

SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI GRUPY KAPITAŁOWEJ CAM Media S.A. za okres od 1 stycznia do 30 czerwca 2011 roku

I. Opis działalności grupy kapitałowej emitenta.

Grupa kapitałowa CAM Media S.A. zajmuje się rozwojem niestandardowych mediów w dwóch wymiarach. Pierwszym z nich jest tak zwana kategoria „out-of-home”, drugim - świat wirtualny, czyli Internet. W ramach kategorii „out-of-home” wydzielono dwa segmenty działalności: „usługi marketingowe” oraz „niestandardowe powierzchnie reklamowe”. Trzecim segmentem działalności jest świat wirtualny, czyli Internet. Media niestandardowe to nośniki informacji reklamowej, które pozwalają dotrzeć do konsumenta w alternatywny sposób w porównaniu do mediów standardowych, takich jak telewizja, prasa, radio oraz klasyczne nośniki reklamy zewnętrznej.

Rozwój mediów w kategorii „out-of-home” oznacza oferowanie powierzchni reklamowych, które pozwalają emitować przekazy do klientów w czasie ich drogi do pracy, szkoły, w trakcie zakupów oraz w miejscach rekreacji i wypoczynku.

W obszarze Internetu Grupa kapitałowa CAM Media S.A. rozwija produkty tzw. „performensowe”, oznaczające wynagradzanie przez klienta za osiągnięte wyniki komunikacji, mierzone konkretnymi działaniami odbiorców reklamy, takimi jak wejście na określoną stronę www, wypełnienie ankiety, a nawet zawarcie transakcji sprzedaży. W ramach działalności w Internecie Grupa kapitałowa CAM Media S.A. oferuje powierzchnie reklamowe na grupach stron www, a ponadto, w ramach realizowanych kampanii, Grupa kapitałowa CAM Media S.A. wykorzystuje do komunikacji reklamowej również internetowe fora społecznościowe.

II. Zasady sporządzania półrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

Półroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe CAM Media S.A. zostało sporządzone zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Rachunkowości. W związku z zakupem udziałów w spółkach: Intelisoft Sp. z o.o., AdInnovation Sp. z o.o., Ad-vice Sp. z o.o.; CAM Polski Outdoor Sp. z o.o. oraz Media Power Sp. z o.o.. Emitent zgodnie z § 82 ust. 2 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 19 lutego 2009 roku 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) jako Spółka dominująca sporządza sprawozdania skonsolidowane.

III. Opis podstawowych zagrożeń i ryzyka związanych z pozostałymi miesiącami roku obrotowego.

Najbardziej istotnym ryzykiem stojącym przez Grupą Kapitałową CAM Media w pozostałych miesiącach roku jest niepewność co do tempa odbudowy rynku po kryzysie gospodarczym, gdyż wzrost rynku w poszczególnych segmentach branży jest nieco niższy od oczekiwań. Wyraźny jest powrót charakterystycznej dla branży sezonowości, co daje nadzieję na poprawę sprzedaży w drugiej połowie roku. Co prawda większość reklamodawców ponownie odblokowuje swoje budżety marketingowe, jednak niektóre wcześniej planowane działania są inaczej alokowane w czasie.

Drugim podstawowym zagrożeniem dla Grupy kapitałowej CAM Media są ograniczenia w zamieszczaniu reklam w przestrzeni miejskiej, które mogą zostać wprowadzone przez władze miejskie. Wprowadzenie takich ograniczeń może czasowo skutkować zmniejszeniem przychodów Grupy w tym zakresie.

IV. Pozostałe informacje do Skonsolidowanego raportu za I półrocze 2011 roku.

Przedstawione zgodnie z § 90 ust. 1 pkt 3 w związku z § 87 ust. 7 pkt 2-11 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 19 lutego 2009 roku w sprawie informacji bieżących i okresowych

1
CVP P d 1

przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim (Dz. U. Nr 33, poz. 259).

