



„CAM Media”
Spółka Akcyjna

z siedzibą w Warszawie
Identyfikator REGON 015664139

SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI ZA 2007 ROK

Warszawa, 11 czerwca 2008 r.

SPRAWOZDANIE ZARZĄDU

I. Stan prawny i charakterystyka Spółki CAM Media

I. 1. Informacja ogólna

Spółka Akcyjna CAM Media z siedzibą w Warszawie przy ul. Tamka 16 lok. U-4

Przedmiotem podstawowej działalności Spółki CAM Media S.A. jest planowanie, wdrażanie oraz kontrola kampanii reklamowych, opartych o wykorzystanie niestandardowych nośników, często nazywanych przez branżę kampaniami ambientowymi.

Kampanie reklamowe typu „ambient” (niestandardowe) są zaliczane do kategorii „reklama zewnętrzna” lub inaczej reklama outdoorowa. Drugą kategorią kampanii reklamowych o niestandardowym charakterze jest reklama w punktach sprzedaży, nazywana również „reklamą indoorową”. Ta kategoria obejmuje powierzchnie i przestrzeń wewnątrz punktów handlu detalicznego, która może być wykorzystana pod ekspozycję reklam. Do najbardziej atrakcyjnych punktów detalicznych z punktu widzenia ekspozycji reklamy należą jednostki handlu nowoczesnego takie jak supermarkety, hipermarkety oraz centra handlowe. Koncentracja strategiczna CAM Media S.A. obejmuje obie wyżej wymienione kategorie reklamy w ich aspekcie ambientowym, czyli niestandardowym.

Poprzednikiem prawnym CAM Media S.A. była spółka CAM Media Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie. Umowa spółki CAM Media Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie została zawarta w dniu 5 lutego 2004 roku. W 2007 r. nastąpiło połączenie CAM Media Sp. z o.o. ze spółką Goldfinger Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie poprzez przeniesienie całego majątku Spółki przejmowanej na CAM Media, z jednoczesnym podwyższeniem kapitału zakładowego Spółki przejmującej. Połączenie zostało zarejestrowane w rejestrze przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego w dniu 1 lutego 2007 roku.

CAM Media Sp. z o.o. została przekształcona w spółkę akcyjną na mocy uchwały Nadzwyczajnego Zgromadzenia Wspólników z dnia 25 czerwca 2007 roku. Przekształcenie zostało zarejestrowane w dniu 1 października 2007 roku w Krajowym Rejestrze Sądowym pod numerem 0000289126.

I.2. Władze Spółki

Od dnia 1 października 2007 roku skład Rady Nadzorczej Spółki przedstawia się następująco:

Joanna Braulińska	- Przewodnicząca Rady Nadzorczej,
Jerzy Drozdowski	- Członek Rady Nadzorczej,
Dr Bartosz Foroniewicz	- Członek Rady Nadzorczej,
Dr Robert Kozielski	- Członek Rady Nadzorczej,
Dariusz Werbowy	- Członek Rady Nadzorczej.

Do końca 2007 roku skład Rady Nadzorczej nie uległ zmianie.

W okresie od 1 stycznia 2007 do 31 grudnia 2007 Spółką kierował Zarząd w składzie:

Dr Krzysztof Przybyłowski - Prezes Zarządu
Adam Michalewicz - Wiceprezes Zarządu
Paweł Orłowski - Wiceprezes Zarządu.

Do końca 2007 roku skład Zarządu nie uległ zmianie.

I.3. Struktura kapitału i akcjonariatu

Na dzień 31 grudnia 2006 roku kapitał zakładowy Spółki wynosił 60.000 zł. (sześćdziesiąt tysięcy złotych) i dzielił się na 120 udziałów o wartości nominalnej 500 zł. każdy.

W dniu 4 stycznia 2007 roku Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Wspólników podjęło Uchwałę nr 1 (Rep. A 111/2007) w sprawie połączenia Spółki CAM Media Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie z Goldfinger Sp. z .o.o. z siedzibą w Warszawie. W celu przeprowadzenia połączenia przeprowadzono podział udziałów CAM Media Sp. z o.o. w ten sposób, że w miejsce jednego udziału o wartości nominalnej 500 zł. wspólnik CAM Media posiadać będzie 10 udziałów CAM Media. Ponadto kapitał zakładowy CAM Media Sp. z o.o. został podwyższony do kwoty 62.500 (sześćdziesiąt dwa tysiące pięćset złotych) poprzez utworzenie 50 udziałów o wartości nominalnej 50 zł. każdy.

W dniu 25 czerwca 2007 Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Wspólników podjęło uchwałę w sprawie przekształcenia spółki CAM Media Sp. z o.o. w spółkę CAM Media S.A., na mocy której kapitał zakładowy CAM Media S.A. podwyższony został do kwoty 528.450. zł (pięćset dwadzieścia osiem tysięcy czterysta pięćdziesiąt złotych) i dzieli się na: 5 284 500 akcji o wartości nominalnej 0,10 zł. każda. W tym:

- 975.000 akcji zwykłych na okaziciela serii A
- 1.225.500 akcji zwykłych na okaziciela serii B
- 3.000.000 akcji imiennych uprzywilejowanych serii C
- 84.000 akcji zwykłych imiennych serii D.

Lp.	Imię i nazwisko (firma)	Liczba posiadanych akcji	Udział w kapitale zakładowym (%)	Liczba głosów	Udział w ogólnej liczbie głosów (%)
1.	CAM West s.a r.l. z siedzibą w Luksemburgu	3.600.000	68,12	6.600.000	79,66
2.	Pozostali akcjonariusze	1.684.500	31,88	1.684.500	20,34

II. Sytuacja finansowa Spółki

II.1. Produkty oferowane

W Spółce CAM Media S.A. funkcjonuje 6 działów produktowych wyodrębnionych organizacyjnie. Działy te oferują na rynku dopasowane do potrzeb poszczególnych klientów unikalne rozwiązania z zakresu niestandardowej komunikacji marketingowej. Poniższa prezentuje główne grupy produktowe CAM Media S.A. w ramach struktury działowej Spółki.

Główne produkty CAM Media S.A. według działów

LP	Nazwa Działu	Główne produkty lub grupy produktowe
1	Transit Advertising	Kampanie na zewnętrznych i wewnętrznych powierzchniach nowoczesnych autobusów, Kampanie na zewnętrznych i wewnętrznych powierzchniach nowoczesnych tramwajów
2	Ambient Solutions	Instalacje przestrzenne wewnątrz punktów detalicznego handlu nowoczesnego Instalacje przestrzenne w miejskich warunkach ekspozycji Kampanie dedykowane
3	Mega Format	Wielkopowierzchniowe ekspozycje na elewacjach budynków Trójwymiarowe obiekty na elewacjach budynków
4	Event Unlimited	Imprezy okolicznościowe Imprezy integracyjne Wydarzenia kulturalne
5	Retail Ticket	Reklama na rewersach odcinków kasowych, reklama na rewersach faktur VAT w sieciach hipermarketów i supermarketów w całej Polsce
6	Creative Works	Kampanie wizerunkowe, Kampanie produktowe, Kampanie promocyjne, Programy lojalnościowe Projektowanie identyfikacji wizualnej Projektowanie opakowań Projektowanie wnętrz powierzchni detalicznej

Spółka oferuje swoje produkty poprzez każdy ze swoich działów. Chociaż struktura sprzedaży zmienia się z roku na rok do tej pory głównym produktem Spółki są kampanie oferowane na autobusach i tramwajach w największych miastach Polski.

