2009 roku i jest ważnym elementem realizacji celu emisji akcji serii C przedstawionych w prospekcie emisyjnym Power Media S.A. tj. Budowa wizerunku marki i reklama serwisu ifirma.pl w ramach celu „Inwestycje związane z serwisem ifirma.pl”.

Umowa z BZWBK S.A. jest kontynuacją działań podjętych już w ramach umowy z Multibankiem opisanej szczegółowo w Prospekcie Emisyjnym zatwierdzonym w 2008 roku, w części III, pkt. 6.4.3.



Umowa z Grupą Onet S.A.

W dniu 1 listopada 2008 roku podpisana została umowa z Grupą Onet.pl S.A. z siedzibą w Krakowie (dalej „Onet.pl”). Zawarta umowa dotyczy ustalenia zasad współpracy w zakresie tworzenia i udostępnienia w Portalu Onet.pl serwisu ifirma.pl w wersji Cobrand oraz jego promowania przez Onet, a także promowania przez Onet serwisu ifirma.pl.

Umowa z Onet.pl została zawarta na okres 3 lat liczonych od dnia jej zawarcia, tj. 1 listopada 2008 roku i jest ważnym elementem realizacji celu emisji przedstawionego w Prospekcie Emisyjnym Power Media S.A., zatwierdzonym w dniu 5 lutego 2008 roku, tj. Budowa wizerunku marki i reklama serwisu ifirma.pl w ramach celu „Inwestycje związane z serwisem ifirma.pl”.

Spółka informowała o zawarciu umowy znaczącej w raporcie bieżącym nr 29/2008 z dnia 2 listopada 2008 roku.

1.3 Uruchomienie serwisu pitroczny.pl

Zgodnie z informacjami zawartymi w Prospekcie Emisyjnym zatwierdzonym w dniu 5 lutego 2008 roku w części „strategia rozwoju emitenta” Spółka prowadziła działania zmierzające do promowania idei rozliczeń podatkowych przez Internet oraz rozwoju serwisu ifirma.pl.

Spółka udostępniła w dniu 25 lutego 2008 roku nowy serwis internetowy dla wszystkich podatników – www.pitroczny.pl – umożliwiający przygotowanie i wygenerowanie formularzy podatkowych PIT-36, PIT-36L, PIT- 37, PIT-38 oraz wszelkich załączników do tych formularzy. Niniejsze działania będą miały wpływ na rozwój serwisu ifirma.pl.

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, jakie Spółka zamierza osiągnąć tj. 20.000 płacących użytkowników serwisu w kolejnych dwóch latach.

W roku 2008 z pitroczny.pl skorzystało ponad **6000** podatników.

Do dnia 17 kwietnia 2009 roku w serwisie pitroczny.pl oraz jego wersji coobrandowej dostępnej na stronach Onet.pl zarejestrowało się **13 822** użytkowników.

1.4 Przystąpienie do programu wspierania płynności

W IV kwartale 2008 roku Spółka podjęła działania mające na celu poprawę płynności obrotu akcjami Spółki notowanymi na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.

W ramach tych działań Spółka przystąpiła do Programu Wspierania Płynności Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie i zobowiązała się do:

- zawarcia umowy z Animatorem Emitenta, na ogólnych zasadach określonych w Regulaminie Giełdy



Power Media

- prowadzenia sekcji relacji inwestorskich na własnej stronie internetowej, o zakresie informacji i sposobie ich prezentacji określonym przez GPW oraz
- aktywnego korzystania z sekcji relacji inwestorskich na www.gpwinfostrefa.pl.

W dniu 19 września 2008 Spółka podpisała umowę z Animatorem tj. Bankiem DnB Nord Polska Spółka Akcyjna, w mocy której Animator zobowiązuje się do podejmowania czynności mających na celu wspomaganie płynności akcji Emitenta notowanych na rynku giełdowy. Umowa została zawarta na czas nieokreślony.

- 1.5** Dodatkowo w 2008 roku Spółka podpisała kilka umów na rekrutację specjalistów IT oraz na usługi IT, które to jednak nie spełniają definicji umów znaczących, toteż nie były ujęte w formie raportów bieżących.

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

2.1 Kampania serwisu ifirma.pl - II edycja

W konsekwencji prac na strategią rozwoju dla serwisu ifirma.pl w II i III kwartale 2008 roku zaplanowana została ogólnopolska kampania reklamowa z wykorzystaniem mediów telewizyjnych i radiowych, prasy oraz Internetu.

Kampania została zaplanowana w dwóch etapach. Pierwszy etap kampanii rozpoczął się w dniu 4 listopada 2008 roku i trwał 5 tygodni. Drugi etap kampanii przypadł w miesiącach styczniu i lutym 2009 roku. Szczegóły dotyczące kampanii znajdują się w pkt. II.1.2. niniejszego sprawozdania.

II etap kampanii reklamowej serwisu ifirma.pl będzie miał duży wpływ na wynik I kwartału 2009 roku.

2.2 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.

3. Zdarzenia jakie nastąpiły po dniu 31 grudnia 2008, a nieuwzględnione w sprawozdaniu finansowym

27 marca 2009r. Wojewódzki Sąd Administracyjny we Wrocławiu wydał pozytywny wyrok w sprawie możliwości zaliczenia w koszty uzyskania przychodów wydatków na przygotowanie prospektu emisyjnego, aktu notarialnego, ogłoszenia, drukowanie i dystrybucje prospektu, kampanię reklamową i promocyjną związanych z podwyższeniem kapitału w drodze publicznej emisji akcji. Wyrok nie jest prawomocny.



Power Media

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.

Power Media S.A. zamierza również umacniać i rozwijać dotychczasowe kierunki działania, w szczególności rozwój usług IT i dedykowanych rozwiązań informatycznych, usług w zakresie outsourcingu i rekrutacji specjalistów IT, jak również w zakresie przedsięwzięć internetowych.

W zakresie usług IT i dedykowanych rozwiązań informatycznych Power Media S.A. zamierza:

- Powiększać bazy stale współpracujących klientów
- Kontynuować rozwój współpracy z istniejącymi kontrahentami
- Nawiązać współpracę z klientami z obszaru UE i USA z sektora MSP
- Budować gotowe rozwiązania softwarowe przeznaczone dla klientów korporacyjnych

W zakresie usług outsourcingu i rekrutacji specjalistów IT Power Media S.A. zamierza:

- Pozyskać nowych klientów z państw UE i Polski
- Rozwijać współpracę z dotychczasowymi partnerami
- Rozwijać współpracę z uczelniami wyższymi (pozyskiwanie kandydatów do pracy)

W zakresie przedsięwzięć internetowych zamierza:

- Przygotowywać i uruchamiać serwisy internetowe o wysokim potencjalnie komercyjnym oraz niskich kosztach funkcjonowania, przeznaczone na rynek polski i globalny

Szczegółowy opis działań związanych z realizacją strategii został zaprezentowany w pkt. 3.4 Części IV Dokumentu ofertowego Prospektu Emisyjnego z dnia 5 lutego 2008 roku, w którym przedstawiono działania związane z realizacją poszczególnych celów emisyjnych.

