



Power Media

SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI POWER MEDIA S.A.

**ZA OKRES
1 STYCZNIA 2015 – 31 GRUDNIA 2015**

Wrocław, marzec 2016



Power Media

I. Informacje Podstawowe

1. Informacje o Spółce

1.1 Dane Rejestrowe

Nazwa	Power Media S.A.
Forma prawna	Spółka Akcyjna
Siedziba	Wrocław
Adres	ul. Grabiszyńska 241 B, 53-234 Wrocław
REGON	931082394
PKD	6201Z
NIP	898-16-47-572
KRS	0000281947

Power Media S.A. (Spółka, Emitent) powstała w wyniku przekształcenia spółki z ograniczoną odpowiedzialnością Power Media sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu. Poprzednik prawny Spółki został utworzony 16 września 1997 roku jako Przedsiębiorstwo Usługowo – Handlowe „POWER MEDIA” Sp. z o.o. Uchwała w sprawie przekształcenia spółki z ograniczoną odpowiedzialnością w spółkę akcyjną podjęta została w dniu 27 kwietnia 2007 roku (Akt notarialny Rep. A nr 2421/2007).

Przekształcenie spółki na spółkę akcyjną zostało zarejestrowane na mocy Postanowienia Sądu Rejonowego dla Wrocławia - Fabrycznej we Wrocławiu, VI Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego w dniu 1 czerwca 2007 roku.

Podstawowy przedmiot działalności Spółki to działalność w zakresie oprogramowania 6201Z. W dniu 20 marca 2008 roku Power Media S.A. zadebiutowała na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A., gdzie została zaklasyfikowana do sektora „Informatyka”.

1.2 Organy zarządzające i nadzorujące Spółki

1.1.1 Rada Nadzorcza

W okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2015 roku skład Rady Nadzorczej przedstawiał się następująco:

- 1) Michał Masłowski - Przewodniczący Rady Nadzorczej
- 2) Łukasz Kocur – Członek Rady Nadzorczej
- 3) Tomasz Stanko – Członek rady Nadzorczej
- 4) Ireneusz Werner - Członek Rady Nadzorczej
- 5) Monika Wysocka - Członek Rady Nadzorczej

W dniu 27 kwietnia 2015 roku ZWZA udzieliło absolutorium wszystkim członkom Rady Nadzorczej z wykonania przez nich obowiązków członków Rady Nadzorczej w roku 2014. Spółka szczegółowo informowała o tym w raporcie bieżącym nr 6/2015 z dnia 27 kwietnia 2015 roku.



1.1.2 Zarząd Spółki

W okresie od 1 stycznia do 31 maja 2015 roku skład Zarządu przedstawiał się następująco:

- 1) Wojciech Narczyński – Prezes Zarządu
- 2) Marta Przewłocka – Wiceprezes Zarządu
- 3) Agnieszka Kozłowska – Członek Zarządu.

W dniu 27 kwietnia 2015 roku ZWZA udzieliło absolutorium wszystkim członkom Zarządu z wykonania przez nich obowiązków członków Zarządu w roku 2014. Spółka szczegółowo informowała o tym w raporcie bieżącym nr 6/2014 z dnia 27 kwietnia 2015 roku.

Natomiast od 1 czerwca uchwałą Rady Nadzorczej Agnieszka Kozłowska zmieniła stanowisko z Członka Zarządu na Wiceprezesa Zarządu. W związku z tym w okresie od 1 czerwca do 31 grudnia 2015 roku a także na dzień publikacji niniejszego raportu skład Zarządu przedstawiał się następująco:

- 1) Wojciech Narczyński – Prezes Zarządu
- 2) Marta Przewłocka – Wiceprezes Zarządu
- 3) Agnieszka Kozłowska – Wiceprezes Zarządu.

1.3 Wysokość kapitału zakładowego i jego zmiany w okresie sprawozdawczym, jak również po jego zakończeniu

Wysokość kapitału zakładowego w okresie sprawozdawczym oraz na dzień publikacji niniejszego raportu wynosi 640.000,00 zł i dzieli się na 6.400.000 akcji o wartości nominalnej 0,10 zł każda.

Struktura kapitału zakładowego Power Media S.A. w okresie od 1 stycznia 2015 roku do dnia publikacji niniejszego sprawozdania przedstawia się następująco:

- 1) 2.162.500 akcji uprzywilejowanych serii A o wartości nominalnej 0,10zł każda
- 2) 337.500 akcji zwykłych serii A o wartości nominalnej 0,10zł każda
- 3) 2.500.000 akcji zwykłych serii B o wartości nominalnej 0,10zł każda
- 4) 1.400.000 akcji zwykłych serii C, o wartości nominalnej 0,10 zł każda.

Razem liczba akcji w kapitale zakładowym na dzień publikacji niniejszego sprawozdania wynosi 6.400.000.

Razem liczba głosów na Walnym Zgromadzeniu na dzień publikacji niniejszego sprawozdania wynosi 8.562.500.

Nie wystąpiły żadne zmiany kapitału zakładowego.

1.4 Zatrudnienie

Grupy zawodowe	Stan na 31.12.2014	Stan na 31.12.2015	Stan na dzień publikacji SA-R/2015
Pracownicy umysłowi	78	81	85
Pracownicy na stanowisku robotniczym	0	0	0
Razem	78	81	85



1.5 Informacje o transakcjach z podmiotami powiązаныmi

W okresie od 1 stycznia 2015 do 31 grudnia 2015 roku transakcje z podmiotami powiązаныmi nie występowały.

1.6 Oddziały i zakłady posiadane przez Spółkę

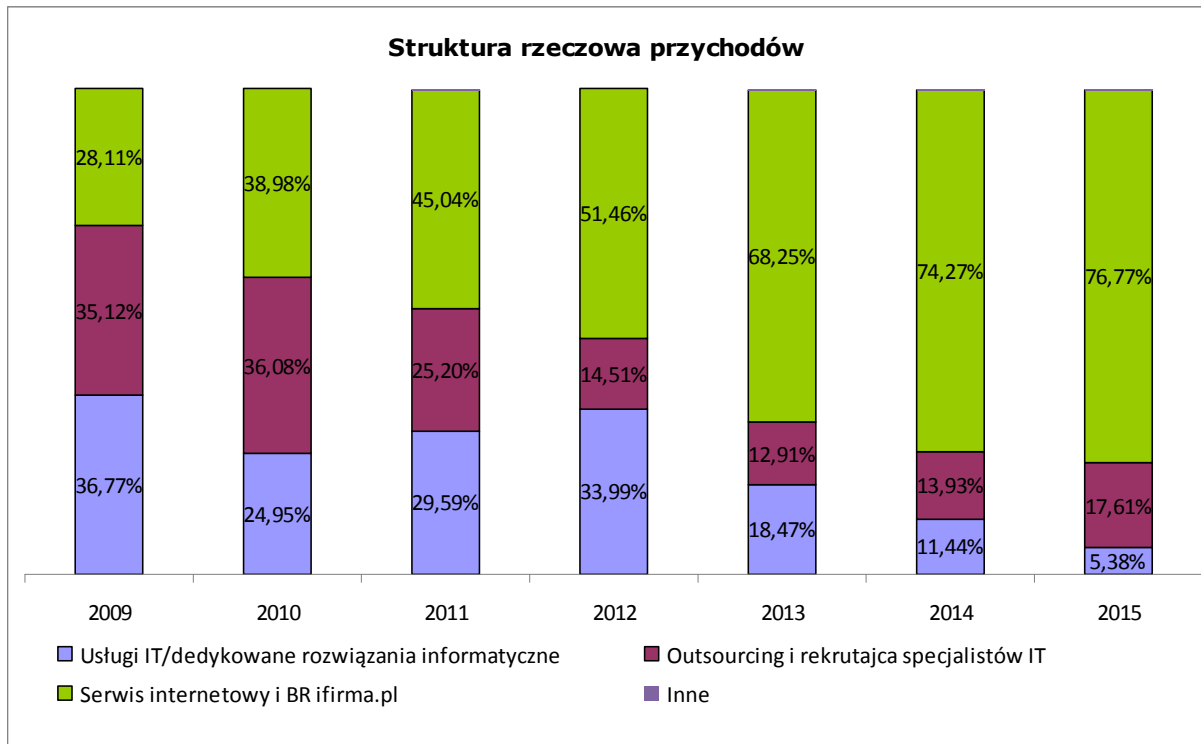
Spółka nie posiada oddziałów i zakładów. Spółka działa przy ulicy Grabiszyńskiej 241 B we Wrocławiu.