II.2. Dane o sprzedaży

W 2004 roku 97% wartości sprzedaży zostało wygenerowane przez Transit Advertising. Powstały pod koniec 2004 roku dział Mega Format wygenerował pozostałe 3% sprzedaży. W kolejnych latach wzrost sprzedaży był budowany nie tylko poprzez wzrost wartości sprzedaży działu Transit Advertising, ale również poprzez rosnącą sprzedaż generowaną przez nowozakładane działy Spółka. W 2005 roku sprzedaż była generowana już przez 3 działy

CAM Media. Oprócz Transit Advertising i Mega Format był to również oraz dział Ambient Solutions.

W roku 2006 dział Transit Advertising nadal generował ponad 50% przychodów ze sprzedaży. Jednakże pozostałe przychody ze sprzedaży zostały zrealizowane ze sprzedaży produktów w czterech pozostałych działach. Największy dział Spółki, Transit Advertising, zmniejszył swój udział w przychodach z 97% w 2004 roku do niecałych 55% na koniec 2006 roku, zwiększając równocześnie wartość bezwzględną sprzedaży o 71% w stosunku do roku 2004.

Porównanie sprzedaży CAM Media S.A. z roku 2007 do roku 2006 według działów.

Nazwa działu	2007		2006	
	tys. zł.	udział %	tys. zł.	udział %
Transit Advertising	9 775	34,60	9.456	54,82
Ambient Solutions	6 765	23,95	4.792	27,79
Event Unlimited	4 185	14,81	1.597	9,29
Mega Format	704	2,49	200	1,16
Retail Ticket	65	0,23	1.197	6,94
Creative Works	6758	23,92	-	-

Wysokość sprzedaży ogółem w 2007 roku wzrosła w stosunku do roku poprzedniego o 61,9%

Sprzedaż CAM Media jest realizowana przede wszystkim na rynku krajowym. Sporadycznie kampanie realizowane są dla klientów spoza Polski na terytorium Polski. Spółka realizuje także kampanie dla klientów spoza Polski poza terytorium Polski.

Wyszczególnienie	2007		2006	
	tys. zł.	udział %	tys. zł.	udział %
Sprzedaż krajowa	28 193	99,78	17.288	99,10
Sprzedaż zagraniczna	59	0,22	156	0,90
RAZEM	28 252	100	17.445	100

II.3. Zaopatrzenie

Spółka prowadzi działalność usługową korzystając z usług kontrahentów zewnętrznych. Szeroki wachlarz kontrahentów powoduje, że zmiana któregośkolwiek z nich nie wpłynie negatywnie na realizację zleceń.

II.4.1. 1 Sprawozdanie finansowe Spółki

Sprawozdanie finansowe za okres od dnia 1 stycznia 2007 roku do dnia 31 grudnia 2007 roku zostało sporządzone zgodnie z ustawą z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (Dz. U. z 1994 r. nr 121 z późniejszymi zmianami).

Stosowane metody wyceny aktywów i pasywów oraz przychodów i kosztów w zakresie jakim ustawa daje prawo wyboru zostało opisane we „Wprowadzeniu do sprawozdania finansowego” za 2007 rok.

Wyniki osiągnięte w 2007 roku charakteryzowały następujące wielkości:

1. Przychody ze sprzedaży odnotowały wzrost i wyniosły 28.252 tys. zł, co oznacza 62% dynamikę sprzedaży w porównaniu do analogicznego okresu roku 2006,
2. Zysk ze sprzedaży wyniósł 4.056 tys. zł, co oznacza 63 % dynamikę w porównaniu do 2006 roku (wzrost zysku ze sprzedaży o 1.572 tys. zł),
3. Zysk na działalności operacyjnej osiągnął poziom 3.934 tys. zł, podczas gdy w 2006 roku wynosił 2.475 tys. zł zysku z działalności operacyjnej,
4. Wynik finansowy brutto wyniósł 3.856 tys. zł, wobec 2.489 tys. zł w roku 2006,
5. Wynik finansowy netto wyniósł 2.851 tys. zł, natomiast w analogicznym okresie roku 2006 wynik finansowy netto wyniósł 1.989 tys. zł,
6. Wartość amortyzacji wyniosła 212 tys. zł, co oznaczało wzrost w porównaniu do 2006 roku o 34 tys. zł,

Wybrane dane finansowe na dzień 31 grudnia 2007 roku w porównaniu do stanu na 31 grudnia 2006 roku przedstawia poniższa tabela.

WYBRANE DANE FINANSOWE	w tys. zł		Zmiana wartości	zmiana %
	na 31.12.2007	na 31.12.2006		
I. Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	28 252	17 445	10 807	62%
II. Zysk (strata) z działalności operacyjnej	3 935	2 475	1 460	59%
III. Zysk (strata) brutto	3 856	2 489	1 367	55%
IV. Zysk (strata) netto	2 851	1 989	862	43%
V. Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	(491)	1 758	(2 045)	-111%
VI. Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(1 285)	(1 062)	(745)	21%

VII. Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	877	-	1 195	
VIII. Przepływy pieniężne netto, razem	(899)	696	(1 595)	-229%
IX. Aktywa razem	12 073	7 465	1 594	125%

	w tys. zł			
WYBRANE DANE FINANSOWE	na 31.12.2007	na 31.12.2006	Zmiana wartości	zmiana %
X. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	5 715	3 706	2 009	54%
XI. Zobowiązania długoterminowe	829	-	829	
XII. Zobowiązania krótkoterminowe	3 588	2 870	718	25%
XIII. Kapitał własny	6 358	3 760	2 598	69%
XIV. Kapitał zakładowy	528	60	468	780%
XV. Liczba akcji	5 284 500		5 284 500	

Na ostateczny kształt wyników finansowych osiągniętych w roku 2007 najistotniejszy wpływ miały następujące czynniki:

- utrzymywanie się wysokiego tempa wzrostu gospodarczego w Polsce, który przełożył się na wzrost wydatków na usługi reklamowe,
- przyłączenie Spółki Goldfinger i pozyskanie nowych odbiorców usług,
- koncentracja na sprzedaży nowych niestandardowych rozwiązań komunikacyjnych, Ambient Solutions, Event Unlimited i Mega Format, wynikająca z głównych założeń strategii rozwoju Spółki.

II.4.1.2 Bilans

Na dzień 31 grudnia 2007 roku suma bilansowa CAM Media SA wyniosła 12.073 tys. zł i zwiększyła się o 4.608 tys. zł, tj. o 61,7% w stosunku do stanu na dzień 31 grudnia 2006 roku. Po stronie aktywów główną pozycję stanowiły rzeczowe aktywa obrotowe, których wartość w aktywach ogółem stanowiła 76,2%, a na dzień 31 grudnia 2006 roku 82,9%.

Po stronie pasywów główną pozycję stanowiły kapitały własne wynoszące 52,6% sumy bilansowej według stanu na dzień 31 grudnia 2007 roku, na koniec grudnia 2006 roku kapitały własne stanowiły 50,3%.

Porównanie stanu poszczególnych pozycji bilansowych na koniec grudnia 2007 roku i 2006 roku wskazuje na:

- wzrost wartości rzeczowych aktywów trwałych, których wartość na dzień 31 grudnia 2007 roku była 2,5 krotnie wyższa od wartości z końca 2006 roku. Taki stan rzeczy był spowodowany przede wszystkim zakupem lokali użytkowych na potrzeby Spółki.

