

One-2-One S.A.

Raport roczny R 2006

zawiera:

Sprawozdanie finansowe

Sprawozdanie z działalności

Oświadczenie zarządu

Opinię niezależnego biegłego rewidenta

Raport uzupełniający z badania sprawozdania
finansowego

One–2–One S.A.

**Sprawozdanie finansowe
za okres od 1 stycznia do 31 grudnia 2006 roku**

Sprawozdanie finansowe

za okres sprawozdawczy od 1 stycznia do 31 grudnia 2006 roku

Dla Akcjonariuszy One-2-One S.A.

Zgodnie z Rozporządzeniem Rady Ministrów z dnia 19 października 2005r. w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych (Dz. U. z 2005r. Nr 209 poz. 1744) Zarząd jest zobowiązany zapewnić sporządzenie sprawozdania finansowego, dającego prawidłowy i rzetelny obraz sytuacji majątkowej i finansowej Spółki na koniec roku 2006 roku oraz wyniku finansowego za ten okres.

Elementy sprawozdania finansowego zostały przedstawione w niniejszym dokumencie w następującej kolejności:

	Strona
Wybrane dane finansowe sprawozdania finansowego przeliczone na EURO	2
Rachunek zysków i strat za okres sprawozdawczy od 1 stycznia do 31 grudnia 2006 roku wykazujący zysk w kwocie 671 tys. zł	3
Bilans na dzień 31 grudnia 2006 roku wykazujący po stronie aktywów i pasywów kwotę 21 515 tys. zł	4
Zestawienie zmian w kapitale własnym za okres sprawozdawczy od 1 stycznia do 31 grudnia 2006 roku	5
Rachunek przepływów pieniężnych za okres sprawozdawczy od 1 stycznia do 31 grudnia 2006 roku wykazujący zwiększenie stanu środków pieniężnych o kwotę 11 147 tys. zł	6
Noty do sprawozdania finansowego	7

Sprawozdanie Zarządu z działalności stanowi załącznik do niniejszego sprawozdania finansowego.

Sprawozdanie finansowe zostało zaakceptowane przez Zarząd Spółki

Prezes Zarządu
Tomasz Długiewicz

Wiceprezes Zarządu
Piotr Dzieciół

Członek Zarządu
Mariusz Malec

Osoba odpowiedzialna
za prowadzenie ksiąg rachunkowych
Piotr Dzieciół

Poznań, dnia 23 maja 2007

WYBRANE DANE FINANSOWE

Wybrane dane finansowe zawarte w niniejszym raporcie zostały przeliczone na EURO według następujących zasad:

- poszczególne pozycje aktywów i pasywów dla bilansu na dzień bilansowy – według średniego kursu ogłoszonego na ostatni dzień bilansowy przez Narodowy Bank Polski;
- poszczególne pozycje rachunku zysków i strat oraz rachunku przepływów środków pieniężnych – według kursu średniego, obliczonego jako średnia arytmetyczna kursów ogłaszanych przez Narodowy Bank Polski na ostatni dzień miesiąca w danym roku;

	31.12.2006		31.12.2005	
Obowiązujący kurs średni na dzień bilansowy	3,8312		3,8598	
Średnia arytmetyczna kursów	3,8991		4,0233	

	01.01. - 31.12.2006		01.01. - 31.12.2005	
	`000 PLN	`000 EUR	`000 PLN	`000 EUR
RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT				
Przychody ze sprzedaży	13 544	3 474	8 084	2 009
Zysk (strata) brutto na sprzedaży	2 334	599	1 874	466
Zysk (strata) na działalności operacyjnej	429	110	697	173
Zysk (strata) przed opodatkowaniem	527	135	662	165
BILANS				
Aktywa trwałe	4 835	1 262	925	240
Aktywa obrotowe	16 680	4 354	1 655	429
Aktywa razem	<u>21 515</u>	<u>5 616</u>	<u>2 580</u>	<u>669</u>
Kapitał własny	13 466	3 515	1 092	283
w tym: kapitał podstawowy	630	164	117	30
Zobowiązanie długoterminowe	51	13	19	5
Zobowiązania krótkoterminowe	7 998	2 088	1 469	381
Pasywa razem	<u>21 515</u>	<u>5 616</u>	<u>2 580</u>	<u>669</u>
RACHUNEK PRZEPŁYWU ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH				
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	(416)	(107)	375	93
Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(923)	(237)	(690)	(172)
Środki pieniężne netto z działalności finansowej	12 486	3 202	(108)	(27)
Saldo zamknięcia środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	11 156	2 861	9	2
Liczba akcji/udziałów w sztukach	6 300 000	6 300 000	234	234
Średnia ważona liczba akcji/udziałów	5 349 041	5 349 041	234	234
Zysk w PLN/EUR	671 107	172 118	536 163	133 264
Zysk na jedną akcję/udział	0,13	0,03	2 291,29	569,51
Wartość księgowa na jedną akcję / udział	2,14	0,55	4 666,67	1 159,91

RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT
 za okres sprawozdawczy od 1 stycznia 2005 do 31 grudnia 2006

	Nota	od 01.01.2006 do 31.12.2006 PLN'000	od 01.01.2005 do 31.12.2005 PLN'000
Działalność kontynuowana			
Przychody ze sprzedaży	1	13 544	8 084
Koszt własny sprzedaży	2	(11 210)	(6 210)
Zysk (strata) brutto na sprzedaży		2 334	1 874
Koszty sprzedaży	2	(397)	(382)
Koszty ogólnego zarządu	2	(1 544)	(850)
Pozostałe przychody operacyjne	3	59	62
Pozostałe koszty operacyjne	4	(23)	(50)
Pozostałe zyski (straty) z inwestycji	5	-	43
Zysk (strata) na działalności operacyjnej		429	697
Koszty finansowe - netto	6	98	(35)
Zysk (strata) przed opodatkowaniem		527	662
Podatek dochodowy	7	144	(126)
Zysk (strata) netto		671	536
Zysk (strata) na jedną akcję w PLN	8		
Zwykły		0,13	2 291,29
Rozwodniony		0,13	2 291,29

One-2-One S.A.
Sprawozdanie finansowe
za okres 1 stycznia do 31 grudnia 2006 roku

BILANS
na dzień 31 grudnia 2006

	Nota	31 grudnia 2006 PLN'000	31 grudnia 2005 PLN'000
Aktywa trwałe			
Wartości niematerialne	9	38	91
Rzeczowe aktywa trwałe	10	133	134
Inwestycje w jednostkach zależnych	11	4 457	671
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	20	207	29
		<u>4 835</u>	<u>925</u>
Aktywa obrotowe			
Należności handlowe oraz pozostałe należności	12	5 524	1 646
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	13	11 156	9
		<u>16 680</u>	<u>1 655</u>
Aktywa razem		<u>21 515</u>	<u>2 580</u>
	Nota	31 grudnia 2006 PLN'000	31 grudnia 2005 PLN'000
Kapitał własny			
Kapitał podstawowy	14	630	117
Kapitał zapasowy	15	12 133	530
Kapitał rezerwowy pozostały	16	123	-
Zysk (strata) z lat ubiegłych		(91)	(91)
Zysk netto okresu obrotowego		671	536
Razem kapitały własne		<u>13 466</u>	<u>1 092</u>
Zobowiązanie długoterminowe			
Zobowiązanie z tytułu odroczonego podatku dochodowego	19	51	17
Zobowiązania długoterminowe z tytułu leasingu finansowego	21	-	2
		<u>51</u>	<u>19</u>
Zobowiązania krótkoterminowe			
Zobowiązania handlowe oraz pozostałe zobowiązania	22	7 996	1 263
Zobowiązania krótkoterminowe z tytułu leasingu finansowego		2	25
Krótkoterminowe pożyczki i kredyty bankowe	17	-	181
		<u>7 998</u>	<u>1 469</u>
Pasywa razem		<u>21 515</u>	<u>2 580</u>

ZESTAWIENIE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM
za okres sprawozdawczy od 1 stycznia 2006 do 31 grudnia 2006

	31 grudnia 2006 PLN'000	31 grudnia 2005 PLN'000
Kapitał podstawowy		
Stan na początek okresu	117	117
Przeniesienie z kapitału zapasowego	383	-
Emisja akcji	130	-
Stan na koniec okresu	<u>630</u>	<u>117</u>
Kapitał zapasowy		
Stan na początek okresu	530	530
Agio	12 870	-
Podział wyniku finansowe poprzednich okresów	536	-
Przeniesienie na kapitał podstawowy	(383)	-
Koszty emisji akcji	(1 420)	-
Stan na koniec okresu	<u>12 133</u>	<u>530</u>
Kapitał rezerwowy pozostały		
Stan na początek okresu		
Zwiększenia – opcje menadżerskie	123	-
Stan na koniec okresu	<u>123</u>	<u>-</u>
Nierozliczony wynik z lat ubiegłych		
Stan na początek okresu	(91)	(313)
Podział wyniku finansowe poprzednich okresów	-	221
Zaokrąglenia	-	1
Stan na koniec okresu	<u>(91)</u>	<u>(91)</u>
Zysk netto		
Stan na początek okresu	536	221
Podział wyniku finansowego z lat ubiegłych	(536)	(221)
Wynik finansowy wypracowany w okresie obrotowym	671	536
Stan na koniec okresu	<u>671</u>	<u>536</u>
Razem kapitały własne		
Stan na początek okresu	1 092	555
Stan na koniec okresu	<u>13 466</u>	<u>1 092</u>

RACHUNEK PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH
 za okres sprawozdawczy od 1 stycznia 2006 do 31 grudnia 2006

	Nota	od 01 stycznia 2006 do 31 grudnia 2006 PLN'000	od 01 stycznia 2005 do 31 grudnia 2005 PLN'000
Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej			
Wpływy pieniężne z działalności operacyjnej		(348)	522
Odsetki zapłacone		(22)	(31)
Podatek dochodowy zapłacony		(46)	(116)
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	26	(416)	375
Przepływy środków pieniężnych z działalności inwestycyjnej			
Wydatki na zakup majątku trwałego		(62)	(281)
Zakup podmiotu zależnego		(861)	(409)
Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej		(923)	(690)
Przepływy środków pieniężnych z działalności finansowej			
Splata pożyczek		-	(250)
Wpływy z emisji akcji		13 000	-
Splata zobowiązań z tytułu leasingu finansowego		(24)	(39)
Udzielone pożyczki		(310)	-
Zmiana stanu kredytów w rachunku bieżącym		(180)	181
Środki pieniężne netto z działalności finansowej		12 486	(108)
Zwiększenie /(zmniejszenie) netto środków pieniężnych i ich ekwiwalentów		11 147	(423)
Saldo otwarcia środków pieniężnych i ich ekwiwalentów		9	432
Saldo zamknięcia środków pieniężnych i ich ekwiwalentów		11 156	9

NOTY DO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO SPORZĄDZONEGO
za okres sprawozdawczy od 1 stycznia do 31 grudnia 2006

Podstawowe dane jednostki:

Firma Spółki	One-2-one S.A.
Siedziba	ul. Rakoniewicka nr 20, 60-111 Poznań
Sąd rejestrowy	Sąd Rejonowy w Poznaniu , XXI Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego
Numer w rejestrze	0000246988
Numer PKD	7220Z
Skład Zarządu	Prezes Zarządu – Tomasz Długiewicz Wiceprezes Zarządu – Piotr Dziecioł Członek Zarządu – Mariusz Malec
Skład Rady Nadzorczej	Według stanu na dzień 31.12.2006 Tomasz Czechowicz – Przewodniczący Rady Nadzorczej Jerzy Kaliski – Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej Grzegorz Leszczyński – Członek Rady Nadzorczej Jerzy Surma – Członek Rady Nadzorczej Andrzej Jasieniecki – Członek Rady Nadzorczej

One-2-One S.A. została utworzona na podstawie aktu notarialnego z dnia 17 kwietnia 2001 w Kancelarii Notarialnej Hanny Jasiewicz przy ul. 23 Lutego 72 w Poznaniu (Rep. Nr 2796/2001). Siedzibą spółki dominującej jest miasto Poznań

Walne Zgromadzenie Wspólników w dniu 24.11.2005 podjęło uchwałę o Przekształceniu w spółkę akcyjną zgodnie z art. 551 § 1 Kodeksu spółek handlowych. Przekształcenie zostało zarejestrowane przez Sąd Rejonowy w Poznaniu Wydział XXI Gospodarczy KRS w dniu 2 stycznia 2006. Spółka otrzymała nowy numer wpisu KRS 0000246988.

Przedmiotem działalności Spółki jest interaktywna obsługa mediów z wykorzystaniem technologii mobilnych oraz integrowanie i obsługa ruchu SMS.

Opis ważniejszych stosowanych zasad rachunkowości

Poniżej zostały przedstawione zasady rachunkowości stosowane przy sporządzeniu niniejszego sprawozdania finansowego. Zasady te były stosowane we wszystkich prezentowanych okresach w sposób ciągły, o ile nie podano poniżej.

Zasady rachunkowości

Sprawozdanie finansowe zostało sporządzone zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej (MSSF).

Sprawozdanie finansowe zostało sporządzone w tysiącach polskich złotych. Księgi rachunkowe spółki są prowadzone w polskich złotych.

Przychody

Przychody ze sprzedaży ujmowane są w wartości godziwej zapłat otrzymanych lub należnych i reprezentują należności za produkty, towary i usługi dostarczone w ramach normalnej działalności gospodarczej, po pomniejszeniu o rabaty, VAT i inne podatki związane ze sprzedażą.

Przychód ze sprzedaży towarów ujmowany jest w momencie dostarczenia towarów i przekazania prawa własności.

Przychód ze sprzedaży usług ujmuje się w okresie, w którym świadczone usługi, w oparciu o stopień zaawansowania konkretnej transakcji, określony na podstawie stanu faktycznego wykonanych prac do całości usług do wykonania.

Przychody z tytułu odsetek ujmowane są narastająco, w odniesieniu do głównej kwoty należnej, zgodnie z metodą efektywnej stopy procentowej.

Przychody z tytułu dywidend są ujmowane w momencie, kiedy zostaje ustanowione prawo akcjonariuszy do otrzymania płatności.

Leasing

Leasing jest klasyfikowany jako leasing finansowy, gdy warunki umowy przenoszą zasadniczo całe potencjalne korzyści oraz ryzyko wynikające z bycia właścicielem na leasingobiorcę. Wszystkie pozostałe rodzaje leasingu są traktowane jako leasing operacyjny.

Aktywa użytkowane na podstawie umowy leasingu finansowego są traktowane jak aktywa Spółki i są wyceniane w ich wartości godziwej w momencie ich nabycia, nie wyższej jednak niż wartość bieżąca minimalnych opłat leasingowych. Powstające z tego tytułu zobowiązanie wobec leasingodawcy jest prezentowane w bilansie w pozycji zobowiązania z tytułu leasingu finansowego. Płatności leasingowe zostały podzielone na część odsetkową oraz część kapitałową, tak, by stopa odsetek od pozostającego zobowiązania była wielkością stałą. Koszty finansowe są odnoszone do rachunku zysków i strat.

Opłaty leasingowe uiszczane w ramach leasingu operacyjnego obciążają koszty metodą liniową przez okres leasingu.

Waluty obce

Transakcje przeprowadzane w walucie innej niż polski złoty są księgowane po kursie waluty obowiązującym na dzień transakcji. Na dzień bilansowy, aktywa i pasywa pieniężne denominowane w walutach obcych są przeliczane według kursu obowiązującego na ten dzień. Zyski i straty wynikłe z przeliczenia walut są odnoszone bezpośrednio w rachunek zysków i strat, za wyjątkiem przypadków, gdy powstały one wskutek wyceny aktywów i pasywów niepieniężnych, w przypadku których zmiany wartości godziwej odnosi się bezpośrednio na kapitał.

Świadczenia pracownicze

Kwoty krótkoterminowych świadczeń na rzecz pracowników innych niż z tytułu rozwiązania stosunku pracy i świadczeń kapitałowych ujmuje się jako zobowiązanie, po uwzględnieniu wszelkich kwot już wypłaconych i jednocześnie jako koszt okresu, chyba że świadczenie należy uwzględnić w koszcie wytworzenia składnika aktywów.

Spółka nie oferuje swoim pracownikom udziału w żadnych programach dotyczących świadczeń po okresie zatrudnienia.

Podatki

Na obowiązkowe obciążenia wyniku składają się: podatek bieżący oraz podatek odroczony.

Bieżące obciążenie podatkowe jest obliczane na podstawie wyniku podatkowego (podstawy opodatkowania) danego roku obrotowego. Zysk (strata) podatkowa różni się od księgowego zysku (straty) netto w związku z wyłączeniem przychodów podlegających opodatkowaniu i kosztów stanowiących koszty uzyskania przychodów w latach następnych oraz pozycji kosztów i przychodów, które nigdy nie będą podlegały opodatkowaniu. Obciążenia podatkowe są wyliczane w oparciu o stawki podatkowe obowiązujące w danym roku obrotowym.

Podatek odroczony jest wyliczany metodą bilansową jako podatek podlegający zapłaceniu lub zwrotowi w przyszłości na różnicach pomiędzy wartościami bilansowymi aktywów i pasywów a odpowiadającymi im wartościami podatkowymi wykorzystywanymi do wyliczenia podstawy opodatkowania.

Rezerwa na podatek odroczony jest tworzona od wszystkich dodatnich różnic przejściowych podlegających opodatkowaniu, natomiast składnik aktywów z tytułu podatku odroczonego jest rozpoznawany do wysokości w jakiej jest prawdopodobne, że będzie można pomniejszyć przyszłe zyski podatkowe o rozpoznane ujemne różnice przejściowe. Pozycja aktywów lub zobowiązanie podatkowe nie powstaje, jeśli różnica przejściowa powstaje z tytułu wartości firmy lub z tytułu pierwotnego ujęcia innego składnika aktywów lub zobowiązania w transakcji, która nie ma wpływu ani na wynik podatkowy ani na wynik księgowy.

Rezerwa z tytułu podatku odroczonego jest rozpoznawana od przejściowych różnic podatkowych powstałych w wyniku inwestycji w podmioty zależne i stowarzyszone oraz wspólne przedsięwzięcia, chyba że Spółka jest zdolna kontrolować moment odwrócenia różnicy przejściowej i jest prawdopodobne, iż w dającej się przewidzieć przyszłości różnica przejściowa się nie odwróci.

Wartość składnika aktywów z tytułu podatku odroczonego podlega analizie na każdy dzień bilansowy, a w przypadku gdy spodziewane przyszłe zyski podatkowe nie będą wystarczające dla realizacji składnika aktywów lub jego części następuje jego odpis.

Podatek odroczony jest wyliczany przy użyciu stawek podatkowych, które będą obowiązywać w momencie, gdy pozycja aktywów zostanie zrealizowana lub zobowiązanie stanie się wymagalne. Podatek odroczony jest ujmowany w rachunku zysków i strat, poza przypadkiem gdy dotyczy on pozycji ujętych bezpośrednio w kapitale własnym. W tym ostatnim wypadku podatek odroczony jest również rozliczany bezpośrednio w kapitale własnym.

Rzeczowe aktywa trwałe

Rzeczowe aktywa trwałe wykazane są w bilansie w cenie nabycia pomniejszonej w kolejnych okresach o odpisy amortyzacyjne oraz utratę wartości.

Koszty finansowania zewnętrznego bezpośrednio związanego z nabyciem lub wytworzeniem składników majątku wymagających dłuższego okresu czasu, aby mogły być zdatne do użytkowania lub odsprzedaży, są doliczane do kosztów wytworzenia takich środków trwałych, aż do momentu oddania tych środków trwałych do użytkowania. Przychody z inwestycji uzyskane w wyniku krótkoterminowego inwestowania pozyskanych środków a związane z powstawaniem środków trwałych pomniejszają wartość skapitalizowanych kosztów finansowania zewnętrznego.

Amortyzację wylicza się dla wszystkich środków trwałych, z pominięciem gruntów oraz środków trwałych w budowie, przez oszacowany okres ekonomicznej przydatności tych środków, używając metody liniowej, przy zastosowaniu następujących rocznych stawek amortyzacji:

Maszyny i urządzenia	4% - 33%
----------------------	----------

Aktywa utrzymywane na podstawie umowy leasingu finansowego są amortyzowane przez okres ich ekonomicznej użyteczności, odpowiednio jak aktywa własne, nie dłużej jednak niż okres trwania leasingu.

Zyski lub straty wynikłe ze sprzedaży / likwidacji lub zaprzestania użytkowania środków trwałych są określane jako różnica pomiędzy przychodami ze sprzedaży a wartością netto tych środków trwałych i są ujmowane w rachunku zysków i strat.

Wartości niematerialne

Wartość firmy powstająca przy konsolidacji wynika z wystąpienia na dzień nabycia nadwyżki kosztu nabycia jednostki nad wartością godziwą identyfikowalnych składników aktywów i pasywów jednostki zależnej, stowarzyszonej lub wspólnego przedsięwzięcia na dzień nabycia.

Wartość firmy jest wykazywana jako składnik aktywów i przynajmniej raz w roku podlega analizie pod kątem utraty wartości. Ewentualna utrata wartości rozpoznawana jest od razu w rachunku zysków i strat i nie podlega odwróceniu w kolejnych okresach.

Przy sprzedaży jednostki zależnej, stowarzyszonej lub wspólnego przedsięwzięcia, odpowiednia część wartości firmy uwzględniana jest przy wyliczaniu zysku bądź straty na sprzedaży.

Wartość firmy powstała przed datą zmiany zasad na MSSF ujęta została w księgach zgodnie z wartością rozpoznaną według wcześniej stosowanych zasad rachunkowości i podlegała testowi na utratę wartości na dzień przejścia na MSSF.

Koszty prac rozwojowych są kapitalizowane wyłącznie w sytuacji, gdy realizowany jest ściśle określony projekt, jest prawdopodobne, że składnik aktywów przyniesie przyszłe korzyści ekonomiczne oraz koszty związane z projektem mogą być wiarygodnie oszacowane.

Koszty prac rozwojowych są amortyzowane metodą liniową przez przewidywany okres ich ekonomicznej przydatności.

W przypadku, gdy niemożliwe jest wyodrębnienie wytworzonego we własnym zakresie składnika aktywów, koszty prac rozwojowych są ujmowane w rachunku zysków i strat w okresie, w którym zostały poniesione.

Koszty prac badawczych nie podlegają aktywowaniu i są prezentowane w rachunku zysków i strat jako koszty w okresie, w którym zostały poniesione.

Zakupione licencje na oprogramowanie komputerowe aktywuje się w wysokości kosztów poniesionych na zakup i przygotowanie do używania danego programu komputerowego. Aktywowany koszt odpisuje się przez szacowany okres użytkowania oprogramowania nie dłuższy niż 3 lata.

Utrata wartości

Na każdy dzień bilansowy Spółka dokonuje przeglądu wartości netto składników majątku trwałego w celu stwierdzenia, czy nie występują przesłanki wskazujące na możliwość utraty ich wartości. W przypadku, gdy stwierdzono istnienie takich przesłanek, szacowana jest wartość odzyskiwalna danego składnika aktywów, w celu ustalenia potencjalnego odpisu z tego tytułu. W sytuacji, gdy składnik aktywów nie generuje przepływów pieniężnych, które są w znacznym stopniu niezależnymi od przepływów generowanych przez inne aktywa, analizę przeprowadza się dla grupy aktywów generujących przepływy pieniężne, do której należy dany składnik aktywów.

W przypadku wartości niematerialnych o nieokreślonym okresie użytkowania, test na utratę wartości przeprowadzany jest corocznie, oraz dodatkowo, gdy występują przesłanki wskazujące na możliwość wystąpienia utraty wartości.

Wartość odzyskiwalna ustalana jest jako kwota wyższa z dwóch wartości: wartość godziwa pomniejszona o koszty sprzedaży lub wartość użytkowa. Ta ostatnia wartość odpowiada wartości bieżącej szacunku przyszłych przepływów pieniężnych zdyskontowanych przy użyciu stopy dyskonta uwzględniającej aktualną rynkową wartość pieniądza w czasie oraz ryzyko specyficzne dla danego aktywa.

Jeżeli wartość odzyskiwalna jest niższa od wartości księgowej netto składnika aktywów (lub grupy aktywów), wartość księgowa jest pomniejszana do wartości odzyskiwalnej. Strata z tytułu utraty wartości jest ujmowana jako koszt w okresie, w którym wystąpiła, za wyjątkiem sytuacji gdy składnik aktywów ujmowany był w wartości przeszacowanej (wówczas utrata wartości traktowana jest jako obniżenie wcześniejszego przeszacowania).

W momencie gdy utrata wartości ulega następnie odwróceniu, wartość netto składnika aktywów (lub grupy aktywów) zwiększana jest do nowej wyszacowanej wartości odzyskiwalnej, nie wyższej jednak od wartości netto tego składnika aktywów jaka byłaby ustalona, gdyby utrata wartości nie została rozpoznana w poprzednich latach. Odwrócenie utraty wartości ujmowane jest przychodach, o ile składnik aktywów nie podlegał wcześniej przeszacowaniu – w takim przypadku, odwrócenie utraty wartości odnoszone jest na kapitał z aktualizacji wyceny.

Aktywa trwałe przeznaczone do zbycia

Aktywa trwałe (i grupy aktywów netto przeznaczonych do zbycia) zaklasyfikowane jako przeznaczone do zbycia wyceniane są po niższej z dwóch wartości: wartości bilansowej lub wartości godziwej pomniejszonych o koszty związane ze sprzedażą.

Aktywa trwałe i grupy aktywów netto klasyfikowane są jako przeznaczone do zbycia, jeżeli ich wartość bilansowa będzie odzyskana raczej w wyniku transakcji sprzedaży niż w wyniku ich dalszego ciągłego użytkowania. Warunek ten uznaje się za spełniony wyłącznie wówczas, gdy wystąpienie transakcji sprzedaży jest bardzo prawdopodobne, a składnik aktywów (lub grupa aktywów netto przeznaczonych do zbycia) jest dostępny w swoim obecnym stanie do natychmiastowej sprzedaży. Klasyfikacja składnika aktywów jako przeznaczonego do zbycia zakłada zamiar kierownictwa spółki do zakończenia transakcji sprzedaży w ciągu roku od momentu zmiany klasyfikacji.

Instrumenty Finansowe

Aktywa i zobowiązania finansowe ujmowane są w bilansie Spółki w momencie, gdy One-2-One S.A. staje się stroną wiążącej umowy.

Należności z tytułu dostaw i usług

Należności z tytułu dostaw i usług nie są instrumentem generującym odsetki i wyceniane są w księgach w wartości nominalnej skorygowanej o odpowiednie odpisy aktualizujące wartość należności wątpliwych.

Zobowiązania finansowe oraz instrumenty kapitałowe

Zobowiązania finansowe oraz instrumenty kapitałowe są klasyfikowane w zależności od ich treści ekonomicznej wynikającej z zawartych umów. Instrument kapitałowy to umowa dająca prawo do udziału w aktywach Spółki pomniejszonych o wszystkie zobowiązania.

Kredyty bankowe

Oprocentowane kredyty bankowe (w tym również kredyty w rachunku bieżącym) księgowane są w wartości uzyskanych wpływów pomniejszonych o koszty bezpośrednie pozyskania środków. Koszty finansowe, łącznie z prowizjami płatnymi w momencie spłaty lub umorzenia oraz kosztami bezpośrednimi zaciągnięcia kredytów, ujmowane są w rachunku zysków i strat przy zastosowaniu metody efektywnej stopy procentowej i zwiększają wartość księgową instrumentu z uwzględnieniem spłat dokonanych w bieżącym okresie.

Zobowiązania z tytułu dostaw i usług

Zobowiązania z tytułu dostaw i usług nie są instrumentem odsetkowym i wykazywane są w bilansie w wartości nominalnej.

Rezerwy na zobowiązania

Rezerwy na zobowiązania tworzy się w przypadku gdy na Spółce ciąży istniejący obowiązek (prawny lub zwyczajowy) wynikający z przeszłych zdarzeń, jest prawdopodobne, że wypełnienie obowiązku spowoduje zmniejszenie zasobów ucieleśniających korzyści ekonomiczne spółki oraz można dokonać wiarygodnego oszacowania kwoty zobowiązania. Nie tworzy się rezerwy na przyszłe straty operacyjne.

Rezerwa na koszty restrukturyzacji ujmowana jest tylko wtedy, gdy Spółce ogłosiła wszystkim zainteresowanym stronom szczegółowy i formalny plan restrukturyzacji.

One-2-One S.A.
Sprawozdanie finansowe
za okres 1 stycznia do 31 grudnia 2006 roku

1. Przychody ze sprzedaży

Przychody ze sprzedaży prezentują się następująco:

	od 01.01.2006 do 31.12.2006 000'PLN	od 01.01.2005 do 31.12.2005 000'PLN
Przychody ze sprzedaży towarów	2 616	323
Przychody ze sprzedaży usług	10 928	7 761
	13 544	8 084

2. Koszty według rodzaju

	od 01.01.2006 do 31.12.2006 000'PLN	od 01.01.2005 do 31.12.2005 000'PLN
Amortyzacja środków trwałych i wartości niematerialnych oraz odpisy z tytułu utraty wartości	(116)	(60)
Zużycie materiałów i energii	(306)	(85)
Usługi obce	(8 497)	(5 865)
Podatki i opłaty	(92)	(16)
Wynagrodzenia	(1 029)	(879)
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	(187)	(155)
Pozostałe koszty	(582)	(126)
Zmiana stanu produktów (koszty nie poniesione)	241	52
Koszt własny sprzedanych towarów	(2 583)	(308)
Razem	(13 151)	(7 442)

3. Pozostałe przychody operacyjne

	od 01.01.2006 do 31.12.2006 000'PLN	od 01.01.2005 do 31.12.2005 000'PLN
Wynik na wniesieniu aportu	-	33
Rozwiązanie rezerw	-	28
Zmniejszenie odpisu aktualizacyjnego należności	49	-
Pozostałe przychody	10	1
Razem	59	62

4. Pozostałe koszty operacyjne

	od 01.01.2006 do 31.12.2006 000'PLN	od 01.01.2005 do 31.12.2005 000'PLN
Zmniejszenie odpisu aktualizacyjnego na nie rotujące towary	-	(49)
Koszty fuzji i przejęć	(9)	-
Zmniejszenie odpisu aktualizacyjnego należności	-	(1)
Spisane należności	(11)	-
Pozostałe koszty	(3)	-
Razem	(23)	(50)

5. Zyski z inwestycji

Zyski z inwestycji wykazane w kwocie 43 tys. zł. w 2005 roku wynikają z otrzymanej dywidendy od MobiJoy Sp. z o.o.

6. Koszty finansowe netto

	od 01.01.2006 do 31.12.2006 000'PLN	od 01.01.2005 do 31.12.2005 000'PLN
Przychody z odsetek	123	4
Koszty odsetek	(23)	(37)
Pozostałe	(2)	(2)
	98	(35)

7. Podatek dochodowy

	od 01.01.2006 do 31.12.2006 000'PLN	od 01.01.2005 do 31.12.2005 000'PLN
Podatek bieżący	-	(117)
Podatek odroczony	144	(9)
	144	(126)

Część bieżąca podatku dochodowego ustalona została według stawki równej 19% dla podstawy opodatkowania podatkiem dochodowym.

