

SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI CAM MEDIA S.A. W 2010 ROKU

I. Stan prawny i charakterystyka Spółki CAM Media S.A.

I.1. Informacja ogólna

Spółka CAM Media S.A. posiada swoją siedzibę 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. W ramach tej grupy działalności Spółka oferuje swoim klientom szeroki wachlarz nośników reklamowych poczynając od podświetlanych nośników typu „City Light” (kioski, przystanki) poprzez nośniki typu „Back Light” o większej powierzchni ekspozycji po wielkoformatowe siatki reklamowe. Ponadto Spółka dysponuje szerokim zasobem „mobilnych” nośników w postaci autobusów w całej Polsce. 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 Sp. z o.o., 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 rejestrze przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000289126.

I.2. Władze Spółki

W okresie od 1 stycznia 2010 roku do 31 grudnia 2010 roku Spółką kierował Zarząd w składzie:

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

W 2010 roku skład Zarządu nie ulegał zmianie.

Na dzień 31 grudnia 2010 roku skład Rady Nadzorczej Spółki przedstawiał się następująco:

Joanna Braulińska-Wójcik - Przewodnicząca Rady Nadzorczej,

Piotr Krawczyński	- Zastępca Przewodniczącego Rady Nadzorczej
Dr Bartosz Foroniewicz	- Sekretarz Rady Nadzorczej
Jerzy Drozdowski	- Członek Rady Nadzorczej
Andrzej Szymański	- Członek Rady Nadzorczej

W okresie od dnia przekazania poprzedniego sprawozdania zarządu tj. 19 marca 2010 roku nastąpiły zmiany w składzie Rady Nadzorczej. W dniu 9 czerwca 2010 Zarząd Spółki otrzymał od p. Dariusza Werbowego oraz p. Roberta Kozielskiego rezygnację z pełnienia funkcji w Radzie Nadzorczej z dniem 8 czerwca 2010 roku.

I.3. Struktura kapitału i akcjonariatu

Na dzień 31 grudnia 2010 roku kapitał zakładowy Spółki wynosił 728.450 zł. (siedemset dwadzieścia osiem tysięcy czterysta pięćdziesiąt złotych) i dzielił się na 7.284.500 akcji o wartości nominalnej 0,10 zł każda, w tym:

- 1) 975.000 akcji zwykłych na okaziciela serii A
- 2) 1.225.500 akcji zwykłych na okaziciela serii B
- 3) 3.000.000 akcji imiennych uprzywilejowanych serii C
- 4) 84.000 akcji zwykłych imiennych serii D
- 5) 2.000.000 akcji zwykłych na okaziciela serii E.

Struktura znacznych pakietów akcji Spółki według stanu na dzień 31 grudnia 2010 roku.

Akcjonariusz	Liczba akcji (szt.)	Udział w kapitale zakładowym (%)	Liczba głosów	Udział w ogólnej liczbie głosów (%)
CAM WEST s.a r.l.	3.000.000	41,18%	6.000.000	58,34%
INVESTOR FIZ	790.000	10,84%	790.000	7,68%

Wskazanie zmian w strukturze własności znacznych pakietów akcji w okresie od dnia poprzedniego sprawozdania rocznego.

W okresie od publikacji ostatniego sprawozdania rocznego nie wystąpiły żadne zmiany w strukturze własności znacznych pakietów akcji CAM Media S.A.

II. Omówienie podstawowych wielkości ekonomiczno-finansowych ujawnionych w rocznym sprawozdaniu finansowym za 2010 rok

II.1. Sprawozdanie finansowe Spółki

CAM Media S.A. jest jednostką dominującą Grupy CAM Media („Grupa”, „Grupa CAM Media”) i za rok zakończony 31 grudnia 2010 roku sporządza również Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe.

Sprawozdanie finansowe CAM Media S.A. zostało sporządzone przy założeniu kontynuowania działalności gospodarczej przez Spółkę w dającej się przewidzieć przyszłości.

Stosowane metody wyceny aktywów i pasywów oraz przychodów i kosztów, w zakresie jakim ustawa daje prawo wyboru, zostało opisane w sprawozdaniu finansowym za rok 2010.

Wyniki osiągnięte w 2010 roku charakteryzowały następujące wielkości:

- 1) Przychody ze sprzedaży odnotowały wzrost i wyniosły 56.243 tys. zł, co oznacza 37,14% dynamikę sprzedaży w porównaniu do analogicznego okresu roku 2009,
- 2) Zysk brutto ze sprzedaży wyniósł 12.327 tys. zł, w porównaniu do 2009 roku nastąpił wzrost zysku ze sprzedaży o 2.376 tys. zł, co stanowi wzrost o 23,87%.
- 3) Wynik finansowy brutto wyniósł 1.563 tys. zł, wobec 1.381 tys. zł w roku 2009,
- 4) Wynik finansowy netto wyniósł 1.212 tys. zł, natomiast w analogicznym okresie roku 2009 wynik finansowy netto wyniósł 914 tys. zł,

Wybrane dane finansowe na dzień 31 grudnia 2010 roku w porównaniu do stanu na 31 grudnia 2009 roku przedstawia poniższa tabela.

WYBRANE DANE FINANSOWE	w tys. zł		w tys. EUR	
	Za okres 01.01.2010 do 31.12.2010	od 01.01.2009 do 31.12.2009	Za okres 01.01.2010 do 31.12.2010	Za okres 01.01.2009 do 31.12.2009
I. Przychody netto ze sprzedaży produktów	56 243	41 013	14 045	9 449
II. Zysk (strata) z działalności operacyjnej	1 438	741	359	171
III. Zysk (strata) brutto	1 563	1 381	390	318
IV. Zysk (strata) netto	1 212	914	303	211
V. Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	(5 070)	4 541	(1 266)	1 046
VI. Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(1 773)	4 007	(443)	923
VII. Środki pieniężne netto z działalności finansowej	(284)	(172)	(71)	(40)
VIII. Środki pieniężne netto, razem	(7 127)	8 376	(1 780)	1 930
	stan na 31.12.2010	stan na 31.12.2009	stan na 31.12.2010	stan na 31.12.2009
IX. Aktywa razem	47 058	41 257	11 882	10 043
X. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	14 867	10 813	3 754	2 632
XI. Zobowiązania długoterminowe	2 491	797	629	194
XII. Zobowiązania krótkoterminowe	12 376	10 016	3 125	2 438
XIII. Kapitał własny	32 190	30 444	8 128	7 411
XIV. Kapitał zakładowy	728	728	184	177
XV. Liczba akcji	7 284 500	7 284 500	7 284 500	7 284 500
XVI. Zysk (strata) na jedną akcję zwykłą (w zł / EUR)	0,17	0,13	0,04	0,03
XVII. Rozwodniony zysk (strata) na jedną akcję zwykłą (w zł / EUR)	0,17	0,13	0,04	0,03
XVIII. Wartość księgowa na jedną akcję (w zł / EUR)	4,42	4,18	1,07	0,94
XIX. Rozwodniona wartość księgowa na jedną akcję (w zł / EUR)	4,42	4,18	1,07	0,94
XX. Zadeklarowana lub wypłacona dywidenda na jedną akcję (w zł / EUR)	0	0	0	0

Na ostateczny kształt wyników finansowych osiągniętych w roku 2010 najistotniejszy wpływ miały przede wszystkim czynniki makroekonomiczne.

Najważniejszym czynnikiem wpływającym na otoczenie makroekonomiczne Spółki było stopniowe wychodzenie branży reklamowej z kryzysu bardzo wyraźnie odczuwalnego w roku 2009. W pierwszej połowie 2010 zarysowała się tendencja wzrostowa w zakresie wydatków reklamodawców na rynku polskim, choć nie we wszystkich kategoriach mediów na tym samym poziomie. Niemniej jednak, równocześnie z powolnym wzrostem rynku, uwidoczniła się również silna presja cenowa ze strony klientów, która nie uległa zmianie pomimo zakończenia kryzysu, natomiast redukcja kosztów była znacznie utrudniona ze względu na fakt, iż powierzchnie reklamowe są wynajmowane na podstawie długoterminowych kontraktów. Rok 2010 był również okresem licznych inwestycji w rozwój działalności; stworzony został nowy dział w strukturach Spółki odpowiedzialny za sprzedaż nowej w portfolio Spółki kategorii nośników reklamowych. Wszystkie wyżej

[Handwritten signatures]

wymienione elementy znalazły odzwierciedlenie w niższym poziomie rentowności sprzedaży.

II.1.1. Sprawozdanie z sytuacji finansowej

Na dzień 31 grudnia 2010 roku suma bilansowa CAM Media SA wyniosła 47.058 tys. zł i zwiększyła się o 5.801 tys. zł, tj. o 14,06% w stosunku do stanu na dzień 31 grudnia 2009 roku.

Po stronie aktywów główną pozycję stanowiły aktywa obrotowe, których wartość w aktywach ogółem stanowiła 68,76%, a na dzień 31 grudnia 2009 roku 72,71%.