2. Zarys działalności Power Media S.A.

2.1 Informacja o oferowanych produktach, towarach i usługach świadczonych przez Spółkę

Działalność Spółki oparta jest na trzech filarach:

1. Księgowość internetowa – serwis **ifirma.pl** oraz usługi biura rachunkowego **ifirma.pl**, w tym serwisy wspierające prowadzenie działalności gospodarczej przez mikroprzedsiębiorstwa:
 - **pitroczny.pl**
 - **pkd.com.pl**
 - **CEIDG** – serwis służący do rejestracji działalności gospodarczej
 - **iPakiet.pl** - serwis skierowany do przedsiębiorców, którym oferowana jest rejestracja domen, hosting stron WWW a także możliwość tworzenia ich za pomocą generatora.
2. Outsourcing i rekrutacja specjalistów IT
3. Usługi IT/dedykowane rozwiązania informatyczne
 - Sprzedaż licencji na własne oprogramowanie
 - Usługi informatyczne i programistyczne
 - Utrzymanie, serwis i wsparcie systemów informatycznych



Razem przychody ze sprzedaży w 2014 roku: 9 419 971,86 zł

Razem przychody ze sprzedaży w 2015 roku: 10 614 457,57 zł



Pierwszy obszar – to serwisy internetowe ifirma.pl oraz otwarte w 2012 roku biuro rachunkowe ifirma.pl. Obie usługi przeznaczone są dla małych firm oraz mikroprzedsiębiorstw działających w Polsce. Serwis księgowy ifirma.pl wspomaga prowadzenie księgowości samodzielnie, natomiast usługa biura rachunkowego jest nowoczesną formą prowadzenia księgowości, podobnie jak w tradycyjnym biurze rachunkowym, jednakże z wykorzystaniem nowoczesnych narzędzi, jakim jest serwis ifirma.pl.

Dzięki centralizacji usług możliwe jest zapewnienie standaryzacji i wysokiej jakości obsługi, co pozwala oferować usługi na konkurencyjnych warunkach. Oba rozwiązania umożliwiają szybki dostęp do informacji z dowolnego miejsca i z dowolnego urządzenia, a tym samym wygodę działania przy prowadzeniu księgowości małych firm a nawet zarządzania przepływami finansowymi.

Serwis ifirma.pl oraz usługa biura rachunkowego ifirma.pl traktowane są przez Spółkę, jako te o największym potencjale wzrostu. Dlatego Spółka skupia swe działania nad rozwojem funkcjonalności serwisu, usługami komplementarnymi dla przedsiębiorców, programami partnerskimi, czyli pozyskaniem jak największej liczby użytkowników serwisu.

ifirma.pl ciągle wzbogacana jest o kolejne usługi i dodatkowe serwisy mające ułatwić mikroprzedsiębiorcom prowadzenie firmy. Są to m.in.: pitroczny.pl, pkd.com.pl, CEIDG – serwis służący do rejestracji działalności gospodarczej, CRM, moduł magazynu, moduł windykacji, zakup usług finansowych. Obecnie serwis należy uznać bardziej już za platformę wspierającą SOHO (Small Office Home Office) niż za sam moduł księgowy.

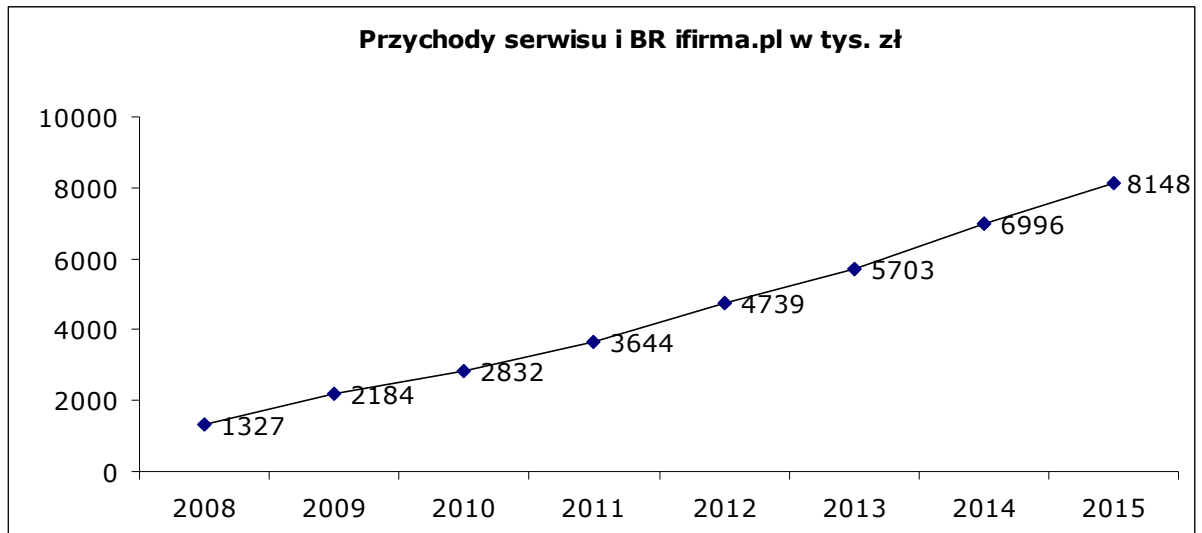
W drugim obszarze działalności Spółka świadczy usługi rekrutacji i outsourcingu kadr IT. Power Media specjalizuje się w budowaniu i uzupełnianiu wykwalifikowanych zespołów inżynierskich. Wysoką skuteczność działania zapewnia bogata baza specjalistów z dziedziny IT oraz unikalny system weryfikacji wiedzy i umiejętności technicznych kandydatów.

W trzecim obszarze – tworzeniu rozwiązań informatycznych – Power Media S.A. posiada wieloletnie doświadczenie w projektowaniu, budowaniu i wdrażaniu dedykowanego oprogramowania klasy enterprise dla klientów w Polsce i na całym świecie. Spółka specjalizuje się w aplikacjach intranetowych i internetowych, wśród których szczególne miejsce zajmują rozwiązania wspomagające obsługę profesjonalnych materiałów wideo. Z autorskich rozwiązań Power Media S.A. korzystają m. in. telewizje, studia produkcyjne, czy domy mediowe. Oprócz tworzenia oprogramowania na zamówienie, Spółka rozwija własną linię produktów z rodziny inStudio, wśród których można znaleźć systemy do archiwizacji wideo, systemy do obsługi przepływu materiałów wideo w telewizjach i inne.

W obu tych obszarach klientami Power Media S.A. są duże i średnie firmy działające w Polsce i zagranicą.

www.ifirma.pl

Spółka odnotowuje w tym obszarze systematyczny wzrost liczby klientów. Przychody serwisu w roku 2015 w porównaniu do roku 2014 wzrosły o 16,5%. Przychody wyniosły 8 148 tys. zł, co stanowi prawie 77% wartości przychodów Spółki ogółem.



Outsourcing i rekrutacja specjalistów IT

Spółka oferuje swoje usługi z tego działu korporacjom działającym na rynku polskim i zagranicznym. Przychody z tego tytułu w stosunku do 2014 roku wzrosły o 42% i osiągnęły 1 869 tys. zł.

Usługi IT/dedykowane rozwiązania informatyczne

Przychody z tej działalności w roku 2015 roku wyniosły 570 tys. zł. Spadek przychodów w tym obszarze w dużej mierze jest wynikiem skoncentrowania działań spółki na wewnętrznych projektach.

Serwis iPakiet

W 2015 roku Spółka udostępniła wersję beta serwisu iPakiet.pl, który oferuje rejestrację domen, hosting stron WWW a także możliwość tworzenie ich za pomocą generatora. iPakiet.pl to serwis przeznaczony dla małych i średnich przedsiębiorców – czyli podobnej grupy docelowej, do której skierowana jest usługa ifirma.pl. Projekt jest w końcowej fazie testów, do których Spółka zaprosiła swoich klientów. Spółka planuje skomercjalizować całe przedsięwzięcie w II kwartale 2016 roku. Istotą serwisu, podobnie jak i w przypadku serwisu ifirma.pl, jest prostota, wygoda oraz intuicyjność.

2.2 Źródła zaopatrzenia w materiały do produkcji, w towary i usługi

W analizowanym okresie sprawozdawczym Spółka nie korzystała ze źródeł zaopatrzenia w materiały do produkcji oraz w towary i usługi, których udział od jednego dostawcy przekroczyłby próg 10% przychodów ze sprzedaży ogółem.

2.3 Informacje o rynkach zbytu

Spośród klientów można wyróżnić trzy podstawowe grupy:

- Klienci korporacyjni działający w Polsce.

