



QUALITY OF CREATIVE MEDIA

SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI GRUPY KAPITAŁOWEJ CAM MEDIA S.A.

**ZA OKRES
OD 1 STYCZNIA 2012 R. DO 31 GRUDNIA 2012 R.**

Warszawa, 21 marca 2013 r.

I. Struktura Grupy Kapitałowej CAM Media S.A.

Jednostką dominującą Grupy Kapitałowej CAM Media S.A. jest CAM Media S.A. („Spółka” lub „Emitent”) z siedzibą w Warszawie przy ul. Tamka 16 lok. U-4.

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.

Od 2008 roku akcje Spółki notowane są na rynku podstawowym Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A.

Struktura akcjonariatu spółki dominującej CAM Media S.A. wg stanu na dzień 21 marca 2013 roku, tj. na dzień publikacji raportu, przedstawia się następująco:

Akcjonariusz	Udział w kapitale zakładowym
CAM West s.a r.l.	41,18%
INVESTORS TFI S.A.	13,21%
QUERCUS TFI S.A.	7,18%
Akcjonariat rozproszony	38,43%

W skład Grupy kapitałowej CAM Media S.A. na dzień 31 grudnia 2012 roku wchodzi CAM Media S.A. jako podmiot dominujący oraz następujące spółki zależne:

- 1) Media Power Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (zakres działalności: reklama),
- 2) AdInnovation Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (zakres działalności: pośrednictwo w sprzedaży miejsca na cele reklamowe w mediach elektronicznych),
- 3) Intelisoft Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (zakres działalności: działalność związana z oprogramowaniem),
- 4) Ad-vice Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, (zakres działalności: usługi internetowe),
- 5) CAM Polski Outdoor Sp. z o.o. z siedzibą w Michałowicach (zakres działalności: reklama)
- 6) Brand 24 S.A z siedzibą w Warszawie (zakres działalności: monitoring interentu).

II. Opis działalności Grupy Kapitałowej Emitenta

Grupa kapitałowa CAM Media S.A. zajmuje się rozwojem niestandardowych mediów w dwóch wymiarach komunikacji marketingowej, które w ostatnich latach są w coraz większym stopniu ze sobą powiązane.

Pierwszym z nich jest tak zwana kategoria „out-of-home”, drugim zaś Internet. W ramach segmentu „out-of-home” Emitent koncentruje się na wykorzystaniu niestandardowych metod komunikacji, wykorzystującej takie 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. W ramach tej kategorii wykorzystywane są niestandardowe powierzchnie reklamowe, które pozwalają emitować przekazy reklamowe do klientów w czasie ich drogi do pracy, szkoły, w trakcie zakupów oraz w miejscach rekreacji i wypoczynku.

W ramach kategorii „out-of-home” wydzielono dwa segmenty działalności: „usługi marketingowe” oraz „niestandardowe powierzchnie reklamowe”. Do komunikacji wykorzystywany jest szeroki wachlarz sposobów dotarcia do konsumenta: od podświetlanych nośników typu „City Light” (instalowanych na kioskach, przystankach komunikacji masowej), poprzez nośniki typu „Back Light” o większej powierzchni ekspozycji, po wielkoformatowe siatki reklamowe. Emitent dysponuje szerokim zasobem „mobilnych” nośników w postaci autobusów w całej Polsce, w których reklama może być eksponowana zarówno w zewnętrznej części karoserii pojazdów, jak również i wewnątrz pojazdu na specjalnie do tego przygotowanych formatach nośników.

Kolejną specyficzną grupą nośników przekazu reklamowego są nośniki „reklamy indoorowej”. Wykorzystują one powierzchnie i przestrzeń wewnątrz punktów sprzedaży detalicznej. Do najbardziej atrakcyjnych punktów detalicznych z punktu widzenia ekspozycji reklamy należą jednostki handlu nowoczesnego, takie jak supermarkety, hipermarkety oraz centra handlowe.

Drugim wymiarem komunikacji jest świat wirtualny, czyli Internet, którego znaczenie w zakresie sposobów dotarcia do połączonych grup docelowych w ostatnich latach bardzo dynamicznie rośnie.

W obszarze Internetu Grupa kapitałowa CAM Media S.A. rozwija szeroką gamę produktów umożliwiających interaktywną komunikację z odbiorcami. Szeroki zakres oferty produktowej oferowanej przez podmioty wchodzące w skład Grupy Kapitałowej CAM Media S.A. pozwala układa się w logiczną całość ciągu komunikacji z odbiorcą. Można mu zaoferować standardowe i niestandardowe formaty reklamowe prezentowane na najczęściej odwiedzanych stronach www, wsparcie możliwości pozyskania informacji o ofercie klienta poprzez zastosowanie narzędzi SEM/SEO po bieżącym monitoringu reakcji konsumentów na emitowany przekaz reklamowy, za pomocą narzędzi monitorujących komunikację na wszelkiego typu forach społecznościowych, które w ostatnich latach nabierają coraz bardziej opiniotwórczego medium.

Zastosowanie połączonych narzędzi i metod realizacji kampanii pozwala na zwiększenie przewag konkurencyjnych nad innymi podmiotami działającymi w tej branży, gdyż w ramach jednej grupy klient zlecający realizację kampanii uzyskuje kompleksową ofertę, której celem jest zapewnienie realizacji jego oczekiwań.

III. Opis zdarzeń istotnie wpływających na działalność Grupy Kapitałowej, jakie nastąpiły w roku obrotowym, a także po jego zakończeniu, do dnia zatwierdzenia sprawozdania finansowego

W okresie, którego dotyczy sprawozdanie, łącznie z okresem do dnia zatwierdzenia sprawozdania finansowego ważnym zdarzeniem, istotnie wpływającym na działalność grupy kapitałowej było zawarcie szeregu umów handlowych i inwestycyjnych, które w znaczny sposób wzmocniły zasoby znajdujące się w posiadaniu spółek Grupy kapitałowej CAM Media S.A. oraz umożliwiły znaczne wzbogacenie oferty skierowanej do klientów. Dzięki zawartym umowom pozyskana została dodatkowa powierzchnia reklamowa (np. nośniki Citylight, atrakcyjne lokalizacje dla posadowienia nowych nośników, popularne i często odwiedzane witryny internetowe), która znakomicie uzupełniając dotychczas wykorzystywane środki przekazu i jednocześnie pozwalają na przygotowanie dla klientów kompleksowej oferty, obejmującej wiele możliwości dotarcia z przekazem reklamowym do klientów. Kontrolowanie powierzchni reklamowej o dużym potencjale sprzedażowym pozwala na wzmocnienie pozycji konkurencyjnej w poszczególnych sektorach, a dzięki temu – generować większe przychody ze sprzedaży.

Jednocześnie bardzo istotne z punktu widzenia rozwoju potencjału rynkowego Emitenta było zrealizowanie kluczowych projektów. Pozwoliły one spółkom z Grupy kapitałowej CAM Media S.A. zdobyć nowe doświadczenia i umiejętności, które pozwalają oferować klientom szerszą ofertę produktową i tym samym wzmacniać własną pozycję przetargową. Każdy taki projekt kreuje nowe referencje, które można wykorzystywać w pozyskiwaniu kolejnych nowych klientów i projektów. Ponadto, zasoby zbudowane w trakcie realizacji tych kontraktów pozwalają na elastyczne zarządzanie projektami i świadczenie usług na bardzo wysokim poziomie.

Istotnym zdarzeniem mającym wpływ na całą grupę było pozyskanie dofinansowania ze środków unijnych dla realizowanych wewnętrznie projektów rozwojowych w dwóch spółkach z Grupy. Dofinansowanie pozwoli na optymalizację nakładów inwestycyjnych, dzięki czemu spółki z Grupy CAM Media S.A. pozyskają aktywa, które pozwolą na istotne zwiększenie sprzedaży (inwestycja w nową wersję oprogramowania) oraz na wdrożenie nowoczesnych systemów zarządzania (inwestycja w system ERP).