Uzgodnienie wysokości podatku dochodowego w rachunku zysków i strat z wynikiem finansowym:

	od 01.01.2006 do 31.12.2006 000'PLN	od 01.01.2005 do 31.12.2005 000'PLN
Zysk przed opodatkowaniem	527	662
Wykorzystane straty podatkowe	-	(104)
Nieopodatkowane przychody	(160)	(71)
Koszty niestanowiące kosztów uzyskania przychodu	(1 242)	127
Podstawa do opodatkowania	(875)	614
Podatek bieżący	-	(117)

8. Zysk przypadający na jedną akcję/udział

Podstawowy zysk na akcję/udział wylicza się jako iloraz zysku przypadającego na akcjonariuszy/udziałowców Spółki oraz średniej ważonej liczby akcji/udziałów zwykłych w trakcie roku, z wyłączeniem akcji/udziałów zwykłych nabytych przez Spółkę i wykazywanych jako akcje/udziały własne.

	od 01.01.2006 do 31.12.2006	od 01.01.2005 do 31.12.2005
Zysk przypadający na udziałowców Spółki (w PLN)	671 107	536 163
Średnia ważona liczba akcji / udziałów zwykłych (szt.)	5 349 041	234
Podstawowy zysk na udział (w PLN na jeden udział)	0,13	2 291,29

W dniu 24.11.2005 Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Wspólników podjęło uchwały o przekształceniu Spółki w Spółkę Akcyjną oraz o podwyższeniu kapitału podstawowego do kwoty 500 000 zł przeznaczając na ten cel część kapitału zapasowego. Fakt ten został zarejestrowany w Krajowym Rejestrze Sądowym w dniu 02.01.2006

Na podstawie uchwały Nadzwyczajnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Spółki z dnia 24.02.2006 kapitał podstawowy został podwyższony w drodze emisji akcji serii B w ilości 1.300.000 (oferta publiczna) o wartości nominalnej 10 groszy i cenie emisyjnej 10 złotych każda.

Sąd Rejonowy w Poznaniu XXI Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego zarejestrował podwyższenie kapitału 25.09.2006 roku.

W spółce nie występują zdarzenia, które mogłyby w przyszłości powodować rozwodnienie wyniku finansowego.

9. Wartości niematerialne

	Oprogramowanie i licencje komputerowe 000' PLN	Razem 000' PLN
Stan na 1 stycznia 2005		
Koszt (brutto)	94	94
Umorzenie i łączne dotychczasowe odpisy z tytułu utraty wartości	(3)	(3)
Wartość księgowa netto	<u>91</u>	<u>91</u>
Okres od 1 stycznia 2005 do 31 grudnia 2005		
Wartość księgowa netto na początek okresu	91	91
Zwiększenia	25	25
Amortyzacja	(25)	(27)
Wartość księgowa netto na koniec okresu	<u>91</u>	<u>91</u>
Stan na 31 grudnia 2005		
Koszt (brutto)	118	118
Umorzenie i łączne dotychczasowe odpisy z tytułu utraty wartości	(27)	(27)
Wartość księgowa netto koniec okresu	<u>91</u>	<u>91</u>
Okres od 1 stycznia 2006 do 31 grudnia 2006		
Wartość księgowa netto na początek okresu	91	91
Nabycie udziałów w jednostce zależnej	-	-
Amortyzacja	(53)	(53)
Wartość księgowa netto na koniec okresu	<u>38</u>	<u>38</u>
Stan na 31 grudnia 2006		
Koszt (brutto)	118	118
Umorzenie i łączne dotychczasowe odpisy z tytułu utraty wartości	(80)	(80)
Wartość księgowa netto koniec okresu	<u>38</u>	<u>38</u>

Licencje i oprogramowanie komputerowe są amortyzowane przez ich przewidywany okres użytkowania, który wynosi średnio od 2 do 5 lat.

10. Rzeczowe aktywa trwałe

	Środki transportu i urządzenia 000' PLN	Środki trwałe w budowie 000' PLN	Razem 000' PLN
Stan na 1 stycznia 2005			
Koszt lub wartość z wyceny (brutto)	124	-	124
Umorzenie	(32)	-	(32)
Wartość księgowa netto	<u>92</u>	<u>-</u>	<u>92</u>
Okres od 1 stycznia 2005 do 31 grudnia 2005			
Wartość księgowa netto na początek okresu	92	-	92
Zwiększenia	38	39	77
Amortyzacja	(35)	-	(35)
Wartość księgowa netto na koniec okresu	<u>95</u>	<u>39</u>	<u>134</u>
Stan na 31 grudnia 2005			
Koszt lub wartość z wyceny (brutto)	162	39	201
Umorzenie i łączne dotychczasowe odpisy z tytułu utraty wartości	(67)	-	(67)
Wartość księgowa netto	<u>95</u>	<u>39</u>	<u>134</u>
Okres od 1 stycznia 2006 do 31 grudnia 2006			
Wartość księgowa netto na początek okresu	95	39	134
Zwiększenia	62	-	62
Amortyzacja	(63)	-	(63)
Przeniesienia	39	(39)	-
Wartość księgowa netto na koniec okresu	<u>133</u>	<u>-</u>	<u>133</u>
Stan na 31 grudnia 2006			
Koszt lub wartość z wyceny (brutto)	263	-	263
Umorzenie i łączne dotychczasowe odpisy z tytułu utraty wartości	(130)	-	(130)
Wartość księgowa netto	<u>133</u>	<u>-</u>	<u>133</u>

W wartości netto maszyn, urządzeń i innych aktywów trwałych ujęta jest wartość netto aktywów użytkowanych na podstawie umów leasingu finansowego zgodnie z poniższym zestawieniem.

Stan na	Wartość 000' PLN
31 grudnia 2005	50
31 grudnia 2006	22

Na dzień bilansowy 31.12.2006 na majątku trwałym nie było ustanowione zabezpieczenie poza leasingowanymi środkami trwałymi.

11. Inwestycje w jednostki zależne i stowarzyszone

Stan na 31.12.2006

Nazwa jednostki zależnej	Miejsce siedziby spółki	Procent posiadanych udziałów	Procent posiadanych głosów	Metoda konsolidacji
MobiJoy S.A.	Poznań, ul. Rakoniewicka 20	100%	100%	pełna
One-2-One Mobile Ideas GmbH.	Niemcy, Berlin	100%	100%	pełna
Mobitrust Sp. z o.o.	Poznań, ul. Matejki 29/4	71,4%	71,4%	pełna

12. Należności handlowe oraz pozostałe należności

	31.12.2006 000' PLN	31.12.2005 000' PLN
Należności handlowe	3 794	909
Odpis aktualizujący wartość należności	-	(49)
Należności handlowe netto	3 794	860
Należności podatkowe	193	11
Pozostałe należności	29	20
Rozliczenia międzyokresowe (czynne)	1 168	620
Należności handlowe od podmiotów powiązanych	16	135
Pożyczki i odsetki należne od podmiotów powiązanych	324	-
	5 524	1 646

Zarząd Spółki uważa że, wartość księgowa netto należności jest zbliżona do ich wartości godziwej. Kwoty prezentowane w bilansie są wartościami netto, po pomniejszeniu o odpisy aktualizujące, oszacowane przez kierownictwo Spółki na podstawie przeszłych doświadczeń oraz oceny aktualnej sytuacji ekonomicznej.

13. Środki pieniężne i ich ekwiwalenty

	31.12.2006 000' PLN	31.12.2005 000' PLN
Środki pieniężne w kasie i w banku	61	9
Krótkoterminowe depozyty bankowe	11 095	-
Razem	11 156	9

Dla potrzeb rachunku przepływów pieniężnych, w skład środków pieniężnych i kredytu w rachunku bieżącym wchodzi:

	31.12.2006 000' PLN	31.12.2005 000' PLN
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	11 156	9
Razem	11 156	9

14. Kapitał podstawowy

	31.12.2006 000' PLN	31.12.2005 000' PLN
Kapitał akcyjny wyemitowany i zapłacony:	630	117
liczba akcji	6 300 000	234
wartość nominalna jednej akcji	0,0001	0,5000
Wartość nominalna wszystkich akcji	630	117

One-2-One S.A.
Sprawozdanie finansowe
za okres 1 stycznia do 31 grudnia 2006 roku

W lipcu zakończono prace nad prospektem emisyjnym, który został zatwierdzony przez KPWiG 20 lipca 2006 r. Przedmiotem oferty było od 800.000 do 1.300.000 akcji zwykłych na okaziciela serii B o wartości nominalnej 0,1 złotych każda. Podmiotem oferującym akcje był Dom Maklerski IDM S.A. z siedzibą w Krakowie. W wyniku przeprowadzonego w dniach od 31 lipca do 2 sierpnia 2006 r. procesu budowy księgi popytu („book-building”) wyznaczono cenę emisyjną nowych akcji One-2-One S.A. na poziomie 10 złotych – górnej granicy widełek cenowych ustalonych na 8,5 - 10,0 złotych. Zapisy na akcje trwały od 4 do 8 sierpnia. Przydział 1.300.000 sztuk akcji na okaziciela został dokonany przez Zarząd One-2-One S.A. 11 sierpnia 2006 r. Redukcja zleceń złożonych przez inwestorów, którzy nie złożyli zapisów w trakcie budowania księgi popytu wyniosła 98,07%. Redukcja zleceń złożonych przez inwestorów, którzy wzięli udział w budowaniu księgi popytu wyniosła 96,15%. Dnia 21 sierpnia 2006 roku Uchwałą GPW w Warszawie dopuszczone zostały do obrotu giełdowego na rynku podstawowym 1.300.000 praw do akcji serii B, a ich pierwsze notowanie w systemie notowań ciągłych miało miejsce 22 sierpnia 2006 roku.

Sąd Rejonowy w Poznaniu XXI Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego zarejestrował podwyższenie kapitału 25.09.2006 roku.

Wszystkie wyemitowane przez podmiot akcje są akcjami zwykłymi bez żadnego uprzywilejowania co do uczestnictwa w podziale zysku.

15. Kapitał zapasowy

	31.12.2006	31.12.2005
	000' PLN	000' PLN
Stan na początek okresu	530	530
Agio	12 870	-
Podział wyniku finansowe poprzednich okresów	536	-
Przeniesienie na kapitał podstawowy	(383)	-
Koszty emisji akcji	(1 420)	-
Stan na koniec okresu	12 133	530

16. Kapitał rezerwowy pozostały

	31.12.2006	31.12.2005
	000' PLN	000' PLN
Stan na początek okresu	-	-
Realizacja opcji menadżerskiej dla Zarządu	123	-
Stan na koniec okresu	123	-

17. Kredyty i pożyczki

	31.12.2006	31.12.2005
	000' PLN	000' PLN
Krótkoterminowe		
Kredyty w rachunku bieżącym	-	181
Kredyty i pożyczki razem	-	181

18. Podatek odroczony

Aktywa i zobowiązania z tytułu odroczonego podatku dochodowego kompensuje się ze sobą, jeżeli istnieje możliwe do wyegzekwowania na drodze prawnej prawo do skompensowania bieżących aktywów i zobowiązań podatkowych, jeżeli odroczony podatek dochodowy podlega tym samym organom podatkowym. Po dokonaniu kompensaty, w sprawozdaniu finansowym wykazuje się następujące kwoty:

One-2-One S.A.
Sprawozdanie finansowe
za okres 1 stycznia do 31 grudnia 2006 roku

	31.12.2006 000' PLN	31.12.2005 000' PLN
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego:		
- aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego przypadające do realizacji w ciągu 12 miesięcy	207	29
	<u>207</u>	<u>29</u>
Zobowiązania z tytułu odroczonego podatku dochodowego:		
- zobowiązania z tytułu odroczonego podatku dochodowego przypadające do uregulowania w ciągu 12 miesięcy	(51)	(17)
	<u>(51)</u>	<u>(17)</u>

Zmiany stanu odroczonego podatku dochodowego przedstawiają się następująco:

	od 01.01.2006 do 31.12.2006 000' PLN	od 01.01.2005 do 31.12.2005 000' PLN
Stan na początek okresu	12	21
Obciążenie wyniku finansowego	144	(9)
Stan na koniec okresu	<u>156</u>	<u>12</u>

Zmiana stanu aktywów i zobowiązań z tytułu odroczonego podatku dochodowego w trakcie roku (przed uwzględnieniem ich kompensaty) przedstawione zostały w tabelach poniżej.

19. Zobowiązania z tytułu odroczonego podatku dochodowego

	Leasing 000' PLN	Koszt podatkowe okresów poprzednich 000' PLN	Odsetki naliczone 000' PLN	Razem 000' PLN
Stan na 1 stycznia 2005	(2)	-	-	(2)
Obciążenie/(uznanie) wyniku finansowego	(1)	(14)	-	(15)
Stan na 31 grudnia 2005	<u>(3)</u>	<u>(14)</u>	<u>-</u>	<u>(17)</u>
Obciążenie/(uznanie) wyniku finansowego	-	(13)	(21)	(34)
Stan na 31 grudnia 2006	<u>(3)</u>	<u>(27)</u>	<u>(21)</u>	<u>(51)</u>

20. Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego

	Strata podatkowa 000' PLN	Odpis aktualizacyjny zapisów 000' PLN	Koszty ponoszone w miesiącach następnych 000' PLN	Razem 000' PLN
Stan na 1 stycznia 2005	20	3	-	23
Obciążenie/(uznanie) wyniku finansowego	(20)	(3)	29	6
Stan na 31 grudnia 2005	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>29</u>	<u>29</u>
Obciążenie/(uznanie) wyniku finansowego	166	-	12	178
Stan na 31 grudnia 2006	<u>166</u>	<u>-</u>	<u>41</u>	<u>207</u>

21. Zobowiązania z tytułu leasingu finansowego

	31.12.2006 000' PLN	31.12.2005 000' PLN
Zobowiązania z tytułu leasingu finansowego, wymagalne w ciągu:		
jednego roku	2	25
dwóch do pięciu lat	-	2
	2	27
Pomniejszone o przyszłe odsetki:	-	(2)
Wartość bieżąca przyszłych zobowiązań	2	25

Pomniejszona o kwoty wymagalne w ciągu 12 miesięcy (ujęte w zobowiązaniach krótkoterminowych)	(2)	(23)
Zobowiązanie wymagalne w okresie powyżej 12 miesięcy	-	(2)
	-	-

Zgodnie z polityką Spółki, część wyposażenia użytkowana jest na podstawie umów leasingu finansowego. Średni okres leasingu wynosi 3-4 lata. W okresie zakończonym 31 grudnia 2006 roku średnie efektywne oprocentowanie zobowiązań leasingowych wynosiło 13,5%.

Zobowiązania z tytułu leasingu są denominowane w złotych.

Wartość godziwa zobowiązań leasingowych Spółki nie różni się istotnie od ich wartości księgowej.

Zobowiązanie Spółki z tytułu leasingu jest zabezpieczone na rzecz leasingodawcy w postaci leasingowanych środków trwałych oraz wekslem In blanco do kwoty zobowiązań wobec leasingodawcy.

22. Zobowiązania handlowe oraz pozostałe zobowiązania

	31.12.2006 000' PLN	31.12.2005 000' PLN
Zobowiązania handlowe	4 556	809
Zobowiązania wobec podmiotów powiązanych	327	281
Zobowiązanie z tytułu podatków	30	18
Zobowiązania z tytułu ubezpieczeń społecznych	74	70
Zobowiązania z tytułu wynagrodzeń	57	72
Zobowiązania z tytułu nabytych udziałów	2 907	-
Pozostałe zobowiązania	45	13
	7 996	1 263

Średni termin płatności zobowiązań handlowych wynosi 40 dni.

Zarząd Spółki uważa, że wartość księgowa zobowiązań finansowych jest zbliżona do ich wartości godziwej.

23. Świadczenia pracownicze

Na zobowiązania z tytułu świadczeń pracowniczych w bilansie na dzień bilansowy składają się:

	31.12.2006 000' PLN	31.12.2005 000' PLN
Zobowiązania z tytułu wynagrodzeń	57	72

Z tytułu świadczeń pracowniczych w rachunku zysków i strat ujęto następujące kwoty:

	31.12.2006	31.12.2005
	000' PLN	000' PLN
Koszty bieżącego zatrudnienia	(1 029)	(879)
Koszty ubezpieczeń społecznych	(187)	(155)
	(1 216)	(1 034)

W tabeli poniżej przedstawiono informację o przeciętnym zatrudnieniu (z uwzględnieniem zarządu):

	31.12.2006	31.12.2005
	Liczba	Liczba
	pracowników	pracowników
W przeliczeniu na pełne etaty	17,75	12,78
Pracownicy umysłowi		

24. Programy motywacyjne oparte na akcjach

W dniu 23 lutego 2006 roku została zrealizowana opcja menedżerska członków Zarządu Emitenta. Opcja menedżerska była przewidziana w Umowie Inwestycyjnej z 24 kwietnia 2002 roku, ale nie była realizowana w latach 2003-2005. Akcjonariusze Emitenta i jednocześnie strony Umowy Inwestycyjnej uzgodnili zasady realizacji opcji menedżerskiej w wersji zmienionej w stosunku do postanowień Umowy Inwestycyjnej z 24 kwietnia 2002 roku. Zmiana polegała na rezygnacji z emisji nowych akcji dla realizacji opcji menedżerskiej i zrealizowaniu opcji menedżerskiej w drodze sprzedaży przez akcjonariuszy, istniejących akcji Emitenta, stanowiących 1,66% kapitału zakładowego Emitenta. W dniu 23 lutego 2006 roku akcjonariusze-założyciele Emitenta (według stanu na dzień przekształcenia Emitenta) sprzedali na rzecz uprawnionych z opcji menedżerskiej członków Zarządu Emitenta, to jest Tomasza Długiewicza i Piotra Dziecioła, akcje Emitenta w ilości odpowiadającej udziałowi każdego z nich w kapitale zakładowym Emitenta. Akcje były sprzedawane w cenie po 1,00 zł każda akcja, to jest zgodnie z zasadami dotyczącymi ceny akcji w opcji menedżerskiej. W wyniku dokonanej sprzedaży udział MCI Management S.A. w kapitale zakładowym Emitenta zmniejszył się do poziomu 50,01%. Udział Tomasza Długiewicza w kapitale zakładowym Emitenta wzrósł do poziomu 24,58%. Nowym akcjonariuszem Emitenta został członek Zarządu Emitenta Piotr Dzieciół, nabywając akcje, stanowiące 0,84% kapitału zakładowego Emitenta. Zasady realizacji, zmienionej opcji menedżerskiej, zostały potwierdzone w dniu 24 lutego 2006 roku przez Radę Nadzorczą Emitenta oraz przez strony Umowy Inwestycyjnej z dnia 24 kwietnia 2002 roku poprzez zapisy Aneksu nr 02/2006 do Umowy Inwestycyjnej.

Spółka przeprowadziła wycenę akcji w oparciu o wytyczne EVCA i ustaliła na tej podstawie wartość godziwą. Przeprowadzono wyceny metodą mnożników rynkowych oraz transakcji porównawczych.

Zgodnie z powyższymi założeniami wycenę rynkowa One-2-One oszacowano na około 10,29 mln PLN. Cena 1 akcji One-2-One ustalono na 2,06 PLN za akcję.

W wyniku realizacji opcji osoby zarządzające nabyły od dotychczasowych udziałowców 62 860 akcji. Różnicę pomiędzy ceną zapłaconą a wartością wg wyceny odniesiono na kapitał rezerwowy pozostały oraz obciążono koszty operacyjne.

Ilość akcji w szt.	62 860
zapłacona cena w PLN	6 286
Wartość wg wyceny w PLN	129 492
Różnica w PLN	123 206

25. Zakup spółek zależnych

One-2-One S.A. w ciągu okresu od 1 stycznia do 31 grudnia 2006 nabyła udziały/akcje w Spółkach zależnych One-2-One Mobile Ideas GmbH oraz w MobiJoy Sp z o.o.

Wartość aktywów netto spółek na dzień nabycia oraz warunki transakcji zakupu były następujące:

	One-2-One Mobile Ideas GmbH	MobiJoy sp. z o.o.
Wartość aktywów netto na dzień nabycia w tys. PLN	(15)	517
Zakupiony udział % w kapitale własnym	36%	47%
Cena zakupu w tys. PLN	-	3 765
W tym:	000' PLN	000' PLN
Zapłacono gotówką	-	845
Płatność odroczone	-	2 907
Koszty związane bezpośrednio z nabyciem	3	13

26. Wpływy pieniężne netto z działalności operacyjnej

	31.12.2006 000' PLN	31.12.2005 000' PLN
Zysk netto roku obrotowego	671	536
Korekty:		
Podatek dochodowy	(144)	(126)
Amortyzacja środków trwałych	63	35
Amortyzacja wartości niematerialnych	53	25
Przychody z tytułu odsetek	(123)	(4)
Koszty odsetek	23	37
	<u>(128)</u>	<u>(33)</u>
Zmiany stanu kapitału obrotowego (z wyłączeniem wpływu przejęcia i różnic kursowych na konsolidacji)		
Należności handlowe oraz pozostałe należności	(3 878)	(655)
Zobowiązania handlowe oraz pozostałe zobowiązania	2 919	527
	<u>(959)</u>	<u>(128)</u>
Wpływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	(416)	375

Środki pieniężne i ich ekwiwalenty (ujęte w jednej pozycji sprawozdawczej w bilansie Spółki) składają się z gotówki w banku i w kasie.

27. Zobowiązania warunkowe

Spółka nie posiada zobowiązań warunkowych, które nie są wykazywane w bilansie

28. Umowy leasingu operacyjnego

Spółka ponosi wydatki związane z wynajmem powierzchni na prowadzenie działalności gospodarczej. Opłaty roczne z tym związane są następujące:

	31.12.2006 000' PLN	31.12.2005 000' PLN
Minimalne opłaty z tytułu wynajmu powierzchni na prowadzenie działalności	120	48

One-2-One S.A.
Sprawozdanie finansowe
za okres 1 stycznia do 31 grudnia 2006 roku

Na dzień bilansowy Spółka posiadała zobowiązania z tytułu umów leasingu operacyjnego w okresie nie podlegającym wypowiedzeniu, których wartość bieżąca wynosiła (w podziale na terminy płatności):

	31.12.2006	31.12.2005
	000' PLN	000' PLN
w okresie do roku	36	122
w okresie od 2 – 5 lat	-	-
Powyżej 5 lat	-	-
	36	122

29. Transakcje z podmiotami powiązanymi

Transakcje pomiędzy Spółką a spółkami zależnymi, oraz innymi podmiotami powiązanymi ujawnione zostały poniżej.

Transakcje handlowe

W ciągu roku, Spółka zawarła następujące transakcje handlowe ze podmiotami powiązanymi:

	31.12.2006	31.12.2005
	000' PLN	000' PLN
Przychody ze sprzedaży towarów i usług		
- w tym od jednostek powiązanych		
lplay.pl Sp. z o.o.	3	-
MobiJOY Sp. z o.o.	1 146	625
MobiTrust Sp.z o.o.	10	-
	1 159	625
 Zakupy towarów i usług		
- w tym od jednostek powiązanych		
MobiJoy Sp. z o.o.	(1 593)	(645)
lplay Sp. z o.o.	(22)	(4)
Bankier.pl. S.A.	(18)	(16)
MCI Management S.A.	-	(50)
	(1 633)	(715)
 - w tym z członkami zarządu		
Tomasz Długiewicz - Concept Menagement Sp. z o.o.	(5)	-
Piotr Dzieciół - Biuro Rachunkowe Piątka	(123)	(55)
Mariusz Malec - Private Equity Consulting	(62)	-
	(190)	(55)

Sprzedaż, usług do jednostek stowarzyszonych odbywa się na podstawie umowy zawartej na warunkach rynkowych.

One-2-One S.A. w ciągu okresu od 1 stycznia do 31 grudnia 2006 nabyła udziały/akcje w następujących Spółkach zależnych One-2-One Mobile Ideas GmbH oraz w MobiJoy Sp z o.o transakcje te zostały opisane w notcie 25.

Rozrachunki na dzień bilansowy nie są zabezpieczone i zostaną uregulowane gotówkowo. Nie utworzono żadnych odpisów aktualizujących wartość należności wątpliwych od podmiotów powiązanych.

Salda rozrachunków na dzień bilansowy powstałe w wyniku sprzedaży i zakupu towarów i usług są następujące:

	31.12.2006 000' PLN	31.12.2005 000' PLN
Należności od podmiotów powiązanych		
MobiJoy Sp. z o.o.	-	135
MobiTrust Sp.z o.o.	13	-
Iplay Sp. z o.o.	3	-
	<u>16</u>	<u>135</u>
Zobowiązania wobec podmiotów powiązanych		
MobiJoy Sp. z o.o.	222	275
Iplay Sp. z o.o.	5	1
Bankier.pl. S.A.	1	-
MCI Management S.A.	-	5
Tomasz Długiewicz - Concept Management Sp. z o.o.	18	-
Piotr Dzieciół - Biuro Rachunkowe Piątka	11	-
Mariusz Malec	59	-
Mariusz Malec - Private Equity Consulting	10	-
	<u>326</u>	<u>281</u>

Salda z tytułu udzielonych pożyczek na dzień bilansowy

	31.12.2006 000' PLN	31.12.2005 000' PLN
MobiTrust Sp. z o.o.		
w tym odsetki	14	-
w tym kapitał	310	-
	<u>324</u>	<u>-</u>

Wynagrodzenia kluczowych członków kadry kierowniczej

Koszty wynagrodzenia członków zarządu Spółki oraz członków pozostałej kadry kierowniczej kształtowały się następująco:

	31.12.2006 000' PLN	31.12.2005 000' PLN
Członkowie Zarządów		
Krótkoterminowe świadczenia pracownicze	672	192

One-2-One S.A. nie udzieliła pożyczek Członkom Zarządu oraz innym kluczowym członkom kadry kierowniczej.

30. Zdarzenia po dacie bilansu

Zakup udziałów Comtica Sp. z o.o.

W dniu 15 maja 2007 roku zostały spełnione wszystkie warunki zawieszające warunkowej umowy kupna-sprzedaży z dnia 2 kwietnia 2007 roku dotyczącej 853 udziałów o łącznej wartości nominalnej 426.500,00 złotych w spółce Comtica sp. z o.o. od spółki MCI Management S.A. oraz zakupu 30 udziałów o łącznej wartości nominalnej 15.000,00 złotych w spółce Comtica sp. z o.o. od osoby fizycznej, inwestora business angel na podstawie umowy z 15 maja 2007 roku.

Za przejęte od MCI Management S.A. udziały, stanowiące 74,63% w kapitale zakładowym spółki, spółka One-2-One zapłaci kwotę 2.338.140,00 złotych. Cena za akcje zostanie zapłacona w następujący sposób: 1). część ceny w kwocie 838.140,00 złotych płatna będzie w gotówce oraz 2). część ceny w kwocie 1.500.000,00 złotych rozliczona zostanie w formie objęcia/nabycia przez spółkę

One-2-One S.A.
Sprawozdanie finansowe
za okres 1 stycznia do 31 grudnia 2006 roku

MCI Management S.A. akcji One-2-One SA, które zostaną wyemitowane w ramach subskrypcji prywatnej i zaoferowane sprzedającemu w drodze oferty niepublicznej w ilości równej ilorazowi ceny sprzedaży udziałów oraz ceny emisyjnej akcji One-2-One S.A. Kupujący zaoferuje sprzedającemu objęcie swoich akcji po cenie emisyjnej równej średniej ceny akcji One-2-One S.A. ustalonej na podstawie notowań tych akcji na rynku regulowanym Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie w okresie od 01.01.2007 do 31.03.2007 roku. Zakupione udziały stanowią 74,63% w kapitale zakładowym spółki. Dodatkowo One-2-One S.A. przejęło od MCI Management S.A. w wyniku cesji, umowy pożyczki na łączną kwotę 161.860 złotych.

Finalizacja transakcji kupna udziałów jest efektem realizacji porozumienia zawartego przez MCI Management S.A. a One-2-One S.A. z dnia 29 listopada 2006 na mocy którego One-2-One S.A. przysługiwało prawo pierwokupu udziałów Comtica S.A. od MCI Management S.A.. Transakcja odbyła się na warunkach rynkowych, a przedstawiciele MCI Management w Radzie Nadzorczej One-2-One ze względu na konflikt interesów wstrzymali się od głosu przy podejmowaniu uchwał akceptujących wyżej opisaną transakcję. MCI Management S.A., strona zbywająca udziały w spółce Comtica S.A., posiada 1.870.480 akcji spółki One-2-One S.A., co stanowi 29,69% w jej kapitale zakładowym.

Dnia 15 maja 2007 roku One-2-One S.A. dokonało transakcji zakupu 30 udziałów o nominalnej wartości 15.000 złotych, od innego inwestora spółki Comtica S.A.. Za przejęte od tej osoby prywatnej udziały, spółka One-2-One S.A. zapłaci kwotę 82.232,00 złotych. Cena za akcje zostanie zapłacona w gotówce. Zakupione udziały stanowią 2,62% w kapitale zakładowym spółki Comtica sp. z o.o.

W wyniku wyżej opisanych transakcji spółka One-2-One S.A. objęła 883 udziały, stanowiące 77,25% w kapitale zakładowym spółki Comtica sp. z o.o. Pozostałe 260 udziałów w spółce, stanowiące 22,75% w kapitale zakładowym, należy do pracowników i zarządzających spółką Comtica S.A. Źródłem finansowania transakcji są środki pozyskane w wyniku emisji akcji spółki One-2-One S.A.

Zakup udziałów w Streemo Sp. z o.o.

W dniu 15 maja 2007 roku zostały spełnione wszystkie warunki zawieszające wynikające z warunkowej umowy kupna-sprzedaży z dnia 4 kwietnia 2007 roku dotyczącej zakupu 799 udziałów spółki Streemo Sp. z o.o. o wartości nominalnej 50 złotych każdy, oraz objęcia przez One-2-One S.A. nowych udziałów powstałych w wyniku podwyższenia kapitału zakładowego w Streemo Sp. z o.o.. Za przejęte od spółki Comtica Sp. z o.o. udziały, stanowiące 24,97% kapitału zakładowego spółki, spółka One-2-One S.A. zapłaci w gotówce kwotę 120.845,00 złotych.

W dniu 27 kwietnia odbyło się NZW Streemo Sp. z o.o. na którym podjęto uchwałę o podwyższeniu kapitału z kwoty 160.000,00 złotych o kwotę 240.100,00 złotych do kwoty 400.100,00 złotych poprzez utworzenie 4.802 nowych udziałów w Spółce o wartości nominalnej 50 zł za każdy udział. Spółka One-2-One S.A. objęła 1.199 nowoutworzonych udziałów w Streemo Sp. z o.o. o wartości nominalnej 50 złotych za każdy udział, za łączną kwotę 59.950,00 złotych. Po dokonany podwyższeniu kapitału zakładowego udział One-2-One S.A. nie zmieni się.

Z dniem 15 maja 2006 roku wchodzi w życie umowa inwestycyjna podpisana dnia 26 kwietnia 2007 roku przez wszystkich udziałowców Streemo Sp. z o.o., która ustala zasady i tryb realizacji inwestycji, podstawowe zasady funkcjonowania spółki i jej rozwoju w przyszłości oraz stosunki prawne pomiędzy udziałowcami.

Rolą Grupy One-2-One, a w tym także spółki Comtica S.A., w wyżej opisanym przedsięwzięciu, będzie wykorzystanie unikatowych umiejętności i doświadczeń w zakresie projektów internetowych i mobilnych.

Sprawozdanie z działalności One-2-One S.A.

za okres od 1 stycznia do 31 grudnia 2006 roku

Szanowni Akcjonariusze,

Rok 2006 można zaliczyć do jednych z najważniejszych dla spółki One-2-One S.A. ze względu na uzyskanie statusu spółki publicznej, której akcje są notowane na GPW w Warszawie.

Dzięki pierwszej ofercie publicznej spółka pozyskała od inwestorów, po odliczeniu kosztów emisji, około 11.400 tysięcy złotych. W czwartym kwartale 2006 roku Spółka rozpoczęła realizację założonych celów inwestycyjnych, choć główne wydatki są planowane na 2007 rok. Główne środki zostaną przeznaczone na wydatki związane z przejęciami podmiotów polskich i zagranicznych. Pozostałe wydatki są związane z rozwojem silnego uwierzytelnienia (mobilny podpis elektroniczny) oraz realizacją wewnętrznych projektów technologicznych dotyczących nowych produktów i usług telefonii mobilnej nowej generacji oraz ich wdrażanie.