Ze względu na charakterystykę przedsięwzięć informatycznych firmy takie wykazują duże potrzeby zwiększenia zaangażowania działów IT (intensyfikacji działań) w okresach tworzenia i uruchamiania nowych systemów informatycznych. Często specjaliści Emitenta uczestniczący w takich projektach realizują je w siedzibie klienta. Klienci z tej grupy to najczęściej spółki z sektora telekomunikacyjnego oraz instytucje finansowe. Dla tych klientów Emitent świadczy usługi z obszarów tak usług IT, jak i outsourcingu i



Power Media

rekrutacji specjalistów IT.

- Małe i średnie przedsiębiorstwa z Europy (w tym z Polski).
Ta grupa przedsiębiorstw poszukująca konkretnych systemów informatycznych. Z reguły są to firmy spoza branży informatycznej, stąd zauważalne są wśród tych przedsiębiorstw niedobory kadrowe i kompetencyjne w działach IT.
- Mikrofirmy działające w Polsce.
W tej grupie znajdują się małe firmy działające w Polsce oraz osoby prowadzące działalność gospodarczą (samozatrudnienie). Ta grupa klientów to głównie klienci ifirma.pl oraz komercjalizowanego serwisu ipakiet.pl.



II. Opis działalność Power Media S.A. w roku 2015

1. Zdarzenia istotnie wpływające na działalność Spółki, jakie nastąpiły w roku obrotowym

1.1. Realizacja programu motywacyjnego

W marcu 2015 roku Power Media S.A. działając na podstawie:

- 1) Uchwał Walnego Zgromadzenia:
 - a. nr 19 z dnia 29 maja 2009 rok sprawie udzielenia Zarządowi Spółki upoważnienia do nabycia akcji własnych Power Media S.A. z przeznaczeniem między innymi na realizację Programu Motywacyjnego
 - b. nr 3 z dnia 3 września 20013 roku w sprawie ustanowienia w Spółce Programu Motywacyjnego.
 - 2) Uchwały Rady Nadzorczej nr 5/2013 z dnia 11 października 2013 roku w sprawie przyjęcia Regulaminu Programu Motywacyjnego w Spółce w latach 2013-2018
 - 3) Regulaminu Programu Motywacyjnego
- zrealizowała program motywacyjny za 2014 rok.

W dniu 18 marca 2015 roku Spółka dokonała transakcji zbycia akcji własnych, zwykłych, na okaziciela oznaczonych przez Krajowy Depozyt Papierów Wartościowych S.A. kodem PLPWRMD00011 w ilości 75.000, po cenie 0,10 złotych, za łączną kwotę 7.500 złotych.

Przed zbyciem Spółka posiadała łącznie 164.100 akcji własnych, stanowiących 2,56% kapitału zakładowego Spółki oraz uprawniających do wykonywania 1,92% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki. Zgodnie z przepisami Kodeksu spółek handlowych Spółka nie mogła wykonywać praw udziałowych z będących w jej posiadaniu akcji własnych.

Po zbyciu Spółka posiada łącznie 89.100 akcji własnych, stanowiących 1,39% kapitału zakładowego Spółki oraz uprawniających do wykonywania 1,04% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki. Zgodnie z przepisami Kodeksu spółek handlowych Spółka nie może wykonywać praw udziałowych z będących w jej posiadaniu akcji własnych.

Spółka informowała o tym w raporcie bieżącym 3/2015 z dnia 19 marca 2015 roku.

Natomiast w związku z tym, że po realizacji etapu programu motywacyjnego za 2015 rok zostałyby tylko 14.100 akcji do rozdysponowania za 2016 rok, zarząd rekomenduje zwiększenie limitu akcji w etapie za 2015 rok z 75.000 do 89.100. Projekt powyższej uchwały zostanie zgłoszony na najbliższe walne zgromadzenie akcjonariuszy.

1.2. Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy

W dniu 27 kwietnia 2015 roku w siedzibie Spółki we Wrocławiu, odbyło się walne zgromadzenie akcjonariuszy z następującym porządkiem obrad:

1. Otwarcie Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki i sporządzenie listy obecności
2. Wybór Przewodniczącego Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia
3. Stwierdzenie prawidłowości zwołania Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia i jego zdolności do podejmowania uchwał
4. Przedstawienie i przyjęcie porządku obrad



5. Rozpatrzenie sprawozdania Zarządu z działalności Spółki w okresie od 1 stycznia 2014 roku do dnia 31 grudnia 2014 roku
6. Rozpatrzenie sprawozdania finansowego w okresie od 1 stycznia 2014 roku do dnia 31 grudnia 2014 roku
7. Przedstawienie dokonanej przez Radę Nadzorczą zwięzłej oceny sytuacji Spółki oraz rozpatrzenie sprawozdania Rady Nadzorczej w okresie od 1 stycznia 2014 roku do dnia 31 grudnia 2014 roku
8. Podjęcie uchwały w sprawie zatwierdzenia sprawozdania Zarządu z działalności Spółki w okresie od 1 stycznia 2014 roku do dnia 31 grudnia 2014 roku
9. Podjęcie uchwały w sprawie zatwierdzenia sprawozdania finansowego Spółki w okresie od 1 stycznia 2014 roku do dnia 31 grudnia 2014 roku
10. Podjęcie uchwały w sprawie zatwierdzenia sprawozdania Rady Nadzorczej z działalności w okresie od 1 stycznia 2014 roku do dnia 31 grudnia 2014 roku zawierającego: ocenę sprawozdania Zarządu z działalności Spółki i sprawozdania finansowego za rok obrotowy 2014, wniosku Zarządu dotyczącego podziału zysku i ocenę swojej pracy
11. Podjęcie uchwał w sprawie udzielenia absolutorium członkom Zarządu z wykonywania obowiązków w okresie od 1 stycznia 2014 roku do dnia 31 grudnia 2014 roku
12. Podjęcie uchwał w sprawie udzielenia absolutorium członkom Rady Nadzorczej z wykonywania obowiązków w okresie od 1 stycznia 2014 roku do dnia 31 grudnia 2014 roku
13. Podjęcie uchwały w sprawie podziału zysku za rok obrotowy 2014
14. Wolne głosy i wnioski
15. Zamknięcie Zgromadzenia

Spółka informowała o tym w raportach bieżących 5/2015 z dnia 30 marca 2015 roku i 6/2014 z dnia 27 kwietnia 2015 roku.

1.3. Wypłata dywidendy

Walne Zgromadzenie Power Media S.A. działając na podstawie art. 395 § 2 pkt. 2 oraz art. 348 § 3 Kodeksu spółek handlowych, uchwałą nr 14 podjętą w dniu 27 kwietnia 2015 roku postanowiło przeznaczyć z zysku za 2014 rok 504 872,00 zł (słownie: pięćset cztery tysiące osiemset siedemdziesiąt dwa złote), co stanowi 0,08 zł (słownie: osiem groszy) na jedną akcję.

Dywidendą objętych jest 6.310.900 (sześć milionów trzysta dziesięć tysięcy dziewięćset) szt. akcji, bowiem z dywidendy wyłączonych jest 89.100 (osiemdziesiąt dziewięć tysięcy sto) szt. akcji własnych.

Dzień dywidendy/dzień nabycia praw do dywidendy ustala się na 5 maja 2015 roku, a termin wypłaty dywidendy przypadnie w dniu 19 maja 2015 roku.

Spółka informowała o tym w raporcie bieżącym 8/2015 z dnia 27 kwietnia 2015 roku.

1.4. Uruchomienie serwisu pitroczny.pl

Jak co roku Spółka udostępniła kolejną wersję serwisu internetowego dla wszystkich podatników – www.pitroczny.pl – umożliwiającą przygotowanie i wygenerowanie formularzy podatkowych PIT-36, PIT-36L, PIT-37, PIT-38 oraz wszelkich załączników do tych formularzy za poprzedni rok podatkowy.

Klienci posiadający konto w serwisie księgowości internetowej ifirma.pl, uzyskują możliwość eksportu z niego swoich danych podatkowych na konto w serwisie



pitroczny.pl. Następnie za pośrednictwem serwisu pitroczny.pl podatnicy mogą wygenerować i wysyłać e-deklaracje. Nie potrzeba bezpiecznego kwalifikowanego podpisu elektronicznego. Potwierdzeniem tożsamości jest weryfikacja sześciu osobistych cech podatnika.

Niniejsze działania miały wpływ na rozwój serwisu ifirma.pl oraz są częścią działań mających na celu osiągnięcie celów emisyjnych i wzrost liczby użytkowników ifirma.pl.

