



Power Media

**SPRAWOZDANIE ZARZĄDU  
Z DZIAŁALNOŚCI POWER MEDIA S.A.  
DO PÓŁROCZNEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO  
W 2010 ROKU**

**ZA OKRES  
1 STYCZNIA 2010 – 30 CZERWCA 2010**

**Wrocław, sierpień 2010**



Power Media

## I. Informacje Podstawowe

### 1. Informacje o Spółce

#### 1.1 Dane Rejestrowe

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

Power Media S.A. (Spółka, Emitent) powstała w wyniku przekształcenia spółki z ograniczoną odpowiedzialnością Power Media sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu. Poprzednik prawny Spółki został utworzony 16.09.1997 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 1 czerwca 2007 roku Rada Nadzorcza została powołana na okres kadencji 5 lat.

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

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

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



Power Media

W dniu 9 czerwca 2010 roku ZWZA uchwałami nr 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16 udzieliło absolutorium wszystkim członkom Rady Nadzorczej z wykonania przez nich obowiązków członków Rady Nadzorczej w roku 2009. Spółka szczegółowo informowała o tym w raporcie bieżącym nr 11/2010 z dnia 10 czerwca 2010 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 roku skład Zarządu przedstawiał się następująco:

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

W dniu 9 czerwca 2010 roku ZWZ uchwałą nr 6, 8 i 9 udzieliło absolutorium Wojciechowi Narczyńskiemu, Marcie Przewłockiej oraz Agnieszce Kozłowskiej - członkom Zarządu z wykonania przez nich obowiązków członków Zarządu w roku 2009. Uchwałą nr 7 nie udzielono absolutorium Panu Andrzejowi Parszuto z wykonywania przez niego obowiązków Wiceprezesa Zarządu w roku 2009. Spółka szczegółowo informowała o tym w raporcie bieżącym nr 11/2010 z dnia 10 czerwca 2010 roku.

W okresie od 01 stycznia 2010 do 30 czerwca 2010 roku i na dzień publikacji niniejszego raportu przedstawiał się następująco:

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

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

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

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

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

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

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



Power Media

## II. Opis działalności Power Media S.A. w pierwszym półroczu 2010 roku

### 1. Zdarzenia istotnie wpływające na działalność Spółki, jakie nastąpiły w pierwszym półroczu 2010 roku

#### 1.1 Wybór przewodniczącego Rady Nadzorczej

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

#### 1.2 Rozwój serwisu ifirma.pl

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

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

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

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

Spółka spodziewała się rozliczenia w II kwartale 2010 roku pierwszego etapu dotacji uzyskanej w ramach POIG 8.2. Planowana kwota rozliczenia to 139 tys. Pierwszego etapu nie udało się rozliczyć z przyczyn nie leżących po stronie Spółki.

Natomiast w ramach realizacji drugiego etapu umowy o dofinansowanie w pierwszym półroczu 2010 roku spółka poniosła dodatkowo 354tys. kosztów kwalifikowanych. Wniosek o płatność pośrednią został złożony 30 lipca 2010 roku. Spółka ma nadzieję, że w związku ze zmianami skracającymi procedury weryfikacji wniosków o płatność w PARP, otrzyma decyzję o zatwierdzeniu wydatków objętych wnioskiem do końca bieżącego roku. Brak uwzględnienia w pozostałych przychodach operacyjnych rozliczenia dotacji za poprzedni etap oraz wysokie koszty wynikające z harmonogramu realizacji umowy dotacyjnej znacząco wpłynęły na wynik finansowy Spółki.

W I półroczu 2010 roku wdrożono następujące funkcjonalności w serwisie ifirma.pl:

- 1) moduł pracowniczy - wzbogacenie podstawowych do tej pory funkcjonalności modułu o parametry oraz zautomatyzowane mechanizmy, dzięki którym moduł ten dorównuje programom kadrowym, dzięki temu czynności związane z pracownikami, które do tej pory trzeba było w systemie wprowadzać



Power Media

- ręcznie, teraz będą zautomatyzowane, np. wyliczanie wynagrodzenia chorobowego,
- 2) wykresy i raporty - dzięki tej funkcji klienci będą mogli sporządzać zestawienia swoich wydatków i przychodów oraz przedstawiać je graficznie w postaci wykresów,
  - 3) obsługa nabycia wewnątrznijnego i importu usług,
  - 4) faktury pro forma
  - 5) deklaracja VAT-UE
  - 6) raporty imienne: ZUS RCA, ZUS RZA i ZUS RSA.