Akcje Spółki w pierwszej ofercie publicznej były sprzedawane w cenie emisyjnej równej 10 złotych, a ich kurs na dzień 29 grudnia 2006 roku wyniósł 13,99 złotych, co oznacza wzrost o blisko 40%.

Przychody Spółki w 2006 roku wzrosły o 67% w porównaniu do 2005 roku i wyniosły 13,5 mln złotych. Zysk netto Spółki kształtował się na poziomie 671 tys. złotych, co oznacza wzrost o 25% w porównaniu do roku poprzedniego.

Do osiągnięcia pozytywnych wyników przyczyniła się korzystna koniunktura gospodarcza, dynamiczny rozwój rynku telefonii komórkowej i usług z nią związanych, a przede wszystkim wzrost znaczenia nowych technologii w mediach i marketingu. Istotnym trendem rynkowym, który zaznaczył się w 2006 roku jest coraz większa dynamika rozwoju procesu konwergencji mediów interaktywnych, czyli telefonii mobilnej oraz www.

Chciałbym jednak podkreślić, iż do sukcesu spółki One-2-One S.A. i jej grupy kapitałowej w 2006 roku, jak i w latach poprzednich, przyczynili się przede wszystkim pracownicy i za to chciałbym im podziękować.

Tomasz Długiewicz
Prezes Zarządu

I.	Wprowadzenie.....	3
II.	Władze Spółki	3
II.1	Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy	3
II.2	Rada Nadzorcza.....	4
II.3	Zarząd.....	5
III.	Podsumowanie wydarzeń 2006 roku.....	5
III.1	Wydarzenia mające istotny wpływ na działalność One-2-One S.A. w 2006 roku. ...	5
III.2	Istotne umowy	7
III.3	Kurs notowań akcji.....	7
III.4	Nabycia akcji własnych.....	7
III.5	Zdarzenia po dniu bilansowym	7
IV.	Charakterystyka działalności Spółki i Grupy Kapitałowej One-2-One	9
IV.1	Produkty i usługi	9
IV.2	Grupa Kapitałowa One-2-One	11
IV.3	Czynniki charakteryzujące podstawowe obszary działalności.....	17
IV.4	Czynniki charakteryzujące rodzaj prowadzonej przez Spółkę i Grupę Kapitałową One-2-One działalności operacyjnej. Główne kategorie sprzedawanych produktów i świadczonych usług.....	25
IV.5	Sprzedaż, odbiorcy, dostawcy	32
V.	Ocena sytuacji ekonomiczno-finansowej.....	33
V.1	Aktualna i przewidywana sytuacja finansowa, zdarzenia o nietypowym charakterze oraz ich wpływ na osiągnięty wynik finansowy	33
V.2	Transakcje z podmiotami powiązanymi.....	34
V.3	Informacje o zaciągniętych kredytach.....	35
V.4	Informacje o udzielonych pożyczkach, poręczeniach i gwarancjach.....	35
V.5	Ocena zarządzania zasobami finansowymi.....	36
VI.	Działalność inwestycyjna i rozwój.....	37
VI.1	Inwestycje Spółki i grupy One-2-One.....	37
VI.2	Wykorzystanie wpływów z emisji nowych akcji	37
VII.	Perspektywy rozwoju działalności	38
VII.1	Założenia emitenta dotyczące pozycji konkurencyjnej Grupy Kapitałowej One-2-One oraz Spółki	38
VII.2	Ocena sytuacji makroekonomicznej i perspektyw rozwoju gospodarki polskiej	38
VII.3	Ocena konkurencyjności Spółki i Grupy Kapitałowej One-2-One	39
VII.4	Założenia rozwoju Spółki.....	42
VII.5	Istotne czynniki ryzyka	43
VIII.	Zarządzanie	45
VIII.1	Struktura organizacyjna Grupy Kapitałowej One-2-One.....	45
VIII.2	Zmiany w podstawowych zasadach zarządzania przedsiębiorstwem Spółki i jej grupą kapitałową;	49
VIII.3	Wielkość zatrudnienia Spółki oraz Grupy Kapitałowej One-2-One.....	49
IX.	Dane o osobach zarządzających i nadzorujących oraz akcjonariuszach.....	50
IX.1	Akcje Spółki oraz akcje i udziały w jednostkach powiązanych będące w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących	50
IX.2	Wartości wynagrodzeń osób zarządzających i nadzorujących.....	50
IX.3	Akcjonariusze posiadający bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne, co najmniej 5% w ogólnej liczbie głosów na WZA.....	51
X.	Informacja o podmiocie uprawnionym do badania sprawozdań finansowych	51

I. Wprowadzenie

Firma Spółki:	One-2-One Spółka Akcyjna
Forma prawna Spółki:	Spółka Akcyjna
Siedziba Spółki:	Poznań, Polska
REGON:	634196995
NIP:	779-21-52-320
KRS:	0000246988
Dane teleadresowe siedziby Spółki:	One-2-One S.A. ul. Rakoniewicka 20, 60-111 Poznań tel. +48 (061) 831 60 00 fax. +48 (061) 831 60 99 e-mail: info@o-2-o.pl www.one-2-one.pl

Biuro w Warszawie:

Dane teleadresowe biura Spółki w Warszawie:	ul. Emilii Plater 25 00-688 Warszawa tel: +48 (22) 584 89 90 fax: +48 (22) 584 89 95
--	---

II. Władze Spółki

II.1 Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy

Według stanu na dzień 31.12.2006 akcjonariuszami Spółki posiadającymi co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy One-2-One S.A. byli: MCI Management S.A. i Tomasz Długiewicz.

Ilość akcji oraz głosów posiadanych przez wymienionych wyżej akcjonariuszy oraz strukturę kapitałową One-2-One S.A. na dzień 31.12.2006 przedstawia Tabela 1.

Tabela 1. Struktura akcjonariatu One-2-One S.A.

Akcjonariusz	Liczba akcji	Wartość akcji wg wartości nominalnej (PLN)	Udział w kapitale	Liczba głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy	Procent głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy
1	2	3	4	5	6
MCI Management S.A.	2 110 480	211 048	33,50%	2 110 480	33,50%
Tomasz Długiewicz	1 232 825	123 283	19,57%	1 232 825	19,57%
Pozostali Akcjonariusze	2 956 695	295 670	46,93%	2 956 695	46,93%
Razem	6 300 000	630 000	100,00%	6 300 000	100,00%

II.2 Rada Nadzorcza

Zgodnie z §16 Statutu Spółki Rada Nadzorcza składa się z pięciu członków, w tym Przewodniczącego i Wiceprzewodniczącego.

Członkowie Rady Nadzorczej, z zastrzeżeniem zasad określonych poniżej, są powoływani i odwoływani przez Walne Zgromadzenie Spółki. Ponadto na dzień 31.12.2006:

- a) MCI Management S.A. przysługiwało uprawnienie do:
powoływania i odwoływania dwóch członków Rady Nadzorczej pod warunkiem posiadania akcji One-2-One przez MCI Management S.A. stanowiących nie mniej niż 25% kapitału zakładowego One-2-One, wskazania Przewodniczącego Rady Nadzorczej.
- b) Tomaszowi Długiewiczowi przysługiwało uprawnienie do:
powoływania i odwoływania jednego członka Rady Nadzorczej pod warunkiem posiadania nie mniej niż 10% kapitału zakładowego One-2-One, wskazania Wiceprzewodniczącego Rady Nadzorczej.

Zgodnie z §17 pkt 1 Statutu Spółki Członkowie Rady Nadzorczej powoływani są na indywidualną kadencję, trwającą trzy lata od daty powołania, z wyjątkiem kadencji pierwszej Rady Nadzorczej, która trwa jeden rok. Radę Nadzorczą powołuje się na okres wspólnej kadencji. Mandat członka Rady Nadzorczej powołanego przed upływem danej kadencji Rady wygasa równocześnie z wygaśnięciem mandatów pozostałych członków Rady Nadzorczej.

Tabela 2. Skład Rady Nadzorczej w okresie od 01.01.2006 r. do 31.12.2006 r.

Imię i nazwisko	Funkcja	od	do
Tomasz Czechowicz	Przewodniczący Rady Nadzorczej	03.03.2006	31.12.2006 i nadal
	Członek Rady Nadzorczej	01.01.2006 i wcześniej	02.03.2006
Jerzy Kaliski	Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej	06.03.2006	12.12.2006
Jerzy Surma	Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej	13.12.2006	31.12.2006 i nadal
	Członek Rady Nadzorczej	06.03.2006	12.12.2006
Grzegorz Leszczyński	Członek Rady Nadzorczej	03.03.2006	31.12.2006 i nadal
Andrzej Jasieniecki	Członek Rady Nadzorczej	31.03.2006	31.12.2006 i nadal
Roman Pudelko	Członek Rady Nadzorczej	12.12.2006	31.12.2006 i nadal
Piotr Długiewicz	Przewodniczący Rady Nadzorczej	01.01.2006 i wcześniej	02.03.2006
Paulina Wąsowska	Członek Rady Nadzorczej	01.01.2006 i wcześniej	31.03.2006
Bogdan Wiśniewski	Członek Rady Nadzorczej	01.01.2006 i wcześniej	03.03.2006
Piotr Mularewicz	Członek Rady Nadzorczej	01.01.2006 i wcześniej	06.03.2006

II.3 Zarząd

Zgodnie z § 10 Statutu Spółki Zarząd Spółki składa się z jednego lub więcej członków. Zarząd powołuje się na okres wspólnej kadencji, która trwa dwa lata. Mandat członka Zarządu powołanego przed upływem danej kadencji Zarządu wygasa równocześnie z wygaśnięciem mandatów pozostałych członków Zarządu. Zarząd powoływany jest przez Radę Nadzorczą, która jednocześnie określa liczbę członków Zarządu, na każdą kadencję z wyjątkiem pierwszego Zarządu, który jest powołany przez Założycieli Spółki Akcyjnej. Rada Nadzorcza może odwołać członka Zarządu lub cały Zarząd Spółki przed upływem kadencji, jak również zawiesić w czynnościach poszczególnych członków Zarządu lub cały Zarząd.

Tabela 3. Skład Zarządu Spółki w okresie od 01.01.2006 r. do 31.12.2006 r.

Imię i nazwisko	Funkcja	od	do
Tomasz Długiewicz	Prezes Zarządu	01.01.2006 i wcześniej	31.12.2006 i nadal
Piotr Dzięcioł	Wiceprezes Zarządu	01.01.2006 i wcześniej	31.12.2006 i nadal
Mariusz Malec	Członek Zarządu	24.02.2006	31.12.2006 i nadal

III. Podsumowanie wydarzeń 2006 roku

III.1 Wydarzenia mające istotny wpływ na działalność One-2-One S.A. w 2006 roku.

Dynamika wzrostu gospodarczego w 2006 roku utrzymywała się na wysokim poziomie. Wg danych podanych przez Główny Urząd Statystyczny produkt krajowy brutto (PKB) w Polsce w 2006 roku był wyższy o 6,1% (3,6% w 2005 i 5,3% w 2004). Głównym źródłem tego wzrostu było przyspieszenie tempa wzrostu wartości dodanej w usługach rynkowych (6,2%) i przemyśle (9,2%). Wyraźnie umocniły się jej fundamenty makroekonomiczne. Rosła aktywność i produktywność przedsiębiorstw, co przy podjętych uprzednio decyzjach o obniżeniu obciążeń podatkowych wpłynęło korzystnie na sytuację wszystkich podstawowych działów gospodarki narodowej.

Opisane tendencje pozytywnie wpłynęły na sytuację finansową spółki One-2-One S.A., która prowadzi działalność głównie w zakresie interaktywnych rozwiązań mobilnych. Istotnymi czynnikami mającymi wpływ na osiąganе wyniki jest rozwój rynku telefonii komórkowej i usług z nią związanych, a także sytuacja makroekonomiczna, a w tym, w dużym stopniu, wydatki przedsiębiorstw na działania marketingowe. Następuje również wzrost znaczenia nowych technologii w mediach i marketingu. Istotnym trendem rynkowym, który silnie zaznaczył się w całym 2006 roku jest przyspieszony proces konwergencji mediów interaktywnych, czyli telefonii mobilnej oraz www.

Dnia 6 kwietnia 2006 roku została wpisana do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego spółka MobiTrust Sp. z o.o., co było konsekwencją działań podjętych w czwartym kwartale 2005 roku, a przede wszystkim zawarcia w dniu 21 października 2005 roku umowy pomiędzy Spółką a twórcami „MobiTrust System” dotyczącej przeniesienia autorskich praw

majątkowych do programów komputerowych, składających się na „MobiTrust System”, na Spółkę. Autorskie prawa majątkowe zostały przeniesione na Spółkę nieodpłatnie, gdyż Spółka ponosiła wszystkie koszty wytworzenia „MobiTrust System”.

W dniu 27 kwietnia 2006 roku Spółka odkupiła wszystkie posiadane przez inwestorów indywidualnych udziały MobiJoy! Sp. z o.o., zostając 100% udziałowcem MobiJoy! Sp. z o.o.

W trzecim kwartale 2006 roku Spółka przeprowadziła sprzedaż w drodze oferty publicznej 1.3 mln akcji w cenie emisyjnej 10,00 złotych za akcję. W dniu 25 września 2006 roku Sąd Rejonowy w Poznaniu zarejestrował podwyższenie kapitału zakładowego Spółki o kwotę 130.000 złotych. Podwyższenie kapitału zostało dokonane poprzez emisję 1.300.000 akcji serii B o wartości nominalnej 0,10 złoty każda.

25 września spółka One-2-One S.A. zawarła porozumienie ze spółką Polskie Media S.A. w zakresie realizacji serii audycji telewizyjnych dla TV4. Na podstawie zawartej umowy One-2-One S.A. był współproducentem programu "TeleSzau", emitowanego od 26 września do 17 grudnia, a opartego na mechanizmie SMS-owej zabawy aukcyjnej. One-2-One S.A. opracowało koncepcję programu, a także zajmuje się kompleksową obsługą projektu, a w tym, w szczególności, obsługą technologiczną i prawną.

W dniu 29 listopada 2006 roku zawarto aneks do umowy sprzedaży udziałów MobiJoy Sp. z o.o., zawartej 27 kwietnia 2006 roku. W aneksie usunięto punkt ograniczający wycenę MobiJoy do kwoty 5.781 tys. zł. Zgodnie z umową sprzedaży udziałów, ostateczna cena sprzedaży zostanie ustalona najpóźniej do dnia 25 marca 2007 roku w oparciu o sprawozdania finansowe MobiJOY sp. z o.o. za 2006 rok, zbadane przez biegłego rewidenta.

28 grudnia 2006 roku MobiJOY!, spółka zależna One-2-One S.A., zawarła umowy ze spółkami Radio ZET sp. z o.o. i Radiostacja sp. z o.o., należących do grupy Eurozet, w zakresie stałej współpracy na czas nieokreślony w obszarze realizacji interaktywnych usług mobilnych, kanałami SMS, wykorzystywanych w antenowych projektach komercyjnych. Począwszy od 1 stycznia 2007 roku MobiJOY! Sp. z o.o. stał się jednym z dwóch podmiotów świadczących tego typu usługi dla Radia ZET oraz wiodącym dostawcą dla Radiostacji.

Zawarcie umów jest wynikiem przetargu rozpisanego przez grupę Eurozet dotyczącego wyłonienia partnerów dla stacji radiowych Grupy w zakresie stałej współpracy w dwóch obszarach: (1) interaktywnych rozwiązań multimedialnych opartych na komunikacji mobilnej; oraz (2) interaktywnych rozwiązań multimedialnych opartych na WWW. Zawarte umowy są rezultatem osiągnięcia porozumienia dotyczącego pierwszego z w/w obszarów. Na podstawie zawartych umów MobiJOY! Sp. z o.o. przejął od dotychczasowego dostawcy: (a) obsługę części projektów SMSowych Radia ZET oraz (b) kompleksową obsługę mobilną Radiostacji. Ponadto, grupa Eurozet zleciła spółce MobiJOY! hosting witryn WWW obu stacji oraz dostarczanie technologii strumieniowania programu Radia ZET i Radiostacji w Internecie.

W drugiej połowie roku 2006 roku Spółka prowadziła negocjacje z kilkoma podmiotami w zakresie inwestycji kapitałowych, zarówno w Polsce jak i zagranicą. W kwietniu 2007 roku Spółka podpisała umowy dotyczące zakupu udziałów w dwóch spółkach Comtica Sp. z o.o. i Streemo Sp. z o.o. W czwartym kwartale 2006 roku Spółka podjęła negocjacje z innym podmiotem w zakresie inwestycji kapitałowej i przewiduje ich zamknięcie w 2007 roku.

III.2 Istotne umowy

W dniu 27 kwietnia 2006 roku zostały zawarte pomiędzy One-2-One S.A. a Piotrem Mularewiczem i Jarosławem Przybyłą umowy, na podstawie których One-2-One S.A. kupiła wszystkie udziały MobiJoy! Sp. z o.o. Umowy sprzedaży udziałów zostały zmienione Aneksami podpisanymi przez strony w dniu 13 lipca 2006 roku. Dodatkowy Aneks umowy z Panem Piotrem Mularewiczem został podpisany 29 listopada 2006 r. Piotr Mularewicz sprzedał One-2-One S.A. 88 udziałów w cenie po 40 988,6 zł za udział, to jest za łączną cenę 3 606 996,40 zł. natomiast Jarosław Przybyła sprzedał One-2-One S.A. 5 udziałów w cenie po 28 906,25 zł za udział, to jest za łączną cenę 144 531,25 zł. Cenę sprzedaży udziałów w zależności ustalono na podstawie osiągniętego w roku 2006 poziomu EBITDA w stosunku do poziomu bazowego w kwocie 565.000,00 zł. W umowach ustalono, że cena sprzedaży zostanie wypłacona w 2 ratach. W pierwszej racie Piotr Mularewicz otrzyma kwotę 800.000,00 zł i Jarosław Przybyła 45.000,00 zł. Pierwsza rata ceny sprzedaży została wypłacona w 2006 roku. Druga rata ceny sprzedaży zostanie wypłacona 2007 roku w drodze emisji nowych akcji One-2-One S.A. w 2 kwartale 2007 roku.

W trzecim kwartale 2006 roku Spółka przeprowadziła sprzedaż w drodze oferty publicznej 1.3 mln akcji w cenie emisyjnej 10,00 złotych za akcję. Pierwsze notowanie praw do akcji (PDA) serii B na sesji giełdowej GPW w Warszawie odbyło się 22 sierpnia 2006 r. W dniu 25 września 2006 roku Sąd Rejonowy w Poznaniu zarejestrował podwyższenie kapitału zakładowego Spółki o kwotę 130.000 złotych. Podwyższenie kapitału zostało dokonane poprzez emisję 1.300.000 akcji serii B o wartości nominalnej 0,10 złoty każda.

III.3 Kurs notowań akcji

Akcje One-2-One S.A. były sprzedawane w publicznej subskrypcji za cenę 10,00 zł za sztukę. Cena akcji na zamknięciu ostatniej sesji w 2006 roku 29 grudnia 2006 roku wyniosła 13,99 zł za sztukę, tj. o 39,9% więcej niż w publicznej subskrypcji.

III.4 Nabycia akcji własnych

W 2006 roku One-2-One S.A., ani żaden podmiot Grupy Kapitałowej nie nabywał akcji Spółki.

III.5 Zdarzenia po dniu bilansowym

Zakup udziałów w Comtica Sp. z o.o.

W dniu 15 maja 2007 roku zostały spełnione wszystkie warunki zawieszające warunkowej umowy kupna-sprzedaży z dnia 2 kwietnia 2007 roku dotyczącej 853 udziałów o łącznej wartości nominalnej 426.500,00 złotych w spółce Comtica sp. z o.o. od spółki MCI Management S.A. oraz zakupu 30 udziałów o łącznej wartości nominalnej 15.000,00 złotych w spółce Comtica sp. z o.o. od osoby fizycznej, inwestora business angel na podstawie umowy z 15 maja 2007 roku.

Za przejęte od MCI Management S.A. udziały, stanowiące 74,63% w kapitale zakładowym spółki, spółka One-2-One zapłaci kwotę 2.338.140,00 złotych. Cena za akcje zostanie zapłacona w następujący sposób: 1). część ceny w kwocie 838.140,00 złotych płatna będzie w gotówce oraz 2). część ceny w kwocie 1.500.000,00 złotych rozliczona zostanie w formie objęcia/nabycia przez spółkę MCI Management S.A. akcji One-2-One SA, które zostaną

wyemitowane w ramach subskrypcji prywatnej i zaoferowane sprzedającemu w drodze oferty niepublicznej w ilości równej ilorazowi ceny sprzedaży udziałów oraz ceny emisyjnej akcji One-2-One S.A. Kupujący zaoferuje sprzedającemu objęcie swoich akcji po cenie emisyjnej równej średniej ceny akcji One-2-One S.A., ustalonej na podstawie notowań tych akcji na rynku regulowanym Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie w okresie od 01.01.2007 do 31.03.2007 roku. Zakupione udziały stanowią 74,63% w kapitale zakładowym spółki. Dodatkowo One-2-One S.A. przejęło od MCI Management S.A. w wyniku cesji, umowy pożyczki na łączną kwotę 161.860 złotych.

Finalizacja transakcji kupna udziałów jest efektem realizacji porozumienia zawartego przez MCI Management S.A. a One-2-One S.A. z dnia 29 listopada 2006 na mocy którego One-2-One S.A. przysługiwało prawo pierwokupu udziałów Comtica S.A. od MCI Management S.A.. Transakcja odbyła się na warunkach rynkowych, a przedstawiciele MCI Management w Radzie Nadzorczej One-2-One ze względu na konflikt interesów wstrzymali się od głosu przy podejmowaniu uchwał akceptujących wyżej opisaną transakcję. MCI Management S.A., strona zbywająca udziały w spółce Comtica S.A., posiada 1.870.480 akcji spółki One-2-One S.A., co stanowi 29,69% w jej kapitale zakładowym.

Dnia 15 maja 2007 roku One-2-One S.A. dokonało transakcji zakupu 30 udziałów o nominalnej wartości 15.000 złotych, od innego inwestora spółki Comtica S.A.. Za przejęte od tej osoby prywatnej udziały, spółka One-2-One S.A. zapłaci kwotę 82.232,00 złotych. Cena za akcje zostanie zapłacona w gotówce. Zakupione udziały stanowią 2,62% w kapitale zakładowym spółki Comtica sp. z o.o.

W wyniku wyżej opisanych transakcji spółka One-2-One S.A. objęła 883 udziały, stanowiące 77,25% w kapitale zakładowym spółki Comtica sp. z o.o. Pozostałe 260 udziałów w spółce, stanowiące 22,75% w kapitale zakładowym, należy do pracowników i zarządzających spółką Comtica S.A. Źródłem finansowania transakcji są środki pozyskane w wyniku emisji akcji spółki One-2-One S.A.

Działalność Comtica sp. z o.o. wpisuje się w strategię spółki One-2-One S.A., która ma dominującą pozycję w usługach z wykorzystaniem telefonu komórkowego przez podmioty z sektora mediów. Dołączenie Comtiki do grupy poszerzy kompetencje One-2-One o doświadczenia w projektach łączących komunikację internetową i mobilną z interaktywną telewizją.

Do najważniejszych klientów Comtica należą: Telewizja Polsat, Dziennik.pl, TV4, UTV (Rumunia), Stroer, OPEK, Wolters Kluwer, Streemo.pl.

Zakup udziałów w Streemo Sp. z o.o.

W dniu 15 maja 2007 roku zostały spełnione wszystkie warunki zawieszające wynikające z warunkowej umowy kupna-sprzedaży z dnia 4 kwietnia 2007 roku dotyczącej zakupu 799 udziałów spółki Streemo Sp. z o.o. o wartości nominalnej 50 złotych każdy, oraz objęcia przez One-2-One S.A. nowych udziałów powstałych w wyniku podwyższenia kapitału zakładowego w Streemo Sp. z o.o.. Za przejęte od spółki Comtica Sp. z o.o. udziały, stanowiące 24,97% kapitału zakładowego spółki, spółka One-2-One S.A. zapłaci w gotówce kwotę 120.845,00 złotych.

W dniu 27 kwietnia odbyło się NZW Streemo Sp. z o.o. na którym podjęto uchwałę o podwyższeniu kapitału z kwoty 160.000,00 złotych o kwotę 240.100,00 złotych do kwoty

400.100,00 złotych poprzez utworzenie 4.802 nowych udziałów w Spółce o wartości nominalnej 50 zł za każdy udział. Spółka One-2-One S.A. objęła 1.199 nowoutworzonych udziałów w Streemo Sp. z o.o. o wartości nominalnej 50 złotych za każdy udział, za łączną kwotę 59.950,00 złotych. Po dokonanych podwyższeniu kapitału zakładowego udział One-2-One S.A. nie zmienia się.

Z dniem 15 maja 2006 roku wchodzi w życie umowa inwestycyjna podpisana dnia 26 kwietnia 2007 roku przez wszystkich udziałowców Streemo Sp. z o.o., która ustala zasady i tryb realizacji inwestycji, podstawowe zasady funkcjonowania spółki i jej rozwoju w przyszłości oraz stosunki prawne pomiędzy udziałowcami.

Rolą Grupy One-2-One, a w tym także spółki Comtica S.A., w wyżej opisanym przedsięwzięciu, będzie wykorzystanie unikatowych umiejętności i doświadczeń w zakresie projektów internetowych i mobilnych.

IV. Charakterystyka działalności Spółki i Grupy Kapitałowej One-2-One

IV.1 Produkty i usługi

Działalność Spółki i Grupy Kapitałowej One-2-One mieści się w ramach szeroko pojętego rynku TMT - *Technology Media and Telecommunication* ze szczególnym uwzględnieniem nowoczesnych technologii mobilnych i bezprzewodowych, technologii internetowych, rozwiązań aplikacyjnych oraz cyfrowych technologii medialnych.

Rysunek 1. Rynek TMT i kluczowe segmenty rynkowe

RYNEK TECHNOLOGICZNY / TMT		
TECHNOLOGIA / INFORMATYKA	MEDIA	TELEKOMUNIKACJA
Oprogramowanie Sprzęt i komponenty Usługi integracyjne	Reklama i marketing Kanały komunikacji: - telewizja, radio , Internet, prasa, wydawnictwo	Telefonia bezprzewodowa Usługi dodane/mobilne

Źródło: Spółka na podstawie Gardner.

Działalność spółki One-2-One S.A. i Grupy Kapitałowej One-2-One jest prowadzona w szczególnym wymiarze rynku TMT, gdzie następuje pełna integracja funkcjonalności poszczególnych segmentów rynku TMT. Rynkiem działalności Spółka i Grupy Kapitałowej One-2-One jest rynek mobilnych usług dodanych. Podstawowym narzędziem wykorzystywanym do dostarczania produktów i usług Spółki i Grupy Kapitałowej jest telefon komórkowy. Wykorzystanie telefonu komórkowego umożliwia tworzenie nowych kanałów komunikacji pomiędzy podmiotami gospodarczymi a finalnymi odbiorcami. W układzie tym Spółka występuje jako trzeci podmiot – medium komunikacyjne, który dostarcza usługi dodane w postaci treści i narzędzi komunikacji.

One-2-One S.A. jest spółką, która na bazie pomysłów na to jak rozwijać usługi dodane w telefonii komórkowej sukcesywnie rozwija swoje projekty, rozwiązania oraz usługi na rynku mobilnych usług dodanych. Specyfika prowadzonej działalności spółki One-2-One S.A. i jej spółek zależnych oparta jest na dwóch filarach:

- aplikacje mobilne
- mobilne usługi dodane

Działalność Grupy Kapitałowej One-2-One polega na tworzeniu zaawansowanych aplikacji mobilnych i oferowaniu na ich bazie kompleksowych usług w zakresie interaktywności mobilnej oraz marketing mobilnego, które mają zastosowanie w każdej dziedzinie gospodarki i życia społecznego, w której można wykorzystać telefonię komórkową jako nośnik danych i informacji, np. w formie przeprowadzania sondaży, prowadzenia konkursów interaktywnych, kampanii marketingowych w zakresie marketingu przedsiębiorstw czy marketingu społecznego. Rozwiązania w formie aplikacji projektowane są głównie w technologii JAVA 2ME, natomiast usługi One-2-One S.A. i jego spółek zależnych oparte są przede wszystkim na kanale komunikacji – Premium Rate SMS.

Premium Rate SMS jest na rynku mobilnych usług dodanych najpowszechniejszym środkiem wykorzystywanym w usługach oraz rozwiązaniach mobilnych. Bez względu na ciągły rozwój technologii telefonii cyfrowej popularność Premium Rate SMS wynika z jego zalet takich jak natychmiastowa zapłata, bezpośrednie uzyskanie danego produktu, bezpośredni dostęp do usługi czy mobilność. Dodatkową cechą, która charakteryzuje cały rynek mobilnych usług dodanych jest możliwość dwukierunkowej komunikacji określana mianem interaktywności.

Spółka, aby zapewnić sobie kompleksowe możliwości zapewniania klientom rozwiązań aplikacyjnych oraz świadczenia mobilnych usług dodanych, stworzył w ramach strategii rozwoju Grupę Kapitałową One-2-One, której organizacja jest oparta na głębokiej specjalizacji. Dominującą pozycję w grupie kapitałowej zajmuje One-2-One S.A., którego rola w strukturze grupy kapitałowej polega przede wszystkim na działaniu w charakterze integratora interaktywnych rozwiązań mobilnych poprzez zapewnianie aplikacji mobilnych oraz na udzielaniu wsparcia technologicznego za pośrednictwem posiadanej platformy serwerowo – technologicznej do przesyłu treści i zawartości usługi dodanej. Ze względu na złożony biznesowo i technologicznie proces wytworzenia usługi dodanej działalność Spółki w grupie kapitałowej zapewnia integralność oferowanych mobilnych usług dodanych.

Horyzont działalności Spółki i Grupy Kapitałowej One-2-One wyznaczają dwa podstawowe obszary działalności operacyjnej:

- interaktywna komunikacja
- oraz mobilny marketing,

czyli dostarczanie wyspecjalizowanych usług mobilnych w postaci zindywidualizowanych rozwiązań w celu umożliwienia zleceniodawcy zamówienia komunikacji mobilnej z finalnym odbiorcą. Rozwiązania Spółki mogą być wykorzystywane na każdym polu komunikacji: mediów z odbiorcami, przedsiębiorstw z klientami, fundacji z darczyńcami, gdyż komunikacja mobilna wkracza w obszar takich dziedzin jak rozrywka medialna, marketing i reklama, marketing społeczny oraz wiele innych gdzie można wykorzystać mobilny kanał komunikacji. Działania Spółki, jako dostawcy takiego kanału polega na zapewnieniu finalnych rozwiązań, które mogą być wykorzystane w tych obszarach.

Szczególnie rozwinięte są sektory zamówień w obszarze mediów i marketingu, w których Spółka i jej grupa kapitałowa jest liderem rynku. Spółka i jej Grupa Kapitałowa prowadzi

swoją działalność w oparciu o zaawansowane aplikacje One-2-One S.A. oraz ich obsługę techniczną i procesową.

Dwoma podstawowymi rynkami działalności Spółki i Grupy Kapitałowej One-2-One są następujące obszary rynku mobilnych usług dodanych:

MOBILE INTERACTIVITY – Interaktywność mobilna

Usługi mobile interactivity polegają na oferowaniu spółkom mediowym możliwości komunikowania się z odbiorcami i są oparte na aplikacjach dostarczanych spółkom mediowym przez Spółkę, które stanowią rozwiązania w dziedzinie zarządzania komunikacją interaktywną. Są to:

- Radio One'X – platforma mobilnej komunikacji umożliwiająca kształtowanie oferty programowej i marketingowej rozgłośni radiowych,
- Prasa One'X - jest narzędziem umożliwiającym odbieranie komunikatów SMS, MMS, którego podstawowym zastosowaniem jest szeroko pojęta komunikacja z Czytelnikami, a w szczególności organizacja: konkursów, plebiscytów, głosowań, sondaży, zbierania opinii.
- TV One'X – platforma komunikacji umożliwiająca interakcję telewidzów i stacji TV.
- Rozwiązania One-2-One S.A. w dziedzinie aplikacji do zarządzania komunikacją interaktywną są unikatowe i mają przewagę na rynku nad rozwiązaniami konkurencji przede wszystkim pod względem zaawansowanego połączenia tych rozwiązań, na podstawie których Spółka jest w stanie zaoferować kompleksowe usługi dla mediów.

