



Power Media

## **SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI POWER MEDIA S.A.**

**ZA OKRES  
1 STYCZNIA 2011– 31 GRUDNIA 2011**

**Wrocław, marzec 2012**



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. Grabiszyńska 241 B, 53-234 Wrocław
REGON	931082394
PKD	7222Z (stare) - 6201Z (nowe)
NIP	898-16-47-572
KRS	0000281947

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

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

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

#### 1.2 Organy zarządzające i nadzorujące Spółki

##### 1.1.1 Rada Nadzorcza

Rada Nadzorcza została powołana w momencie zarejestrowania przekształcenia Power Media Sp. z o.o. na Power Media S.A. tj. na dzień 1 czerwca 2007 roku Rada Nadzorcza została powołana na okres kadencji 5 lat.

W okresie od 1 stycznia 2011 do 23 lutego 2011 roku skład Rady Nadzorczej przedstawiał 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

W dniu 31 stycznia 2011 roku Pan Dariusz Prus - Członek Rady Nadzorczej złożył rezygnację z pełnionej przez siebie funkcji, o czym Spółka informowała w raporcie bieżącym nr 4/2011 z dnia 31 stycznia 2011 roku.



W dniu 15 lutego 2011 roku Pani Alicja Korbecka pełniąca funkcję Członka Rady Nadzorczej Power Media S.A. złożyła rezygnację z pełnionej przez siebie funkcji. Spółka informowała o tym fakcie w raporcie bieżącym nr 6/2011 z dnia 16 lutego 2011 roku.

Rada Nadzorcza działając na podstawie § 19 ust. 4 Statutu Spółki oraz 2 ust. 6 Regulaminu Rady Nadzorczej Power Media S.A. powołała na swoim posiedzeniu w dniu 23 lutego 2011 roku uchwałą nr 1/2011 Pana Tomasza Stanko oraz uchwałą nr 2 Pana Łukasza Kocura na stanowiska członków Rady Nadzorczej Spółki. Spółka szczegółowo informowała o tym w raporcie bieżącym nr 7/2011 z dnia 23 lutego 2011 roku.

Zwyczajne Walne Zgromadzenie Power Media S.A. powołało w dniu 19 kwietnia 2011 roku uchwałą nr 15 Pana Tomasza Stanko oraz uchwałą nr 16 Pana Łukasza Kocura na stanowiska członków Rady Nadzorczej Spółki. Spółka informowała w Raporcie Bieżącym nr 7/2011 z dnia 23 lutego 2011 roku.

W okresie od 23 tego 2011 do dnia publikacji niniejszego raportu skład Rady Nadzorczej Power Media S.A. przedstawia się następująco:

- 1) Michał Masłowski - Przewodniczący Rady Nadzorczej
- 2) Łukasz Kocur - Członek Rady Nadzorczej
- 3) Tomasz Stanko - Członek rady Nadzorczej
- 4) Ireneusz Werner - Członek Rady Nadzorczej
- 5) Monika Wysocka - Członek Rady Nadzorczej

W dniu 19 kwietnia 2011 roku ZWZA uchwałami nr 9, 10, 11, 12, 13, udzieliło absolutorium wszystkim członkom Rady Nadzorczej z wykonania przez nich obowiązków członków Rady Nadzorczej w roku 2010. Spółka szczegółowo informowała o tym w raporcie bieżącym nr 13/2011 z dnia 19 kwietnia 2011 roku.

### **1.1.2 Zarząd Spółki**

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

W okresie od 1 stycznia 2011 do 31 grudnia 2011 roku oraz na dzień publikacji niniejszego raportu skład Zarządu przedstawiał się następująco:

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

W dniu 19 kwietnia 2011 roku ZWZA uchwałami nr 6, 7 i 8 udzieliło absolutorium wszystkim członkom Zarządu z wykonania przez nich obowiązków członków Zarządu w roku 2010. Spółka szczegółowo informowała o tym w raporcie bieżącym nr 13/2011 z dnia 19 kwietnia 2011 roku.

### **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.

#### **Realizacja programu motywacyjnego**

W I kwartale 2011 roku Spółka przystąpiła do realizacji programu motywacyjnego ustanowionego w Spółce na lata 2008-2010.

W związku z powyższym w dniu 28 marca 2011 roku Spółka dokonała transakcji zbycia akcji własnych, zwykłych, na okaziciela w ilości 60.900, po cenie 0,10 złotych, za łączną kwotę 6.090,00 złotych.

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

Po zbyciu Spółka posiada łącznie 239 100 akcji własnych, stanowiących 3,74% kapitału zakładowego Spółki oraz uprawniających do wykonywania 2,69% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy. 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 szczegółowo informowała o tym w raporcie bieżącym nr 10/2011 z dnia 28 marca 2011 roku.

#### **1.4 Zatrudnienie**

<b>Grupy zawodowe</b>	<b>01.01.2010- 31.12.2010</b>	<b>01.01.2011- 31.12.2011</b>	<b>Stan na dzień publikacji SA-R/2011</b>
Pracownicy umysłowi	79	1	90
Pracownicy na stanowisku robotniczym	1	77	1



<b>Razem</b>	<b>80</b>	<b>78</b>	<b>91</b>
--------------	-----------	-----------	-----------

### 1.5 Informacje o transakcjach z podmiotami powiązаныmi

W okresie od 1 stycznia 2011 do 31 grudnia 2011 roku transakcje z podmiotami powiązаныmi nie występowały.

### 1.6 Oddziały i zakłady posiadane przez Spółkę

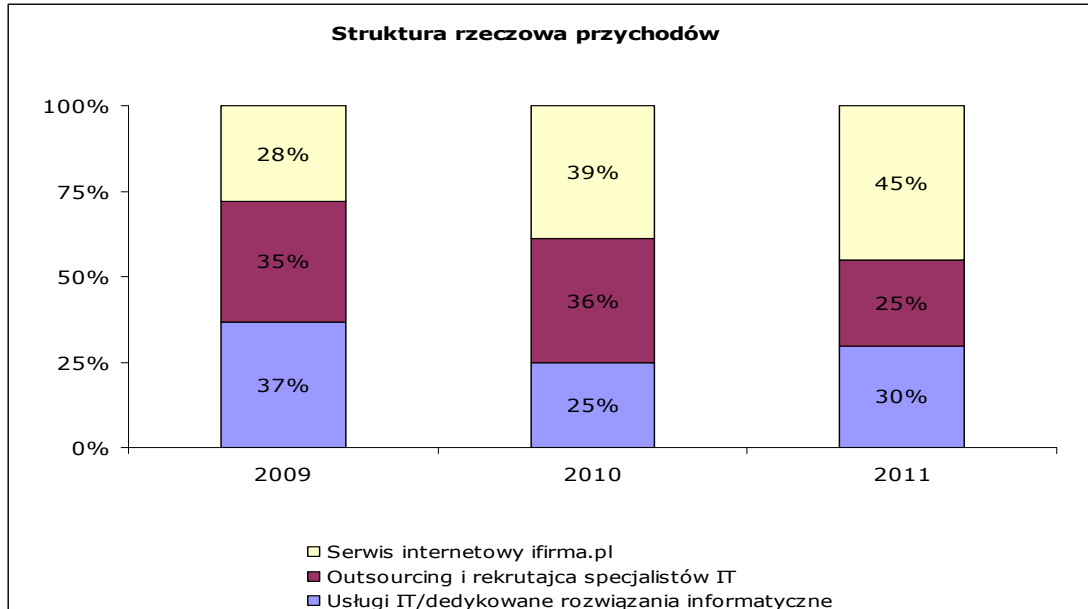
Spółka nie posiada oddziałów i zakładów. Spółka zarejestrowana jest przy ulicy Grabiszyńskiej 241 we Wrocławiu.

## 2. Zarys działalności Power Media S.A.

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

Działalność Spółki oparta jest na trzech filarach:

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



**Razem przychody ze sprzedaży w 2010 roku: 7 267 040,33 zł**  
**Razem przychody ze sprzedaży w 2011 roku: 8 091 705,89 zł**

Pierwszy obszar – to serwisy internetowe ifirma.pl i pitroczny.pl. Serwis ifirma.pl jest rozwiązaniem księgowości internetowej przeznaczonym dla małych firm oraz mikroprzedsiębiorstw działających w Polsce. Jest on rozwiązaniem alternatywnym do prowadzenia księgowości przez biuro rachunkowe lub korzystania z aplikacji desktopowych. Dodatkowo w 2012 roku Spółka w odpowiedzi na potrzeby rynku udostępniła usługę tradycyjnego biura rachunkowego.

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

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

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

Serwis CEIDG – jest to interaktywny wniosek CEIDG-1 (zastępujący dawny wniosek EDG-1) służący do wpisu do centralnej ewidencji i informacji o działalności gospodarczej dla osób fizycznych wykonujących działalność gospodarczą.

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



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

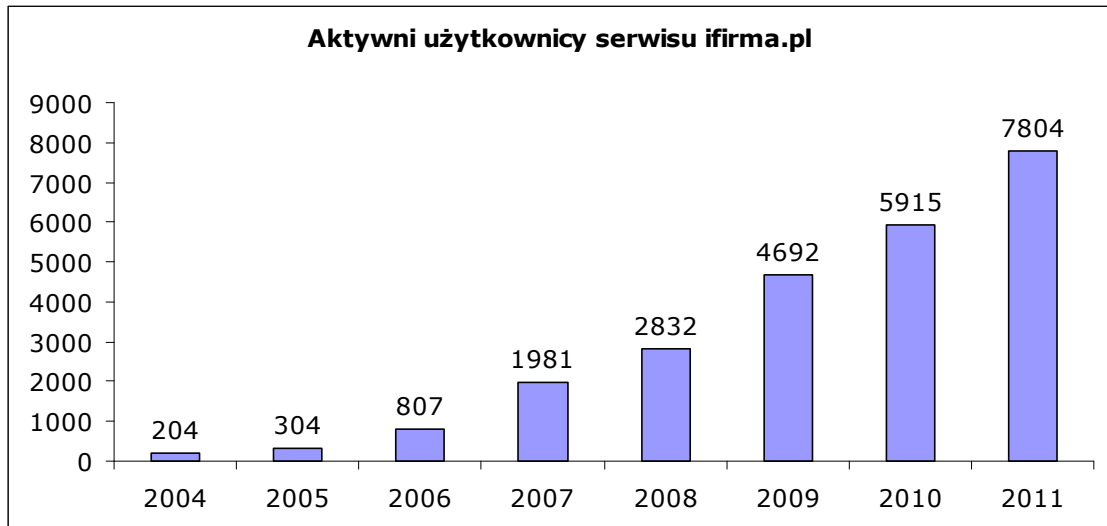
W trzecim obszarze – tworzenie rozwiązań informatycznych - Power Media S.A. posiada swoją ekspertyzę w tworzeniu aplikacjach internetowych. Dodatkowo Spółka stworzyła system do archiwizacji materiałów multimedialnych – inStudio.