· wzrost poziomu aktywów obrotowych (krótkoterminowych) o 3.014 tys. zł, tj. o 48,7% do poziomu 9.202 tys. zł; wzrost majątku obrotowego nastąpił w głównej mierze w wyniku zwiększenia stanu należności krótkoterminowych,

· wzrost zobowiązań krótko- i długoterminowych, łącznie o 1.547 tys. zł, do poziomu 829 tys. zł w zakresie zobowiązań długoterminowych oraz 3.588 tys. zł w obszarze zobowiązań krótkoterminowych.

- Wzrost wartości kapitału własnego o 2 598 tys. zł, na który złożyły się:

- wzrost kapitału zakładowego o 468 tys. zł.

Kapitał zakładowy (w tys. zł) na 31.12.2006	60
Zwiększenie z tytułu wydania udziałów w związku z połączeniem z Goldfinger Sp. z o.o.	2
Zwiększenie z tytułu przekształcenia Sp. z o.o w S.A w tym:	466
- zwiększenie z pokrycia z kapitału zapasowego	35
- zwiększenie z wpłat gotówkowych	431
Kapitał zapasowy stan na 31.12.2007r.	528

- wzrost wartości kapitału zapasowego o 1 267 tys. zł

Kapitał zapasowy (w tys. zł)	1 711
Zwiększenie z tytułu przekazania części zysku za 2006	1 189
Kapitał wynikający z ceny przejęcia Goldfinger	122
- zmniejszenie na pokrycie z kapitału zapasowego	-38
- pokrycie podatków	5
Kapitał zapasowy na 31.12.2007	2 978

II.4.1.3 Rachunek zysków i strat

Przychody ze sprzedaży Spółki zrealizowane w 2007 roku wyniosły 28.252 tys. zł w stosunku do 17.445 tys. zł zrealizowanych w 2006 roku, co oznacza wzrost o 61,9%.

Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów poniesione przez Spółkę w 2007 roku wyniosły 18 330 tys. zł, wobec poniesionych w 2006 roku 11.194 tys. zł, co oznacza wzrost o 63,7 %.

W 2007 roku Spółka poniosła koszty ogólnego zarządu w kwocie 5.866 tys. zł w porównaniu do 3.767 tys. zł poniesionych w 2006 roku, co oznacza wzrost o 55,7%.

W efekcie w 2007 roku Spółka osiągnęła zysk na sprzedaży w wysokości 9.922 tys. zł, co w porównaniu do 2006 roku oznacza wzrost o 58,7%.

Zysk na działalności operacyjnej osiągnięty przez Spółkę w 2007 roku wyniósł 3.395 tys. zł i również był lepszy od osiągniętego w roku poprzednim, tj. 2006 o 1.460 tys. zł.

Zysk brutto wyniósł 3.856 tys. zł i był o 1.367 tys. zł wyższy niż w analogicznym okresie roku ubiegłego, natomiast osiągnięty zysk netto wyniósł 2.851 tys. zł.

II.4.1.4 Rachunek przepływów pieniężnych

W 2007 roku przepływy pieniężne netto wyniosły - 899 tys. zł. Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej wyniosły -491 tys. zł. Zysk netto wyniósł 2.851 tys. zł, a korekty razem -3 343 tys. zł.

Wśród korekt największe znaczenie miały m.in.: zmiana stanu należności -1.806 tys. zł, zmiana stanu rozliczeń międzyokresowych -2.062 tys. zł,

W pozycji A.II.10 „inne korekty” ujęto kompleksowe rozliczenie transakcji przejęcia Spółki Goldfinger w kwocie 14 tys. zł.

Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej wyniosły -1.285 tys. zł. Spółka dokonała inwestycji w nieruchomości oraz wartości niematerialnych i prawnych w wysokości 1.714 tys. zł.

Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej wyniosły 877 tys. zł. Wpływy w wysokości 1,814 tys. zł obejmowały przede wszystkim wpływ z tytułu zaciągniętego kredytu długoterminowego oraz wykorzystaniu części kredytu inwestycyjnego. Wydatki to spłata kredytów w kwocie 68 tys. zł, zapłacone odsetki od kredytów w kwocie 68 tys. zł oraz wypłata dywidendy na rzecz właścicieli w wysokości 800 tys. zł.

II.4.2. Informacje o zaciągniętych kredytach, o umowach pożyczek z uwzględnieniem terminów ich wymagalności oraz o udzielonych poręczeniach i gwarancjach.

1) Umowa linii gwarancji zawarta przez CAM Media Sp. z o.o. z Fortis Bank Polska S.A. z siedzibą w Warszawie w dniu 16 października 2006 roku

Na mocy umowy bank udzielił CAM Media Sp. z o.o. limitu kredytowego nieodnawialnego do wysokości 74.777,79 PLN.

Limit kredytowy udzielony został na okres do dnia 14 maja 2007 roku.

Zabezpieczenie limitu kredytowego stanowiło:

- przejęcie kwoty na zabezpieczenie w wysokości 74.777,79 PLN zgromadzonej na rachunku CAM Media Sp. z o.o. prowadzonym w banku,

- oświadczenie o dobrowolnym poddaniu się egzekucji na podstawie bankowego tytułu egzekucyjnego do kwoty 112.166,69 PLN wystawionego przez bank do dnia 14 maja 2010 roku,

W ramach umowy bank udzielił gwarancji wykonania umowy nr 396/06/WAR/RB, stanowiącej zabezpieczenie wypłaty nagród w ramach umowy nr WIN.CAM-02 roku, zawartej przez CAM Media Sp. z o.o. z Nestle S.A. z siedzibą w Warszawie w dniu 30 października 2006 roku, dotyczącej realizacji kampanii reklamowej dla marki „Winiary” połączonej z loterią promocyjną pod nazwą „Upominki pod Choinki”. Gwarancja wykonania umowy udzielona została do kwoty 74.777,00 PLN na okres do dnia 30 kwietnia 2007 roku.

2) Umowa o kredyt nieodnawialny nr WAR/3010/07/030/RB zawarta przez CAM Media Sp. z o.o. (obecnie CAM Media SA) z Fortis Bank Polska S.A. z siedzibą w Warszawie w dniu 10 stycznia 2007 roku

Na mocy umowy bank udzielił CAM Media Sp. z o.o. kredytu w kwocie 1.000.000,00 PLN na finansowanie zakupu nieruchomości położonej w Warszawie przy ul. Tamka 16 lok. U4 przeznaczonego na siedzibę firmy.

Kredyt udzielony został na okres 120 miesięcy.

Oprocentowanie kredytu jest zmienne, ustalone w oparciu o stawkę WIBOR 1M powiększoną o marżę banku.

Zabezpieczenie kredytu stanowią:

- hipoteka zwykła w kwocie 1.000.000,00 PLN oraz hipoteka kaucyjna do kwoty 183.900,00 PLN, ustanowione na stanowiącym odrębną nieruchomość lokalu użytkowym nr U4, położonym w Warszawie przy ul. Tamka 16 objętym księgą wieczystą KW nr WA4M/00306294/7 prowadzoną przez Sąd Rejonowy dla Warszawy - Mokotowa, wraz z cesją praw z polisy ubezpieczeniowej,

- weksel własny in blanco wraz z deklaracją wekslową CAM Media Sp. z o.o., poręczony przez Pana Pawła Orłowskiego, Pana Krzysztofa Przybyłowskiego i Pana Adama Michalewicza,

- oświadczenie o dobrowolnym poddaniu się egzekucji na podstawie bankowego tytułu egzekucyjnego do kwoty 1.500.000,00 PLN wystawionego przez bank w terminie do dnia 10 stycznia 2020 roku,

- oświadczenia Pana Pawła Orłowskiego, Pana Krzysztofa Przybyłowskiego oraz Pana Adama Michalewicza o dobrowolnym poddaniu się egzekucji na podstawie bankowego tytułu egzekucyjnego do kwoty 1.500.000,00 PLN wystawionego przez bank do dnia 10 stycznia 2020 roku.