MOBILE MARKETING – Marketing mobilny

Usługi mobile marketing polegają na prowadzeniu kampanii reklamowych i promocyjnych przy wykorzystaniu telefonu komórkowego. Usługi mobile marketing oparte są o aplikacje dostarczane przez One-2-One S.A.

SOFTWARE'OWE ROZWIĄZANIA W DZIEDZINIE AUTORYZACJI I MOBILNEGO DOSTĘPU DO BAZ DANYCH

Oferowanie software'owych rozwiązań produktowych i usług powszechnego dostępu do zidentyfikowanych baz danych podmiotów gospodarczych i ich obsługa za pomocą telefonii komórkowej poprzez gwarantowanie bezpiecznej autoryzacji i dostępu na odległość do tych baz danych. Podpis elektroniczny jest opracowywany w ramach spółki zależnej One-2-One S.A. tj. MobiTrust Sp. z o.o.

Specyfika działalności Spółki w obszarze usług i rozwiązań komunikacji mobilnej i interaktywnej polega na występowaniu w roli pośrednika – integratora technologii i biznesu pomiędzy zleceniodawcą stworzenia usługi a jej docelowym odbiorcą oraz w roli bezpośredniego dostawcy multimedialnych treści mobilnych.

IV.2 Grupa Kapitałowa One-2-One

Struktura organizacyjna spółek Grupy Kapitałowej One-2-One pozwala na dostarczenie wszelkich możliwych rozwiązań i usług w oparciu o zintegrowane działania na polu know-how, rozwiązań technologicznych czy finansowym.

W skład Grupy Kapitałowej One-2-One wchodzi następujące podmioty:

- 1) One-2-One S.A.
- 2) MobiJoy! Sp. z o.o.
- 3) MobiTrust Sp. z o.o.
- 4) One-2-One Mobile Ideas GmbH

One-2-One S.A.

Spółka – One-2-One S.A. – jest na rynku mobilnych usług dodanych dostawcą treści oraz dostawcą narzędzi i kanałów komunikacji. Pierwszym krokiem Spółki, aby zostać dostawcą treści było zapewnienie sobie dostępu do kanałów komunikacji sieci telefonii komórkowej, na bazie których oparte są oferowane rozwiązania i usługi mobilne. Działalność operacyjna Spółki w obszarze dostępu do kanałów komunikacji określana jest terminem angielskim Access & Platform Provider.

Na rynku mobilnych usług dodanych pozycja access & platform provider'a związana jest z możliwością dostarczania mobilnych usług dodanych w oparciu o serwerową platformę technologiczną oraz koncepcyjne rozwiązania przy jednoczesnym posiadaniu bezpośredniego dostępu do wszystkich centrów i serwerów SMS'owych i MMS'owych operatorów sieci komórkowej w Polsce.

Platforma technologiczna posiadana przez Spółkę zapewnia dostęp do łącz operatorów sieci komórkowej oraz możliwość generowania nowych pomysłów i rozwiązań komunikacyjnych. Dzięki temu Spółka uzyskuje naturalny dostęp do wszystkich użytkowników telefonów komórkowych w Polsce korzystających u usług operatorów sieci GSM w postaci zapewniania im możliwości korzystania z oferowanych usług dodanych. Jednakże docelowa grupa odbiorców usług dodanych jest zawsze związana z danym projektem przygotowywanym na zamówienie spółek z sektora mediów oraz marketingu.

Platforma Spółki spełnia najważniejsze kryteria jakimi są: skalowalność oraz niezawodność. Skalowalność w przypadku nierównomierności obciążenia oraz wysokiej wartości chwilowego generowania ruchu oznacza zdolność do dzielenia ruchu pomiędzy wiele serwerów ulokowanych w Poznaniu i w Warszawie. Niezawodność oznacza posiadanie odpowiedniego poziomu rezerw serwerowych, które przeznaczone są do wykorzystania w sytuacjach awaryjnych w celu zastąpienia uszkodzonych systemów interaktywnych.

Pomiędzy możliwościami platformy technologicznej Spółki i rozwojem telefonii komórkowej oraz technologii występuje silna korelacja, tzn. że wraz z rozwojem technologii mobilnej wzrastają możliwości wykorzystania platformy technologicznej. Oznacza to, że Spółka jest w stanie wdrożyć wszelkie rozwiązania w dziedzinie telefonii komórkowej, które znajdą swoje zastosowanie na rynku mobilnych usług dodanych.

W przypadku koncepcyjnych rozwiązań Spółka opiera swoją działalność na bogatej wiedzy, doświadczeniu, oprogramowaniu software'owym oraz know-how. Kluczowym czynnikiem jest know-how, dzięki któremu Spółka posiada praktyczną umiejętność oraz wiedzę na temat tworzenia produktów w postaci rozwiązań mobilnych i interaktywnych, jak również umiejętność adaptacji rozwiązań do zapotrzebowań rynkowych. Know-how jest jedną z istotnych przewag konkurencyjnych Spółki i jej Grupy Kapitałowej.

Strategiczne znaczenie dla One-2-One S.A. mają umowy handlowe podpisane przez Spółkę ze wszystkimi operatorami sieci komórkowej w Polsce. Posiadane umowy gwarantują Spółce bezpośredni dostęp do serwerów i kanałów komunikacji operatorów sieci komórkowej bez uczestnictwa jakichkolwiek pośredników. Dzięki temu Spółka ma możliwość zaoferowania jednocześnie kanałów komunikacji i usług dodanych.

Głównym kanałem komunikacji wykorzystywanym na rynku mobilnych usług dodanych jest kanał Premium Rate SMS (*SMS o podwyższonej taryfikacji*), który mimo dynamicznego rozwoju rynku telefonii komórkowej wciąż nie posiada substytutu o tak powszechnym zastosowaniu. Brak połączeń bezpośrednich do któregośkolwiek z operatorów skutkuje niemożnością objęcia przez access & platform provider swoim działaniem znacznej części rynku.

Tym samym posiadanie podpisanych umów handlowych z operatorami rynku telefonii komórkowej jest sprawą kluczową, mającą wpływ na rentowność działania Spółki oraz jest de facto barierą wejścia na rynek mobilnych usług dodanych dla części podmiotów.

Mocne strony bycia dostawcą technologicznej platformy z dostępem do kanałów komunikacji GSM – access & platform provider to:

- wykorzystanie ekonomii skali,
- bezpośredni dostęp do kanałów komunikacji telefonii komórkowej, co wyklucza jakichkolwiek pośredników,
- możliwości świadczenia pełnej gamy mobilnych usług dodanych w zakresie marketingu mobilnego, interaktywności mobilnej opartych na zaawansowanych aplikacjach przy wykorzystaniu kanału komunikacji Premium Rate SMS.

Podstawą oferowanych mobilnych usług dodanych dla sektora mediów są tworzone przez Spółkę zaawansowane aplikacje mobilne. Aplikacje dla sektora mediów zapewniają rozwiązania integrujące zaawansowane kanały komunikacji interaktywnej zgodnie z najlepszą wiedzą z zakresu marketingu bezpośredniego.

Zestaw jaki oferuje Spółka podmiotom z sektora mediów to aplikacja oraz oparta na niej usługa dodana taka jak np. konkursy medialne czy losowania. Poza tym, Spółka pełni w transakcji sprzedaży usług dodanych nieformalną rolę doradcy mobilnego, który przeprowadza media przez proces indywidualizacji, digitalizacji oraz konwergencji z Internetem. Pod pojęciami tymi kryje się zmiana modelu z masowego komunikowania się na precyzyjny, migracja od nośników analogowych do cyfrowych oraz przenikanie się różnych mediów i kanałów komunikacji. Interaktywna komunikacja dla mediów to zapewnianie uczestnictwa odbiorcom w czasie rzeczywistym w różnego rodzaju konkursach, głosowaniach czy sondażach organizowanych przez spółki mediowe za pomocą rozwiązań i usług dodanych Spółki oraz kanałów komunikacji – głównie Premium Rate SMS.

Spółka tworzy również aplikacje dla spółki zależnej MobiJoy! Sp. z o.o. w obszarze marketingu mobilnego, w oparciu o koncepcje i pomysły marketingowe opracowane przez MobiJoy! Sp. z o.o.

Posiadane doświadczenie oraz profesjonalne przygotowanie biznesowe przyczyniło się do uzyskania przez Spółkę reputacji specjalisty na rynku mobilnych usług dodanych. Dzięki temu One-2-One S.A. jest liderem na rynku interaktywnych rozwiązań mobilnych dla mediów.

Do głównych klientów One-2-One S.A. należą największe koncerny mediowe w Polsce takie jak: Agora S.A., Grupa Wydawnicza Polska, AWR Wprost, Marquard Media Polska, Wydawnictwo Mator, Wydawnictwo IDG, Grupa Wydawnicza Infor, Echo Media, Express Media, Time (Sieć Radia Eska, VOX FM, Eska Rock), Grupa Radiowa Agory (Sieć Radia Złote Przeboje, Radio Roxy), sieć radiowa Plus.

Mobilny marketing bezpośredni prowadzony przez Spółkę polega na przeprowadzaniu kampanii reklamowych i promocji na zamówienie spółek mediowych przy wykorzystaniu telefonii komórkowej. Pierwsze projekty związane z mobilnym marketingiem bezpośrednim były skierowane do przedsiębiorstw z praktycznie wszystkich branż. Spółka uruchomiła je w 2002 roku, co w związku z rozwojem rynku, w tym również ze zmianą świadomości i nastawienia osób reprezentujących działy marketingu przedsiębiorstw przyniosło duży sukces. W związku z powodzeniem projektów marketingowych Spółka zbudowała zespół specjalistów do spraw marketingu i przeniósł całą działalność z tym związaną do nowo utworzonej spółki zależnej MobiJoy! Sp. z o.o. pozostając dla niej doradcą w zakresie rozwiązań systemowych oraz jako dostawca access & platform provider. MobiJoy! Sp. z o.o. jest pierwszą w Polsce wyspecjalizowaną agencją marketingu mobilnego, która oferuje przedsiębiorstwom kompleksowe mobilne usługi dodane w zakresie marketingu. Działalność marketingowa One-2-One S.A. skoncentrowana została na obsłudze spółek mediowych w obszarze realizacji koncepcji oraz kampanii marketingowych.

Równolegle z mobilnymi usługami interaktywności mobilnej (*mobile interactivity*) oraz mobilnego marketingu bezpośredniego Spółka oferuje tzw. content mobilny (treści multimedialne), który jest wsparciem dla podstawowych usług dodanych dla sektora mediów. Oferta multimedialnych treści mobilnych obejmuje przede wszystkim dostęp do serwisów informacyjnych, giełdowych, finansowych, sportowych, wydarzeń politycznych, które są opracowywane przy współpracy z zawodowymi dziennikarzami ogólnopolskich gazet oraz portali internetowych takich jak Onet.pl, WirtualnaPolska.pl, Bankier.pl itp.

Wykorzystując możliwości rozwoju rynku mobilnych usług dodanych Spółka jest obecna na każdym poziomie funkcjonalnym działania na rynku. Dzięki temu może osiągać ponadprzeciętne korzyści wynikające z łączenia funkcji działania, takie jak:

- efekt synergii,
- kompleksowość usługi,
- ekonomia skali,
- dywersyfikacja modelu dystrybucji usług,
- wyższa rentowność.

Osiągane ponadprzeciętne wyniki oraz szybki rozwój, Spółka zawdzięcza między innymi kadrze zarządzającej oraz kluczowym pracownikom, którzy stanowią strategiczny kapitał Grupy Kapitałowej One-2-One. Spółka w każdym obszarze rynku mobilnych usług dodanych, na którym jest obecna zatrudnia doświadczonych pracowników, fachowców oraz ekspertów. Ich wiedza na temat mobilnych rozwiązań i usług przekłada się na wartość intelektualną, która stanowi aktywa firmy.

W 2006 roku powstał w ramach One-2-One S.A. One-2-One Business Solutions, którego głównym celem jest zapewnianie profesjonalnej i kompleksowej obsługi klientów mediowych. Segment ten zarówno na poziomie strategicznym, jak i operacyjnym jest ukierunkowany na budowanie partnerskiego marketingu opartego na bezpośrednich,

złożonych i możliwie najbardziej trwałych relacjach z klientami. W przypadku rozwiązań technologicznych One-2-One S.A. stworzył dwa zespoły doświadczonych pracowników: zespół Aplikacji – odpowiedzialny za oprogramowanie systemowe i serwisy internetowe oraz zespół Infrastruktury i Bezpieczeństwa – odpowiedzialny za nadzór nad infrastrukturą sprzętową oraz politykę bezpieczeństwa sieciowego.

Różnorodna funkcjonalność Spółki w ramach Grupy Kapitałowej One-2-One na rynku mobilnych usług dodanych, a przede wszystkim posiadanie platformy technologicznej oraz wiedzy i know-how na temat jak tworzyć aplikacje pozwala mu na występowanie w roli integratora interaktywnych rozwiązań oferowanych w postaci usług mobilnych przez spółki Grupy Kapitałowej One-2-One. Działania Spółki jako integratora polegają na wspomaganiu swoim zapleczem technologicznym, know-how i rozwiązaniami koncepcyjnymi pozostałe spółki z grupy kapitałowej oraz zapewnianiu im dostępu do kanałów komunikacji telefonii komórkowej za pomocą platformy technologicznej.

MobiJoy! Sp. z o.o.

MobiJoy! Sp. z o.o. – spółka zależna One-2-One S.A. jest pierwszą w Polsce specjalistyczną agencją marketingu mobilnego (*mobile marketing*) i technologicznego, która na zamówienie zleceniodawcy zajmuje się projektowaniem rozwiązań marketingowych w oparciu o kanały komunikacji sieci telefonii komórkowej. Sposobem ich dystrybucji jest platforma One-2-One S.A. z wykorzystaniem kanału komunikacji Premium Rate SMS.

Spółka MobiJoy! z o.o., powstała w 2003 roku, jako agencja marketingowa specjalizuje się w doradztwie strategicznym w obszarze marketingu oraz w tworzeniu kampanii reklamowych i promocyjnych za pośrednictwem mobilnych narzędzi komunikacji. Dzięki kanałowi komunikacji Premium Rate SMS kampanie reklamowe i promocyjne MobiJoy! Sp. z o.o. docierają do grupy docelowej odbiorców zdefiniowanych przez zleceniodawcę projektu marketingowego. Oferta MobiJoy! Sp. z o.o. jest kierowana do przedsiębiorstw lub ich wyspecjalizowanych struktur marketingowych. Celem MobiJoy! Sp. z o.o. jest tworzenie nowej jakości w dziedzinie wykorzystania mediów mobilnych w obszarze marketingu. Spółka w ramach wachlarza swoich usług specjalizuje się przede wszystkim w usługach strategicznych i kreatywnych, co oznacza iż jest podmiotem organizującym całą kampanię reklamową lub promocyjną, od wymyślenia koncepcji reklamy czy promocji po jej przeprowadzenie, aż po przedstawienie zamawiającemu wyników danej kampanii.

Przyczyną powstania Mobijoy! Sp. z o.o. było zamierzone wydzielenie z podstawowej działalności One-2-One S.A. zespołu profesjonalistów, których praca skupiłaby się na realizacji projektów wykorzystujących technologie mobilne dla celów promocyjnych oraz reklamowych innych jednostek gospodarczych. Ponadto Spółka zdecydował się na stworzenie agencji marketingu mobilnego ze względu na konieczność doskonałego rozumienia potrzeb i zasad funkcjonowania firm, które są oraz mogłyby być głównymi zleceniodawcami kampanii wykorzystując komunikację mobilną. Do grona głównych zleceniodawców Mobijoy! Sp. z o.o. zalicza agencje marketingowe i reklamowe oraz przedsiębiorstwa – duże korporacje i holdingi dysponujące silnie rozwiniętymi działami marketingu samodzielnie realizującymi pewną część akcji o charakterze marketingowym.

Marketing mobilny, w formie realizowanej przez Mobijoy! Sp. z o.o., stanowi całkowicie nowy sposób dotarcia przez organizatorów promocji do ich dotychczasowych oraz

potencjalnych konsumentów. Właśnie ze względu na traktowanie marketingu mobilnego jako nowego kanału komunikacji Spółka dostrzega jego potencjał wzrostu.

Wg szacunków Spółki marketing mobilny powinien obok reklamowych przekazów telewizyjnych, radiowych czy prasowych znaleźć się w podstawowym zestawie kanałów dystrybucji treści – w tym reklam w obszarze marketingu. Ze względu na wszechstronność zastosowań marketingu mobilnego w dotychczas realizowanych projektach promocyjnych – promocjach sprzedaży, reklama – i dużą elastyczność dopasowywania do potrzeb zlecniodawców, Spółka prognozuje szybki wzrost tego sposobu komunikacji przedsiębiorstw ze swoimi klientami.

MobiTrust Sp. z o.o.

MobiTrust Sp. z o.o. jest dostawcą software'owych rozwiązań w zakresie mobilnego podpisu elektronicznego. Celem działalności MobiTrust Sp. z o.o. jest wdrożenie, utrzymanie i rozwijanie usług systemu Mobilnego Podpisu Elektronicznego, który pozwala na elektroniczną identyfikację użytkowników z wykorzystaniem telefonu komórkowego. Potencjalnymi odbiorcami jego usług są przede wszystkim podmioty z sektora bankowości i usług finansowych, a także telekomunikacji, administracji publicznej oraz przedsiębiorstwa, dla których rozwiązania spółki w zakresie podpisu elektronicznego pozwolą im na zwiększenie sprzedaży produktów i usług, wprowadzenie czasooszczędnych rozwiązań.

Mobilny Podpis Elektroniczny zapewnia trzy główne rodzaje nowych usług:

- m-access – dostęp do zdefiniowanych baz danych za pomocą mobilnej autoryzacji i bezpiecznego kodu,
- m-signature – identyfikacja właściciela za pomocą złożonego podpisu elektronicznego,
- m-commerce – dokonywanie płatności za pomocą podpisu elektronicznego (*e-sign*).

Nowe rozwiązania w dziedzinie podpisu elektronicznego przy wykorzystaniu telefonu komórkowego opierają się na wykorzystaniu specjalnej karty SIM – z algorytmem RSA – jako elementu przechowującego klucz prywatny użytkownika i dokonującej operacji kryptograficznych na dostarczanych danych. Dotychczasowe rozwiązania w obszarze podpisu elektronicznego są oparte na karcie mikroprocesorowej, co jest bardzo kosztownym rozwiązaniem, nie przynoszącym oczekiwanych efektów. Natomiast karta SIM może być uważana za rodzaj karty mikroprocesorowej o tym samym stopniu zabezpieczeń. Dzięki temu telefon komórkowy może być uważany za bezpieczne urządzenie do składania podpisu elektronicznego i spełniające wymagania ustawy o podpisie elektronicznym z dnia 16 sierpnia 2001 roku.

Technologia Mobilnego Podpisu Elektronicznego, ze względu na powszechność telefonii komórkowej otwiera zupełnie nowe możliwości rozwoju podpisu elektronicznego. Telefon komórkowy może być wykorzystywany do potwierdzania różnego typu oświadczeń woli: składania deklaracji podatkowych, podpisywania umów ubezpieczeniowych, głosowania w wyborach, a także być uniwersalnym kluczem uwierzytelniającym w bankowości elektronicznej, w dostępie do informatycznych rejestrów państwowych – KRS, księgi wieczyste, etc – czy serwisów aukcyjnych. Wszystkie te sprawy można załatwić używając jednego narzędzia, jakim jest telefon komórkowy - bliski użytkownikowi i łatwy w obsłudze.

One-2-One Mobile Ideas GmbH

Spółka One-2-One Mobile Ideas GmbH prowadzi swoją działalność operacyjną na rynku niemieckim.

Spółka oraz jej grupa kapitałowa działając na rynku mobilnych usług dodanych w przeciągu kilku lat działalności potrafił osiągnąć status profesjonalnej grupy wyspecjalizowanej w dostarczaniu mobilnych rozwiązań i usług dodanych. W zakresie interaktywnej komunikacji oraz marketingu bezpośredniego One-2-One S.A. obsługuje spółki z sektora mediów natomiast w zakresie budowy strategii marketingowych na zamówienie przedsiębiorstw przewodzi spółka zależna MobiJoy! Sp. z o.o., która korzysta z rozwiązań technologicznych One-2-One S.A.

Wg szacunków Spółki dotychczasowa współpraca z kontrahentami zapewniła spółkom Grupy Kapitałowej One-2-One pozycje liderów w danych obszarach rynku usług mobilnych. Pod względem kompetencji spółki te są postrzegane jako specjaliści branżowi oraz biznesowi. Sukces na tym etapie rozwoju Grupa Kapitałowa One-2-One zapewniła sobie dzięki wdrażaniu zaawansowanych aplikacji oraz oferowaniu kompleksowych usług, jak również dzięki wykwalifikowanej i kompetentnej kadrze zarządzającej oraz kluczowym pracownikom. Specyfika działalności spółek Grupy Kapitałowej One-2-One polega tym, że spółki te realizują swoje usługi na bardzo zaawansowanym poziomie, wysoko marżowe, co jest ich przewagą nad konkurencją, która działa w obszarze usług nisko marżowych, przede wszystkim zapewniających jedynie dostęp do kanałów komunikacji oraz aplikacje do ich obsługi.

IV.3 Czynniki charakteryzujące podstawowe obszary działalności

W 2006 roku nie miały miejsca nietypowe zdarzenia mające wpływ na wynik z działalności za ten rok.

Charakterystyka rynku mobilnych usług i rozwiązań dodanych

Rynek mobilnych usług dodanych opiera się na wykorzystaniu jako medium – telefonu komórkowego oraz oferowaniu za jego pośrednictwem usług dodanych. Możliwości techniczne telefonii komórkowej wyznaczają granice możliwości zastosowania różnych rozwiązań usług dodanych co do treści i formy. Podstawą rozwoju rynku mobilnych usług dodanych jest fakt konwergencji cyfrowej telefonii komórkowej oraz Internetu. Kompatybilność tych mediów powoduje, że telefon komórkowy coraz częściej jest wykorzystywany nie tylko jak narzędzie tradycyjnej komunikacji głosowej, ale również jako instrument spełniający te wszystkie funkcje jakie dotychczas można było wykonywać jedynie za pomocą komputera.

Wartością dodaną telefonu komórkowego jest zdolność do posługiwania się nim niezależnie od miejsca pobytu oraz mały i poręczny rozmiar, co jest dużą przewagą nad przenośnymi komputerami. O dużym potencjale rozwoju rynku mobilnych usług dodanych może świadczyć to, że coraz więcej podmiotów gospodarczych np. z sektora bankowego, marketingu, mediów i nie tylko jest zainteresowanych zbudowaniem na bazie rozwiązań przesyłu danych za pomocą telefonu komórkowego segmentu świadczenia usług, odpowiednio bankowych, marketingowo – reklamowych, medialnych i innych.

Podstawowym kanałem komunikacji na rynku mobilnych usług dodanych jest Premium Rate SMS – sms o podwyższonej taryfikacji. Zastosowanie tego kanału komunikacji wynika stąd, że za jego pomocą można w szybki sposób stworzyć dwukierunkowy kanał przekazu informacji oraz dostarczać rozbudowaną zawartość – mobilne treści multimedialne, które służą personalizacji telefonu komórkowego. Dodatkowym i znaczącym argumentem jest fakt dokonywania natychmiastowej zapłaty za usługę w momencie wysłania lub odebrania sms'a. W ten sposób Premium SMS staje się również środkiem płatniczym, który ma bardzo duże perspektywy zastosowania.

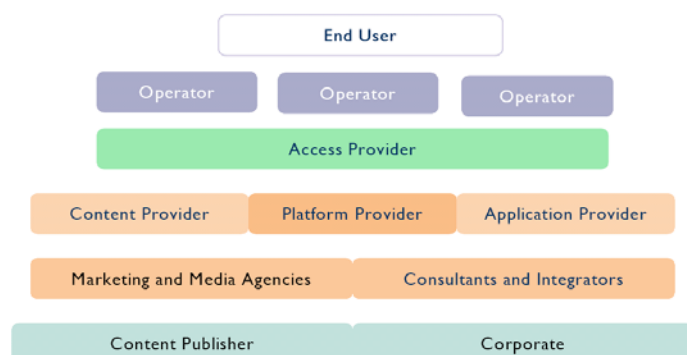
Rynek mobilnych usług dodanych powstał na bazie rozwoju telefonii komórkowej będącej głosową oraz tekstową platformą komunikacyjną i został zdominowany przez niezależnych od operatorów dostawców mobilnych rozwiązań i usług. Naturalnym kierunkiem rozwoju rynku mobilnych usług dodanych wydaje się być zmierzanie w stronę zastosowania Internetu w telefonie komórkowym. Wg danych Spółki takie rozwiązania są już stosowane w Japonii, gdzie istnieje ok. 20.000 stron internetowych, z których można swobodnie korzystać przy użyciu telefonu komórkowego w technologii 3G. Te same rozwiązania wprowadzono również w Wielkiej Brytanii i Irlandii w drugiej połowie 2005 roku. Rozwój rynku TMT – *Technology Media and Telecommunication* z czasem doprowadzi do zatarcia się granicy pomiędzy Internetem a technologią mobilną. Prowadzone w tym kierunku badania na świecie prowadzą do osiągnięcia wysokiej jakości przesyłu danych z redukcją zakłóceń oraz pełna standaryzacja przesyłu danych pomiędzy użytkownikami różnych systemów telekomunikacyjnych. Pełna konwergencja Internetu i technologii mobilnych możliwa jest do osiągnięcia wg przewidywań w 2015 roku, przy założeniu poniesienia adekwatnych nakładów inwestycyjnych w system przekazu oraz w mobilne urządzenia finalne.

Rynek mobilnych usług dodanych powstał w 1999 roku w Norwegii, kiedy to po raz pierwszy zastosowano rozwiązanie Premium Rate SMS, które polegało na przesyłaniu wzbogaconej zawartości sms'a o podwyższonej taryfie. Rozwiązanie Premium Rate SMS działa w oparciu o płatną platformę, za pomocą której klient może wysłać wiadomość o danym kodzie SMS nabywając w zamian dany produkt – muzykę, grę, logo, dzwonki, aplikacje do telefonu komórkowego, głosując w programach telewizyjnych, biorąc udział w sondażach czy nabywając określoną informację. Znaczącym elementem usług i rozwiązań mobilnych jest to, że sposób zakupu treści multimedialnych dzięki Premium Rate SMS jest natychmiastowo opłacany. Łatwość zapłaty oraz szybkość uzyskania danej usługi czy rozwiązania mobilnego spowodowały, że zarówno operatorzy sieci telefonii komórkowej, jak i firmy dostarczające rozwiązania i usługi mobilne dostrzegli duży potencjał wzrostowy rodzącego się nowego rynku. Cechy rynku mobilnych usług dodanych zadecydowały o prężnym rozwoju kolejnych usług.

Pomimo krótkiej historii rynku mobilnych usług dodanych zdążył się on już ukształtować osiągając wysoki poziom specjalizacji oraz głównych graczy w ramach danej specjalizacji. Rozwój struktury rynku mobilnych usług dodanych oraz jego podział ze względu na jego funkcjonalność przedstawia schemat zamieszczony poniżej.

Rysunek 2. Struktura organizacyjna rynku mobilnych usług dodanych oraz jego funkcjonalność

The Premium Mobile Content Value Chain



Źródło: The Netsize Guide 2005

1. Operator – Operator sieci komórkowej

Twórca kanału komunikacji Premium Rate SMS. Główny beneficjent na rynku mobilnych usług dodanych. Jego udziały w przychodach z mobilnych usług dodanych są zależne od treści multimedialnych i rozwiązań mobilnych oraz od struktury na rynku telefonii komórkowej. W Wielkiej Brytanii operatorzy są beneficjentami usług dodanych na średnim poziomie 40%, a w Polsce średnia ta wynosi ok. 50%.

2. Access providers – podmioty posiadające dostęp do serwerów operatorów sieci telefonii komórkowej

Podmioty posiadające dostęp do serwerów operatorów sieci telefonii komórkowej poprzez podpisane umowy dostępu do centrów i serwerów SMS'owych i MMS'owych operatorów sieci dzięki czemu są w stanie zapewnić usługi dodane za pomocą kanałów komunikacji. Najwięksi udziałowcy rynku mobilnych usług dodanych posiadają umowy dostępu podpisane bezpośrednio z wszystkimi operatorami sieci komórkowej. Zalicza się do nich Spółka, która posiada umowy dostępu podpisane z wszystkimi dotychczasowymi operatorami sieci komórkowej w Polsce.

3. Platform providers – dostawcy platformy technologicznej do obsługi usług dodanych

Dostawcy platformy zapewniają użytkownikom łatwy dostęp do produktów i usług mobilnych. Software'owe rozwiązania platformy zapewniają obsługę wszystkich możliwych usług mobilnych takich jak promocje marketingowe, zamówienia, dostawy, obsługa klienta, biling. Główną zaletą i mocną stroną dostawców platform jest ich wiedza oraz know-how na temat nowych mobilnych technologii i ich właściwości.

4. Content providers – dostawcy treści multimedialnych (mobile content)

Dostawcy to głównie dystrybutorzy mobilnych treści multimedialnych takich jak wyspecjalizowane wiadomości giełdowe, sportowe, polityczne, horoskopy, logo, dzwonki, gry mobilne, który stanowi ofertę skierowaną do finalnego odbiorcy. W obszarze treści multimedialnych wyróżnia się dwa typy treści: na zamówienie lub autorskie rozwiązania oraz licencjonowane. Średnie opłaty licencyjne za wykorzystanie własności intelektualnej w postaci np. utworu muzycznego waha się w granicach 15-20 % w Polsce oraz 10-15 % w Wielkiej Brytanii.

5. Applications providers – dostawcy aplikacji na telefon komórkowy

Dostawcy aplikacji rozwijają i tworzą programy i content w pełni kompatybilny z technologią telefonu komórkowego. Działalność ta pozwala finalnemu odbiorcy korzystać z pełnej gamy usług dodanych na telefon komórkowy.

6. Consultants and integrators – doradcy rynku mobilnych usług oraz integratorzy

Ich działalność skupia się doradztwie oraz budowaniu modeli biznesu dla mediów oraz przedsiębiorstw. Jest to najbardziej rozwinięta forma działalności na rynku mobilnych usług dodanych, gdyż zawiera w sobie pełną inicjatywę urzeczywistniania planów oraz strategii rozwoju rynku od strony merytoryczno – biznesowej. Zazwyczaj integratorzy posiadają wsparcie technologiczne w postaci know-how oraz wysoko rozwiniętych platform dostępu.

W łańcuchu podmiotów uczestniczących na rynku mobilnych usług dodanych Spółka jest przede wszystkim integratorem oraz doradcą dla mediów - a w ramach Grupy Kapitałowej One-2-One również dla przedsiębiorstw - oraz posiadaczem serwerowej platformy technologicznej.

7. Marketing and media agencies – agencje marketingu mobilnego

Agencje marketingu mobilnego są wyspecjalizowanymi jednostkami działającymi w obszarze doradztwa koncernom mediowym w budowie strategii marketingowej na rynku mobilnych usług dodanych. Wraz z integratorem są w stanie zapewnić dane usługi dla budowy interaktywnej strategii. Spółka posiada w ramach swojej struktury organizacyjnej wyspecjalizowaną jednostkę – One-2-One Business Solutions, którą tworzy grupa menedżerów działających w obszarze marketingu partnerskiego dla koncernów mediowych. Jednocześnie w ramach Grupy Kapitałowej One-2-One funkcjonuje agencja marketingu mobilnego MobiJoy! Sp. z o.o., która jest wyspecjalizowaną agencją marketingu mobilnego dla przedsiębiorstw.