1.5. Uruchomienie serwisu iPakiet.pl

W 2015 roku Spółka udostępniła wersję beta serwisu iPakiet.pl, który oferuje rejestrację domen, hosting stron WWW a także możliwość ich tworzenia za pomocą generatora. iPakiet.pl to serwis przeznaczony dla małych i średnich przedsiębiorców – czyli podobnej grupy docelowej, do której skierowana jest usługa ifirma.pl. Projekt jest w końcowej fazie testów, do których Spółka zaprosiła swoich klientów. Spółka planuje skomercjalizować całe przedsięwzięcie w II kwartale 2016 roku. Istotą serwisu, podobnie jak i w przypadku serwisu ifirma.pl, jest prostota, wygoda oraz intuicyjność.

1.6. Rozwój serwisu ifirma.pl

W 2015 roku oraz do dnia publikacji niniejszego raportu:

- 1) Oddano do użytku nową wersję aplikacji mobilnej dla iOS oraz Android, BlackBerry.
- 2) Kompleksowo przebudowano aplikację dla WindowsPhone dodając obsługę modułu kosztowego.
- 3) Zakończono prace nad API mobile do obsługi wysyłki dokumentów do biura rachunkowego oraz wewnętrznym API do wymiany danych o podmiotach gospodarczych.
- 4) Udostępniono do użytku nową wersję aplikacji magazynowej z pakietem ulepszeń, poprawek i obsługą remanentów oraz bilansów.
- 5) Przygotowano pakiet zmian wchodzących w życie wraz z nowym rokiem podatkowym. Są to między innymi deklaracje PIT 8AR/11/4R/28R.
- 6) Wdrożono moduł VAT MOSS (Mini One Stop Shop - mały punkt kompleksowej obsługi).
- 7) Udostępniono opcję przenoszenia danych między kontami w serwisie.
- 8) Przeprowadzono optymalizację procesu rejestracji i konfiguracji serwisu.
- 9) Stworzono mechanizm wystawiania faktur w wielu językach.
- 10) Przygotowano nowy mechanizm rejestracji w biurze rachunkowym ifirma.pl i aktywacji usługi.
- 11) Przeprowadzono integrację z GUS, KRS i CEiDG.
- 12) Udostępniono system wsparcia sprzedaży usług BR zintegrowanego z procesem rejestracji.
- 13) Wprowadzono obsługę nowych formatów faktur do automatycznego księgowania.
- 14) Stworzono mechanizm do obsługi eksportu zobowiązań w bankowym formacie Elixir.
- 15) Uruchomiono program partnerski dla biura rachunkowego.
- 16) Wdrożono mechanizmy związane z obsługą nowej polityki bezpieczeństwa.
- 17) Zmieniono graficzne formaty komunikacji mailowej z klientami m.in. w zakresie wymiany dokumentów, windykacji i polecenia serwisu).
- 18) Wprowadzono liczne poprawki i ulepszenia przy księgowaniu m.in.: importu towarów, wydatków w obcej walucie a także przy sprawdzaniu poprawności deklaracji eZUS.



Power Media

- 19) Przygotowano nowe formularze deklaracji VAT-7, VAT-8, VAT-9m i ich odpowiedniki w module e-deklaracji.
- 20) Uruchomiono moduł CRM dla działań marketingowych (telemarketing i e-marketing).
- 21) Stworzono aplikację do integracji serwisu ifirma.pl z urządzeniami fiskalnymi, która umożliwia m.in.: drukowanie paragonów i import raportów dobowych.
- 22) Dokonano kompleksowej przebudowy modułu kadry-płace (architektura, zakres funkcji, UX).
- 23) Oddano do użytku kompleksowy moduł POS (obsługa sprzedaży, paragonów i fakturowania).
- 24) Przeprowadzono proces zmian architektonicznych w obrębie serwisu oraz naniesiono liczne poprawki i udoskonalenia m.in. w obszarze wystawiania faktur, obsługi pojazdów, importów bankowych, obsługi klientów w biurze rachunkowym.
- 25) Wprowadzono automatyzację procesu windykacji w biurze rachunkowym.
- 26) Zaktualizowano wtyczki do integracji ze sklepami internetowymi Presta, OpenCard oraz Magento
- 27) Rozpoczęto współpracę z blogerami oraz przedsiębiorcami opierającą się o koncepcję content marketingu.

Ponadto nadal prowadzone są prace związane z maksymalną automatyzacją pracy biura rachunkowego.

2. Zdarzenia istotnie wpływające na działalność Spółki, jakie nastąpiły po okresie sprawozdania, mogące mieć wpływ na przyszłe wyniki finansowe

Nie wystąpiły żadne zdarzenia po 31 grudnia 2015 roku, które mogłyby mieć istotny wpływ na przyszłe wyniki finansowe.

3. Zdarzenia jakie nastąpiły po dniu 31 grudnia 2015, a nieuwzględnione w sprawozdaniu finansowym

Nie wystąpiły żadne zdarzenia po 31 grudnia 2015 roku, a które nie zostały uwzględnione w sprawozdaniu finansowym.

4. Perspektywy rozwoju Spółki i przewidywana sytuacja finansowa

Spółka w 2015 roku zanotowała wzrost przychodów o 13% i wygenerowała zysk w wysokości 301,6 tys. zł.

Przychody abonamentowe serwisu ifirma.pl oraz biura rachunkowego ifirma.pl wzrosły o 16% i osiągnęły 77% całkowitych przychodów Spółki. Podobnie jak w latach ubiegłych wzrost ten uzyskany został przy pomocy umiarkowanych nakładów finansowych.

Wartym podkreślenia jest również fakt wzrostu przychodów w dziale rekrutacji i outsourcingu kadr IT o 42% w stosunku do roku ubiegłego. Spółka zauważa znaczną poprawę na rynku tych usług, dlatego rozbudowała dział sprzedaży i liczy na dalsze wzrosty przychodów w 2016 roku.

W 2016 roku Spółka w dalszym ciągu będzie realizowała swoje zamierzenia zgodnie z przyjętymi kierunkami rozwoju, tj. koncentrowała się przede wszystkim na rozwoju serwisu www.ifirma.pl i usługi biura rachunkowego. Dodatkowo celem Spółki w 2016 roku będzie również wypromowanie oferty serwisu iPakiet.pl.

Zarząd Spółki zakłada, że sytuacja finansowa w 2016 roku będzie nadal stabilna i



Spółka rok 2016 zakończy również zyskiem.

5. Czynniki ryzyka i zagrożenia

W stosunku do informacji zawartych w sprawozdaniach finansowych za poprzedni rok sytuacja w zakresie istotnych czynników ryzyka i zagrożeń nie uległa znaczącym zmianom i nadal działalność Spółki firmy jest narażona na czynniki ryzyka i zagrożenia występujące w różnych obszarach działalności Spółki.

5.1 Czynniki ryzyka związane z otoczeniem, w jakim Power Media S.A. prowadzi działalność

5.1.1 Ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną

Prowadzona przez Power Media S.A. działalność jest w sposób istotny uzależniona od sytuacji makroekonomicznej. Power Media S.A. współpracuje z wszystkimi typami przedsiębiorstw, tj. od firm z sektora MS po duże korporacje międzynarodowe. Osłabienie wzrostu gospodarczego w Polsce oraz na rynkach światowych w sposób negatywny wpływa na rozmiary prowadzonej działalności przez te podmioty, a tym samym na wyniki osiągnięte przez Power Media S.A.

Power Media S.A. prowadzi dywersyfikację obszarów swojej działalności wewnątrz segmentów branży informatycznej, a ponadto zamierza poszukiwać przedsięwzięć, na które ewentualna recesja może mieć najmniejszy wpływ oraz nowych rynków zbytu na swoje usługi.

5.1.2 Ryzyka związane ze stabilnością systemu prawnego i podatkowego

Jednym z istotnych zagrożeń dla Power Media S.A. jest niestabilność polskiego systemu prawnego, częste zmiany przepisów odnoszących się do prowadzenia działalności gospodarczej, a także systemu podatkowego.

Power Media S.A. ogranicza wpływ tego ryzyka poprzez śledzenie tendencji w zmianach prawa oraz bieżące monitorowanie zmian w prawie w celu szybkiego dostosowania ifirma.pl do aktualnych przepisów prawa.

5.1.3 Ryzyko walutowe

Gwałtowne zmiany kursów walut mają wpływ na osiągnięte przez Power Media S.A. wyniki finansowe, gdyż z niektórymi kontrahentami Power Media S.A. rozlicza się w walutach obcych szczególnie w euro i dolarach.

Spółka stara się ograniczać ilość kontraktów rozliczanych w walutach obcych, na bieżąco monitoruje rentowność kontraktów zawartych w walutach obcych i w wypadku osiągnięcia przez nie rentowności poniżej akceptowalnej wartości renegocjuje je.