O działaniach podejmowanych w ramach realizacji tych celów Spółka informowała w raportach okresowych, SA-R/2007 z dnia 21 maja 2008 roku, SA-Q I KW/2008 z dnia 5 maja 2008 roku, SA-Q II KW z dnia 4 sierpnia 2008 roku, SA-Q III KW z dnia 4 listopada 2008 roku, SA-Q IV z dnia 16 lutego 2009 roku oraz w raportach bieżących.

Spółka będzie realizowała swoje zamierzenia zgodnie z przyjętą strategią na wytyczonych rynkach zbytu. Zarząd Spółki zakłada, że sytuacja finansowa zostanie utrzymana na podobnym do obecnego poziomie.



Power Media

5. Czynniki ryzyka i zagrożenia

W stosunku do informacji zawartych w sprawozdaniach finansowych za poprzedni rok oraz prospektu emisyjnego Spółki z dnia 5 lutego 2008 roku, 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 mogłoby w sposób negatywny wpłynąć rozmiary prowadzonej działalności przez te podmioty, a tym samym na wyniki osiągnięte przez Power Media S.A.

Power Media S.A. prowadzi dywersyfikację obszarów swojej działalności wewnątrz segmentów branży informatycznej, a ponadto zamierza poszukiwać przedsięwzięć, na które ewentualna recesja może mieć najmniejszy wpływ.

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 się do aktualnych przepisów prawa.

5.1.3 Ryzyko walutowe

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

Spółka na bieżąco monitoruje rentowność kontraktów zawartych w walutach obcych i w wypadku osiągnięcia przez nie rentowności poniżej akceptowalnej wartości renegotjuje. 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 kadrę. Następnym przystąpienia do UE było otwarcie rynku pracy w wielu państwach Zachodniej Europy, co



spowodowało emigrację zarobkową polskich informatyków. Dodatkowo wymusiło to na Power Media S.A. zwiększenie nakładów na wynagrodzenia, a także w celu realizacji nowych umów, zatrudniania dodatkowych pracowników. Koszty wynagrodzeń w tym okresie znacząco wzrosły.

Power Media S.A. w celu pozyskania jak najlepszych pracowników podjęła 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.,
- otwarcie własnej pracowni komputerowej na wydziale informatyki Uniwersytetu Wrocławskiego pozwala z jednej strony przyszłym informatykom poznać Power Media S.A. jako przyszłego pracodawcę oraz dynamiczne przedsiębiorstwo, a z drugiej strony Power Media S.A. rekrutować szczególnie uzdolnionych studentów,
- Power Media S.A. wdroży w latach 2008-2011 program opcji pracowniczych w celu związania ze sobą kluczowych pracowników.

Power Media S.A. uznaje, że choć ryzyko to występuje, to nie jest bardzo 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., zgodnie z celami emisji opisane w Prospekcie Emisyjnym z dnia 5 lutego 2008 roku, w latach 2008-2009 rozbudowała dział sprzedaży usług IT oraz rekrutacji i outsourcingu.

5.2.3 Ryzyko związane z konkurencją

Rynek usług informatycznych i oprogramowania komputerowego jest w Polsce konkurencyjny. Charakteryzuje się on również dużym rozdrobieniem. Nie można wykluczyć, że w najbliższym czasie nastąpi zaostrzenie walki konkurencyjnej. Mogłoby to wpłynąć na konieczność obniżenia marż, co skutkowałoby pogorszeniem rentowności prowadzonej przez Power Media S.A. działalności.

Power Media S.A. ogranicza to ryzyko poprzez stałe podwyższanie kompetencji firmy i pracowników, a w latach 2008-2009 rozbudowała dział sprzedaży usług IT oraz rekrutacji i outsourcingu.



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. Power Media S.A. ponadto wprowadziła certyfikacje ISO na procesy rozwoju oprogramowania oraz stosuje zapisy w umowach i udzielanych licencjach ograniczające roszczenia klientów w wypadku wadliwego działania oprogramowania.

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 ma w istotny sposób wpłynąć na rozwój Power Media S.A. Power Media S.A. nie może wykluczyć, że realizacja tego celu może napotykać na trudności związane z dostępem potencjalnych klientów do sieci Internetu, czy polityką państwa komplikującą sprawozdawczość finansową i prawo podatkowe.

W ocenie Power Media S.A. może to negatywnie wpłynąć na serwis ifirma.pl, gdyż może spowodować odpływ potencjalnych klientów do biur rachunkowych.

Powodzenie sprzedaży produktu ifirma.pl jest ważnym elementem wzrostu zarówno wartości firmy jak i jej perspektyw rozwoju. Jednak brak oczekiwanych efektów tego przedsięwzięcia, nie przekreśla możliwości rozwoju firmy w pozostałych obszarach działalności.

Power Media S.A. będzie starała się równomiernie rozwijać spółkę we wszystkich obszarach działalności. Serwis ifirma.pl jest traktowany priorytetowo ponieważ wymaga największego dofinansowania i ma największy potencjał wzrostu.

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

- pozyskanie klientów oparte na zespole niezależnych działań,
- bieżąca ocena wyników i intensyfikacja działań najbardziej efektywnych.

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 rywalami.

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 w przypadku upadłości kontrahenta utrata 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 było 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 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 zrezygnowania z przeprowadzenia ww. inwestycji Power Media S.A. będzie musiał znaleźć



alternatywny cel inwestycyjny.

Ryzyko to nie wystąpiło w roku 2008. Planowane przedsięwzięcia związane z promowaniem i rozwojem serwisu ifirma.pl, zgodnie z celami emisyjnymi opisanymi w prospekcie emisyjnym zatwierdzonym w dniu 5 lutego 2008 roku, zostały szczegółowo opisane w części II niniejszego sprawozdania.