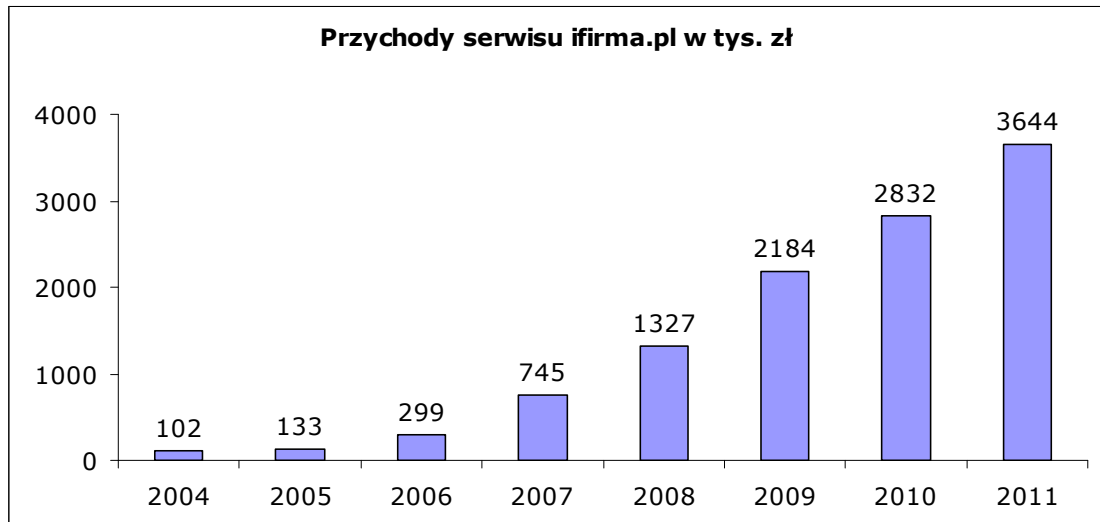
W obu tych obszarach klientami Power Media S.A. są duże i średnie firmy działające w Polsce i zagranicą.

### Serwisy internetowe:

#### www.ifirma.pl

Spółka odnotowuje w tym obszarze systematyczny wzrost liczby klientów. Przychody serwisu w roku 2011 w porównaniu do roku 2010 wzrosły o 29%. Przychody wyniosły 3 644,2 tys. zł, co stanowi 45% wartości przychodów Spółki ogółem.





Serwis ifirma.pl służy do samodzielnego prowadzenia księgowości oraz 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.

#### Funkcjonalności:

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

#### Bezpieczeństwo danych:

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

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

- Hasło i login. Służą do identyfikacji użytkownika i zapewniają jego wyłączność na dostęp do jego zapisów. Są one wybierane przy rejestracji w serwisie.





Hasło musi spełniać określone warunki bezpieczeństwa zgodne ze standardami rynkowymi.

- Szyfrowanie danych. Transmisja danych pomiędzy serwerem ifirma.pl a komputerami klientów jest zabezpieczona w sposób analogiczny do systemów bankowości internetowej.
- Kopie zapasowe. Są wykonywane codziennie. Po zaszyfrowaniu danych klientów są one przechowywane w dwóch osobnych lokalizacjach. Wyklucza to ryzyko utraty danych oraz ryzyko dostępu do nich przez osoby niepowołane.

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

#### Wysyłanie deklaracji podatkowych w formie elektronicznej

Od grudnia 2008 roku system umożliwia przesyłanie deklaracji podatkowych w formie elektronicznej przez użytkowników serwisu ifirma.pl i pitroczny.pl.

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

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

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

#### **www.pitroczny.pl**

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

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

Celem uruchomienia systemu pitroczny.pl jest:

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

W 2011 roku z możliwości dokonania rozliczeń rocznego zeznania podatkowego za pośrednictwem serwisu skorzystało niemal 28 000 osób.

#### **serwis CEIDG**

Spółka udostępniła nowy wniosek CEIDG-1 (zastępujący dawny wniosek EDG-1) służący do wpisu do centralnej ewidencji i informacji o działalności gospodarczej



dla osób fizycznych wykonujących działalność gospodarczą, który jest jednocześnie:

- wnioskiem o wpis do krajowego rejestru urzędowego podmiotów gospodarki narodowej (REGON);
- zgłoszeniem identyfikacyjnym albo aktualizacyjnym do naczelnika urzędu skarbowego (NIP);
- oświadczeniem o wyborze formy opodatkowania podatkiem dochodowym od osób fizycznych;
- zgłoszeniem albo zmianą zgłoszenia płatnika składek do Zakładu Ubezpieczeń Społecznych;
- oświadczeniem o kontynuowaniu ubezpieczenia społecznego rolników.

Serwis cieszy się ogromną popularnością wśród nowopowstających firm jak i już istniejących, a dokonujących zmian wpisu do ewidencji działalności gospodarczych. Z serwisu skorzystało 140 tys. przedsiębiorców.

### **Outsourcing i rekrutacja specjalistów IT**

Spółka w dalszym ciągu oferuje swoje usługi z tego działu korporacjom działającym na polskim rynku i zagranicznym. Przychody z tego tytułu w 2011 roku osiągnęły 2 039,0 tys. zł.

### **Usługi IT/dedykowane rozwiązania informatyczne**

Przychody z tej działalności w roku 2011 roku wzrosły w stosunku do roku 2010 i wyniosły 2 394,4 tys. zł, co stanowi 30% przychodów Spółki ogółem.

W 2011 roku Spółka zrealizowała i nadal realizuje kilka nowych projektów/umów, spośród największych między innymi:

1. projekt dla firmy Netland Computers, o czym Spółka informowała w raporcie bieżącym nr 12/2011 z dnia 14 kwietnia 2011 roku,
2. system do obsługi giełdy towarowej dla Klastra Spożywczego Południowej Wielkopolski w Kaliszu, o czym Spółka nie informowała z uwagi na niespełnienie wymogów umowy znaczącej,
3. realizacja systemu [Wideomonitoringu](#) dla [Telefonii DIALOG S.A.](#) oraz przygotowanie systemu informatycznego wraz z jego wdrożeniem i wsparciem technicznym w okresie gwarancyjnym i ewentualnym serwisie pogwarancyjnym. Spółka informowała o tym w raporcie bieżącym 18/2011 z dnia 22 sierpnia 2011 roku,
4. wdrożenie drugiej generacji Systemu Archiwizacji Materiałów Wideo inStudio.

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

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

## **2.3 Informacje o rynkach zbytu**

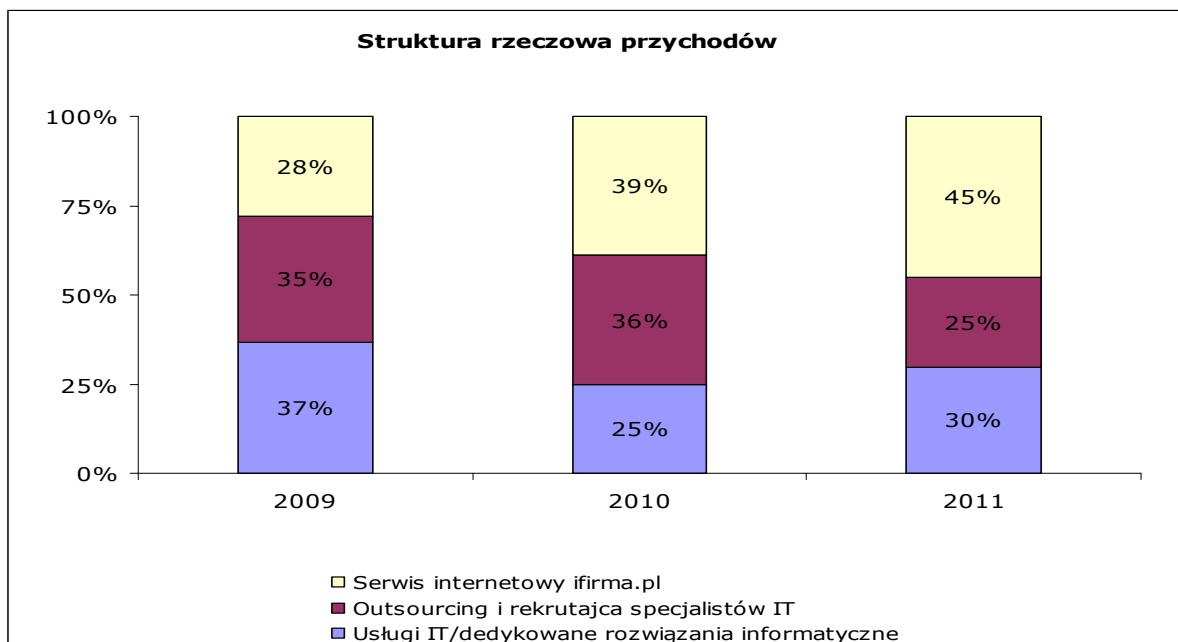
Spośród klientów można wyróżnić trzy podstawowe grupy:

- Klienci korporacyjni działający w Polsce.



Ze względu na charakterystykę przedsięwzięć informatycznych firmy takie wykazują duże potrzeby zwiększenia zaangażowania działów IT (intensyfikacji działań) w okresach tworzenia i uruchamiania nowych systemów informatycznych. Specjaliści Emitenta uczestniczą w takich projektach realizowanych w siedzibie klienta. Klienci z tej grupy to najczęściej spółki z sektora telekomunikacyjnego oraz instytucje finansowe w Polsce. Dla tych klientów Emitent świadczy usługi z obszarów tak usług IT, jak i outsourcingu i rekrutacji specjalistów IT.

- Małe i średnie przedsiębiorstwa z Europy (w tym w Polsce) i USA. Ta grupa przedsiębiorstw poszukująca konkretnych systemów informatycznych. Z reguły są to firmy spoza branży informatycznej, stąd zauważalne są wśród tych przedsiębiorstw niedobory kadrowe i kompetencyjne w działach IT.
- Mikrofirmy działające w Polsce. W tej grupie znajdują się małe firmy działające w Polsce oraz osoby prowadzące działalność gospodarczą (samozatrudnienie). Ta grupa klientów to głównie klienci ifirma.pl.



**Razem przychody ze sprzedaży w 2010 roku: 7 267 040,33 zł**

**Razem przychody ze sprzedaży w 2011 roku: 8 091 705,89 zł**

Spółka w dalszym ciągu realizuje cele emisyjne związane z rozwojem serwisu ifirma.pl opisane w prospekcie emisyjnym zatwierdzonym w dniu 5 lutego 2008 roku, część IV, pkt. 3.4 oraz zgodnie z uchwałą Zarządu nr 1/08/2011 z 30 sierpnia 2011 roku zmieniającą częściowo sposób wykorzystania środków z emisji o czym Spółka informowała w raporcie bieżącym z dnia 5 września 2011 roku.



