



Power Media

**SPRAWOZDANIE ZARZĄDU
Z DZIAŁALNOŚCI POWER MEDIA S.A.
DO PÓŁROCZNEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO
W 2009 ROKU**

**ZA OKRES
1 STYCZNIA 2009 – 30 CZERWCA 2009**

Wrocław, sierpień 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 01.06.2007r. 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.



Power Media

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

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 roku. Zarząd powołany został na okres kadencji 5 lat.

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

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

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

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

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

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

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

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



Power Media

- 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
- 3) 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).



Power Media

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

1. Zdarzenia istotnie wpływające na działalność Spółki, jakie nastąpiły w pierwszym półroczu 2009 roku

1.1 Kampania serwisu ifirma.pl - II edycja

W konsekwencji prac w II i III kwartale 2008 roku nad strategią rozwoju dla serwisu ifirma.pl 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. sprawozdania Zarządu za rok 2008 opublikowanym w dniu 17 kwietnia 2009 roku.

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

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

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

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

W 2009 roku z możliwości dokonania rozliczeń rocznego zeznania podatkowego za pośrednictwem serwisu skorzystało niemal 24 000 osób, gdzie w 2008 roku skorzystało 6000 podatników. Prawie 11 000 osób przekazało 1% swojego podatku na Organizację Pożytku Publicznego, co również umożliwił im pitroczy.pl.

1.3 Współpraca z Grupą Onet w zakresie serwisu pitroczy.pl

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

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

1.4 Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego i Skarga Kasacyjna Ministra Finansów

Wojewódzki Sąd Administracyjny we Wrocławiu 27 marca 2009 roku wydał



Power Media

pozytywny dla Spółki wyrok, uchylający interpretację Ministra Finansów stwierdzającą brak możliwości zaliczenia w koszty uzyskania przychodów wydatków związanych z podwyższeniem kapitału spółki, jaki nastąpił w związku z dopuszczeniem akcji Spółki do publicznego obrotu. Tym samym Sąd potwierdził stanowisko Spółki, iż wydatki na przygotowanie prospektu emisyjnego, aktu notarialnego, ogłoszenia, drukowanie i dystrybucję prospektu, kampanię reklamową i promocyjną związanych z podwyższeniem kapitału w drodze publicznej emisji akcji stanowią koszt uzyskania przychodów. Po ogłoszeniu tego wyroku 25 maja 2009 wpłynęła do Sądu Skarga Kasacyjna Ministra Finansów, na którą Spółka odpowiedziała 10 czerwca 2009 roku. Sprawa została przekazana do Naczelnego Sądu Administracyjnego.

Spółka szacuje, że po uzyskaniu pozytywnego orzeczenia Sądu podatek dochodowy za 2007 rok zmniejszy się o 50 tys. a za 2008 rok o 94 tys. Chociaż orzeczenie będzie wydane w sprawie ustalenia kosztów uzyskania przychodów będzie też miało wpływ na rozliczenia z tytułu podatku VAT (art. 88.1.2 ustawy o VAT z 11 marca 2004). Przy pozytywnym orzeczeniu NSA nie będzie miał zastosowanie wspomniany artykuł i Spółka będzie mogła odliczyć 125 tys. zł.

1.5 Rezygnacja Wiceprezesa Zarządu

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

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

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

2. Umowy zawierane w normalnym toku działalności Spółki

Opis znaczących umów	Informacje o publikacji informacji szczegółowych
<p>W związku z realizacją umów zawartych pomiędzy Spółka a Grupą Kapitałową Siemens z siedziba w Warszawie wartość obrotów w okresie od listopada do dnia 31 grudnia 2008 roku wynosiła 1 030 539,28 PLN zł.</p> <p>Powyzsza 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>	RB nr 15/2009 z dnia 3 czerwca 2009
<p>W związku z realizacją umów zawartych pomiędzy Spółka a Grupą Kapitałową Siemens z siedziba w Warszawie wartość obrotów w okresie od listopada do dnia 31 grudnia 2008 roku wynosiła 1 030 539,28 PLN zł.</p>	RB nr 8/2009 z dnia 24 marca 2009

**Power Media**

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.	
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.	RB nr 4/2009 z dnia 22 stycznia 2009
Powyższa wartość przekracza 10% kapitałów własnych Power Media S.A. i tym samym stanowi kryterium do uznania obrotów z umów na wartość znaczącą.	