5.2 Czynniki ryzyka związane bezpośrednio z działalnością Power Media S.A.

5.2.1 Ryzyko utraty kluczowych pracowników

Działalność Power Media S.A. oraz jego perspektywy rozwoju zależą w dużej mierze od wiedzy i doświadczenia wysoko kwalifikowanej kadry pracowniczej. Dynamiczny rozwój firm sektora IT na terenie Polski i UE przyczynia się do wzrostu popytu na wysokokwalifikowaną kadrę.

Power Media S.A. uznaje, że choć ryzyko to występuje, to doskonała zdolność do



pozyskiwania nowych kadr w ramach wyspecjalizowanego działu rekrutacji i outsourcingu kadr jest dodatkowym atutem Spółki.

5.2.2 Ryzyko związane z procesem sprzedaży produktów i usług

Sprzedaż Power Media S.A., podobnie jak większości podmiotów z branży informatycznej charakteryzuje się pewnymi wahaniami wartości sprzedaży, która uwarunkowana jest pozyskaniem kontraktów, wykonaniem usług lub produktu. W sytuacji, gdy dotychczasowa działalność prowadzona była z dominującą przewagą segmentu usług informatycznych, na wynik finansowy znaczny wpływ miał fakt pozyskania bądź utraty kontrahenta.

Na ograniczenie występującego zjawiska pozytywnie wpływa dalszy rozwój pozostałych linii biznesowych, a w szczególności serwisu ifirma.pl i biura rachunkowego. Ponadto, aby efektywnie prowadzić sprzedaż usług i produktów IT Power Media S.A. rozbudowuje dział sprzedaży.

5.2.3 Ryzyko związane z konkurencją

Rynek usług informatycznych i oprogramowania komputerowego jest w Polsce konkurencyjny. Charakteryzuje się on również dużym rozdrobnieniem. Nie można wykluczyć zaostrzenia walki konkurencyjnej, ponieważ co jakiś czas pojawiają się konkurencyjne serwisy dla ifirma.pl powstające dzięki funduszom europejskim. Sytuacja wzmożonej konkurencji może wpłynąć na konieczność obniżenia marż, co skutkowałoby pogorszeniem rentowności prowadzonej działalności.

Power Media S.A. ogranicza to ryzyko poprzez stałe podwyższanie kompetencji firmy i pracowników, rozbudowanie działu sprzedaży, podniesienie atrakcyjności oferty, stały rozwój serwisu ifirma.pl.

5.2.4 Ryzyko związane z wadliwym działaniem oprogramowania

Power Media S.A. oferując swoim klientom produkcję i sprzedaż oprogramowania ponosi ryzyko związane z jego wadliwym działaniem.

W celu ograniczenia tego ryzyka Spółka dokłada wszelkich starań, aby oferowane przez nią produkty były bezawaryjne. W tym celu przed wdrożeniem systemu lub wprowadzeniem nowego produktu na rynek jest on sprawdzany pod względem stabilności oraz wydajności. Zapobiega to wadliwemu działaniu oprogramowania u klienta.

5.2.5 Ryzyko związane z karami umownymi za nieterminowe oddanie oprogramowania do użytkowania

Power Media S.A. oferując swoim klientom produkcję i sprzedaż oprogramowania ponosi ryzyko związane z terminowym oddaniem oprogramowania zamawiającemu.

W celu ograniczenia tego ryzyka Spółka dokłada wszelkich starań, aby oferowane przez nią produkty były bezawaryjne i oddane w terminie. W tym celu Spółka w swoich ofertach estymuje czas potrzebny na przygotowanie oprogramowania uwzględniając odpowiedni zapas.

5.2.6 Ryzyko związane z rozwojem nowych programów

Wykorzystywane technologie informatyczne i telekomunikacyjne charakteryzują się dużą dynamiką zmian. W związku z tym, istnieje ryzyko, że Power Media S.A. podejmując błędne lub niekorzystne decyzje związane z wyborem technologii dla



tworzenia lub rozwoju oprogramowania nie zaspokoi potrzeb rynkowych. Istnieje również ryzyko, że w trakcie prac nad danym produktem segment rynku, do którego był on skierowany, zostanie opanowany przez konkurencyjne firmy.

Power Media S.A. ogranicza to ryzyko poprzez:

- monitorowanie i ocenę nowych technologii pod kątem możliwości ich zastosowania w Spółce oraz ich rzeczywistej efektywności i przydatności w działaniach Spółki,
- rozwijanie posiadanych produktów tak, aby utrzymywać przewagę nad potencjalnymi nowymi konkurentami,
- ciągłe udoskonalanie polityki jakości świadczonych usług.

5.2.7 Ryzyko utraty kontraktów

Przedmiotem działalności Spółki są między innymi usługi programistyczne. Power Media S.A. zawierając umowy nie zawsze jest w stanie sprawdzić kondycję finansową swoich kontrahentów, zwłaszcza że są to często oddziały międzynarodowych korporacji. W związku z tym może wystąpić ryzyko niewypłacalności ze strony klienta lub utrata kontraktu lub w przypadku umów na czas określony nieprzedłużenie kontraktu.

Power Media S.A. ogranicza to ryzyko poprzez dywersyfikację portfela zleceń oraz zapisy w umowach uniemożliwiające lub ograniczające poniesione straty w wypadku wypowiedzenia kontraktu.

5.2.8 Ryzyko związane z funkcjonowaniem sieci internet oraz ochroną danych osobowych

Działalność Power Media S.A. opiera się między innymi na działaniu sieci internetowej. Stwarza to potencjalne ryzyko związane z przestępstwami dokonywanymi za pośrednictwem sieci, np. włamanie do systemu komputerowego i jego zniszczenie lub uszkodzenie. Możliwe jest przy tej okazji również ujawnienie danych osobowych, a co za tym idzie naruszenie ustawy o ochronie danych. Dodatkowe niebezpieczeństwo stwarzają znajdujące się w sieci wirusy komputerowe, robaki itp. Przestępstwa dokonywane za pośrednictwem sieci internetowej oraz wirusy komputerowe, które mogą zakłócić działanie systemów komputerowych Power Media S.A. mogą mieć negatywny wpływ na działalność Power Media S.A., jego sytuację finansową i osiągnięte wyniki.

W serwisie ifirma.pl Power Media S.A. ogranicza występowanie tego ryzyka poprzez stosowanie systemu bezpieczeństwa opartego na trzech filarach:

- Hasło i login. Służą do identyfikacji użytkownika i zapewniają jego wyłączność na dostęp do jego zapisów. Są one wybierane przy rejestracji w serwisie. Hasło musi spełniać określone warunki bezpieczeństwa zgodne ze standardami rynkowymi.
- Szyfrowanie danych. Transmisja danych pomiędzy serwerem ifirma.pl a komputerami klientów jest zabezpieczona w sposób analogiczny do systemów bankowości internetowej.
- Kopie zapasowe. Są wykonywane codziennie. Po zaszyfrowaniu danych klientów są one przechowywane w dwóch osobnych lokalizacjach. Wyklucza to ryzyko utraty danych oraz ryzyko dostępu do nich przez osoby niepowołane.

5.2.9 Ryzyko związane z niewypłacalnością klientów

Power Media S.A. zawierając umowy z klientami nie zawsze jest w stanie sprawdzić kondycję finansową klientów, zwłaszcza klientów biura rachunkowego.



W związku z tym może wystąpić ryzyko niewypłacalności ze strony klienta.

Power Media S.A. ogranicza to ryzyko poprzez wczesną windykację i wypowiedanie umów w celu ograniczenia narastania zobowiązań klientów.

5.2.10 Ryzyko popełnienia błędu przez księgowego lub kadrowego w dokumentacji klientów biura rachunkowego

Power Media S.A. oferując klientom biura rachunkowego obsługę księgową i kadrową ponosi ryzyko związane z ewentualnymi błędami księgowymi lub kadrowymi.

W celu ograniczenia tego ryzyka Spółka dokłada wszelkich starań, aby oferowane przez nią usługi były wykonane zgodnie ze sztuką. W tym celu prowadzone są szkolenia podnoszące wiedzę merytoryczną księgowych. Dodatkowo Emitent nieustannie dba o standaryzację świadczonych usług, mającą wpłynąć na jakość i kontrolę poprawności świadczonych usług. Warte wspomnienia jest fakt, że Spółka ma wykupioną rozszerzoną wersję obowiązkowego ubezpieczenia OC dla podmiotów wykonujących działalność z zakresu usługowego prowadzenia ksiąg rachunkowych, która obejmuje podwyższoną sumę gwarancyjną i rozszerzony zakres ochrony ubezpieczeniowej o działalność kadrową i płacową biura.