Power Media

## II. Opis działalności Power Media S.A. w roku 2011

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

#### 1.1. Realizacja Programu akcji pracowniczych/Programu Motywacyjnego

Spółka działając na podstawie:

- 1) Uchwał Walnego Zgromadzenia:
  - a. nr 18 z dnia 29 maja 2009 roku w sprawie zmiany uchwał Walnego Zgromadzenia spółki Power Media S.A. z dnia 15 czerwca 2007 roku dotyczących ustanowienia Programu Motywacyjnego oraz emisji warrantów subskrypcyjnych
  - b. nr 19 z dnia 29 maja 2009 rok sprawie udzielenia Zarządowi Spółki upoważnienia do nabycia akcji własnych Power Media S.A. z przeznaczeniem między innymi na realizację Programu Motywacyjnego
- 2) Uchwał Rady Nadzorczej:
  - a. nr 5/2009 w sprawie spełnienia kryteriów przez poszczególne osoby uprawnione do objęcia warrantów subskrypcyjnych serii A ze wskazaniem ilości warrantów Subskrypcyjnych serii A przypadających każdej z tych osób oraz przeznaczeniem warrantów nieprzydzielonych w roku 2008 obowiązywania Programu Motywacyjnego
  - b. nr 1/2009 w sprawie ustalenia ceny emisyjnej Akcji serii D dla Warrantów Subskrypcyjnych serii A
  - c. nr 7/2010 w sprawie spełnienia kryteriów przez poszczególne osoby uprawnione do objęcia warrantów subskrypcyjnych serii B ze wskazaniem ilości warrantów Subskrypcyjnych serii B przypadających każdej z tych osób oraz przeznaczeniem warrantów nieprzydzielonych w roku 2009 obowiązywania Programu Motywacyjnego
  - d. nr 8/2010 w sprawie ustalenia ceny emisyjnej Akcji serii D dla Warrantów Subskrypcyjnych serii B
  - e. nr 4/2011 z dnia 23 lutego 2011 roku w sprawie zmiany Regulaminu Programu Motywacyjnego
  - f. Nr 5/2011 w sprawie spełnienia kryteriów przez poszczególne osoby uprawnione do nabycia Akcji własnych przypadających każdej z tych osób w roku 2010 obowiązywania Programu Motywacyjnego
  - g. Nr 6/2011 w sprawie ustalenia ceny zbycia akcji w III etapie programu motywacyjnego
  - h. Nr 7/2011 w sprawie zmiany uchwały Rady Nadzorczej nr 5/2009 w sprawie spełnienia kryteriów przez poszczególne osoby uprawnione do objęcia warrantów subskrypcyjnych serii A ze wskazaniem ilości warrantów Subskrypcyjnych serii A przypadających każdej z tych osób oraz przeznaczeniem warrantów nieprzydzielonych w roku 2008 obowiązywania Programu Motywacyjnego oraz w sprawie zmiany uchwały Rady Nadzorczej nr 7/2010 w sprawie spełnienia kryteriów przez poszczególne osoby uprawnione do objęcia warrantów subskrypcyjnych serii B ze wskazaniem ilości warrantów Subskrypcyjnych serii B przypadających każdej z tych osób oraz przeznaczeniem warrantów nieprzydzielonych w roku 2009 obowiązywania Programu Motywacyjnego
  - i. nr 8/2011 w sprawie zmiany uchwały Rady Nadzorczej nr 1/2009 w sprawie ustalenia ceny emisyjnej Akcji serii D dla Warrantów Subskrypcyjnych serii A oraz w sprawie zmiany uchwały Rady Nadzorczej nr 8/2010 w sprawie ustalenia ceny emisyjnej Akcji serii D dla Warrantów Subskrypcyjnych serii B
- 3) Umów uczestnictwa w Programie Motywacyjnym Power Media S.A. z osobami uprawnionymi



Power Media

przystąpiła do realizacji Programu Motywacyjnego przypadającego na lata 2008-2010.

Spółka przeznaczyła na realizację programu motywacyjnego akcje własne, które nabyła w drodze wezwania działając na podstawie uchwały nr 19 WZ z dnia 29 maja 2009 roku w sprawie udzielenia Zarządowi Spółki upoważnienia do nabycia akcji własnych Power Media S.A. z przeznaczeniem między innymi na realizację Programu Motywacyjnego, co oznacza, że Spółka nie będzie dokonywała emisji akcji serii D na potrzeby realizacji programu motywacyjnego.

Spółka złożyła osobom uprawnionym ofertę nabycia akcji. W dniu 28 marca 2011 roku Spółka dokonała transakcji zbycia akcji własnych, zwykłych, na okaziciela w ilości 60.900, po cenie 0,10 złotych, za łączną kwotą 6.090,00 złotych.

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

Po zbyciu Spółka posiada łącznie 239 100 akcji własnych, stanowiących 3,74% kapitału zakładowego Spółki oraz uprawniających do wykonywania 2,69% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy. Zgodnie z przepisami Kodeksu spółek handlowych Spółka nie może wykonywać praw udziałowych z będących w jej posiadaniu akcji własnych.

Spółka informowała o tym w raporcie bieżącym nr 10/2011 z dnia 28 marca 2011 roku.

### **1.2. Rezygnacja członków Rady Nadzorczej**

W dniu 31 stycznia 2011 roku Pan Dariusz Prus będący członkiem Rady Nadzorczej Power Media S.A. złożył rezygnację z pełnionej przez siebie funkcji, a w dniu 15 lutego 2011 roku Pani Alicja Korbecka będąca członkiem Rady Nadzorczej Power Media S.A. złożyła rezygnację z pełnionej przez siebie funkcji.

Spółka informowała o tym w raporcie bieżącym nr 4/2011 z dnia 31 stycznia 2011 roku oraz raporcie bieżącym nr 6/2011 z dnia 16 lutego 2011 roku.

### **1.3. Powołanie członków Rady Nadzorczej**

Rada Nadzorcza działając na podstawie § 19 ust. 4 Statutu Spółki oraz 2 ust. 6 Regulaminu Rady Nadzorczej Power Media S.A. powołała w dniu 23 lutego 2011 roku uchwałą nr 1/2011 Pana Tomasza Stanko oraz uchwałą nr 2 Pana Łukasza Kocura na stanowiska członków Rady Nadzorczej Spółki do czasu najbliższego walnego zgromadzenia.

Spółka informowała o tym w raporcie bieżącym nr 7/2011 z dnia 23 lutego 2011 roku.

Zwyczajne Walne Zgromadzenie Power Media S.A. powołało w dniu 19 kwietnia 2011 roku uchwałą nr 15 Pana Tomasza Stanko oraz uchwałą nr 16 Pana Łukasza Kocura na stanowiska członków Rady Nadzorczej Spółki.

Spółka informowała o tym w raporcie bieżącym nr 15/2011 z dnia 19 kwietnia 2011 roku.



### 1.5 Wyrok NSA

W I półroczu 2011 roku Naczelny Sąd Administracyjny wydał wyrok w dniu 14 kwietnia 2011r. oddalający skargę kasacyjną Dyrektora Izby Skarbowej w Poznaniu od wyroku WSA we Wrocławiu w sprawie skargi Spółki na indywidualną interpretację Dyrektora Izby Skarbowej w Poznaniu w przedmiocie podatku dochodowego od osób prawnych.

NSA stwierdził, że skarga ma usprawiedliwione podstawy, ale wyrok WSA odpowiada prawu, a dowodem na to jest uchwała NSA z dnia 24 stycznia 2011. W uchwale NSA doprecyzował jakie wydatki związane z nową emisją nie mogą stanowić koszt uzyskania przychodu. A zatem pozostałe niewymienione wydatki będące ogólnymi kosztami funkcjonowania spółki kapitałowej stanowią koszty uzyskania przychodów.

W związku z powyższym wyrokiem NSA i interpretacją Spółka w 2012 roku planuje złożenie korekt deklaracji z tytułu podatku VAT za lata 2008-2010 i CIT za lata 2007-2010. Po złożeniu korekty deklaracji CIT za lata 2007-2008 podatek dochodowy za 2007r. Spółka szacuje, że zmniejszy się o 19 tys., a za 2008r. o 45 tys. Natomiast z korekt deklaracji VAT-7 za lata 2008-2010 uda się odzyskać 70 tys. Korekty deklaracji VAT-7 za okres luty-grudzień 2007 już zostały złożone a uzyskana w kwota w wysokości 55 tys. została potrącona w rozliczeniach z urzędem skarbowym.

### 1.6 Zmiana celów emisyjnych

W dniu 30 sierpnia 2011 roku Zarząd podjął uchwałę w sprawie zmiany sposobu wykorzystania środków z emisji, opisanych szczegółowo w prospekcie emisyjnym z dnia 5 lutego 2008 roku.

Zatwierdzono zmianę sposobu wykorzystania środków z emisji zgodnie z poniższą tabelą:

Wyszczególnienie	Kwoty w prospekcie emisyjnym [PLN]	Po zmianie [PLN]
<b>1. Serwis ifirma.pl, w tym:</b>	<b>5 560 000</b>	<b>5 560 000</b>
Budowa infrastruktury call-center i systemu obsługi klienta oraz rozbudowa serwerowni	700 000	700 000
Budowa wizerunku marki i reklama serwisu	4 860 000	4 860 000
<b>2. Rozbudowa działu sprzedaży usług informatycznych i produktów, marketing</b>	<b>600 000</b>	<b>71 560</b>
<b>3. Zakup wyposażenia firmy (komputery, narzędzia programistyczne)</b>	<b>400 000</b>	<b>400 000</b>
<b>4. Rozwój nowych funkcjonalności serwisu ifirma.pl</b>	<b>0</b>	<b>528 440</b>
<b>Razem</b>	<b>6 560 000</b>	<b>6 560 000</b>

Zarząd w uchwale uznał zadanie budowy infrastruktury call-center i systemu obsługi klienta oraz rozbudowy serwerowni jako zrealizowane. Zadanie budowania wizerunku marki i reklamy serwisu będzie realizowane przede wszystkim przy wykorzystaniu internetu, a termin wykorzystania środków z emisji przesunięto na koniec 2014 roku.



## Power Media

Natomiast zadanie rozbudowy działu sprzedaży usług informatycznych i produktów oraz marketing uznano za zrealizowane, a nadwyżkę w kwocie 528 440zł przeznaczono na rozwój nowych funkcjonalności serwisu ifirma.pl. W szczególności ma być przygotowany: moduł dla osób rozliczających się na zasadach ryczału ewidencjonowanego, magazyn z pełną obsługą ilościowo-wartościową oraz pełna wersja modułu kadrowego. Termin realizacji zadania został ustalony na koniec roku 2012.

Spółka informowała o tym szczegółowo w raporcie bieżącym nr 20/2011 z dnia 5 września 2011 roku.