W okresie po 30 czerwca 2010 roku wdrożono w serwisie:

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

W trakcie realizacji są następujące funkcjonalności:

- 1) Faktury sprzedaży wysyłkowej z terytorium kraju,
- 2) wielostopniowy dostęp do funkcji serwisu,
- 3) magazyn,
- 4) aktualizacja związana ze zmianą obowiązujących stawek VAT,
- 5) nawigator po funkcjach serwisu dla nowych klientów.

Spółka stworzyła i udostępniła regulamin programu partnerskiego dla partnerów chcących pozyskiwać nowych klientów serwisu. W ramach tych działań podpisanych zostało kilkanaście umów partnerskich.

Spółka w dalszym ciągu pracuje nad ustaleniem zasad współpracy z innymi podmiotami na polskim rynku świadczącymi usługi dla podobnego sektora przedsiębiorców w celu udostępnienia swoim użytkownikom nowych usług i produktów komplementarnych. Stanowi jeden z podstawowych kierunków rozwoju serwisu ifirma.pl na najbliższe lata.

Dodatkowo rozpoczęta została ogólnopolska akcja sprzedażowa serwisu.

Na dzień 30 czerwca 2010 serwis obsługiwał 5067 płacących użytkowników. Na dzień 26 sierpnia 2010 roku z serwisu korzystało 8423 użytkowników.

### **1.3 Uruchomienie serwisu pitroczny.pl**

Spółka udostępniła kolejną wersję serwisu internetowego dla wszystkich podatników - [www.pitroczny.pl](http://www.pitroczny.pl) - umożliwiającą przygotowanie i wygenerowanie formularzy podatkowych PIT-36, PIT-36L, PIT-37, PIT-38 oraz wszelkich załączników do tych formularzy za rok 2009.

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



Power Media

liczby użytkowników serwisu ifirma.pl.

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

W 2010 roku z serwisu skorzystało 21 tys. użytkowników, z czego 20% wysłało elektroniczne deklaracje podatkowe.

## 2. Umowy zawierane w normalnym toku działalności Spółki

Opis znaczących umów	Informacje o publikacji informacji szczegółowych
<p>W związku z realizacją umów zawartych pomiędzy Emitentem a Grupą kapitałową Siemens (w tym Gigaset Communications Polska Sp. z o.o.) z siedzibą w Warszawie wartość obrotów w okresie od 11 listopada 2009 do 3 lutego 2010 roku wyniosła 483 891,32 PLN.</p> <p>Powyższa wartość przekracza 10% kapitałów własnych Power Media S.A. uwzględniających emisje akcji serii C i tym samym stanowi kryterium do uznania obrotów z umowy za wartość znaczącą.</p>	<p>RB nr 7/2010 z dnia 3 lutego 2010</p>
<p>W związku z realizacją umów zawartych pomiędzy Emitentem a Grupą kapitałową Siemens (w tym Gigaset Communications Polska Sp. z o.o.) z siedzibą w Warszawie wartość obrotów w okresie od 14 marca 2010 do dnia 26 maja 2010 wyniosła 482 144,34 PLN.</p> <p>Powyższa wartość przekracza 10% kapitałów własnych Power Media S.A. uwzględniających emisje akcji serii C i tym samym stanowi kryterium do uznania obrotów z umowy za wartość znaczącą.</p>	<p>RB nr 10/2010 z dnia 26 maja 2010</p>
<p>W związku z realizacją umowy zawartej pomiędzy Emitentem a Motorola Polska Electronics Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie wartość obrotów w okresie od 14 marca 2010 do dnia 10 sierpnia 2010 roku wyniosła 458 594,01 PLN.</p> <p>Powyższa wartość przekracza 10% kapitałów własnych Power Media S.A. i tym samym stanowi kryterium do uznania obrotów z umów na wartość znaczącą.</p>	<p>RB nr 13/2010 z dnia 10 sierpnia 2010</p>
<p>W związku z realizacją umów zawartych pomiędzy Emitentem a Grupą kapitałową Siemens (w tym Gigaset Communications Polska Sp. z o.o.) z siedzibą w Warszawie wartość obrotów w okresie od 26 maja 2010 roku do dnia 25 sierpnia 2010 roku wyniosła 409.808,35 PLN.</p> <p>Powyższa wartość przekracza 10% kapitałów własnych Power Media S.A. i tym samym stanowi kryterium do uznania obrotów z umów na wartość znaczącą.</p>	<p>RB nr 14/2010 z dnia 25 sierpnia 2010</p>