Power Media

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

1. Wezwanie na sprzedaż akcji

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

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

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

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

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

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

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

Zgodnie z informacją uzyskaną od Biura Maklerskiego Banku DnB NOR D Polska S.A., przeprowadzającego wezwanie w imieniu Power Media S.A.:

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

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

Wartość nominalna jednej akcji wynosi 0,10 złotych.

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



Power Media

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

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

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

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

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



Power Media

IV. Czynniki ryzyka i zagrożenia

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

1.1 Ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną

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

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

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 firmy do aktualnych przepisów prawa.

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.

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

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.

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

- reorganizacja działu HR, głównie w celu wprowadzenia usługi komplementarnej, jaką jest outsourcing i rekrutacja specjalistów IT. Pozyskana dzięki tej



inicjatywie duża baza specjalistów pozwala usprawnić rekrutację na potrzeby Power Media S.A.,

- uruchomienie programu opcji pracowniczych Power Media S.A. obejmujący lata 2008-2011 - w celu związania ze sobą kluczowych pracowników został wdrożony program motywacyjny. Szczegóły dotyczące realizacji tego programu znajdują się w części III niniejszego raportu, pkt. 8.

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

2.2 Ryzyko związane z procesem sprzedaży produktów i usług

Sprzedaż Power Media S.A., podobnie jak większości podmiotów z branży informatycznej charakteryzuje się pewnymi wahaniami wartości sprzedaży, która uwarunkowana jest pozyskaniem kontraktów, wykonaniem usług lub produktu. W sytuacji, gdy dotychczasowa działalność prowadzona była z dominującą przewagą segmentu usług informatycznych, na wynik finansowy znaczny wpływ miał fakt pozyskania bądź utraty kontrahenta.

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

2.3 Ryzyko związane z konkurencją

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

Power Media S.A. ogranicza to ryzyko poprzez stałe podwyższanie kompetencji firmy i pracowników, rozbudowanie działu sprzedaży oraz podniesienie atrakcyjności oferty.

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.

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

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



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

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

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

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

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

2.6 Ryzyko związane z rozwojem nowych programów

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

Power Media S.A. ogranicza to ryzyko poprzez:

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

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.

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.

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

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



Power Media

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



Power Media

V. Pozostałe informacje

1. Wybrane dane finansowe, zawierające podstawowe pozycje skróconego sprawozdania finansowego Power Media S.A.

Wybrane dane finansowe	w tys. zł		w tys. EUR	
	I Półrocze 2009 narastająco okres 01.01.2009- 30.06.2009	I Półrocze 2008 narastająco okres 01.01.2008- 30.06.2008	I Półrocze 2009 narastająco okres 01.01.2009- 30.06.2009	I Półrocze 2008 narastająco okres 01.01.2008- 30.06.2008
I. Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	4 347 805,28	6 641 479,09	962 240,89	1 909 788,10
II. Zysk(strata) z działalności operacyjnej	-1 920 233,97	915 779,35	-424 979,39	263 336,60
III. Zysk(strata) brutto	-1 721 553,91	997 507,72	-381 008,22	286 837,97
IV. Zysk(strata) netto	-1 815 333,16	796 094,31	-401 763,12	228 920,61
V. Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	-2 821 777,98	897 956,57	-624 505,93	258 211,57
VI. Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-19 219,30	-200 413,25	-4 253,55	-57 629,76
VII. Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	-35 801,15	6 082 555,30	-7 923,38	1 749 066,97
VIII. Przepływy pieniężne netto, razem	-2 876 798,43	6 780 098,62	-636 682,86	1 949 648,79
IX. Aktywa, razem(na koniec półrocza bieżącego roku obrotowego i na koniec poprzedniego roku obrotowego)	7 407 400,67	9 499 534,46	1 657 284,92	2 832 131,20
X. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania(na koniec półrocza bieżącego roku obrotowego i na koniec poprzedniego roku obrotowego)	1 136 583,86	1 426 134,49	254 292,08	425 178,73
XI. Zobowiązania długoterminowe(na koniec półrocza bieżącego roku obrotowego i na koniec poprzedniego roku obrotowego)	0,00	1 330,52	0,00	396,67