1. Wybrane dane finansowe na dzień 30 czerwca 2011 roku.

WYBRANE DANE FINANSOWE	I półrocze narastająco (rok bieżący) od 01.01.2011 do 30.06.2011	I półrocze narastająco (rok poprzedni) od 01.01.2010 do 30.06.2010	I półrocze narastająco (rok bieżący) od 01.01.2011 do 30.06.2011	I półrocze narastająco (rok poprzedni) od 01.01.2010 do 30.06.2010
I. Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	24 595	25 916	6 142	5 736
II. Zysk (strata) z działalności operacyjnej	(2 525)	(138)	(631)	(30)
III. Zysk (strata) brutto	(2 549)	(21)	(637)	(5)
IV. Zysk (strata) netto	(2 598)	71	(649)	16
V. Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	(548)	(5 828)	(137)	(1 290)
VI. Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(1 164)	(3 757)	(291)	(831)
VII. Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	(213)	36	(53)	8
VIII. Przepływy pieniężne netto, razem	(1 924)	(9 548)	(481)	(2 113)

	30.06.2011	31.12.2010	30.06.2011	31.12.2010
IX. Aktywa razem	47 139	48 649	11 370	10 884
X. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	17 528	16 440	4 228	3 678
XI. Zobowiązania długoterminowe	2 365	2 491	571	557
XII. Zobowiązania krótkoterminowe	15 163	13 950	3 657	3 121
XIII. Kapitał własny	29 611	32 209	7 142	7 206
XIV. Kapitał zakładowy	728	728	176	163
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)	(0,36)	0,01	(0,09)	0,00
XVII. Rozwodniony zysk (strata) na jedną akcję zwykłą (w zł / EUR)	(0,36)	0,01	(0,09)	0,00
XVIII. Wartość księgowa na jedną akcję (w zł / EUR)	4,04	4,39	0,98	0,98
XIX. Rozwodniona wartość księgowa na jedną akcję (w zł / EUR)	4,04	4,39	0,98	0,98
XX. Zadeklarowana lub wypłacona dywidenda na jedną akcję (w zł / EUR)	-	-	-	-

Dane bilansowe za 2011 przeliczono wg kursu średniego EUR wg tabeli NBP na 30 czerwca 2011 roku w wysokości 3,9866, zł natomiast dane rachunku zysków i strat oraz rachunku przepływów pieniężnych wg kursu EUR stanowiącego średnią arytmetyczną średnich kursów NBP obowiązujących na koniec każdego miesiąca, który wyniósł 3,9537 zł. Dane porównywalne przeliczone wg analogicznych kursów za 2010.

W I półroczu 2011 roku w porównaniu do I półrocza 2010 roku nastąpił lekki spadek sprzedaży, który w dużej mierze wynika z faktu, iż w pierwszym półroczu roku 2010 nastąpiło uruchomienie budżetów reklamowych zamrożonych w skutek kryzysu roku 2009. W roku 2011 wróciła natomiast charakterystyczna dla branży sezonowość, w ramach której pierwsze półrocze charakteryzuje się istotnie niższą sprzedażą w porównaniu z drugim. Zmiana w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego o 5,10 %.

LAP d 2

Spadkowi sprzedaży towarzyszył również spadek jej rentowności, który wynikał głównie z faktu, iż pomimo mniejszej dynamiki wzrostu rynku Grupa kapitałowa CAM Media S.A. w dalszym ciągu realizując swoje założenia strategiczne ponosiła wydatki związane z rozwijaniem oferowanych produktów jak również udoskonalaniem zakresu świadczonych usług. Starając się zapewnić odpowiednie zasoby do przewidywanego wzrostu rynku w pod koniec roku 2011, a zwłaszcza przewidywanego skokowego wzrostu popytu w branży w roku 2012. Kolejnym istotnym czynnikiem są wydatki związane z rozwojem nowych obszarów działalności, które pozwolą w przyszłości zniwelować ewentualne negatywne odchylenia w dynamice rozwoju branży i pozwolą na zapewnienie stabilności w zakresie osiąganych przez Grupę przychodów. Rentowność netto sprzedaży zmniejszyła się w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego i wyniosła -10,56%

Istotny wpływ na wyniki finansowe Grupy kapitałowej CAM Media S.A. miały również jej intensywne działania w zakresie „New business”, których koszty były znacząco wyższe niż w analogicznym okresie ubiegłego roku. Różnica wynikała przede wszystkim z większej konkurencji w przetargach o nowe kontrakty oraz wyższą wartość nowych kontraktów, co bezpośrednio przekładało się na większy zakres prac, które Grupa kapitałowa CAM Media S.A. musiała wykonać, aby wziąć udział w tychże postępowaniach. Efekty finansowe tych działań będą widoczne w drugiej połowie roku 2011 oraz latach kolejnych.

Podobny charakter oddziaływania na wyniki finansowe Grupy kapitałowej CAM Media miały inwestycje w nową sieć nośników reklamowych oraz nakłady finansowe w nowouruchomionych spółkach.