8. Corporate – przedsiębiorstwa

Przedsiębiorstwa zainteresowane wykorzystywaniem mobilnego kanału komunikacji się z klientami, pracownikami czy innymi podmiotami życia gospodarczego w celu osiągania lepszych wyników operacyjnych.

Struktura organizacyjna rynku mobilnych usług dodanych powoduje, że podmioty uczestniczące w rynku mają możliwość pełnienia poszczególnych funkcji na każdym etapie łańcucha organizacyjnego rynku redukując go do obecności czterech podstawowych podmiotów: klient, zleceniodawca, operator sieci telefonii komórkowej oraz integrator. Aby osiągnąć pełne możliwości uczestnictwa na rynku integrator musi spełniać szereg wymaganych warunków takich jak posiadanie bogatego zaplecza technologicznego, know-how, odpowiednią kadrę zarządzającą oraz kluczowych pracowników, a także bardzo dobrze rozwinięte działy lub spółki specjalizujące się w danym obszarze rynku mobilnych usług dodanych. Wszystkie te warunki spełnia Spółka oraz jej Grupa Kapitałowa.

Czynniki wpływające na rozwój rynku mobilnych usług dodanych

Szybki rozwój technologii cyfrowej oraz coraz szersza gama możliwości wykorzystania rozwiązań przez nią oferowanych sprawiają, że zmiany na rynku usług mobilnych podlegają działaniu trendów na innych rynkach. Do najważniejszych czynników mających wpływ na rynek usług mobilnych Spółka zalicza czynniki, które wpływają na dochody Spółki i jej Grupy Kapitałowej oraz na zmiany kierunku rozwoju rynku mobilnych usług.

Są to:

- Zasobność społeczeństwa – stan rozwoju gospodarczego kraju oraz tempo rozwoju gospodarki polskiej,
- Polityka operatorów sieci GSM – poziom i ceny usług, możliwości technologiczne przesyłu danych – zaawansowanie multimedialnych technologii (EDGE, UMTS – 3G)

- Wzrost konkurencji na rynku telefonii komórkowej w postaci pojawienia się nowych wirtualnych operatorów (*MVNO*). Wzrost konkurencyjności na rynku telefonii komórkowej będzie wymuszał presję na spadek cen usług dodanych w części przychodów pobieranych przez operatorów. Nie określa to jednak w jaki sposób może mieć to wpływ na poziom negocjowanych przez Spółkę stawek za dostęp i obsługę ruchu w kanałach komunikacji mobilnych usług dodanych,
- Poziom penetracji – nasycenia rynku – telefonii komórkowej oraz dostępu do szerokopasmowego Internetu,
- Konwergencja telefonii komórkowej z Internetem - rozwój telefonii trzeciej generacji opartej na protokole przesyłu danych IP (*Internet protocol*),
- Wzrost rynku e-commerce B2C (*business to consumer*) oraz B2B (*business to business*) wraz ze wzrostem użytkowników Internetu, akceptacja nowych sposobów płatności.

Zależności gospodarcze między rynkami powiązanymi z rynkiem mobilnych usług dodanych

Ze względu na profil działalności spółki One-2-One S.A. i jej Grupy Kapitałowej, perspektywy rozwoju są w dużej mierze zależne od poziomu rozwoju strukturalnego oraz technologicznego różnych sektorów gospodarki oraz stabilnej i zrównoważonej sytuacji makroekonomicznej w gospodarce.

Największy wpływ na rozwój rynku mobilnych usług dodanych ma sektor telefonii komórkowej oraz marketingu, a w szczególności marketingu bezpośredniego. Spółka rozwija swoje usługi i rozwiązania mobilne w oparciu o rozwój możliwości przesyłu danych przez sieć cyfrowej telefonii komórkowej oraz w odpowiedzi na wzrastające zapotrzebowania klientów instytucjonalnych w obszarze marketingu. Ze względu na zdefiniowany rynek odbiorców, duże znaczenia dla Spółki mają perspektywy rozwoju rynku mediów. Z punktu widzenia dynamiki rozwoju tych sektorów Spółka jest w stanie oszacować wielkość popytu na jego produkty i usługi.

Ze względu na fakt, że pozostała część odbiorców to klienci indywidualni oraz przedsiębiorstwa praktycznie z każdego sektora gospodarki Spółka nie jest w stanie określić znaczenia tych zależności. Dlatego też za właściwe przyjmuje założenia makroekonomiczne dotyczące poziomu indywidualnych dochodów gospodarstw domowych oraz poziomu dochód i inwestycji przedsiębiorstw.

Rynek mobilnych usług dodanych będzie stanowił coraz większą część w koszyku usług oferowanych przez telefon komórkowy. Na usługi związane z tym rynkiem składa się przede wszystkim transmisja danych oraz transmisja multimediów. Ponieważ kierunek rozwoju rynku telefonii komórkowej w Polsce jest skorelowany z rozwojem tego rynku w krajach Unii Europejskiej wysoko rozwiniętych dlatego też należy się spodziewać w okresie kilku lat uzyskania wskazanej powyżej struktury udziałów usług na rynku telefonii komórkowej. Korelacja rozwoju rynków telefonii komórkowej w różnych krajach Unii Europejskiej oparta jest na podobieństwie struktur gospodarek tych krajów oraz na wspólnych strategicznych planach rozwoju Komisji Europejskiej takich jak choćby aktualizowana Strategia Lizbońska.

Rynek bezprzewodowej telefonii cyfrowej

Rynek telefonii komórkowej – bezprzewodowej telefonii cyfrowej – jest jednym z segmentów rynku telekomunikacyjnego, na który się składają:

1. telefonia stacjonarna,
2. telefonia komórkowa (GSM, GPRS, EDGE, UMTS),
3. telefonia internetowa – VoIP (*Voice over Internet Protocol*).

Rozwój strukturalno-technologiczny

Telefonia komórkowa jest najszybciej rozwijającym się medium: w USA oraz krajach UE za pomocą telefonu komórkowego można już zapłacić bez stania w kolejce za zakupy, umyć samochód, zapłacić za parking, czy obiad w restauracji. Na telefon można także pobierać różnego rodzaju pliki multimedialne – takie jak właśnie zasłyszana piosenkę w radiu czy ulubioną grę.

Rynek telefonii komórkowej w Polsce zorganizowany jest na zasadach określonych w ustawie Sejmu Rzeczypospolitej Polski z dnia 16 lipca 2004 roku Prawo telekomunikacyjne. Ustawowym regulatorem rynku jest Urząd Komunikacji Elektronicznej, który dba o to by zasady działania rynku były przestrzegane przez jego uczestników, a w szczególności stoi na straży konkurencji na rynku oraz przydziela wolne częstotliwości radiowe do przesyłu danych, a także dba o równouprawnienie w dostępie do infrastruktury telekomunikacyjnej.

Struktura rynku telekomunikacji cyfrowej obejmuje rzeczywistych operatorów sieci komórkowej oraz wirtualnych tzw. MVNO (*Mobile Virtual Network Operator*) – wirtualny operator komórkowy (MVNO) nie ma własnej infrastruktury komórkowej i prowadzi swoją działalność w oparciu o sieć jednego z operatorów infrastrukturalnych, kupując od niego po cenach hurtowych połączenia, które następnie po cenach detalicznych odsprzedaże swoim klientom.

Fakt, że obecnie obowiązujące prawo telekomunikacyjne wprowadza znacznie liberalne rozwiązania na rynku telefonii komórkowej będzie z czasem pozytywnie wpływał na zasobność finalnych odbiorców, którzy odczują to poprzez spadek cen usług telefonicznych ze względu na przepisy prawne wymuszające wzrost konkurencji. Ewolucyjnym rozwiązaniem na rynku telefonii komórkowej jest uruchamianie usług telefonii komórkowej trzeciej generacji 3G tzw. UMTS. System telefonii trzeciej generacji (3G) umożliwia nieograniczony dostęp radiowy do globalnej infrastruktury telekomunikacyjnej za pośrednictwem segmentu naziemnego jak i satelitarnego zarówno dla użytkowników stacjonarnych jak i ruchomych. Jest systemem integrującym w zamierzeniu wszystkie systemy telekomunikacyjne. UMTS to pasmo o dużej częstotliwości przesyłu cyfrowych danych wydzielone dla telefonii komórkowej.

Rozwój koniunkturalny

Główną pozycją w przychodach operatorów sieci telefonii komórkowej pozostają połączenia głosowe i abonament, aczkolwiek usługi przesyłu danych, w tym SMS, stanowią obszar znacznego wzrostu. Na strukturę przychodów operatorów komórkowych niewątpliwie będą miały czynniki związane z rozwojem rynku telefonii komórkowej, które zostały zaprezentowane poniżej.

Czynnikami, które najbardziej wpłyną na rozwój rynku telefonii komórkowej są:

- wzrost konkurencji na rynku spowodowany faktyczną liberalizacją przepisów,
- rosnąca konkurencyjność rynku poprzez powstawanie nowych operatorów sieci na zasadzie MNVO,
- dalsze obniżanie się cen usług na rynku,
- szybki wzrost penetracji rynku i jednocześnie coraz powolniejszy wzrost na rynku telefonii stacjonarnej,
- rosnąca popularność mobilnych usług dodanych na telefon takich jak: multimedia czy rozrywka.

Wraz z dalszym wzrostem penetracji użytkowników telefonii komórkowej spodziewany jest dynamiczny rozwój rynku mobilnych usług dodanych kierowanych przede wszystkim na rynek klientów instytucjonalnych, jak również indywidualnych użytkowników telefonów komórkowych. Głównymi wzorcami rozwoju tych usług są: mobile B2C (*business to consumer*), mobile B2B (*business to business*), mobile M2M (*machine to machine*). Usługi B2C to usługi oferowane przez przedsiębiorstwa do klientów za pomocą telefonii komórkowej, usługi B2B to usługi skierowane do przedsiębiorstw przez przedsiębiorstwa, natomiast usługi M2M to usługi bezprzewodowej transmisji danych w celu zapewnienia skutecznego i oszczędnego połączenia między systemami, zdalnymi urządzeniami i poszczególnymi osobami.

Rynek mobilnego marketingu bezpośredniego

W miarę rozwoju technologii formują się nowe kanały komunikacji, które mogą być wykorzystywane w marketingu. Największy boom na rynku marketingu przewidywany jest w obszarze marketingu bezpośredniego. Jedną z form marketingu bezpośredniego jest marketing mobilny. Rynek marketingu mobilnego określany jest mianem przyszłości reklamy.

Wobec swoistej niechęci do reklamy, jaką się powszechnie zauważa wśród konsumentów oraz poziomu nasycenia naszego życia reklamą bardzo trudno jest określić skuteczność reklamy, a tym bardziej jej zyskowność. Telefony komórkowe, które towarzyszą nam niemal wszędzie, stały się swoistym centrum informacyjnym dla reklamodawców. Jak nigdy wcześniej mogą oni dokładnie określić zainteresowania potencjalnego klienta i wysłać mu informację w najodpowiedniejszym momencie, czyli we właściwym miejscu i czasie, np. gdy klient w darmowym serwisie komórkowym poszukuje danej informacji, wówczas na ekranie również może pojawić się reklama danego produktu lub usługi o cechach podobnych do tych jakie posiada wyszukiwana informacja. Inną bardziej zaawansowaną metodą może być przesyłanie informacji klientowi z miejsc, w pobliżu których się znajduje, we właściwym momencie np. w czasie pory obiadowej klienta pojawia się u niego sms-owa informacja o najbliższej restauracji, która serwuje jego ulubione potrawy ulubionej kuchni. Może się to odbywać za pomocą systemu GPRS.

Strategia dotarcia do klienta przez wybrany podmiot polega na poprzedzeniu reklamy w telefonie komórkowym kreowaniem w prasie zapotrzebowania na produkt. Drugą ważną drogą komunikacji jest wyrażenie zgody konsumentów na otrzymywanie reklam na telefon, np. w zamian za preferencje cenowe w przypadku skorzystania z usługi. W marketingu bezpośrednim pojawiają się jednak różne formy docierania do klienta: loterie za pomocą telefonu komórkowego, sondaże, konkursy (różnego rodzaju gry interaktywne), promocje

konsumenckie – konkursy z nagrodami lub udostępnianie serwisów informacyjnych za darmo w zamian za otrzymanie wraz z informacją baneru reklamowego.

O potencjale wzrostowym oraz możliwościach zastosowania rozwiązań mobilnych na rynku marketingu bezpośredniego na potrzeby kampanii reklamowych czy promocyjnych świadczy popularność tego narzędzia w krajach Europy Zachodniej. Powyższe dane oraz prognozy wydają się potwierdzać także zmiany zachodzące w Polsce. Z miesiąca na miesiąc zauważalny jest wzrost zainteresowania wykorzystaniem technologii mobilnych w kampaniach promocyjnych i reklamowych. Świadczą o tym już przeprowadzone w Polsce akcje. Zmiany postaw agencji marketingowych czy przedsiębiorstw z różnych branż oraz ich wzrost zainteresowania marketingiem mobilnym jest również zauważalny w Polsce, a liczba zrealizowanych do tej pory przez spółki Grupy Kapitałowej One-2-One projektów potwierdza atrakcyjność takiej formy komunikacji z klientem.

Jak wynika z badań firmy Enpocket dotyczących reklamy mobilnej opartej na zgodzie użytkownika na otrzymywanie komunikatów reklamowo - informacyjnych, SMSowa informacja reklamowa jest o 50% skuteczniejsza w budowaniu świadomości marki niż przekaz telewizyjny i o 130% niż radiowy.

Przebicie się z reklamą w czasach zmasowanego bombardowania klienta przez reklamę jest znacznie trudniejsze niż dawniej. Historia reklamy poczynawszy od XVIII w. wskazuje, że wszystkie rewolucje na polu reklamy dokonały się dzięki wprowadzeniu do użytku nowego medium. Przykładowo do pierwszej rewolucji w reklamie doszło w XVIII w. w Europie, kiedy zaczęto regularnie wydawać gazety – wówczas tygodniki. Periodyki kupowali nieliczni, a reklama w nich była precyzyjnie adresowana. W XIX w. wraz z upowszechnieniem się prasy pojawiła się również reklama skierowana do szerokiego grona odbiorców. W XX w. doszło do kolejnej rewolucji w reklamie, tym razem za sprawą radio i telewizji, natomiast XXI w. rozpoczął się boomem reklamowym w dwóch nowych mediach: Internecie i telefonii komórkowej.

Z możliwości reklamowania się na osobisty telefon komórkowy chce skorzystać coraz więcej przedsiębiorstw, które zaczynają doceniać, skuteczność reklamy mobilnej, skuteczność wizualnej reklamy, często motorycznej oraz tańszą w eksploatacji ofertę oraz możliwość bezpośredniego dotarcia z precyzyjnym przekazem reklamowym do grupy docelowej użytkowników telefonów komórkowych.

Rynek mediów

Rozwój rynku mediów zależy przede wszystkim od koniunktury jaka panuje w gospodarce. Głównym źródłem przychodów na rynku mediów jest reklama. W okresie koniunktury większość przedsiębiorstw poszukuje nowych źródeł sprzedaży swoich produktów, co wpływa na ich zainteresowanie przeprowadzeniem kampanii reklamowej w mediach. W przypadku dekoniunktury wydatki na reklamę są najłatwiejszą do redukcji pozycją kosztów. Z drugiej strony wzrost koniunktury wpływa na większe wydatki konsumpcyjne wśród konsumentów, co jest powodem wzmożonej aktywności firm na rynku reklamy, chcących reklamować swoje produkty.

Na rynku mediów panuje również silna konkurencja, co wpływa na poziom przychodów uzyskiwanych z reklam. Miara tego jest liczba odbiorców danego medium. Stąd też firmy mediowe próbują w coraz skuteczniejszy sposób pozyskiwać nowych odbiorców oraz

zatrzymać dotychczasowych. Jednym ze środków wykorzystywanych w kampaniach reklamowych i promocyjnych są mobilne usługi dodane, które gwarantują mediom bezpośrednie dotarcie do odbiorców. Forma komunikacji z odbiorcą i przyciągnięcie jego uwagi za pomocą mobilnych usług dodanych jest zróżnicowana, są to np. konkursy interaktywne, losowania nagród, organizowanie interaktywnych konkursów okazjonalnych związanych z wielkimi wydarzeniami kulturalnymi i sportowymi przyciągającymi wielkie grono zainteresowanych oraz tworzenie interaktywnych programów, w których odbiorca może aktywnie uczestniczyć za pomocą głosowania poprzez sms.

Z drugiej strony rynek mediów wliczając w to takie media jak radio, prasa, telewizja oraz Internet wchodzi w okres dużych przeobrażeń ze względu na zmiany jakie zachodzą w możliwościach komunikowania się z odbiorcą. Zmiany zachodzące na rynku nowych technologii powoli wymuszają na uczestnikach mediów zmiany w formie komunikowania by przyciągnąć nowych oraz zatrzymać dotychczasowych słuchaczy, odbiorców czy czytelników. Na dzień zatwierdzenia Prospektu na rynku mediów zachodzą równoległe zmiany w trzech obszarach:

- komunikacji
- środków przekazu
- integralności mediów

W obszarze komunikacji ma miejsce proces indywidualizacji kanałów komunikacji mediów co objawia się zmianą modelu komunikowania z masowego na precyzyjny. Pomocne w tym są przemiany na polu rozwoju technologii i środków przekazu, gdzie dokonuje się zamiana nośników analogowych na cyfrowe. Przemiany te są określane mianem digitalizacji mediów.

Ostatnim elementem wynikającym z kompleksowych zmian formy komunikowania się mediów ze odbiorcami jest konwergencja mediów, która polega na przenikaniu się różnych mediów i kanałów komunikacji. Efektem tych zmian jest większa możliwość interaktywnego komunikowania się mediów z odbiorcami. Telewizja, radio, prasa, Internet mają możliwość bezpośredniego dotarcia do odbiorców za pomocą mobilnych usług dodanych. Interakcja ta odbywa się obydwu kierunkach, przez co odbiorca może wpływać masowo na medium. Przykładem takiego rozwiązania są organizowane np. przez telewizję programy reality show, w których widz ma realną możliwość wpływania na uczestników programu za pomocą SMS'a.

IV.4 Czynniki charakteryzujące rodzaj prowadzonej przez Spółkę i Grupę Kapitałową One-2-One działalności operacyjnej. Główne kategorie sprzedawanych produktów i świadczonych usług

One-2-One S.A. w ramach grupy kapitałowej jest dostawcą usług dwójakiego rodzaju:

- narzędzi i kanałów komunikacji,
- produktów i usług mobilnych.

W ramach tego podziału Spółka wyróżnia główne źródła generowania przychodów oraz główne rodzaje produktów i usług mobilnych.

Rysunek 3. Rodzaje działalności Spółki i Grupy Kapitałowej One-2-One wg źródła generowania przychodów oraz wg rodzaju oferowanych produktów i usług mobilnych

Filary działalności Grupy Kapitałowej One-2-One			
Narzędzia i kanały komunikacji		Produkty i usługi mobilne	
źródło uzyskiwania przychodów	Premium Messaging	I. INTERAKTYWNA KOMUNIKACJA I MARKETING MOBILNY	rodzaj uzyskiwanych przychodów
	Mobile Applications	I.i. Mobile Intreactivity	
		I.ii. Mobile Marketing	
	Premium Data Transfer	II. SOFTWARE'OWE ROZWIĄZANIA W DZIEDZINIE AUTORYZACJI I MOBILNEGO DOSTĘPU DO BAZ DANYCH	
	Value Added Voice	II.i Mobile E-sign	

Narzędzia i kanały komunikacji

Z punktu widzenia wykorzystywania różnych kanałów komunikacji i ich narzędzi rynek mobilnych usług dodanych dzieli się na obszary aktywności podane poniżej.

Tabela 4. Podział rynku mobilnych usług dodanych ze względu na wykorzystywane kanały komunikacji

Kanały komunikacji	Narzędzia komunikacji
<u>Premium Messaging</u>	to największy obecnie obszar mobilnych usług dodanych obejmuje SMS o podwyższonej taryfikacji oraz wzrostowy rynek MMS o podwyższonej taryfikacji – Premium Rate SMS i MMS
<u>Mobile Applications</u>	rozwiązania dla biznesu takie jak mobilny sprzedawca, integracja z systemami klasy ERP, komunikacja pomiędzy urządzeniami M2M (machine-2-machine), a także aplikacje klienckie rozrywkowe i informacyjne w technologii JAVA i Symbian
<u>Premium Data Transfer</u>	usługi oparte na protokole WAP i różnych technologiach transmisji danych, takich jak GPRS, EDGE czy 3G – UMTS, które znajdują się ciągle w początkowej fazie wzrostu, jednak w okresie 3 - 5 lat będą stanowić fundament mobilnych usług zintegrowanych
<u>Value Added Voice</u>	automatyczne usługi głosowe (IVR), czyli usługi głosowe o podwyższonej taryfikacji (Premium Rate Voice) o dużej skali popularności w krajach Unii Europejskiej – w Polsce znacznie mniej rozwinięte.

Spółka oraz Grupa Kapitałowa posiada wymagane know-how oraz zaplecze technologiczne by być w stanie oferować usługi za pomocą każdego kanału i narzędzi komunikacji. Ze względu na zastosowania optymalnych możliwości dopasowania kanału oraz narzędzi komunikacji do zapotrzebowania na rynku oraz do oferowanych usług spółki Grupy Kapitałowej One-2-One. Podmioty Grupy Kapitałowej One-2-One w przeważającej mierze wykorzystuje kanał Premium Messaging z zastosowaniem Premium Rate SMS. Pozostała część przychodów spółek Grupy Kapitałowej One-2-One uzyskiwana jest ze sprzedaży aplikacji mobilnych oraz ich wdrażania.

W związku z powyższym struktura przychodów spółek Grupy Kapitałowej One-2-One kształtuje się wg następujących źródeł uzyskania przychodów:

- Premium Rate SMS (*Premium Messaging*)
- Aplikacje mobilne (*Mobile Applications*)

Premium Messaging – Premium Rate SMS

Podstawowym narzędziem wykorzystywanym na rynku Premium Messaging jest Premium Rate SMS. Jego popularność wynika z właściwości jakie posiada oraz możliwości jego zastosowania. Do głównych cech jakie posiada Premium Rate SMS stanowiących jego naturalne przewagi konkurencyjne zalicza się precyzyjność, szybkość dotarcie do wybranej grupy odbiorców, zindywidualizowany charakter, łatwość wygenerowania odpowiedzi oraz natychmiastowa zapłata. Szeroka możliwość zastosowania Premium Rate SMS zapewnia ciągle jego upowszechnianie się.

Do podmiotów najczęściej generujących ruch Premium Rate SMS oprócz operatorów sieci telefonii komórkowej zalicza się podmioty związane z rynkiem mediów oraz wyspecjalizowane spółki z rynku mobilnych usług dodanych. Najwięcej przychodów z Premium Rate SMS generują spółki z rynku mobilnych usług dodanych. Wynika to z faktu, że mobilne usługi dodane w większości przypadków są dostarczane za pomocą kanału komunikacji Premium Messaging jakim jest Premium Rate SMS.

Mobile Applications – Mobilne Aplikacje

Spółka do projektowania aplikacji wykorzystuje język Java. Zastosowanie w telefonach komórkowych aplikacji opartych na technologii Java obejmuje zarówno proste programy użytkowe jak słownik, kalkulator finansowy, klient poczty elektronicznej czy monitor wskaźników i kursów giełdowych, jak i skomplikowane rozwiązania oparte o architekturę klient-serwer. Podstawowym rozwiązaniem systemowym aplikacji są Midlety – specjalne aplikacje na różnego rodzaju urządzenia przenośne, które są oparte na technologii Java 2ME firmy Sun Microsystems, Inc.

Zainstalowane w telefonie mogą działać samodzielnie bazując na danych pobieranych jednorazowo do telefonu, bądź łączyć się czasowo lub permanentnie z serwerem pobierając zawarte tam informacje. Przykładowymi rozwiązaniami, jakie Spółka jest w stanie zaoferować klientom to:

- koordynacja sprzedaży i zamówień produktów FMCG; lokalni sprzedawcy odwiedzający podległe sobie placówki wprowadzają stan sprzedaży artykułów; na tej podstawie centralny serwer rozsyła informacje do najbliższych hurtowni z żądaniem uzupełnienia zapasów,
- badania sondażowe - ankierzy posiadający w telefonach odpowiednie midlety, przekazują informacje do centrum, gdzie następuje obróbka statystyczna,
- komunikatory internetowe - możliwość prowadzenia konwersacji z osobą korzystającą z komunikatora zainstalowanego w komputerze PC,
- Sportowy Reporter - możliwość przekazywania informacji kibicom "minuta po minucie" z różnego rodzaju wydarzeń sportowych.

Ponadto Spółka oferuje aplikacje dla sektora mediów oparte na serwerowej platformie komunikacji, których przeznaczeniem jest umożliwienie interaktywnego komunikowania się mediów z odbiorcami na bazie systemu One'X.

Produkty i usługi mobilne

Spółka wraz ze spółkami zależnymi prowadzi działalność operacyjną w zakresie usług i rozwiązań mobilnych w oparciu o rozwiązania technologiczne One-2-One S.A. takie jak serwerowa platforma technologiczna oraz know-how. Na bazie tych strategicznych aktywów zostały zbudowane usługi mobilne oraz rozwiązania i koncepcje dla odbiorców instytucjonalnych oraz indywidualnych w postaci aplikacji.

Pod względem charakteru prowadzonej działalności Spółka tworzy bardzo profesjonalnie zorganizowaną strukturę organizacyjną, której podstawą jest specjalizacja spółek Grupy Kapitałowej One-2-One w danych obszarach rynku. Charakterystyka działalności spółek Grupy Kapitałowej One-2-One wg kryterium specjalizacji działań znajduje swoje odniesienie w usługach i rozwiązaniach oferowanych w ramach grupy kapitałowej.

Spółka oraz Grupa Kapitałowa One-2-One działając w obszarze usług i rozwiązań mobilnych, szczególnie wypełnia lukę zapotrzebowania na produkty, rozwiązania projektowe oraz usługi w zakresie dodanych usług mobilnych. Podstawowe obszary działalności Spółka na płaszczyźnie których powstają produkty oraz usługi spółek Grupy Kapitałowej One-2-One zostały zaprezentowane poniżej.

**PODSTAWOWE OBSZARY DZIAŁALNOŚCI SPÓŁKI I GRUPY KAPITAŁOWEJ
ONE-2-ONE**

- ✓ **A. INTERAKTYWNA KOMUNIKACJA I MOBILNY MARKETING**
 - ✓ **B. SOFTWARE’OWE ROZWIĄZANIA W DZIEDZINIE
AUTORYZACJI I MOBILNEGO DOSTĘPU DO BAZ DANYCH**
-

Spółki Grupy Kapitałowej One-2-One prowadzą swoją działalność operacyjną w ramach powyżej wskazanych głównych obszarów działalności.

A. INTERAKTYWNA KOMUNIKACJA I MOBILNY MARKETING

Interaktywna komunikacja oraz mobilny marketing stanowią część rynku mobilnych usług dodanych. Interaktywna komunikacja jako usługa jest oferowana przede wszystkim podmiotom z sektora mediów i stanowi podstawową działalność Spółki. Działalność na tym polu jest prowadzona przez dział One-2-One Business Solution, który jednocześnie obsługuje powyższe podmioty w zakresie doradztwa marketingu bezpośredniego na rynku mobilnym.

Marketing mobilny jest domeną spółki zależnej One-2-One S.A., którą jest MobiJoy! Sp. z o.o. Spółka ta jest pierwszą agencją marketingu mobilnego w Polsce i średniorocznie obsługuje kilkadziesiąt kampanii reklamowych i promocyjnych z wykorzystaniem telefonu komórkowego.

A.1. Mobile Interactivity

Działalność Mobile Interactivity (Interaktywność Mobilna) polega na świadczeniu usług związanych z komunikacją interaktywną pomiędzy mediami – prasa, radio, TV, Internet, a użytkownikami mediów – czytelnikami, widzami, słuchaczami, internautami, z wykorzystaniem telefonii komórkowej. Interaktywność mobilna oznacza możliwość dwukierunkowej komunikacji za pomocą telefonu komórkowego.

Podmioty działające w tym obszarze rynku mobilnych usług dodanych specjalizują się w kreacji sposobu i mechanizmów interakcji, wymyślaniu i organizacji ewentualnych nagród i sposobu wyłonienia zwycięzców w wypadku konkursów i losowań. Realizacja działań zapewniana jest dzięki technologicznej platformie oraz aplikacjom do obsługi interaktywnego ruchu, agregacji i rozliczania płatności, integracji systemów komunikacji mobilnej z systemami emisji w mediach.

Do kluczowych klientów Spółka zalicza następujące spółki i koncerny mediowe: Agora S.A., Grupa wydawnicza Polskapresse, AWR Wprost, Marquardt Media Polska, wydawnictwo Murator, wydawnictwo IDG, Grupa Wydawnicza Indor, Echo Media, Express Media, Galindia, Spółka Wydawnicza TeleMagazyn, ABW MediaArt., Grupa Radiowa Time (Radio Eska), Radio Złote Przeboje, Radio Roxy, sieć radiowa Plus.

A.2. Mobile Marketing

Mobile marketing jest wg Spółka obszarem posiadającym bardzo duży potencjał generowania marży gdyż znajduje się we wczesnej fazie dojrzałego rozwoju oraz okresu ekspansji. W ramach tego typu działalności na rynku mobilnych usług dodanych funkcjonuje spółka zależna One-2-One S.A. to jest MobiJoy! Sp. z o.o. tworząc projekty i strategie marketingowe z wykorzystaniem kanału komunikacji bezpośredniej Premium Rate SMS. W zakresie doradztwa marketingu bezpośredniego działa również One-2-One Business Solutions, który specjalizuje się w obsłudze klientów z sektora mediów. Odbiorcami rozwiązań i usług spółek Grupy Kapitałowej One-2-One są przedsiębiorstwa z praktycznie wszystkich branż gospodarki.

Podstawowymi usługami oferowanymi przez spółki Grupy Kapitałowej One-2-One to:

- ✓ mobilne kampanie reklamowe,
- ✓ mobilne kampanie promocyjne.

Definicja marketingu mobilnego jest bardzo szeroka i obejmuje ogół działań marketingowych prowadzonych z wykorzystaniem bezprzewodowych urządzeń komunikacyjnych. W praktyce dotyczy to przede wszystkim telefonów komórkowych, ale także wielofunkcyjnych komunikatorów. Często, na zasadzie pierwszego skojarzenia, pomiędzy marketingiem mobilnym a reklamą SMS'ową stawiany jest znak równości. Tymczasem reklama SMS'owa jest zaledwie małym wycinkiem szerokiej możliwości oferowanych przez mobile marketing, który znakomicie sprawdza się w takich akcjach jak promocje sprzedaży, promocje konsumenckie, czy programy lojalnościowe.

Głównymi klientami usług są firmy FMCG oraz inne podmioty produkujące lub świadczące usługi przeznaczone dla użytkowników indywidualnych. Cechy marketingu mobilnego wynikają wprost ze sposobu, w jaki ludzie korzystają z różnych urządzeń przenośnych, a w szczególności z telefonów komórkowych. W związku z tym, że w praktyce jeden telefon komórkowy ma jednego właściciela, marketing mobilny jest precyzyjnym narzędziem, gdyż pozwala dotrzeć do określonego adresata. Ponadto komunikacja odbywa się "na żywo" i w związku z tym kampania marketingowa lub promocyjna odbywa się dwukierunkowo i bez opóźnień. Jednocześnie telefon komórkowy jest urządzeniem mobilnym, towarzyszącym właścicielowi praktycznie we wszystkich sytuacjach. Dzięki temu mobile marketing sprawdza się znakomicie w działaniach marketingowych obliczonych na impulsową reakcję klienta niezależnie od miejsca i okoliczności jej występowania: w biurze, przed półką sklepową czy na plaży.