Power Media

XII. Zobowiązania krótkoterminowe (na koniec półrocza bieżącego roku obrotowego i na koniec poprzedniego roku obrotowego)	997 727,08	1 237 424,96	223 225,14	368 918,06
XIII. Kapitał własny (na koniec półrocza bieżącego roku obrotowego i na koniec poprzedniego roku obrotowego)	6 270 816,81	8 073 399,97	1 402 992,84	2 406 952,47
XIV. Kapitał zakładowy (na koniec półrocza bieżącego roku obrotowego i na koniec poprzedniego roku obrotowego)	640 000,00	640 000,00	143 189,55	190 805,56
XV. Liczba akcji (w szt.) (na koniec półrocza bieżącego roku obrotowego i na koniec poprzedniego roku obrotowego)	6 400 000	6 400 000	6 400 000	6 400 000
XVI. Zysk (strata) na jedną akcję zwykłą (w zł/EUR)	-0,38	0,17	-0,08	0,05
XVII. Rozwodniony zysk (strata) na jedną akcję zwykłą (w zł/EUR)	-0,38	0,17	-0,08	0,05
XVIII. Wartość księgową na jedną akcję (w zł/EUR) (na koniec półrocza bieżącego roku obrotowego i na koniec poprzedniego roku obrotowego)	0,98	1,26	0,22	0,38
XIX. Rozwodniona wartość księgową na jedną akcję (w zł/EUR) (na koniec półrocza bieżącego roku obrotowego i na koniec poprzedniego roku obrotowego)	0,97	1,26	0,22	0,37
XX. Zadeklarowana lub wypłacona dywidenda na jedną akcję (w zł/ EUR) (na koniec półrocza bieżącego roku obrotowego i na koniec poprzedniego roku obrotowego)	0,00	0,00	0,00	0,00

2. Opis organizacji grupy kapitałowej Power Media S.A., ze wskazaniem jednostek podlegających konsolidacji

Power Media S.A. nie tworzy grupy kapitałowej oraz nie jest jednostką podlegającą konsolidacji.

3. Wskazanie skutków zmian w strukturze jednostki gospodarczej, w tym w wyniku połączenia jednostek gospodarczych, przejęcia lub sprzedaży jednostek grupy kapitałowej emitenta, inwestycji długoterminowych, podziału, restrukturyzacji i zaniechania działalności



Power Media

W działalności Spółki w I półroczu 2009 powyższe zdarzenia nie wystąpiły.

4. Stanowisko zarządu Power Media S.A. odnośnie możliwości zrealizowania wcześniej publikowanych prognoz wyników na dany rok, w świetle wyników zaprezentowanych w raporcie za I półrocze 2009 roku w stosunku do wyników prognozowanych

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

5. Wskazanie akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Power Media S.A. na dzień przekazania raportu za I półrocze 2009 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 oraz wskazanie zmian w strukturze własności znacznych pakietów akcji Spółki w okresie od przekazania poprzedniego raportu

W poniższych tabelach Power Media S.A. prezentuje dane zgodnie z otrzymanymi od akcjonariuszy informacjami.

Dane na dzień 30 czerwca 2009r.

Akcjonariusz	Liczba akcji	Udział w kapitale zakładowym	Liczba głosów	Udział w liczbie głosów
Wojciech Narczyński	1 555 000	24,30%	2 430 000	27,30%
Andrzej Parszuto*	997 483	15,59%	1 872 483	21,04%
Marta Przewłocka	985 530	15,40%	1 485 530	16,69%

* wg informacji przekazanej 10 lipca.

Razem liczba akcji w kapitale zakładowym: 6.400.000

Razem liczba głosów w kapitale zakładowym: 8.900.000

Dane na dzień opublikowania raportu półrocznego SA-P 2009

Akcjonariusz	Liczba akcji	Udział w kapitale zakładowym	Liczba głosów	Udział w liczbie głosów
Wojciech Narczyński	1 483 092	23,17%	2 358 092	26,50%
Andrzej Parszuto*	997 483	15,59%	1 872 483	21,04%
Marta Przewłocka	930 401	14,54%	1 430 401	16,07%

* wg informacji przekazanej 10 lipca.