Bez uprzedniej zgody banku pod rygorem nieważności udzielonej naw formie pisemnej Spółka nie może m.in.:

- zawierać innych umów kredytu, pożyczki, leasingu lub factoringu, udzielać poręczeń, przystępować do długu ani zaciągać zobowiązań wekslowych, jeżeli spowoduje to, że przekroczony zostanie próg 10 % sumy zobowiązań CAM Media Sp. z o.o., z dnia podpisania umowy kredytowej,

- zbywać swoich aktywów, z wyłączeniem sprzedaży wykonywanej w zakresie bieżącej działalności przedsiębiorstwa Spółka.

Integralną część umowy stanowi „Regulamin czynności kredytowych i zabezpieczających Fortis Bank Polska SA”.

3) Umowa o kredyt w rachunku bieżącym nr WAR/3010/709/RB zawarta przez CAM Media Sp. z o.o. (obecnie CAM Media SA) z Fortis Bank Polska S.A. z siedzibą w Warszawie w dniu 30 lipca 2007 roku

Bank udzielił CAM Media Sp. z o.o. kredytu (limitu) do maksymalnej kwoty 600.000,00 PLN, na okres 10 lat.

Oprocentowanie kredytu jest zmienne, ustalone w oparciu o stawkę WIBOR 1M powiększoną o marżę banku.

Zabezpieczenie kredytu stanowią:

- hipoteka kaucyjna do kwoty 600.000,00 PLN ustanowiona na stanowiącym odrębną nieruchomość lokalu użytkowym nr U4, położonym w Warszawie przy ul. Tamka 16 objętym

księgą wieczystą KW nr WA4M/00306294/7 prowadzoną przez Sąd Rejonowy dla Warszawy - Mokotowa, wraz z cesją praw z polisy ubezpieczeniowej,

- weksel własny in blanco wraz z deklaracją wekslową wystawiony przez CAM Media Sp. z o.o., poręczony przez Pana Pawła Orłowskiego, Pana Krzysztofa Przybyłowskiego i Pana Adama Michalewicza,

- oświadczenia Pana Pawła Orłowskiego, Pana Krzysztofa Przybyłowskiego i Pana Adama Michalewicza o dobrowolnym poddaniu się egzekucji na podstawie bankowego tytułu egzekucyjnego do kwoty 900.000,00 PLN wystawionego przez bank w terminie do dnia 30 lipca 2020 roku,

- oświadczenie o dobrowolnym poddaniu się egzekucji na podstawie bankowego tytułu egzekucyjnego do kwoty 900.000,00 PLN wystawionego przez bank w terminie do dnia 30 lipca 2020 roku.

Bez uprzedniej zgody banku pod rygorem nieważności udzielonej naw formie pisemnej Spółka nie może m.in.:

- zawierać innych umów kredytu, pożyczki, leasingu lub factoringu, udzielać poręczeń, przystępować do długu ani zaciągać zobowiązań wekslowych, jeżeli spowoduje to, że przekroczony zostanie próg 10 % sumy zobowiązań CAM Media Sp. z o.o., z dnia podpisania umowy kredytowej,

- zbywać swoich aktywów, z wyłączeniem sprzedaży wykonywanej w zakresie bieżącej działalności przedsiębiorstwa Spółka.

Integralną część umowy stanowi „Regulamin czynności kredytowych i zabezpieczających Fortis Bank Polska SA”.

II.4.3. Informacja o udzielonych pożyczkach z uwzględnieniem terminów ich wymagalności, a także udzielonych poręczeniach gwarancjach, ze szczególnym uwzględnieniem pożyczek, poręczeń i gwarancji udzielonych jednostkom powiązanym emitenta.

W dniu 4 października 2007 Spółka zawarła umowę pożyczki z Kancelarią Inwestycyjną Profinn W. Gołowkow Spółka Komandytowa udzielając pożyczki w kwocie 70.000 zł oprocentowanej w wysokości 3% w skali roku.

Podpisany w dniu 5 października 2007 aneks nr 1 podwyższył kwotę pożyczki do 100.000 zł .

Zgodnie z aneksem 2 spłata udzielonej pożyczki ma nastąpić w dwóch ratach :

I rata w wysokości 40.000 zł płatna do 31 marca 2008r.

II rata w wysokości 60.000 zł płatna do 30 września 2008r.

W dniu 10 października 2007 r. został złożony wniosek o wpis do hipoteki kaucyjnej lok. U5 przy ul. Tamka 16 w Warszawie do kwoty 2.000.000 zł na rzecz CIGNA STU S.A. tytułem zabezpieczenia wierzytelności wynikającej z udzielonej ubezpieczeniowej gwarancji należytego wykonania kontraktu Nr GJ/1504-108/24/2007 z dnia 5 października 2007.

II.4.4. Analiza wskaźnikowa

Syntetyczną ocenę sytuacji ekonomiczno-finansowej CAM Media S.A. obrazują również wskaźniki charakteryzujące efektywność działalności gospodarczej oraz zdolności regulowania zobowiązań.

Wskaźnik	2007	2006
Rentowność majątku	23,62 %	26,64%
Rentowność kapitału własnego	44,85%	52,90%
Rentowność netto sprzedaży	10,09%	11,40%
Wskaźnik płynności I	2,56	2,16
Wskaźnik płynności II	2,51	2,15
Szybkość spłaty należności w dniach	59	52
Szybkość spłaty zobowiązań w dniach	51	50
Szybkość obrotu zapasów	2	6
Pokrycie majątku trwałego kapitałem własnym	2,21	2,94
Wartość księgowa na jedną akcję	12,03	
Wynik finansowy na jedną akcję	5,40	

Algorytm wyliczania wskaźników jest następujący:

Rentowność majątku	$\frac{\text{Wynik finansowy netto}}{\text{Suma aktywów}}$
Rentowność kapitału własnego	$\frac{\text{Wynik finansowy netto}}{\text{Kapitał własny}}$
Rentowność netto sprzedaży	$\frac{\text{Wynik finansowy netto}}{\text{Przychody ze sprzedaży produktów}}$
Wskaźnik płynności I	$\frac{\text{Aktywa obrotowe ogółem}}{\text{Zobowiązania krótkoterminowe}}$
Wskaźnik płynności II	$\frac{\text{Aktywa obrotowe – zapasy}}{\text{Zobowiązania krótkoterminowe}}$
Szybkość należności w dniach	$\frac{\text{Średni stan należności brutto}}{\text{Przychody ze sprzedaży produktów}}$
Szybkość spłaty zobowiązań w dniach	$\frac{\text{Średni stan zobowiązań brutto}}{\text{Koszt sprzedanych towarów i produktów}}$
Szybkość obrotu zapasów	$\frac{\text{Średni stan zapasów} * 365}{\text{Koszt sprzedanych towarów i produktów}}$
Pokrycie majątku trwałego kapitałem własnym	$\frac{\text{Kapitały własne}}{\text{Majątek trwały}}$

Wartość księgowa ja jedną akcję	Kapitał własny
	Liczba akcji
Wynik finansowy na jedną akcję	Wynik finansowy netto za ostatnie 12 miesięcy
	Liczba akcji

III. Informacje dodatkowe

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

CAM Media S.A. jest częścią grupy kapitałowej CAM West s.a r.l., w skład której wchodzi CAM West s.a r.l. jako podmiot dominujący i Spółka jako spółka zależna. CAM West s.a r.l. jest właścicielem 68,12% akcji Spółki, z którymi związane jest prawo do 79,66% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu.