Po stronie pasywów główną pozycję stanowiły kapitały własne wynoszące 68,41% sumy bilansowej według stanu na dzień 31 grudnia 2010 roku, na koniec grudnia 2009 roku kapitały własne stanowiły również 73,79% sumy bilansowej.

Porównanie stanu poszczególnych pozycji bilansowych na koniec grudnia 2010 roku i 2009 roku wskazuje na:

- 1) wzrost wartości długoterminowych aktywów finansowych w pozycji „udziały i akcje” o kwotę 258 tys. zł w związku z nabyciem 10% udziałów w kapitale zakładowym Spółki Aduma Sp. z o.o. oraz wykupem 49,5% udziałów spółki AdInnovation Sp. z o.o.,
- 2) wzrost poziomu aktywów obrotowych o 2.355 tys. zł do poziomu 32.355 tys. zł, wzrost majątku obrotowego nastąpił w głównej mierze w wyniku zwiększenia stanu krótkoterminowych należności handlowych i pozostałych z poziomu 11.903 tys. zł do 19.394 tys. zł przy jednoczesnym wzroście stanu rozliczeń międzyokresowych – należności od odbiorców,
- 3) wzrost zobowiązań krótkoterminowych o 2.361 tys. zł, na który złożył się wzrost zobowiązań handlowych. Jednocześnie zobowiązania długoterminowe zwiększyły się o kwotę 1.694 tys. w związku z zaciągnięciem kredytu na zakup lokali biurowych.
- 4) wzrost wartości kapitału własnego o 1.746 tys. zł, na który złożyły się wzrost wartości kapitału w pozycji zyski zatrzymane o 1.212 tys. zł, jak również zmiana stanu kapitału z aktualizacji wyceny o 534 tys. zł.

II.1.2. Sprawozdanie z całkowitych dochodów

Przychody ze sprzedaży Spółki zrealizowane w 2010 roku wyniosły 56.243 tys. zł w stosunku do 41.013 tys. zł, zrealizowanych w 2009 roku, co oznacza wzrost o 37,14%.

Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów poniesione przez Spółkę w 2010 roku wyniosły 43.916 tys. zł, wobec poniesionych w 2009 roku 31.061 tys. zł, co oznacza wzrost o 41,4%.

W 2010 roku Spółka osiągnęła zysk na sprzedaży w wysokości 12.327 tys. zł, co w porównaniu do 2009 roku oznacza zwiększenie o 23,87%.

Zysk brutto wyniósł 1.563 tys. zł i był o 183 tys. zł wyższy niż w analogicznym okresie roku ubiegłego, natomiast osiągnięty zysk netto wyniósł 1.212 tys. zł, co oznacza wzrost w stosunku do roku ubiegłego o 32,52%.

II.1.3. Rachunek przepływów pieniężnych

W 2010 roku przepływy pieniężne netto wyniosły -7.127 tys. zł. Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej wyniosły -5.070 tys. zł.

Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej wyniosły -1.773 tys. zł. Spółka dokonała inwestycji w zakup udziałów w spółkach na kwotę 258 tys. zł., jak również dokonała nabycia rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych na łączną kwotę 1.542 tys. zł.

Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej wyniosły -284 tys. zł. Na wydatki te składają się: spłata kredytów w kwocie 180 tys. zł. oraz zapłacone odsetki od zaciągniętych kredytów w kwocie 104 tys. zł.

II. 2. Analiza wskaźnikowa

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

Wskaźnik	2010	2009
Rentowność majątku	2,57%	2,22%
Rentowność kapitału własnego	3,76%	3,00%
Rentowność netto sprzedaży	2,15%	2,23%
Wskaźnik płynności I	2,61	3
Wskaźnik płynności II	2,61	3
Szybkość spłaty należności w dniach	96	118
Szybkość spłaty zobowiązań w dniach	122	156
Szybkość obrotu zapasów	-	-
Pokrycie majątku trwałego kapitałem własnym	2,19	2,70
Wartość księgowa na jedną akcję	4,42	4,18
Wynik finansowy na jedną akcję	0,17	0,13

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	$\frac{\text{Aktywa obrotowe} - \text{zapasy}}{\text{Zobowiązania krótkoterminowe}}$
Szybkość należności w dniach	$\frac{\text{Średni stan należności brutto} * 365}{\text{Przychody ze sprzedaży produktów}}$
Szybkość spłaty zobowiązań w dniach	$\frac{\text{Średni stan zobowiązań brutto} * 365}{\text{Koszt sprzedanych towarów i produktów}}$
Szybkość obrotu zapasów	$\frac{\text{Średni stan zapasów} * 365}{\text{Koszt sprzedanych towarów i produktów}}$

Handwritten signature/initials

Pokrycie majątku trwałego kapitałem własnym

Kapitały własne

Majątek trwały

Wartość księgowa na jedną akcję

Kapitał własny

Liczba akcji

Wynik finansowy na jedną akcję

Wynik finansowy netto za ostatnie 12 miesięcy

Liczba akcji

III. Opis istotnych czynników ryzyka i zagrożeń, z określeniem, w jakim stopniu Emitent jest na nie narażony

Jednym z ewentualnych zagrożeń jakie mogą stanąć przed CAM Media S.A. w następnym okresie może być dalsza niepewność sytuacji gospodarczej w następstwie kryzysu światowego. Biorąc pod uwagę pojawiające się okresowo sygnały z rynku europejskiego, którego częścią jest również rynek Polski, nasuwa się wniosek, że trwałość ożywienia na świecie jest jeszcze niepewna i gospodarka nie wróciła wciąż na ścieżkę stałego, dynamicznego wzrostu.

Sytuacja ta może mieć potencjalny wpływ na decyzje dotyczące wydatków marketingowych, choć ryzyko to z czasem powinno być coraz mniejsze.

Drugim ewentualnym zagrożeniem dla CAM Media S.A. mogą być ograniczenia w zamieszczaniu reklam w przestrzeni miejskiej, które mogą zostać wprowadzone przez władze miejskie. Wprowadzenie takich ograniczeń może czasowo skutkować zmniejszeniem przychodów Spółki w tym zakresie.

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

W roku 2010 nie toczyły się przeciwko Spółce żadne postępowania przed jakimkolwiek sądem ani też organem administracji publicznej.

V. Informacje o podstawowych produktach, towarach lub usługach wraz z ich określeniem wartościowym i ilościowym oraz udziałem poszczególnych produktów, towarów i usług (jeżeli są istotne) albo ich grup w sprzedaży Emitenta ogółem, a także zmianach w tym zakresie w danym roku obrotowym;

W Spółce CAM Media S.A. funkcjonuje 7 działów produktowych wyodrębnionych organizacyjnie. Działy te oferują na rynku dopasowane do potrzeb poszczególnych klientów media oraz unikalne rozwiązania z zakresu niestandardowej komunikacji marketingowej. Poniższa tabela 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 wnętrza powierzchni detalicznej
7	City Light	Kampanie na nośnikach typu Citylight Panel zamieszczonych na elementach architektury – kioskach, przystankach itp.

Spółka oferuje swoje produkty poprzez każdy ze swoich działów. W wielu przypadkach produkty poszczególnych działów są integrowane w jedną, spójną ofertę.

Stopniowe wychodzenie branży z kryzysu skutkowało znaczną dynamiką wzrostu sprzedaży usług w poszczególnych działach, dzięki czemu osiągnięte wyniki dla większości działów CAM Media S.A. okazały się znacznie lepsze od rezultatów odnotowanych w analogicznym okresie roku 2009.

VI. Informacje o rynkach zbytu oraz informacje o źródłach zaopatrzenia w materiały do produkcji, w towary i usługi

Porównanie sprzedaży CAM Media S.A. z roku 2010 do roku 2009 według działów.

Nazwa działu	2010		2009	
	tys. zł	udział %	tys. zł	udział %
Transit Advertising	5.984	10,64	4.955	12,08
Ambient Solutions	16.636	29,58	10.269	25,04
Event Unlimited	6.243	11,10	3.216	7,84
Mega Format	10.078	17,92	5.216	12,72
City Light	1.372	2,44	0	0,00
Creative Works	15.930	28,32	17.357	42,32

Sprzedaż CAM Media S.A. jest realizowana przede wszystkim na rynku krajowym. Sporadycznie kampanie realizowane są dla klientów spoza Polski na terytorium Polski jak również sporadycznie kampanie dla klientów spoza Polski poza terytorium Polski.

Wyszczególnienie	2010		2009	
	tys. zł	udział %	tys. zł	udział %
Sprzedaż krajowa	56.243	100	40.997	99,96

[Podpis]

Sprzedaż zagraniczna			16	0,04
RAZEM	56.243	100,00	41.013	100,00

Odbiorcami, których udział jest większy niż 10% przychodów ze sprzedaży w 2010 są:

- 1) Krajowy Związek Spółdzielni Mleczarskich,
- 2) Starcom Sp. z o.o.
- 3) Polkomtel S.A.