Power Media

Razem liczba akcji w kapitale zakładowym: 6.400.000
Razem liczba głosów w kapitale zakładowym: 8.900.000

6. Zestawienie stanu posiadania akcji Power Media S.A. lub uprawnień do nich przez osoby zarządzające i nadzorujące Spółki na dzień przekazania raportu za pierwsze półrocze 2009 roku, wraz ze wskazaniem zmian w stanie posiadania, w okresie od przekazania poprzedniego raportu, odrębnie dla każdej z osób

Zgodnie z otrzymanymi od osób zarządzających i nadzorujących Emitenta informacjami, Spółka poniżej prezentuje stan posiadania akcji Power Media S.A. przez te osoby. Członkowie Zarządu i Rady Nadzorczej nie posiadają opcji na akcje Emitenta.

Zestawienie stanu posiadania akcji przez osoby zarządzające i nadzorujące na dzień 30 czerwca 2009 roku

Imię i nazwisko	Pełniona funkcja	Liczba akcji	Udział w kapitale zakładowym	Liczba głosów	Udział w liczbie głosów
Wojciech Narczyński	Prezes Zarządu	1 555 000	24,30%	2 430 000	27,30%
Andrzej Parszuto*	Wiceprezes Zarządu	997 483	15,59%	1 872 483	21,04%
Marta Przewłocka	Wiceprezes Zarządu	985 530	15,40%	1 485 530	16,69%
Agnieszka Kozłowska	Członek Zarządu	250 000	3,91%	375 000	4,21%
Anastazja Kołodziej	Przewodnicząca Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%
Alicja Korbecka	Członek Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%
Ewa Mińska-Struzik	Członek Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%
Ireneusz Werner	Członek Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%
Monika Wysocka	Członek Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%

* wg informacji przekazanej 10 lipca.

Razem liczba akcji w kapitale zakładowym: 6.400.000
Razem liczba głosów w kapitale zakładowym: 8.900.000



Power Media

Zestawienie stanu posiadania akcji przez osoby zarządzające i nadzorujące w dniu opublikowania raportu półrocznego SA-P 2009

Imię i nazwisko	Pełniona funkcja	Liczba akcji	Udział w kapitale zakładowym	Liczba głosów	Udział w liczbie głosów
Wojciech Narczyński	Prezes Zarządu	1 483 092	23,17%	2 358 092	26,50%
Marta Przewłocka	Wiceprezes Zarządu	930 401	14,54%	1 430 401	16,07%
Agnieszka Kozłowska	Członek Zarządu	235 019	3,67%	360 019	4,05%
Anastazja Kołodziej	Przewodnicząca Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%
Alicja Korbecka	Członek Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%
Ewa Mińska-Struzik	Członek Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%
Ireneusz Werner	Członek Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%
Monika Wysocka	Członek Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%

* wg informacji przekazanej 10 lipca.

Razem liczba akcji w kapitale zakładowym: 6.400.000

Razem liczba głosów w kapitale zakładowym: 8.900.000

- 7. Wskazanie postępowań toczących się przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej, z uwzględnieniem informacji w zakresie:**
- a) **postępowania dotyczącego zobowiązań albo wierzytelności Power Media S.A. lub jednostki od niej zależnej, których wartość stanowi co najmniej 10% kapitałów własnych Spółki, z określeniem: przedmiotu postępowania, wartości przedmiotu sporu, daty wszczęcia postępowania, stron wszczętego postępowania oraz stanowiska Spółki;**
 - b) **dwu lub więcej postępowań dotyczących zobowiązań oraz wierzytelności, których łączna wartość stanowi odpowiednio co najmniej 10% kapitałów własnych Spółki, z określeniem łącznej wartości postępowań odrębnie w grupie zobowiązań oraz wierzytelności wraz ze stanowiskiem Spółki w tej sprawie oraz w odniesieniu do największych postępowań w grupie zobowiązań i grupie wierzytelności - ze wskazaniem ich przedmiotu, wartości przedmiotu sporu, daty wszczęcia postępowania oraz stron wszczętego postępowania.**



Power Media

W okresie od 1 stycznia 2009 roku do 30 czerwca 2009 roku przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej Spółka nie była stroną żadnego postępowania dotyczącego zobowiązań ani wierzytelności, których jednorazowa lub łączna wartość stanowiłyby co najmniej 10% kapitałów własnych Power Media S.A.