Na organizację kampanii promocyjnej składają się dwa podstawowe filary zgodne z przedstawionym podziałem - jej właściwe przygotowanie, a następnie precyzyjne wdrożenie. Projektowanie mobilnych kampanii marketingowych podlega tym samym regułom, jakie stosowane są w tworzeniu projektów marketingowych w innych obszarach rynku marketingu. Faza realizacyjna kampanii mobilnych wyróżnia się natomiast zadaniami niespotykanymi w innych metodach marketingowych. Wymaga przede wszystkim doskonałej znajomości możliwości i ograniczeń technologicznych platformy oraz narzędzi komunikacji, gdyż każdy projekt obsługiwany jest przez odpowiednio zaprojektowany i zaprogramowany system komputerowy.

W 2006 roku MobiJoy! Sp. z o.o. współtworzyła kampanie promocyjne dla m.in.: Schulstad, Chipita Poland, sieci restauracji Sphinx, Imperial Tobacco, Raiffeisen Bank Polska, Danone, a także zajmowało się obsługą kampanii mobilnych dla marek: Skoda Superb, Redd's, Rexona (Unilever), Dębowe Mocne, Lech Premium, chrupki Curly & Peppies, Crunchips, żarówek Philips, Kleber (Michelin Polska Sp. z o.o.), Amica, Delight (Scandinavian Tobacco), baterii Varta, Gillette, Nivea, BZ WBK, Orlen, Cristal (Scandinavian Tobacco), Tyskie, O.B. (Johnson & Johnson), Siemens (telefonii komórkowa) czy baterii Duracell.

B. SOFTWARE'OWE ROZWIĄZANIA W DZIEDZINIE AUTORYZACJI I MOBILNEGO DOSTĘPU DO BAZ DANYCH

Zastosowanie podpisu elektronicznego ma bardzo szerokie perspektywy rozwoju w gospodarce. Wśród branż już wykorzystujących podpis elektroniczny można wyróżnić bankowość, która wprowadza na potrzeby autoryzacji podstawowych transakcji bankowych usługi tzw. *mobile-banking (m-banking)* związane z bankowością internetową przy wykorzystaniu telefonii komórkowej. Prognozy ekonomiczne wskazują na dynamicznie rozwijające się usługi sektora IT oraz wskazują na możliwości wynikające z silnej korelacji z usługami dodanymi do telefonii komórkowej. W rozwiązaniach w zakresie mobilnego podpisu elektronicznego specjalizuje się MobiTrust Sp. z o.o.

Instytucja podpisu elektronicznego opiera się na Infrastrukturze Klucza Publicznego – PKI (Public Key Infrastructure), która stanowi kryptosystem asymetryczny służący do generowania zaszyfrowanego podpisu elektronicznego na podstawie algorytmów matematycznych. Za pomocą PKI tworzona jest para kluczy, klucz prywatny i klucz publiczny, które pozwalają na złożenie podpisu elektronicznego czyli dołączenia dodatkowej informacji do wiadomości służącej do weryfikacji jej źródła. Klucze asymetryczne – prywatny i publiczny - są zwykle przypisane do uczestnika (osoby, programu), a nie do kanału komunikacji. W przypadku składania podpisu elektronicznego za pomocą telefonii komórkowej klucz zostaje przypisany do karty SIM. Zadaniem klucza prywatnego jest odszyfrowywanie i generowanie podpisów, natomiast klucza publicznego ich szyfrowanie i weryfikacja.

Możliwości PKI zapewniają spełnianie następujących funkcji:

- ✓ Generowanie kluczy kryptograficznych
- ✓ Weryfikacja tożsamości subskrybentów
- ✓ Wystawianie certyfikatów
- ✓ Weryfikacja certyfikatów
- ✓ Odzyskiwanie kluczy prywatnych
- ✓ Podpisywanie przekazu
- ✓ Szyfrowanie przekazu
- ✓ Potwierdzanie tożsamości

Zastosowanie produktu e-sign będzie coraz powszechniejsze w miarę wzrostu przekonania do tego rodzaju usług, które są nowością na rynku. Najlepszym przykładem jest sektor bankowości i finansów, który jest najbardziej zainteresowany wykorzystaniem mobilnego podpisu elektronicznego.

IV.5 Sprzedaż, odbiorcy, dostawcy

Struktura organizacyjna i funkcjonalna spółki One-2-One S.A. oraz jej spółek zależnych oparta jest na zaawansowanej specjalizacji usługowej. Dzięki temu Spółka oraz jego spółki zależne osiągnęły pozycję liderów rynku w danych obszarach oraz cenną na rynku reputację specjalistów w swojej dziedzinie.

Podział działalności spółek Grupy Kapitałowej One-2-One w danych obszarach rynkowych przedstawia się następująco:

- Interaktywna komunikacji i mobilny marketing – One-2-One S.A., MobiJoy! Sp. z o.o., One-2-One Mobile Ideas GmbH
- Software'owe rozwiązania w dziedzinie autoryzacji i mobilnego dostępu do baz danych – One-2-One S.A.
- Integracyjne rozwiązania i usługi w dziedzinie usług dodanych w telefonii komórkowej – MobiTrust Sp. z o.o.

Przychody uzyskiwane przez Spółkę i Grupę Kapitałową pochodzą przede wszystkim z dwóch rynków, na których oferują usługi. Są to:

- rynek mediów oraz
- rynek marketingu, a w szczególności obszar bezpośredniego marketingu mobilnego.

Przychody spółek Grupy Kapitałowej One-2-One są zależne od głównych czynników wpływających na ich generowanie. Do najważniejszych czynników, które sprzyjają generowaniu przychodów Spółka zalicza:

- dalszy dynamiczny wzrost rynku skorelowany ze wzrostem użytkowników telefonii GSM oraz wzrostem zastosowania Premium Rate SMS.
- duży poziom akceptacji Premium Rate SMS jako formy płatności za produkty i usługi, rynek oparty o gotówkę.
- potencjał wzrostowy rynku Premium Messaging.

Generowane przychody z działalności operacyjnej Spółka oraz w ramach Grupy Kapitałowej One-2-One są klasyfikowane wg źródeł uzyskania przychodów oraz wg oferowanych produktów i usług na rynku mobilnych usług dodanych.

Tabela 5 Struktura sprzedaży Spółki w latach 2005 – 2006 wg źródeł przychodów

Lata	2006	2005
	‘000 PLN	‘000 PLN
Przychody ze sprzedaży Przedsiębiorstwa – obszar Mobile marketingu	13 544	8 084
Media/operatorzy	1 924	764
Sprzedaż oprogramowania	7 854	6 696
Sprzedaż wewnątrz GK	2 610	
	1 156	624

Tabela 6. Struktura sprzedaży Spółki w latach 2005 – 2006 ze względu na rodzaj przychodów

Lata	2006 ‘000 PLN	2005 ‘000 PLN
Przychody ze sprzedaży	13 544	8 084
Sprzedaż ruchu SMS	8 155	6 760
Sprzedaż usług	2 773	1 324
Sprzedaż towarów i licencji	2 616	

Tabela 7. Udział procentowy odbiorców osiągających co najmniej 10% przychodów ze sprzedaży ogółem - koncentracja sprzedaży.

Nazwa nabywcy	Sprzedaż ‘000 PLN	Udział procentowy	Formalne powiązanie z One-2-One S.A.
Polkomtel S.A.	3 523	26%	brak
PTK Centertel Sp. z o.o.	2 974	22%	brak
Polska Telefonía Cyfrowa Sp. z o.o.	2 654	20%	brak
Wola Info S.A.	2 610	19%	brak
Pozostali	1 783	13%	-
Razem	13 544	100%	-

Tabela 8. Udział procentowy dostawców osiągających co najmniej 10% przychodów ze sprzedaży ogółem - koncentracja zaopatrzenia.

Nazwa dostawcy	Zakup ‘000 PLN	Procent sprzedaży ogółem	Formalne powiązanie z One-2-One S.A.
Time Sp z o.o.	3 826	28%	brak
IDB Polska Spółka z o.o	2 580	19%	brak
MobiJoY! Sp zo.o.	1 735	13%	pomiot zależny

Działalność One-2-One S.A. ze względu na charakter dostarczanych produktów i usług nie jest ograniczona w sposób wynikający z działania na danym obszarze geograficznym. Działalność Spółki jest raczej zlokalizowana w przestrzeni wirtualnej jaką jest eter radiowy, Internet, kanał telewizyjny czy kanały komunikacji sieci telefonii komórkowej wobec czego nie przedstawiono terytorialnej struktury sprzedaży.

V. Ocena sytuacji ekonomiczno-finansowej

V.1 Aktualna i przewidywana sytuacja finansowa, zdarzenia o nietypowym charakterze oraz ich wpływ na osiągnięty wynik finansowy

Spółka w 2006 r. zwiększyła obroty do kwoty ponad 13,5 mln zł. o około 68% w porównaniu do roku poprzedniego i osiągnęła wynik finansowy netto 671 tys. zł. o 135 tys. zł. wyższy niż w roku poprzednim. Na wysokość wyniku finansowego wpłynęło kilka czynników, a w tym m.in. wdrożenie opcji dla zarządzających Spółką i rozpoczęcie procesu modernizacji infrastruktury technologicznej (kontynuowanego w 2007 roku).

Brak realizacji znaczącego projektu wraz z MobiJoy w drugim półroczu 2006 roku wpłynął najistotniej na osiągnięty wynik. Ze względu na przesunięcia terminów realizacji projektu nastąpiło przesunięcie przychodów na rok 2007, co wpłynęło negatywnie na wysokość marży operacyjnej.

Na dzień bilansowy podstawowe dane opisujące One-2-One S.A. przedstawiały się w sposób przedstawiony poniżej.

Tabela 9. Podstawowe dane finansowe

Podstawowe dane finansowe	‘000 PLN
Aktywa trwałe	4 835
Aktywa obrotowe	16 680
Aktywa razem	21 515
Kapitał własny	13 466
Zobowiązanie długoterminowe	51
Zobowiązania krótkoterminowe	7 998
Pasywa razem	21 515

Sytuacja finansowa Spółki jest stabilna. Na dzień bilansowy posiada ona ok. 16,7 mln złotych w gotówce, płynnych instrumentach, należnościach i pożyczkach krótkoterminowych przy całkowitych zobowiązaniach i rezerwach na zobowiązania na poziomie 8 mln złotych.

Spółka w przyszłości zamierza przeznaczyć środki finansowe na fuzje i przejęcia zgodnie ze stanowiskiem zaprezentowanym w prospekcie emisyjnym. Zarząd przewiduje że przyszła sytuacja finansowa zarówno spółki jak i grupy kapitałowej będzie pozytywna.

V.2 Transakcje z podmiotami powiązanymi

W roku 2006 nie wystąpiły transakcje Spółki z podmiotami powiązanymi, w których jednorazowa lub łączna wartość transakcji w okresie od początku roku obrotowego przekraczałyby wyrażoną w złotych równowartość kwoty 500.000 euro;

Istotne transakcje z podmiotami powiązanymi, które miały miejsce w 2006 roku są opisane poniżej.

W dniu 27 marca 2006 roku One-2-One S.A. odkupił od udziałowców niemieckich, to jest od Filiz Govercin i Kai R. Bolik wszystkie posiadane przez nich udziały One-2-One Mobile Ideas GmbH za cenę 1 EURO każdy, zostając 100% udziałowcem One-2-One Mobile Ideas GmbH.

W dniu 27 kwietnia 2006 roku zostały zawarte pomiędzy One-2-One S.A. a Piotrem Mularewiczem i Jarosławem Przybyłą umowy, na podstawie których One-2-One S.A. kupiła wszystkie udziały MobiJoy! Sp. z o.o. Umowy sprzedaży udziałów zostały zmienione Aneksami podpisanymi przez strony w dniu 13 lipca 2006 roku. Dodatkowy Aneks umowy z Panem Piotrem Mularewiczem został podpisany 29 listopada 2006 r. Piotr Mularewicz sprzedał One-2-One S.A. 88 udziałów w cenie po 40.988,6 zł za udział, to jest za łączną cenę 3.606.996,40 zł. natomiast Jarosław Przybyła sprzedał One-2-One S.A. 5 udziałów w cenie po 28.906,25 zł za udział, to jest za łączną cenę 144.531,25 zł. Cenę sprzedaży udziałów w zależności ustalono na podstawie osiągniętego w roku 2006 poziomu EBITDA w stosunku do poziomu bazowego w kwocie 565.000,00 zł. W umowach ustalono, że cena sprzedaży zostanie wypłacona w 2 ratach. W pierwszej racie Piotr Mularewicz otrzyma kwotę

800.000,00 zł i Jarosław Przybyła 45.000,00 zł. Pierwsza rata ceny sprzedaży została wypłacona w 2006 roku. Druga rata ceny sprzedaży zostanie wypłacona 2007 roku. W obu umowach Spółka zachował prawo wyboru zapłaty drugiej raty ceny sprzedaży gotówką lub w drodze emisji nowych akcji One-2-One S.A.. W przypadku wyboru przez One-2-One S.A. zapłaty drugiej raty ceny sprzedaży w formie pieniężnej Piotr Mularzewicz i Jarosław Przybyła zobowiązali się przeznaczyć 80% kwoty drugiej raty na zakup akcji One-2-One S.A. na rynku giełdowym.

Pozostałe transakcje zostały ujęte w sprawozdaniu finansowym w nocy 29.

V.3 Informacje o zaciągniętych kredytach

W dniu 02 listopada 2005 r. została podpisana Umowa Kredytowa z Raiffeisen Bank Polska S.A. na mocy której Spółka uzyskała kredyt odnawialny w kwocie 500.000,00 zł. Kredyt został udostępniony do dnia 24 listopada 2006 roku na finansowanie bieżącej działalności Spółki. Spłata kredytu została zabezpieczona na rzecz Banku: pełnomocnictwem Spółki do regulowania wszelkich wierzytelności i roszczeń Banku z kwot wpływających na rachunek bankowy Spółki, cesją należności Spółki z umowy zawartej PTK Centertel S.A.; kaucją pieniężną i poręczeniem cywilnym udziałowców, w tym MCI Management i Tomasz Długiewicz, na łączną kwotę 500.000,00 zł.

W dniu 27 czerwca 2006 roku został podpisany Aneks nr 1 do Umowy Kredytowej z 02 listopada 2005 roku, na mocy którego ustalony został nowy limit kredytu dla Spółki, wynoszący 1.000.000 zł. Nowy limit kredytu oznacza zarówno kredyt w rachunku bieżącym, kredyt rewolwingowy, jak gwarancję bankową wystawianą przez bank na zlecenie Spółki, z tym że łączne zadłużenie Spółki we wszystkich postaciach limitu kredytowego nie może przekroczyć 1.000.000,00 zł. Oprocentowanie kredytu wynosi WIBOR dla jednotygodniowych depozytów międzybankowych obowiązujący w pierwszym miesiącu plus trzy punkty procentowe. Nowy limit kredytowy obowiązuje do dnia 13 lipca 2007 roku. Dla nowego limitu kredytowego obowiązują poprzednio ustanowione zabezpieczenia, z tym że dodatkowo Spółka zobowiązała się wobec Raiffeisen Bank, że w okresie korzystania z udzielonego mu kredytu, nie zaciągnie w innych bankach kredytów, bez zgody Raiffeisen Bank Polska S.A.

V.4 Informacje o udzielonych pożyczkach, poręczeniach i gwarancjach

One-2-One S.A. udzieliła serii pożyczek na rzecz spółki zależnej MobiTrust Sp. z o.o. Środki zostały przeznaczone na rozwój, a w szczególności na dalszą budowę oprogramowania do silnego uwierzytelnienia.

Zadłużenie Spółki zależnej MobiTrust Sp. z o.o. na dzień 31 grudnia 2006. wobec One-2-One S.A. wynosiło 310 tys. zł i jest wymagalne w całości wraz z odsetkami (10% w skali roku) w dniu 31 grudnia 2007 r.

Tabela 10. Kwoty należności wraz z odsetkami z tytułu udzielonych pożyczek Spółkom powiązanym z One-2-One S.A. na dzień 31.12.2006 r.

	stan na 31.12.2006 ‘000 PLN	termin spłaty
Salda wynikające z udzielonych pożyczek i odsetek	324	31.12.2007
MobiTrust Sp. z o.o.	324	
w tym odsetki	14	
w tym kapitał	310	

V.5 Ocena zarządzania zasobami finansowymi

Zarządzanie zasobami finansowymi posiadanymi przez Spółkę należy uznać za prawidłowe, o czym świadczy stabilna sytuacja finansowa w całym 2006 roku.

One-2-One S.A. upłynnia większość ze swoich należności. Środki w ten sposób pozyskane służą dalszemu uregulowaniu zobowiązań bieżących a nadwyżka finansuje bieżące inwestycje lub jest przeznaczana na krótkoterminowe lokaty bankowe. Spółka zarządza zasobami finansowymi zgodnie z założeniami przedstawionymi w prospekcie emisyjnym.

Przeprowadzona w trzecim kwartale roku publiczna emisja akcji serii B oraz pozyskane w jej wyniku środki finansowe znacząco wpłynęły strukturę aktywów Spółki. Na dzień bilansowy środki pieniężne stanowiły około 52% aktywów. Wraz z postępującym procesem inwestycyjnym udział gotówki będzie malał na rzecz inwestycji długoterminowych (akcji i udziałów), wartości niematerialnych i prawnych oraz rzeczowych aktywów trwałych.

Tabela 11. Wskaźniki rentowności One-2-One S.A.

Wyszczególnienie	2006	2005
rentowność sprzedaży brutto	17%	23%
rentowność działalności operacyjnej (EBIT)	3%	9%
rentowność EBITDA	4%	9%
rentowność brutto	4%	8%
rentowność netto	5%	7%
ROA	3%	21%
ROE	5%	49%

Tabela 12. Wskaźniki płynności One-2-One S.A.

Wyszczególnienie	2006	2005
Wartości niematerialne i prawne / Aktywa	0%	4%
Rzeczowe aktywa trwałe / Aktywa	1%	5%
Środki pieniężne / Aktywa	52%	0%
Należności krótkoterminowe / Aktywa	26%	64%

Spółka nie publikowała prognoz na 2006 roku.

VI. Działalność inwestycyjna i rozwój

VI.1 Inwestycje Spółki i grupy One-2-One

Od początku swojej działalności Emitent realizuje projekty w zakresie wytwarzania aplikacji na telefony komórkowe, które realizowane były także w 2006 roku. Głównym obszarem zainteresowań Emitenta są projekty koncentrujące wokół zagadnień wykorzystania technologii Java i Symbian w tworzeniu aplikacji dla szerokiego spektrum terminali, a także wykorzystanie innych technologii związanych z UMTS. Emitent i jego Grupa Kapitałowa przewiduje prowadzenie dalszych prac badawczych związanych z rozwojem aplikacji silnego uwierzytelnienia podpisu za pomocą telefonu komórkowego.

W 2006 roku Spółka kontynuowała realizację wewnętrznych projektów technologicznych związanych z nowymi produktami i usługami telefonii mobilnej nowej generacji oraz ich wdrażanie. Prace objęły przede wszystkim produkty i usługi, które zwiększyły zakres kompleksowości obecnej oferty Spółki. Realizacja opisanych projektów inwestycyjnych zostanie zakończona w trzecim kwartale 2007 roku.

W 2006 roku spółka MobiTrust rozpoczęła prace nad systemem i wdrożenie projektów związanych z mobilnym podpisem elektronicznym. Realizacja tego celu wiąże się z inwestycjami w infrastrukturę i wyposażenie oraz rozbudowę własnego zespołu technologicznego i sprzedażowego, a także wydatkami na dalsze prace badawczo-rozwojowe związane z poszczególnymi projektami wdrożeniowymi. Inwestycje te są realizowane przez MobiTrust Sp. z o.o. Inwestycje związane z mobilnym podpisem elektronicznym, ze względu na ich wysoki potencjał rynkowy, będą kontynuowane w całym 2007 roku.

W drugiej połowie 2006 roku Spółka rozpoczęła działania w obszarze przejęć konsolidacyjnych. W kwietniu 2007 roku Spółka zakończyła negocjacje z funduszem MCI Management S.A. dotyczące zakupu 77,25% udziałów w spółce Comtica S.A. Wydatki kapitałowe na opisaną inwestycję wyniosły 2.582.232 złotych. Drugą inwestycją dokonaną przez One-2-One S.A. w tym samym czasie był zakup udziałów w spółce Streemo Sp. z o.o. oraz objęcie nowych udziałów powstałych w wyniku podwyższenia kapitału zakładowego w tej spółce. Całkowita wartość inwestycji wyniosła 180.845 złotych. Udział One-2-One S.A. w kapitale zakładowym Streemo Sp. z o.o. po dokonaniu niniejszej inwestycji wynosi 24,97%.

Na dzień przygotowywania niniejszego sprawozdania trwają końcowe negocjacje dotyczące zamknięcia kolejnej inwestycji.

VI.2 Wykorzystanie wpływów z emisji nowych akcji

W trzecim kwartale 2006 roku Spółka przeprowadziła sprzedaż w drodze oferty publicznej 1.3 mln akcji serii B w cenie emisyjnej 10,00 złotych za akcję. Sąd Rejonowy w Poznaniu zarejestrował podwyższenie kapitału zakładowego Spółki w dniu 25 września 2006 roku. Po odliczeniu kosztów emisji Spółka pozyskała 11,6 mln złotych.

Wykorzystanie środków z emisji przez One-2-One i Grupę Kapitałową w 2006 roku było następujące:

- 310 tysięcy złotych – inwestycje związane z tworzeniem i wdrażaniem projektów opartych na silnym uwierzytelnieniu;
- 861 tysięcy złotych – zakup udziałów w podmiotach zależnych;
- 62 tysiące – inwestycje w majątek trwały.

Po dacie bilansu Spółka dokonała zakupu udziałów w dwóch spółkach: Comtica Sp. z o.o. i Streemo Sp. z o.o.. Inwestycje te zostały dokonane przy wykorzystaniu środków finansowych pozyskanych w trakcie emisji akcji serii B. Inwestycje zostały opisane szerzej w sekcji poprzedniej.

VII. Perspektywy rozwoju działalności

VII.1 Założenia emitenta dotyczące pozycji konkurencyjnej Grupy Kapitałowej One-2-One oraz Spółki

O przewagach konkurencyjnych Spółki i jej grupy kapitałowej stanowią czynniki związane z otoczeniem, w którym prowadzi swoją działalność operacyjną oraz czynniki, które świadczą o osiągniętej dotychczas pozycji na rynku mobilnych usług dodanych. Do grupy tych pierwszych Spółka zalicza sytuację makroekonomiczną w Polsce, perspektywy rozwoju branż związanych z nowymi technologiami, w tym z rynkiem telefonii komórkowej.

W przypadku czynników związanych z działalnością operacyjną spółek Grupy Kapitałowej One-2-One, Spółka wyróżnia korzyści płynące ze statusu spółki publicznej oraz mocne strony i szanse wynikające z zajmowanej pozycji na rynku mobilnych usług dodanych.

VII.2 Ocena sytuacji makroekonomicznej i perspektyw rozwoju gospodarki polskiej

Podstawy wzrostu gospodarczego

W badaniach Instytutu Badań nad Gospodarką Rynkową (IBnGR) w latach 2007-2008 (prognoza z 24 kwietnia 2007 roku) utrzyma się w Polsce dobra koniunktura gospodarcza. Tempo wzrostu produktu krajowego brutto wyniesie w 2007 roku 5,9%. W 2008 roku należy się spodziewać nieznacznego spowolnienia wzrostu, który wyniesie 5,4%.

W 2007 roku wyraźnie przyspieszy wzrost popytu krajowego, który wyniesie 6,6% (w 2008 roku nastąpi utrzymanie się tej dynamiki – 7%). Popyt krajowy będzie jednak rósł głównie za sprawą inwestycji – tempo wzrostu nakładów brutto na środki trwałe w 2007 roku wyniesie ponad 18% (w 2008 roku nawet ponad 22%).

W latach 2007-2008 korzystnie kształtować się będzie spożycie indywidualne, którego wzrost wyniesie 5,2% w 2007 roku i 4,5% w 2008 roku. Głównymi czynnikami pozytywnie wpływającymi na spożycie indywidualne będzie dalszy spadek bezrobocia oraz wzrost wynagrodzeń.

Tabela 13. Prognozy makroekonomiczne dla polskiej gospodarki na lata 2007 – 2008

Wskaźnik makroekonomiczny (%)	2007	2008
Wzrost gospodarczy	5,9	5,4
Popyt krajowy	6,9	7,0
Inflacja (średnia)	2,4	2,5
Stopa bezrobocia (koniec okresu)	12,8	12,0
Eksport	10,9	10,0
Import	13,2	13,5

Źródło: prognoza z 24 kwietnia 2007 roku

New economy – nowa gospodarka

Powszechne wyposażenie w urządzenia ICT (technologia informacyjno-telekomunikacyjna) w tym dostęp do Internetu są niezbędnymi warunkami powstania i rozwoju społeczeństwa informacyjnego. Rozwój tzw. nowej gospodarki (*new economy*) związany jest przede wszystkim z rozwojem nowych technologii. Rozwój technologii informatycznych oraz telekomunikacyjnych odgrywa kluczową rolę w osiąganiu strategicznych celów w zakresie wzrostu gospodarczego i zatrudnienia w założeniach planów rozwoju Unii Europejskiej przedstawionych przez Komisję Europejską w inicjatywie i2010.

Zaletą stosowania nowych technologii jest: skrócenie czasu realizacji wielu przedsięwzięć, zmniejszenie kosztów operacji gospodarczych, zmniejszenie dystansu geograficznego, personalizacji kontaktów, co prowadzi do spadku kosztów realizacji wielu operacji handlowych i gospodarczych. Przykładem spadku kosztów jest obszar swobody przepływu kapitałów, których ruch odbywa się z wykorzystaniem rozwiązań teleinformatycznych.

Jednym ze wskaźników mierzących rozwój nowych technologii w polskiej gospodarce jest wskaźnik nasycenia gospodarstw domowych telefonami komórkowymi z dostępem do Internetu. Za pomocą tego wskaźnika można zobrazować i ocenić trend oraz dynamikę rozwoju i wykorzystania nowych technologii w polskiej gospodarce.

VII.3 Ocena konkurencyjności Spółki i Grupy Kapitałowej One-2-One

Otoczenie bezpośrednie One-2-One S.A.

Grupa Kapitałowa One-2-One S.A. działa na rynku mobilnych usług dodanych w obszarze interaktywnych rozwiązań dla sektora mediów, marketingu mobilnego oraz dostarczania mobilnych treści multimedialnych na telefony komórkowe, jako usługa wspierająca działalność. Wśród konkurencji Spółka wyróżnia kilka podmiotów które znajdują się na podobnym poziomie rozwoju oraz posiadają porównywalne udziały w rynku. Ze względu na duży poziom zróżnicowania produktowego rynku, brak publicznych informacji na temat tego rynku oraz fakt, iż rynek odbiorcy jest bardzo szeroki, nie jest możliwe, aby jednoznacznie określić udziały rynkowe poszczególnych podmiotów, a analiza rynku może być oparta wyłącznie na wielkościach szacunkowych. Ocena działalności Spółki pod względem konkurencyjności mierzona jest z punktu barier wejścia na rynek oraz z punktu oraz punktu działania Spółki na rynku, a w tym przede wszystkim liczby przeprowadzonych projektów marketingowych.

Konkurencja

Podmioty konkurencyjne wobec Spółki i Grupy One-2-One powinny być rozróżniane ze względu na poszczególne obszary działania, w których Spółka i jej grupa działa.

Tabela 14. Główni konkurenci spółek Grupy Kapitałowej One-2-One w danych obszarach aktywności na rynku mobilnych usług dodanych

Obszary aktywności na rynku mobilnych usług dodanych	Konkurencja
I. Interaktywna komunikacja	
I.I. część prasowa	Creative Team, Bauer Group, Avantis, TelekomMedia, MobilTek, Legion Polska, MNI
I.II. część radiowa	MNI, Axel Springer Kontakt, MobilTek
II. Marketing mobilny	EL2, Avantis
III. Elektroniczny podpis mobilny	MobilTek, mPay

Źródło: opracowanie DM IDMSA na podstawie danych od Emitenta oraz własnych

Analiza Pięciu Sił Portera

One-2-One S.A. oraz jej Grupa Kapitałowa są liderami na rynku mobilnych usług dodanych w każdym obszarze prowadzonej działalności, tj. w oferowaniu usług interaktywnych dla mediów oraz marketingu mobilnego.

Podstawową przewagą konkurencyjną Spółki oraz jego grupy kapitałowej nad konkurencją jest prowadzenie działalności operacyjnej opartej na bardzo dobrze zorganizowanym modelu biznesu, który jest modelem wysoko marżowych usług, które znajdują się na wczesnym etapie rozwoju. Model biznesu Spółki wyróżnia się na tle konkurencji takimi cechami jak pełna kompleksowość usługi poczynając od oferowania dostępu do kanału ruchu SMS operatorów za pośrednictwem najwyższej jakości oprogramowania oraz sprzętu gwarantujących bezpieczeństwo zapewnienia danej usługi, poprzez organizację usług opartych na tym kanale oraz tworzenie specjalnie w tym celu opracowywanych aplikacji po organizację kampanii reklamowych czy promocyjnych. W przypadku działalności konkurencji usługi te ograniczają się zazwyczaj do oferowania dostępu do kanału komunikacji SMS.

W ramach analizy pięciu sił konkurencji Porter'a wyróżnia się analizę następujących obszarów zogniskowanych wokół działalności Emitenta i jego grupy kapitałowej:

- siła przetargowa dostawców
- siła przetargowa nabywców
- groźba pojawienia się nowych produktów oraz substytutów
- struktura konkurencji wewnątrz sektorów
- bariery wejścia na rynek mobilnych usług dodanych

Siła przetargowa dostawców

Dla Spółki i Grupy Kapitałowej głównym obszarem współpracy z dostawcami jest dostępu do serwerów operatorów sieci telefonii komórkowej, za pomocą których Spółka tworzy kanał komunikacji Premium Rate SMS (PRS). Negocjacje prowadzone w tym obszarze wpływają na ostateczną cenę PRS. Na cenę Premium Rate SMS składają się przychody trzech

podmiotów biorących udział w generowaniu PRS. Są to: operator sieci telefonii komórkowej, Spółka oraz podmiot zgłaszający zapotrzebowanie na daną usługę Spółki. Ze względu na quasi – monopolistyczną sytuację na rynku operatorów telefonii komórkowej pole manewru Spółce w trakcie negocjacji dotyczących podziału przychodów z Premium Rate SMS jest ograniczone. Niewątpliwie jednak pozycja przetargowa Spółki jest lepsza niż konkurencji ze względu na posiadaną markę One-2-One, która jest powszechnie rozpoznawana wśród operatorów. W stosunku do konkurencji Spółka posiada wynegocjowane konkurencyjne stawki dzięki którym jego usługi są atrakcyjne również pod względem cenowym, a nie tylko ofertowym. Dodatkowym atutem Spółki jest jego bogate doświadczenie w negocjacjach handlowych oraz pozycja lidera w danych obszarach rynku mobilnych usług dodanych, przez co jest on znanym i respektowanym partnerem dla operatorów sieci telefonii komórkowej.