W 2007 roku CAM Media S.A. dokonała zakupu dwóch lokali biurowych sąsiadujących ze sobą przy ulicy Tamka 16 lokal U4 i U5 na kwotę 1.995 tys. Złotych.

Łączna powierzchnia lokali wynosi 275,7 m kw. W lokalu przy ulicy Tamka 16 lokal U4 mieści się siedziba Spółki, lokal U4 jest wykorzystywany jako pomieszczenia biurowe w normalnym toku działalności.

Ponadto Spółka dokonała w 2007 roku zakupu specjalistycznego sprzętu komputerowego o wartości 116 tys. złotych, stanowiącego wyposażenie studia graficznego.

III.2. Informacje o zawartych umowach znaczących dla działalności emitenta, w tym znanych emitentowi umowach zawartych pomiędzy akcjonariuszami (wspólnikami), umowach ubezpieczenia, współpracy lub kooperacji.

Umowa z Krajowym Związkiem Spółdzielni Mleczarskich – Związek Rewizyjny z siedzibą w Warszawie

Umowa na realizację kampanii informacyjno-promocyjnej mleka i innych produktów mlecznych zawarta przez CAM Media Sp. z o.o. (obecnie CAM Media SA) z Krajowym Związkiem Spółdzielni Mleczarskich – Związkiem Rewizyjnym z siedzibą w Warszawie (Zleceniodawca) w dniu 8 października 2007 roku

Przedmiotem umowy jest zlecenie spółce wdrożenia trzyletniej kampanii informacyjno-promocyjnej mleka i produktów mlecznych w związku z zawarciem przez Zleceniodawcę z Agencja Rynku Rolnego umowy nr PP/009/002/PP -4050/W/2007 umowy na realizację kampanii informacyjno-promocyjnej mleka i innych produktów mlecznych numer EFRG: 05 02 10 01 3800 481. Zgodnie z art. 9 rozporządzenia Komisji (WE) nr 1071/2005 z dnia 1 lipca 2005 r. Agencja Rynku Rolnego zatwierdziła wybór Spółka jako podmiotu wdrażającego kampanię. Szczegółowy zakres działań, do których zobowiązany jest Spółka określają załączniki do umowy: „Oferta programu informacyjno-promocyjnego mleka i produktów mlecznych oraz „Oferta przetargowa”, a będzie realizować objęte przedmiotem umowy działania na podstawie harmonogramu działań zatwierdzonego przez Zleceniodawcę. Spółka zobowiązany jest m.in. do niepromowania znaków handlowych, nazw przedsiębiorstw

itp. Pod pozorem działań objętych umową, wyraźnego wskazania na wszystkich sporządzonych materiałach informacji o wkładzie finansowym Unii Europejskiej w finansowanie działań objętych umową oraz Funduszu Promocji Mleczarstwa oraz umieszczania na materiałach kampanii logo Zleceniodawcy. Z tytułu usług objętych umową Spółka otrzyma wynagrodzenie w wysokości ustalonej w sposób wskazany w umowie nie przekraczającej kwoty 1.058.768,13 Euro. Zleceniobiorca jest zobowiązany do pokrycia wszelkich zatwierdzonych kosztów realizacji działań przewidzianych w ofercie kampanii informacyjno-promocyjnej. Spółka ustanowił zabezpieczenie prawidłowego wykonania umowy w postaci gwarancji ubezpieczeniowej udzielonej Zleceniobiorcy przez Towarzystwo Ubezpieczeniowe i Reasekuracji CIGNA STU SA w Warszawie do wysokości kwoty 1.500.313,85 PLN. Spółka wyraził zgodę na to by Zleceniodawca, Komisja Europejska i agencja rynku rolnego miały prawo informować lub publikować oraz wykorzystywać lub przetwarzać informacje dotyczące działań przewidzianych w umowie oraz zobowiązał się przekazać tym podmiotom wszelkie prawa majątkowe dotyczące wyników działań na podstawie umowy, które mogą być objęte prawami własności intelektualnej. Zasady wykorzystania utworów na potrzeby realizacji umowy będą każdorazowo określone w odrębnej umowie zawartej przez strony. Czas realizacji działań wynikających z umowy dzieli się na trzy dwunastomiesięczne fazy, a Spółka może kontynuować wykonanie umowy w drugiej i trzeciej fazie wyłącznie po otrzymaniu pisemnego zezwolenia Zleceniodawcy, które jest uwarunkowane dostępnością wymaganych środków finansowych w budżecie Wspólnoty Europejskiej. Ponadto Zleceniodawca ma prawo do czasowego zawieszenia lub ostatecznego rozwiązania umowy bez odszkodowania w przypadku, gdy brak środków finansowych niezbędnych do realizacji kampanii w budżecie krajowym.

Zleceniodawca ma prawo rozwiązać umowę bez zachowania okresu wypowiedzenia, bez prawa odszkodowania dla Spółki w przypadku niewykonania przez Spółkę jednego z zobowiązań umownych po wezwaniu na piśmie, jeżeli w ciągu miesiąca nie wykonał on swoich zobowiązań. W przypadku rozwiązania umowy kwota należna Spółce jest ustalana w oparciu o rzeczywisty koszt zrealizowanych działań, w tym o wydatki poniesione na prace przygotowawcze.

Umowa 04/TNT2006 zawarta przez CAM Media Sp. z o.o. (obecnie CAM Media SA) z TNT Express Worldwide (Poland) Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie w dniu 7 grudnia 2006 roku

Przedmiotem umowy jest realizacja przez Spółkę kampanii reklamowej polegającej na:

- 1) wykonaniu i umieszczeniu reklam na autobusach przez okres 12 miesięcy od dnia wprowadzenia poszczególnych pojazdów na wszystkie linie spółki Veolia Transport Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dawniej CONNEX Warszawa Sp. z o.o.) od dnia 20 grudnia 2006 roku,
- 2) monitoringu i serwisowaniu ekspozycji,
- 3) demontażu reklamy.

Wszelkie zmiany reklamy dokonane przez zleceniodawcę w trakcie trwania ekspozycji reklamy będą realizowane za dodatkowym wynagrodzeniem, zaś wszelkie zmiany wynikające z przyczyn leżących po stronie Zleceniobiorcy obciążają Zleceniobiorcę. Okres ekspozycji reklamy wynosi 12 miesięcy z możliwością przedłużenia za zgodą obu stron z 1-miesięcznym wyprzedzeniem. Spółka zobowiązany jest m.in. do sporządzenia i dostarczenia dokumentacji fotograficznej pojazdów, na których została umieszczona reklama, a Zleceniobiorca może wykorzystać zdjęcia reklamy wyłącznie za każdorazową zgodą Zleceniodawcy. Strony

uregulowały szczegółowo w umowie procedurę usuwania uszkodzeń materiału reklamowego, a reklamy wykonane w ramach umowy będą objęte usługą monitoringu i serwisowania przez cały czas trwania ekspozycji, co obejmuje naprawę lub odtworzenie uszkodzonej lub zniszczonej reklamy. W przypadku uszkodzenia lub zniszczenia reklamy zleceniodawca nie będzie ponosić kosztów jej naprawy lub odtworzenia. Spółka udzielił gwarancji na jakość wykonanej reklamy na okres 12 miesięcy, która obejmuje jakość użytych do wykonania materiałów oraz sposób jej wykonania.