IV. Opis przewidywanego rozwoju Grupy Kapitałowej

Punktem wyjścia do kierunków rozwoju Grupy kapitałowej CAM Media S.A. są zmiany jakie zachodzą w sposobie funkcjonowania konsumentów na rynku oraz tendencje rozwojowe sektora mediowego w Polsce.

Konsumenci są odbiorcami stale rosnącej liczby komunikatów reklamowych. Klasyczne media są przeładowane przekazami reklamowymi, co ma istotny wpływ na ich skuteczność. Z drugiej strony następuje proces fragmentacji mediów, co oznacza, że skuteczne dotarcie do konsumenta wymaga coraz większej liczby kanałów komunikacji. I po trzecie, znaczenie Internetu wzrosło do takiego poziomu, że stał się on konieczny w każdej kampanii i powoli przechodzi na pozycję medium podstawowego.

Fundamentem rozwoju Grupy kapitałowej CAM Media S.A. jest dalsze wzmocnienie kompetencji w zakresie integracji kampanii w świecie rzeczywistym, w naszym przypadku opartym na mediach niestandardowych z kategorii „out-of-home”, ze szczególną koncentracją na rentownych niszach mediowych, z kampaniami w świecie wirtualnym, czyli w Internecie.

Pierwszym kierunkiem rozwoju Grupy kapitałowej CAM Media S.A. jest kontynuacja prac i projektów, mających na celu wprowadzanie nowych nośników reklamowych w rentownych kategoriach reklamy „out-of-home”. Szczególny nacisk jest kładziony na pozyskiwanie nowych, atrakcyjnych lokalizacji, w których można zagwarantować skuteczne i efektywne dotarcie do potencjalnych odbiorców. W roku 2012 Emitent zawarł serię umów, na mocy których zarządza powierzchniami przeznaczonymi na reklamę w atrakcyjnych z punktu widzenia lokalizacjach (Port Lotniczy we Wrocławiu, Port Lotniczy w Modlinie, Regionalne Dworce Autobusowe w Krakowie). Te działania strategiczne niosą ze sobą konieczność ponoszenia nakładów inwestycyjnych, niemniej jednak biorąc pod uwagę wzrost potencjału sprzedażowego okres ich zwrotu jest relatywnie krótki.

Drugim kierunkiem rozwoju Grupy kapitałowej CAM Media S.A. jest budowa potencjału reklamowego w mediach nowoczesnych z obszaru „on-line”. W tym wymiarze planowany jest dalszy rozwój produktów internetowych oraz budowa narzędzi informatycznych, które będą wspierały kampanie reklamowe organizowane w wymiarze on-line. Spółki z Grupy CAM Media S.A. na bieżąco analizują otoczenie rynkowe i oczekiwania klientów. Budowana w ten sposób baza wiedzy pozwala na opracowanie innowacyjnych rozwiązań, które stają się elementem oferty dla klientów. Efekty tych działań są już widoczne w postaci wzrastającego zainteresowania kompleksową ofertą w sferze mediów internetowych, jak również wyróżnieniami i nagrodami uzyskiwanymi przez jedną ze spółek Grupy – Brand 24 S.A.

Grupa kapitałowa CAM Media S.A. będzie w dalszym ciągu rozwijała się poprzez koncentrację na przejęciach oraz równoległym rozwijaniu własnych, niszowych nośników reklamowych w kategorii „out-of-home” oraz w Internecie. Celem takiego działania jest wynajdywanie przedsięwzięć w początkowych fazach rozwoju biznesu, na tyle już okrzepłych, że są one w stanie generować dodatnie przepływy w krótkim okresie czasu, a z drugiej strony będą uzupełniać już istniejącą ofertę Grupy CAM Media S.A.

V. Opis ważniejszych osiągnięć w dziedzinie badań i rozwoju

W roku 2012 spółki Grupy kapitałowej CAM Media S.A. prowadziły szereg prac nad opracowaniem i wdrożeniem nowoczesnych rozwiązań mających na celu wzbogacenie oferty skierowanej do klientów. Jednym z wypracowanych rozwiązań było opracowanie własnego modelu nowoczesnego, ekonomicznego i ekologicznego nośnika reklamowego, pozwalającego na bardziej efektywne kosztowo realizowanie kampanii reklamowych. Kolejne działania były podejmowane w dziedzinie systemów informatycznych, w której stworzono nowoczesne narzędzia do zarządzania powierzchnią reklamową, które są również udostępniane klientom w ramach podpisanych umów o współpracy.

Spółka Brand 24 prowadzi intensywne prace rozwojowe związane z budowaniem wersji angielskiej serwisu oferowanego dotychczas na rynku polskim. Oprogramowanie to będzie miało kolosalne znaczenie dla przyspieszenia rozwoju spółki, gdyż umożliwi wejście z ofertą sprzedażową na rynki międzynarodowe. Połączenie takiego systemu z innymi produktami oferowanymi przez spółki z Grupy kapitałowej CAM Media S.A. umożliwi zdefiniowanie propozycji współpracy dla klientów aktywnie działających na rynkach międzynarodowych na czym skorzystają również inne podmioty.

VI. Stosowanie zasad ładu korporacyjnego

Spółka dominująca CAM Media S.A. jako spółka publiczna, której akcje są notowane na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. dokłada wszelkich starań w celu należytego przestrzegania obowiązujących w Polsce zasad ładu korporacyjnego, którego częścią są Dobre Praktyki spółek notowanych an GPW. Nadzrędnym celem władz spółki CAM Media S.A. jest dbanie o interesy Spółki oraz jej akcjonariuszy poprzez powiększanie wartości powierzonego kapitału, z uwzględnieniem praw i interesów wszystkich uczestników rynkowych, zaangażowanych w funkcjonowanie Spółki. Szczegółowe informacje na ten temat zostały zawarte poniżej w pkt XL.

VII. Opis głównych cech stosowanych w Grupie Kapitałowej 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 dominująca oraz Spółki zależne wprowadziły systemy kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem.

Zasady rzetelności prowadzenia ksiąg rachunkowych Spółek z Grupy Kapitałowej oraz tworzenia zgodnych ze standardami sprawozdań finansowych opierają się na następujących filarach zatwierdzonych przez Zarządy jednostek Grupy Kapitałowej:

- 1) Polityka rachunkowości oraz plan kont dla jednostki dominującej zgodne są z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej, dla jednostek zależnych zgodne z polityką (zasadami) rachunkowości określonymi przez Ustawę o Rachunkowości.
- 2) Skonsolidowane sprawozdania finansowe sporządza się zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej zatwierdzonymi przez UE. MSSF obejmują standardy i interpretacje zaakceptowane przez Radę Międzynarodowych Standardów Rachunkowości (RMSR) oraz Komisję ds. Interpretacji Międzynarodowej Sprawozdawczości Finansowej (KIMSF).
- 3) Sporządzane przez Grupę Kapitałową sprawozdania finansowe poddawane są okresowej weryfikacji przez niezależnego audytora w formie przeglądu (dotyczy sprawozdania śródrocznego) oraz badania (dotyczy sprawozdania rocznego).
- 4) System procedur Spółek z Grupy Kapitałowej organizujący obieg dokumentów, porządkujący zakres odpowiedzialności i uprawnień poszczególnych ogniw systemu, jak również zasady kontroli wewnętrznej.

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 sprawozdań finansowych poszczególnych jednostek oraz skonsolidowanych sprawozdań finansowych od początku wprowadzenia 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 Spółki z Grupy Kapitałowej miesięcznej sprawozdawczości finansowej i zarządczej. Po zamknięciu księgowym każdego miesiąca sprawozdawczego Zarząd CAM Media SA analizuje wyniki Spółek z Grupy Kapitałowej i porównuje je z założeniami budżetowymi, przyjętymi na dany rok obrotowy. Zaistniałe różnice w realizacji założeń budżetowych są na bieżąco analizowane i w razie potrzeby wprowadzane są niezbędne korekty.