Razem czynniki te spowodowały, iż Grupa kapitałowa CAM Media S.A. odnotowała w I półroczu 2011 roku stratę netto w wysokości 2.598 tys. zł., co w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego stanowi spadek o kwotę 2.670 tys. zł.

Przy czym warto zauważyć, że grupa czynników stosunkowo negatywnie wpływających na wyniki finansowe Grupy kapitałowej CAM Media, powinna ulec dość istotnej zmianie w drugiej połowie roku co pozwoli na istotne poprawienie wyników w kolejnych okresach.

Druga grupa czynników wpływających na wyniki finansowe Grupy kapitałowej CAM Media to działania inwestycyjne, które jeszcze w drugiej połowie roku 2011 powinny przynieść wymierne efekty finansowe.

Analiza wskaźnikowa Grupy kapitałowej CAM Media

Przychody ze sprzedaży Grupy	I półrocze do 30.06.2011	I półrocze do 30.06.2010	Wskaźniki zmian
Przychody netto ze sprzedaży produktów (w tys. zł)	24 595	25 916	-5,10%
Rentowność netto sprzedaży	-10,56%	0,28%	

Struktura aktywów i pasywów Grupy (dane w tys.zł)	30.06.2011	31.12.2010	Wskaźniki zmian
Suma bilansowa	47 139	48 649	-3,11%
Aktywa obrotowe	31 741	34 212	-7,22%
Krótkoterminowe należności handlowe i pozostałe	18 769	20 673	-9,21%
Rozliczenia międzyokresowe dot. Kontraktów długoterminowych	6 943	5 644	23,02%
Środki pieniężne i ekwiwalenty	5 015	6 952	-27,87%
Pozostałe aktywa finansowe	582	587	-0,85%
Zobowiązania krótkoterminowe	15 163	13 950	8,70%
Zobowiązania długoterminowe	2 365	2 491	-5,04%
Kapitał własny	29 611	32 209	-8,07%
Rentowność majątku	-5,51%	0,15%	
Rentowność kapitału własnego	-8,77%	0,22%	
Wskaźnik płynności I	2,09	2,45	

Na dzień 30 czerwca 2011 roku suma bilansowa Grupy kapitałowej CAM Media wyniosła 47.139.tys. zł, co stanowi spadek w stosunku do stanu na 31 grudnia 2010 roku o kwotę 1.510 tys. zł tj. 3,10%.

Po stronie aktywów trwałych główną pozycję stanowiły rzeczowe aktywa trwałe, których wartość w stosunku do stanu na 31 grudnia 2010 roku zmniejszyła się o 1,25% i wyniosła 9.819 tys. zł. Natomiast udział aktywów obrotowych w aktywach ogółem stanowił na 30 czerwca 2011 roku 67,33% i wynosił 31.741 tys. zł.

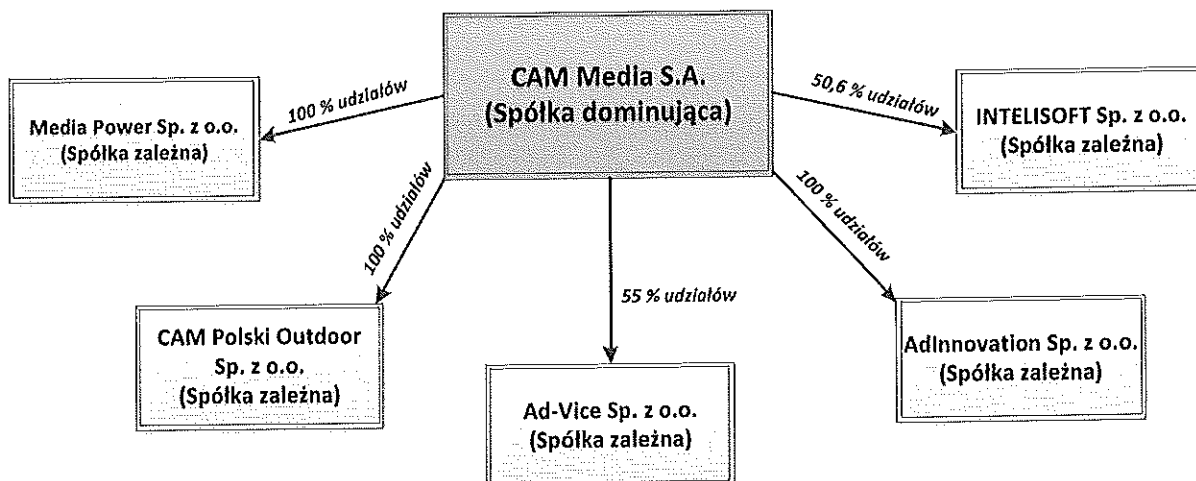
Po stronie pasywów główną pozycję stanowiły kapitały własne wynoszące 29.611 tys. zł, stanowiące 62,82 % sumy bilansowej według stanu na 30 czerwca 2011 roku, co w porównaniu do 31 grudnia 2010 stanowi niewielki spadek o 2.598 tys. zł tj. o 8,07%.