Umowa 05/TNT2006 zawarta przez CAM Media Sp. z o.o. (obecnie CAM Media SA) z TNT Express Worldwide (Poland) Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie w dniu 7 grudnia 2006 roku

Przedmiotem umowy jest realizacja przez Spółka kampanii reklamowej polegającej na:

- 1) wykonaniu i umieszczeniu reklam na tramwajach w Warszawie przez okres 12 miesięcy od dnia wprowadzenia poszczególnych pojazdów trasę, reklama będzie eksponowana przez co najmniej 21 dni w ciągu 1 roku licząc odrębnie dla każdego pojazdu,
- 2) monitoringu i serwisowaniu ekspozycji,
- 3) demontażu reklamy.

Wszelkie zmiany reklamy dokonane przez zleceniodawcę w trakcie trwania ekspozycji reklamy będą realizowane za dodatkowym wynagrodzeniem, zaś wszelkie zmiany wynikające z przyczyn leżących po stronie Zleceniobiorcy obciążają Zleceniobiorcę. Okres ekspozycji reklamy wynosi 12 miesięcy z możliwością przedłużenia za zgodą obu stron z 1-miesięcznym wyprzedzeniem. Spółka zobowiązany jest m.in. do sporządzenia i dostarczenia dokumentacji fotograficznej pojazdów, na których została umieszczona reklama, a Zleceniobiorca może wykorzystać zdjęcia reklamy wyłącznie za każdorazową zgodą Zleceniodawcy. Strony uregulowały szczegółowo w umowie procedurę usuwania uszkodzeń materiału reklamowego, a reklamy wykonane w ramach umowy będą objęte usługą monitoringu i serwisowania przez cały czas trwania ekspozycji, co obejmuje naprawę lub odtworzenie uszkodzonej lub zniszczonej reklamy. W przypadku uszkodzenia lub zniszczenia reklamy zleceniodawca nie będzie ponosić kosztów jej naprawy lub odtworzenia. Spółka udzielił gwarancji na jakość wykonanej reklamy na okres 12 miesięcy, która obejmuje jakość użytych do wykonania materiałów oraz sposób jej wykonania.

III.3. Opis transakcji z podmiotami powiązanymi, jeżeli jednorazowa lub łączna wartość transakcji zawartych przez dany podmiot powiązany w okresie od początku roku obrotowego przekracza wyrażoną w złotych równowartość kwoty 500.000 euro.

W 2007 roku spółka CAM Media S.A. nie dokonała transakcji z podmiotami powiązanymi o równowartości przekraczającej 500.000 euro.

III.4. Opis wykorzystania przez emitenta wpływów z emisji papierów wartościowych.

W roku obrotowym 2007 spółka CAM Media S.A. nie emitowała papierów wartościowych.

III.5. Objasnienie różnic pomiędzy wynikami finansowymi wykazanymi w raporcie rocznym a wcześniej publikowanymi prognozami i danymi szacunkowymi wyników na dany rok.

W prospekcie emisyjnym Spółki przygotowywanym w związku z planowaną emisją akcji na GPW zaprezentowano prognozy wyników na rok 2007, które zostały nieznacznie przekroczone.

Wybrane elementy rachunku zysków i strat (w tys.)	Dane szacunkowe za okres od 1 stycznia do 31 grudnia 2007	Dane rzeczywiste za okres od 1 stycznia do 31 grudnia 2007
Przychody ze sprzedaży netto	28 000	28 252
Zysk z działalności operacyjnej	3 680	3 935
Zysk brutto	3 596	3 856

III.6. Ocena zarządzania zasobami finansowymi ze szczególnym uwzględnieniem zdolności wywiązywania się z zaciągniętych zobowiązań, oraz określenie ewentualnych zagrożeń i działań, jakie emitent podjął lub zamierza podjąć w celu przeciwdziałania tym zagrożeniom.

Spółka posiada limity kredytów obrotowych, które w pełnym zakresie zabezpieczają płynność finansową Spółki jak i zdolność do wywiązywania z zaciągniętych zobowiązań. Spółka złożyła prospekt emisyjny w celu pozyskania środków z tytułu emisji akcji na GPW i oczekuje, że pozyska środki na poziomie 19 000 tys. zł

III.7. Ocena możliwości realizacji zamierzeń inwestycyjnych, w tym inwestycji kapitałowych, w porównaniu do wielkości posiadanych środków, z uwzględnieniem możliwych zmian w strukturze finansowej tej działalności.

Środki pozyskane w drodze emisji akcji emitent planuje przeznaczyć na:

- przejęcia i akwizycje innych firm
- rozwój i wdrożenie nowych usług z zakresu mediów niestandardowych
- wejście na inne rynki narodowe
- wdrożenie informatycznego systemu wspomagania zarządzania oraz
- zakup nowego lokalu biurowego w Warszawie przy ul. Tamka 16.

III.8. Ocena czynników i nietypowych zdarzeń mających wpływ na wynik z działalności za rok obrotowy z określeniem stopnia wpływu tych czynników lub nietypowych zdarzeń na osiągnięty wynik.

W działalności Spółki nie wystąpiły żadne czynniki nadzwyczajne, które miałyby wpływ na osiągnięty wynik finansowy.

III.9. Charakterystyka zewnętrznych i wewnętrznych czynników istotnych dla rozwoju spółki oraz opis perspektyw rozwoju działalności emitenta.

Czynniki zewnętrzne istotne dla rozwoju spółki:

1. Zbliżone do roku poprzedniego otoczenie rynkowe, prawne i podatkowe.

2. Wzrost gospodarczy zgodny z prognozą Instytutu Badań nad Gospodarką Rynkową (IBnGR): przyrost PKB mierzony rok do roku osiągnie w 2008 roku 5,5 %
3. Wzrost rynku reklamy zbliżony do roku poprzedniego
4. Brak zdarzeń nadzwyczajnych, które mogą mieć wpływ na sytuację ekonomiczną spółki,
5. Kurs Euro powyżej 3,28 zł

Czynniki wewnętrzne istotne dla rozwoju spółki:

1. utrzymanie wysokości marż uzyskiwanych przez poszczególne działy Emitenta na dotychczasowym poziomie
2. utrzymanie liczby „lojalnych klientów”, czyli takich którzy w kolejnym roku ponownie zrealizują kampanię reklamową z Emitentem
3. utrzymanie wysokości wynagrodzeń na dotychczasowym poziomie.
4. sprzedaż generowana przez poszczególne działy Emitenta będzie zgodna z planami poszczególnych działów.

Główne kierunki działań Spółki w 2008 roku oraz kolejnych latach będą koncentrowały się przede wszystkim na przygotowaniu do inwestowania środków finansowych, pozyskanych w rezultacie publicznej emisji. Efekty finansowe inwestycji przygotowanych w rezultacie publicznej emisji, Efekty finansowe inwestycji przygotowanych lub poczynionych do końca 2008 roku widoczne będą dopiero w roku 2009. Dzięki nim Spółka będzie w stanie utrzymać dotychczasowe tempo rozwoju.