- 8. Informacje o zawarciu przez Power Media S.A. lub jednostkę od niego zależną jednej lub wielu transakcji z podmiotami powiązanymi, jeżeli pojedynczo lub łącznie są one istotne i zostały zawarte na innych warunkach niż rynkowe przy czym informacje dotyczące poszczególnych transakcji mogą być zgrupowane według rodzaju, z wyjątkiem przypadku, gdy informacje na temat poszczególnych transakcji są niezbędne do zrozumienia ich wpływu na sytuację majątkową, finansową i wynik finansowy emitenta, wraz z przedstawieniem:**
- a) Informacji o podmiocie, z którym została zawarta transakcja,**
 - b) Informacji o powiązaniach Spółki lub jednostki od niego zależnej z podmiotem będącym stroną transakcji;**
 - c) Informacji o przedmiocie transakcji;**
 - d) istotnych warunków transakcji, ze szczególnym uwzględnieniem warunków finansowych oraz ze wskazaniem określonych przez strony specyficznych warunków, charakterystycznych dla tej umowy, w szczególności odbiegających od warunków powszechnie stosowanych dla danego typu umów.**
 - e) Innych informacji dotyczących tych transakcji, jeżeli są niezbędne do zrozumienia sytuacji majątkowej, finansowej i wyniku finansowego emitenta,**
 - f) Wszelkich zmian transakcji z podmiotami powiązanymi, opisanych w ostatnim sprawozdaniu rocznym, które mogą mieć istotny wpływ na sytuację majątkową, finansową i wynik finansowy Power Media S.A.**

W I półroczu 2009 powyższe zdarzenia w Power Media S.A. nie wystąpiły.

- 9. Informacje o udzieleniu przez Power Media S.A. lub przez jednostkę od niego zależną poręczeń kredytu lub pożyczki lub udzieleniu gwarancji – łącznie jednemu podmiotowi lub jednostce zależnej od tego podmiotu, jeżeli łączna wartość istniejących poręczeń lub gwarancji stanowi równowartość co najmniej 10% kapitałów własnych Spółki, z określeniem:**
- a) nazwy (firmy) podmiotu, któremu zostały udzielone poręczenia lub gwarancje,**
 - b) łącznej kwoty kredytów lub pożyczek, która w całości lub w określonej części została odpowiednio poręczona lub gwarantowana,**
 - c) okresu, na jaki zostały udzielone poręczenia lub gwarancje,**
 - d) warunków finansowych, na jakich poręczenia lub gwarancje zostały udzielone, z określeniem wynagrodzenia emitenta lub jednostki od niego zależnej za udzielenie poręczeń lub gwarancji,**
 - e) charakteru powiązań istniejących pomiędzy Spółką a podmiotem, który zaciągnął kredyty lub pożyczki.**

W okresie od 1 stycznia 2009 roku do 30 czerwca 2009 roku Spółka nie udzieliła poręczeń kredytów lub pożyczek, jak również nie udzieliła gwarancji, których jednorazowa lub łączna wartość stanowiłyby co najmniej 10% kapitałów własnych Power Media S.A.



Power Media

10. Inne informacje, które zdaniem Power Media S.A. są istotne dla oceny jego sytuacji kadrowej, majątkowej, finansowej, wyniku finansowego i ich zmian, oraz informacje, które są istotne dla oceny możliwości realizacji zobowiązań przez Spółkę.

Poza informacjami, które zostały podane w punkcie II, III i IV niniejszego sprawozdania, Power Media S.A. nie widzi innych istotnych dla oceny sytuacji kadrowej, majątkowej i finansowej Spółki, a także istotnych dla oceny wyniku finansowego i ich zmian, oraz innych informacji, które są istotne dla oceny możliwości realizacji zobowiązań przez Spółkę.

11. Wskazanie czynników, które w ocenie Power Media S.A. będą miały wpływ na osiągnięte przez niego wyniki w perspektywie co najmniej kolejnego kwartału.

Spółka w dalszym ciągu odczuwa skutki spowolnienia gospodarczego szczególnie w zakresie świadczenia usług rekrutacji i outsourcingu specjalistów IT.

Spółka koncentruje swoje wysiłki przede wszystkim na pozyskaniu nowych klientów na usługi rekrutacji i outsourcingu kadr IT w Polsce oraz w zakresie rozwoju usług informatycznych świadczonych dla klientów zagranicą.

Dodatkowo wprowadzone zostały zasady oszczędności oraz prowadzone jest bieżące monitorowanie rynku.