VIII. Omówienie podstawowych wielkości ekonomiczno-finansowych, ujawnionych w skonsolidowanym rocznym sprawozdaniu finansowym za 2012 rok

1. Zasady sporządzania rocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego

Skonsolidowane sprawozdanie finansowe CAM Media S.A. za okres od 1 stycznia 2012 roku do 31 grudnia 2012 roku zostało sporządzone zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Rachunkowości.

W związku z zakupem udziałów w spółkach: Intelisoft Sp. z o.o., AdInnovation Sp. z o.o., Media Power Sp. z o.o., Advice Sp. z o.o. oraz Brand 24 S.A., 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.

2. Struktura aktywów i pasywów skonsolidowanego bilansu, w tym z punktu widzenia płynności kapitałowej Emitenta

Wybrane dane finansowe na dzień 31 grudnia 2012 roku

WYBRANE DANE FINANSOWE	w tys. zł		w tys. EUR	
	Z okres od 01.01.2012 do 31.12.2012	Z okres od 01.01.2011 do 31.12.2011	Z okres od 01.01.2012 do 31.12.2012	Z okres od 01.01.2011 do 31.12.2011
I. Przychody netto ze sprzedaży produktów	59 529	64 646	14 263	16 144

II. Zysk (strata) z działalności operacyjnej	1 305	(301)	313	(75)
III. Zysk (strata) brutto	1 647	(393)	395	(98)
IV. Zysk (strata) netto	1 027	(810)	246	(202)
V. Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	1 075	(1 661)	258	(415)
VI. Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(2 587)	(1 549)	(620)	(387)
VII. Środki pieniężne netto z działalności finansowej	686	64	164	16
VIII. Środki pieniężne netto, razem	(826)	(3 146)	(198)	(786)
	stan na 31.12.2012	stan na 31.12.2011	stan na 31.12.2012	stan na 31.12.2011
IX. Aktywa razem	55 985	51 930	13 694	13 113
X. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	23 416	20 531	5 728	5 184
XI. Zobowiązania długoterminowe	1 820	2 233	445	563
XII. Zobowiązania krótkoterminowe	21 597	18 298	5 283	4 620
XIII. Kapitał własny	32 568	31 398	7 966	7 928
XIV. Wyemitowany kapitał akcyjny	728	728	178	184
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)	0,14	(0,11)	0,03	(0,03)
XVII. Rozwodniony zysk (strata) na jedną akcję zwykłą (w zł / EUR)	0,14	(0,11)	0,03	(0,03)
XVIII. Wartość księgowa na jedną akcję (w zł / EUR)	4,47	4,31	1,09	1,09
XIX. Rozwodniona wartość księgowa na jedną akcję (w zł / EUR)	4,47	4,31	1,09	1,09
XX. Zadeklarowana lub wypłacona dywidenda na jedną akcję (w zł / EUR)	0	0	0	0

Dane bilansowe przeliczono wg kursu średniego EUR wg tabeli NBP na 31 grudnia 2012 roku w wysokości 4,0882 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 4,1736 zł.

W roku obrotowym 2012 w porównaniu do roku 2011 nastąpił spadek sprzedaży, który wynikał z wpływu czynników makroekonomicznych oraz ważnych wydarzeń, które determinowały sytuację na rynku reklamy.

Pierwsza połowa roku, ze względu na organizowane w Polsce mistrzostwa EURO 2012 charakteryzowała się widocznym zwieszeniem budżetów przeznaczanych na reklamę zewnętrzną, czyli obszar w którym działa Grupa kapitałowa CAM Media S.A. Dzięki możliwości świadczenie usług w lokalizacjach wysokiej jakości, z punktu widzenia klientów, spółkom udało się pozyskać wiele kontraktów na ekspozycję materiałów reklamowych, co znacząco wpłynęło na wzrost sprzedaży, w porównaniu z analogicznym okresem roku 2011. Dlatego też wyniki po pierwszym półroczu wskazywały na zmianę wcześniej odczuwalnego trendu recesyjnego.

Niestety, sytuacja w drugim półroczu uległa istotnej zmianie na niekorzyść. Wcześniejsze przewidywania co do wzrostu rynku okazały się nietrafione. Liczba zleceń na nowe kampanie uległa wyraźnemu zmniejszeniu we wszystkich rodzajach mediów, a w niektórych przypadkach klienci odwoływali wcześniej planowane kampanie reklamowe przesuwając je w czasie, albo odwołując je w ogóle. W drugiej połowie roku dały znać znów o sobie echa kryzysu panującego w strefie EURO. Budżety przeznaczane na działania marketingowe ulegały ograniczeniom. Na tę sytuację nałożyła się dalsza silna presja cenowa ze strony klientów, którzy ze względu na wewnętrzne ograniczenia domagali się dalszego obniżania stawek za ekspozycję reklam. Natomiast dalsza redukcja kosztów w dużej mierze nie była możliwa zarówno ze względu na wcześniejsze istotne ograniczenie marży podwykonawców, jak również na fakt, że wiele powierzchni reklamowych było wynajmowanych na podstawie zawartych wcześniej długoterminowych kontraktów, trudnych do renegotiacji.

W rezultacie zaistnienia powyższych czynników Grupa kapitałowa CAM Media S.A. odnotowała wyraźny spadek przychodów ze sprzedaży, które ostatecznie były o prawie 8% niższe niż w roku 2011.

Niemniej jednak podmioty wchodzące w skład Grupy kapitałowej CAM Media S.A. starała się przeciwdziałać negatywnym skutkom otoczenia rynkowego. W ramach bieżącej działalności został wdrożony system kontroli rentowności projektów, który pozwolił na poprawę planowania i realizacji realizowanych na rzecz klientów zleceń. Jednocześnie, wdrożono również system monitorowania kosztów bieżącego funkcjonowania spółek. Działania te pozwoliły na zredukowanie kosztów sprzedaży, przyczyniając się do poprawienia wyniku finansowego.

W roku 2012 zysk brutto wyniósł 1.647 tys. zł., podczas gdy w roku 2011 odnotowano stratę netto odnotowano w wysokości 393 tys. zł.

3. Analiza wskaźnikowa Grupy kapitałowej CAM Media S.A.

Przychody ze sprzedaży Spółki	2012	2011	Wskaźniki zmian
Przychody netto ze sprzedaży produktów (w tys zł)	59 529	64 646	-7,91%
Rentowność netto sprzedaży	1,72%	-1,25%	2,97 p.p.
Struktura aktywów i pasywów Spółki (dane w tys zł)	31.12.2012	31.12.2011	Wskaźniki zmian
Suma bilansowa	55 985	51 930	7,81%
Aktywa obrotowe	38 494	36 391	5,78%
Należności krótkoterminowe handlowe i pozostałe	25 117	23 515	6,81%
Rozliczenia międzyokresowe dot. Kontraktów długoterminowych	10 221	8 564	19,34%
Środki pieniężne i ekwiwalenty	3 076	3 793	-18,91%
Pozostałe aktywa finansowe	-	400	-100,00%
Zobowiązania krótkoterminowe	21 597	18 298	18,03%
Zobowiązania długoterminowe	1 820	2 233	-18,51%
Kapitał własny	32 568	31 398	3,73%

Na dzień 31 grudnia 2012 roku suma bilansowa Grupy kapitałowej CAM Media S.A. wyniosła 55.985 tys. zł., co stanowi zwiększenie w stosunku do stanu na 31 grudnia 2011 roku o kwotę 4.055 tys. zł. tj. o 7,81%.

Po stronie aktywów główną pozycję stanowiły aktywa obrotowe, których wartość w stosunku do stanu na 31 grudnia 2011 roku zwiększyła się o 5,78 % i wyniosła 38.494 tys. zł. Natomiast udział aktywów obrotowych w aktywach ogółem stanowił na 31 grudnia 2012 roku 68%.

Po stronie pasywów główną pozycję stanowiły kapitały własne wynoszące 32.568 tys. zł., stanowiące 58,17 % sumy bilansowej według stanu na 31 grudnia 2012 roku. W porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego na dzień 31 grudnia 2012 roku nastąpił wzrost kapitału własnego o 1.170 tys. zł.