Spółka prowadzi działalność usługową korzystając z usług kontrahentów zewnętrznych.

Dostawcami, których obroty osiągnęły w 2010 roku kwotę powyżej 10% przychodów ze sprzedaży jest firma WITAKER Dariusz Derewecki.

Ponadto Spółka korzysta z usług szerokiego wachlarza kontrahentów co powoduje, że zmiana któregośkolwiek z nich nie wpływa negatywnie na realizację zleceń. Spółka nie jest formalnie powiązana z żadnym ze swoich kontrahentów.

VII. Informacje o zawartych umowach znaczących dla działalności Emitenta, w tym znanych Emitentowi umowach zawartych pomiędzy akcjonariuszami (wspólnikami), umowach ubezpieczenia, współpracy lub kooperacji

W 2010 roku Spółka zawarła następujące umowy, które są znaczące dla jej działalności:

1. Umowa o świadczenie usług związanych z planowaniem, przygotowaniem, realizacją oraz kontrolą kampanii reklamowych, wizerunkowych, produktowych i promocyjnych, przygotowywanych w oparciu o strategię reklamową zaproponowaną przez CAM Media S.A. oraz innych prac i kampanii z jednym z producentów sprzętu AGD. Umowa została zawarta na czas nieoznaczony, przy czym Strony mogą rozwiązać niniejszą umowę za zgodnym porozumieniem w każdym czasie, jak również za wypowiedzeniem z zachowaniem dwumiesięcznego okresu wypowiedzenia oraz bez wypowiedzenia w przypadkach opisanych w umowie. Pozostałe warunki umowy nie odbiegają od warunków powszechnie stosowanych dla tego typu umów.
2. Umowy zawarte z domem mediowym z siedzibą w Warszawie na przeprowadzenie kampanii reklamowych dla firmy telekomunikacyjnej, dla firm z branży spożywczej i producentów napojów oraz dla stacji telewizyjnej. Umowy zostały zawarte na czas określony obejmujący okres realizowanych kampanii reklamowych. Pozostałe warunki umowy nie odbiegają od warunków powszechnie stosowanych dla tego typu umów.
3. Umowa współpracy z RUCH S.A., na mocy której RUCH S.A. oddał do wyłącznej dyspozycji CAM Media S.A. wskazane w umowie nośniki typu Citylight w celu wykorzystywania ich do celów podnajmu dla potrzeb realizacji kampanii reklamowych zlecanych CAM Media S.A. przez jej klientów. Umowa została zawarta na czas nieokreślony, przy czym każda ze stron może rozwiązać umowę za wypowiedzeniem z zachowaniem sześciomiesięcznego okresu wypowiedzenia ze skutkiem na koniec miesiąca kalendarzowego, przy czym uprawnienie to nie przysługuje RUCH S.A. w okresie pierwszego roku obowiązywania umowy. Ponadto na warunkach określonych w umowie każda ze stron ma prawo rozwiązać umowę bez wypowiedzenia ze skutkiem natychmiastowym w przypadku niewykonania obowiązków umownych przez drugą stronę. Pozostałe warunki umowy nie odbiegają od warunków powszechnie stosowanych dla tego typu umów.
4. Umowa nr DIP/BDG-II/POPT/204/10 pomiędzy konsorcjum firm: CAM Media S.A., ATMA Sp. z o.o. i Polska Izba Gospodarcza Zaawansowanych Technologii (wykonawca), reprezentowanym przez CAM Media S.A. a Skarbem Państwa –

Ministerstwem Rozwoju Regionalnego z siedzibą w Warszawie (zamawiającym) została zawarta umowa na zorganizowanie i obsługę imprezy konferencyjno-wystawowej pt. „III Forum Funduszy Europejskich”.

5. Umowa zawarta ze Związkiem Producentów – „Polskie Mięso” z siedzibą w Warszawie, na realizację trzyletniej kampanii informacyjnej mięsa wieprzowego produkowanego zgodnie z krajowym systemem jakości PQS, która jest realizowana na podstawie umowy zawartej przez Związek Producentów – „Polskie Mięso” z Agencją Rynku Rolnego.
6. Umowa zawarta z „ENVIRO-SERV” Sp. z o.o., na mocy której CAM Media S.A. nabyła lokale biurowe o łącznej powierzchni 277 m² usytuowane w budynku położonym przy ul. Tamka 16 w Warszawie. Wartość transakcji opiewała na kwotę 2.771.840 zł i została sfinansowana w 20% ze środków własnych i w 80% z kredytu bankowego.

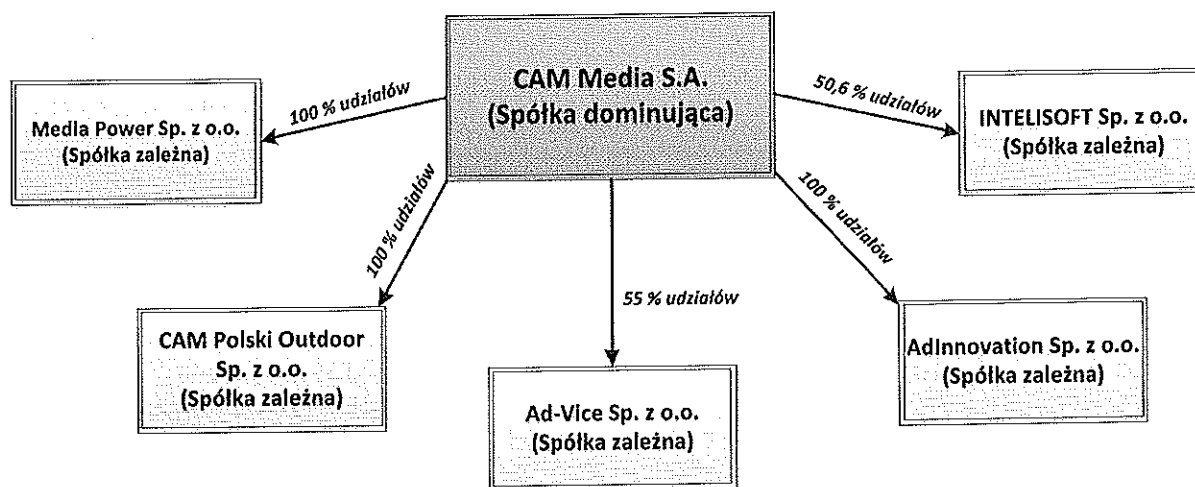
Spółce nie są znane żadne inne znaczące Umowy dla jej działalności. Spółce nie są znane Umowy ubezpieczenia, współpracy lub kooperacji między akcjonariuszami.

VIII. 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

Na dzień sporządzenia raportu rocznego Spółka CAM Media S.A. posiadała następujące udziały:

- 100% udziałów o wartości nominalnej 60.000 zł w Spółce z ograniczoną odpowiedzialnością Media Power z siedzibą w Warszawie. Cena nabycia wyniosła 1.200 zł
- 100 % udziałów o wartości nominalnej 50.000 zł w Spółce z ograniczoną odpowiedzialnością AdInnovation z siedzibą w Warszawie. Cena nabycia wyniosła 650.950 zł.
- 50,6% udziałów o wartości nominalnej 61.500 zł w Spółce z ograniczoną odpowiedzialnością Intelisoft z siedzibą w Warszawie. Cena nabycia wyniosła 61.500 zł.
- 55% udziałów o wartości nominalnej 27.500 zł w Spółce Ad-vice Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie. Cena nabycia wyniosła 3.375.000 zł
- 10,06% udziałów o wartości 203 460 zł w Spółce Aduma Sp. z o.o.
- 100% udziałów o wartości 5.000 zł w CAM Polski Outdoor Sp. z o.o.

Wyżej wymienione kwoty inwestycji zostały sfinansowane ze środków pozyskanych z publicznej emisji akcji.



Jednostki zależne Media Power Sp. z o.o. oraz CAM Polski Outdoor Sp. z o.o. do dnia sporządzenia raportu rocznego tj. do 21 marca 2011 roku jeszcze nie rozpoczęły

[Handwritten signatures]

działalności gospodarczej i w związku z tym w oparciu o Par. 5 i 8 MSR 8 nie zostały objęte konsolidacją.

IX. Informacje o istotnych transakcjach zawartych przez Emitenta lub jednostkę od niego zależną z podmiotami powiązanymi na innych warunkach niż rynkowe.

W 2010 roku spółka CAM Media S.A. lub jej jednostki zależne nie dokonały transakcji z podmiotami powiązanymi na warunkach innych niż rynkowe.