Sila przetargowa nabywców

Do swoich podstawowych klientów Spółka zalicza przede wszystkim klientów instytucjonalnych. Cechą wyróżniającą Spółkę wśród konkurencji jest wysoki poziom oferowanych przez jego Grupę Kapitałową One-2-One usług dodanych. Przede wszystkim usługi te są oparte na unikatowym know-how oraz na kompleksowej obsłudze, czego nie podejmuje się dotychczasowa konkurencja lub robi to w minimalnym zakresie. Usługi dodane Spółki oferowane kompleksowo to istotny element stanowiący o jego sile przetargowej. Dzięki temu kompleksowa obsługa klienta instytucjonalnego w ramach danej usługi zapewnia mu profesjonalne wykonanie usługi oraz wysoki poziom zadowolenia. Prowadzona w ten sposób strategii działania Spółki pozwoliła mu na uzyskanie pozycji lidera w danych obszarach prowadzonej aktywności na rynku mobilnych usług dodanych, co przekłada się wzrost jego reputacji oraz poszerzający się krąg klientów. W przypadku oferowanej przez Spółkę platformy aplikacji radiowej oraz prasowej na rynku polskim, jak i zagranicznym nie spotkano się z alternatywnymi rozwiązaniami. O sile przetargowej Spółki stanowi jego lista referencyjna dotychczasowych klientów, którymi są największe koncerny mediowe oraz znane przedsiębiorstwa z różnych sektorów i branż gospodarki.

Groźba pojawienia się nowych produktów oraz substytutów

Obecnie na rynku mobilnych usług dodanych nie istnieje substytut dla Premium Rate SMS o tak powszechnym zastosowaniu. Kanał komunikacyjny Premium Rate SMS (PRS) posiada kilka cech, które stanowią o jego przewadze na rynku nad innymi kanałami komunikacji np. Premium Rate MMS, i które sprawiają, iż pozostałe kanały komunikacji są pozycjonowane wobec PRS bardziej jako komplementarne niż substytucyjne. Główne cechy Premium Rate SMS to natychmiastowa komunikacja, bezpośredni dostęp do odbiorcy, dwukierunkowy kanał interaktywny, bezpośrednia zapłata, mobilność. Niemniej jednak Spółka ma na uwadze ciągle rozwijający się rynek mobilnych usług dodanych i jest w pełni świadom możliwości powszechniejszego wykorzystania innych kanałów komunikacji. Dzięki prowadzeniu ciągłego monitoringu rynku mobilnych usług dodanych na świecie oraz w kraju Spółka posiada stosowną wiedzę na temat obowiązujących trendów, dlatego też w przypadku wzrostu zapotrzebowania rynku na nowe usługi oparte na innych kanałach komunikacji Spółka będzie w stanie je zaoferować.

Struktura konkurencji wewnątrz sektorów

Spółka prowadzi swoją podstawową działalność operacyjną w zakresie obsługi podmiotów medialnych – tj. interaktywności mobilnej oraz w zakresie marketingu mobilnego. W obydwu obszarach aktywności Spółka jest liderem w zapewnianiu kompleksowych usług opartych na zaawansowanych aplikacjach. Struktura podmiotów uczestniczących w rynku jest

rozproszona ze względu na wczesną fazę rozwoju rynku mobilnych usług dodanych, jednak obecność większych konkurentów Spółki jest zauważalna na rynku.

Bariery wejścia na rynek mobilnych usług dodanych

W ocenie Emitenta groźba pojawienia się nowych konkurentów, a tym samym nowych produktów uzależniona jest od tego w jakim stopniu podmiot zainteresowany wejściem na rynek mobilnych usług dodanych jest w stanie poradzić sobie z barierami wejścia. Do najważniejszych barier wejścia Spółka zalicza:

- wiedza i doświadczenie, znajomość technologii wykorzystywanej na rynku mobilnych usług dodanych oraz zasad i praw rządzących rynkiem. Istotną barierą jest wiedza i doświadczenie zdobywane w wyniku wielomiesięcznych, czy kilkuletnich prac przygotowawczych, a następnie podczas realizacji projektów mobilnych w tym z wykorzystaniem przede wszystkim Premium Rate SMS (PRS) – pewne zasady, czy prawa związane z usługami opartymi o PRS przekładają się w sposób bezpośredni na inne usługi mobilne,
- stosunkowo wysokie koszty jednostkowe. Podmioty działające już na rynku korzystają z efektu skali wynikającego ze spadających jednostkowych kosztów zmiennych uzależnionych także od przeprowadzanych negocjacji z operatorami sieci komórkowych,
- ograniczenie kapitałowe stanowi barierę szybkiego wzrostu udziału w rynku i zajęcia na nim korzystnej pozycji pozwalającej na jego penetrację,
- reputacja uzyskana przez dotychczasowych uczestników rynku mobilnych usług dodanych stanowi o wpisaniu ich w portfolio przedsiębiorstw korzystających z usług mobilnych, co wpływa na zacieśnienie kontaktów handlowych,
- rozwinięta współpraca uczestników rynku mobilnych usług dodanych z dostawcami kontentu mobilnego (treści multimedialnych) stanowi o ich przewagach konkurencyjnych, natomiast brak takiej współpracy stanowi wysokie koszty utraconych korzyści dla nowych uczestników rynku. Nawiązanie tego typu kontaktów jest czasochłonne oraz wymagające wykazania się profesjonalizmem.

VII.4 Założenia rozwoju Spółki

Segment rynku mobilnych usług dodanych, na którym działa One-2-One S.A. i jej grupa kapitałowa, jest rynkiem w fazie wczesnego rozwoju i charakteryzuje go dynamiczny wzrost. Perspektywy jego dalszego rozwoju związane są z rozwojem telefonii komórkowej 3G, a przede wszystkim ze zjawiskiem postępującej konwergencji telefonii komórkowej i www.

Zwiększające się możliwości transferu danych w telefonach komórkowych oraz łatwy do zasobów www bezpośrednio wpłyną na zwiększenie zakresu możliwości kreacji nowych usług i produktów, zarówno w obszarze aplikacji – treści multimedialne i oprogramowanie dla mediów – jak również projektów interaktywnych – konkursy, kampanie reklamowe i promocyjne. Dynamiczny rozwój rynku telefonii komórkowej wpłynie pozytywnie również na wzrost zastosowań dla rozwiązań silnego uwierzytelnienia (podpis elektroniczny).

Rozwój Grupy Kapitałowej One-2-One w najbliższych latach będzie się opierał na rozwoju organicznym jak i rozwoju poprzez przejęcia innych podmiotów, które działają na szeroko pojętym rynku mobilnych usług dodanych w kraju i za granicą.

Elementy strategii rozwoju są następujące:

- dalsze umacnianie się na pozycji lidera na rynku krajowym w zakresie budowania usług interaktywnych dla podmiotów z sektora mediów, branży reklamowej oraz przedsiębiorstw w oparciu o kanały komunikacji sieci telefonii komórkowej optymalizujących indywidualne relacje pomiędzy zleceniodawcą projektu, a jego klientem docelowym;
- kontynuowanie prac w zakresie tworzenia zaawansowanych aplikacji mobilnych umożliwiających dostęp do multimedialnych treści mobilnych, na bazie których One-2-One S.A. i jej spółki zależne będą mogły realizować swoje podstawowe usługi;
- tworzenie i wdrażania produktów opartych silnym uwierzytelnieniem realizowanym poprzez telefony komórkowe i inne terminale i urządzenia mobilne, a w tym zarówno podpis elektroniczny kwalifikowany, jak i niekwalifikowany.
- realizowanie ekspansji w zakresie wszystkich usług i produktów mobilnych na rynki Europy Środkowo-Wschodniej, zarówno poprzez przejęcia istniejących podmiotów, jak i budowę nowych struktur z lokalnymi partnerami.

VII.5 Istotne czynniki ryzyka

Ryzyko związane z wypowiedzeniem umów dostępu do kanałów komunikacji z operatorami sieci komórkowej

One-2-One S.A. opiera swoje usługi na dostępie do kanałów komunikacji operatorów telefonii komórkowej takich jak Premium Rate SMS, Premium Rate MMS czy Premium Rate WAP. W związku z powyższym One-2-One S.A. uznaje za strategiczny cel posiadanie podpisanych umów z każdym operatorem, co jednocześnie wpływa na zakres dostępu do odbiorców indywidualnych. Spółka jest rozpoznawalną marką na rynku mobilnych usług dodanych i posiada opinię wartościowego partnera wśród operatorów sieci telefonii komórkowej, jednakże nie wyklucza ryzyka wypowiedzenia umowy dostępu do kanałów komunikacji przez jednego lub wszystkich operatorów. Wypowiedzenie umowy wpłynęłoby bezpośrednio na pogorszenie wskaźnika podziału przychodów pochodzących od klienta końcowego, ponieważ One-2-One S.A. byłaby zmuszona korzystać w tym zakresie z usług pośrednika. Ponadto, Spółka byłaby zmuszona do dokonania zmian w zakresie własnej infrastruktury technologicznej, a także wprowadzenia nowych numerów dostępowych, z których korzystają jego klienci. Wypowiedzenie umowy mogłoby również wpłynąć na czasowe wstrzymanie realizacji niektórych usług.

Ryzyko odejścia kluczowych członków kierownictwa i trudności związane z pozyskaniem nowej wykwalifikowanej kadry zarządzającej

Ze względu na rodzaj prowadzonej przez One-2-One S.A. działalności, opartej w dużej mierze na wiedzy i doświadczeniu osób zatrudnionych występuje kluczowe znaczenie kadry menedżerskiej oraz pozostałych pracowników. W związku z tym w przypadku rozwiązania stosunku o pracę z którąkolwiek osobą spośród kadry menedżerskiej oraz kluczowych pracowników, Spółka mogłaby zostać pozbawiona personelu posiadającego znaczną wiedzę i doświadczenie z zakresu specyfiki rynku, na którym działa oraz z zakresu zarządzania i działalności operacyjnej. Tym samym, zmiany w składzie kadry kierowniczej mogą wywołać

zakłócenia w działalności Spółki oraz mogą mieć negatywny wpływ na jego sytuację finansową i osiągane wyniki.

Ryzyko utraty kluczowych klientów z sektora mediów

One-2-One S.A. istotną część swoich przychodów uzyskuje z obsługi podmiotów działających w sektorze mediów, którzy stanowią dla niej grupę kluczowych klientów. One-2-One S.A. w ramach specjalizacji organizacyjnej powołał do życia Dział Kluczowych Klientów, który zatrudnia doświadczonych menedżerów, będących partnerami w kontaktach z kluczowymi klientami. Rozwiązanie umowy przez jednego lub wielu klientów może mieć negatywny wpływ na działalność spółki i prognozowane przez niego wyniki, chyba że zostaną podpisane nowe umowy o współpracy o podobnej skali.

Ryzyko związane z procesem przejęć i fuzji oraz zarządzaniem regionalną grupą kapitałową One-2-One

Przejęcia zakończone sukcesem będą skutkowały powstaniem regionalnej Grupy Kapitałowej One-2-One w Europie Środkowo – Wschodniej, co pozwoli rozwijać się ponadprzeciętnym tempie z uwagi na wykorzystanie efektu skali oraz potencjału lokalnych rynków. Istnieje jednak ryzyko, że Grupa One-2-One nie będzie korzystała w pełni z wspomnianych korzyści ze względu na fakt przedłużających się w czasie transakcji przejęcia lub niemożności dokonania takiej z powodu szybszego działania konkurencji, co może wpłynąć negatywnie na uzyskanie ponadprzeciętnego tempa wzrostu. Dodatkowo, proces pełnego zintegrowania przejętych podmiotów może być obciążony wieloma ryzykami, np. odejścia kluczowych pracowników zarówno z podmiotu przejmowanego i One-2-One S.A. i jej spółek zależnych, utraty części klientów, wystąpienie zobowiązań nieujawnionych. Spółka wskazuje także na ryzyko związane z zarządzaniem dużą strukturą organizacyjną rozmieszczoną w różnych rejonach kulturowo – geograficznych.

Ryzyko związane z wykorzystywaniem licencji w zakresie zawartości multimedialnej

One-2-One planuje nabywać w przyszłości licencje, które mogą mieć dla nich istotne znaczenie w zakresie wykorzystywania treści multimedialnych (kontentu), w tym licencji dotyczących praw do sprzedaży utworów muzycznych, gier i aplikacji Java, grafiki itp. Istnieje ryzyko, że Spółka lub podmiot Grupy Kapitałowej nabędzie licencję od podmiotu podającego się za właściciela danej licencji lub, że ujawni się inna wada prawna zakupionej licencji. Roszczenia wobec Grupy Kapitałowej, dotyczące naruszenia praw licencyjnych, mogą mieć negatywny wpływ na jego działalność operacyjną i finansową.

Ryzyko związane z kierunkiem rozwoju rynku nowych technologii

Istnieje ryzyko, że pomimo ciągłego dostosowywania oferty One-2-One S.A. do zmieniających się potrzeb rynkowych i zmian technologicznych, One-2-One może, z różnych powodów, nie być w stanie zaoferować produktów i usług, które w optymalny sposób spełniałyby oczekiwania klientów, co mogłoby negatywnie wpłynąć na osiągane wyniki z działalności operacyjnej.

Ryzyko związane o oczekiwaną konsolidacją na rynku mobilnych usług dodanych

Rynek mobilnych usług dodanych w Polsce jest nadal sfragmentaryzowany. W związku z tym prawdopodobne jest, że na rynku może dojść do transakcji przejęć i powstaną podmioty, konkurencyjne w stosunku do One-2-One S.A., które osiągną silną pozycję na rynku usług mobilnych o wartości dodanej. Wiąże się z tym potencjalne ryzyko nie osiągnięcia silnej pozycji na rynku pod względem zakresu oferowanych usług oraz wielkości przychodów, stanowiących obecnie siłę przetargową One-2-One, a także realizację niektórych jej celów

strategicznych. Może to również ograniczyć rozwój One-2-One poprzez przejęcia innych podmiotów w kraju i w Europie Środkowo – Wschodniej.

Ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną

Działalność One-2-One, prowadzona na rynku mobilnych usług dodanych, koncentruje się na obsłudze podmiotów z sektora mediów, marketingu oraz wszelkich innych, które dysponują rozwiniętą strukturą marketingową. Zależności występujące pomiędzy rynkiem mobilnych usług dodanych a powyższymi sektorami w ujęciu makroekonomicznym prowadzą do różnicowania wielkości przychodów generowanych przez uczestników rynku mobilnych usług dodanych w zależności od tempa wzrostu gospodarczego oraz wielkości globalnego popytu. Prognozowane na najbliższe lata 2007 – 2010 tempo rozwoju gospodarczego będzie wpływać pozytywnie na wzrost zasobności portfela finalnych odbiorców i zleceniodawców usług oferowanych przez One-2-One. Istnieje jednak możliwość załamania się dobrej koniunktury gospodarczej co może wpłynąć na redukcję wielkości zleceń składanych na usługi One-2-One, gdyż w okresie dekonunktury w pierwszej kolejności ograniczane są wydatki na usługi marketingowe i reklamę, które stanowią główne źródło przychodów One-2-One.

VIII. Zarządzanie

VIII.1 Struktura organizacyjna Grupy Kapitałowej One-2-One

Opis Grupy Kapitałowej One-2-One

Budowa Grupy Kapitałowej One-2-One została oparta na założeniu kompleksowego uzupełniania się w działaniu Spółki oraz poszczególnych spółek zależnych. Spółka One-2-One S.A., występująca jako podmiot dominujący oraz integrujący działania, jest w stanie zapewnić zleceniodawcom różny zakres usług lub wykonania projektu, w zależności od wymagań klienta-zleceniodawcy.

Struktura organizacyjna grupy została stworzona wg kryteriów specjalizacji działalności operacyjnej Spółki i spółek zależnych oraz wg struktury geograficznej. One-2-One S.A. jest głównym udziałowcem w każdej ze spółek należących do Grupy Kapitałowej One-2-One, a większościowe (nawet 100%) udziały posiadane przez One-2-One S.A. w tych spółkach stanowią, iż posiadają one status spółek zależnych w stosunku do Emitenta.

Tabela 15. Chronologia powstawania Grupy Kapitałowej One-2-One (na dzień 31 grudnia)

Spółki Grupy Kapitałowej One-One	2001	2002	2003	2004	2005	2006
	One-2-One Sp. z o.o.	One-2-One Sp. z o.o.	One-2-One Sp. z o.o.	One-2-One Sp. z o.o.	One-2-One S.A.	One-2-One S.A.
			MobiJoy! Sp. z o.o.*	MobiJoy! Sp. z o.o.*	MobiJoy! Sp. z o.o.*	MobiJoy! Sp. z o.o.**
				One-2-One Mobile Ideas GmbH	One-2-One Mobile Ideas GmbH	One-2-One Mobile Ideas GmbH
					MobiTrust Sp. z o.o.	MobiTrust Sp. z o.o.

Źródło: Emitent

* podmiot stowarzyszony

** podmiot zależny

One-2-One S.A.

- ✓ integrator interaktywnych rozwiązań mobilnych dla sektora mediów
- ✓ wyspecjalizowana agencja marketingu mobilnego dla sektora mediów
- ✓ dostawca mobilnych usług dodanych
- ✓ dostawca mobilnych rozwiązań dla biznesu

Grupę kapitałową One-2-One S.A., na dzień 31 grudnia tworzyły następujące spółki prawa handlowego:

- 1) MobiJoy! Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu – będąca podmiotem zależnym od Emitenta; Emitent posiada 200 udziałów, stanowiących 100,00% kapitału zakładowego oraz 100,00% głosów na Zgromadzeniu Wspólników;
- 2) MobiTrust Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu – będąca podmiotem zależnym od Emitenta; Emitent posiada 5000 udziałów, stanowiących 71,43% kapitału zakładowego oraz 71,43% głosów na Zgromadzeniu Wspólników;
- 3) One-2-One Mobile Ideas GmbH z siedzibą w Berlinie (Niemcy) – będąca podmiotem zależnym od Emitenta; Emitent posiada udział, stanowiący 100,00% kapitału zakładowego oraz 100,00% głosów na Zgromadzeniu Wspólników.

MobiJoy! Sp. z o. o.

MobiJoy! Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu została utworzona na podstawie umowy spółki z ograniczoną odpowiedzialnością zawartej w dniu 27 czerwca 2003 roku przed notariuszem Michałem Wieczorkiem z Kancelarii Notarialnej w Poznaniu. Akt notarialny umowy spółki został zapisany w repertorium A numer 1598/2003. Kapitał zakładowy spółki wynosi 100.000,00 zł i dzieli się na 200 udziałów po 500,00 zł każdy.

MobiJoy! Sp. z o.o. została zarejestrowana w rejestrze przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, prowadzonym przez Sąd Rejonowy w Poznaniu XXI Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000173468 na mocy Postanowienia Sądu Rejonowego w Poznaniu XXI Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego z dnia 09 października 2003 roku.

Podstawowym przedmiotem działalności MobiJoy! Sp. z o.o. jest świadczenie usług jako wyspecjalizowana agencja marketingu mobilnego i technologicznego, polegających na dostarczaniu rozwiązań i usług mobilnych.

MobiTrust Sp. z o. o.

MobiTrust Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu została utworzona na podstawie umowy spółki z ograniczoną odpowiedzialnością zawartej w dniu 24 października 2005 roku przed notariuszem Michałem Wieczorkiem z Kancelarii Notarialnej w Poznaniu. Akt notarialny umowy spółki został zapisany w repertorium A numer 3326/2005. Kapitał zakładowy spółki wynosi 350.000,00 zł i dzieli się na 7000 udziałów po 50,00 zł każdy. Umowa spółki MobiTrust Sp. z o.o. została zmieniona aneksem z dnia 23 stycznia 2006 roku sporządzonym przez notariusza Michała Wieczorka z Kancelarii Notarialnej w Poznaniu. Aneks do umowy spółki został sporządzony w formie aktu notarialnego i zapisany w repertorium A pod numerem numer 178/2006. Sporządzony, w dniu 23 stycznia 2006 roku, aneks do umowy spółki MobiTrust Sp. z o.o. uwzględniał zmianę formy prawnej Emitenta, to jest uwzględniał fakt przekształcenia One-2-One Sp. z o.o. w One-2-One S.A. MobiTrust Sp. z o.o. została wpisana do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, prowadzonego przez Sąd Rejonowy w Poznaniu XXI Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego w dniu 06 kwietnia 2006 roku pod numerem KRS0000254087.

Podstawowym przedmiotem działalności MobiTrust Sp. z o.o. jest świadczenie usług integratorskich, oferowanie do korzystania platformy i oprogramowania Mobilnego Podpisu Elektronicznego (MPE), serwisowanie i utrzymywanie systemu Mobilnego Podpisu Elektronicznego.

One-2-One Mobile Ideas GmbH

One-2-One Mobile Ideas GmbH_z siedzibą w Berlinie (Niemcy) została utworzona na podstawie umowy spółki z ograniczoną odpowiedzialnością zawartej w dniu 22 października 2004 roku w Berlinie przed notariuszem Janem Hermannem Irgangiem z Kancelarii Notarialnej w Berlinie. Akt notarialny umowy spółki został zapisany w pod numerem 577/2004. Kapitał zakładowy spółki wynosi 29.500,00 EURO. Założycielami spółki byli oprócz Emitenta obywatele Niemiec: Filiz Govercin i Kai R. Bolik, którzy objęli udziały po 4500,00 EURO każdy. W dniu 27 marca 2006 roku Emitent odkupił wszystkie udziały od udziałowców niemieckich i posiada za cenę po 1 EURO, płatną dla każdego z nich i obecnie posiada 100% udziałów w spółce.

One-2-One Mobile Ideas GmbH z siedzibą w Berlinie została wpisana do niemieckiego rejestru handlowego w dniu 25 lutego 2005 roku pod numerem B HRB 95141 B. Podstawowym przedmiotem działalności One-2-One Mobile Ideas GmbH jest świadczenie usług na rynku niemieckim.

Po 31 grudnia 2006 roku w skład Grupy One-2-One weszły dwa nowe podmioty: Comtica Sp. z o.o. (spółka zależna) i Streemo Sp. z o.o. (spółka stowarzyszona).

Comtica Sp. z o.o.

W dniu 15 maja 2007 roku zostały spełnione wszystkie warunki zawieszające warunkowej umowy kupna-sprzedaży z dnia 2 kwietnia 2007 roku dotyczącej 853 udziałów o łącznej wartości nominalnej 426.500,00 złotych w spółce Comtica sp. z o.o. od spółki MCI Management S.A. oraz zakupu 30 udziałów o łącznej wartości nominalnej 15.000,00 złotych w spółce Comtica sp. z o.o. od osoby fizycznej, inwestora business angel na podstawie umowy z dnia 15 maja 2007 roku One-2-One S.A.

W wyniku wyżej opisanych transakcji spółka One-2-One S.A. objęła 883 udziały, stanowiące 77,25% w kapitale zakładowym spółki Comtica sp. z o.o. Pozostałe 260 udziałów w spółce, stanowiące 22,75% w kapitale zakładowym, należy do pracowników i zarządzających spółką Comtica S.A.

Działalność Comtica sp. z o.o. wpisuje się w strategię spółki One-2-One S.A., która ma dominującą pozycję w usługach z wykorzystaniem telefonu komórkowego przez podmioty z sektora mediów. Dołączenie tego podmiotu do Grupy Kapitałowej poszerzy jej kompetencje o doświadczenia w projektach łączących komunikację internetową i mobilną z interaktywną telewizją.

Streemo Sp. z o.o.

W dniu 15 maja 2007 roku zostały spełnione wszystkie warunki zawieszające wynikające z warunkowej umowy kupna-sprzedaży z dnia 4 kwietnia 2007 roku dotyczącej zakupu 799 udziałów spółki Streemo Sp. z o.o. o wartości nominalnej 50 złotych każdy, oraz objęcia przez One-2-One S.A. nowych udziałów powstałych w wyniku podwyższenia kapitału zakładowego w Streemo Sp. z o.o.. Przejęte od spółki Comtica Sp. z o.o. udziały stanowią 24,97% kapitału zakładowego tej spółki.

Streemo Sp. z o.o. powstała w dniu 27 marca 2007 roku z inicjatywy Comtica Sp. z o.o. poprzez wydzielenia aktywów związanych z internetowym serwisem społecznościowym www.streemo.pl. www.streemo.pl jest przedsięwzięciem na etapie wczesnego rozwoju (start-up) prowadzącym społecznościowy portal internetowy z rozbudowanymi funkcjami wymiany informacji pomiędzy użytkownikami oraz treściami multimedialnymi. Model biznesowy Streemo jest oparty o przychody reklamowe oraz ecommerce. Spółka Streemo.pl jest od 27 kwietnia 2007 roku częścią grupy kapitałowej Digital Avenue, gdzie wiodącym inwestorem jest fundusz MCI Management S.A.

Rolą Grupy One-2-One, a w tym także spółki Comtica S.A., w wyżej opisanym przedsięwzięciu, będzie wykorzystanie unikatowych umiejętności i doświadczeń w zakresie projektów internetowych i mobilnych.

VIII.2 Zmiany w podstawowych zasadach zarządzania przedsiębiorstwem Spółki i jej grupą kapitałową;

Podstawowe zasady zarządzania spółką One-2-One SA oraz podmiotami zależnymi nie uległy zmianie.

VIII.3 Wielkość zatrudnienia Spółki oraz Grupy Kapitałowej One-2-One

Liczba pracowników nie obejmuje Członków Zarządu One-2-One S.A oraz Członków Zarządów spółek zależnych.

Pracownicy w spółkach Grupy Kapitałowej One-2-One stanowią znaczący kapitał. Podstawą wartości kapitału ludzkiego jest know-how – wiedza na temat w jaki sposób tworzyć rozwiązania mobilne oraz usługi, które zostało wytworzone na przestrzeni kilkuletniego zdobywania doświadczenia na rynku mobilnych usług dodanych. Bardzo duże znaczenie kapitału ludzkiego w realizacji strategii rozwoju spółek Grupy Kapitałowej One-2-One wynika z charakteru i specyfiki rynku mobilnych usług dodanych. Rynek mobilnych usług dodanych zaliczany jest do nowych rynków ściśle związanych z nowymi technologiami telekomunikacyjnymi oraz informatycznymi, które tworzą podstawy tzw. nowej gospodarki (*new economy*). Struktura *new economy* oparta jest w znacznej mierze na usługach, a nie na produkcji. Dominującym czynnikiem rozwoju rynków nowej gospodarki jest wiedza, jaką posiadają pracownicy. Pod tym względem wiedza pracowników oraz ich doświadczenie, które są podstawą know-how przyczyniają się do powstawania wartości intelektualnej przedsiębiorstw Spółki, która stanowią pozycję aktywów i wpływa na wzrost wartości One-2-One S.A. Spółka zwiększyła zatrudnienie w 2006 o około 40%.

Tabela 16. Zatrudnienie na koniec okresów w latach 2005-2006.

Zatrudnienie	2006	2005
- na koniec okresu	21,50	16,50
- przeciętne na pełne etaty	17,75	12,58

IX. Dane o osobach zarządzających i nadzorujących oraz akcjonariuszach

IX.1 Akcje Spółki oraz akcje i udziały w jednostkach powiązanych będące w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących

Według stanu wiedzy One-2-One S.A. na dzień 31 grudnia 2006 ilość akcji posiadanych przez osoby zarządzające i nadzorujące Spółką przedstawia się następująco:

Tabela 17. Akcje posiadane przez członków Zarządu One-2-One S.A.

	Ilość posiadanych akcji
Tomasz Długiewicz – Prezes Zarządu One-2-One S.A.	1 232 825
Piotr Dzięcioł – Wiceprezes Zarządu One-2-One S.A.	44 153
Mariusz Malec – Członek Zarządu One-2-One S.A.	18 118

IX.2 Wartości wynagrodzeń osób zarządzających i nadzorujących

Za okres od 1 stycznia 2006 do 31 grudnia 2006 Członkom Rady Nadzorczej przysługiwało następujące wynagrodzenie:

Tabela 18. Wynagrodzenia Członków Rady Nadzorczej

Wynagrodzenia ('000 PLN)	3
Roman Pudelko	1
Grzegorz Leszczyński	2

W okresie od 1 stycznia 2006 do 31 grudnia 2006 wypłacono Członkom Zarządu następujące kwoty wynagrodzeń:

Tabela 19. Wynagrodzenia Członków Zarządu

Wynagrodzenia ('000 PLN)	673
Tomasz Długiewicz - Concept Management Sp. z o.o.	396
Piotr Dzięcioł	170
Mariusz Malec	107

IX.3 Akcjonariusze posiadający bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne, co najmniej 5% w ogólnej liczbie głosów na WZA

Tabela 20. Akcjonariusze posiadający bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne, co najmniej 5% w ogólnej liczbie głosów na WZA Spółki.

	Ilość akcji na koniec 2006 r.	Udział procentowy w kapitale zakładowym na koniec 2006 r.
Akcje One-2-One S.A. ogółem	6 300 000	100%
MCI Management S.A.	2 110 480	33%
Tomasz Długiewicz	1 232 825	20%

X. Informacja o podmiocie uprawnionym do badania sprawozdań finansowych

Spółka zawarła umowę o przeprowadzeniu badania jednostkowego i skonsolidowanego sprawozdania finansowego w dniu 24 lipca 2006 roku w Warszawie. Umowa dotyczy przeglądu badania sprawozdań finansowych emitenta oraz skonsolidowanych sprawozdań finansowych za rok 2006.

Wysokości wynagrodzenia, wynikającego z umowy z podmiotem uprawnionym do badania sprawozdań należnego lub wypłaconego z tytułów dotyczącego danego roku obrotowego przedstawia poniższa tabela.

Tabela 21. Wysokości wynagrodzenia podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań

Przedmiot	2006 '000 PLN	2005 '000 PLN
Badanie i przegląd jednostkowego sprawozdania finansowego	20,00	10,00
Badanie i przegląd skonsolidowanego sprawozdania finansowego	10,00	3,00
Doradztwo oraz badanie sprawozdań na potrzeby IPO	47,00	
Pozostałe usługi		6,00
Razem	77,00	19,00

Prezes Zarządu
Tomasz Długiewicz

Wiceprezes Zarządu
Piotr Dziecioł

Członek Zarządu
Mariusz Malec

Poznań, dnia 23 maja 2007r.

OŚWIADCZENIE ZARZĄDU W SPRAWIE RZETELNOŚCI SPORZĄDZENIA SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO

Zarząd One-2-One S.A. oświadcza, że wedle ich najlepszej wiedzy, roczne sprawozdanie finansowe i dane porównywalne sporządzone zostały zgodnie z obowiązującymi zasadami rachunkowości oraz że odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową emitenta oraz jego wynik finansowy oraz że roczne sprawozdanie zarządu zawiera prawdziwy obraz rozwoju i osiągnięć oraz sytuacji emitenta, w tym opis podstawowych ryzyk i zagrożeń.

Prezes Zarządu
Tomasz Długiewicz

Wiceprezes Zarządu
Piotr Dzięcioł

Członek Zarządu
Mariusz Malec

Poznań, dnia 23.05.2007 r.

OŚWIADCZENIE ZARZĄDU W SPRAWIE PODMIOTU UPRAWNIONEGO DO BADANIA SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH

Zarząd One-2-One S.A. oświadcza, że podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych, dokonujący badania rocznego sprawozdania finansowego został wybrany zgodnie z przepisami prawa oraz że podmiot ten oraz biegli rewidenci dokonujący tego badania spełniali warunki do wydania bezstronnej i niezależnej opinii z badania, zgodnie z właściwymi przepisami prawa krajowego.

Prezes Zarządu
Tomasz Długiewicz

Wiceprezes Zarządu
Piotr Dzięcioł

Członek Zarządu
Mariusz Malec

Poznań, dnia 23.05.2007 r.