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>Umowa zawarta w dniu 25 lutego 2008 roku pomiędzy Power Media S.A. a PlusNet plc, należąca do grupy British Telecom, z Wielkiej Brytanii, o czy Spółka informowała.</p> <p>Przedmiotem umowy jest świadczenie usług w zakresie tworzenia, modyfikacji, testowania oraz wsparcia w zakresie oprogramowania komputerowego.</p> <p>Umowa znacząca ze względu na wartość.</p>	<p>Aneks do Prospektu Emisyjnego z dnia 5 lutego 2008, zatwierdzonego przez Komisję Nadzoru Finansowego w dniu 27 lutego 2008 roku</p>
<p>Umowa zawarta w dniu 25 marca 2008 roku pomiędzy Power Media S.A. a FC SPV Ruska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej też „Wynajmujący).</p> <p>Umowa dotyczy najmu lokalu przeznaczzonego na cele biurowe, o łącznej powierzchni 201,97 m², mieszczącego się przy ulicy Ruskiej we Wrocławiu.</p> <p>Szacunkowa wartość umowy w okresie 2 lat jej obowiązywania wyniesie 135.723,84 CHF netto, co na dzień zawarcia umowy według średniego kursu NBP stanowi równowartość 303.912,82 PLN.</p> <p>Umowa znacząca ze względu na wartość.</p>	<p>RB nr 9/2008 z dnia 31 marca 2008 roku</p>
<p>Umowa zawarta w dniu 15 kwietnia 2008 roku pomiędzy Power Media S.A. a Bankiem BZWBK S.A.</p> <p>Umowa z BZWBK S.A. została zawarta na okres 12 miesięcy tj. od dnia 15 kwietnia 2008 roku do dnia 15 kwietnia 2009 roku i jest ważnym elementem realizacji celu emisji akcji serii C przedstawionych w prospekcie emisyjnym Power Media S.A. tj. Budowa wizerunku marki i reklama serwisu ifirma.pl w ramach celu „Inwestycje związane z serwisem ifirma.pl”.</p> <p>Umowa znacząca ze względu na przedmiot.</p>	<p>RB nr 11/2008 z dnia 16 kwietnia 2008 roku</p>
<p>Umowy o świadczenie usług zawierane z Użytkownikami Serwisu ifirma.pl</p> <p>Umowa istotna ze względu na przedmiot.</p>	<p>Prospekt Emisyjny zatwierdzony w dniu 5 lutego 2008 roku</p>
<p>W związku z realizacją umów zawartych pomiędzy Spółką a Spółkami z grupy Siemens Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie</p>	<p>RB nr 25/2008 z dnia 8 lipca 2008 roku</p>



Power Media

<p>wartość obrotów w okresie od marca do dnia publikacji raportu bieżącego nr 25/2008, tj. 8 lipca 2008 wynosiła 3 241 707,19 zł.</p> <p>Powyższa wartość przekracza 10% kapitałów własnych Power Media S.A. uwzględniających emisję akcji serii C i tym samym stanowi kryterium do uznania obrotów z umowy za wartość znaczącą.</p>	
<p>W związku z realizacją umów zawartych pomiędzy Spółką a Spółkami z grupy Siemens Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie wartość obrotów w okresie od lipca do dnia publikacji raportu bieżącego nr 26/2008, tj. 27 sierpnia 2008 wynosiła 1 560 409,45 zł.</p> <p>Powyższa wartość przekracza 10% kapitałów własnych Power Media S.A. uwzględniających emisję akcji serii C i tym samym stanowi kryterium do uznania obrotów z umowy za wartość znaczącą.</p>	RB nr 26/2008 z dnia 27 sierpnia 2008 roku
<p>W związku z realizacją umów zawartych pomiędzy Spółką a Spółkami z grupy Siemens Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie wartość obrotów w okresie od września do dnia publikacji raportu bieżącego nr 28/2008, tj. 2 października 2008 wynosiła 873 866,18 zł.</p> <p>Powyższa wartość przekracza 10% kapitałów własnych Power Media S.A. uwzględniających emisję akcji serii C i tym samym stanowi kryterium do uznania obrotów z umowy za wartość znaczącą.</p>	RB nr 28/2008 z dnia 2 października 2008 roku
<p>W dniu 1 listopada 2008 roku podpisana została umowa z Grupą Onet.pl S.A. z siedzibą w Krakowie (dalej „Onet.pl”). Zawarta umowa dotyczy ustalenia zasad współpracy w zakresie tworzenia i udostępnienia w Portalu Onet.pl serwisu ifirma.pl w wersji Cobrand oraz jego promowania przez Onet, a także promowania przez Onet serwisu ifirma.pl.</p> <p>Umowa z Onet.pl została zawarta na okres 3 lat liczonych od dnia jej zawarcia, tj. 1 listopada 2008 roku i jest ważnym elementem realizacji celu emisji przedstawionego w prospekcie emisyjnym Power Media S.A., zatwierdzonym w dniu 5 lutego 2008 roku, tj. Budowa wizerunku marki i reklama serwisu ifirma.pl w ramach celu „Inwestycje związane z serwisem ifirma.pl”.</p>	RB nr 29/2008 z dnia 2 listopada 2008 roku
<p>W związku z realizacją umów zawartych pomiędzy Spółką a grupą kapitałową Siemens z siedzibą w Warszawie wartość obrotów w okresie od września do dnia publikacji raportu bieżącego nr 30/2008, tj. 6 listopada 2008 wynosiła 904 545,73 netto zł.</p> <p>Powyższa wartość przekracza 10% kapitałów własnych Power Media S.A. uwzględniających emisję akcji serii C i tym samym stanowi kryterium do uznania obrotów z umowy za wartość znaczącą.</p>	RB nr 30/2008 z dnia 6 listopada 2008 roku
<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 daty złożenia wniosków do Zarządu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. o dopuszczenie papierów wartościowych do obrotu do dnia publikacji raportu bieżącego nr 31/2008 z dnia 18 listopada 2008 roku wyniosła 962 095,72 netto PLN.</p> <p>Powyższa wartość przekracza 10% kapitałów własnych Power Media</p>	RB nr 31/2008 z dnia 18 listopada 2008 roku



Power Media

S.A. i tym samym stanowi kryterium do uznania obrotów z umów na wartość znaczącą.	
W związku z realizacją umów zawartych pomiędzy Spółka a Grupą Kapitałową Siemens z siedzibą w Warszawie wartość obrotów w okresie od listopada do dnia 31 grudnia 2008 roku wynosiła 1 079 560,00 zł.	RB nr 32/2008 z dnia 23 grudnia 2008 roku
Powyższa wartość przekracza 10% kapitałów własnych Power Media S.A. uwzględniających emisje akcji serii C i tym samym stanowi kryterium do uznania obrotów z umowy za wartość znaczącą.	

