



Power Media

**SPRAWOZDANIE ZARZĄDU
Z DZIAŁALNOŚCI POWER MEDIA S.A.
DO PÓŁROCZNEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO
W 2008 ROKU**

**ZA OKRES
1 STYCZNIA 2008 – 30 CZERWCA 2008**

Wrocław, wrzesień 2008



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
NIP	898-16-47-572
KRS	0000281947

Power Media S.A., dalej „Spółka”, powstała w wyniku przekształcenia spółki z ograniczoną odpowiedzialnością Power Media sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu. Poprzednik prawny Spółki został utworzony 16 września 1997 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 7220Z). W dniu 20 marca 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 czerwca 2007 r. Rada Nadzorcza została powołana na okres kadencji 5 lat.

W okresie od 01 stycznia 2008 do 12 maja 2008 skład Rady Nadzorczej Power Media S.A. przedstawiał się następująco:

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

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 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 czerwca 2007 r. Zarząd powołany został na okres kadencji 5 lat.

W okresie od 01 stycznia 2008 do 30 czerwca 2008 skład Zarządu nie uległ zmianie. Skład Zarządu w tym okresie przedstawiał się następująco:

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

Na dzień bilansowy 30 czerwca 2000 roku i do dnia publikacji niniejszego sprawozdania skład Zarządu przedstawia się następująco:

- 5) Wojciech Narczyński – Prezes Zarządu
- 6) Andrzej Parszuto – Wiceprezes Zarządu
- 7) Marta Przewłocka – Wiceprezes Zarządu
- 8) 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.

1.2.3 Zasady powoływania i odwoływania osób zarządzających oraz uprawnienia osób zarządzających

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 z dnia 27 kwietnia 2007 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.

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 Uchwałą Zgromadzenia Wspólników z dnia 27 kwietnia 2007 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.

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.

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 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.

Ogólna liczba głosów wynikająca ze wszystkich wyemitowanych przez Spółkę akcji po zarejestrowaniu zmiany wysokości kapitału zakładowego wynosi 8.900.000 głosów.

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- 30.06.2007	01.01.2008- 30.06.2008	Na dzień publikacji SA-P 2008
Pracownicy umysłowi	148	117	134
Pracownicy na stanowisku robotniczym	1	1	1
Razem	149	118	135

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 30 czerwca 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



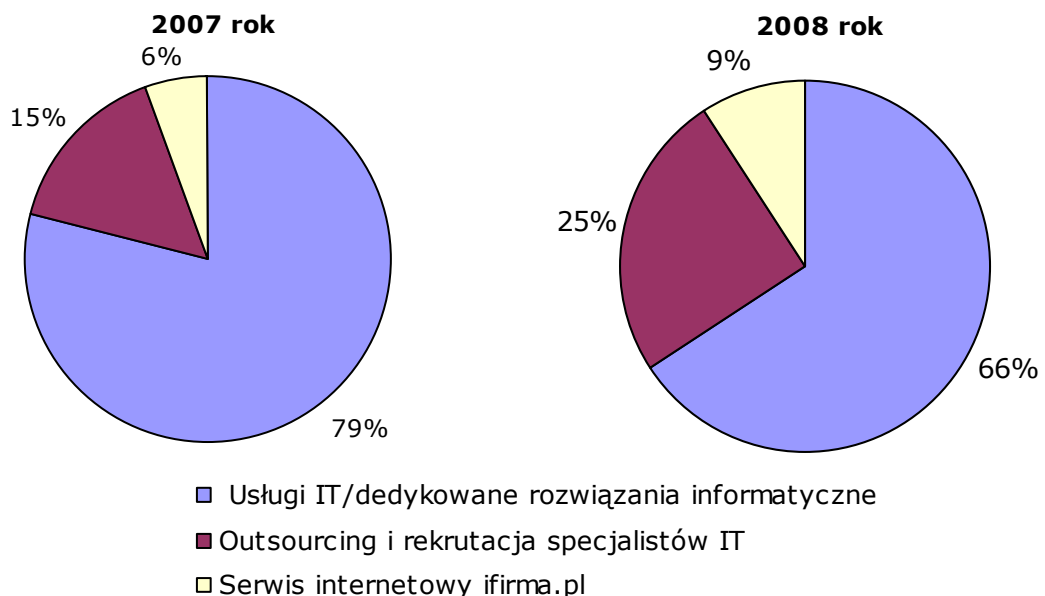
siedzibie głównej przy ul. Kiełbaśniczej 24 we Wrocławiu. Dodatkowo w marcu 2008 Spółka wynajęła dodatkowa powierzchnię biurową przy ulicy Ruskiej 41 we Wrocławiu.

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 pierwszym półroczu 2008 roku:
6 641,48 tys. zł**

**Razem przychody ze sprzedaży w pierwszym półroczu 2007 roku:
5 331,00 tys. 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 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. Ten obszar działalności charakteryzuje się największym potencjałem wzrostowym oraz unikalnym modelem biznesowym.