**Opinia niezależnego biegłego rewidenta
dla Akcjonariuszy S.A.
za okres obrotowy od 1 stycznia do 31 grudnia 2006**

Przeprowadziliśmy badanie sprawozdania finansowego One 2 One S.A. z siedzibą w Poznaniu, przy ul. Rakoniewickiej 20, stanowiącego załącznik do niniejszej opinii i obejmującego:

- (a) rachunek zysków i strat za okres obrotowy od 01.01.2006 do 31.12.2006 wykazujący zysk netto w kwocie 671 tys. zł,
- (b) bilans sporządzony na dzień 31.12.2006, który po stronie aktywów i pasywów wykazuje sumę 21.515 tys. zł,
- (c) zestawienie zmian w kapitale własnym za okres obrotowy od 01.01.2006 do 31.12.2006 wykazujące zwiększenie kapitału własnego o kwotę 12.374 tys. zł,
- (d) rachunek przepływów pieniężnych za okres obrotowy od 01.01.2006 do 31.12.2006 wykazujący zwiększenie stanu środków pieniężnych o kwotę 11.147 tys. zł,
- (e) noty do sprawozdania finansowego.

Za sporządzenie sprawozdania finansowego oraz sprawozdania z działalności odpowiedzialny jest Zarząd Spółki. Naszym zadaniem jest wyrażenie opinii o rzetelności, prawidłowości i jasności sprawozdania finansowego oraz prawidłowości ksiąg rachunkowych stanowiących podstawę jego sporządzenia.

Badanie to przeprowadziliśmy stosownie do postanowień:

- (a) rozdziału 7 ustawy z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (j.t. Dz. U. z 2002 r. Nr 76, poz. 694 wraz z późniejszymi zmianami, zwana dalej ustawą o rachunkowości),
- (b) norm wykonywania zawodu biegłego rewidenta wydanych przez Krajową Radę Biegłych Rewidentów w Polsce.

Badanie nasze zostało zaplanowane i przeprowadzone tak, aby uzyskać wystarczającą pewność pozwalającą na wyrażenie miarodajnej opinii o sprawozdaniu finansowym i stanowiących podstawę jego sporządzenia księgach rachunkowych. Badanie obejmowało w szczególności ocenę poprawności zasad rachunkowości stosowanych przez Spółkę oraz istotnych oszacowań dokonywanych na potrzeby sporządzenia sprawozdania finansowego, sprawdzenie – w przeważającej mierze w sposób wyrównowy – dowodów i zapisów księgowych, z których wynikają liczby i informacje zawarte w sprawozdaniu, jak i całościową ocenę sprawozdania finansowego. Uważamy, że nasze badanie stanowiło wystarczającą podstawę dla wyrażenia opinii.

Naszym zdaniem, zbadane sprawozdanie finansowe, obejmujące dane liczbowe i objaśnienia słowne, zostało sporządzone, we wszystkich istotnych aspektach, na podstawie prawidłowo prowadzonych ksiąg rachunkowych i zgodnie ze stosowanymi w sposób ciągły zasadami rachunkowości, wynikającymi z Międzynarodowych Standardów Rachunkowości, Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej oraz związanymi z nimi interpretacjami ogłoszonymi w formie rozporządzeń Komisji Europejskiej, a w zakresie nieuregulowanym w tych standardach – stosownie do wymogów ustawy o rachunkowości i wydanych na jej podstawie przepisów wykonawczych. Sprawozdanie finansowe jest zgodne z wpływającymi na jego treść przepisami prawa i postanowieniami umowy Spółki, a także przedstawia rzetelnie i jasno wszystkie informacje istotne dla oceny sytuacji majątkowej i finansowej badanej Spółki na dzień 31.12.2006 jak też jej wynik finansowy za okres obrotowy od 01.01.2006 do 31.12.2006.

Stwierdzamy, że sprawozdanie z działalności Spółki One 2 One S.A. jest kompletne w rozumieniu ustawy o rachunkowości i Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 19 października 2005 r. w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych (Dz. U. Nr 209 poz. 1744) oraz zawarte w nim informacje są zgodne ze zbadanym sprawozdaniem finansowym.

Działający w imieniu BAKER TILLY Smoczyński i Partnerzy Sp. z o.o.

(dawna nazwa: Moore Stephens Smoczyński i Partnerzy Sp. z o. o.)

Joe Smoczyński

Biegły Rewident wpisany na listę Biegłych Rewidentów pod numerem 90001

Prezes Zarządu BAKER TILLY Smoczyński i Partnerzy Sp. z o.o.

Spółka wpisana na listę podmiotów uprawnionych do badania sprawozdań finansowych pod numerem 1898

Warszawa, dnia 23.05.2007 r.

**Raport uzupełniający opinię z badania sprawozdania finansowego
dla Akcjonariuszy One 2 One S.A.
za okres obrotowy od 1 stycznia do 31 grudnia 2006**

Raport został opracowany w związku z badaniem sprawozdania finansowego One 2 One S.A. z siedzibą w Poznaniu, przy ul. Rakoniewickiej 20, (zwanej dalej Spółką).

Badaniu podlegało sprawozdanie finansowe obejmujące:

- (a) rachunek zysków i strat za okres obrotowy od 01.01.2006 do 31.12.2006 wykazujący zysk netto w kwocie 671 tys. zł,
- (b) bilans sporządzony na dzień 31.12.2006, który po stronie aktywów i pasywów wykazuje sumę 21.515 tys. zł,
- (c) zestawienie zmian w kapitale własnym za okres obrotowy od 01.01.2006 do 31.12.2006 wykazujące zwiększenie kapitału własnego o kwotę 12.374 tys. zł,
- (d) rachunek przepływów pieniężnych za okres obrotowy od 01.01.2006 do 31.12.2006 wykazujący zwiększenie stanu środków pieniężnych o kwotę 11.147 tys. zł,
- (e) noty do sprawozdania finansowego.

Sprawozdanie finansowe zostało podpisane przez Zarząd Spółki oraz osobę odpowiedzialną za prowadzenie ksiąg rachunkowych dnia 23.05.2007. Raport ten powinien być czytany wraz z opinią biegłego rewidenta dla Akcjonariuszy Spółki z dnia 23.05.2007 dotyczącą wyżej opisanego sprawozdania finansowego.

Raport zawiera 11 kolejno ponumerowanych stron i składa się z następujących części:

	Strona
I. Ogólna charakterystyka Spółki	2
II. Ogólne informacje dotyczące przeprowadzonego badania	3
III. Podsumowanie przeprowadzonego badania	3
IV. Analiza finansowa	5
V. Omówienie pozycji sprawozdania finansowego	9
VI. Stwierdzenia biegłego rewidenta	10

Działający w imieniu BAKER TILLY Smoczyński i Partnerzy Sp. z o.o.
(dawna nazwa: Moore Stephens Smoczyński i Partnerzy Sp. z o. o.)

Joe Smoczyński

Biegły Rewident wpisany na listę Biegłych Rewidentów pod numerem 90001
Prezes Zarządu BAKER TILLY Smoczyński i Partnerzy Sp. z o.o.
Spółka wpisana na listę podmiotów uprawnionych do badania sprawozdań
finansowych pod numerem 1898

Warszawa, dnia 23.05. 2007 r.

One 2 One S.A.
Raport uzupełniający opinię z badania sprawozdania finansowego
za okres obrotowy od 1 stycznia do 31 grudnia 2006

I. Ogólna charakterystyka Spółki

- (a) One 2 One S.A., zwana dalej Spółką, prowadzi swoją działalność w oparciu o Kodeks Sądowy. Siedziba Spółki mieści się w Poznaniu przy ul. Rakoniewickiej 20.
- (b) Akt założycielski One 2 One Sp. z o.o. sporządzono w formie aktu notarialnego w Kancelarii Notarialnej Hanny Jasiewicz w Poznaniu w dniu 17.04.2001, Repertorium A nr 2796/2001. Sąd Rejonowy w Poznaniu w dniu 29.05.2001 wydał postanowienie o wpisie Spółki do Krajowego Rejestru Sądowego pod nr 0000013175. W wyniku przekształcenia formy prawnej One-2-One Sp. z o.o. na Spółkę Akcyjną, w dniu 02.01.2006 została ona zarejestrowana w Krajowym Rejestrze Sądowym pod nr 0000246988. Ostatniego aktualnego odpisu z Krajowego Rejestru Sądowego dokonano dnia 02.02.2007.
- (c) Spółka posiada nadany jej numer identyfikacji podatkowej NIP 779-21-52-320 oraz statystycznej w systemie REGON 634196995.
- (d) Rzeczywistym przedmiotem działalności Spółki zgodnie ze statutem było świadczenie usług w zakresie integrowania i obsługi ruchu SMS.
- (e) Sprawozdanie finansowe Spółki za ubiegły okres obrotowy od 01.01.2005 do 31.12.2005 zostało zbadane przez Baker Tilly Smoczyński i Partnerzy Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, przy ul. Nowogrodzkiej 12/3 i uzyskało opinię bez zastrzeżeń.
- (f) Sprawozdanie finansowe Spółki za ubiegły okres obrotowy zostało zatwierdzone uchwałą Zgromadzenia Akcjonariuszy z dnia 01.06.2006. Zgromadzenie Akcjonariuszy w dniu 01.06.2006 dokonało podziału zysku netto za ubiegły rok obrotowy w kwocie 536.163,00 zł przeznaczając go na kapitał zapasowy.
- (g) Sprawozdanie za ubiegły okres obrotowy zostało złożone w Krajowym Rejestrze Sądowym w dniu 22.06.2006. Spółka nie miała obowiązku publikacji sprawozdania za ubiegły okres obrotowy w Monitorze Polskim B.
- (h) Władze Spółki stanowią: Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy, Rada Nadzorcza i Zarząd.
- (i) W okresie obrotowym członkami Zarządu Spółki byli:
- Tomasz Długiewicz Prezes Zarządu
 - Piotr Dzięcioł Wiceprezes Zarządu
 - Mariusz Malec Członek Zarządu

od 24.02.2006

- (k) Akcje w Spółce na dzień bilansowy były objęte następująco:

	Ilość akcji	Wartość akcji w zł	% posiadanych głosów
MCI Management	2 110 500	211 050	33
Tomasz Długiewicz	1 232 910	123 291	20
Pozostali poniżej 5%	2 956 590	295 659	47
	6 300 000	630 000	100

- (l) W dniu 25.11.2005 Nadzwyczajne Zgromadzenie Wspólników Spółki One-2-One Sp. z o.o. podjęło uchwałę o przekształceniu Spółki w Spółkę Akcyjną, podwyższając kapitał podstawowy o kwotę 383 tys. zł. Podwyższenie kapitału w całości pokryto z kapitału zapasowego Spółki. Kapitał podstawowy przekształconej Spółki wynosił 500 tys. zł. i dzielił się na 500.000 akcji imiennych zwykłych serii A o wartości nominalnej 1,00 zł każda. Fakt

One 2 One S.A.
Raport uzupełniający opinię z badania sprawozdania finansowego
za okres obrotowy od 1 stycznia do 31 grudnia 2006

przekształcenia Spółki i podwyższenia kapitału został zarejestrowany w Krajowym Rejestrze Sądowym w dniu 02.02.2006

Uchwałą Nadzwyczajnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Spółki z dnia 24.02.2006 kapitał podstawowy podwyższony został do kwoty 630 tys. w drodze emisji akcji serii B w ilości 1.300.000 o wartości nominalnej 0,10 zł i cenie emisyjnej 10 zł każda. Dokonano również zamiany istniejących akcji imienny na akcje na okaziciela.

W dniu 20.07.2006 prospekt emisyjny zatwierdzony został przez KPWiG.

Postanowieniem Sądu Rejonowego w Poznaniu z dnia 25.09.2006 zmiany zarejestrowane zostały w Krajowym Rejestrze Sądowym.

- (m) Jednostki powiązane z badaną jednostką to:
Jednostki zależne: MobiTrust Sp. z o. o., One-2-One Mobile Ideas GmbH, MobiJoy Sp. z o. o.
- (n) Bieżący okres obrotowy obejmuje 12 kolejnych miesięcy od 1.01.2006 do 31.12.2006. Ubiegły okres obrotowy obejmuje odpowiednio 12 miesięcy roku 2005. Okres obrotowy dwa lata wstecz obejmuje odpowiednio 12 miesięcy roku 2004.

II. Ogólne informacje dotyczące przeprowadzonego badania

- (a) Baker Tilly Smoczyński i Partnerzy Sp. z o.o. została wybrana na audytora Spółki uchwałą Zgromadzenia Rady Nadzorczej z dnia 21.07.2006.
- (b) Badanie przeprowadzono w siedzibie Spółki na podstawie umowy zawartej w dniu 24.07.2006 pomiędzy Spółką jako Zleceniodawcą a Baker Tilly Smoczyński i Partnerzy Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie przy ul. Nowogrodzkiej 12 lok. 3, jako Zleceniobiorcą, w okresie:
- badanie wstępne od 06.11.2006 do 10.11.2006,
 - badanie końcowe od 05.03.2007 do 09.03.2007.
- (c) Następujące inwentaryzacje zostały przeprowadzone przez Spółkę w okresie objętym badaniem:
- drogą spisu z natury ilości składników majątku:
 - środki pieniężne w kasie wg stanu na dzień 31.12.2006;
 - drogą uzyskania potwierdzeń stanów sald od banków i kontrahentów:
 - środków pieniężnych na rachunkach bankowych wg stanu na dzień 31.12.2006;
 - należności wg stanu na dzień 30.11.2006;
 - zobowiązań wg stanu na dzień 31.12.2006;
- (d) Uzyskano pisemne oświadczenie doradcy prawnego dotyczące sporów i spraw natury prawnej związanych ze Spółką z dnia 23.05.2005.
- (e) Otrzymano od zarządu Spółki oświadczenie z datą 23.05.2007 o kompletności, rzetelności i prawidłowości sprawozdania finansowego przedstawionego do badania i ujawnieniu w informacji dodatkowej wszelkich zobowiązań warunkowych oraz o nie zaistnieniu lub ewentualnym zaistnieniu do dnia zakończenia badania zdarzeń, wpływających w sposób znaczący na wielkość danych wykazanych w sprawozdaniu finansowym za badany rok.

III. Podsumowanie przeprowadzonego badania

W dniu 02.02.2006 nastąpił wpis do Krajowego Rejestru Sądowego dotyczący przekształcenia Spółki w Spółkę Akcyjną oraz podwyższenia kapitału podstawowego do kwoty 500.000 zł.

Na podstawie uchwały Nadzwyczajnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Spółki z dnia 24.02.2006 dokonano kolejnego podwyższenia kapitału podstawowego do kwoty 630.000 zł w drodze emisji akcji serii B w ilości 1.300.000 o wartości nominalnej 0,10 zł i cenie emisyjnej 10 zł każda. Dokonano

One 2 One S.A.**Raport uzupełniający opinię z badania sprawozdania finansowego
za okres obrotowy od 1 stycznia do 31 grudnia 2006**

również zamiany istniejących akcji imienny na akcje na okaziciela. Wpis zmian w wysokości kapitału podstawowego w Krajowym Rejestrze Sądowym nastąpił 25.09.2006. W związku z emisją akcji wpływ środków finansowych do spółki wyniósł 11.450 tys. zł

W badanym okresie Spółka nabyła udziały w spółce One 2 One GmbH oraz MobiJoy w wyniku czego stała się 100% udziałowcem.

W stosunku do roku poprzedniego nastąpił wzrost przychodów ze sprzedaży co wpłynęło na wzrost wyniku finansowego.

One 2 One S.A.
Raport uzupełniający opinię z badania sprawozdania finansowego
za okres obrotowy od 1 stycznia do 31 grudnia 2006

IV. Analiza finansowa

RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT
za rok obrotowy od 1 stycznia do 31 grudnia 2006

		A	B	C	Zmiana	Zmiana	Zmiana	Zmiana	Bieżący	Ubiegły	Okres dwa
	Koment-	Bieżący	Ubiegły	Okres dwa	(A-B)	(A-B)/B	(B-C)	(B-C)/C	okres	okres	lata wstecz
	tarz	'000 zł	'000 zł	lata wstecz	'000 zł	%	'000 zł	%	Struktura %	Struktura %	Struktura %
				000 zł							
Działalność kontynuowana											
Przychody ze sprzedaży	1	13 544	8 084	4 448	5 460	68%	3 636	82%	100%	100%	100%
Koszt własny sprzedaży	1	(11 210)	(6 210)	(3 292)	(5 000)	81%	(2 918)	89%	-83%	-77%	-74%
Zysk (strata) brutto na sprzedaży		2 334	1 874	1 156	460	25%	718	62%	17%	23%	26%
Koszty sprzedaży	1	(397)	(382)	(189)	(15)	4%	(193)	102%	-3%	-5%	-4%
Koszty ogólnego zarządu	1	(1 544)	(850)	(654)	(694)	82%	(196)	30%	-11%	-11%	-15%
Pozostałe przychody operacyjne		59	62	2	(3)	-5%	60	3000%	0%	1%	0%
Pozostałe koszty operacyjne		(23)	(50)	(29)	27	-54%	(21)	72%	0%	-1%	-1%
Zyski (straty) z inwestycji		-	43	-	(43)	-100%	43	0%	0%	1%	0%
Zysk (strata) na działalności operacyjnej		429	697	286	(268)	-38%	411	144%	3%	9%	6%
Koszty finansowe netto		98	(35)	(2)	133	-380%	(33)	1650%	1%	0%	0%
Zysk/(strata) przed opodatkowaniem		527	662	284	(135)	-20%	378	133%	4%	8%	6%
Podatek dochodowy		144	(126)	(63)	270	-214%	(63)	100%	1%	-2%	-1%
Zysk/(strata) netto		671	536	221	135	25%	315	143%	5%	7%	5%

One 2 One S.A.
Raport uzupełniający opinię z badania sprawozdania finansowego
za okres obrotowy od 1 stycznia do 31 grudnia 2006

BILANS na dzień 31 grudnia 2006

		A	B	C							
	Komen- tarz	Koniec bieżącego okresu '000 zł	Koniec ubiegłego okresu '000 zł	Koniec okresu dwa lata wstecz '000 zł	Zmiana (A-B) '000 zł	Zmiana (A-B)/B %	Zmiana (B-C) '000 zł	Zmiana (B-C)/C %	Koniec bieżącego okresu Struktura %	Koniec ubiegłego okresu Struktura %	Koniec okresu dwa lata wstecz Struktura %
AKTYWA											
Aktywa trwałe											
Wartości niematerialne	2	38	91	91	(53)	-58%	-	0%	0%	4%	5%
Rzeczowe aktywa trwałe	2	133	134	92	(1)	-1%	42	46%	1%	5%	6%
Inwestycje w jednostkach zależnych i stowarzyszonych	3	4 457	671	42	3 786	564%	629	1498%	21%	26%	3%
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego		207	29	23	178	614%	6	26%	1%	1%	1%
		4 835	925	248	3 910	423%	677	273%	22%	36%	15%
Aktywa obrotowe											
Należności handlowe oraz pozostałe należności	4	5 524	1 646	991	3 878	236%	655	66%	26%	64%	59%
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	5	11 156	9	432	11 147	123856%	-423	-30%	52%	0%	85%
		16 680	1 655	1 423	15 025	908%	232	16%	78%	64%	85%
Suma aktywów		21 515	2 580	1 671	18 935	734%	909	54%	100%	100%	100%

One 2 One S.A.
Raport uzupełniający opinię z badania sprawozdania finansowego
za okres obrotowy od 1 stycznia do 31 grudnia 2006

BILANS na dzień 31 grudnia 2006 (c.d.)

		A	B	C							
	Komen- tarz	Koniec bieżącego okresu '000 zł	Koniec ubiegłego okresu '000 zł	Koniec okresu dwa lata wstecz '000 zł	Zmiana (A-B) '000 zł	Zmiana (A-B)/B %	Zmiana (B-C) '000 zł	Zmiana (B-C)/C %	Koniec bieżącego okresu Struktura %	Koniec ubiegłego okresu Struktura %	Koniec okresu dwa lata wstecz Struktura %
PASYWA											
Kapitał własny											
Kapitał podstawowy		630	117	117	513	438%	-	0%	3%	5%	7%
Kapitał zapasowy	6	12 133	530	530	11 603	2189%	-	0%	56%	21%	32%
Pozostałe kapitały rezerwowe		123	-	-	123	0%	-	0%	1%	0%	0%
Zysk (strata) z lat ubiegłych		(91)	(91)	(313)	-	0%	222	-71%	0%	-4%	-19%
Zysk (strata) netto okresu obrotowego		671	536	221	135	25%	315	143%	3%	21%	13%
Razem kapitały własne		13 466	1 092	555	12 374	1133%	537	97%	63%	42%	33%
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania											
Zobowiązania długoterminowe		51	19	27	32	168%	(8)	-30%	0%	1%	2%
Zobowiązania krótkoterminowe	7	7 998	1 469	1 089	6 529	444%	380	35%	37%	57%	65%
		8 049	1 488	1 116	6 561	441%	372	33%	37%	58%	67%
Suma pasywów		21 515	2 580	1 671	18 935	734%	909	54%	100%	100%	100%

One 2 One S.A.
Raport uzupełniający opinię z badania sprawozdania finansowego
za okres obrotowy od 1 stycznia do 31 grudnia 2006

Sytuacja majątkowa i finansowa, wynik finansowy oraz rentowność Spółki

Działalność gospodarczą Spółki, jej wynik finansowy i rentowność za rok obrotowy oraz sytuację majątkową i finansową na dzień bilansowy w porównaniu do okresu poprzedzającego charakteryzują następujące wskaźniki:

		J.m.	Bieżący okres	Ubiegły okres
<u>Wskaźniki aktywności</u>				
- produktywność majątku ogółem	$\frac{\text{przychody ze sprzedaży}}{\text{przeciętny stan aktywów}}$		1,12	3,80
- produktywność majątku trwałego	$\frac{\text{przychody ze sprzedaży}}{\text{przeciętny stan aktywów trwałych}}$		4,70	13,78
- produktywność kapitału własnego	$\frac{\text{przychody ze sprzedaży}}{\text{przeciętny stan kapitału własnego}}$		1,86	9,82
- szybkość obrotu należności	$\frac{\text{przec. stan należności handlowych} \times 365 \text{ dni}}{\text{przychody ze sprzedaży}}$	dni	65	35
<u>Wskaźniki rentowności</u>				
- rentowność sprzedaży netto	$\frac{\text{zysk/strata netto}}{\text{przychody ze sprzedaży}}$	%	4,95	6,63
- rentowność sprzedaży brutto	$\frac{\text{zysk/strata ze sprzedaży}}{\text{przychody ze sprzedaży}}$	%	17,23	23,18
- rentowność majątku ogółem	$\frac{\text{zysk/strata netto}}{\text{przeciętny stan aktywów}}$	%	5,57	25,22
- rentowność kapitału własnego	$\frac{\text{zysk/strata netto}}{\text{przeciętny stan kapitału własnego}}$	%	9,22	65,09
<u>Wskaźniki finansowania</u>				
- stopa zadłużenia	$\frac{\text{suma zobowiązań długo i krótkoterminowych}}{\text{suma pasywów}}$		0,37	0,58
- szybkość obrotu zobowiązań	$\frac{\text{przec. stan zobowiązań handlowych} \times 365 \text{ dni}}{\text{koszt własny sprzedaży}}$	dni	97	50
- pokrycie majątku trwałego kapitałem własnym	$\frac{\text{kapitał własny}}{\text{aktywa trwałe}}$		2,79	1,18
- trwałość struktury finansowania	$\frac{\text{kapitał własny} + \text{zobowiązania długoterminowe}}{\text{suma pasywów}}$		0,63	0,43
<u>Wskaźniki płynności</u>				
- płynności I	$\frac{\text{aktywa obrotowe ogółem}}{\text{zobowiązania krótkoterminowe}}$		2,09	1,13
- płynności II	$\frac{\text{aktywa obrotowe ogółem} - \text{zapasy}}{\text{zobowiązania krótkoterminowe}}$		2,09	1,13
- płynności III	$\frac{\text{środki pieniężne}}{\text{zobowiązania krótkoterminowe}}$		1,39	0,01

One 2 One S.A.
Raport uzupełniający opinię z badania sprawozdania finansowego
za okres obrotowy od 1 stycznia do 31 grudnia 2006

		J.m.	Bieżący okres	Ubiegły okres
<u>Wskaźniki rynku kapitałowego</u>				
- zysk/strata na jedną akcję	$\frac{\text{zysk/strata netto}}{\text{ilość wyemitowanych akcji}}$	zł	0,11	-
- cena do zysku/straty na jedną akcję	$\frac{\text{cena rynkowa jednej akcji}}{\text{zysk/strata netto na jedną akcję}}$		131,33	-
- kapitał własny na jedną akcję	$\frac{\text{kapitał własny}}{\text{ilość wyemitowanych akcji}}$	zł	2,14	-

V. Omówienie wybranych pozycji sprawozdania finansowego

1. Przychody i koszty działalności kontynuowanej

Podstawową działalnością Spółki w bieżącym okresie była obsługa ruchów SMS, ze sprzedaży tychże usług pochodzi główna część uzyskanych przychodów.

Do pozostałej sprzedaży, która w znaczącym stopniu wpłynęła na wielkość przychodów w bieżącym okresie należała sprzedaż oprogramowania.

Na koszty działalności operacyjnej składają się głównie koszty usług obcych oraz wynagrodzeń pracowników.

2. Wartości niematerialne i rzeczowe aktywa trwałe

Pozycja wartości niematerialnych obejmuje głównie oprogramowanie komputerowe.

Na rzeczowe aktywa trwałe składają się urządzenia komputerowe, w tym część użytkowana przez Spółkę na podstawie umów leasingu. Zmiany w stosunku do ubiegłego okresu wynikają z zakupu urządzeń komputerowych oraz bieżącej amortyzacji.

3. Inwestycje długoterminowe

Inwestycje długoterminowe obejmują udziały w jednostkach zależnych MobiJoy Sp z o.o., O-2-O GmbH oraz w Spółce MobiTrust. Na dzień bilansowy udziały zostały wykazane w cenie nabycia. Zmiany w ciągu roku obrotowego wynikają z nabycia kolejnych udziałów w spółkach MobiJoy i One 2 One Mobile Ideas GmbH, w wyniku których One 2 One S.A stała się 100% udziałowcem.

4. Należności krótkoterminowe

Na dzień 30.11.2006 Spółka uzgodniła 78% sald należności z tytułu dostaw i usług. Do ostatniego dnia badania Spółka rozliczyła co najmniej 99% należności z tytułu dostaw i usług.

Na należność z tytułu podatków na dzień bilansowy składa się nadwyżka podatku VAT naliczonego nad należnym oraz nadpłata w podatku dochodowym od osób prawnych wynikająca z rozliczenia rocznego.

Pozostałe należności dotyczą przede wszystkim udzielonej pożyczki do jednostki powiązanej.

Na rozliczenia międzyokresowe składają się głównie przychody ze sprzedaży dotyczące roku badanego, a zafakturowane w 2007.

5. Inwestycje krótkoterminowe

Na pozycję składają się głównie krótkoterminowe lokaty bankowe.

6. Kapitał zapasowy

Zwiększenie kapitału zapasowego w ciągu okresu obrotowego to głównie odpis z zysku, a także nadwyżka wartości nominalnej kapitału akcyjnego nad ceną emisyjną pomniejszona o koszty emisji.

7. Zobowiązania krótkoterminowe

Zobowiązania krótkoterminowe dotyczą głównie zobowiązań handlowych, zobowiązań budżetowych i zobowiązań z tytułu wynagrodzeń.

Spółka do ostatniego dnia badania uzgodniła co najmniej 81% sald zobowiązań z tytułu dostaw i usług oraz rozliczyła co najmniej 97% zobowiązań krótkoterminowych z tytułu dostaw i usług.

Zobowiązania budżetowe dotyczą zobowiązania z tytułu podatku dochodowego od osób fizycznych oraz składek ZUS. Zobowiązania podatkowe przedawniają się z upływem 5 lat, licząc od końca roku kalendarzowego, w którym upłynął termin płatności podatku.

8. Zabezpieczenia na majątku ustanowione na rzecz osób trzecich

W ramach zabezpieczenia spłaty zobowiązań z tytułu leasingu ustanowiono zabezpieczenie w postaci weksla In blanco oraz zabezpieczenie na leasingowanych środkach trwałych.

VI. Stwierdzenia biegłego rewidenta

- (a) Spółka przedstawiła żądane informacje, wiarygodne wyjaśnienia i oświadczenia w wystarczającym zakresie i w rozsądnym czasie dla celów przeprowadzenia badania oraz przedłożyła oświadczenie o kompletnym ujęciu danych w księgach rachunkowych i wykazaniu wszelkich zobowiązań warunkowych oraz ujawnieniu istotnych zdarzeń, które nastąpiły po dacie bilansu do dnia złożenia oświadczenia.
- (b) Spółka posiada aktualną dokumentację opisującą przyjęte przez nią zasady rachunkowości, które można uznać za poprawne. Zbadane przez nas operacje gospodarcze dokumentowane były w sposób kompletny, przejrzysty i zostały poprawnie ujęte w księgach rachunkowych. Zbadane przez nas zapisy księgowe zostały dokonane poprawnie i kompletnie na podstawie dowodów księgowych. Sprawozdanie finansowe wynika z prawidłowo prowadzonych ksiąg rachunkowych.
- (c) Przyjęte zasady rachunkowości są stosowane w sposób ciągły a w przypadku dokonania przez Spółkę zmian w zakresie stosowanych zasad wyceny w informacji dodatkowej określono przyczynę wprowadzenia zmian oraz ich wpływ na wynik finansowy za bieżący okres obrotowy zapewniając porównywalność danych finansowych dotyczących okresu bieżącego i ubiegłego. Bilans zamknięcia na koniec ubiegłego okresu obrotowego został prawidłowo wprowadzony do ksiąg rachunkowych jako bilans otwarcia bieżącego okresu.
- (d) Księgi prowadzone są przy pomocy komputera w sposób rzetelny, bezbłędny i sprawdzalny. Stosowane metody zabezpieczenia dostępu do danych i systemu ich przetwarzania są wystarczające. Dokumentacja księgowa, księgi rachunkowe i sprawozdania finansowe są przechowywane właściwie.

- (e) Na podstawie badania systemu kontroli wewnętrznej Spółki oraz badania wiarygodności poszczególnych pozycji sprawozdania finansowego można stwierdzić, że system kontroli wewnętrznej zapewnia prawidłowe i rzetelne prowadzenie ksiąg rachunkowych.
- (f) Kapitał podstawowy został pokryty zgodnie z literą prawa i faktycznie istnieje.
- (g) Inwentaryzacje mające miejsce w okresie badanym zostały przeprowadzone prawidłowo, zgodnie z ustawą o rachunkowości. Wyniki inwentaryzacji zostały poprawnie rozliczone i ujęte w księgach rachunkowych.
- (h) Pozycje kształtujące wynik finansowy brutto na działalności gospodarczej Spółki we wszystkich istotnych aspektach zostały ujęte w sposób kompletny i prawidłowy.
- (i) Wynik finansowy brutto został we wszystkich istotnych aspektach poprawnie przekształcony w wynik finansowy netto.
- (j) Zestawienie zmian w kapitale własnym oraz rachunek przepływów pieniężnych zostały we wszystkich istotnych aspektach sporządzone prawidłowo w powiązaniu z bilansem, rachunkiem zysków i strat oraz księgami rachunkowymi.
- (k) Noty do sprawozdania finansowego zawierają wszystkie istotne informacje wymagane przez Międzynarodowe Standardy Rachunkowości i Międzynarodowe Standardy Sprawozdawczości Finansowej i zostały przedstawione we wszystkich istotnych aspektach prawidłowo.
- (l) Sprawozdanie z działalności jednostki jest kompletne w rozumieniu ustawy o rachunkowości oraz zawarte w nim informacje są zgodne ze sprawozdaniem finansowym za okres bieżący.
- (m) Dane liczbowe przedstawione notach do sprawozdania finansowego uzupełnione informacjami zawartymi w części IV i V raportu spełniają w istotnych aspektach wymagania norm wykonywania zawodu biegłego rewidenta wydanych przez Krajową Radę Biegłych Rewidentów w Polsce.
- (n) Stwierdza się, że zarówno podmiot uprawniony, jak i biegły rewident są niezależni od badanej jednostki.