4. Informacja o przewidywanej sytuacji finansowej.

Analiza danych i wskaźników finansowych wskazuje, że sytuacja finansowa Grupy kapitałowej CAM Media S.A. jest stabilna i nie występują żadne przesłanki ryzyka w najbliższej przyszłości. Grupa monitoruje na bieżąco stan swoich rozrachunków i utrzymuje kontakt z kontrahentami, tak aby móc antycypować wszelkiego rodzaju ryzyka z tym związane.

IX. Charakterystyka struktury aktywów i pasywów skonsolidowanego bilansu, w tym z punktu widzenia płynności Grupy Kapitałowej Emitenta

Porównanie stanu poszczególnych pozycji bilansowych na koniec roku 2012 w stosunku do roku 2011 wskazuje na:

- 1) Wzrost wartości rzeczowych aktywów trwałych, których wartość na dzień 31 grudnia 2012 roku wyniosła 11.591 tys. zł. i była wyższa o 17,27% od wartości z końca 2011 roku.
- 2) dominującą pozycję, jaką w roku badanym były należności krótkoterminowe handlowe stanowiące 44,86% sumy bilansowej. Wartość należności na 31 grudnia 2013 wyniosła 25.117 tys. zł.
- 3) zwiększenie krótkoterminowych zobowiązań z tytułu dostaw i usług o kwotę 1.547 tys. zł do poziomu 15.130 tys. zł. W obszarze zobowiązań długoterminowych odnotowano spadek o kwotę 413 tys. zł. spowodowaną spłatą zobowiązań z tytułu kredytów.
- 4) poziom kapitałów własnych zwiększył się o 1.170 tys. zł.

Efektywność działalności gospodarczej oraz zdolności regulowania zobowiązań Grupy CAM Media S.A. obrazują poniższe wskaźniki:

Wskaźnik	2012	2011
Rentowność majątku	1,83%	-1,56%
Rentowność kapitału własnego	3,15%	-2,58%
Rentowność netto sprzedaży	1,72%	-1,25%
Wskaźnik płynności I	1,78	1,99
Wskaźnik płynności II	1,78	1,99
Szybkość spłaty należności w dniach	154	95
Szybkość spłaty zobowiązań w dniach	126	62
Szybkość obrotu zapasów	-	-
Pokrycie majątku trwałego kapitałem własnym	1,86	2,02
Wartość księgowa na jedną akcję	4,47	4,31
Wynik finansowy na jedną akcję	0,14	0,11

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 spłaty 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	Średni stan zapasów * 365 ----- Koszt sprzedanych towarów i produktów
Pokrycie majątku trwałego kapitałem własnym	Kapitały własne ----- 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

X. Informacja o instrumentach finansowych

X.1. Informacja o instrumentach finansowych w zakresie ryzyka: zmiany cen, kredytowego, istotnych zakłóceń przepływów środków pieniężnych oraz utraty płynności finansowej, na jakie narażona jest Grupa Kapitałowa

Grupa kapitałowa CAM Media S.A. posiada stabilną sytuację finansową i nie grozi jej utrata płynności finansowej. Wszystkie należności od klientów podlegają monitorowaniu w celu skorelowania ich z terminami realizacji zobowiązań. W Grupie Kapitałowej nie występują żadne istotne zagrożenia w zakresie przepływów środków pieniężnych, istotnych zmian cen oraz istotnych zmian ryzyka kredytowego.

X.2. Informacja o instrumentach finansowych w zakresie przyjętych przez Grupę Kapitałową celach i metodach zarządzania ryzykiem finansowym, łącznie z metodami zabezpieczenia istotnych rodzajów planowanych transakcji, dla których stosowana jest rachunkowość zabezpieczeń

Jednostki Grupy nie stosują polityki zabezpieczeń.

XI. Informacja o nabyciu udziałów (akcji) własnych posiadanych przez jednostkę dominującą, jednostki wchodzące w skład Grupy Kapitałowej oraz osoby działające w ich imieniu, a w szczególności celu ich nabycia, liczbie i wartości nominalnej, ze wskazaniem, jaką część kapitału zakładowego reprezentują, cenie nabycia oraz cenie sprzedaży tych udziałów (akcji) w przypadku ich zbycia

W 2012 roku nabycie udziałów (akcji) własnych w jednostkach Grupy Kapitałowej nie wystąpiło.

XII. Informacja o posiadanych przez Grupę Kapitałową oddziałach (zakładach)

Jednostki z Grupy Kapitałowej nie posiadają oddziałów.

XIII. Opis istotnych czynników ryzyka i zagrożeń, z określeniem, w jakim stopniu Grupa Kapitałowa jest na nie narażona

Najistotniejszym zagrożeniem dla Grupą kapitałową CAM Media S.A. są negatywne prognozy wzrostu gospodarczego, zwłaszcza w sektorze, w którym Grupa prowadzi działalność. Pierwsze poważne oznaki kryzysu polegającego na istotnym ograniczeniu wydatków marketingowych pojawiły się już w drugiej połowie roku 2012. W dalszym ciągu brak jednoznacznie optymistycznych prognoz rozwoju rynku, a nawet niektóre publikacje branżowe potwierdzają, że rok 2013 będzie charakteryzował się ujemnym współczynnikiem wzrostu, a pobudzenie nastąpi dopiero w roku 2014.

Przeciwdziałając negatywnym skutkom takiej sytuacji Grupa skupia się na realizacji projektów w obszarach, które zgodnie z posiadaną widzą na pewno będą wymagały intensywnych działań w obszarze marketingu, wsparcia sprzedaży. Dzięki precyzyjnej ocenie ryzyk związanych z realizacją poszczególnych projektów Grupa dąży do minimalizacji zaangażowania w te działania, które nie spełniają oczekiwanego progu rentowności.

Dodatkowo w dalszym ciągu prowadzone są działania związane z optymalizacją kosztów funkcjonowania spółek w Grupie, co pozwala osiągnąć oszczędności w zakresie bieżącej działalności.

Kolejną formą przeciwdziałania negatywnym skutkom kryzysu oraz przygotowania się na okres wzrostu rynku jest realizowanie zadań inwestycyjnych zgodnie z przyjętymi założeniami. Pozwoli to na zmniejszenie kolejnego potencjalnego ryzyka związanego z przewidywaną polityką ograniczenia w zamieszczaniu reklam w przestrzeni miejskiej, wprowadzoną przez władze miejskie. Dzięki temu nakłady niezbędne do dostosowania się do nowych regulacji w tym zakresie zostaną rozłożone w czasie i będą miały mniejszy wpływ na wyniki Grupy.

XIV. 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 Grupy Kapitałowej ogółem, a także zmianach w tym zakresie w danym roku obrotowym

W ramach wyodrębnionych w Grupie kapitałowej CAM Media S.A. trzech podstawowych segmentów operacyjnych sprzedaż przedstawia się następująco:

Segment	Wartość sprzedaży [tys. zł.]
– usługi marketingowe	26.129
– niestandardowe powierzchnie reklamowe	23.888
– usługi internetowe	9.512
Razem	59.529

W 2012 roku widoczny jest dalszy wyraźny rozwój nowego segmentu produktowego - usług internetowych. Sprzedaż w tym segmencie osiągnęła wartość 9.512 tys. zł. w porównaniu do 7.852 tys. zł w roku 2011.

XV. Informacje o rynkach zbytu, z uwzględnieniem podziału na rynki krajowe i zagraniczne, oraz informacje o źródłach zaopatrzenia w materiały do produkcji, w towary i usługi, z określeniem uzależnienia od jednego lub więcej odbiorców i dostawców, a w przypadku gdy udział jednego odbiorcy lub dostawcy osiąga co najmniej 10 % przychodów ze sprzedaży ogółem - nazwy (firmy) dostawcy lub odbiorcy, jego udział w sprzedaży lub zaopatrzeniu oraz jego formalne powiązania z Grupą Kapitałową

Sprzedaż Grupy kapitałowej CAM Media S.A. jest realizowana przede wszystkim na rynku krajowym. Sporadycznie kampanie realizowane są dla klientów spoza Polski na terytorium Polski. Grupa kapitałowa CAM Media S.A. realizuje także kampanie dla klientów spoza Polski poza terytorium Polski.