Rok 2008 to czas, kiedy Spółka zakończy przygotowania do przejęcia co najmniej jednej firmy do przejęcia, której oferta produktowa komponuje się produktami oferowanymi przez Spółkę. Zarząd będzie analizował również alternatywne strategie budowy synergii produktowych i rynkowych do posiadanych linii produktowych i pod tym kątem poszukiwał nowych rozwiązań na rynku. Do końca 2008 roku Spółka powinna skutecznie opracować oraz skomercjalizować przynajmniej jeden nowy produkt mediowy, który w oparciu o zebrane badania i doświadczenia będzie w pełni zaoferowany na rynku w 2009 roku.

Do końca czerwca 2008 roku Zarząd planuje otwarcie swojego biura w Kijowie na Ukrainie, którego zadaniem będzie stopniowe uruchamianie działań na tamtym rynku. Do tej pory udało się wyszukać kluczowe osoby, które zarządzały operacjami biura Spółki w Kijowie, na Ukrainie.

Zwiększony zakres działalności Spółki wymaga dalszego zwiększenia dostępnej powierzchni biurowej oraz wdrożenia systemu informatycznego, który pozwoli zautomatyzować operacje typu „back office”.

Planowane działania będą finansowane ze środków pozyskanych z publicznej emisji oraz w miarę potrzeb z kredytów bankowych.

III.10. Zmiany w podstawowych zasadach zarządzania przedsiębiorstwem emitenta i jego grupą kapitałową.

W 2007 roku nie nastąpiły zmiany w podstawowych zasadach zarządzania spółką.

III.11. Zmiany w składzie osób zarządzających i nadzorujących spółki w ciągu ostatniego roku obrotowego, zasady dotyczące powoływania i odwoływania osób zarządzających oraz uprawnienia osób zarządzających, w szczególności prawo do podjęcia decyzji o emisji lub wykupie akcji.

W roku 2007 nie nastąpiły zmiany w składzie Zarządu oraz Rady Nadzorczej Spółki.

W okresie od 1 stycznia 2007 do 31 grudnia 2007 Spółką kierował Zarząd w składzie:

Dr Krzysztof Przybyłowski	- Prezes Zarządu
Adam Michalewicz	- Wiceprezes Zarządu
Paweł Orłowski	- Wiceprezes Zarządu.

Zgodnie ze statutem, Zarząd Spółki składa się od 1 (jednego) do 3 (trzech) osób, w tym Prezesa Zarządu, a w przypadku zarządu wieloosobowego także Wiceprezesa Zarządu – powoływanych i odwoływanych przez Radę Nadzorczą, z tym, że członkowie Zarządu pierwszej kadencji zostają wybrani w procesie przekształcenia formy prawnej Spółki.

Kadencja Zarządu jest wspólna i trwa 3 (trzy) lata.

Zarząd Spółki kieruje działalnością Spółki i reprezentuje ją na zewnątrz. Prezes Zarządu kieruje pracami Zarządu, w szczególności koordynuje, nadzoruje oraz organizuje pracę członków Zarządu a także zwołuje i przewodniczy posiedzeniom Zarządu. W przypadku równości głosów podczas głosowania na posiedzeniu Zarządu, głos Prezesa Zarządu decyduje o wyniku głosowania.

Tryb pracy Zarządu określa Regulamin Zarządu uchwalony przez Zarząd i zatwierdzony przez Radę Nadzorczą.

W okresie od 1 października 2007 roku skład Rady Nadzorczej Spółki przedstawia się następująco:

Joanna Braulińska	- Przewodnicząca Rady Nadzorczej,
Jerzy Drozdowski	- Członek Rady Nadzorczej,
Dr Bartosz Foroniewicz	- Członek Rady Nadzorczej,
Dr Robert Kozielski	- Członek Rady Nadzorczej,
Dariusz Werbowy	- Członek Rady Nadzorczej.

Rada Nadzorcza powoływana i odwoływana jest przez Walne Zgromadzenie, z tym, że członkowie Rady Nadzorczej pierwszej kadencji zostają wybrani w procesie przekształcenia formy prawnej Spółki. Dokonując wyboru członków Rady Nadzorczej, Walne Zgromadzenie wskazuje Przewodniczącą Rady Nadzorczej.

Walne Zgromadzenie ustala każdorazowo ilość członków Rady Nadzorczej danej kadencji. Walne Zgromadzenie może zmienić ilość członków Rady Nadzorczej w trakcie trwania kadencji, jednakże wyłącznie w związku z dokonywaniem zmian w składzie Rady Nadzorczej w toku kadencji.

Rada Nadzorcza może odwołać Prezesa lub Wiceprezesa Zarządu z zajmowanej funkcji z pozostawieniem go w składzie Zarządu z jednoczesnym powierzeniem funkcji Prezesa Zarządu lub Wiceprezesa Zarządu innej osobie.

Rada Nadzorcza sprawuje nadzór nad działalnością Spółki.

Ponadto, zgodnie ze statutem Spółki do kompetencji Rady Nadzorczej należy, oprócz innych spraw wskazanych w kodeksie spółek handlowych:

- 1) dokonywanie oceny sprawozdań finansowych Spółki, sprawozdania Zarządu z działalności Spółki oraz jego wniosków co do podziału zysków i pokrycia strat,
- 2) składanie Walnemu Zgromadzeniu dorocznych sprawozdań z wyników tych badań oraz oceny sytuacji Spółki,
- 3) powoływanie i odwoływanie członków Zarządu,
- 4) reprezentowanie Spółki przy zawieraniu umów pomiędzy Spółką a członkami Zarządu, składaniu oświadczeń woli związanych z takimi umowami oraz reprezentowanie Spółki w sporze z członkami Zarządu; Rada Nadzorcza może upoważnić Przewodniczącego Rady bądź jego Zastępcę do zawierania umów, o których mowa powyżej oraz składania imieniem Spółki oświadczeń woli związanych z takimi umowami,
- 5) zatwierdzenie regulaminu Zarządu,
- 6) zatwierdzanie rocznych planów finansowych Spółki,
- 7) wyrażanie zgody na nabycie i zbycie przez Spółkę nieruchomości, użytkowania wieczystego lub udziału w nieruchomości,
- 8) rozpatrywanie i opiniowanie spraw mających być przedmiotem uchwał Walnego Zgromadzenia,
- 9) ustalanie zasad wynagrodzenia członków Zarządu,
- 10) wybór biegłego rewidenta przeprowadzającego badanie sprawozdania finansowego Spółki,
- 11) z zastrzeżeniem pkt 4), wyrażanie zgody na zawarcie umowy z Podmiotem Powiązanym.

Uchwały Rady Nadzorczej zapadają bezwzględną większością głosów w obecności co najmniej połowy członków Rady Nadzorczej. W razie równości głosów przeważa głos Przewodniczącego Rady.

III.12. Umowy zawarte między spółką a osobami zarządzającymi, przewidujące rekompensatę w przypadku ich rezygnacji lub zwolnienia z zajmowanego stanowiska bez ważnej przyczyny lub gdy ich odwołanie lub zwolnienie następuje z powodu połączenia spółki przez przejęcie.

Na dzień 31 grudnia 2007 roku nie było w spółce umów przewidujących wypłatę rekompensat osobom zarządzających w przypadku ich rezygnacji lub zwolnienia z zajmowanego stanowiska bez ważnej przyczyny lub gdy ich odwołanie lub zwolnienie nastąpiłoby z powodu połączenia spółki przez przejęcie.

III.13. Wynagrodzenia, nagrody i korzyści wypłacone lub należne osobom zarządzającym i nadzorującym.