Usługi IT/dedykowane rozwiązania informatyczne

Obecnie największa część przychodów osiągana jest ze sprzedaży usług IT/dedykowanych rozwiązań informatycznych. Udział tej działalności w pierwszym półroczu 2008 roku wyniósł 4 367,54 tys. zł, co stanowi 66% w przychodach ogółem, a w porównywalnym okresie 2007 roku stanowił 79% przychodów. Na spadek udziału tej działalności w przychodach ogółem miał wpływ wzrost przychodów w obszarze outsourcingu (do 25%) i serwisu ifirma.pl (do 9%). 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, Plus Net (British Telecom)- współpraca od 2008 roku.

Realizacja przykładowych projektów w tym zakresie polegała na:

- przygotowaniu i testowaniu oprogramowania dla telefonów komórkowych
- przygotowaniu aplikacji służącej do obsługi naziemną samolotów lotnictwa ogólnego
- przygotowanie i wdrożenie systemu do archiwizacji materiałów filmowych dla stacji telewizyjnej.

Długoletnie doświadczenie Power Media S.A. w realizacji projektów informatycznych pozwoliło na wypracowanie własnego procesu tworzenia systemów informatycznych, co jest szczególnie przydatne przy międzynarodowym charakterze projektów oraz wielostronnym zaangażowaniu specjalistów, tak po stronie Power Media S.A., jak i jego kontrahentów.

Większość projektów informatycznych realizowana jest na zasadzie tworzenia dedykowanego rozwiązania tzn. system tworzony jest na indywidualne potrzeby klienta. Powstaje w takim wypadku rozwiązanie unikatowe. W tym modelu współpracy klient ma najczęściej wszelkie prawa do wyników prac (kodów źródłowych).

Outsourcing i rekrutacja specjalistów IT

Spółka w dalszym ciągu wykorzystuje zmiany zachodzące na rynku IT w Polsce oraz szanse wynikające z otwarcia przez niektóre kraje Unii Europejskiej rynków dla polskich pracowników, a z tym wiążąca się emigracja specjalistów IT. W ramach tego filaru działalności Power Media S.A. wprowadziła w 2006 roku do wachlarza oferowanych usług outsourcing i rekrutację specjalistów IT.



Spółka oferuje swoje usługi z tego działu korporacjom działającym na polskim rynku i zagranicą. Przychody z tego tytułu w pierwszej połowie 2008 roku osiągnęły 1 673,82 tys. zł i ich udział w przychodach Spółki ogółem wzrósł do 25%. W analogicznym okresie 2007 roku stanowił 15% 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:

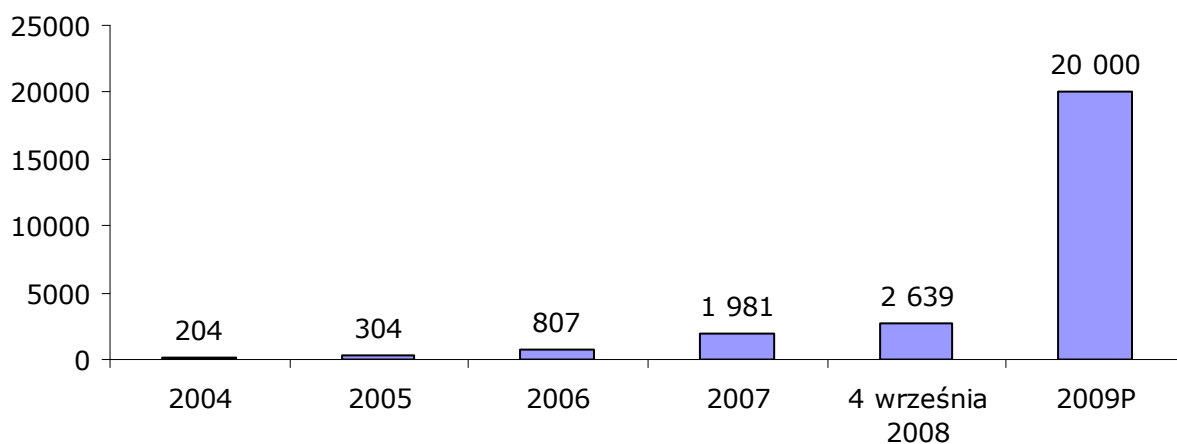
www.ifirma.pl

Serwis internetowy ifirma.pl w dalszym ciągu notuje systematyczny i dynamiczny wzrost liczby klientów, co znajduje odzwierciedlenie we wzroście procentowego udziału przychodów z serwisu w przychodach Spółki ogółem. W raportowanym okresie sprawozdawczym wyniósł on 9%, a w analogicznym okresie 2007 roku wynosił 6%.

W okresie od 1 stycznia 2008 do 30 czerwca 2008 roku przychody z serwisu ifirma.pl wyniosły 600,13 tys. zł co stanowi stu procentowy (100%) wzrost w stosunku do tego samego okresu sprawozdawczego roku poprzedniego (303,31 tys. zł). Przychody z serwisu za cały rok 2007 wyniosły 744,70 tys. zł, co stanowiło 7% wartości przychodów Spółki ogółem w 2007 roku.