### 1.7 Rozwój serwisu ifirma.pl

W 2011 roku wdrożono między innymi następujące funkcjonalności ifirma.pl:

- 1) aplikacja pitroczny.pl za 2010 rok,
- 2) nowe stawki VAT,
- 3) dokumenty sprzedaży:
  - faktura VAT-marża,
  - seryjne wystawianie rachunków u nie-vatowca,
  - e-faktury z naszym certyfikatem autentyczności,
  - nowe wzory wydruków faktur,
- 4) moduł pracowniczy:
  - deklaracje ZUS RMUA,
  - ewidencja czasu pracy,
- 5) automatyczne rozliczenie leasingu samochodu osobowego,
- 6) automatyzacja amortyzacji środków trwałych sfinansowanych z dotacji,
- 7) repozytorium dokumentów - przechowywanie w serwisie e-Faktur oraz innych dokumentów w wydatkach i pracownikach (np. PDF, plik tekstowy, skan)
- 8) wielostopniowy dostęp do funkcji serwisu,
- 9) integracje z platformami e-commerce (allegro, istore, systemy opensource, sote),
- 10) usługa wysyłki faktur pocztą z poziomu aplikacji,
- 11) pakiet zmian optymalizacyjnych poprawiających wydajność,
- 12) nowa wersja aplikacji wspierającej rejestrację firmy CEIDG,
- 13) usługa biura rachunkowego,
- 14) e-Faktury – automatyczne księgowanie e-faktur od sieci telefonicznych,
- 15) e-Faktury w przychodach - możliwość wysłania e-Faktur,
- 16) rejestracja domen.

W dalszym ciągu w trakcie realizacji są następujące funkcjonalności:

- 1) Magazyn oraz
- 2) CRM.

W III kwartale zakończył się ostatni tj. V etap realizacji działań związanych z rozwojem serwisu w ramach założeń dofinansowania na realizację projektu „System informatyczny wspierający procesy B2B redystrybucji i co-brandingu serwisu firma.pl” (Projekt) w ramach PO IG, które Spółka pozyskała w lipcu 2009 roku. Spółka informowała o rozliczeniach w raporcie kwartalnym SAQ III z dnia 9 listopada 2011 roku.

W ramach realizacji drugiego i trzeciego etapu umowy o dofinansowanie w roku 2010 roku spółka poniosła koszty, które zostały dopiero refundowane w 2011 roku w wysokości 486 tys. zł co ma odzwierciedlenie w rachunku zysków i strat w pozycji Dotacje w części Pozostałe przychody.

Jednocześnie w ramach realizacji następnych etapów umowy tj. czwartego i piątego spółka w 2011 roku poniosła dodatkowo 694 tys. zł. kosztów kwalifikowanych. Wnioski



Power Media

o płatność pośrednią za oba etapy zostały rekomendowane przez WARR i spółka spodziewa się wypłaty 322 tys. zł. w 2012 roku. Niestety brak uwzględnienia w pozostałych przychodach operacyjnych rozliczenia dotacji za powyższe etapy oraz wysokie koszty wynikające z harmonogramu realizacji umowy dotacyjnej znacząco wpłynęły na wynik finansowy Spółki.

Na dzień 31 grudnia 2011 serwis obsługiwał 7.806 płacących użytkowników.

W roku 2011 roku przychody z serwisu ifirma.pl wyniosły 3.644,2 tys. zł co stanowi wzrost o 29% w stosunku do poprzedniego okresu porównawczego.

### **1.8 Uruchomienie serwisu CEIDG**

Spółka udostępniła nowy wniosek CEIDG-1 (zastępujący dawny wniosek EDG-1) służący do wpisu do centralnej ewidencji i informacji o działalności gospodarczej dla osób fizycznych wykonujących działalność gospodarczą, który jest jednocześnie:

- wnioskiem o wpis do krajowego rejestru urzędowego podmiotów gospodarki narodowej (REGON);
- zgłoszeniem identyfikacyjnym albo aktualizacyjnym do naczelnika urzędu skarbowego (NIP);
- oświadczeniem o wyborze formy opodatkowania podatkiem dochodowym od osób fizycznych;
- zgłoszeniem albo zmianą zgłoszenia płatnika składek do Zakładu Ubezpieczeń Społecznych;
- oświadczeniem o kontynuowaniu ubezpieczenia społecznego rolników.

Serwis cieszy się ogromną popularnością wśród nowopowstających firm jak i już istniejących, a dokonujących zmian wpisu do ewidencji działalności gospodarczych. Z serwisu skorzystał 140 tys. przedsiębiorców.

### **1.9 Uruchomienie serwisu pitroczny.pl**

Spółka udostępniła kolejną wersję serwisu internetowego dla wszystkich podatników – [www.pitroczny.pl](http://www.pitroczny.pl) – umożliwiający przygotowanie i wygenerowanie formularzy podatkowych PIT-36, PIT-36L, PIT-37, PIT-38 oraz wszelkich załączników do tych formularzy za rok 2010.

W 2011 roku z serwisu skorzystało ok. 28 tys. użytkowników.

### **1.10 Nowe projekty realizowane w dziale rozwoju oprogramowania**

W roku 2011 roku Spółka zrealizowała i realizuje kilka nowych projektów/umów, spośród największych między innymi:

1. projekt dla firmy Netland Computers, o czym Spółka informowała w raporcie bieżącym nr 12/2011 z dnia 14 kwietnia 2011 roku,
2. system do obsługi giełdy towarowej dla Klastra Spożywczego Południowej Wielkopolski w Kaliszu, o czym Spółka nie informowała z uwagi na niespełnienie wymogów umowy znaczącej,
3. realizacja systemu Wideomonitoringu dla Telefonii DIALOG S.A. oraz przygotowanie systemu informatycznego wraz z jego wdrożeniem i wsparciem technicznym w okresie gwarancyjnym i ewentualnym serwisie pogwarancyjnym. Spółka informowała o tym w raporcie bieżącym 18/2011 z dnia 22 sierpnia 2011 roku,
4. wdrożenie drugiej generacji Systemu Archiwizacji Materiałów Video inStudio.

### **1.11 Realizacje projektów w dziale rekrutacji i outsourcingu kadrowego**

W skutek przejęcia części przedsiębiorstwa Motorola Polska Electronics Sp. z o.o. z





Power Media

siedzibą w Krakowie przez Nokia Siemens Networks nastąpiło, zgodnie z postanowieniami tejże umowy zawartej z Motorola Polska Electronics Sp. z o.o. w roku 2005, przejście z dniem 1 lipca 2011 pracowników Power Media, którzy realizowali zakres przedmiotowy umowy na rzecz Motorola. Umowa ta została szczegółowo opisana w prospekcie emisyjnym z dnia 5 lutego 2008 roku, tj. pkt. 6.4.3. Dokumentu Rejestracyjnego - Umowy przemysłowe, handlowe, finansowe.

W dniu 21 marca 2011 roku podpisana została nowa umowa z Nokia Siemens Networks Sp. z o.o., o czym Spółka informowała w informacji dodatkowej do jednostkowego raportu kwartalnego SA-Q 1/2011.

Spółka nadal realizuje przedmiotową umowę zawartą w 2005 roku z Motorola Polska Electronics Sp. z o.o., która dzisiaj obejmuje Motorola Solutions Systems Polska Sp. z o.o.

Dodatkowo Spółka zawarła kilkanaście nowych umów z kontrahentami na realizację usług w tym dziale.

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

### **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 2011.

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.

## **3. Zdarzenia jakie nastąpiły po dniu 31 grudnia 2011, a nieuwzględnione w sprawozdaniu finansowym**

W styczniu 2012 roku został złożony wniosek o stwierdzenie nadpłaty w wysokości 55 tys. z tytułu podatku VAT obejmujący okres luty-grudzień 2007.

## **4. Perspektywy rozwoju Spółki i przewidywana sytuacja finansowa**

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

Power Media S.A. w strategii dalszego rozwoju nadal koncentruje się przede wszystkim na rozwoju serwisu [www.ifirma.pl](http://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 zreszającymi osoby prowadzące działalność gospodarczą,
- Zbudowanie modułu sprzedaży towarów i usług dla użytkowników serwisu,
- Nawiązanie współpracy z partnerami oferującymi usługi i produkty dla sektora MSP,



Power Media

- Uczestniczenie w projektach i przetargach na przedsięwzięcia związane z podatkami.

W 2011 roku nastąpiła stabilizacja sytuacji Spółki i rok 2011 zakończył się zyskiem na poziomie 688 tys. Spółka odnotowała wzrosty we wszystkich trzech obszarach działalności.

Spółka w dalszym ciągu realizuje cele emisyjne związane z rozwojem serwisu ifirma.pl opisane w prospekcie emisyjnym zatwierdzonym w dniu 5 lutego 2008 roku, część IV, pkt. 3.4. oraz zgodnie z uchwałą Zarządu nr 1/08/2011 z 30 sierpnia 2011 roku zmieniającą sposób wykorzystania środków z emisji. Spółka informowała zmianie celów emisyjnych szczegółowo w raporcie bieżącym nr 20/2011 z dnia 5 września 2011 roku.

Jednocześnie w związku ze złożonymi wnioskami o płatność za czwarty i piąty etap umowy dotacyjnej spółka spodziewa się 322 tys. zł. Wnioski za oba etapy zostały rekomendowane przez WARR.

W związku z otrzymanym wyrokiem NSA i interpretacją Spółka w 2012 roku planuje złożenie korekt deklaracji z tytułu podatku VAT za lata 2008-2010 i CIT za lata 2007-2010. Po złożeniu korekty deklaracji CIT za lata 2007-2008 podatek dochodowy za 2007r. Spółka szacuje, że zmniejszy się o 19 tys., a za 2008r. o 45 tys. Natomiast z korekt deklaracji VAT-7 za lata 2008-2010 uda się odzyskać 70 tys. Korekty deklaracji VAT-7 za okres luty-grudzień 2007 już zostały złożone a uzyskana w kwota w wysokości 55 tys. została potrącona w rozliczeniach z urzędem skarbowym.

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

Zarząd Spółki zakłada, że sytuacja finansowa w 2012 roku będzie nadal stabilna i Spółka rok 2012 zakończy również zyskiem.

## **5. Czynniki ryzyka i zagrożenia**

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

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

#### **5.1.1 Ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną**

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



zbytu na swoje usługi.

### **5.1.2 Ryzyka związane ze stabilnością systemu prawnego i podatkowego**

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

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

### **5.1.3 Ryzyko walutowe**

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

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

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

### **5.2.1 Ryzyko utraty kluczowych pracowników**

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

Power Media S.A. uznaje, że choć ryzyko to występuje, to doskonała zdolność do pozyskiwania nowych kadr w ramach wyspecjalizowanego działu rekrutacji i outsourcingu kadr jest dodatkowym atutem Spółki.