Wynagrodzenia Zarządu

Łączna wartość wynagrodzeń wypłaconych członkom Zarządu za okres od 1 stycznia 2007 do 31 grudnia 2007 wynosiła: 800 523 zł brutto. Poszczególne osoby wchodzące w skład Zarządu otrzymały następujące wynagrodzenie za usługi świadczone w każdym charakterze na rzecz emitenta:

Wysokość wynagrodzenia członków Zarządu emitenta w 2007 roku (dane w zł. brutto)

Imię i nazwisko	Wynagrodzenie	Wypłata dywidendy
Krzysztof Przybyłowski	225 410 zł	228 480 zł
Paweł Orłowski	287 561 zł	227 840 zł
Adam Michalewicz	287 552 zł	228 480 zł

W 2007 roku Członkom Zarządu nie przyznano świadczeń w naturze.

W 2007 roku Członkom Zarządu wynagrodzenie nie zostało wypłacone ani w formie opcji na akcje ani na podstawie planu premii lub podziału zysku.

Wynagrodzenia Rady Nadzorczej

W 2007 roku Rada Nadzorcza nie pobierała wynagrodzenia z tytułu pełnionej funkcji.

III.14. Liczba i wartość nominalna wszystkich akcji (udziałów) emitenta oraz akcji (udziałów) w jednostkach powiązanych emitenta, będących w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących

Zgodnie z posiadanymi przez spółkę informacjami, następujące osoby zarządzające i nadzorujące CAM Media S.A. posiadały na dzień 31 grudnia 2007 akcje spółki:

Lp.	Akcjonariusz	Liczba posiadanych akcji	Udział w kapitale zakładowym (%)	Liczba głosów	Udział w ogólnej liczbie głosów (%)	Wartość nominalna akcji (tys. zł.)
1.	Krzysztof Przybyłowski Prezes Zarządu	278.500	5,27	278.500	3,36	27,85
2.	Adam Michalewicz Wiceprezes Zarządu	278.500	5,27	278.500	3,36	27,85
3.	Paweł Orłowski Wiceprezes Zarządu	278.500	5,27	278.500	3,36	27,85

III.15. Wskazanie akcjonariuszy posiadających, bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne, co najmniej 5% w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu spółki, wraz ze wskazaniem liczby posiadanych przez te podmioty akcji, ich procentowego udziału w kapitale zakładowym, liczby głosów z nich wynikających i ich procentowego udziału w ogólnej liczbie głosów na walnych zgromadzeniu.

Zgodnie z posiadanymi przez spółkę informacjami, następujący akcjonariusze na dzień 31 grudnia 2007 posiadają co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy.

Lp.	Akcjonariusz	Liczba posiadanych akcji	Udział w kapitale zakładowym (%)	Liczba głosów	Udział w ogólnej liczbie głosów (%)
1.	CAM West s.a r.l. z siedzibą w Luksemburgu	3.600.000	68,12	6.600.000	79,66

III.16. Informacje o znanych spółce umowach (w tym również zawartych po dniu bilansowym), w wyniku których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy i obligatariuszy.

Spółce nie są znane żadne umowy, w wyniku których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy.

III.17. Wskazanie posiadaczy wszelkich papierów wartościowych, które dają specjalne uprawnienia kontrolne w stosunku do spółki wraz z opisem tych uprawnień.

Akcje imienne serii C, będące w posiadaniu CAM West s.a.r.l. są uprzywilejowane co do głosu w ten sposób, że na każdą akcję tej serii przypadają dwa głosy na Walnym Zgromadzeniu (§ 5 ust. 2 Statutu).

III.18. Informacje o systemie kontroli programów akcji pracowniczych

Zamiana akcji imiennych serii D, będących w posiadaniu pracowników CAM Media, na akcje na okaziciela jest wyłączona do dnia 15 lipca 2010 roku.

W okresie do 15 lipca 2010 roku akcje imienne serii D mogą być zbywane wyłącznie na rzecz Spółki, w celu ich umorzenia albo w innym dopuszczalnym prawnie celu.

Zgromadzenie Wspólników zobowiązało Zarząd Spółki do określenia zasad nabycia przez CAM Media Spółka Akcyjna od Akcjonariuszy akcji imiennych serii D w celu ich umorzenia,

Spółka będzie upoważniona do nabycia od Akcjonariuszy akcji własnych serii D w celu ich umorzenia albo w innym dopuszczalnym prawnie celu, w terminie do 15 lipca 2010 roku, w

przypadku ustania stosunku pracy pomiędzy pracownikiem a CAM Media lub zakończeniem współpracy ze Spółką oraz w przypadku, gdy przychody ze sprzedaży Spółki nie osiągną zakładanego wyniku.

III.19. Wskazanie wszelkich ograniczeń dotyczących przenoszenia prawa własności papierów wartościowych emitenta oraz wszelkich ograniczeń w zakresie wykonywania prawa głosu przypadających na akcje emitenta.

CAM West s.a.r.l. złożył oświadczenie, zgodnie z którym w okresie 24 miesięcy od dnia uruchomienia notowań akcji Spółki na GPW nie sprzeda posiadanych przez siebie akcji Spółki.

Ponadto w dniu 12 października 2007 roku Pan Adam Michalewicz, Pan Paweł Orłowski i Pan Krzysztof Przybyłowski zawarli z Domem Maklerskim Banku Ochrony Środowiska Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie umowy, na mocy których zobowiązali się nie sprzedawać, ani w inny sposób nie przenosić własności, posiadania i praw do rozporządzania oraz nie obciążać żadnej z posiadanych przez siebie akcji serii A i B Spółki, w okresie od dnia podpisania umowy do dnia przypadającego w okresie 24 miesięcy od dnia debiutu akcji Emitenta na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A.

Zamiana akcji imiennych serii D na akcje na okaziciela jest wyłączona do dnia 15 lipca 2010 roku (piętnastego lipca dwa tysiące dziesiątego roku).

III.20. Informacje o podmiocie uprawnionym do badania sprawozdania finansowego

	2007 rok	2006 rok
Podmiot	BDO Numerica S.A.	BDO Polska Sp. z o.o.
Data podpisania umowy	9.04.2008	04.10.2006
Okres, na jaki umowa jest podpisana	brak określenia – umowa dotyczy wykonania wskazanych w niej czynności	brak określenia – umowa dotyczy wykonania wskazanych w niej czynności
Zakres	Badanie rocznego, jednostkowego sprawozdania finansowego za 2007 rok	Badanie rocznego, jednostkowego sprawozdania finansowego za lata 2004, 2005, 2006
Wynagrodzenie	23.000 zł. netto	42.000 zł. netto
Inne umowy	1. Umowa na usługi audytorskie w zakresie udziału w sporządzeniu prospektu emisyjnego oraz przeglądu sprawozdanie finansowego pro forma wg. Stanu na dzień 31 grudnia 2006. Umowa zawarta w dniu 29.12.2006.	

	Wynagrodzenie: 40.000 zł. netto 2. Umowa na usługi audytorskie w zakresie badania planu przekształcenia spółki z o.o. w S.A. Umowa zawarta w dniu 20.04.2007. Wynagrodzenie: 5.000 zł. netto 3. Aneks nr 1 do umowy z dnia 29.12.2006 na badanie prognoz finansowych na lata 2007-2008. Aneks zawarty w dniu 9.10.2007. Wynagrodzenie: 40.000 zł. netto	
--	--	--

Imię i nazwisko	Funkcja	Podpis
dr Krzysztof Przybyłowski	Prezes Zarządu	dr Krzysztof Przybyłowski
Adam Michalewicz	Wiceprezes Zarządu	Adam Michalewicz
Paweł Orłowski	Wiceprezes Zarządu	Paweł Orłowski