X. Informacje o zaciągniętych i wypowiedzianych w danym roku obrotowym umowach dotyczących kredytów i pożyczek z podaniem co najmniej ich kwoty, rodzaju i wysokości stopy procentowej, waluty i terminu wymagalności

W dniu 27 kwietnia 2010 roku Spółka zawarła umowę Kredytu w rachunku bieżącym w Deutsche Bank PBC S.A. do kwoty 1.000.000 zł. Data wygaśnięcia kredytu 21 kwietnia 2011 roku. Oprocentowanie zmienne WIBOR 1M + 1,1% w skali roku.

W dniu 25 maja 2010 Spółka zawarła umowę Kredytu nieodnawialnego z Fortis Bank Polska S.A. na zakup lokali biurowych w kwocie 2.272.000 zł. Data wygaśnięcia kredytu 25 maja 2020 r. Oprocentowanie zmienne WIBOR 3M +1,8% w skali roku.

XI. Informacje o udzielonych w danym roku obrotowym pożyczkach ze szczególnym uwzględnieniem pożyczek udzielonych jednostkom powiązanym Emitenta z podaniem co najmniej ich kwoty, rodzaju i wysokości stopy procentowej, waluty i terminu wymagalności

Stan pożyczek udzielonych w 2010 roku :
- do jednostek powiązanych:

- 1) Intelisoft Sp. z o.o. (spółka zależna) - umowa pożyczki zawarta w dniu 21 kwietnia 2009 roku: kwota pożyczki 210.699,54 zł, udzielona na okres do 31 grudnia 2013 roku, oprocentowanie wg stawki WIBOR 3M powiększony o 2% marżę.

XII. Informacje o udzielonych i otrzymanych w danym roku obrotowym poręczeniach i gwarancjach ze szczególnym uwzględnieniem poręczeń i gwarancji udzielonych jednostkom powiązanym Emitenta

W dniu 23 kwietnia 2010 roku Spółka ustanowiła zabezpieczenie w postaci poręczenia dla Kredytu w rachunku bieżącym dla spółki zależnej od CAM Media S.A. – Ad-Vice Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie. Wartość poręczenia wynosi 200.000 zł. Data wygaśnięcia poręczenia: 25 kwietnia 2011 r.

Pozostałe poręczenia dla podmiotów niepowiązanych:

W dniu 05 października 2007 roku Spółka ustanowiła poręczenie dla ubezpieczeniowej gwarancji należytego wykonania kontraktu wystawionej przez TUIR CIGNA STU S.A. na wniosek Krajowego Związku Spółdzielni Mleczarskich – Związku Rewizyjnego na rzecz Agencji Rynku Rolnego w związku z realizacją kampanii informacyjno promocyjnej mleka i produktów mlecznych. Kwota poręczenia wynosi: 1.500.313,85 zł. Termin ważności gwarancji wygasa 07 sierpnia 2011.

W dniu 24 lutego 2010 roku zawarta została umowa przejęcia kwoty na zabezpieczenie pomiędzy CAM Media S.A. a FORTIS BANK POLSKA S.A. na rzecz spółki Propublic Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie. Kwota przejęcia wynosi 181.704,00 zł. Okres kredytowania: do 13 lipca 2011 r. Zawarta umowa stanowiła zabezpieczenie należności na rzecz

Ministerstwa Finansów z tytułu zabezpieczenia wypłaty nagród w loterii promocji konsumenckiej zorganizowanej dla Klienta z branży FMCG.

W dniu 31 sierpnia 2010 roku Spółka ustanowiła poręczenie dla ubezpieczeniowej gwarancji należytego wykonania umowy wystawionej przez Polskie Towarzystwo Ubezpieczeń S.A. na wniosek Związku „Polskie Mięso” na rzecz Agencji Rynku Rolnego w związku z realizacją wsparcia działań promocyjnych i informacyjnych na rynkach wybranych produktów rolnych. Kwota poręczenia wynosi: 641.162,62 zł. Termin ważności gwarancji wygasa 30 czerwca 2014 roku.

Gwarancje bankowe i ubezpieczeniowe otrzymane przez Emitenta na zabezpieczenie umów handlowych:

Gwarancja bankowa Deutsche Bank PBC S.A. nr GWN\1012923 w wysokości 400.000 zł ważna do 22 czerwca 2011 roku.

Gwarancja ubezpieczeniowa dobrego wykonania kontraktu nr F10010909 wystawiona przez Polskie Towarzystwo Ubezpieczeń S.A. na kwotę 50.000 zł ważna do dnia 31 stycznia 2011 r.

XIII. Opis wykorzystania przez Emitenta wpływów z emisji papierów wartościowych.

W okresie objętym raportem nie miała miejsca emisja papierów wartościowych Emitenta. Część środków finansowych pochodzących z emisji przeprowadzonej w roku 2008 została przeznaczona na przejęcie pełnej kontroli nad spółką zależną AdInnovation Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie. Transakcja polegała na zakupie 49,5% udziałów w spółce za kwotę 50.000 zł. W wyniku tej transakcji CAM Media S.A. posiada w tej spółce 100% udziałów. Ponadto w roku 2010 Spółka wydatkowała środki pozyskane z emisji na zakup 10% udziałów w spółce Aduma Sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu za kwotę 203.046 zł oraz na wpłatę na kapitał zakładowy spółki zależnej CAM Polski Outdoor Sp. z o.o. w wysokości 5.000 zł.

XIV. Objaśnienie różnic pomiędzy wynikami finansowymi wykazanymi w raporcie rocznym a wcześniej publikowanymi prognozami wyników na dany rok

Spółka nie publikowała prognoz na rok 2010.

XV. Ocena dotycząca 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 kredyt obrotowy w rachunku bieżącym, który w pełnym zakresie zabezpiecza jej płynność finansową, jak również jej zdolność do wywiązywania z zaciągniętych zobowiązań. Wolne środki finansowe są lokowane na lokatach bankowych o negocjowanym oprocentowaniu. W ramach zarządzania płynnością finansową Spółka prowadzi bieżący monitoring należności od kontrahentów w celu skorelowania terminów spłaty zobowiązań z wpływami na rachunek bankowy. W ramach systemu oceny ryzyka transakcyjnego Spółka sprawdza wiarygodność finansową kontrahentów oraz opinie panujące o nich na rynku, a w przypadku niewywiązywania się z terminów płatności podejmuje standardowe działania windykacyjne.

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

W ramach systemu planowania strategicznego i operacyjnego Spółka prowadzi dokładne analizy potencjalnych zamierzeń inwestycyjnych pod kątem ich rentowności, efektywności oraz możliwości kapitałowych. W przypadku zamierzeń o znacznej wartości wymagającej zwiększonego zaangażowania kapitałowego prowadzone są analizy rynkowe dotyczące możliwości oraz efektywności pozyskania dodatkowego finansowania z różnych źródeł. Uwzględniając możliwe zmiany w strukturze finansowej działalności, plany inwestycyjne Spółki związane z rozwojem przedsięwzięć biznesowych mają pełne pokrycie w środkach pieniężnych pochodzących z publicznej emisji akcji. W przypadku innych projektów wymagających większego zaangażowania kapitałowego Spółka posiada odpowiednie zaplecze pozwalające jej na pozyskanie efektywnego finansowania zewnętrznego.

XVII. 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 i nietypowe zdarzenia, które miałyby wpływ na osiągnięty wynik finansowy. W ramach swojej działalności bieżącej Spółka stara się na bieżąco analizować ryzyko związane zarówno z bieżącą działalnością, jak również antycypować potencjalnie negatywne zmiany w otoczeniu makroekonomicznym.

XVIII. Charakterystyka zewnętrznych i wewnętrznych czynników istotnych dla rozwoju przedsiębiorstwa Emitenta oraz opis perspektyw rozwoju działalności Emitenta z uwzględnieniem elementów strategii rynkowej przez niego wypracowanej

Najważniejszym czynnikiem zewnętrznym mającym wpływ na perspektywy rozwoju Spółki jest wzrastająca dynamika rozwoju branży będąca wynikiem odwrócenia koniunktury gospodarczej na świecie, a w konsekwencji również na rynku polskim. W ciągu ostatniego roku widoczne jest wyraźne ożywienie gospodarcze, które przekłada się na wzrost wydatków reklamowych na rynku krajowym. Zredukowane lub zamrożone na czas kryzysu budżety reklamowe zostały ponownie uruchomione, a w pewnych sektorach widać nawet większą dynamikę niż zakładano. Drugim znaczącym czynnikiem wpływającym zarówno na bieżącą działalność Spółki, jak również na perspektywy jej rozwoju jest osłabienie konkurencji. Spółka dzięki przemyślanej strategii przetrwała kryzys w bardzo dobrej kondycji finansowej i jej pozycja na rynku uległa istotnemu wzmocnieniu. Stwarza to bardzo korzystne widoki na przyszłość, zwłaszcza wobec przewidywanego dalszego dynamicznego rozwoju rynku, a zwłaszcza sektorów, w których działa CAM Media S.A.