### **5.2.2 Ryzyko związane z procesem sprzedaży produktów i usług**

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

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

### **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 zaostrenie walki konkurencyjnej. Ryzyko to wiąże się również z pojawieniem się nowej konkurencji dla serwisu



ifirma.pl. Sytuacja wzmożonej konkurencji może wpłynąć na konieczność obniżenia marż, co skutkowałoby pogorszeniem rentowności prowadzonej działalności.

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

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

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

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

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

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

Realizacja tego celu może napotykać na trudności związane z dostępem potencjalnych klientów do sieci Internetu, czy polityką państwa komplikującą sprawozdawczość finansową i prawo podatkowe oraz trudnością upowszechnienia usług księgowości internetowej wśród 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 co-brandowych,
- pozyskiwanie alternatywnych źródeł finansowania rozwoju systemu informatycznego wspierający procesy B2B redystrybucji i co-brandingu serwisu ifirma.pl,
- rozbudowę oferty serwisu ifirma.pl o dodatkowe usługi komplementarne dla klientów serwisu.

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

#### **5.2.6 Ryzyko związane z rozwojem nowych programów**

Wykorzystywane technologie informatyczne i telekomunikacyjne charakteryzują się dużą dynamiką zmian. W związku z tym, istnieje ryzyko, że Power Media S.A. podejmując błędne lub niekorzystne decyzje związane z wyborem technologii dla tworzenia lub rozwoju oprogramowania nie zaspokoi potrzeb rynkowych. Istnieje



również ryzyko, że w trakcie prac nad danym produktem segment rynku, do którego był on skierowany, zostanie opanowany przez konkurencyjne firmy.

Power Media S.A. ogranicza to ryzyko poprzez:

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

### **5.2.7 Ryzyko utraty kontraktów**

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

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

### **5.2.8 Ryzyko związane z funkcjonowaniem sieci internet oraz ochroną danych osobowych**

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

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

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

### **5.2.9 Ryzyko związane z możliwością niezrealizowania planowanych celów emisyjnych**

Jednym z celów planowanej publicznej oferty akcji było pozyskanie środków na rozwój serwisu ifirma.pl, co miało w istotny sposób wpłynąć na rozwój



Power Media S.A. Niemniej Spółka nie może wykluczyć, że realizacja tego celu nie napotyka 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.

Po analizie dotychczasowych przedsięwzięć związanych z realizacją celów emisyjnych Zarząd podjął uchwałę nr 1/08/2011 z 30 sierpnia 2011 roku zmieniającą sposób wykorzystania środków z emisji zgodnie z poniższą tabelą.

Wyszczególnienie	Zatwierdzone w prospekcie emisyjnym	Po zmianie	Do wykorzystania w latach 2012 - 2014
<b>1. Serwis ifirma.pl, w tym:</b>	<b>5 560 000</b>	<b>5 560 000</b>	<b>1 255 499</b>
Budowa infrastruktury call-center i systemu obsługi klienta oraz rozbudowa serwerowni	700 000	700 000	0
Budowa wizerunku marki i reklama serwisu	4 860 000	4 860 000	1 255 499
<b>2. Rozbudowa działu sprzedaży usług informatycznych i produktów, marketing</b>	<b>600 000</b>	<b>71 560</b>	<b>0</b>
<b>3. Zakup wyposażenia firmy (komputery, narzędzia programistyczne)</b>	<b>400 000</b>	<b>400 000</b>	<b>0</b>
<b>4. Rozwój nowych funkcjonalności serwisu ifirma.pl</b>	<b>0</b>	<b>528 440</b>	<b>346 817</b>
<b>Razem</b>	<b>6 560 000</b>	<b>6 560 000</b>	<b>1 602 316</b>

Spółka informowała zmianie celów emisyjnych szczegółowo w raporcie bieżącym nr 20/2011 z dnia 5 września 2011 roku.

Zadania budowy infrastruktury call-center i systemu obsługi klienta oraz rozbudowa serwerowni są zrealizowane w całości. Ze względu na swoją komplementarność i trudność ustalenia granicy między celami oba zadania zostały potraktowane jako jedno i wydano zgodnie z zestawieniem zatwierdzonym w prospekcie emisyjnym na ten cel w sumie 700 tys. zł.

Kolejnym zadaniem zrealizowanym ze środków emisyjnych było rozbudowanie działu sprzedaży usług informatycznych i produktów. Zarząd postanowił nie wydawać więcej środków niż wydane do 71 tys. zł do dnia podjęcia wyżej wymienionej uchwały. Osiągnięto odpowiedni rozmiar działu, który realizuje powierzone mu zadania. Niewydane środki w wysokości 528 tys. zł Zarząd uchwałą z dnia 30 sierpnia 2011 roku postanowił przeznaczyć na rozwój nowych



funkcjonalności serwisu ifirma.pl.

Natomiast budowa wizerunku marki i reklama serwisu będzie zrealizowana do końca 2014 roku. W prospekcie emisyjnym była między innymi planowana kampania reklamowa z zastosowaniem tradycyjnych środków przekazu takich jak: telewizja, radio, prasa czy billboard. Ich nieskuteczność spowodowała, że Spółka skupiła się na reklamie elektronicznej. Dodatkową zaletą tej formy budowaniu wizerunku jest też jej niska cena, która pozwala w ramach środków z emisji wykorzystanie tego medium jeszcze do końca 2014 roku.

## 6. Umowy znaczące i istotne dla działalności Spółki

### 6.1 Umowy zawierane w normalnym toku działalności Spółki

Opis znaczących umów	Informacje o publikacji informacji szczegółowych
<p>W związku z realizacją umowy zawartej pomiędzy Emitentem a Motorola Polska Electronics Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie wartość obrotów w okresie od 11 listopada 2010 do dnia 10 lutego 2011 roku wyniosła 505 025,07 PLN.</p> <p>Powyższa wartość przekracza 10% kapitałów własnych Power Media S.A. i tym samym stanowi kryterium do uznania obrotów z umowy za wartość znaczącą.</p>	<p>RB nr 5/2011 z dnia 10 lutego 2011</p>
<p>W dniu 13 kwietnia 2011 roku zawarta została umowa z Marcinem Przygockim, prowadzącym działalność gospodarczą pod nazwą Netland Computers Marcin Przygocki z siedzibą w Kaliszu (dalej też Netland). Umowa dotyczy wykonania prac analitycznych (analizy biznesowej) oraz wykonanie oprogramowania według specyfikacji dostarczonej przez Netland.</p> <p>Wartość umowy do 31 grudnia 2011 roku wyniesie 372 000 zł netto.</p> <p>Powyższa wartość przekracza 10% kapitałów własnych Power Media S.A. i tym samym stanowi kryterium do uznania obrotów z umowy za wartość znaczącą.</p>	<p>RB nr 12/2011 z dnia 14 kwietnia 2011</p>



Power Media

<p>Z dniem 30 listopada 2010 roku dobiegł końca czas obowiązywania umowy zawartej w dniu 1 grudnia 2005 roku pomiędzy Emitentem a Siemens Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, której przedmiotem były usługi w zakresie inżynierii oprogramowania oraz inne usługi informatyczne.</p> <p>Przedmiotowa umowa, na podstawie porozumienia zawartego pomiędzy stronami w dniu 20 grudnia 2006, obejmowała również Nokia Siemens Networks Sp. zo.o.</p> <p>Umowy te zostały szczegółowo opisane w prospekcie emisyjnym z dnia 5 lutego 2008 roku, tj. pkt. 6.4.3. Dokumentu Rejestracyjnego - Umowy przemysłowe, handlowe, finansowe.</p> <p>W dniu 21 marca 2011 roku podpisana została nowa umowa z Nokia Siemens Networks Sp. z o.o.</p>	SA-Q 1/2011
<p>W dniu 7 czerwca 2011 roku Zarząd zawarł umowę najmu z osobą fizyczną Panem Dariuszem Gajewskim. Umowa dotyczy najmu lokalu przeznaczonego na cele biurowe, o łącznej powierzchni 530 m<sup>2</sup>, mieszczącego się przy ulicy Grabiszyńskiej we Wrocławiu, równocześnie wypowiadając umowę najmu z FC Ruska Sp. z o.o.</p> <p>Umowa została zawarta na okres 3 lat. Po upływie tego okresu umowa automatycznie ulega przedłużeniu na czas nieokreślony z trzymiesięcznym terminem wypowiedzenia, przysługującym obu stronom.</p> <p>Szacunkowa wartość umowy w okresie 3 lat jej obowiązywania wyniesie 725.040 netto.</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>	RB nr 16/2011 z dnia 8 czerwca 2011
<p>W dniu 22 sierpnia 2011 roku zawarta została umowa z Telefonią Dialog Spółką Akcyjną z siedzibą we Wrocławiu.</p> <p>Przedmiotem Umowy jest przygotowanie systemu informatycznego wraz z jego wdrożeniem i wsparciem technicznym świadczonym przez Power Media w okresie gwarancyjnym i ewentualnym serwisie pogwarancyjnym.</p> <p>Wartość netto umowy wynosi 1 423 407 zł, w przypadku realizacji wszystkich trzech etapów lub 1 178 607 zł, gdy będą realizowane dwa pierwsze etapy. Dodatkowo opcjonalnie przewidziany jest w umowie 5-letni serwis pogwarancyjny, gdzie 1 rok wyceniony jest na kwotę 94 531 zł.</p> <p>Umowa została zawarta na czas określony, tj. do 31 lipca 2015 r. Z upływem tego terminu Umowa będzie automatycznie przedłużana na kolejne 12-miesięczne okresy, o ile nie zostanie przed upływem okresu obowiązywania rozwiązana za trzymiesięcznym pisemnym wypowiedzeniem przez jedną ze Stron.</p> <p>Powyższa wartość przekracza 10% kapitałów własnych Power</p>	RB nr 18/2011 z dnia 22 sierpnia 2011





Power Media

Media S.A. i tym samym stanowi kryterium do uznania obrotów z umowy za wartość znaczącą.	
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 10 czerwca 2011 do dnia 5 września 2011 roku do dnia dzisiejszego obroty ze spółkami grupy Siemens wyniosły 451.624,26 PLN.  Powyższa wartość przekracza 10% kapitałów własnych Power Media S.A. i tym samym stanowi kryterium do uznania obrotów z umowy za wartość znaczącą.	RB nr nr 20/2011 z dnia 5 września 2011
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 6 września 2011 do dnia 9 grudnia 2011 roku obroty ze spółkami grupy Siemens wyniosły 419.020,78 PLN.  Powyższa wartość przekracza 10% kapitałów własnych Power Media S.A. i tym samym stanowi kryterium do uznania obrotów z umowy za wartość znaczącą.	RB nr 21/2011 z dnia 9 grudnia 2011

## 6.2 Umowy finansowania

W analizowanym okresie sprawozdawczym nie zostały zawarte żadne umowy finansowania.

## 6.3 Umowy zawarte po dniu bilansowym 31 grudnia 2011 roku

Po dniu bilansowym 31 grudnia 2011 roku do dnia publikacji niniejszego sprawozdania nie zostały zawarte umowy znaczące.