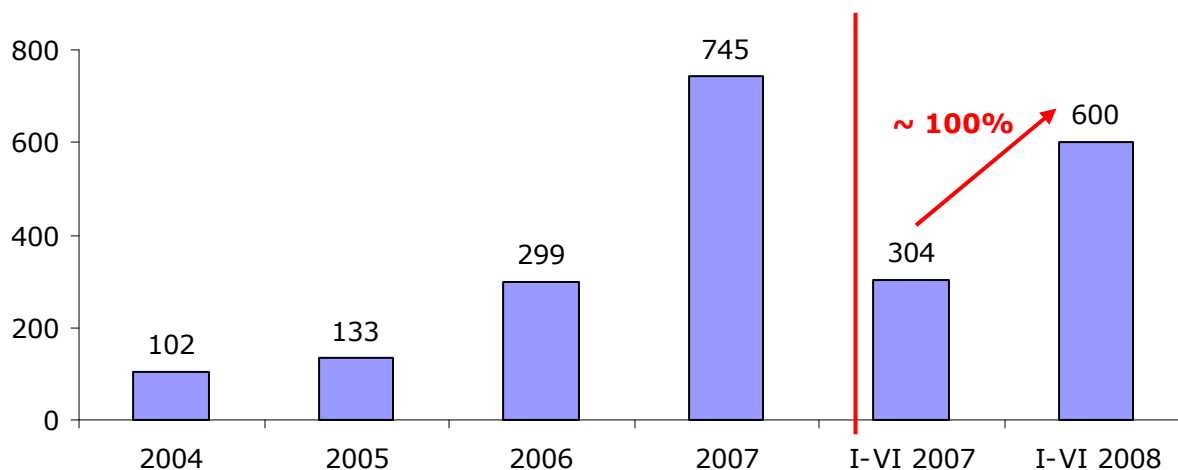
Na dzień 30 czerwca 2008 roku z serwisu korzystało 2521 użytkowników, opłacających comiesięczny abonament w wysokości 45 zł/m netto.

Aktywni użytkownicy serwisu ifirma.pl





Przychody serwisu ifirma.pl w tys. zł



W ocenie Power Media S.A. jest to ten obszar działania, który ma 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.

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 serwisu pitroczny.pl skorzystało ponad 6000 podatników.

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

W analizowanym okresie sprawozdawczym Spółka nie korzystała ze źródeł zaopatrzenia w materiały do produkcji, w towary i usługi, których udział od jednego dostawcy przekroczyłby próg 10% przychodów ze sprzedaży ogółem.

2.3 Informacje o rynkach zbytu

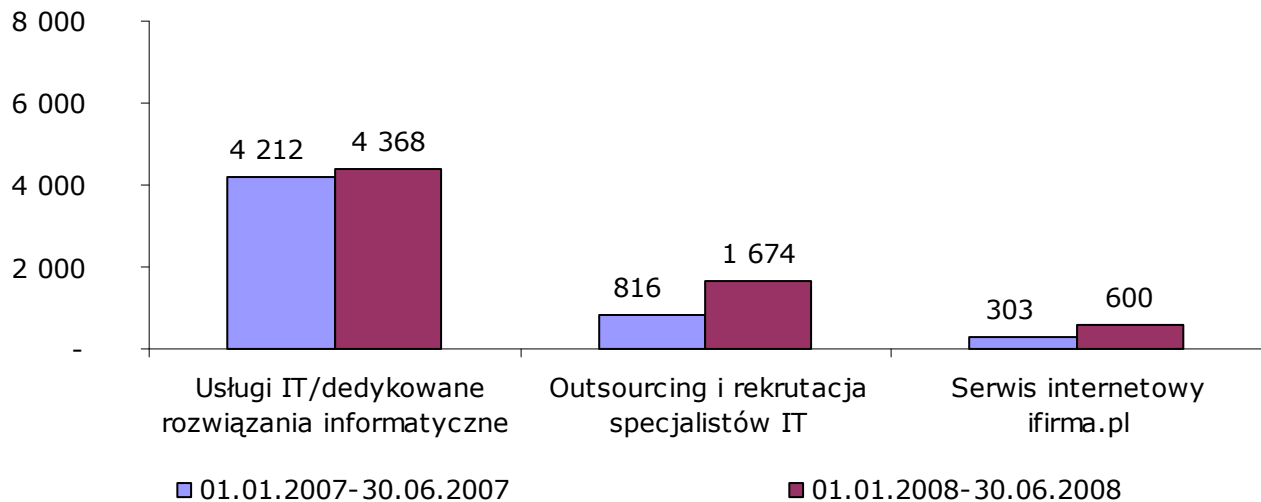
Pośród klientów można wyróżnić trzy podstawowe grupy:

- 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. Ponieważ zapotrzebowanie to wynika z harmonogramów realizowanych projektów i jest w głównej mierze okresowe, nie powoduje wzrostu zatrudnienia po stronie tych firm, a raczej zlecenie tych usług/realizacji Emitentowi. Specjaliści Emitenta uczestniczą w takich projektach realizowanych w siedzibie klienta. Klienci z tej grupy to najczęściej spółki z sektora telekomunikacyjnego oraz instytucje finansowe w Polsce. Dla tych klientów Emitent świadczy usługi z obszarów tak usług IT, jak i outsourcingu i rekrutacji specjalistów IT.
- Małe i średnie przedsiębiorstwa z Europy (w tym w Polsce) i USA
Ta grupa przedsiębiorstw 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.
- 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.