Bardzo istotnym czynnikiem, który bez wątpienia korzystnie wpłynie na Spółkę jest również dalszy dynamiczny rozwój Internetu. Dzięki temu poczynione przez Spółkę inwestycje w branży internetowej będą miały istotny wpływ na jej sytuację rynkową i finansową.

Innym istotnym wewnętrznym czynnikiem sprzyjającym wzrostowi Spółki jest wypracowanie szerokiej i spójnej oferty produktowej mającej zapewnić spełnienie oczekiwań ze strony klientów. Uzyskana dzięki temu większa synergia znacznie wpłynie na dalszy wzrost potencjału Spółki.

Rok 2010 był kolejnym, w którym Spółka realizowała inwestycje w obszarze *New Business* oraz ponosiła nakłady na rozwój i wdrożenie nowych produktów w kategorii *out-of-home*.

W ramach działań wewnętrznych Spółka planuje kontynuację rozpoczętych działań zmierzających do wzrostu efektywności świadczenia usług, większej kontroli kosztów

zarówno bezpośrednich, jak i pośrednich, co ma za zadanie doprowadzić do istotnego zwiększenia rentowności w przyszłości. Ponadto Spółka planuje konsekwentne wdrażanie opracowanej w roku 2010 strategii rozwoju.

XIX. Zmiany w podstawowych zasadach zarządzania przedsiębiorstwem Emitenta i jego grupą kapitałową.

Grupa Kapitałowa CAM Media S.A. powstała w 2009 roku, a rok 2010 był okresem wzmożonej pracy nad integracją procesów w ramach spółek wchodzących w jej skład. W wyniku tego nastąpiło szereg zmian w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Zmiany w zasadach zarządzania obejmują integrację oferty produktowej całej grupy kapitałowej i przełożenie jej na trwałą przewagę konkurencyjną na rynku, zwiększenie siły przetargowej grupy kapitałowej oraz zwiększenie lojalności klienta wynikające ze zwiększonej kompleksowości oferty produktowej.

Jednocześnie w ramach grupy kapitałowej wprowadzane są ujednolicone procesy i procedury. Ma to na celu zachowanie spójnego systemu planowania i kontroli zarządczej, dzięki czemu współpraca pomiędzy poszczególnymi podmiotami będzie znacznie bardziej efektywna, a ponadto osiągnięte zostaną wymierne korzyści ekonomiczne.

XX. Wszelkie umowy zawarte między Emitentem 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 Emitenta przez przejęcie

Na dzień 31 grudnia 2010 roku nie było w Spółce umów przewidujących wypłatę rekompensat osobom zarządzającym 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.

XXI. Wartość wynagrodzeń, nagród lub korzyści, w tym wynikających z programów motywacyjnych lub premiovych opartych na kapitale Emitenta, w tym programów opartych na obligacjach z prawem pierwszeństwa, zamiennych, warrantach subskrypcyjnych (w pieniądzu, naturze lub jakiegokolwiek innej formie), wypłaconych, należnych lub potencjalnie należnych, odrębnie dla każdej z osób zarządzających i nadzorujących Emitenta w przedsiębiorstwie Emitenta, bez względu na to, czy odpowiednio były one zaliczane w koszty, czy też wynikały z podziału zysku wraz z informacjami o wartości wynagrodzeń i nagród otrzymanych z tytułu pełnienia funkcji we władzach jednostek podporządkowanych.

Z tytułu pełnienia funkcji we władzach jednostek podporządkowanych, żadna z osób zarządzających oraz nadzorujących Emitenta nie otrzymała żadnych wynagrodzeń, nagród lub korzyści, w tym wynikających z programów motywacyjnych lub premiovych opartych na kapitale Emitenta, programów opartych na obligacjach z prawem pierwszeństwa, zamiennych, warrantach subskrypcyjnych (w pieniądzu, naturze lub jakiegokolwiek innej formie).

Wynagrodzenia Zarządu

Łączna wartość wynagrodzeń wypłaconych członkom Zarządu za okres od 1 stycznia 2010 roku do 31 grudnia 2010 roku wyniosła: 900.000 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 2010 roku (dane w zł brutto)

Imię i nazwisko	Wynagrodzenie	Wypłata dywidendy
Krzysztof Przybyłowski	300.000 zł	0 zł
Paweł Orłowski	300.000 zł	0 zł

Adam Michalewicz	300.000 zł	0 zł
------------------	------------	------

W 2010 roku członkom Zarządu nie przyznano świadczeń w naturze.

W 2010 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 2010 roku członkom Rady Nadzorczej wypłacono wynagrodzenia z tytułu pełnionej funkcji w następującej wysokości:

Imię i nazwisko	Wynagrodzenie brutto
Joanna Braulińska-Wójcik	7.428,56 zł
Jerzy Drozdowski	7.428,56 zł
Bartosz Foroniewicz	7.428,56 zł
Andrzej Szymański	7.428,56 zł
Piotr Krawczyński	7.428,56 zł
Dariusz Werbowy (do dnia rezygnacji)	3.714,28 zł
Robert Kozielski (do dnia rezygnacji)	1.857,14 zł

W 2010 roku Członkom Rady Nadzorczej wynagrodzenie nie zostało wypłacone ani w formie opcji na akcje ani na podstawie planu premii lub podziału zysku.

W 2010 roku Członkom Rady Nadzorczej nie przyznano świadczeń w naturze.

XXII. Określenie łącznej liczby i wartości nominalnej wszystkich akcji Emitenta oraz akcji i 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 sporządzenia raportu rocznego, tj. na 21 marca 2011 roku akcje Spółki:

Akcjonariusz	Liczba akcji (szt.)	Udział w kapitale zakładowym (%)	Liczba głosów	Udział w ogólnej liczbie głosów (%)
Krzysztof Przybyłowski - Prezes Zarządu	196.867	2,70%	196.867	1,91%
Paweł Orłowski - Wiceprezes Zarządu	197.519	2,71%	197.519	1,92%
Adam Michalewicz - Wiceprezes Zarządu	193.966	2,66%	193.966	1,87%
Członek Rady Nadzorczej*/	5.103	0,07%	5.103	0,05%

*/ Osoba nie wyraziła zgody na publikowanie jej danych osobowych

Wskazanie zmian w stanie posiadania, w okresie od dnia przekazania poprzedniego raportu rocznego, tj. od dnia 19 marca 2010 roku, odrębnie dla każdej z osób.

Pan Krzysztof Przybyłowski w dniu 12 października 2010 roku sprzedał 100.000 akcji CAM Media S.A. Następnie w dniu 14 października 2010 roku nabył 13.467 akcji imiennych serii D CAM Media S.A. W wyniku czego jego udział w kapitale zakładowym CAM Media S.A. zmalał do 2,70%, a udział w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu CAM Media S.A. zmalał do 1,91%.

Pan Paweł Orłowski w dniu 12 października 2010 roku sprzedał 100.000 akcji CAM Media S.A. Następnie w dniu 14 października 2010 roku nabył 13.467 akcji imiennych serii D CAM Media S.A. W wyniku czego jego udział w kapitale zakładowym CAM Media S.A. zmalał do 2,71%, a udział w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu CAM Media S.A. zmalał do 1,92%.

Pan Adam Michalewicz w dniu 12 października 2010 roku sprzedał 100.000 akcji CAM Media S.A. Następnie w dniu 14 października 2010 roku nabył 13.466 akcji imiennych serii D CAM Media S.A. W wyniku czego jego udział w kapitale zakładowym CAM Media S.A. zmalał do 2,66%, a udział w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu CAM Media S.A. zmalał do 1,87%.

Poza tym w okresie od dnia przekazania poprzedniego raportu rocznego w stanie posiadania akcji Emitenta przez osoby zarządzające i nadzorujące nie wystąpiła żadna inna zmiana.

Zgodnie z posiadanymi przez Spółkę informacjami pozostałe osoby nadzorujące na dzień sporządzenia raportu rocznego, tj. na 21 marca 2011 roku nie posiadają akcji Spółki.

Zgodnie z posiadanymi przez Spółkę informacjami żadna z osób zarządzających ani żadna z osób nadzorujących na dzień sporządzenia raportu rocznego, tj. na 21 marca 2011 roku nie posiadała udziałów w jednostkach zależnych Spółki.

XXIII. Informacje o znanych Emitentowi 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 oraz obligatariuszy.

XXIV. Informacje o systemie kontroli programów akcji pracowniczych

Aktualnie w Spółce CAM Media S.A. nie funkcjonuje program akcji pracowniczych.

Pracownicy CAM Media S.A. uczestniczyli w objęciu akcji imiennych serii D, których zamiana na akcje na okaziciela była wyłączona do dnia 15 lipca 2010 roku. W okresie do 15 lipca 2010 roku akcje imienne serii D mogły być zbywalne wyłącznie na rzecz Spółki, w celu ich umorzenia albo w innym dopuszczalnym prawnie celu, w przypadku ustania stosunku pracy pomiędzy pracownikiem a CAM Media S.A. lub zakończeniem współpracy ze Spółką oraz w przypadku, gdy przychody ze sprzedaży Spółki nie osiągną zakładowego wyniku.