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

Poza wyżej wymienionymi umowami, w 2011 roku nie były zawierane inne umowy znaczące dla działalności Spółki, w tym pomiędzy akcjonariuszami, umowach ubezpieczenia, współpracy lub kooperacji.

## 7. Ważne osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju

W badanym okresie sprawozdawczym oraz w okresie od 1 stycznia 2012 roku do dnia publikacji niniejszego sprawozdania Spółka nie prowadziła istotnej działalności badawczo-rozwojowej.

## 8. Informacje dotyczące zagadnień środowiska naturalnego

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



Power Media

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

W analizowanym okresie sprawozdawczym Emitent nie nabył udziałów (akcji) własnych.

Spółka nabyła w roku 2009 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. łącznie 300.000 akcji własnych, stanowiących 4,69% kapitału zakładowego Spółki oraz uprawniających do wykonywania 3,37% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu akcjonariuszy.

W 2012 roku Spółka przeznaczyła na realizację programu motywacyjnego akcje własne, które Spółka nabyła w drodze wezwania działając na podstawie uchwały nr 19 WZ z dnia 29 maja 2009 rok sprawie udzielenia Zarządowi Spółki upoważnienia do nabycia akcji własnych Power Media S.A. z przeznaczeniem między innymi na realizację Programu Motywacyjnego, co oznacza, że Spółka nie będzie dokonywała emisji akcji serii D na potrzeby realizacji programu motywacyjnego.

Spółka złożyła osobom uprawnionym ofertę nabycia akcji. W dniu 28 marca 2011 roku Spółka dokonała transakcji zbycia akcji własnych, zwykłych, na okaziciela w ilości 60.900, po cenie 0,10 złotych, za łączną kwotę 6.090,00 złotych.

Po zbyciu Spółka posiada łącznie 239 100 akcji własnych, stanowiących 3,74% kapitału zakładowego Spółki oraz uprawniających do wykonywania 2,69% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy. Zgodnie z przepisami Kodeksu spółek handlowych Spółka nie może wykonywać praw udziałowych z będących w jej posiadaniu akcji własnych.

Zgodnie z przepisami Kodeksu Spółek Handlowych Spółka nie może wykonywać praw udziałowych z będących w jej posiadaniu akcji własnych.

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

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

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

Zostały opisane w części II niniejszego raportu.



Power Media

### III. Sytuacja ekonomiczno- finansowa

#### 1. Aktualna sytuacja finansowa

Suma bilansowa na koniec 2011 wyniosła 5 573 510,44zł, co oznacza wzrost o 20% w porównaniu z rokiem poprzednim.

Po stronie aktywów do wzrostu przyczyniły się przede wszystkim zakup rzeczowych aktywów trwałych w postaci serwerów na potrzeby serwisu firma.pl i pozostałych serwisów. Poważny przyrost o 261 tys. prezentuje też pozycja krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe, która zawiera między innymi naliczone przychody z tytułu umów długoterminowych. Spółka posiada więcej majątku obrotowego niż trwałego i jego udział w sumie bilansowej wynosi 85%.

Po stronie pasywów kapitały własne spółki zwiększyły się o 19%, ponieważ Spółka wygenerowała zysk netto w kwocie 689 tys. zł. Natomiast o 27% zwiększyła się pozycja Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania, ale ten wzrost to przede wszystkim jest za sprawą rozliczeń międzyokresowych przychodów z tytułu dofinansowania zakupu środków trwałych związanych z realizacją umowy dotacyjnej.

W porównaniu do roku 2010 wartość wskaźnika ogólnego zadłużenia spadła z 18,6% do poziomu 16,8%. Natomiast zadłużenie Spółki stanowi 19,7% źródeł finansowania aktywów.

Majątek trwały jest pokryty w całości kapitałem stałym, a wskaźnik pokrycia wynosi 499%, co oznacza że w Spółce nadal zachowana jest „złota” reguła bilansowa.

#### 1.1 Wskaźniki płynności

Wskaźnik		Optimum	2010	2011
<b>Wskaźnik płynności I</b>	(aktywa obrotowe /bieżące zobowiązania)	<b>1,5</b>	<b>4,7</b>	<b>5,0</b>
<b>Wskaźnik płynności II</b>	((aktywa obrotowe - zapasy) / bieżące zobowiązania)	<b>2,0</b>	<b>4,5</b>	<b>4,9</b>
<b>Wskaźnik płynności III</b>	(środki pieniężne i inne aktywa pieniężne) / bieżące zobowiązania)	<b>1,0</b>	<b>3,7</b>	<b>3,7</b>

W związku z wygenerowanym zyskiem Spółka odnotowała także wzrost gotówki. Dlatego wszystkie wskaźniki płynności nieznacznie wzrosły w porównaniu z rokiem ubiegłym, ale jednocześnie wszystkie na koniec 2011 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. Ponadto lata 2010-2011 dobitnie pokazały, że posiadanie znacznego zapasu gotówki jest warunkiem koniecznym przystępowania do realizacji projektów dotowanych ze środków UE, np. POIG 8.2.



Power Media

## 1.2 Wskaźniki zadłużenia

Wskaźnik			2010	2011
<b>Wskaźnik ogólnego zadłużenia</b>	(zobowiązania ogółem / aktywa ogółem) bez ZFŚS	%	18,6	16,8
<b>Wskaźnik zadłużenia długoterminowego</b>	(zobowiązania długoterminowe / kapitały własne)	%	0,0	0,0

Ogólne zadłużenie Spółki spadło do 16,8%. Bardzo niski poziom zadłużenia długoterminowego wynika z niewielkiej roli rzeczowych składników majątku trwałego w działalności Spółki.

## 1.3 Wskaźniki rentowności

Wskaźnik		Jednostka	2010	2011
<b>Rentowność aktywów (ROA)</b>	(wynik netto / przeciętny stan aktywów) *100	%	-6,4	13,5
<b>Rentowność kapitałów własnych (ROE)</b>	(wynik netto / przeciętny stan kapitałów własnych) *100	%	-8,3	17,4
<b>Rentowność brutto sprzedaży produktów, towarów i materiałów</b>	(wynik brutto na sprzedaży / przychody ze sprzedaży)*100	%	20,6	30,8

Ponieważ spółka wypracowała zysk to ma swoje odzwierciedlenie we wskaźnikach rentowności. W roku 2011 jedna zaangażowana złotówka wygenerowała 13,5 zł zysku.

## 1.4 Wskaźniki obrotowości

Wskaźnik		Jednostka	2010	2011
<b>Wskaźnik rotacji majątku obrotowego</b>	przychody ze sprzedaży / średni stan aktywów obrotowych		1,7	1,9



<b>Szybkość obrotu należności z tyt. dostaw i usług</b>	(przec. należności z tyt. dostaw, robót i usług *t) / przychody ze sprzedaży	<b>dni</b>	<b>23</b>	<b>26</b>
<b>Szybkość obrotu zobowiązań z tyt. dostaw i usług</b>	(przec. zobowiązania z tyt. dostaw, robót i usług *t) / (wartość sprzed. tow. i mat.+ koszt wytw. sprzed. prod.)	<b>dni</b>	<b>6</b>	<b>24</b>

Cykle obrotu należności i zobowiązań w 2011 roku w Spółce wydłużyły się w porównaniu z rokiem poprzednim. Jednakże wartości wszystkich wskaźników, zważywszy na charakter działalności Spółki, są na satysfakcjonującym poziomie.

## 2. Prognozy wyników finansowych

Power Media S.A. nie publikowała prognoz wyników finansowych oraz danych szacunkowych na 2011 rok.

## 3. Wykorzystanie wpływów z emisji

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

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

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

Spółka wydatkuje środki z emisji zgodnie z celami przyjętymi w prospekcie emisyjnym z dnia 5 lutego 2008 roku, tj. pkt. 3.4 Dokumentu ofertowego - Przesłanki oferty i opis wykorzystania wpływów pieniężnych uwzględniając uchwałę zarządu z 30 sierpnia 2011 roku.

**Poniesione nakłady inwestycyjne ze środków emisji od dnia 1 stycznia 2011 roku do dnia 31 grudnia 2011 roku (narastająco)**

Wyszczególnienie	Nakłady inwestycyjne w wartości niematerialne i prawne	Nakłady inwestycyjne w rzeczowe aktywa trwałe	Pozostałe:		Razem
			Ogółem	w tym obciążające WF danego okresu	
<b>1. Serwis ifirma.pl, w tym:</b>	<b>16750,00</b>	<b>204174,78</b>	<b>471497,24</b>	<b>471497,24</b>	<b>692422,02</b>
Budowa infrastruktury call-center i systemu obsługi klienta oraz rozbudowa serwerowni	16750,00	204174,78	1160,42	1160,42	222085,20



Power Media

Budowa wizerunku marki i reklama serwisu	0,00	0,00	470336,82	470336,82	470336,82
<b>2. Rozbudowa działu sprzedaży usług informatycznych i produktów, marketing</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>3. Zakup wyposażenia firmy (komputery, narzędzia programistyczne)</b>	<b>778,86</b>	<b>0,00</b>	<b>757,00</b>	<b>757,00</b>	<b>1535,86</b>
<b>4. Rozwój nowych funkcjonalności serwisu ifirma.pl</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>120079,24</b>	<b>120079,24</b>	<b>120079,24</b>
<b>Razem</b>	<b>17528,86</b>	<b>204174,78</b>	<b>592333,48</b>	<b>592333,48</b>	<b>814037,12</b>

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

Wyszczególnienie	Nakłady inwestycyjne w wartości niematerialne i prawne	Nakłady inwestycyjne w rzeczowe aktywa trwałe	Pozostałe:		Razem
			Ogółem	w tym obciążające WF danego okresu	
<b>1. Serwis ifirma.pl, w tym:</b>	<b>182 904,92</b>	<b>370 269,07</b>	<b>3 751 326,84</b>	<b>471 497,24</b>	<b>4 304 500,83</b>
Budowa infrastruktury call-center i systemu obsługi klienta oraz rozbudowa serwerowni	160 404,92	370 269,07	169 326,01	1160,42	700 000,00
Budowa wizerunku marki i reklama serwisu	22500	0,00	3582000,83	470336,82	3 604 500,83
<b>2. Rozbudowa działu sprzedaży usług informatycznych i produktów, marketing</b>	<b>22483,5</b>	<b>10412,27</b>	<b>38 665,75</b>	<b>0,00</b>	<b>71 561,52</b>
<b>3. Zakup wyposażenia firmy (komputery, narzędzia programistyczne)</b>	<b>37773,035</b>	<b>347 556,38</b>	<b>14 670,59</b>	<b>757,00</b>	<b>400 000,00</b>
<b>4. Rozwój nowych funkcjonalności serwisu ifirma.pl</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>181 622,68</b>	<b>120 079,24</b>	<b>181 622,68</b>
<b>Razem</b>	<b>243 161,45</b>	<b>728 237,72</b>	<b>3 986 285,86</b>	<b>592 333,48</b>	<b>4 957 685,03</b>