Porównanie stanu poszczególnych pozycji bilansowych na koniec czerwca 2011 roku w stosunku do wartości tych pozycji na koniec roku 2010 wskazuje na:

- Spadek wartości rzeczowych aktywów trwałych, których wartość na dzień 30 czerwca 2011 roku wyniosła 9.819. tys. zł i była o 1,25% niższa od wartości z końca 2010 roku.
- spadek poziomu aktywów obrotowych o łączną kwotę 2.471 tys. zł. powstał głównie w wyniku zmniejszenia się stanu środków pieniężnych oraz aktywów finansowych pozostałych o kwotę 1.937 tys. zł. przy jednoczesnym wzroście krótkoterminowych rozliczeń międzyokresowych o kwotę 1.299 tys. zł, wynikającą z większej niż w na koniec ubiegłego roku liczby otwartych zleceń będących w toku. Jednocześnie nastąpiło zmniejszenie krótkoterminowych należności handlowych i pozostałych o kwotę 1.904 tys. zł tj. o 9,21%.
- zwiększenie zobowiązań krótkoterminowych o kwotę 1.213 tys. zł do poziomu 15.163 tys. zł. W obszarze zobowiązań długoterminowych odnotowano spadek o kwotę 125 tys. zł w związku ze spłatami kredytu na zakup lokali biurowych.
- zmiana poziomu kapitałów własnych, który zmniejszył się o 8,07%.

2. Opis organizacji grupy kapitałowej emitenta.

Na dzień sporządzenia raportu półrocznego tj. 31 sierpnia 2011 roku CAM Media S.A. posiada 100% udziałów o wartości nominalnej 60.000 zł w kapitale zakładowym Media Power Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie, 100 % udziałów o wartości nominalnej 50.000 zł w kapitale zakładowym AdInnovation Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie, 50,6% udziałów o wartości nominalnej 61.500 zł w kapitale zakładowym Intelisoft Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie, 55% udziałów o wartości nominalnej 27.500 zł w Ad-vice Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie oraz 100% udziałów o wartości nominalnej 5.000 zł w kapitale zakładowym CAM Polski Outdoor Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Michałowicach.



Skonsolidowane śródroczne sprawozdanie finansowe obejmuje dane finansowe Spółki dominującej CAM Media SA oraz Spółek zależnych: Intelisoft Sp. z o.o.; AdInnovation Sp. z o.o. i Ad-vice Sp. z o.o.. Na dzień 30 czerwca 2011 roku Spółka zależna Media Power Sp. z o.o. oraz Spółka zależna CAM Polski Outdoor Sp. z o.o. nie rozpoczęły działalności gospodarczej, a więc w oparciu o Par. 5 i 8 MSR 8 nie zostały objęte konsolidacją.

3. Wskazanie skutków zmian w strukturze emitenta, w tym w wyniku połączenia jednostek gospodarczych, przejęcia lub sprzedaży jednostek grupy kapitałowej emitenta; inwestycji długoterminowych, podziału, restrukturyzacji i zaniechania działalności.

Na dzień 30 czerwca 2011 roku CAM Media SA posiadała udziały w kapitale zakładowym MEDIA POWER Sp. z o.o., INTELISOFT Sp. z o.o. ADINNOVATION Sp. z o.o. , AD-VICE Sp. z o.o., CAM Polski Outdoor Sp. z o.o. oraz ADUMA Sp. z o.o..

Spółki zależne INTELISOFT Sp. z o.o., ADINNOVATION Sp. z o.o. ,MEDIA POWER Sp. z o.o. oraz AD-VICE Sp. z o.o. budują kompetencje Grupy kapitałowej CAM Media w obszarze Internetu.

4. Stanowisko Zarządu odnośnie do możliwości zrealizowania wcześniej publikowanych prognoz wyników na dany rok, w świetle wyników zaprezentowanych w raporcie półrocznym w stosunku do wyników prognozowanych.