6.2 Umowy finansowania

Opis umów	Informacje o publikacji informacji szczegółowych
<p>Zakończenie w sierpniu 2008 umowy kredytowej z sierpnia 2006</p> <p>Umowa kredytowa była na kwotę 102.000 zł. z terminem zapłaty do lipca 2010 roku. Miesięczna rata kapitałowa wynosi 2.125 zł. W sierpniu 2008 został kredyt szybciej spłacony.</p> <p>Kredyt był przeznaczony na zakup 2 samochodów - Opel Vectra i Subaru Forester.</p> <p>Kredytodawca – Raiffeisen Bank</p> <p>Zabezpieczenia – Pełnomocnictwo do rachunku bieżącego w Raiffeisen Bank oraz zastaw rejestracyjny na pojeździe samochodowym marki Opel Vectra oraz Subaru Forester (czyli na samochodach, na zakup których przeznaczono kredyt)</p>	Prospekt Emisyjny zatwierdzony w dniu 5 lutego 2008 roku
<p>Zakończenie w kwietniu 2008 umowy leasingu operacyjno - zwrotnego zawartej w dniu 19 października 2006 roku pomiędzy Power Media S.A. („Korzystający”) a Raiffeisen Leasing Polska S.A. („Finansujący”).</p> <p>Przedmiotem umowy były zestawy komputerowe MAC.</p>	Prospekt Emisyjny zatwierdzony w dniu 5 lutego 2008 roku
<p>Zakończenie w lipcu 2008 umowy leasingu operacyjno - zwrotnego zawartej w dniu 26 stycznia 2007 roku pomiędzy Power Media S.A. („Korzystający”) a Raiffeisen Leasing Polska S.A. („Finansujący”).</p> <p>Przedmiotem umowy był Serwer HP Proliant DL380G4 X3, 4GHz/2M/1G oraz Urządzenie Wielofunkcyjne HP LaserJet 3392 (skaner+drukarka+ksero).</p>	Prospekt Emisyjny zatwierdzony w dniu 5 lutego 2008 roku
<p>Umowa leasingu operacyjno - zwrotnego zawarta w dniu 11 września 2007 roku pomiędzy Power Media S.A. („Korzystający”) a Raiffeisen Leasing Polska S.A. („Finansujący”).</p> <p>Przedmiotem umowy są zestawy komputerowe MAC.</p>	Prospekt Emisyjny zatwierdzony w dniu 5 lutego 2008 roku
Umowa leasingu operacyjno-zwrotnego zawarta w dniu 21 lutego 2008 pomiędzy Power Media S.A. („Korzystający”) a Raiffeisen Leasing Polska S.A. („Finansujący”).	Sprawozdanie Zarządu z działalności



Power Media

<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>dołączonego do SA-P/2008 z 19 września 2008</p>
---	--

6.3 Umowy zawarte po dniu bilansowym 31 grudnia 2008 roku

Opis znaczących umów	Informacje o publikacji informacji szczegółowych
<p>W związku z realizacją umów zawartych pomiędzy Spółka a Grupą Kapitałową Siemens z siedzibą w Warszawie wartość obrotów w okresie od listopada do dnia 31 grudnia 2008 roku wynosiła 1 030 539,28 PLN zł.</p> <p>Powyższa wartość przekracza 10% kapitałów własnych Power Media S.A. uwzględniających emisje akcji serii C 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 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 publikacji raportu bieżącego nr 4/2009 z dnia 22 stycznia 2009 roku wyniosła 964 321,42 netto PLN.</p> <p>Powyższa wartość przekracza 10% kapitałów własnych Power Media S.A. i tym samym stanowi kryterium do uznania obrotów z umów na wartość znaczącą.</p>	<p>RB nr 4/2009 z dnia 22 stycznia 2009</p>

6.4. Inne umowy

6.4.1. Umowy agencjami marketingowymi

W ramach realizacji celów emisyjnych, które szczegółowo zostały opisane w Prospekcie Emisyjnym zatwierdzonym w dniu 5 lutego 2008 roku, Spółka wybrała 2 agencje marketingowe i jeden dom mediowy, które będą odpowiadać za kampanię promocyjno-marketingową serwisu ifirma.pl. Z wszystkimi tymi podmiotami podpisane zostały umowy o współpracy, które to jednak nie spełniają definicji umów znaczących, toteż nie były ujęte w formie raportów bieżących.

W zakresie kompleksowej działalności reklamowej above-the-line (ATL) i below-the-line (BTL) dla marki ifirma.pl odpowiadać będzie Just Sp z.o.o. z siedzibą w Poznaniu. Umowa z Just Sp. z o.o. została podpisana w dniu 27 maja 2008 roku.



Domem mediowym kampanii będzie Media Concept Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, z którym umowa została podpisana w dniu 8 kwietnia 2008 roku.

Firma z Digital One Sp. z o.o. z Łodzi zajmie się prowadzeniem badań rynkowych, doradztwem przy budowanie strategii, e-marketingiem, e-advertisingiem, oraz innymi działaniami związanymi z Internetem. Umowy z Digital One Sp. z o.o. zostały podpisane w dniu 2 kwietnia 2008 roku.

6.4.2. Umowy nieznaczące

Dodatkowo w 2008 roku oraz w okresie od 1 stycznia 2008 roku do dnia publikacji mniejszego sprawozdania Spółka podpisała kilka umów na rekrutację specjalistów IT oraz na usługi IT, które to jednak nie spełniają definicji umów znaczących dlatego nie były ujęte w formie raportów bieżących.

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

Poza wyżej wymienionymi umowami, w 2008 roku nie były zawierane inne umowy znaczące dla działalności spółki, w tym pomiędzy akcjonariuszami, umowach ubezpieczenia, współpracy lub kooperacji

7. Ważne osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju

W badanym okres sprawozdawczym oraz w okresie od 1 stycznia 2009 roku do dnia publikacji mniejszego 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 roku 2008 nabycie udziałów (akcji) własnych nie miało miejsca.

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

Postępowania dotyczącego zobowiązań albo wierzytelności Spółki, których wartość jednostkowa bądź łączna stanowi co najmniej 10 % kapitałów własnych Spółki nie wystąpiły.



Power Media

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

Spółka w I kwartale 2008 przeprowadziła pierwszą ofertę publiczną akcji, z której środki wpłynęły w II kwartale 2008 roku. Operacja ta miała istotny wpływ na bilans (stan środków pieniężnych, kapitał własny, rozliczenia międzyokresowe), oraz rachunek przepływów pieniężnych.