Power Media

#### 4. Realizacja zamierzeń inwestycyjnych

Zgodnie z uchwałą Zarządu nr 1/08/2011 z 30 sierpnia 2011 roku zmieniającą sposób wykorzystania środków z emisji poniższa tabela prezentuje środki do wykorzystania w 2012 roku:

Wyszczególnienie	Zatwierdzone w prospekcie emisyjnym	Po zmianie	Do wykorzystania w latach 2012 -2014 roku
<b>1. Serwis ifirma.pl, w tym:</b>	<b>5 560 000</b>	<b>5 560 000</b>	<b>1 255 499</b>
Budowa infrastruktury call-center i systemu obsługi klienta oraz rozbudowa serwerowni	700 000	700 000	0
Budowa wizerunku marki i reklama serwisu	4 860 000	4 860 000	1 255 499
<b>2. Rozbudowa działu sprzedaży usług informatycznych i produktów, marketing</b>	<b>600 000</b>	<b>71 560</b>	<b>0</b>
<b>3. Zakup wyposażenia firmy (komputery, narzędzia programistyczne)</b>	<b>400 000</b>	<b>400 000</b>	<b>0</b>
<b>4. Rozwój nowych funkcjonalności serwisu ifirma.pl</b>	<b>0</b>	<b>528 440</b>	<b>346 817</b>
<b>Razem</b>	<b>6 560 000</b>	<b>6 560 000</b>	<b>1 602 316</b>

Spółka informowała o zmianie celów emisyjnych szczegółowo w raporcie bieżącym nr 20/2011 z dnia 5 września 2011 roku.

#### 5. Kredyty i pożyczki, poręczenia i gwarancje

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

#### 6. Instrumenty finansowe

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

#### 7. Ocena zarządzania zasobami finansowymi

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



Power Media

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

W ramach realizacji drugiego i trzeciego etapu umowy o dofinansowanie w roku 2010 roku spółka poniosła koszty, które zostały dopiero refundowane w 2011 roku w wysokości 486 tys. zł co ma odzwierciedlenie w rachunku zysków i strat w pozycji Dotacje w części Pozostałe przychody.

Jednocześnie w ramach realizacji następnych etapów umowy tj. czwartego i piątego spółka w 2011 roku poniosła dodatkowo 694 tys. zł. kosztów kwalifikowanych. Wnioski o płatność pośrednią za oba etapy zostały rekomendowane przez WARR i spółka spodziewa się wypłaty 322 tys. zł. w 2012 roku. Niestety brak uwzględnienia w pozostałych przychodach operacyjnych rozliczenia dotacji za powyższe etapy oraz wysokie koszty wynikające z harmonogramu realizacji umowy dotacyjnej znacząco wpłynęły na wynik finansowy Spółki.

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

Spółka nie publikowała prognoz za rok 2011.





Power Media

## IV. Oświadczenie o stosowaniu ładu korporacyjnego

### 1. Stosowanie zasad ładu korporacyjnego

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

W Spółce w sposób trwały nie są stosowane następujące zasady:

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

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

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

Skuteczny system kontroli wewnętrznej Spółki i zarządzania ryzykiem w procesie sprawozdawczości finansowej jest oparty na Procedurze Sporządzania i Publikacji Raportów Bieżących (Uchwała Zarządu 2/02/2008), Procedurze Sporządzania i Publikacji Raportów Okresowych (Uchwała Zarządu 2/12/2010), Regulaminie Obiegu Informacji Poufnych (Uchwała Zarządu 2/02/2008) oraz na Regulaminie Szkoleń z Zakresu Obowiązków Informacyjnych (Uchwała Zarządu 2/02/2008).

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

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



Power Media

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

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

**Wykaz akcjonariuszy posiadających, bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne, co najmniej 5% w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu Power Media S.A. na dzień bilansowy 31 grudnia 2011 roku.**

Akcjonariusz	Liczba akcji	Udział w kapitale zakładowym	Liczba głosów	Udział w liczbie głosów
Wojciech Narczyński	1 710 000	26,72%	2 820 000	31,69%
Marta Przewłocka	990 401	15,48%	1 550 401	17,42%
Ewa Dąbrowska-Prus	523 164	8,17%	850 664	9,56%
Krajzega Sp. z o.o.	463 530	7,24%	751 030	8,44%

**Razem liczba akcji w kapitale zakładowym na dzień bilansowy 31 grudnia 2011 roku wynosi 6.400.000.**

**Razem liczba głosów na Walnym Zgromadzeniu na dzień bilansowy 31 grudnia 2011 roku wynosi 8.900.000.**

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

Akcjonariusz	Liczba akcji	Udział w kapitale zakładowym	Liczba głosów	Udział w liczbie głosów
Wojciech Narczyński	1 710 000	26,72%	2 820 000	31,69%
Marta Przewłocka	990 401	15,48%	1 550 401	17,42%
Ewa Dąbrowska-Prus	523 164	8,17%	850 664	9,56%
Krajzega Sp. z o.o.	463 530	7,24%	751 030	8,44%

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

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



Power Media

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

Na dzień bilansowy 31 grudnia 2011 roku oraz dzień publikacji niniejszego sprawozdania kapitał Spółki wynosi 640.000 zł i dzieli się na:

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

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

##### Zestawienie posiadaczy akcji serii A na dzień bilansowy 31 grudnia 2011 roku

Imię i nazwisko	Pełniona funkcja	Liczba akcji	Wartość nominalna akcji w zł	Udział w kapitale zakładowym	Ilość głosów	Udział w liczbie głosów
Wojciech Narczyński	Prezes Zarządu	1 110 000	111 000	17,34%	2 220 000	24,94%
Marta Przewłocka	Wiceprezes Zarządu	560 000	56 000	8,75%	1 120 000	12,58%
Agnieszka Kozłowska	Członek Zarządu	165 000	16 500	2,58%	330 000	3,71%
Izabela Bieńkowska	-	50 000	5 000	0,78%	100 000	1,12%
Krajzega Sp. z o.o.	-	287 500	28 750	4,49%	575 000	6,46%
Ewa Dąbrowska - Prus	-	327 500	32 750	5,12%	655 000	7,36%

Razem liczba akcji serii A w kapitale zakładowym na dzień bilansowy 31 grudnia 2011 roku wynosi 2.500.000.

Razem liczba głosów wynikająca z praw akcji serii A na Walnym Zgromadzeniu na dzień bilansowy 31 grudnia 2011 roku wynosi 5.000.000.

##### Zestawienie posiadaczy akcji serii A na dzień publikacji niniejszego sprawozdania

Imię i nazwisko	Pełniona funkcja	Liczba akcji	Wartość nominalna akcji w zł	Udział w kapitale zakładowym	Ilość głosów	Udział w liczbie głosów
Wojciech Narczyński	Prezes Zarządu	1 110 000	111 000	17,34%	2 220 000	24,94%
Marta Przewłocka	Wiceprezes Zarządu	560 000	56 000	8,75%	1 120 000	12,58%
Agnieszka Kozłowska	Członek Zarządu	165 000	16 500	2,58%	330 000	3,71%
Izabela Bieńkowska	-	50 000	5 000	0,78%	100 000	1,12%
Krajzega Sp. z o.o.	-	287 500	28 750	4,49%	575 000	6,46%
Ewa Dąbrowska - Prus	-	327 500	32 750	5,12%	655 000	7,36%



Power Media

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

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

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

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

Spółka nabyła w roku 2009 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. łącznie 300.000 akcji własnych, stanowiących 4,69% kapitału zakładowego Spółki oraz uprawniających do wykonywania 3,37% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu akcjonariuszy.

W 2012 roku Spółka przeznaczyła na realizację programu motywacyjnego akcje własne, które Spółka nabyła w drodze wezwania działając na podstawie uchwały nr 19 WZ z dnia 29 maja 2009 roku w sprawie udzielenia Zarządowi Spółki upoważnienia do nabycia akcji własnych Power Media S.A. z przeznaczeniem między innymi na realizację Programu Motywacyjnego, co oznacza, że Spółka nie będzie dokonywała emisji akcji serii D na potrzeby realizacji programu motywacyjnego.

Spółka złożyła osobom uprawnionym ofertę nabycia akcji. W dniu 28 marca 2011 roku Spółka dokonała transakcji zbycia akcji własnych, zwykłych, na okaziciela w ilości 60.900, po cenie 0,10 złotych, za łączną kwotę 6.090,00 złotych.

Po zbyciu Spółka posiada łącznie 239 100 akcji własnych, stanowiących 3,74% kapitału zakładowego Spółki oraz uprawniających do wykonywania 2,69% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy. Zgodnie z przepisami Kodeksu spółek handlowych Spółka nie może wykonywać praw udziałowych z będących w jej posiadaniu akcji własnych.

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

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

Ograniczenia dotyczące przenoszenia praw własności papierów własnościowych emitenta nie występują.



Power Media

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

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

Do obowiązków Zarządu Spółki należy w szczególności:

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

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

Rada Nadzorcza Power Media S.A. zgodnie z § 19 ust. 4 Statutu Spółki oraz § 2 ust. 6 Regulaminu Rady Nadzorczej Power Media S.A. w razie zmniejszenia się liczby członków Rady Nadzorczej w wyniku śmierci lub rezygnacji do nie mniej niż 3 (trzech) członków w trakcie kadencji Rady Nadzorczej, Rada Nadzorcza ma prawo samodzielnego powołania w drodze uchwały brakujących członków Rady Nadzorczej na czas do najbliższego Walnego Zgromadzenia, przy czym do ważności powołania brakujących członków Rady Nadzorczej na posiedzeniu Rady Nadzorczej musi być obecnych co najmniej 2 (dwóch) członków Rady Nadzorczej. W takim wypadku każdy z członków Rady Nadzorczej jest uprawniony i zobowiązany do niezwłocznego zwołania posiedzenia Rady Nadzorczej.

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

- a) powoływanie i odwoływanie członków Zarządu, w tym Prezesa Zarządu, z uwzględnieniem § 12 ust. 1 Statutu;
- b) ustalanie liczby członków Zarządu;
- c) ustalanie zasad wynagradzania członków Zarządu oraz zasad ich zatrudniania;
- d) zatwierdzanie Regulaminu Zarządu;
- e) ocena sprawozdań finansowych Spółki, sprawozdania Zarządu z działalności Spółki, ocena sytuacji Spółki oraz wniosków Zarządu co do podziału zysków i pokrycia strat, a także składanie Walnemu Zgromadzeniu dorocznych sprawozdań z wyników tych badań;
- f) składanie Walnemu Zgromadzeniu wniosków w sprawie udzielenia absolutorium członkom Zarządu Spółki;



Power Media

- g) dokonywanie wyboru biegłego rewidenta przeprowadzającego badanie sprawozdania finansowego;
- h) wyrażanie zgody na wypłatę zaliczki na poczet przewidywanej dywidendy na koniec roku obrotowego;
- i) wyrażenie zgody na nabycie, zbycie lub obciążenie nieruchomości, użytkownika wieczystego, zbywalnego spółdzielczego prawa, lub udziału w tych prawach;
- j) wybór Przewodniczącego Rady Nadzorczej.