Zarząd nie publikował prognoz finansowych na 2011 rok.

5. Wskazanie akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu emitenta na dzień przekazania raportu półrocznego tj. 31 sierpnia 2011 roku.

Poniższa tabela przedstawia wykaz akcjonariuszy, posiadających bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu CAM Media SA na dzień przekazania raportu półrocznego , tj. 31 sierpnia 2011 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	845 518	11,61	845 518	8,22
QUERCUS PARASOLOWY FIZ	522 756	7,18	522 756	5,08

W okresie od publikacji ostatniego sprawozdania okresowego (tj. od 16 maja 2011) nastąpiły następujące zmiany w strukturze własności znacznych pakietów akcji CAM Media S.A.:

Zarząd CAM Media S.A. w dniu 05.07.2011 otrzymał z Investors Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A. zawiadomienie o zmianie stanu posiadania akcji spółki publicznej, informujące, iż w wyniku połączenia spółek Investors TFI oraz Investors Fundusze Otwarte Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A. w dniu 30 czerwca 2011 roku zmienił się łączny stan posiadania akcji CAM Media S.A. przez fundusze inwestycyjne zarządzane przez Investors TFI i łącznie przekroczony został próg 10% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu.

Fundusze inwestycyjne otwarte, reprezentowane i zarządzane przez Investors TFI, tj. Investor Akcji FIO, Investor Top 25 Małych Spółek FIO przed dniem 30 czerwca 2011 roku posiadały łącznie 208.122 akcji, które stanowiły 2,86% udziału w kapitale zakładowym CAM Media S.A. i uprawniały do 2,02% głosów w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu, tj. do wykonywania 208.122 głosów z akcji CAM Media S.A., w tym:

UP 10 d 5

1. Investor Akcji FIO – posiadał 50.000 akcji, które stanowiły 0,6863% udziału w kapitale zakładowym CAM Media S.A. i uprawniały do 0,4861% głosów w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu, tj. do wykonywania 50.000 głosów z akcji CAM Media S.A.,
2. Investor Top 25 Małych Spółek FIO – posiadał 158.122 akcje, które stanowiły 2,1706% udziału w kapitale zakładowym CAM Media S.A. i uprawniały do 1,5374% głosów w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu, tj. do wykonywania 158.122 głosów z akcji CAM Media S.A.

Fundusz inwestycyjny zamknięty Investor FIZ, reprezentowany i zarządzany przez Investors TFI przed dniem 30 czerwca 2011 roku posiadał 845.518 akcji, które stanowiły 11,6070% udziału w kapitale zakładowym CAM Media S.A. i uprawniały do 8,2212% głosów w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu, tj. do wykonywania 845.518 głosów z akcji CAM Media S.A.,

W wyniku połączenia w dniu 30 czerwca 2011 roku, łączny stan posiadania akcji CAM Media S.A. przez Investor Akcji FIO, Investor Top 25 Małych Spółek FIO oraz Investor FIZ wynosi 1.053.640 akcji, które stanowią 14,4641% udziału w kapitale zakładowym CAM Media S.A. i uprawniają do 10,2449% głosów w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu, tj. do wykonywania 1.053.640 głosów z akcji CAM Media S.A..

6. Zestawienie stanu posiadania akcji emitenta lub uprawnień do nich przez osoby zarządzające i nadzorujące emitenta na dzień przekazania raportu półrocznego tj. 31 sierpnia 2011 roku.

Poniższa tabela przedstawia zestawienie stanu posiadania akcji CAM Media SA przez osoby zarządzające i nadzorujące na dzień przekazania raportu półrocznego, tj. 31 sierpnia 2011 roku.

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 ta nie wyraziła zgody na publikowanie jej danych osobowych

W okresie od dnia przekazania poprzedniego raportu okresowego (tj. od dnia 16 maja 2011 roku) nie wystąpiły zmiany w stanie posiadania akcji CAM Media S.A. przez osoby zarządzające i nadzorujące.

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

W okresie I półrocza 2011 roku nie toczyły się żadne postępowania sądowe z udziałem CAM Media S.A., jak również Spółek zależnych.

8. Informacje o zawarciu przez emitenta lub jednostkę od niego zależną jednej lub wielu transakcji z podmiotami powiązanymi jeżeli pojedynczo lub łącznie są one istotne i zostały zawarte na innych warunkach niż rynkowe.