Suma bilansowa na koniec 2008 wyniosła 9 499,53 tys. zł, czyli 3-krotnie więcej niż koniec roku 2007. Jest to wynikiem oferty publicznej, jak również wypracowania przez Spółkę zysku.

Aktywa obrotowe stanowią 92,7% aktywów Spółki. Po stronie aktywów nastąpił 6,78 krotny wzrost poziomu gotówki do kwoty 6 689,37 tys. Środki te w większości pochodzą z oferty publicznej. Należności krótkoterminowe wzrosły o 29% do kwoty 1 874,04 tys. zł.

Stan aktywów trwałych wzrósł 2,08-krotnie do 690,21 tys. zł. Na wzrost ten składa się przede wszystkim 2,34-krotne zwiększenie stanu rzeczowych aktywów trwałych do 407,18 tys. zł. Jest to wynikiem zakupu sprzętu i oprogramowania na potrzeby serwisu firma.pl, jak również innych działań firmy. Mimo wzrostu, rzeczowe aktywa trwałe, z uwagi na charakter prowadzonej działalności, wciąż nie odgrywają istotnej roli w strukturze aktywów Spółki.

Po stronie pasywów, głównie w wyniku przeprowadzenia oferty publicznej, kapitał własny wzrósł 4,61 krotnie do kwoty 8 073,40 tys. zł. W wyniku emisji nowych akcji kapitał podstawowy wzrósł do 640 tys. zł. Zobowiązania łącznie wzrosły jedynie o 1% do kwoty 1 426,13 tys. zł.

Spółka w 2008 wypracowała zysk netto w kwocie 170,59 tys. zł. Zysk ów został wypracowany mimo poniesienia przez Spółkę w IV kwartale 2008 roku znacznych wydatków na reklamę i promocję serwisu ifirma.pl, rozliczanych bezpośrednio w koszty prowadzonej działalności.

Całkowite dodatnie przepływy pieniężne w 2008 wyniosły 6 780,10 tys. zł. Działalność operacyjna wygenerowała 897,96 tys. zł gotówki. Ujemne przepływy pieniężne z działalności inwestycyjnej w kwocie -200,41 tys. zł spowodowane są przede wszystkim wydatkami na zakup składników majątku trwałego w ramach realizowanego programu inwestycyjnego. Działalność finansowa, w szczególności przeprowadzenie oferty publicznej, wygenerowała dodatni przepływ pieniężny w kwocie 5 706,98 tys. zł.

1.1 Wskaźniki płynności

Wskaźnik		Optimum	2007 r.	2008 r.
Wskaźnik płynności I	(aktywa obrotowe /bieżące zobowiązania)	1,5	2,1	7,1



Power Media

Wskaźnik płynności II	((aktywa obrotowe - zapasy) / bieżące zobowiązania)	2,0	2,1	7,1
Wskaźnik płynności III	(środki pieniężne i inne aktywa pieniężne) / bieżące zobowiązania)	1,0	0,7	5,4

Ponieważ w II kwartale 2008 wpłynęły do Spółki środki pieniężne z przeprowadzonej w I kwartale pierwszej oferty publicznej, wszystkie wskaźniki płynności na koniec 2008 wykazują wartości znacznie przewyższające optimum.

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

1.2 Wskaźniki zadłużenia

Wskaźnik			2007 r.	2008 r.
Wskaźnik ogólnego zadłużenia	(zobowiązania ogółem / aktywa ogółem) bez ZFSS	%	43,4	15
Wskaźnik zadłużenia długoterminowego	(zobowiązania długoterminowe / kapitały własne)	%	2,8	0,02

W wyniku pozyskania środków z oferty publicznej ogólne zadłużenie Spółki zmalało do 15% sumy bilansowej i składa się w przeważającej mierze ze zobowiązań krótkoterminowych, szczególnie z tytułu wynagrodzeń i ubezpieczeń społecznych. Zobowiązania krótkoterminowe są z nawiązką pokryte należnościami krótkoterminowymi, które klienci Spółki zwykli regulować w terminie. Niski poziom zadłużenia długoterminowego wynika z niewielkiej roli rzeczowych składników majątku trwałego w działalności Spółki.

1.3 Wskaźniki rentowności

Wskaźnik			2007 r.	2008 r.
Rentowność aktywów (ROA)	(wynik netto / przeciętny stan aktywów) *100	%	13,3	2,7
Rentowność kapitałów własnych (ROE)	(wynik netto / przeciętny stan kapitałów własnych) *100	%	22,5	3,5



Power Media

Rentowność brutto sprzedaży produktów, towarów i materiałów	(wynik brutto na sprzedaży / przychody ze sprzedaży)*100	%	16,9	23,0
--	--	---	-------------	-------------

Rentowność Spółki w 2008 roku była niewielka ze względu na poniesienie wysokich kosztów promocji serwisu ifirma.pl w IV kwartale 2008 roku. Jednocześnie Spółka poprawiła rentowność sprzedaży o 6,1%.

1.4 Wskaźniki obrotowości

Wskaźnik			2007 r.	2008 r.
Wskaźnik rotacji majątku obrotowego	przychody ze sprzedaży / średni stan aktywów obrotowych		4,8	2,3
Szybkość obrotu należności z tyt. dostaw i usług	(przec. należności z tyt. dostaw, robót i usług *t) / przychody ze sprzedaży	dni	35,8	40,6
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	5,7	7,7

Cykl obrotu należności i zobowiązań w 2008 roku w Spółce nieznacznie się wydłużył 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 płace o terminie płatności narzuconym ustawowo.

2. Prognozy wyników finansowych

Power Media S.A. nie publikowała prognoz wyników finansowych oraz danych szacunkowych na 2008 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.