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

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

## **8. Opis zasad zmiany statutu lub umowy spółki emitenta**

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

W okresie od 1 stycznia 2011 roku do 31 grudnia 2011 roku nie dokonano żadnych zmian statutu.

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

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

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

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

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

[http://www.power.com.pl/pl/relacje\\_inwestorskie/dokumenty](http://www.power.com.pl/pl/relacje_inwestorskie/dokumenty)



Power Media

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

Organami spółki są:

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

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

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

[http://www.power.com.pl/pl/relacje\\_inwestorskie/dokumenty](http://www.power.com.pl/pl/relacje_inwestorskie/dokumenty).

W Spółce nie ustanowiono żadnych komitetów.

**Zarząd**

Skład Zarządu w roku obrotowym 2011 nie uległ zmianie.

**Rada Nadzorcza**

W dniu 31 stycznia 2011 roku Pan Dariusz Prus - Członek Rady Nadzorczej złożył rezygnację z pełnionej przez siebie funkcji, o czym Spółka informowała w raporcie bieżącym nr 4/2011 z dnia 31 stycznia 2011 roku.

W dniu 15 lutego 2011 roku Pani Alicja Korbecka pełniąca funkcję Członka Rady Nadzorczej Power Media S.A. złożyła rezygnację z pełnionej przez siebie funkcji. Spółka informowała o tym fakcie w raporcie bieżącym nr 6/2011 z dnia 16 lutego 2011 roku.

Rada Nadzorcza działając na podstawie § 19 ust. 4 Statutu Spółki oraz 2 ust. 6 Regulaminu Rady Nadzorczej Power Media S.A. powołała na swoim posiedzeniu w dniu 23 lutego 2011 roku uchwałą nr 1/2011 Pana Tomasza Stanko oraz uchwałą nr 2 Pana Łukasza Kocura na stanowiska członków Rady Nadzorczej Spółki. Spółka szczegółowo informowała o tym w raporcie bieżącym nr 7/2011 z dnia 23 lutego 2011 roku.

Zwyczajne Walne Zgromadzenie Power Media S.A. powołało w dniu 19 kwietnia 2011 roku uchwałą nr 15 Pana Tomasza Stanko oraz uchwałą nr 16 Pana Łukasza Kocura na stanowiska członków Rady Nadzorczej Spółki. Spółka informowała w Raporcie Bieżącym nr 7/2011 z dnia 23 lutego 2011 roku.

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

- 1) Michał Masłowski - Przewodniczący Rady Nadzorczej
- 2) Łukasz Kocur - Członek Rady Nadzorczej
- 3) Tomasz Stanko - Członek rady Nadzorczej
- 4) Ireneusz Werner - Członek Rady Nadzorczej
- 5) Monika Wysocka - Członek Rady Nadzorczej

**Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy**

W dniu 19 kwietnia 2011 roku w siedzibie Spółki we Wrocławiu, odbyło się walne



Power Media

zgromadzenie akcjonariuszy z następującym porządkiem obrad:

1. Otwarcie Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki i sporządzenie listy obecności,
2. Wybór Przewodniczącego Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia,
3. Stwierdzenie prawidłowości zwołania Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia i jego zdolności do podejmowania uchwał,
4. Przedstawienie i przyjęcie porządku obrad,
5. Rozpatrzenie sprawozdania Zarządu z działalności Spółki w okresie od 1 stycznia 2010 roku do dnia 31 grudnia 2010 roku,
6. Rozpatrzenie sprawozdania finansowego w okresie od 1 stycznia 2010 roku do dnia 31 grudnia 2010 roku,
7. Przedstawienie dokonanej przez Radę Nadzorczą zwięzłej oceny sytuacji Spółki oraz rozpatrzenie sprawozdania Rady Nadzorczej w okresie od 1 stycznia 2010 roku do dnia 31 grudnia 2010 roku,
8. Podjęcie uchwały w sprawie zatwierdzenia sprawozdania Zarządu z działalności Spółki w okresie od 1 stycznia 2010 roku do dnia 31 grudnia 2010 roku,
9. Podjęcie uchwały w sprawie zatwierdzenia sprawozdania finansowego Spółki w okresie od 1 stycznia 2010 roku do dnia 31 grudnia 2010 roku,
10. Podjęcie uchwały w sprawie zatwierdzenia sprawozdania Rady Nadzorczej z działalności w okresie od 1 stycznia 2010 roku do dnia 31 grudnia 2010 roku zawierającego: ocenę sprawozdania Zarządu z działalności Spółki i sprawozdania finansowego za rok obrotowy 2010, wniosku Zarządu dotyczącego pokrycia straty i ocenę swojej pracy,
11. Podjęcie uchwał w sprawie udzielenia absolutorium członkom Zarządu z wykonywania obowiązków w okresie od 1 stycznia 2010 roku do dnia 31 grudnia 2010 roku,
12. Podjęcie uchwał w sprawie udzielenia absolutorium członkom Rady Nadzorczej z wykonywania obowiązków w okresie od 1 stycznia 2010 roku do dnia 31 grudnia 2010 roku,
13. Podjęcie uchwały w sprawie pokrycia starty za rok obrotowy 2010,
14. Powołanie członków Rady Nadzorczej,
15. Wolne głosy i wnioski,
16. Zamknięcie Zgromadzenia.

Spółka informowała o tym w raportach bieżących 13/2011 i 14/2011 z dnia 19 kwietnia 2011 roku.





Power Media

## V. Pozostałe informacje

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

W 2011 roku powiązania organizacyjne lub kapitałowe pomiędzy Spółką a innymi podmiotami nie występowały. Spółka w tym okresie sprawozdawczym również nie poczyniła inwestycji krajowych i zagranicznych (papiery wartościowe, instrumenty finansowe wartości niematerialne i prawne oraz nieruchomości w tym inwestycji kapitałowych dokonanych poza jego grupą jednostek powiązanych).

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

Umowy zawarte między Power Media S.A. a osobami zarządzającymi, przewidujące rekompensatę w przypadku ich rezygnacji lub zwolnienia z zajmowanego stanowiska bez ważnej przyczyny lub gdy ich odwołanie lub zwolnienie następuje z powodu połączenia Spółki przez przejęcie nie wystąpiły w roku 2011.

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

**Wynagrodzenie brutto Członków Zarządu Power Media S.A. w okresie od 1 stycznia 2011 roku do 31 grudnia 2011 roku**

Imię i nazwisko	Pełniona funkcja	Umowa o powołanie	Wartość innych świadczeń	Razem
Wojciech Narczyński	Prezes Zarządu	174 000,00	0,00	174 000,00
Marta Przewłocka	Wiceprezes Zarządu	174 000,00	0,00	174 000,00
Agnieszka Kozłowska	Członek Zarządu	102 000,00	0,00	102 000,00
<b>Razem</b>		<b>450 000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>450 000,00</b>



Power Media

**Wynagrodzenie brutto Rady Nadzorczej Power Media S.A. w okresie od 1 stycznia 2011 roku do 31 grudnia 2011 roku**

Imię i nazwisko	Wynagrodzenie	Wartość innych świadczeń	Razem
Alicja Korbecka	0,00	0,00	<b>0,00</b>
Łukasz Kocur	1 500,00	0,00	<b>1 500,00</b>
Michał Masłowski	2 000,00	0,00	<b>2 000,00</b>
Tomasz Stanko	1 500,00	0,00	<b>1 500,00</b>
Dariusz Prus	0,00	0,00	<b>0,00</b>
Ireneusz Werner	1 500,00	0,00	<b>1 500,00</b>
Monika Wysocka	500,00	33,00	<b>533,00</b>
<b>Razem</b>	<b>7 000,00</b>	<b>33,00</b>	<b>7 033,00</b>

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

**Zestawienie stanu posiadania akcji Power Media S.A. przez osoby zarządzające i nadzorujące na dzień bilansowy 31 grudnia 2011 roku**

Imię i nazwisko	Pełniona funkcja	Liczba akcji	Udział w kapitale zakładowym	Ilość głosów	Udział w głosowaniu
Wojciech Narczyński	Prezes Zarządu	1 710 000	26,72%	2 820 000	31,69%
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%
Ireneusz Werner	Członek Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%
Monika Wysocka	Członek Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%
Łukasz Kocur *	Członek Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%
Tomasz Stanko *	Członek Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%



\* Członkowie Rady Nadzorczej powołani w dniu 23 lutego 2011 roku uchwałami nr 1/2011 i 2/2011.

**Razem liczba akcji w kapitale zakładowym na dzień bilansowy 31 grudnia 2011 roku wynosi 6.400.000**

**Razem liczba głosów na Walnym Zgromadzeniu na dzień bilansowy 31 grudnia 2011 roku wynosi 8.900.000**

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

Imię i nazwisko	Pełniona funkcja	Liczba akcji	Udział w kapitale zakładowym	Ilość głosów	Udział w głosowaniu
Wojciech Narczyński	Prezes Zarządu	1 710 000	26,72%	2 820 000	31,69%
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%
Ireneusz Werner	Członek Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%
Monika Wysocka	Członek Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%
Łukasz Kocur*	Członek Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%
Tomasz Stanko*	Członek Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%

\* Członkowie Rady Nadzorczej powołani w dniu 23 lutego 2011 roku uchwałami nr 1/2011 i 2/2011.

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

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

Spółka nie posiada podmiotów powiązanych.

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

Umowy (w tym również zawartych po dniu bilansowym), w wyniku których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy i obligatariuszy nie występują.

**6. Informacja o umowie z podmiotem uprawnionym do badania sprawozdań finansowych**



Power Media

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

- a) Umowa z podmiotem uprawnionym do badania sprawozdań finansowych- umowa z dnia 6 czerwca 2011 - umowa zadaniowa - tj. na zbadanie sprawozdania finansowego roku 2011 i dokonania przeglądu sprawozdania finansowego I półrocza 2011, termin realizacji 30.03.2012,
- b) Wynagrodzenia Podmiotu uprawnionego do badania Sprawozdań Finansowych oraz innych spółek z Grupy Kapitałowej PKF Consult, wypłaconych lub należnych za rok 2011:
  - zbadanie SF za 2011r. - 10.500zł,
  - przegląd SF I półrocze 2011r. - 6.500zł,
  - doradztwo podatkowe - 1.050zł,
- c) Wynagrodzenia Podmiotu uprawnionego do badania Sprawozdań Finansowych, wypłaconych lub należnych za rok 2010:
  - wynagrodzenie za zbadanie SF za 2010r. - 10.500zł,
  - wynagrodzenie za przegląd SF za I półrocze 2010r. - 6.500zł.