6. Umowy znaczące i istotne dla działalności Spółki

6.1 Umowy zawierane w normalnym toku działalności Spółki

Opis znaczących umów	Informacje o publikacji informacji szczegółowych
W związku z realizacją umowy zawartej pomiędzy Emitentem a Canon Ophthalmic Technologies Sp. z o.o. (wcześniej Optopol Technology S.A.) wartość obrotów 3 marca 2015 wyniosła 547.325,00 PLN netto (673.209,75 brutto). Powyższa wartość przekracza 10% kapitałów własnych Power Media S.A. i tym samym stanowi kryterium do uznania obrotów z umowy za wartość znaczącą.	RB nr 2/2015 z dnia 3 marca 2015 roku

6.2 Umowy finansowania

W 2015 roku w spółce nie występowały umowy finansowania.

6.3 Umowy zawarte po dniu bilansowym 31 grudnia 2015 roku

Po dniu bilansowym 31 grudnia 2015 roku do dnia publikacji niniejszego sprawozdania nie zostały zawarte umowy znaczące.

6.4. Inne umowy znaczące dla działalności spółki, w tym pomiędzy akcjonariuszami, umowach ubezpieczenia, współpracy lub kooperacji

W 2015 roku nie były zawierane inne umowy znaczące dla działalności Spółki, w tym pomiędzy akcjonariuszami, umowach ubezpieczenia, współpracy lub kooperacji.



Power Media

7. Ważne osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju

W badanym okresie sprawozdawczym oraz w okresie od 1 stycznia 2015 roku do dnia publikacji niniejszego sprawozdania Spółka nie prowadziła istotnej działalności badawczo-rozwojowej.

8. Informacje dotyczące zagadnień środowiska naturalnego

Spółka stosuje się do zagadnień środowiska naturalnego w zakresie jej dotyczącym. Spółka nie prowadzi działalności mającej bezpośredni wpływ na środowisko naturalne.

9. Informacje o nabyciu udziałów (akcji) własnych, 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 analizowanym okresie sprawozdawczym Emitent nie nabył akcji własnych.

Natomiast w dniu 18 marca 2015 roku Spółka dokonała transakcji zbycia akcji własnych, zwykłych, na okaziciela oznaczonych przez Krajowy Depozyt Papierów Wartościowych S.A. kodem PLPWRMD00011 w ilości 75.000, po cenie 0,10 złotych, za łączną kwotę 7.500 złotych.

Przed zbyciem Spółka posiadała łącznie 164.100 akcji własnych, stanowiących 2,56% kapitału zakładowego Spółki oraz uprawniających do wykonywania 1,92% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki. Zgodnie z przepisami Kodeksu spółek handlowych Spółka nie mogła wykonywać praw udziałowych z będących w jej posiadaniu akcji własnych.

Po zbyciu Spółka posiada łącznie 89.100 akcji własnych, stanowiących 1,39% kapitału zakładowego Spółki oraz uprawniających do wykonywania 1,04% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki. Zgodnie z przepisami Kodeksu spółek handlowych Spółka nie może wykonywać praw udziałowych z będących w jej posiadaniu akcji własnych.

Spółka informowała o tym w raporcie bieżącym 3/2015 z dnia 19 marca 2015 roku.

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

Postępowania dotyczące zobowiązań albo wierzytelności Spółki, których wartość jednostkowa bądź łączna stanowi co najmniej 10% kapitałów własnych Spółki w okresie sprawozdawczym oraz na dzień publikacji niniejszego sprawozdania nie występują.

11. Charakterystyka zewnętrznych i wewnętrznych czynników istotnych dla rozwoju Spółki.

Zostały opisane w części II niniejszego raportu.



Power Media

III. Sytuacja ekonomiczno- finansowa

1. Aktualna sytuacja finansowa

Spółka w ubiegłym roku zanotowała wzrost przychodów o 13% i wygenerowała zysk w wysokości 301,6 tys. zł.

Przychody abonamentowe serwisu ifirma.pl oraz biura rachunkowego ifirma.pl wzrosły o 16% i osiągnęły 77% całkowitych przychodów Spółki. Podobnie jak w latach ubiegłych wzrost ten uzyskany został przy pomocy umiarkowanych nakładów finansowych.

Wartym podkreślenia jest również fakt wzrostu przychodów w dziale rekrutacji i outsourcingu kadr IT o 42% w stosunku do roku ubiegłego. Spółka zauważa znaczną poprawę na rynku tych usług, dlatego rozbudowała dział sprzedaży i liczy na dalsze wzrosty przychodów w 2016 roku.

Suma bilansowa na koniec 2015 roku spadła o 4% w stosunku do roku poprzedniego i wyniosła 6 577 236,40 zł. Jej spadek jest w dużej mierze spowodowany wypłatą dywidendy za rok 2014, której w związku z poniesionymi nakładami na nowy serwis iPakiet nie pokrył zysk z 2015 roku.

W aktywach największe zmiany wykazują pozycje krótkoterminowych aktywów finansowych oraz należności. Widoczne przesunięcia w bilansie w sekcji 3.1 są wynikiem operacji na lokatach. Natomiast otrzymane płatności za projekty zakończone w ubiegłym roku obrachunkowym tj. 2014 roku wpłynęły na spadek należności.

Po stronie pasywów największe zmiany obserwuje się w pozycjach Akcje własne i Kapitał rezerwowy, co jest wynikiem realizacji programu motywacyjnego i są to tylko przesunięcia między tymi pozycjami. Natomiast w związku z wypłatą dywidendy w 2015 roku za 2014 rok i poniesione nakłady na nowy serwis internetowy, które spowodowały, że Spółka nie wypracowała tak wysokiego zysku jak w 2014 roku, mamy do czynienia ze spadkiem kapitałów własnych.

Pozytywny jest fakt, że wskaźnik ogólnego zadłużenia od kilku lat oscyluje w okolicy 18%.

1.1 Wskaźniki płynności

Wskaźnik		Optimum	2014	2015
Wskaźnik płynności I	aktywa obrotowe / (bieżące zobowiązania - ZFŚS)	1,5	4,3	4,6
Wskaźnik płynności II	(aktywa obrotowe - zapasy) / bieżące zobowiązania	2,0	4,2	4,5
Wskaźnik płynności III	środki pieniężne i inne aktywa pieniężne) / bieżące zobowiązania	1,0	1,6	1,2



Power Media

Utrzymywane są wysokie wskaźniki płynności, co jest zasadne ze względu na charakter zobowiązań krótkoterminowych Spółki, w których dominują płacowe i pozapłacowe należności z tytułu kosztów osobowych.

1.2 Wskaźniki zadłużenia

Wskaźnik			2014	2015
Wskaźnik ogólnego zadłużenia	zobowiązania ogółem bez ZFŚS / aktywa ogółem	%	18,6	18,2
Wskaźnik zadłużenia długoterminowego	zobowiązania długoterminowe / kapitały własne	%	0,0	0,0

Ogólne zadłużenie Spółki oscyluje od lat niezmiennie w okolicy 18% i w związku z tym, że nie było w badanym roku niestandardowych operacji w badanym roku jest podobnie.

1.3 Wskaźniki rentowności

Wskaźnik		Jednostka	2014	2015
Rentowność aktywów (ROA)	(wynik netto / przeciętny stan aktywów) *100	%	13,3	4,5
Rentowność kapitałów własnych (ROE)	(wynik netto / przeciętny stan kapitałów własnych) *100	%	16,8	5,7
Rentowność brutto sprzedaży produktów, towarów i materiałów	(wynik brutto na sprzedaży / przychody ze sprzedaży)*100	%	36,3	31,9

W stosunku do roku 2014 obserwuje się spadek wskaźników rentowności. Wynika on z poniesionych nakładów w 2015 roku w wysokości 336 tys. (w tym amortyzacja wartości niematerialnych i prawnych serwisu ipakiet.pl w wysokości 79 tys.) na dalszy rozwój usług iPakiet.pl.

1.4 Wskaźniki obrotowości

Wskaźnik		Jednostka	2014	2015
Wskaźnik rotacji majątku obrotowego	przychody ze sprzedaży / średni stan aktywów obrotowych		1,8	1,9



Power Media

Szybkość obrotu należności z tyt. dostaw i usług	(przec. należności z tyt. dostaw, robót i usług x 365) / przychody ze sprzedaży	dni	25	27
Szybkość obrotu zobowiązań z tyt. dostaw i usług	(przec. zobowiązania z tyt. dostaw, robót i usług x 365) / koszty działalności operacyjnej	dni	18	19

Cykle obrotu należności i zobowiązań w 2015 roku w Spółce utrzymują się niezmiennie na podobnym poziomie odpowiednio 27 i 19 dni.