Power Media

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

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

Poniesione nakłady inwestycyjne ze środków emisji od dnia 1 stycznia 2008 roku do dnia 31 grudnia 2008 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:	57 067,72	101 822,53	1 610 402,61	1 441 402,22	1 769 292,86
- Budowa infrastruktury call-center i systemu obsługi klienta	57 067,72	86 364,09	162 677,47	162 632,57	306 109,28
- Rozbudowa serwerowi	0,00	15 458,44	0,00	0,00	15 458,44
- Budowa wizerunku marki i reklama serwisu	0,00	0,00	1 447 725,14	1 278 769,65	1 447 725,14
2. Rozbudowa działu sprzedaży usług informatycznych i produktów, marketing	0,00	0,00	9 250,00	9 250,00	9 250,00
3. Zakup wyposażenia firmy (komputery, narzędzia programistyczne)	28 411,00	313 963,60	1 128,95	1 128,95	343 503,55
Razem	85 478,72	415 786,13	1 620 781,56	1 451 781,17	2 122 046,41



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:	57 067,72	102 657,53	2 738 285,74	1 441 402,22	2 898 010,99
- Budowa infrastruktury call-center i systemu obsługi klienta	57 067,72	87 199,09	162 677,47	162 632,57	306 944,28
- Rozbudowa serwerowni	0,00	15 458,44	0,00	0,00	15 458,44
- Budowa wizerunku marki i reklama serwisu	0,00	0,00	2 575 608,27	1 278 769,65	2 575 608,27
2. Rozbudowa działu sprzedaży usług informatycznych i produktów, marketing	0,00	11 640,11	31 737,43	9 250,00	43 377,54
3. Zakup wyposażenia firmy (komputery, narzędzia programistyczne)	28 411,00	322 561,07	4 573,43	1 128,95	355 545,50
Razem	85 478,72	436 858,71	2 774 596,60	1 451 781,17	3 296 934,03

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 harmonogramem przyjętym w prospekcie emisyjnym z dnia 5 lutego 2008 roku, tj. pkt. 3.4 Dokumentu ofertowego - Przesłanki oferty i opis wykorzystania wpływów pieniężnych.

Spółka nie planuje poniesienia wydatków inwestycyjnych o innym charakterze niż przedstawione powyżej.



Power Media

5. Kredyty i pożyczki, poręczenia i gwarancje

W sierpniu 2008 roku Spółka spłaciła z dwuletnim wyprzedzeniem kredyt inwestycyjny.

Umowa kredytowa była na kwotę 102.000 zł. z terminem zapłaty do lipca 2010 roku. Miesięczna rata kapitałowa wynosi 2.125 zł.

Kredyt był przeznaczony na zakup 2 samochodów - Opel Vectra i Subaru Forester.

Kredytodawca – Raiffeisen Bank

Zabezpieczenia – Pełnomocnictwo do rachunku bieżącego w Raiffeisen Bank oraz zastaw rejestracyjny na pojeździe samochodowym marki Opel Vectra oraz Subaru Forester (czyli na samochodach, na zakup których przeznaczono kredyt)

Na dzień publikacji Spółka nie ma żadnych kredytów i pożyczek, jak również w roku obrotowym Spółka nie zaciągała kredytów i pożyczek ani nie udzielono jej poręczeń i gwarancji. Power Media S.A. w roku obrotowym nie udzielała pożyczek, poręczeń i gwarancji.

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

W ocenie Power Media S.A. nie wystąpiły czynniki i zdarzenia nadzwyczajne, w szczególności o nietypowym charakterze, mające wpływ na działalność podstawową Spółki i jej rynku oraz na wyniki osiągnięte przez Power Media S.A. w 2008 roku.

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

Spółka nie publikowała prognoz za rok 2008.



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 czy Spółka informowała szczegółowo w raporcie bieżącym nr 7/2008 z dnia 20 marca 2008 roku oraz
- zasady dotyczącej zapewnienia funkcjonowania strony internetowej w języku angielskim w zakresie wskazanej w części II.1 "Dobrych praktyk Spółek notowanych na GPW", o czy 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 księgowe 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 publikacji prospektu emisyjnego z dnia 5 lutego 2008 roku.

Akcjonariusz	Liczba akcji	Udział w kapitale zakładowym	Liczba głosów	Udział w liczbie głosów
Wojciech Narczyński	1 700 000	34,00%	2 575 000	34,33%
Andrzej Parszuto	1 700 000	34,00%	2 575 000	34,33%
Marta Przewłocka	1 000 000	20,00%	1 500 000	20,00%
Agnieszka Kozłowska	250 000	5,00%	375 000	5,00%

Razem liczba akcji w kapitale zakładowym na dzień publikacji prospektu emisyjnego: 5.000.000 (pięć milionów)

Razem liczba głosów w kapitale zakładowym na dzień publikacji prospektu emisyjnego: 7.500.000 (siedem milionów pięćset tysięcy)

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 2008 rok.

Akcjonariusz	Liczba akcji	Udział w kapitale zakładowym	Liczba głosów	Udział w liczbie głosów
Wojciech Narczyński	1.700.000	26,56%	2 575 000	28,93%
Andrzej Parszuto	1.700.020	26,56%	2 575 020	28,93%
Marta Przewłocka	1.000.000	15,63%	1 500 000	16,85%

Razem liczba akcji w kapitale zakładowym na dzień publikacji niniejszego sprawozdania wynosi 6.400.000 (sześć milionów czterysta tysięcy).

Razem liczba głosów na Walnym Zgromadzeniu na dzień publikacji niniejszego sprawozdania wynosi 8.900.000 (osiem milionów dziewięćset tysięcy).



Power Media

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.

Akcjonariusz	Liczba akcji	Udział w kapitale zakładowym	Liczba głosów	Udział w liczbie głosów
Wojciech Narczyński	1.700.000	26,56%	2.575.000	28,93%
Andrzej Parszuto	1.700.020	26,56%	2.575.020	28,93%
Marta Przewłocka	1.000.000	15,63%	1.500.000	16,85%

Razem liczba akcji w kapitale zakładowym na dzień publikacji niniejszego sprawozdania wynosi 6.400.000 (sześć milionów czterysta tysięcy).

Razem liczba głosów na Walnym Zgromadzeniu na dzień publikacji niniejszego sprawozdania wynosi 8.900.000 (osiem milionów dziewięćset tysięcy).

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

Na dzień publikacji niniejszego sprawozdania kapitał Spółki wynosi 640.000 zł (słownie sześćset czterdzieści tysięcy) i dzielił się na:

- 1) 2.500.000 (słownie dwa miliony pięćset tysięcy) akcji uprzywilejowanych serii A o wartości nominalnej 0,10zł (dziesięć groszy) każda
- 2) 2.500.000 (słownie dwa miliony pięćset tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii B o wartości nominalnej 0,10zł (dziesięć groszy) każda
- 3) 1.400.000 (słownie jeden milion czterysta tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii C o wartości nominalnej 0,10zł (dziesięć groszy) 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 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	875 000	87 500	13,67%	1 750 000	19,66%
Andrzej Parszuto	Wiceprezes Zarządu	875 000	87 500	13,67%	1 750 000	19,66%
Marta Przewłocka	Wiceprezes Zarządu	500 000	50 000	7,81%	1 000 000	11,24%
Agnieszka Kozłowska	Członek Zarządu	125 000	12 500	1,95%	250 000	2,81%
Jacek Kaczmarek		75 000	7 500	1,17%	150 000	1,69%
Izabela Bieñkowska		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 (dwa miliony pięćset tysięcy).