Power Media

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

W ramach działań podejmowanych w dziale oprogramowania zmierzających do skoncentrowania się na branży broadcastingowej i podobnej, czyli produkcji oprogramowania związanego z przetwarzaniem i archiwizowaniem materiałów multimedialnych, podpisana została umowa na dystrybucję we Włoszech systemu inStudio. Spółka również finalizuje negocjacje dotyczące dystrybucji systemu inStudio w innych krajach Europy.

Kolejnym osiągnięciem w zakresie rozszerzania pracy w branży broadcastingowej jest podpisanie umowy z Telefonią Dialog S.A., gdzie przedmiotem umowy jest dostarczenie oprogramowania i sprzętu oraz serwis techniczny.





Power Media

### III. Czynniki ryzyka i zagrożenia

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

#### 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 ifirma.pl 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 je. 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





Power Media

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

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

## **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. Ryzyko to wiąże się również z pojawieniem się nowej konkurencji dla serwisu ifirma.pl. Sytuacja wzmożonej konkurencji może wpłynąć na konieczność obniżenia marż, co skutkowałoby pogorszeniem rentowności prowadzonej działalności.

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

## **2.4 Ryzyko związane z wadliwym działaniem oprogramowania**



Power Media

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:



Power Media

- 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 utrata kontraktu lub w przypadku umów na czas określony nieprzedłużenie kontraktu.

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

## **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**



Power Media

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

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

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

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



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 2010 narastająco okres 01.01.2010- 30.06.2010	I Półrocze 2009 narastająco okres 01.01.2009- 30.06.2009	I Półrocze 2010 narastająco okres 01.01.2010- 30.06.2010	I Półrocze 2009 narastająco okres 01.01.2009- 30.06.2009
I. Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	3 422	4 348	855	962
II. Zysk(strata) z działalności operacyjnej	-434	-1 920	-108	-425
III. Zysk(strata) brutto	-358	-1 722	-89	-381
IV. Zysk(strata) netto	-360	-1 815	-90	-402
V. Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	-199	-2 822	-50	-625
VI. Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	7	-19	2	-4
VII. Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	-181	-36	-45	-8
VIII. Przepływy pieniężne netto, razem	-373	-2 877	-93	-637
IX. Aktywa, razem(na koniec półrocza bieżącego roku obrotowego i na koniec poprzedniego roku obrotowego)	4 681	5 116	1 129	1 145
X. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania(na koniec półrocza bieżącego roku obrotowego i na koniec poprzedniego roku obrotowego)	1 116	1 223	269	274
XI. Zobowiązania długoterminowe(na koniec półrocza bieżącego roku obrotowego i na koniec poprzedniego roku obrotowego)	0	0	0	0



Power Media

XII. Zobowiązania krótkoterminowe (na koniec półrocza bieżącego roku obrotowego i na koniec poprzedniego roku obrotowego)	1 002	1 131	242	253
XIII. Kapitał własny (na koniec półrocza bieżącego roku obrotowego i na koniec poprzedniego roku obrotowego)	3 565	3 893	860	871
XIV. Kapitał zakładowy (na koniec półrocza bieżącego roku obrotowego i na koniec poprzedniego roku obrotowego)	640	640	154	143
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)	-0,16	-0,38	-0,04	-0,08
XVII. Rozwodniony zysk (strata) na jedną akcję zwykłą (w zł/EUR)	-0,16	-0,38	-0,04	-0,08
XVIII. Wartość księgową na jedną akcję (w zł/EUR) (na koniec półrocza bieżącego roku obrotowego i na koniec poprzedniego roku obrotowego)	0,56	0,61	0,13	0,14
XIX. Rozwodniona wartość księgową na jedną akcję (w zł/EUR) (na koniec półrocza bieżącego roku obrotowego i na koniec poprzedniego roku obrotowego)	0,55	0,60	0,13	0,14
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 2010 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 2010 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 2010r.**

Akcjonariusz	Liczba akcji	Udział w kapitale zakładowym	Liczba głosów	Udział w liczbie głosów
Wojciech Narczyński	1 646 406	25,73%	2 756 406	30,97%
Marta Przewłocka	990 401	15,48%	1 550 401	17,42%
Dariusz Prus*	523 164	8,17%	850 664	9,56%
Krajzega Sp. z o.o.**	463 530	7,24%	751 030	8,44%