W dniu 12 stycznia 2011 roku Zarząd CAM Media SA podjął Uchwałę Nr 1/01/11 w sprawie wyrażenia zgody na zamianę akcji imiennych serii D na akcje na okaziciela, zgodnie z wnioskami akcjonariuszy.

Aktualnie akcje serii D są przygotowywane do dematerializacji i wprowadzenia do obrotu publicznego.

XXV. Informacje o podmiocie uprawnionym do badania sprawozdania finansowego

	2010 rok	2009 rok
Podmiot	BDO Sp. z o.o. (dawniej BDO Numerica International Auditors & Consultants Sp. z o.o.)	BDO Sp. z o.o. (dawniej BDO Numerica International Auditors & Consultants Sp. z o.o.)
Data podpisania umowy	29.07.2010 roku	21.07.2009 roku
Okres, na jaki	Brak określenia – umowa dotyczy	Brak określenia – umowa



umowa jest podpisana	wykonania wskazanych w niej czynności.	dotyczy wykonania wskazanych w niej czynności.
Zakres	Przegląd śródrocznego jednostkowego sprawozdania finansowego na 30 czerwca 2010 roku. Wynagrodzenie 20.000 zł. Przegląd śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego na 30 czerwca 2010 roku. Wynagrodzenie 11.000 zł. Badanie rocznego, jednostkowego sprawozdania finansowego za 2010 rok. Wynagrodzenie 30.000 zł Badanie rocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego za 2010 rok. Wynagrodzenie 15.000 zł Warsztaty przy wdrożeniu międzynarodowych standardów rachunkowości (MSR). Wynagrodzenie 10.000 zł	Przegląd śródrocznego jednostkowego sprawozdania finansowego na 30 czerwca 2009 roku. Wynagrodzenie 19.000 zł. Przegląd śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego na 30 czerwca 2009 roku. Wynagrodzenie 10.000 zł. Badanie rocznego, jednostkowego sprawozdania finansowego za 2009 rok. Wynagrodzenie 28.000 zł Badanie rocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego za 2009 rok. Wynagrodzenie 14.000 zł Pomoc przy wdrożeniu międzynarodowych standardów rachunkowości (MSR). Wynagrodzenie 9.000 zł
Inne umowy	Brak	Brak

XXV. Raport w sprawie stosowania zasad ładu korporacyjnego w CAM Media S.A. w roku 2010 roku.

Zgodnie z § 91 ust. 5 pkt 4 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 19 lutego 2009 r. w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim (Dz. U. nr 33, poz. 259) z uwzględnieniem § 29 ust. 5 Regulaminu Giełdy Papierów Wartościowych S.A. w Warszawie, Zarząd CAM Media S.A. niniejszym oświadcza co następuje:

- Wskazanie (i) zbioru zasad ładu korporacyjnego, któremu podlega emitent, oraz miejsca, gdzie tekst zbioru zasad jest publicznie dostępny, lub (ii) wskazanie zbioru zasad ładu korporacyjnego, na którego stosowanie emitent mógł się zdecydować dobrowolnie, oraz miejsce, gdzie tekst zbioru jest publicznie dostępny, lub (iii) wskazanie wszelkich odpowiednich informacji dotyczących stosowanych przez emitenta praktyk w zakresie ładu korporacyjnego, wykraczających poza wymogi przewidziane prawem krajowym wraz z przedstawieniem informacji o stosowanych przez niego praktykach w zakresie ładu korporacyjnego:**

Zarząd CAM Media S.A. przyjął do stosowania zasady ładu korporacyjnego pod nazwą „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW”, stanowiące Załącznik do Uchwały Nr 12/1170/2007 Rady Giełdy z dnia 4 lipca 2007 roku.

Tekst zbioru zasad jest dostępny publicznie na stronie internetowej <http://www.corp-gov.gpw.pl/>, jak również na stronie internetowej Spółki www.cammedia.pl w dziale Relacje Inwestorskie (Investor relations) / zakładka Spółka (Company Info) / zakładka Ład Korporacyjny (Corporate Governance).



2. Wskazanie w jakim zakresie emitent odstąpił od stosowania postanowień zbioru zasad ładu korporacyjnego określonego w pkt 1 powyżej oraz wyjaśnienie przyczyn tego odstąpienia:

W roku 2010 CAM Media SA stosowała wszystkie zasady ładu korporacyjnego określone w powołanym powyżej zbiorze, z tym jednak zastrzeżeniem, iż w stosowaniu zasady wskazanej w części II pkt 2: Spółka zapewnia funkcjonowanie swojej strony internetowej w języku angielskim, przynajmniej w zakresie wskazanym w części II pkt 1, ze względów technicznych zdarzały się niewielkie odstępstwa wynikające z ograniczonej pojemności strony internetowej.

Spółka prowadzi aktualnie prace nad zmianą strony internetowej, co pozwoli na zamieszczanie większej ilości treści.

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

Dla zabezpieczenia prawidłowości, rzetelności i zgodności z przepisami prawa oraz zapewnienia wysokiej jakości danych finansowych Spółka wprowadziła system kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem. Za prawidłowe funkcjonowanie systemu kontroli wewnętrznej odpowiedzialny jest Wiceprezes Zarządu, nadzorujący działalność finansową Spółki.

Dane finansowe są rejestrowane w systemie informatycznym, do którego dostęp jest limitowany odpowiednimi uprawnieniami dla upoważnionych osób. W sposób ciągły prowadzona jest kontrola dostępu podczas sporządzania sprawozdania finansowego od początkowego wprowadzania danych aż do zakończenia sporządzania plików informacyjnych. Osoby uczestniczące w sporządzaniu sprawozdań finansowych objęte są umowami o zachowaniu poufności.

Dane finansowe do sprawozdań finansowych i raportów okresowych pochodzą ze sporządzanej przez Spółkę miesięcznej sprawozdawczości finansowej i zarządczej. Po zamknięciu księgowym każdego miesiąca sprawozdawczego Zarząd analizuje wyniki Spółki i porównuje je z założeniami budżetowymi, przyjętymi na dany rok obrotowy. Zaistniałe różnice w realizacji założeń budżetowych są na bieżąco analizowane. W razie potrzeby wprowadzane są niezbędne korekty.

Zasady rzetelności prowadzenia ksiąg rachunkowych Spółki oraz tworzenia zgodnych ze standardami sprawozdań finansowych opierają się na następujących filarach zatwierdzonych przez Zarząd:

- (i) Polityka rachunkowości oraz plan kont zgodne z Ustawą o Rachunkowości,
- (ii) System Procedur Spółki organizujący obieg dokumentów, porządkujący zakres odpowiedzialności i uprawnień poszczególnych ogniw systemu, jak również zasady kontroli wewnętrznej,
- (iii) Szereg procedur wewnętrznych regulujących, narażone w szczególności na ryzyko obszary, wynikające ze specyfiki działania firmy.

Sporządzane przez Spółkę sprawozdania finansowe poddawane są okresowej weryfikacji przez niezależnego audytora w formie przeglądu (dotyczy sprawozdania śródrocznego) oraz badania (dotyczy sprawozdania rocznego).

Proces wyboru podmiotu, który ma pełnić funkcje biegłego rewidenta w Spółce odbywa się w sposób zapewniający jego niezależność przy realizacji powierzonych zadań. Wyboru biegłego rewidenta dokonuje Rada Nadzorcza. Umowy na badanie sprawozdań finansowych Spółki podpisywane są na okres jednego roku. Spółka dokonuje zmiany podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych przynajmniej raz na siedem lat. Przez zmianę biegłego rewidenta rozumie się również zmianę osoby dokonującej badania.

Spośród obszarów ryzyka, na które narażona jest Spółka, najistotniejsze jest ryzyko rynkowe, zwłaszcza ryzyko kursowe i ryzyko stopy procentowej. Dla zabezpieczenia ryzyka kursowego Spółka korzysta z Instrumentów finansowych zabezpieczających, w postaci kontraktów terminowych. Szczegółowe zasady korzystania przez Spółkę z tych instrumentów finansowych zostały opisane w informacji dodatkowej do sprawozdania finansowego. Dla zabezpieczenia przed ryzykiem stopy procentowej Zarząd stosuje zasadę składania krótkoterminowych lokat (nieprzekraczających 3 miesięcy). Stopy procentowe są monitorowane na bieżąco.

4. **Wskazanie akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio znaczne pakiety akcji wraz ze wskazaniem liczby posiadanych przez te podmioty akcji, ich procentowego udziału w kapitale zakładowym, liczby głosów z nich wynikających i ich procentowego udziału w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu:**

Akcjonariusz	liczba akcji [szt.]	udział w kapitale zakładowym [%]	Liczba głosów	udział w ogólnej liczbie głosów [%]
CAM West s.a r.l.	3.000.000	41,18%	6.000.000	58,34%
Investor FIZ	790.000	10,84%	790.000	7,68%

5. **Wskazanie posiadaczy wszelkich papierów wartościowych, które dają specjalne uprawnienia kontrolne, wraz z opisem tych uprawnień:**

Spółka nie emitowała akcji dających ich posiadaczom specjalne uprawnienia kontrolne.