Power Media

Razem liczba głosów wynikająca z praw akcji serii A na Walnym Zgromadzeniu na dzień publikacji niniejszego sprawozdania wynosi 5.000.000 (pięć milionów).

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**

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**

Według wiedzy Zarządu Power Media S.A. nie zostały uzgodnione przez członków Zarządu i członków Rady Nadzorczej żadne ograniczenia w zakresie przenoszenia praw własności papierów wartościowych Spółki oraz ograniczenia w zakresie wykonywania prawa głosu przypadające na akcje Spółki.

Wszyscy członkowie Zarządu, będący jednocześnie akcjonariuszami Spółki, oraz akcjonariusze Spółki na dzień bilansowy 31 grudnia 2007 roku, zawarli w dniu 24 sierpnia 2007 roku (aneksowaną w dniu 23 listopada 2007 r.), na podstawie art. 338 § 1 KSH, umowę czasowego wyłączenia prawa zbycia posiadanych przez siebie akcji (umowy typu „lock-up”), dotyczącą wszystkich akcji Serii A oraz Serii B. Wyłączenie prawa zbycia Akcji ma obowiązywać przez okres 12 miesięcy od dnia pierwszego notowania Akcji Emitenta na rynku regulowanym. Na czas obowiązywania umowy, dokumenty odcinków zbiorowych Akcji zostaną złożone do depozytu Biura Maklerskiego Banku DnB NORD Polska S.A. Umowa, o której mowa powyżej obowiązuje do dnia 6 maja 2009 roku.

- 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.



Power Media

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 spółki 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.

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.

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

- a) powoływanie i odwoływanie członków Zarządu, w tym Prezesa Zarządu, z zastrzeżeniem § 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) nabycie, zbycie lub obciążenie nieruchomości, użytkowania wieczystego, zbywalnego spółdzielczego prawa, lub udziału w tych prawach.

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

W analizowanym okresie sprawozdawczym nie były dokonywane żadne zmiany w statucie i umowie Spółki. Zasady zmiany statutu lub umowy Spółki nie odbiegają od zasad obowiązującego prawa.



Power Media

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.

Uprawnieni z akcji imiennych i świadectw tymczasowych oraz zastawnicy i użytkownicy, którym przysługuje prawo głosu, mają prawo uczestniczenia w Walnym Zgromadzeniu jeżeli zostali wpisani do księgi akcyjnej, co najmniej na tydzień przed odbyciem Walnego Zgromadzenia.

Akcjonariusze Spółki posiadający akcje zdematerializowane mają prawo uczestniczyć i wykonywać prawo głosu na Walnym Zgromadzeniu, jeżeli złożą w Spółce imienne świadectwa depozytowe wystawione przez podmiot prowadzący rachunek papierów wartościowych zgodnie z przepisami ustawy z dnia 29 lipca 2005 roku o obrocie instrumentami finansowymi.

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

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

W dniu 12 maja 2008 roku Przewodniczący Rady Nadzorczej – Pan Sławomir Najnigier - złożył rezygnację z pełnionej przez siebie funkcji, o czym Spółka informowała w raporcie bieżącym nr 18/2008 z dnia 13 maja 2008 roku.

W dniu 23 czerwca 2008 roku ZWZA uchwałą nr 16 powołało na stanowisko Przewodniczącego Rady Nadzorczej Panią Anastazję Kołodziej. Spółka szczegółowo informowała o tym raporcie bieżącym nr 24/2008 z dnia 24 czerwca 2008 roku.

W dniu 23 czerwca 2008 roku odbyło się Zwyczajne Walne Zgromadzenie w sprawie:



Power Media

- zatwierdzenia sprawozdania Zarządu z działalności Spółki w roku 2007;
- zatwierdzenia sprawozdania finansowego Spółki za rok 2007;
- zatwierdzenia sprawozdania Rady Nadzorczej z działalności w 2007 r.
- udzielenia absolutorium członkom Zarządu z wykonywania obowiązków w roku 2007;
- udzielenia absolutorium członkom Rady Nadzorczej z wykonywania obowiązków w roku 2007;
- wyboru Przewodniczącego Rady Nadzorczej w związku ze złożeniem rezygnacji z pełnienia funkcji członka Rady Nadzorczej przed dotychczasowego Przewodniczącego Rady Nadzorczej;
- przekazania zysku za rok obrotowy 2007 na kapitał zapasowy spółki.

O treści uchwał podjętych przez ZWZA Spółka informowała w raporcie bieżącym nr 22/2008 z dnia 24 czerwca 2008 roku.

Organami spółki są:

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

Opis działania organów zarządzających i nadzorujących zawarty jest w 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.



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 2008 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 2008.

- 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 2008 roku

Imię i nazwisko	Umowa o prace	Uchwała powołania	Wartość innych świadczeń	Razem
Wojciech Narczyński	0,00	182 857,15	0,00	182 857,15
Andrzej Parszuto	0,00	182 857,15	0,00	182 857,15
Marta Przewłocka	0,00	182 857,15	0,00	182 857,15
Agnieszka Kozłowska	13 395,67	72 000,00	0,00	85 395,67
Razem	13 395,67	620 571,45	0,00	633 967,12



Power Media

Wynagrodzenie brutto Rady Nadzorczej Power Media S.A. w 2008 roku

Imię i nazwisko	Wynagrodzenie	Wartość innych świadczeń	Razem
Anastazja Kołodziej	1 000,00	124,60	1 124,60
Alicja Korbecka	1 000,00	0,00	1 000,00
Ewa Mińska-Struzik	1 000,00	161,00	1 161,00
Sławomir Najnigier	500,00	601,78	1 101,78
Ireneusz Werner	1 000,00	0,00	1 000,00
Monika Wysocka	1 000,00	0,00	1 000,00
Razem	5 500,00	887,38	6 387,38

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 2008 roku.