 6

W I półroczu 2011 roku CAM Media S.A. jak również Spółki zależne nie zawierały istotnych transakcji z podmiotami powiązanymi na innych warunkach niż rynkowe.

9. Informacje o udzieleniu przez emitenta lub przez jednostkę od niego zależną poręczeń kredytu lub pożyczki lub udzieleniu gwarancji łącznie jednemu podmiotowi lub jednostce zależnej od tego podmiotu, jeżeli łączna wartość istniejących poręczeń lub gwarancji stanowi równowartość co najmniej 10% kapitałów własnych emitenta.

W okresie I półrocza 2011 roku CAM Media S.A. ani jej spółki zależne nie udzielały poręczeń kredytów lub pożyczek ani nie udzielały gwarancji, łącznie jednemu podmiotowi lub jednostce zależnej od tego podmiotu, których łączna wartość stanowiłaby co najmniej równowartość 10% kapitałów własnych CAM Media S.A.

10. Inne informacje, które zdaniem emitenta są istotne dla oceny jego sytuacji kadrowej, majątkowej, finansowej, wyniku finansowego i ich zmian oraz informacje, które są istotne dla oceny możliwości realizacji zobowiązań przez emitenta.

W ocenie Zarządu w okresie I półrocza 2011 roku nie wystąpiły żadne istotne zdarzenia wpływające na ocenę sytuacji kadrowej, majątkowej, finansowej, wyniku finansowego i ich zmian ani zdarzenia, które są istotne dla oceny możliwości realizacji zobowiązań przez CAM Media S.A..

11. Wskazanie czynników, które w ocenie emitenta będą miały wpływ na osiągnięcie przez niego wyniki w perspektywie co najmniej kolejnego kwartału.

W ocenie Zarządu istotny wpływ na wyniki finansowe w perspektywie najbliższych dwóch kwartałów może mieć zwiększony popyt na usługi reklamowe wynikający z widocznego w roku bieżącym powrotu do charakterystycznego dla branży trendu. W wymiarze wewnętrznym istotnym czynnikiem jest dalszy rozwój kompleksowej i innowacyjnej oferty usług oferowanych klientom, coraz bardziej zainteresowanym takim rodzajem usług.

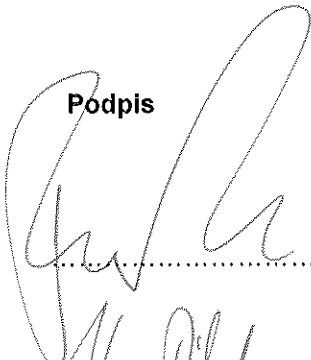
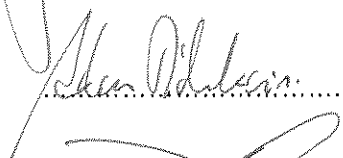
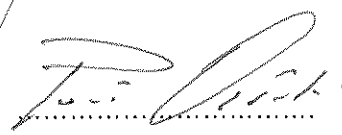
Niekorzystny wpływ może mieć natomiast pojawiająca się tendencja do wprowadzania ograniczeń w reklamie zewnętrznej wprowadzana przez niektóre władze miejskie.

12. Charakterystyka polityki w zakresie kierunków rozwoju grupy kapitałowej emitenta.

Grupa kapitałowa CAM Media S.A. zgodnie z obraną strategią rozwija się na dwóch głównych płaszczyznach. Pierwszą z nich jest wdrażanie kolejnych projektów rozwojowych w zakresie nowych nośników reklamowych w rentownych kategoriach reklamy „out-of-home”, których celem jest zapewnienie precyzyjnego dotarcia do grupy docelowej w niemal każdej lokalizacji poza miejscem zamieszkania. Ten segment będzie rozwijany w sposób organiczny.

Drugą płaszczyznę strategiczną stanowi dynamicznie rozwijający się świat wirtualny – Internet. Celem Grupy kapitałowej CAM Media S.A. jest kontynuacja budowy potencjału reklamowego w obszarze „on-line” poprzez zarówno dalszą budowę odpowiednich narzędzi informatycznych służących wspieraniu kampanii realizowanych poprzez zasoby znajdujące się w posiadaniu Grupy, jak również dbanie o rozwój kolejnych produktów internetowych, które będą oferowane klientom. W tym obszarze Grupa zamierza również wykorzystywać inwestycje kapitałowe w inne podmioty operujące w tej branży.

UP 10 7

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

Warszawa, dnia 30 sierpnia 2011 roku.