Spółka wyemitowała 3.000.000 akcji imiennych serii C, które są uprzywilejowane, ale w ten sposób że na każdą akcję przypadają dwa głosy na Walnym Zgromadzeniu. Wszystkie akcje serii C stanowią własność CAM West s.a r.l. Pozostałe akcje Spółki są akcjami zwykłymi.

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

Statut Spółki nie przewiduje ograniczeń odnośnie do wykonywania prawa głosu przez posiadaczy określonej części lub liczby głosów ani ograniczeń czasowych dotyczących wykonywania prawa głosu, jak również nie zawiera zapisów, zgodnie z którymi, przy współpracy spółki, prawa kapitałowe związane z papierami wartościowymi są oddzielone od posiadania papierów wartościowych.

Ponadto Statut Spółki w § 18 ust. 5 stanowi, iż zakazane jest przyznanie prawa głosu z akcji Spółki zastawnikowi albo użytkownikowi akcji.

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

Jedyne statutowe ograniczenie dotyczące przenoszenia prawa własności papierów wartościowych emitenta zawiera § 6 ust. 5 Statutu Spółki. Stanowi on, iż w okresie do

dnia 15 lipca 2010 roku (piętnastego lipca dwa tysiące dziesiątego roku), akcje imienne serii D mogły być zbywane wyłącznie na rzecz Spółki, w celu ich umorzenia albo w innym dopuszczalnym prawnie celu.

Pozostałe ograniczenia, dotyczące przenoszenia prawa własności papierów wartościowych Spółki wynikają z powszechnie obowiązujących przepisów prawa.

Dodatkowo 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 SA 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 uruchomienia notowań akcji Spółki na GPW w Warszawie.

Poza wskazanymi powyżej nie występują inne ograniczenia, dotyczące przenoszenia prawa własności papierów wartościowych Emitenta.

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

Członkowie Zarządu są powoływani i odwoływani przez Radę Nadzorczą z tym, że członkowie Zarządu pierwszej kadencji zostali wybrani w procesie przekształcenia formy prawnej Spółki. 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. Kadencja Zarządu jest wspólna i trwa 3 lata.

Zarząd kieruje działalnością Spółki i reprezentuje ją na zewnątrz. Do reprezentowania Spółki upoważnionych jest dwóch członków Zarządu działających łącznie lub członek Zarządu działający łącznie z prokurentem. 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.

Zarząd jest uprawniony do podwyższenia kapitału zakładowego Spółki poprzez emisję nowych akcji o łącznej wartości nominalnej nie większej niż 546 337,50 zł, w drodze jednego lub kilku podwyższeń kapitału zakładowego w granicach określonych powyżej (kapitał docelowy). Zarząd może wydawać akcje wyemitowane w ramach kapitału docelowego w zamian za wkłady pieniężne lub niepieniężne. Upoważnienie Zarządu do podwyższenia kapitału zakładowego oraz do emitowania nowych akcji w ramach kapitału docelowego wygasa z upływem 3 lat od dnia wpisania kapitału docelowego do rejestru przedsiębiorców.

W sprawach związanych z podwyższeniem kapitału zakładowego w ramach kapitału docelowego, Zarząd jest umocowany do zawierania umów o submisję inwestycyjną lub submisję usługową lub innych umów zabezpieczających powodzenie emisji akcji, podejmowania uchwał oraz innych działań w sprawie dematerializacji akcji oraz zawierania umów z Krajowym Depozytem Papierów Wartościowych SA o rejestrację akcji, podejmowania uchwał oraz innych działań w sprawie odpowiednio emisji akcji w drodze subskrypcji prywatnej lub oferty publicznej lub ubiegania się o dopuszczenie akcji do obrotu na rynku regulowanym.

Uchwały Zarządu w sprawie ustalenia ceny emisyjnej akcji w ramach kapitału docelowego lub wydawania akcji w zamian za wkłady niepieniężne wymagają zgody Rady Nadzorczej. Cena emisyjna akcji w ramach kapitału docelowego nie może być niższa niż średnia cena

rynkowa z ostatnich sześciu miesięcy poprzedzających datę podjęcia uchwały w tej sprawie.

Zarząd jest upoważniony do wyłączenia prawa poboru dotychczasowych akcjonariuszy. Uchwała Zarządu w tej sprawie wymaga zgody Rady Nadzorczej.

Zarząd jest również uprawniony do podjęcia decyzji o wykupie akcji Spółki w przypadkach i na zasadach określonych w przepisach kodeksu spółek handlowych.

9. Opis zasad zmiany statutu lub umowy spółki emitenta:

Zmiana Statutu wymaga uchwały Walnego Zgromadzenia podjętej zgodnie z zasadami określonymi w kodeksie spółek handlowych.

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

Zwołanie Walnego Zgromadzenia następuje w trybie określonym przepisami prawa. Walne Zgromadzenie może być odwołane, jeżeli jego odbycie napotyka na nadzwyczajne przeszkody (siła wyższa) lub jest oczywiście bezprzedmiotowe. Odwołanie następuje w taki sam sposób, jak zwołanie nie później niż na trzy tygodnie przed pierwotnie planowanym terminem. Odwołanie Walnego Zgromadzenia, w którego porządku obrad na wniosek uprawnionych podmiotów umieszczono określone sprawy lub które zwołane zostało na taki wniosek możliwe jest tylko za zgodą wnioskodawców.

Zmiana terminu odbycia Walnego Zgromadzenia następuje w tym samym trybie, co jego odwołanie, choćby proponowany porządek obrad nie ulegał zmianie.

Uchwały w sprawie zdjęcia określonych spraw z porządku obrad bądź uchwały w przedmiocie zaniechania rozpatrzenia określonych spraw umieszczonych w porządku obrad, wymagają szczegółowego uzasadnienia i zgody wszystkich obecnych akcjonariuszy, na których wniosek określona sprawa umieszczona została w porządku obrad. Uchwały w sprawach, o jakich mowa w zdaniu poprzednim zapadają większością 3/4 (trzech czwartych) głosów.

Walne Zgromadzenie otwiera Przewodniczący Rady Nadzorczej lub osoba przez niego wskazana. W przypadku, gdy Przewodniczący Rady Nadzorczej nie będzie obecny na Walnym Zgromadzeniu lub nie wskaże osoby do jego otwarcia, Walne Zgromadzenie będzie otwarte przez Prezesa Zarządu bądź osobę przez niego wskazaną, a w braku i tych osób przez Akcjonariusza lub osobę reprezentującą Akcjonariusza posiadającego najwyższy procent akcji w kapitale zakładowym Spółki obecnego na Walnym Zgromadzeniu.

Do kompetencji Walnego Zgromadzenia należy podejmowanie uchwał w sprawach:

- 1) podziału zysku albo pokrycia straty,
- 2) tworzenia i znoszenia kapitałów rezerwowych, funduszy specjalnych oraz określenie ich przeznaczenia,
- 3) powołania i odwołania członków Rady Nadzorczej Spółki,
- 4) powołania i odwołania likwidatorów,
- 5) ustalenia wynagrodzenia dla członków Rady Nadzorczej Spółki,
- 6) zatwierdzenia regulaminu Rady Nadzorczej,
- 7) uchwalenia regulaminu obrad Walnego Zgromadzenia,
- 8) wprowadzenia akcji Spółki do obrotu na rynku regulowanym,
- 9) innych wynikających z powszechnie obowiązujących przepisów.

Nabycie i zbycie przez Spółkę nieruchomości, użytkowania wieczystego lub udziału w nieruchomości nie wymaga uchwały Walnego Zgromadzenia.

Uchwały Walnego Zgromadzenia zapadają bezwzględną większością głosów, chyba że przepisy prawa albo postanowienia niniejszego Statutu stanowią inaczej. Uchwała Walnego Zgromadzenia w sprawie odwołania członka Zarządu lub zawieszenia go w czynnościach podejmowana w trybie art. 368 § 4 zdanie drugie kodeksu spółek handlowych, wymaga większości 2/3 (dwie trzecie) głosów.

Szczegółowy tryb pracy Walnego Zgromadzenia określa funkcjonujący w Spółce Regulamin Walnych Zgromadzeń.

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

Na dzień 1 stycznia 2010 roku skład Zarządu przedstawiał się następująco:

- 1) dr Krzysztof Przybyłowski – Prezes Zarządu,
- 2) Adam Michalewicz – Wiceprezes Zarządu,
- 3) Paweł Orłowski – Wiceprezes Zarządu.