Imię i nazwisko	Pełniona funkcja	Liczba akcji	Wartość nominalna akcji w zł	Udział w kapitale zakładowym	Ilość głosów	Udział w głosowaniu
Wojciech Narczyński	Prezes Zarządu	1.700.000	170.000	26,56%	2.575.000	28,93%
Andrzej Parszuto	Wiceprezes Zarządu	1.700.020	170.000	26,56%	2.575.020	28,93%
Marta Przewłocka	Wiceprezes Zarządu	1.000.000	100.000	15,63%	1.500.000	16,85%
Agnieszka Kozłowska	Członek Zarządu	250.000	25.000	3,91%	375.000	4,21%
Anastazja Kołodziej	Członek Rady Nadzorczej	0	0	0,00%	0	0,00%
Alicja Korbecka	Członek Rady Nadzorczej	0	0	0,00%	0	0,00%
Ewa Mińska-Struzik	Członek Rady Nadzorczej	0	0	0,00%	0	0,00%
Ireneusz Werner	Członek Rady Nadzorczej	0	0	0,00%	0	0,00%
Monika Wysocka	Członek Rady Nadzorczej	0	0	0,00%	0	0,00%

Razem liczba akcji w kapitale zakładowym na dzień publikacji niniejszego sprawozdania wynosi 6.400.000 (sześć milionów czterysta tysięcy).

Razem liczba głosów na Walnym Zgromadzeniu na dzień publikacji niniejszego sprawozdania wynosi 8.900.000 (osiem milionów dziewięćset tysięcy).



Power Media

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	Wartość nominalna akcji w zł	Udział w kapitale zakładowym	Ilość głosów	Udział w głosowaniu
Wojciech Narczyński	Prezes Zarządu	1.700.000	170.000	26,56%	2.575.000	28,93%
Andrzej Parszuto	Wiceprezes Zarządu	1.700.020	170.000	26,56%	2.575.020	28,93%
Marta Przewłocka	Wiceprezes Zarządu	1.000.000	100.000	15,63%	1.500.000	16,85%
Agnieszka Kozłowska	Członek Zarządu	250.000	25.000	3,91%	375.000	4,21%
Anastazja Kołodziej	Członek Rady Nadzorczej	0	0	0,00%	0	0,00%
Alicja Korbecka	Członek Rady Nadzorczej	0	0	0,00%	0	0,00%
Ewa Mińska-Struzik	Członek Rady Nadzorczej	0	0	0,00%	0	0,00%
Ireneusz Werner	Członek Rady Nadzorczej	0	0	0,00%	0	0,00%
Monika Wysocka	Członek Rady Nadzorczej	0	0	0,00%	0	0,00%

Razem liczba akcji w kapitale zakładowym na dzień publikacji niniejszego sprawozdania wynosi 6.400.000 (sześć milionów czterysta tysięcy).

Razem liczba głosów na Walnym Zgromadzeniu na dzień publikacji niniejszego sprawozdania wynosi 8.900.000 (osiem milionów dziewięćset tysięcy).

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

Powyższe umowy nie występują.

Wszyscy członkowie Zarządu, będący jednocześnie akcjonariuszami Spółki, oraz akcjonariusze Spółki na dzień bilansowy 31 grudnia 2007 roku, zawarli w dniu 24 sierpnia 2007 roku (aneksowaną w dniu 23 listopada 2007 r.), na podstawie art. 338 § 1 KSH, umowę czasowego wyłączenia prawa zbycia posiadanych przez siebie akcji (umowy typu „lock-up”), dotyczącą wszystkich akcji Serii A oraz Serii B. Wyłączenie prawa zbycia Akcji ma obowiązywać przez okres 12 miesięcy od dnia pierwszego notowania Akcji Emitenta na rynku regulowanym. Na czas obowiązywania umowy, dokumenty odcinków zbiorowych Akcji zostaną złożone do depozytu Biura Maklerskiego Banku DnB NORD Polska S.A. Umowa, o której mowa powyżej obowiązuje do dnia 6 maja 2009 roku.



Power Media

6. Program akcji pracowniczych/Program Motywacyjny

W ramach realizacji Programu Motywacyjnego oraz zgodnie z Regulaminem Programu Motywacyjnego, Zarząd Spółki sporządził w dniu 30 czerwca 2008 roku listę osób uprawnionych do udziału w części Programu rozpoczynającej się w 2008 roku, czyli warrantów subskrypcyjnych serii A. W dniu 21 lipca 2008 roku podpisane zostały umowy z osobami uprawnionymi do udziału w programie w roku 2008. Programem objętych zostało 10 pracowników i współpracowników Spółki.

W dniu 31 grudnia 2008 roku Zarząd sporządził listę osób uprawnionych do udziału w części Programu rozpoczynającej się w 2009 roku, czyli warrantów serii B, umowy z osobami uprawnionymi do udziału w programie w roku 2009 podpisano w dniu 31 stycznia 2009 roku.

Zarząd dokonał weryfikacji spełnienia kryteriów i warunków nabycia prawa do objęcia warrantów subskrypcyjnych serii A w części programu za rok 2008, natomiast Rada Nadzorcza podjęła uchwałę o spełnieniu kryteriów przez poszczególne osoby uczestniczące w programie w roku 2008 ze wskazaniem ilości Warrantów przypadającej każdej z nich oraz przeznaczeniem warrantów nieprzydzielonych w roku 2008 na cele programu motywacyjnego w kolejnych latach obowiązywania programu.

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 Konsult sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie:

- a) Umowa z podmiotem uprawnionym do badania sprawozdań finansowych- umowa z dnia 07 lipca 2008 - umowa zadaniowa - tj. na wykonanie zadania zbadania roku 2008 i dokonania przeglądu I półrocza 2008, termin realizacji 15.04.2009
- b) Wynagrodzenia Podmiotu uprawnionego do badania Sprawozdań Finansowych, wypłaconych lub należnych za rok 2008
 - za zbadanie SF za 2008r. - 10.500zł
 - wynagrodzenie za przegląd 2008 I półrocze - 6.500zł



Power Media

- przygotowanie interpretacji dot. kosztów emisji w ujęciu podatku dochodowego i VAT – 1500zł,
 - wystąpienie o interpretację kosztów emisji do Ministra Finansów – 1000zł,
 - skarga na wydana interpretację do Wojewódzkiego sądu Administracyjnego – 3500zł,
 - za reprezentację w postępowaniu podatkowym – 900zł.
- c) Wynagrodzenia Podmiotu uprawnionego do badania Sprawozdań Finansowych, wypłaconych lub należnych za rok 2007
- wynagrodzenie za zbadanie sprawozdań finansowych za przegląd i zbadanie lat 2004-2006 - 18.000zł łącznie. Badanie dotyczyło sprawozdań finansowych do Prospektu Emisyjnego z dnia 5 lutego 2007 roku.
 - wynagrodzenie za zbadanie SF za 2007r. - 9.000zł
 - wynagrodzenie za przegląd SF za I półrocze 2007r. - 6.000zł