Odbiorcami Grupy kapitałowej CAM Media S.A., których udział jest większy niż 10% przychodów ze sprzedaży w 2012 są:

- 1) Starcom Sp. z o.o.,
- 2) Związek Polskie Mięso
- 3) Polkomtel

Grupa kapitałowa CAM Media S.A. prowadzi swoją działalność w oparciu o usługi kontrahentów zewnętrznych. Wachlarz podmiotów współpracujących stale lub na określonych projektach jest na tyle szeroki, że zmiana któregośkolwiek z nich nie wpływa negatywnie na realizację zleceń. Ponadto, taka sytuacja pozwala na wybieranie najkorzystniejszych ofert na świadczenie usług spośród kilku podwykonawców, dzięki czemu możliwe jest zarządzanie rentownością projektów. Żaden z dostawców nie osiągnął obrotów powyżej 10%.

XVI. Informacje o zawartych umowach znaczących dla działalności Grupy Kapitałowej, w tym znanych umowach zawartych pomiędzy akcjonariuszami (wspólnikami), umowach ubezpieczenia, współpracy lub kooperacji

W 2012 roku Grupa kapitałowa CAM Media S.A. zawarła następujące umowy, które są znaczące dla jej działalności:

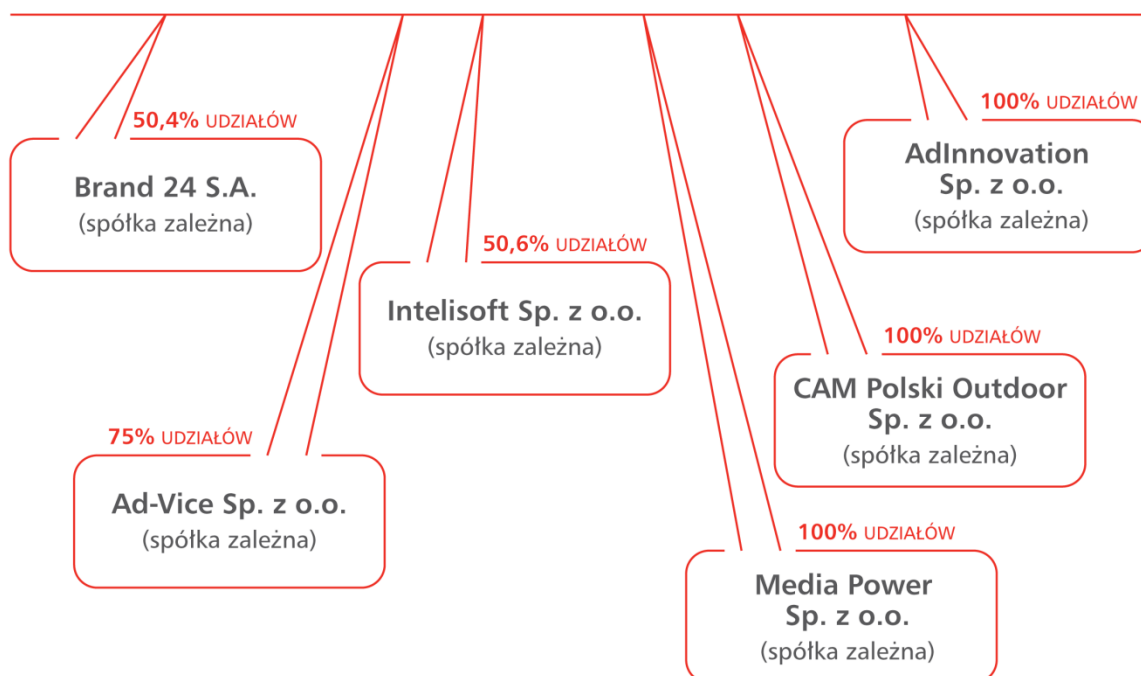
- 1) Umowy zawarte z domem mediowym z siedzibą w Warszawie na przeprowadzenie kampanii reklamowych dla instytucji sektora finansowego, dla firm z branży producentów napojów. Umowy zostały zawarte na czas określony obejmujący okres realizowanych kampanii reklamowych.
- 2) Umowa zawarta z Portem Lotniczym Wrocław S.A. na zarządzanie powierzchnią reklamową na terenie Portu Lotniczego we Wrocławiu na zasadach wyłączności, w tym również z możliwości organizowania niestandardowych kampanii reklamowych. Umowa została zawarta na czas nieokreślony przy czym nie może być wypowiedziana przed upływem 5 lat od jej zawarcia.
- 3) Umowa zawarta z Polską Izbą Makaronu na realizację trzyletniej kampanii promocyjno-informacyjnej promującej makaron pt. „Makarony Europy”, która jest realizowana na podstawie umowy zawartej przez Polską Izbę Makaronu z Agencją Rynku Rolnego.
- 4) Umowa zawarta z Poczta Polska S.A. na realizację kampanii reklamowej usługi Pocztex.
- 5) Umowa zawarta z Mazowiecki Portem Lotniczym Warszawa-Modlin Sp. z o.o. na zarządzanie powierzchnią reklamową na terenie Portu Lotniczego w Modlinie. Umowa została zawarta na okres 5 lat z automatyczną możliwością jej przedłużenia.

XVII. Opis organizacji Grupy Kapitałowej Emitenta ze wskazaniem jednostek podlegających konsolidacji oraz opis zmian w organizacji Grupy Kapitałowej Emitenta wraz z podaniem ich przyczyn

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

- 1) 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
- 2) 100 % udziałów o wartości nominalnej 50.000 zł w Spółce z ograniczoną odpowiedzialnością AdInnovation z siedzibą w Warszawie. Cena nabycia wyniosła 650.950 zł.
- 3) 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.
- 4) 75% udziałów o wartości nominalnej 37.500 zł w Spółce Ad-vice Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie. Cena nabycia wyniosła 3.376.661 zł
- 5) 8,37% akcji o wartości nominalnej 10.100 zł w Spółce Aduma S.A. (powstałej w wyniku przekształcenia się spółki Aduma Sp. z o.o.)
- 6) 100% udziałów o wartości 5.000 zł w CAM Polski Outdoor Sp. z o.o.
- 7) 50,49% akcji o wartości 486.755 zł w Brand 24 S.A.

SPÓŁKA DOMINUJĄCA



Jednostki zależne Media Power Sp. z o.o. oraz CAM Polski Outdoor Sp. z o.o. do dnia sporządzenia raportu rocznego tj. 21 marca 2013 roku nie zostały objęte konsolidacją ze względu na nieistotne wartości nie zniekształcające informacji o wynikach finansowych Grupy Kapitałowej CAM Media S.A.

XVIII. Informacje o powiązaniach organizacyjnych lub kapitałowych Grupy Kapitałowej 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 grupą jednostek powiązanych oraz opis metod ich finansowania

Powiązania organizacyjne lub kapitałowe Grupy Kapitałowej z innymi podmiotami nie występują.

XIX. Informacje o istotnych transakcjach zawartych przez Emitenta lub jednostkę od niego zależną z podmiotami powiązanymi na innych warunkach niż rynkowe, wraz z ich kwotami oraz informacjami określającymi charakter tych transakcji

W roku 2012 zarówno Emitent jak i jednostki od niego zależne nie dokonały transakcji z podmiotami powiązanymi na warunkach innych niż rynkowe.

XX. 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

Informacje dotyczące umów dotyczących kredytów i pożyczek bankowych zawarte są w Nocie nr 32 Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego Grupy.

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

Stan pożyczek udzielonych w 2012 roku:

- 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.
- 2) W dniu 30 grudnia roku zawarto umowę pożyczki dla Spółki zależnej AdInnovation: kwota pożyczki 1.600.000 udzielona w okresie do 31 grudnia 2013 roku, oprocentowanie 6% w skali roku.