Wobec upływu kadencji Zarządu, Rada Nadzorcza na posiedzeniu w dniu 28 lipca 2010 roku powołała Zarząd drugiej kadencji w składzie:

- 1) dr Krzysztof Przybyłowski – Prezes Zarządu,
- 2) Adam Michalewicz – Wiceprezes Zarządu,
- 3) Paweł Orłowski – Wiceprezes Zarządu.

W skład Zarządu wchodzi od 1 do 3 osób, w tym Prezes Zarządu, a w przypadku zarządu wieloosobowego także Wiceprezes Zarządu – powoływanych i odwoływanych przez Radę Nadzorczą, z tym, że członkowie Zarządu pierwszej kadencji zostali wybrani w procesie przekształcenia formy prawnej Spółki. 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. Kadencja Zarządu jest wspólna i trwa 3 lata.

Zarząd kieruje działalnością Spółki i reprezentuje ją na zewnątrz. Do reprezentowania Spółki upoważnionych jest dwóch członków Zarządu działających łącznie lub członek Zarządu działający łącznie z prokurentem.

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.

Na dzień 1 stycznia 2010 roku skład Rady Nadzorczej przedstawiał się następująco:

- 1) Joanna Braulińska-Wójcik – Przewodnicząca Rady Nadzorczej,
- 2) Dariusz Werbowy – Zastępca Przewodniczącego Rady Nadzorczej,
- 3) dr Bartosz Foroniewicz – Sekretarz Rady Nadzorczej,
- 4) Jerzy Drozdowski – Członek Rady Nadzorczej,
- 5) dr Robert Kozielski – Członek Rady Nadzorczej,
- 6) Andrzej Szymański – Członek Rady Nadzorczej,
- 7) Piotr Krawczyński – Członek Rady Nadzorczej.

W dniu 24 czerwca 2010 roku Zwyczajne Walne Zgromadzenie CAM Media Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie podjęło uchwałę Nr 20/10 w sprawie ustalenia liczby członków Rady Nadzorczej Spółki, zmniejszając skład Rady Nadzorczej Spółki z 7 do 5 Członków. Powyższe było wynikiem rezygnacji z pełnionych funkcji, złożonych przez Pana Dariusza Werbowego i Pana Roberta Kozielskiego.



Wobec faktu, iż rezygnację złożył Zastępca Przewodniczącego Rady Nadzorczej, Rada Nadzorcza w dniu 28 lipca 2010 roku powołała na to stanowisko Pana Piotra Krawczyńskiego.

Od dnia 28 lipca 2010 roku skład Rady Nadzorczej pozostawał niezmienny i przedstawiał się następująco:

- 1) Joanna Braulińska-Wójcik – Przewodnicząca Rady Nadzorczej,
- 2) Piotr Krawczyński – Zastępca Przewodniczącego Rady Nadzorczej,
- 3) dr Bartosz Foronczewicz – Sekretarz Rady Nadzorczej,
- 4) Jerzy Drozdowski – Członek Rady Nadzorczej,
- 5) Andrzej Szymański – Członek Rady Nadzorczej,

Od dnia wprowadzenia akcji Spółki do obrotu na rynku regulowanym Rada Nadzorcza liczy 5 albo 7 członków, powoływanych na okres wspólnej kadencji trwającej 4 lata. Rada Nadzorcza powoływana i odwoływana jest przez Walne Zgromadzenie, z tym, że członkowie Rady Nadzorczej pierwszej kadencji zostali wybrani w procesie przekształcenia formy prawnej Spółki. Dokonując wyboru członków Rady Nadzorczej, Walne Zgromadzenie wskazuje Przewodniczącego 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. W toku kadencji Rady Nadzorczej Walne Zgromadzenie może odwołać Przewodniczącego Rady Nadzorczej, jego Zastępcę lub Sekretarza Rady z zajmowanej funkcji z pozostawieniem tych osób w składzie Rady Nadzorczej z jednoczesnym powołaniem na te funkcje innej osoby. Rada Nadzorcza wybiera ze swego składu Zastępcę Przewodniczącego Rady Nadzorczej i Sekretarza Rady Nadzorczej na pierwszym posiedzeniu nowej kadencji. Pierwsze posiedzenie nowo wybranej Rady Nadzorczej zwołać może każdy jej członek.

Rada Nadzorcza działa w oparciu o uchwalony przez siebie i zatwierdzony przez Walne Zgromadzenie regulamin, który szczegółowo określa tryb pracy Rady Nadzorczej. Posiedzenia Rady Nadzorczej zwoływane są w razie potrzeby, nie rzadziej jednak niż raz na trzy miesiące. Zarząd lub członek Rady Nadzorczej mogą żądać zwołania posiedzenia Rady Nadzorczej, podając proponowany porządek obrad. Przewodniczący Rady Nadzorczej, a w razie jego nieobecności lub utrudnionego kontaktu z nim, Zastępca Przewodniczącego, zwołuje posiedzenie w terminie dwóch tygodni od dnia otrzymania wniosku. Uchwały Rady Nadzorczej zapadają bezwzględną większością głosów w obecności co najmniej połowy członków Rady Nadzorczej. W razie równości głosów przeważa głos Przewodniczącego Rady. Posiedzenie Rady Nadzorczej może się odbyć bez formalnego zwołania, jeśli wszyscy jej członkowie wyrażą na to zgodę najpóźniej w dniu posiedzenia i potwierdzą to pismem lub złożą podpisy na liście obecności. Uchwały w przedmiocie nie objętym porządkiem obrad podjąć nie można, chyba że na posiedzeniu obecni są wszyscy członkowie Rady Nadzorczej i nikt z obecnych nie zgłosi w tej sprawie sprzeciwu albo gdy podjęcie określonych działań przez Radę Nadzorczą jest konieczne dla uchronienia Spółki przed szkodą, jak również w przypadku uchwały, której przedmiotem jest ocena, czy istnieje konflikt interesów między członkiem Rady Nadzorczej a Spółką.

Członkowie Rady Nadzorczej mogą brać udział w podejmowaniu uchwał Rady Nadzorczej, oddając swój głos na piśmie za pośrednictwem innego członka Rady Nadzorczej. Oddanie głosu na piśmie nie może dotyczyć spraw wprowadzonych do porządku na posiedzeniu Rady Nadzorczej. Członkowie Rady Nadzorczej mogą podejmować uchwały w trybie pisemnym lub przy wykorzystaniu środków bezpośredniego porozumiewania się na odległość. Uchwała jest ważna, gdy wszyscy członkowie Rady Nadzorczej zostali powiadomieni o treści projektu uchwały.

W dniu 1 stycznia 2010 roku w Spółce funkcjonował Komitet Audytu w składzie:

- 1) Dariusz Werbowy - przewodniczący Komitetu Audytu,
- 2) Jerzy Drozdowski - członek Komitetu Audytu,
- 3) Piotr Krawczyński - członek Komitetu Audytu.

Stosownie do zapisów Regulaminu Rady Nadzorczej CAM Media SA do zadań Komitetu Audytu należało monitorowanie oraz przygotowanie rekomendacji dla Rady Nadzorczej w zakresie następujących obszarów:

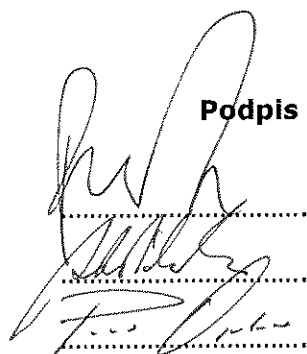
- 1) wykonywanie przez Spółkę planu finansowego;
- 2) jakości oraz spójności polityk rachunkowych, sprawozdań finansowych oraz praktyk ujawniania informacji,
- 3) niezależności oraz skuteczności działań audytorów wewnętrznych oraz zewnętrznych,
- 4) systemu kontroli wewnętrznej oraz zarządzania ryzykami finansowymi i niefinansowymi,
- 5) wyboru biegłego rewidenta, przeprowadzającego badanie sprawozdania finansowego Spółki,
- 6) współpraca z biegłym rewidentem przeprowadzającym badanie sprawozdania finansowego.

W związku z opisanymi powyżej zmianami w Radzie Nadzorczej, a w szczególności zmniejszeniem składu Rady Nadzorczej do 5 członków, zgodnie z Art. 86 ust. 3 ustawy z dnia 7 maja 2009 roku o biegłych rewidentach i ich samorządzie, podmiotach uprawnionych do badania sprawozdań finansowych oraz o nadzorze publicznym, z chwilą zredukowania składu Rady Nadzorczej, zadania Komitetu Audytu zostały powierzone Radzie Nadzorczej.

Szczegółowe zasady działania organów zarządzających i nadzorczych Spółki określają przepisy kodeksu spółek handlowych, Statut Spółki, Regulamin Rady Nadzorczej CAM Media SA oraz Regulamin Zarządu CAM Media SA.

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

Podpis



Warszawa, 21 marca 2011 roku.