\*według informacji przekazanej na dzień 15 marca 2010 roku

\*\* według informacji przekazanej na dzień 22 stycznia 2010 roku

**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 2010**

Akcjonariusz	Liczba akcji	Udział w kapitale zakładowym	Liczba głosów	Udział w liczbie głosów
Wojciech Narczyński	1 646 406	25,73%	2 756 406	30,97%
Marta Przewłocka	990 401	15,48%	1 550 401	17,42%





Power Media

Dariusz Prus*	523 164	8,17%	850 664	9,56%
Krajzega Sp. z o.o.**	463 530	7,24%	751 030	8,44%

\*według informacji przekazanej na dzień 15 marca 2010 roku

\*\* według informacji przekazanej na dzień 22 stycznia 2010 roku

**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 2010 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 2010 roku**

Imię i nazwisko	Pełniona funkcja	Liczba akcji	Udział w kapitale zakładowym	Ilość głosów	Udział w liczbie głosów
Wojciech Narczyński	Zarządu	1 646 406	25,73%	2 756 406	30,97%
Marta Przewłocka	Wiceprezes Zarządu	990 401	15,48%	1 550 401	17,42%
Agnieszka Kozłowska	Członek Zarządu	275 019	4,30%	440 019	4,94%
Michał Masłowski	Przewodniczący Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%
Alicja Korbecka	Członek Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%
Dariusz Prus*	Członek Rady Nadzorczej	523 164	8,17%	850 664	9,56%
Ireneusz Werner	Członek Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%
Monika Wysocka	Członek Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%

\*według informacji przekazanej na dzień 15 marca 2010 roku

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



**Zestawienie stanu posiadania akcji przez osoby zarządzające i nadzorujące w dniu opublikowania raportu półrocznego SA-P 2010**

<b>Imię i nazwisko</b>	<b>Pełniona funkcja</b>	<b>Liczba akcji</b>	<b>Udział w kapitale zakładowym</b>	<b>Ilość głosów</b>	<b>Udział w liczbie głosów</b>
Wojciech Narczyński	Zarządu	1 646 406	25,73%	2 756 406	30,97%
Marta Przewłocka	Wiceprezes Zarządu	990 401	15,48%	1 550 401	17,42%
Agnieszka Kozłowska	Członek Zarządu	275 019	4,30%	440 019	4,94%
Michał Masłowski	Przewodniczący Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%
Alicja Korbecka	Członek Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%
Dariusz Prus*	Członek Rady Nadzorczej	523 164	8,17%	850 664	9,56%
Ireneusz Werner	Członek Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%
Monika Wysocka	Członek Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%

\*według informacji przekazanej na dzień 15 marca 2010 roku

**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:**
- 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;**
  - 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.**

W okresie od 1 stycznia 2010 roku do 30 czerwca 2010 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.



Power Media

8. **Informacje o zawarciu przez Power Media S.A. lub jednostkę od niego zależną jednej lub wielu transakcji z podmiotami powiązаныmi, 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 powiązаныmi, opisanych w ostatnim sprawozdaniu rocznym, które mogą mieć istotny wpływ na sytuację majątkową, finansową i wynik finansowy Power Media S.A.**

W I półroczu 2010 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 2010 roku do 30 czerwca 2010 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.

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.**



Power Media

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 spodziewała się rozliczenia w II kwartale 2010 roku pierwszego etapu dotacji uzyskanej w ramach POIG 8.2. Planowana kwota rozliczenia to 139 tys. Ponieważ z przyczyn nie leżących po stronie Spółki pierwszego etapu nie udało się rozliczyć, zostanie on rozliczony w III kwartale 2010 roku.

Natomiast w ramach realizacji drugiego etapu umowy o dofinansowanie w pierwszym półroczu 2010 roku spółka poniosła dodatkowo 354tys. kosztów kwalifikowanych. Wniosek o płatność pośrednią został złożony 30 lipca 2010 roku. Spółka ma nadzieję, że w związku ze zmianami skracającymi procedury weryfikacji wniosków o płatność w PARP, otrzyma decyzję o zatwierdzeniu wydatków objętych wnioskiem do końca bieżącego roku. Rozliczenie drugiego etapu wpłynie na wynik całego roku a w szczególności IV kwartału.