Przychody ze sprzedaży w podziale na rodzaje działalności

w tys. PLN

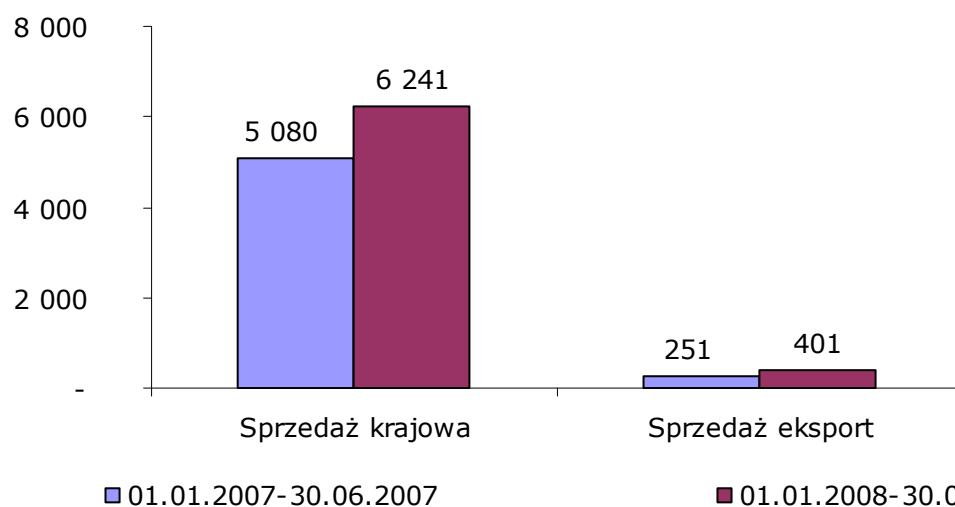


Razem przychody ze sprzedaży w pierwszym półroczu 2008 roku: 6 641,48 tys. zł

Razem przychody ze sprzedaży w pierwszym półroczu 2007 roku: 5 331,00 tys. zł

Przychody ze sprzedaży w podziale na rynki zbytu

w tys. PLN



Razem przychody ze sprzedaży w pierwszym półroczu 2008 roku: 6 641,48 tys. zł

Razem przychody ze sprzedaży w pierwszym półroczu 2007 roku: 5 331,00 tys. zł



Power Media

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

1. Zdarzenia istotnie wpływające na działalność Spółki, jakie nastąpiły w pierwszym półroczu 2008 roku

1.1 Najistotniejszym dokonaniem w okresie 1 stycznia 2008 do 30 czerwca 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 Szczególne znaczenie dla Spółki ma na dalszy rozwój serwisu ifirma.pl. W okresie od 1 stycznia 2008 do 30 czerwca 2008 roku przychody z serwisu ifirma.pl wyniosły 600,13 tys. zł, co stanowi stu procentowy (100%) 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 rozpoczęła 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.

Kampania reklamowa serwisu ifirma.pl w ramach realizacji celu emisyjnego związanego z inwestycjami w serwis ifirma.pl, a w szczególności budową wizerunku marki i reklama serwisu planowana jest na przełomie roku 2008 i 2009.

- 1.3** Ponadto w ramach przedsięwzięć związanych propagowaniem rozliczeń podatków przez Internet, Spółka, zgodnie z zapowiedzią, udostępniła w lutym 2008 roku nowy serwis internetowy – www.pitroczy.pl – umożliwiający przygotowanie i wygenerowanie formularzy podatkowych PIT-36, PIT-36L, PIT-37, PIT-38 oraz wszelkich załączników do tych formularzy.

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.

- 1.4** 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.

- 1.5** Dodatkowo w pierwszym półroczu 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

Spółka w dalszym ciągu będzie realizowała zadania zgodnie z celami emisyjnymi opisanymi w prospekcie emisyjnym zatwierdzonym w dniu 5 lutego 2008 roku, tj. w szczególności budowanie wizerunku i marki serwisu ifirma.pl. Szczegóły dotyczące tych prac opisane zostały w pkt. II 1.2-1.4 niniejszego raportu.

Podjęte zostały również prace nad rozbudową działu sprzedaży usług informatycznych i



Power Media

produktów i marketingu.

Spółka systematycznie realizuje cel emisyjny związany z inwestycjami w serwis ifirma.pl, a w tym rozbudowa infrastruktury call-center i systemu obsługi klienta umożliwiającego działanie na dużą skalę (do 20.000 tys. użytkowników) oraz zakup wyposażenia firmy (komputery, narzędzia programistyczne, itp.) .

3. 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 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.



Power Media

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 5 września 2008 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.