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

W dniu 21 grudnia 2012 roku CAM Media S.A. ustanowiła zabezpieczenie w postaci poręczenia dla Kredytu w rachunku bieżącym dla spółki zależnej od CAM Media S.A. – Brand 24 S.A. z siedzibą w Warszawie. Wartość poręczenia wynosi 100.000 zł. Data wygaśnięcia poręczenia: 21 grudnia 2013 r.

Pozostałe poręczenia dla podmiotów niepowiązanych:

W dniu 31 sierpnia 2010 roku CAM Media S.A. 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.

CAM Media S.A. ustanowiła poręczenie dla ubezpieczeniowej gwarancji należytego wykonania umowy wystawionej przez STU ERGO Hestia S.A. na wniosek Polskiej Izby Makaronu na rzecz Agencji Rynku Rolnego w związku z realizacją kampanii informacyjno-promocyjnej promującej makaron pt. „Makarony Europy”. Kwota poręczenia wynosi: 532.363,18 zł. Termin ważności gwarancji wygasa 28 grudnia 2015 roku.

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

Gwarancja ubezpieczeniowa dobrego wykonania kontraktu nr 280000061308 wystawiona przez STU ERGO Hestia S.A. na kwotę 129.150 zł ważna do dnia 24 kwietnia 2013 r.

Gwarancja ubezpieczeniowa na wadium nr 998A206347 wystawiona przez UNIQA Towarzystwo Ubezpieczeń S.A. na kwotę 2.000.000 zł ważna (po przedłużeniu aneksem nr 1 i nr 2) do dnia 14 kwietnia 2013 r.

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

W okresie objętym raportem nie miała miejsca emisja papierów wartościowych Emitenta.

W okresie objętym raportem nie miała miejsca emisja papierów wartościowych Emitenta. W ramach realizacji przyjętej strategii, dotyczącej wykorzystania środków pozyskanych z emisji w roku 2008, CAM Media S.A. w roku 2012 w dalszym ciągu przeznaczała je na zaangażowanie kapitałowe w pozyskiwanie nowych lub zwiększanie wartości udziałów w już posiadanych jednostkach.

W rezultacie w roku 2012 CAM Media S.A. zrealizowała opcję odkupienia akcji od dotychczasowych akcjonariuszy w spółce Brand 24 S.A. Realizacja tej opcji, zgodna ze strategią Spółki przyjętą w roku 2011 spowodowała, że CAM Media S.A. posiada na dzień 31 grudnia 2012 roku 50,49% akcji w spółce Brand 24 S.A.

W ramach planów strategicznych CAM Media S.A. związanych z rozwojem grupy kapitałowej Spółka podjęła również decyzję o ostatecznym rozliczeniu Umowy Inwestycyjnej dotyczącej zakupu udziałów w spółce Ad-Vice Sp. z o.o. Po zamknięciu tej transakcji CAM Media S.A. będzie posiadało 95% udziałów w Ad-Vice Sp. z o.o.

Działania te mają na celu uporządkowanie portfela inwestycyjnego Spółki. Dzięki temu, w ramach spójnego zarządzania w ramach grupy kapitałowej CAM Media S.A. będzie mogło wypracować i wdrożyć nowe produkty oraz usługi, które będą uzupełniały dotychczasową ofertę Spółki i dzięki temu w jeszcze większym stopniu podnosić jej wartość rynkową poprzez tworzenie jej unikalności i nowatorskiego podejścia.

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

Grupa Kapitałowa nie publikowała prognoz na rok 2012.

XXV. Ocena, wraz z jej uzasadnieniem, dotycząca zarządzania zasobami finansowymi, ze szczególnym uwzględnieniem zdolności wywiązywania się z zaciągniętych zobowiązań, oraz określenie ewentualnych zagrożeń i działań, jakie Grupa Kapitałowa podjęła lub zamierza podjąć w celu przeciwdziałania tym zagrożeniom

Zabezpieczeniem w pełni płynności finansowej Grupy oraz jej zdolności do wywiązywania się z zaciągniętych zobowiązań są środki bieżące w kasie i na rachunkach oraz kredyt w rachunku bieżącym.

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

Środki pozyskane w drodze emisji akcji emitent planuje przeznaczyć na:

- 1) przejęcia i akwizycje innych firm,
- 2) rozwój i wdrożenie nowych usług z zakresu mediów niestandardowych,
- 3) wejście na inne rynki narodowe,
- 4) wdrożenie informatycznego systemu wspomagania zarządzania.

W związku z planowanymi zamierzeniami inwestycyjnymi Grupa kapitałowa CAM Media S.A. ocenia, iż posiadane środki finansowe na realizację swoich zamierzeń inwestycyjnych są wystarczające.

W ramach systemu planowania strategicznego i operacyjnego Emitent prowadzi dokładne analizy potencjalnych zamierzeń inwestycyjnych pod kątem ich rentowności, efektywności a także zapotrzebowania na środki inwestycyjne. Dokładne analizy pozwalają na oszacowanie ryzyka zaangażowania się w dane przedsięwzięcie i porównania go z szacowanymi korzyściami w krótkoterminowej i długoterminowej perspektywie. W przypadku zamierzeń o znacznej wartości wymagającej zwiększonego zaangażowania kapitałowego prowadzone są analizy rynkowe dotyczące możliwości oraz efektywności pozyskania dodatkowego finansowania z różnych źródeł ze szczególnym uwzględnieniem optymalizacji kosztów oraz wpływu na ogólną sytuację finansową Emitenta. Uwzględniając możliwe zmiany w strukturze finansowej działalności, plany inwestycyjne Emitenta związane z rozwojem przedsięwzięć biznesowych mają pełne pokrycie w środkach pieniężnych pochodzących z publicznej emisji akcji. W przypadku innych projektów inwestycyjnych, wymagających większego zaangażowania kapitałowego, Emitent posiada odpowiednie zaplecze pozwalające jej na pozyskanie efektywnego finansowania zewnętrznego. W ramach działań inwestycyjnych analizowane jest wykorzystanie wszelkich dostępnych sposobów finansowania, ze szczególnym uwzględnieniem ich efektywności kosztowej oraz warunków na jakich mogą zostać pozyskane. Dla każdego projektu analizowane są wariantowe rozwiązania dotyczące finansowania, zarówno w kontekście jego wartości jak i źródeł. Takie działania pozwalają na precyzyjną ocenę rentowności podejmowanych działań inwestycyjnych w założonym okresie projekcji.

XXVII. 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 Grupy kapitałowej CAM Media S.A. nie wystąpiły żadne czynniki nadzwyczajne i nietypowe zdarzenia, które miałyby wpływ na osiągnięty wynik finansowy. W ramach swojej działalności bieżącej spółki z Grupy kapitałowej CAM Media S.A. starają się na bieżąco analizować ryzyko związane zarówno z bieżącą działalnością, jak również antycypować potencjalnie negatywne zmiany w otoczeniu makroekonomicznym lub sytuacji rynkowej w obszarach, w których świadczą swoje usługi. Najbardziej istotną grupą czynników wpływających na wyniki finansowe Grupy kapitałowej CAM Media S.A. była sytuacja rynkowa w branży, charakteryzująca się dużą zmiennością w ciągu roku, od dużej dynamiki wzrostu poczynając, na ujemnej dynamice wzrostu w drugiej połowie roku kończąc. Ta sytuacja spowodowała, że przy dużej konkurencji w sektorze dynamika wzrostu przychodów uległa załamaniu. Z drugiej strony, Grupa kapitałowa CAM Media S.A. kontrolowała koszty działalności, dzięki czemu było możliwe utrzymanie rentowności na dodatnim poziomie.

XXVIII. Charakterystyka zewnętrznych i wewnętrznych czynników istotnych dla rozwoju Grupy Kapitałowej oraz opis perspektyw rozwoju działalności Grupy Kapitałowej co najmniej do końca roku obrotowego następującego po roku obrotowym, za który sporządzono sprawozdanie finansowe zamieszczone w raporcie rocznym, z uwzględnieniem elementów strategii rynkowej przez nią wypracowanej

Najważniejszym czynnikiem zewnętrznym mającym wpływ na perspektywy rozwoju Grupy kapitałowej CAM Media S.A. jest dynamika rozwoju branży, będąca odzwierciedleniem sytuacji w gospodarce, zarówno krajowej, jak i międzynarodowej.