Spółka podkreśla, że wartości wszystkich wskaźników, zważywszy na charakter działalności, są na satysfakcjonującym poziomie.

2. Prognozy wyników finansowych

Power Media S.A. nie publikowała prognoz wyników finansowych oraz danych szacunkowych na 2015 rok.

3. Wykorzystanie wpływów z emisji

Spółka realizuje przyjęte w prospekcie emisyjnym poszczególne cele prezentowane poniżej w tabelach.

Poniesione nakłady inwestycyjne ze środków emisji od dnia 1 stycznia 2015 roku do 31 marca 2015:

Wyszczególnienie	Nakłady inwestycyjne w wartości niematerialne i prawne	Nakłady inwestycyjne w rzeczowe aktywa trwałe	Pozostałe:		Razem
			Ogółem	w tym obciążające WF danego okresu	
1. Serwis ifirma.pl, w tym:	0,00	0,00	191 052,40	191 052,40	191 052,40
- Budowa infrastruktury call-center i systemu obsługi klienta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
- Rozbudowa serwerowni	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
- Budowa wizerunku marki i reklama serwisu	0,00	0,00	191 052,40	191 052,40	191 052,40
2. Rozbudowa działu sprzedaży usług informatycznych i produktów, marketing	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3. Zakup wyposażenia firmy (komputery, narzędzia programistyczne)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00



Power Media

4. Rozwój nowych funkcjonalności serwisu ifirma.pl	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Razem	0,00	0,00	191 052,40	191 052,40	191 052,40

Poniesione nakłady inwestycyjne ze środków z emisji od dnia 1 stycznia 2008 roku do dnia publikacji raportu (narastająco):

Wyszczególnienie	Nakłady inwestycyjne w wartości niematerialne i prawne	Nakłady inwestycyjne w rzeczowe aktywa trwałe	Pozostałe:		Razem
			Ogółem	w tym obciążające WF danego okresu	
1. Serwis ifirma.pl, w tym:	182 904,92	370 269,07	5 006 826,01	191 052,40	5 560 000,00
- Budowa infrastruktury call-center i systemu obsługi klienta	77 662,52	87 199,09	162 677,47	0,00	327 539,08
- Rozbudowa serwerowni	82 742,40	283 069,98	6 648,54	0,00	372 460,92
- Budowa wizerunku marki i reklama serwisu	22 500,00	0,00	4 837 500,00	191 052,40	4 860 000,00
2. Rozbudowa działu sprzedaży usług informatycznych i produktów, marketing	22 483,50	10 412,27	38 664,23	0,00	71 560,00
3. Zakup wyposażenia firmy (komputery, narzędzia programistyczne)	37 773,04	347 556,38	14 670,59	0,00	400 000,00
4. Rozwój nowych funkcjonalności serwisu ifirma.pl	0,00	0,00	528 440,00	0,00	528 440,00
Razem	243 161,45	728 237,72	5 588 600,83	191 052,40	6 560 000,00

Do końca marca 2015 roku Spółka wykorzystwała wysokie środki z emisji zgodnie z celami przyjętymi w prospekcie emisyjnym oraz ich korektą podjętą uchwałą Zarządu.

4. Serwis iPakiet

W 2015 roku Spółka udostępniła wersję beta serwisu iPakiet.pl, który oferuje rejestrację domen, hosting stron WWW a także ich tworzenie za pomocą generatora. W związku z planowaną pełną komercjalizacją serwisu w roku 2016, Spółka poniosła w 2015 roku nakłady w wysokości 336 tys. (w tym amortyzacja wartości niematerialnych i prawnych serwisu ipakiet.pl w wysokości 79 tys.) na dalszy rozwój usług iPakiet.pl. Spółka upatruje w nowym serwisie duży potencjał, zwłaszcza, że oferta skierowana jest do tej samej grupy docelowej, co serwis ifirma.pl.



Power Media

5. Kredyty i pożyczki, poręczenia i gwarancje

Na dzień publikacji Spółka nie ma żadnych kredytów i pożyczek, jak również w sprawozdawczym roku obrotowym Spółka nie zaciągała kredytów i pożyczek ani nie udzielono jej poręczeń i gwarancji.

6. Instrumenty finansowe

Instrumenty finansowe zostały opisane w dodatkowych notach objaśniających pkt. 1.

7. Ocena zarządzania zasobami finansowymi

Informacje na ten temat zostały zawarte w pkt. III niniejszego sprawozdania.

8. Ocena czynników i nietypowych zdarzeń mających wpływ na wynik z działalności za rok obrotowy

W roku obrotowym nie było nietypowych zdarzeń mających wpływ na wynik z działalności Spółki.

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

Spółka nie publikowała prognoz za rok 2015.



Power Media

IV. Oświadczenie o stosowaniu ładu korporacyjnego

1. Wskazanie zbioru zasad ładu korporacyjnego, któremu podlega Emitent, oraz miejsca, gdzie tekst zbioru jest publicznie dostępny

Emitent podlega zbiorowi zasad ładu korporacyjnego pod nazwą „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2016”, przyjętemu uchwałą Rady Giełdy w dniu 13 października 2015 roku, który wszedł w życie 1 stycznia 2016 roku.

Zbiór zasad ładu korporacyjnego „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2016” dostępny jest publicznie pod adresem:

https://www.gpw.pl/lad_korporacyjny_na_gpw.

2. Stosowanie zasad ładu korporacyjnego

Spółka w sposób trwały nie stosuje następujących zasad zawartych w zbiorze „Dobrych Praktykach Spółek Notowanych na GPW 2016”:

I. Polityka informacyjna i komunikacja z inwestorami

I.Z.1.10 prognozy finansowe – jeżeli spółka podjęła decyzję o ich publikacji - opublikowane w okresie co najmniej ostatnich 5 lat, wraz z informacją o stopniu ich realizacji,

Nie stosuje, spółka nie publikuje prognoz

I.Z.1.15 informację zawierającą opis stosowanej przez spółkę polityki różnorodności w odniesieniu do władz spółki oraz jej kluczowych menedżerów; opis powinien uwzględniać takie elementy polityki różnorodności, jak płeć, kierunek wykształcenia, wiek, doświadczenie zawodowe, a także wskazywać cele stosowanej polityki różnorodności i sposób jej realizacji w danym okresie sprawozdawczym; jeżeli spółka nie opracowała i nie realizuje polityki różnorodności, zamieszcza na swojej stronie internetowej wyjaśnienie takiej decyzji,

Nie stosuje. Spółka wyborów kadrowych nie dokonuje według kryterium różnorodności. Z doświadczenia Spółki wynika, że jedyną skuteczną metodą doboru właściwej kadry, niezależnie od stanowiska są: wiedza, kompetencje i doświadczenie.

I.Z.1.16 informację na temat planowanej transmisji obrad walnego zgromadzenia - nie później niż w terminie 7 dni przed datą walnego zgromadzenia,

Nie stosuje. Spółka nie transmituje obrad walnych zgromadzeń ze względu na brak zainteresowania akcjonariuszy Emitenta taką formą. Spółka jednakże rozważy możliwość transmisji WZ w przypadku zgłaszania takiej potrzeby przez szersze grono jej akcjonariuszy.

I.Z.1.19 pytania akcjonariuszy skierowane do zarządu w trybie art. 428 § 1 lub § 6 Kodeksu spółek handlowych, wraz z odpowiedziami zarządu na żądane pytania, bądź też szczegółowe wskazanie przyczyn nieudzielenia odpowiedzi, zgodnie z zasadą IV.Z.13,

Nie stosuje. Spółka udzielając odpowiedzi na pytania akcjonariuszy kieruje się zasadą równości dostępu do informacji dla wszystkich akcjonariuszy, dlatego odpowiedzi udziela w takim zakresie, w jakim publikuje informacje dla wszystkich uczestników rynku. Spółka nie widzi konieczności dodatkowego publikowania każdego zapytania wpływającego do Spółki od akcjonariuszy celem nie wprowadzania chaosu informacyjnego poprzez powielanie już opublikowanych treści. W przypadku, gdyby jednak zapytanie dotyczyło informacji nieopublikowanych i Spółka uzna, że odpowiedź wykracza poza zakres informacji publicznie dostępnych lub z jakichś względów odmówi udzielenia informacji na takowe zapytanie, wówczas Spółka poda taką informację raportem bieżącym poprzez system ESPI do publicznej wiadomości.