Koszty kampanii reklamowej dla serwisu ifirma.pl będą rozliczane jako koszty bieżącego okresu Spółki. Kampania reklamowa planowana na przełom roku 2008/2009 związana jest z realizacją celu emisyjnego: inwestycje związane z serwisem firma.pl, tj. budowa wizerunku marki i reklama serwisu.

4. Czynniki ryzyka i zagrożenia

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

4.1.1 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 mogłyby w sposób negatywny wpłynąć na 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.

4.1.2 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.

4.1.3 Ryzyko walutowe

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

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



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

4.2.1 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. Następstwem 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. Szczegóły dotyczące realizacji tego programu znajdują się w części III niniejszego raportu, pkt. 8.

Power Media S.A. uznaje, że choć ryzyko to występuje, to nie jest 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. planuje, zgodnie z celami emisji opisanymi w prospekcie emisyjnym zatwierdzonym w dniu 5 lutego 2008 roku, w latach 2008-2009 rozbudowanie działu sprzedaży.

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 oraz rozbudowanie działu sprzedaży. Planowany wzrost zatrudnienia w tym dziale planuje się na II połowę 2008 roku.

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,
- bieżącą ocenę wyników i intensyfikację 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 jest pozyskanie środków na rozwój serwisu ifirma.pl, co ma w istotny sposób wpłynąć na rozwój Power Media S.A.. Niemniej Power Media S.A. nie może wykluczyć, że realizacja tego celu 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.

Podsumowując powyższe należy stwierdzić, że pomimo posiadania skonkretyzowanych celów emisyjnych na chwilę obecną Zarząd Power Media S.A. nie może zagwarantować, że będzie istniała możliwość wydania środków z emisji zgodnie z ich przeznaczeniem. W takim przypadku Zarząd rozważy inne możliwości inwestycyjne i wybierze najlepsze z punktu widzenia akcjonariuszy. Informacja o zmianie celów emisji zostanie przekazana do publicznej wiadomości w drodze komunikatu bieżącego.

5. Umowy znaczące i istotne dla działalności Spółki

5.1 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 przeznaczonego na cele biurowe, o łącznej powierzchni 201,97 m², mieszczącego się przy ulicy Ruskiej we Wrocławiu.</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</p>	<p>RB nr 11/2008 z dnia 16 kwietnia 2008 r</p>



Power Media

„Inwestycje związane z serwisem ifirma.pl”.	
Umowa znacząca ze względu na przedmiot.	

5.2 Umowy finansowania

Opis znaczących umów	Informacje o publikacji informacji szczegółowych
<p>Umowa leasingu operacyjno-zwrotnego zawarta w dniu 21 lutego 2008 pomiędzy Power Media S.A. ("Korzystający") a Raiffeisen Leasing Polska S.A ("Finansujący").</p> <p>Przedmiotem umowy są monitory LCD 17" LG Flatron L1770HR-BF.</p> <p>Wartość leasingu - 11.088,40 zł netto;</p> <p>Wartość końcowa - 110,88 zł netto;</p> <p>Okresowa opłata leasingowa - 414,85 zł netto;</p> <p>Zabezpieczenia - weksel własny <i>in blanco</i>;</p> <p>Czas trwania umowy - 24 miesiące (do lutego 2010)</p>	

5.3 Umowy zawarte po dniu bilansowym 30 czerwca 2008 roku

W okresie od 1 lipca 2008 roku do dnia publikacji niniejszego raportu Spółka nie zawarła umów znaczących.

W dniu 8 lipca 2008 roku raportem bieżącym nr 25/2008 oraz w dniu 27 sierpnia 2008 roku raportem bieżącym nr 26/2008 Spółka informowała o transakcjach na wartość znaczącą wynikających z umów zawartych z Grupą Siemens.

Umowa nr 032005 zawarta 1 grudnia 2005 (aneksowana 05.12. 2005 r., 21.01. 2007 r.) pomiędzy Power Media S.A. a spółką Siemens Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (Siemens).

Przedmiotem umowy jest określenie zasad i szczegółowych warunków, na jakich Power Media S.A. świadczyć będzie na rzecz Siemens usługi w zakresie inżynierii oprogramowania, inne usługi informatyczne lub towarzyszące prowadzeniu projektów informatycznych, na które w szczególności składać się będzie tworzenie wszelkiego typu oprogramowania informatycznego.

Umowa istotna ze względu na wartość.

Umowa zawarta 12 maja 2006r. (aneksowana 1.07.2007) pomiędzy Power Media S.A. a spółką Siemens Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (Siemens).



Przedmiotem umowy jest określenie zasad i szczegółowych warunków, na jakich Power Media S.A. świadczyć będzie na rzecz Siemens usługi z zakresu doradztwa personalnego, w zakresie poszukiwania i identyfikowania personelu na stanowiska określone w zleceniach przekazanych przez Siemens.

Umowa istotna ze względu na wartość.

W okresie od rozpoczęcia wypełniania przez spółkę obowiązków informacyjnych, tj. od marca 2008 roku do dnia 8 lipca 2008, tj. publikacji raportu bieżącego nr 25 transakcje wynikające z umowy znaczącej wyniosły 3 241 707,19 zł.