Rok 2012 był dla krajowego rynku bardzo specyficzny – pierwsza połowa roku cechowała się znacznym wzrostem wydatków reklamowych będących wynikiem skierowania znacznego strumienia środków pieniężnych na kampanie reklamowe zaplanowane w okolicach organizowanego w Polsce turnieju EURO 2012. Niestety, po zakończeniu imprezy nastąpiło po raz kolejny przewartościowanie budżetów marketingowych. W rezultacie do branży reklamowej skierowany został nieco mniejszy strumień finansowy, który musiał zostać podzielony pomiędzy różne rodzaje komunikacji marketingowej. W rezultacie Grupa odnotowała istotny spadek przychodów w porównaniu do roku poprzedniego.

Drugim znaczącym czynnikiem wpływającym zarówno na bieżącą działalność Grupy kapitałowej CAM Media S.A., jak również na perspektywy jej rozwoju jest działalność konkurencji. Poprzedni kryzys Spółka przetrwała w dobrej kondycji finansowej, co pozwoliło jej na poprawę swojej pozycji rynkowej. Nie bez znaczenia były tu również dobre relacje z klientami obsługiwanyymi przez Grupę, co pozwoliło na zredukowanie spadku sprzedaży mimo ograniczeń w działalności marketingowej tych podmiotów. Widoczne są również symptomy zmian w podejściu do strategii promocyjnych, które coraz większy nacisk będą w przyszłości kładły pod rozwiązania niestandardowe, będące mocną stroną spółek z Grupy. W przyszłości powinno to pozwolić na dalsze zwiększanie przewagi konkurencyjnej na rynku, a dzięki temu wzrostowi przychodów.

Pomimo niesprzyjającej sytuacji rynkowej Emitent nie rezygnował z realizacji swoich zamierzeń rozwojowych, których szczególnym wyrazem jest intensywny proces inwestycyjny. W ramach tej grupy działań Emitent stara się pozyskać jak najbardziej korzystne lokalizacje dla rozmieszczenia własnych nośników reklamowych. Pozwoli to z jednej strony na zagwarantowanie posiadania wysokiej jakości powierzchni reklamowej zlokalizowanej w bardzo atrakcyjnych miejscach, a z drugiej strony – na możliwość zarządzania kosztami realizowanych kampanii. Dzięki temu będzie mógł osiągnąć swego rodzaju masę krytyczną gwarantującą mu pozyskiwanie większej liczby zleceń.

Bardzo istotnym czynnikiem, który bez wątpienia korzystnie wpłynie na Grupę kapitałową CAM Media S.A. jest również dalszy dynamiczny rozwój Internetu, w ocenie Grupy w dalszym ciągu wyższy niż zakładany wcześniej. Dzięki temu poczynione przez Emitenta inwestycje w branży internetowej będą miały istotny wpływ na jej sytuację rynkową i finansową.

Kolejnym istotnym wewnętrznym czynnikiem sprzyjającym wzrostowi Grupy 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 rozwojowego Grupy. Już dziś oferuje ona swoim klientom kompleksowe rozwiązania, na które składają się produkty oferowane przez wszystkie spółki skupione w grupie kapitałowej.

W ramach działań wewnętrznych Grupa kontynuuje rozpoczęte działania zmierzające do wzrostu efektywności świadczenia usług, wdrażając w kolejnym etapie narzędzia służące większej kontroli kosztów zarówno bezpośrednich, jak i pośrednich. Jednym z kluczowych działań w tym zakresie jest wdrażanie zintegrowanego systemu zarządzania, który powoli na jeszcze bardziej precyzyjne zarządzanie działalnością podstawową spółek z Grupy we wszystkich wymiarach, a szczególnie w aspekcie finansowym. W rezultacie, w niedługiej perspektywie planowane jest istotne zwiększenie rentowności we wszystkich obszarach działalności.

XXIX. Zmiany w podstawowych zasadach zarządzania przedsiębiorstwem Emitenta i jego Grupą Kapitałową

Grupa Kapitałowa CAM Media S.A. powstała w 2009 roku i w ciągu ostatnich lat prowadzone liczne projekty wewnętrzne zmierzające zarówno do ujednolicenia procesów zarządzania, jak również procesów współdziałania w realizacji projektów w ramach grupy kapitałowej.

Zmiany w zasadach zarządzania obejmują dalszą 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.

XXX. Wszelkie umowy zawarte z 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 przez przejęcie

Na dzień 31 grudnia 2012 roku nie było w Spółce dominującej CAM Media S.A. ani w Spółkach zależnych 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.

XXXI. Wartość wynagrodzeń, nagród lub korzyści, w tym wynikających z programów motywacyjnych lub premialnych opartych na kapitale, 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 w Grupie Kapitałowej, bez względu na to, czy odpowiednio były one zaliczane w koszty, czy też wynikały z podziału zysku, z podaniem oddzielnych informacji o wartości wynagrodzeń i nagród otrzymanych z tytułu pełnienia funkcji we władzach jednostek podporządkowanych

W roku 2012 osobom zarządzającym w Grupie Kapitałowej CAM Media S.A. nie zostało wypłacone, ani też nie odnotowano jako należne lub potencjalnie należne wynagrodzenie wynikające z programów motywacyjnych lub premialnych opartych na kapitale.

XXXII. Określenie łącznej liczby i wartości nominalnej wszystkich akcji (udziałów) jednostek Grupy Kapitałowej oraz akcji i udziałów w jednostkach powiązanych, będących w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących jednostek Grupy Kapitałowej (dla każdej osoby oddzielnie)

Zestawienie stanu posiadania akcji CAM Media SA przez osoby zarządzające i nadzorujące jednostek Grupy Kapitałowej na dzień przekazania raportu rocznego, tj. 21 marca 2013 roku przedstawia poniższa tabela:

Akcjonariusz	Liczba akcji (szt.)	Udział w kapitale zakładowym	Liczba głosów	Udział w ogólnej liczbie głosów
Krzysztof Przybyłowski - Prezes Zarządu	316.000	4,34%	316.000	3,07%
Paweł Orłowski - Wiceprezes Zarządu	316.000	4,34%	316.000	3,07%
Adam Michalewicz - Wiceprezes Zarządu	316.000	4,34%	316.000	3,07%
Członek Rady Nadzorczej*	5.103	0,07%	5.103	0,05%

*Osoba ta nie wyraziła zgody na publikowanie jej danych osobowych.

Zestawienie stanu posiadania udziałów Ad-vice Sp. z o.o. przez osoby zarządzające i nadzorujące jednostek Grupy Kapitałowej na dzień przekazania raportu rocznego, tj. 21 marca 2013 roku przedstawia poniższa tabela:

Wspólnik	Liczba udziałów (szt.)	Udział w kapitale zakładowym	Liczba głosów	Udział w ogólnej liczbie głosów
Bartosz Wieczorek - Prezes Zarządu	50	5%	50	5%

Zestawienie stanu posiadania udziałów AdInnovation Sp. z o.o. przez osoby zarządzające i nadzorujące jednostek Grupy Kapitałowej na dzień przekazania raportu rocznego, tj. 21 marca 2013 roku. Na dzień przekazania raportu osoby zarządzające nie posiadają udziałów AdInnovation Sp. z o.o.

Zestawienie stanu posiadania udziałów Intelisoft Sp. z o.o. przez osoby zarządzające i nadzorujące jednostek Grupy Kapitałowej na dzień przekazania raportu rocznego, tj. 21 marca 2013 roku przedstawia poniższa tabela:

Wspólnik	Liczba udziałów (szt.)	Udział w kapitale zakładowym	Liczba głosów	Udział w ogólnej liczbie głosów
Tomasz Stradomski – Prezes Zarządu	200	16,46%	200	16,46%
Marcin Podleśny – Członek Zarządu	200	16,46%	200	16,46%
Grzegorz Waś - Członek Zarządu	200	16,46%	200	16,46%

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

Grupie kapitałowej CAM Media S.A. nie są znane żadne umowy, w wyniku których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy oraz obligatariuszy.