W okresie od lipca 2008 roku do dnia 27 sierpnia 2008 roku, tj. publikacji raportu bieżącego nr 26 transakcje wynikające z umowy znaczącej wyniosły 1 560 409,45 zł.

Umowy te zostały szczegółowo opisane w części III pkt. 64.3. prospektu emisyjnego Spółki, zatwierdzonego w dniu 5 lutego 2008 roku.

6.4 Inne umowy

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



Power Media

7. Zmiany w sposobach zarządzania Spółką

W okresie od 1 stycznia 2008 roku do dnia 30 czerwca 2008 roku nie dokonano żadnych zmian w sposobie zarządzania Spółką.

Zarządowi Power Media S.A. nie są znane żadne ustalenia, których realizacja w przyszłości może spowodować zmiany w sposobie kontroli w Spółce.

8. Ważne osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju

W badanym okresie sprawozdawczym oraz do dnia publikacji niniejszego sprawozdania Spółka nie prowadziła istotnej działalności badawczo-rozwojowej.



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. Operacja ta miała istotny wpływ na bilans (stan środków pieniężnych, kapitał własny, rozliczenia międzyokresowe), oraz rachunek przepływów pieniężnych.

Suma bilansowa na koniec I półrocza 2008 wyniosła 10 154,92 tys. zł, czyli 3,21 krotnie więcej niż koniec roku 2007. Jest to jest wynikiem oferty publicznej, jak również wypracowania przez spółkę w pierwszym półroczu zysku.

Aktywa obrotowe stanowią 95% aktywów Spółki. Po stronie aktywów nastąpił 7,86 krotny wzrost poziomu gotówki do kwoty 7 760,89 tys. Środki te w większości pochodzą z oferty publicznej. Należności krótkoterminowe wzrosły o 9% do kwoty 1 589,19 tys. zł, odpowiednio do zwiększonej skali działalności.

Stan aktywów trwałych wzrósł łącznie o 66% do 551,84 tys. zł. Na wzrost ten składa się przede wszystkim zwiększenie stanu rzeczowych aktywów trwałych o 84% do 320,35 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, w wyniku przeprowadzenia oferty publicznej, kapitał własny wzrósł 4,94 krotnie do kwoty 8 667,55 tys. zł. W wyniku emisji nowych kapitał podstawowy wzrósł do 640 tys. zł. Zobowiązania łącznie wzrosły o 6% do kwoty 1 487,37 tys. zł.

Spółka w I półroczu 2008 wypracowała zysk netto w kwocie 769,09 tys. zł, co oznacza liczoną półrocznie rentowność kapitału własnego na poziomie 15,3%. Zysk ten pochodzi w 92% z działalności operacyjnej. Spółka znacznie poprawiła rentowność w porównaniu z rokiem 2007.

Całkowite dodatnie przepływy pieniężne w I półroczu 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 6 082,56 tys. zł.

1.1 Wskaźniki płynności

Wskaźnik		Optimum	31.12.2007	01.01.2008 - 30.06.2008
Wskaźnik płynności I	(aktywa obrotowe /bieżące zobowiązania)	1,5	2,1	7,0



Power Media

Wskaźnik płynności II	((aktywa obrotowe - zapasy) / bieżące zobowiązania)	2,0	2,1	7,0
Wskaźnik płynności III	(środki pieniężne i inne aktywa pieniężne) / bieżące zobowiązania)	1,0	0,7	5,6

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

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

1.2 Wskaźniki zadłużenia

Wskaźnik			31.12.2007	01.01.2008 - 30.06.2008
Wskaźnik ogólnego zadłużenia	(zobowiązania ogółem / aktywa ogółem) bez ZFSS	%	43,4	19,3
Wskaźnik zadłużenia długoterminowego	(zobowiązania długoterminowe / kapitały własne)	%	2,8	0,4

W wyniku pozyskania środków z oferty publicznej ogólne zadłużenie Spółki zmalało do 19,3% sumy bilansowej i składa się w przeważającej mierze ze zobowiązań krótkoterminowych, szczególnie z tytułu wynagrodzeń i ubezpieczeń społecznych. Zobowiązania krótkoterminowe są w całości 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			01.01.2007 - 30.06.2007	01.07.2007 - 31.12.2007	01.01.2008 - 30.06.2008
Rentowność aktywów (ROA)	(wynik netto / przeciętny stan aktywów) *100	%	5,3	5,5	12



Power Media

Rentowność kapitałów własnych (ROE)	(wynik netto / przeciętny stan kapitałów własnych) *100	%	11,2	10,8	15,3
Rentowność brutto sprzedaży produktów, towarów i materiałów	(wynik brutto na sprzedaży / przychody ze sprzedaży)*100	%	15,4	18,2	27,3

Rentowność Spółki w I półroczu 2008 roku wzrosła w wyniku większego nacisku na działania przynoszące Spółce większe marże.