XXXIV. Ważniejsze zdarzenia mające znaczący wpływ na działalność oraz wyniki finansowe Grupy Kapitałowej Emitenta w roku obrotowym lub których wpływ jest możliwy w następnych latach

W wymiarze zewnętrznym istotnym zdarzeniem jest niepewność sytuacji na rynku związana z kryzysem, który uwidocznił się wyraźnie w drugiej połowie roku 2012. Zaostrzenie polityki budżetowej u klientów Grupy kapitałowej CAM Media S.A. może mieć wpływ na zmianę dynamiki przychodów ze sprzedaży usług.

Stopniowe wychodzenie z kryzysu będzie natomiast wpływać na poprawę koniunktury na rynku.

W wymiarze wewnętrznym najistotniejszy wpływ na obecną i przyszłą sytuację Grupy będzie miała dalsza integracja i rozwój wszystkich podmiotów wchodzących w jej skład. Wypracowanie kompleksowej, szerokiej oferty całego wachlarza usług oferowanej klientom, a także rozwój i wdrożenie kolejnych produktów będzie miało istotny wpływ na przyszłą działalność Grupy kapitałowej CAM Media S.A.

XXXV. Opis struktury głównych lokat kapitałowych lub głównych inwestycji kapitałowych dokonanych w ramach Grupy Kapitałowej Emitenta w danym roku obrotowym

Główną inwestycją kapitałową poczynioną w ramach Grupy kapitałowej CAM Media S.A. była realizacja opcji zakupu akcji od dotychczasowych akcjonariuszy w spółce Brand 24 S.A. W jej wyniku stan zaangażowania kapitałowego CAM Media S.A. w spółce osiągnął poziom 50,49% kapitału zakładowego.

XXXVI. Charakterystyka polityki w zakresie kierunków rozwoju Grupy Kapitałowej Emitenta

Zgodnie z obraną strategią Grupa kapitałowa CAM Media S.A. 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, w ramach posiadanych zasobów oraz z ewentualnym wykorzystaniem finansowania zewnętrznego.

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.

XXXVII. Informacje o systemie kontroli programów akcji pracowników

W roku 2012 w spółkach Grupy kapitałowej CAM Media S.A. nie było programu akcji pracowników.

XXXVIII. Opis istotnych pozycji pozabilansowych w ujęciu podmiotowym, przedmiotowym i wartościowym

Pozycje pozabilansowe stanowią zobowiązania warunkowe na łączną kwotę 3.403 tys. zł.

XXXIX. Informacje o dacie zawarcia umowy, z podmiotem uprawnionym do badania sprawozdań finansowych, o dokonanie badania lub przeglądu sprawozdania finansowego lub skonsolidowanego sprawozdania finansowego oraz okresie, na jaki została zawarta ta umowa oraz o wynagrodzeniu podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych, wypłaconym lub należnym za rok obrotowy oraz poprzedni rok obrotowy

	2012 rok	2011 rok
Podmiot	Misters Audytor Adviser Sp. Z o.o.	Misters Audytor Sp. Z o.o.
Data podpisania umowy	01.08.2012 roku	27.07.2011 roku
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	Przegląd śródrocznego jednostkowego sprawozdania finansowego na 30 czerwca 2012 roku. Wynagrodzenie 16.000 zł. Przegląd śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego na 30 czerwca 2012 roku. Wynagrodzenie 9.700 zł. Badanie rocznego, jednostkowego sprawozdania finansowego za 2012 rok. Wynagrodzenie 23.300 zł Badanie rocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego za 2012 rok. Wynagrodzenie 13.700 zł	Przegląd śródrocznego jednostkowego sprawozdania finansowego na 30 czerwca 2011 roku. Wynagrodzenie 16.000 zł. Przegląd śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego na 30 czerwca 2011 roku. Wynagrodzenie 9.700 zł. Badanie rocznego, jednostkowego sprawozdania finansowego za 2011 rok. Wynagrodzenie 23.300 zł Badanie rocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego za 2011 rok. Wynagrodzenie 13.700 zł
Inne umowy	brak	brak

XL. Raport w sprawie stosowania zasad ładu korporacyjnego w CAM Media S.A. w roku 2012 roku.

**Raport w sprawie
stosowania zasad ładu korporacyjnego w CAM Media S.A.
w roku 2012 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 późn. zm.) z uwzględnieniem § 29 ust. 5 Regulaminu Giełdy Papierów Wartościowych S.A. w Warszawie, Zarząd CAM Media S.A. niniejszym oświadcza co następuje:

1. **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”, ustalone w Załączniku do Uchwały Nr 20/1287/2011 Rady Giełdy z dnia 19 października 2011 roku.

Tekst zbioru zasad jest dostępny publicznie na stronie internetowej <http://www.corp-gov.gpw.pl/>.

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 2012 CAM Media SA stosowała wszystkie zasady ładu korporacyjnego określone w powołanym powyżej zbiorze, z tym jednak zastrzeżeniem, iż:

- a) w stosowaniu zasady wskazanej w części II pkt 1.2a: „*Spółka prowadzi korporacyjną stronę internetową i zamieszcza na niej, oprócz informacji wymaganych przez przepisy prawa, corocznie, w czwartym kwartale - informację o udziale kobiet i mężczyzn odpowiednio w zarządzie i w radzie nadzorczej spółki w okresie ostatnich dwóch lat*”, ze względów technicznych wystąpiły odstępstwa, jako że zamieszczono informacje nt kobiet pełniących powyższe funkcje, niemniej jednak brak było z przyczyn technicznych dodatkowej zakładki, w której umieszczono by taką daną statystyczną,
- b) 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 występowały niewielkie odstępstwa wynikające z ograniczonej pojemności strony internetowej.

Spółka jest w przededniu uruchomienia nowej strony internetowej, co pozwoli na zamieszczanie większej ilości treści, a co za tym idzie stosowania niniejszych praktyk w całości.

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:

- Polityka rachunkowości oraz plan kont zgodne z Ustawą o Rachunkowości,
- System Procedur Spółki organizujący obieg dokumentów, porządkujący zakres odpowiedzialności i uprawnień poszczególnych ogniw systemu, jak również zasady kontroli wewnętrznej,
- 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 podpisane 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. Szczegółowe zasady korzystania przez Spółkę z 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:

Na dzień 31 grudnia 2012 roku lista akcjonariuszy posiadających znaczące pakiety akcji przedstawiała się zaś następująco:

Akcjonariusz	Liczba akcji (szt.)	Łączna wartość nominalna (zł)	Udział w kapitale zakładowym (%)	Liczba głosów	Udział w ogólnej liczbie głosów (%)
CAM WEST s.a.r.l.	3 000 000	300 000	41,18	6 000 000	58,34
INVESTORS TFI S.A.	962 322	96 232	13,21	962 322	9,36
QUERCUS TFI S.A.	522 756	52 275,6	7,18	522 756	5,08

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.á 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:

W Spółce nie występują żadne ograniczenia dotyczące przenoszenia prawa własności papierów wartościowych Emitenta, poza ograniczeniami wynikającymi w przepisów prawa.

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 w 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 2012 roku skład Zarządu przedstawiał się następująco:

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

Skład ten nie uległ zmianie do końca 2012 roku.

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 2012 roku skład Rady Nadzorczej przedstawiał się następująco:

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

Skład ten nie uległ zmianie do końca 2012 roku.

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 zwołań 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 roku 2012 w Spółce nie funkcjonował Komitet Audytu. Od 2010 roku 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

Podpis

dr Krzysztof Przybyłowski Prezes Zarządu

Adam Michalewicz Wiceprezes Zarządu

Paweł Orłowski Wiceprezes Zarządu

Warszawa 21 marca 2013 roku.