1.4 Wskaźniki obrotowości

Wskaźnik			01.01.2007 - 30.06.2007	01.07.2007 - 31.12.2007	01.01.2008 - 30.06.2008
Wskaźnik rotacji majątku obrotowego	przychody ze sprzedaży / średni stan aktywów obrotowych		1,8	2,1	1,1
Szybkość obrotu należności z tyt. dostaw i usług	(przec. należności z tyt. dostaw, robót i usług *t) / przychody ze sprzedaży	dni	36,9	37,0	38,1
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	10	7,9	5,6

Cykl obrotu należności i zobowiązań w I półroczu 2008 roku kształtował się w Spółce podobnie jak w roku poprzednim. Dysproporcja pomiędzy cyklem regulowania zobowiązań w porównaniu z cyklem spływu należności wynika z charakteru działalności spółki. Po stronie należności Spółka oferuje swoim klientom warunki płatności spełniające wymogi rynkowe, a wśród zobowiązań przeważają płacone o terminie płatności narzuconym ustawowo.

2. Prognozy wyników finansowych

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



Power Media

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 Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A.. W ramach Oferty Publicznej oferowanych było, bez podziału na transze, 1.400.000 akcji serii C.

Wartość przeprowadzonej Oferty Publicznej wyniosła łącznie 7.000.000,00 zł. Łączny koszt emisji akcji serii C wyniósł 799.195,67 zł.

Poniesione nakłady inwestycyjne ze środków pozyskanych z emisji akcji serii C od 1 stycznia 2008 do dnia publikacji niniejszego sprawozdania związane z serwisem ifirma.pl przedstawione są w tabeli poniżej:

Wyszczególnienie*	Nakłady inwestycyjne w wartości niematerialne i prawne	Nakłady inwestycyjne w rzeczowe aktywa trwałe	Pozostałe	Razem
1. Serwis ifirma.pl, w tym:	49 547,72	76 122,77	204 446,88	330 117,37
-Budowa infrastruktury call-center i systemu obsługi klienta	49 547,72	62 372,77	80 396,88	192 317,37
-Rozbudowa serwerowni	0,00	13 750,00	0,00	13 750,00
-Budowa wizerunku marki i reklama serwisu	0,00	0,00	124 050,00	124 050,00
2. Rozbudowa działu sprzedaży usług informatycznych i produktów, marketing	0,00	0,00	0,00	0,00
3. Zakup wyposażenia firmy komputery, narzędzia programistyczne)	26 615,00	159 906,88	0,00	186 521,88
Razem	76 162,72	236 029,65	204 446,88	516 639,25

* zgodnie z celami emisyjnymi opisanymi w Prospekcie Emisyjnym zatwierdzonym w dniu 5 lutego 2008 roku



Power Media

Poniesione nakłady dotyczyły w przeważającej części wyposażenia biura (komputery, serwery, meble oraz pozostałe oprzyrządowanie).

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

Zarząd ocenia, że wszystkie zamierzenia inwestycyjne, jakie Spółka określiła i zamierza zrealizować, zostaną zrealizowane ze środków własnych oraz wypracowanego zysku.

5. Kredyty i pożyczki, poręczenia i gwarancje

Spółka w sierpniu 2006 podpisała umowę kredytu na kwotę 102.000 zł. z terminem zapłaty do lipca 2010 roku. Miesięczna rata kapitałowa wynosi 2.125zł.

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

Kredytodawca - Raiffeisen Bank

Rodzaj transakcji - kredyt inwestycyjny

Kwota udzielona - 102.000,00 zł

Planowana data zakończenia - 30.07.2010r.

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).

W dniu 29 sierpnia 2008 roku spłaciła kredyt w wysokości 51.000,00 zł w Raiffeisen Bank Polska S.A.

Poza wyżej wymienionym kredytem Spółka analizowanym okresie nie zaciągała innych kredytów i pożyczek, jak również nie udzielono jej poręczeń i gwarancji.

Power Media S.A. w analizowanym okresie nie udzielała pożyczek, poręczeń i gwarancji.



Power Media

6. Instrumenty finansowe

Instrumenty finansowe zostały opisane w dodatkowych notach objaśniających.

7. Ocena zarządzania zasobami finansowymi

Informacje na ten temat zostały zawarte w części III pkt. 1-6 niniejszego sprawozdania.

8. Ocena czynników i nietypowych zdarzeń mających wpływ na wynik z działalności Spółki za pierwsze półrocze 2008 roku

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 pierwszej połowie 2007 roku.



Power Media

III. 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 pierwszym półroczu 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.**

W pierwszym półroczu 2008 roku nie zostały zawarte umowy 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.

- 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 pierwszym półroczu 2008 roku

Imię i nazwisko	Pełniona funkcja	Wynagrodzenia z umowy o pracę	Umowa o powołanie	Wartość innych świadczeń	Razem
Wojciech Narczyński	Prezes Zarządu	Brak	62 857,15	Brak	62 857,15
Andrzej Parszuto	Wiceprezes Zarządu	Brak	62 857,15	Brak	62 857,15
Marta Przewłocka	Wiceprezes Zarządu	Brak	62 857,15	Brak	62 857,15
Agnieszka Kozłowska	Członek Zarządu	13 395,67	24 000,00	Brak	37 395,67
Razem		13 395,67	212 571,45	-	225 967,12



Power Media

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

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

* W dniu 12 maja 2008 roku Sławomir Najnigier – ówczesny Przewodniczący Rady Nadzorczej złożył rezygnację z pełnionej przez siebie funkcji. W dniu 23 czerwca 2008 roku ZWZA powołało na stanowisko Przewodniczącego Rady Nadzorczej Panią Anastazję Kołodziej. Szczegółowy opis składu Rady Nadzorczej oraz jego zmian w analizowanym okresie sprawozdawczym zawarty został w części I pkt. 1.2 niniejszego sprawozdania.

4. Ilość i wartość nominalna akcji Spółki oraz akcji i udziałów w jednostkach powiązanych Spółki, będących w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących

Spółka nie posiada podmiotów powiązanych.

Zestawienie stanu posiadania akcji Power Media S.A. przez osoby zarządzające i nadzorujące na dzień 30 czerwca 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	34,00%	2.575.000	34,33%
Andrzej Parszuto*	Wiceprezes Zarządu	1.700.020	170.000	34,00%	2.575.000	34,33%
Marta Przewłocka	Wiceprezes Zarządu	1.000.000	100.000	20,00%	1.500.000	20,00%
Agnieszka Kozłowska	Członek Zarządu	250.000	25.000	5,00%	375.000	5,00%
Sławomir Najnigier	Przewodniczący Rady Nadzorczej	0	0	0,00%	0	0,00%
Anastazja Kołodziej	Członek Rady Nadzorczej	0	0	0,00%	0	0,00%



Power Media

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%

* Pan Andrzej Parszuto nabył 20 akcji Power Media S.A. w dniu 30 maja 2008 roku.

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).

Zestawienie stanu posiadania akcji Power Media S.A. przez osoby zarządzające i nadzorujące 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 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%	2.575.000	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%

* Pan Andrzej Parszuto nabył 20 akcji Power Media S.A. w dniu 30 maja 2008 roku.

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



Power Media

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

5. 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 30 czerwca 2008 roku.

Akcyonariusz	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*	1.700.020	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%

* Pan Andrzej Parszuto nabył 20 akcji Power Media S.A. w dniu 30 maja 2008 roku.

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).

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

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

* Pan Andrzej Parszuto nabył 20 akcji Power Media S.A. w dniu 30 maja 2008 roku.

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

6. 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 w okresie pierwszego półrocza 2008 roku oraz do dnia przekazania niniejszego sprawozdania nie wystąpiły .

7. 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 Bieńkowska		50 000	5 000	0,78%	100 000	1,12%

Razem liczba akcji serii A w kapitale zakładowym na dzień publikacji niniejszego sprawozdania wynosi 2.500.000 (dwa miliony pięćset tysięcy).

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



Power Media

8. Programów akcji pracowniczych/Program Motywacyjny

Warranty subskrypcyjne

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. Dokumentu Rejestracyjnego Prospektu Emisyjnego Spółki zatwierdzonego w dniu 5 lutego 2008 roku), który został przyjęty uchwałą Rady Nadzorczej Spółki w dniu 16 czerwca 2007 roku.

Warunkowe podwyższenie kapitału zakładowego Emitenta zostało zarejestrowane na podstawie postanowienia Sądu Rejonowego dla Wrocławia – Fabrycznej we Wrocławiu, VI Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego z dnia 3 grudnia 2007 roku.

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. Na dzień publikacji niniejszego raportu podpisane zostały umowy z osobami uprawnionymi do udziału w programie w roku 2008.

9. Wskazanie wszelkich ograniczeń dotyczących przenoszenia prawa własności papierów wartościowych Power Media S.A. oraz wszelkich ograniczeń w zakresie wykonywania prawa głosu przypadających na akcje Power Media S.A.

Według wiedzy Zarządu Power Media S.A. okresie od 1 stycznia 2008 do 30 czerwca 2008 roku 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 przypadającego na akcje Spółki.

10. 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 zadaniowa - tj. na wykonanie zadania zbadania roku 2008 i wykonanie przeglądu śródrocznego według stanu na dzień 30.06.2008
- b) Należne wynagrodzenie za przegląd i zbadanie SF za 2008r. - 17.000zł.
- c) inne tytuły:
 - przygotowanie interpretacji dot. kosztów emisji w ujęciu podatku dochodowego i VAT – 1500zł,



Power Media

- wystąpienie o interpretację kosztów emisji do Ministra Finansów – 1000zł,
 - skarga na wydana interpretację do Wojewódzkiego sądu Administracyjnego – 3500zł,
- d) Umowy i wynagrodzenia z poprzedniego roku:
- wynagrodzenie za zbadanie i przegląd sprawozdań finansowych z lat 2004-2006 - 18.000zł łącznie. Badanie dotyczyło sprawozdań finansowych do Prospektu Emisyjnego zatwierdzonego w dniu 5 lutego 2007 roku
 - umowa z dnia 01 września 2007 - umowa zadaniowa - tj. na wykonanie zadania zbadania SF roku 2007, termin realizacji 31.05.2008. – wartość 9.000zł.