Power Media

I.Z.1.20 zapis przebiegu obrad walnego zgromadzenia, w formie audio lub wideo, Nie stosuje. Spółka nie stosuje obecnie wskazanej zasady ze względu na brak zainteresowania ze strony akcjonariuszy. Spółka jednakże rozważy taką możliwość w przypadku zgłaszania takiej potrzeby przez szersze grono jej akcjonariuszy.

I.Z.2 Spółka, której akcje zakwalifikowane są do indeksów giełdowych WIG 20 lub mWIG40, zapewnia dostępność swojej strony internetowej również w języku angielskim, przynajmniej w zakresie wskazanym w zasadzie I.Z.1. Niniejszą zasadę powinny stosować również spółki spoza powyższych indeksów, jeżeli przemawia za tym struktura ich akcjonariatu lub charakter i zakres prowadzonej działalności. Nie stosuje. Nie dotyczy.

II. Zarząd i Rada Nadzorcza

II.Z.2 Zasiadanie członków zarządu spółki w zarządach lub radach nadzorczych spółek spoza grupy kapitałowej spółki wymaga zgody rady nadzorczej.

Nie stosuje. Art. 15 Statutu Spółki zabrania członkom zarządu zajmowania się bez zgody Rady Nadzorczej interesami konkurencyjnymi lub bycie członkiem organów w konkurencyjnych podmiotach gospodarczych. Spółka uważa, że w wystarczającym stopniu zabezpiecza to jej interesy.

II.Z.3 Przynajmniej dwóch członków rady nadzorczej spełnia kryteria niezależności, o których mowa w zasadzie II.Z.4.

Nie stosuje. Znaczeni akcjonariusze Spółki posiadają wystarczającą wiedzę i doświadczenie w sprawowaniu skutecznego i prawidłowego nadzoru właścicielskiego przez własnych przedstawicieli, do których wiedzy i kwalifikacji mają pełne zaufanie. Skład osobowy Rady Nadzorczej Spółki, według opinii Zarządu, właściwie zabezpiecza interesy wszystkich grup akcjonariuszy, pomimo iż w składzie Rady Nadzorczej nie ma członków niezależnych w myśl Załącznika II do Zalecenia Komisji Europejskiej z dnia 15 lutego 2005 r. Statut nie określa kryteriów niezależności członków Rady Nadzorczej.

II.Z.4 W zakresie kryteriów niezależności członków rady nadzorczej stosuje się Załącznik II do Zalecenia Komisji Europejskiej 2005/162/WE z dnia 15 lutego 2005 r. dotyczącego roli dyrektorów niewykonawczych lub będących członkami rady nadzorczej spółek giełdowych i komisji rady (nadzorczej).

Niezależnie od postanowień pkt 1 lit. b) dokumentu, o którym mowa w poprzednim zdaniu, osoba będąca pracownikiem spółki, podmiotu zależnego lub podmiotu stowarzyszonego, jak również osoba związana z tymi podmiotami umową o podobnym charakterze, nie może być uznana za spełniającą kryteria niezależności. Za powiązanie z akcjonariuszem wykluczające przymiot niezależności członka rady nadzorczej w rozumieniu niniejszej zasady rozumie się także rzeczywiste i istotne powiązania z akcjonariuszem posiadającym co najmniej 5% ogólnej liczby głosów w spółce.

Nie stosuje, nie dotyczy

II.Z.5 Członek rady nadzorczej przekazuje pozostałym członkom rady oraz zarządowi spółki oświadczenie o spełnianiu przez niego kryteriów niezależności określonych w zasadzie II.Z.4.

Nie stosuje, nie dotyczy

II.Z.6 Rada nadzorcza ocenia, czy istnieją związki lub okoliczności, które mogą wpływać na spełnienie przez danego członka rady kryteriów niezależności. Ocena spełniania kryteriów niezależności przez członków rady nadzorczej przedstawiana jest przez radę zgodnie z zasadą II.Z.10.2.



Power Media

Nie stosuje, nie dotyczy

II.Z.7 W zakresie zadań i funkcjonowania komitetów działających w radzie nadzorczej zastosowanie mają postanowienia Załącznika I do Zalecenia Komisji Europejskiej, o którym mowa w zasadzie II.Z.4. W przypadku gdy funkcję komitetu audytu pełni rada nadzorcza, powyższe zasady stosuje się odpowiednio.

Nie stosuje. W ramach Rady Nadzorczej Power Media S.A. nie działają żadne komitety. Rada Nadzorcza Power Media S.A. będzie prowadziła prace i podejmowała decyzje kolegalnie. Wobec rozmiarów prowadzonej przez Spółkę działalności, Power Media S.A. stoi na stanowisku, iż wyodrębnianie w pięcioosobowym składzie Rady Nadzorczej komitetów nie znajduje uzasadnienia. Niestosowanie tej zasady w opinii Zarządu Power Media S.A. nie wiąże się z żadnym negatywnym ryzykiem dla Spółki.

II.Z.8 Przewodniczący komitetu audytu spełnia kryteria niezależności wskazane w zasadzie II.Z.4.

Nie stosuje, nie dotyczy

II.Z.10.1 ocenę sytuacji spółki, z uwzględnieniem oceny systemów kontroli wewnętrznej, zarządzania ryzykiem, compliance oraz funkcji audytu wewnętrznego; ocena ta obejmuje wszystkie istotne mechanizmy kontrolne, w tym zwłaszcza dotyczące raportowania finansowego i działalności operacyjnej;

Spółka zasadę stosuje w oparciu o opinię przeprowadzoną przez niezależnych biegłych rewidentów oraz sprawozdania zarządu z działalności Spółki. Nie wyodrębniono jednostki organizacyjnej pełniącej funkcję kontroli wewnętrznej, zarządzania ryzykiem, compliance oraz funkcji audytu wewnętrznego z uwagi na rozmiar spółki. Jednocześnie Spółka co roku dokonuje oceny, czy istnieje potrzeba dokonania takiego wydzielenia.

III. Systemy i funkcje wewnętrzne

III.Z.1 Za wdrożenie i utrzymanie skutecznych systemów kontroli wewnętrznej, zarządzania ryzykiem, compliance oraz funkcji audytu wewnętrznego odpowiada zarząd spółki.

Nie stosuje. Spółka nie wyodrębnienia jednostki organizacyjnej pełniącej funkcję kontroli wewnętrznej, zarządzania ryzykiem, compliance oraz funkcji audytu wewnętrznego z uwagi na jej rozmiar. Jednocześnie Spółka co roku dokonuje oceny, czy istnieje potrzeba dokonania takiego wydzielenia.

III.Z..2 Z zastrzeżeniem zasady III.Z.3, osoby odpowiedzialne za zarządzanie ryzykiem, audyt wewnętrzny i compliance podlegają bezpośrednio prezesowi lub innemu członkowi zarządu, a także mają zapewnioną możliwość raportowania bezpośrednio do rady nadzorczej lub komitetu audytu.

Nie stosuje. Nie dotyczy.

III.Z.3 W odniesieniu do osoby kierującej funkcją audytu wewnętrznego i innych osób odpowiedzialnych za realizację jej zadań zastosowanie mają zasady niezależności określone w powszechnie uznanych, międzynarodowych standardach praktyki zawodowej audytu wewnętrznego.

Nie stosuje. Nie dotyczy.

III.Z.4 Co najmniej raz w roku osoba odpowiedzialna za audyt wewnętrzny (w przypadku wyodrębnienia w spółce takiej funkcji) i zarząd przedstawiają radzie nadzorczej własną ocenę skuteczności funkcjonowania systemów i funkcji, o których mowa w zasadzie III.Z.1, wraz z odpowiednim sprawozdaniem.

Nie stosuje. Nie dotyczy.



Power Media

III.Z.5 Rada nadzorcza monitoruje skuteczność systemów i funkcji, o których mowa w zasadzie III.Z.1, w oparciu między innymi o sprawozdania okresowo dostarczane jej bezpośrednio przez osoby odpowiedzialne za te funkcje oraz zarząd spółki, jak również dokonuje rocznej oceny skuteczności funkcjonowania tych systemów i funkcji, zgodnie z zasadą II.Z.10.1. W przypadku gdy w spółce działa komitet audytu, monitoruje on skuteczność systemów i funkcji, o których mowa w zasadzie III.Z.1, jednakże nie zwalnia to rady nadzorczej z dokonania rocznej oceny skuteczności funkcjonowania tych systemów i funkcji.

Nie stosuje. Nie dotyczy.

IV. Walne Zgromadzenie i relacje z akcjonariuszami

IV.Z.2 Jeżeli jest to uzasadnione z uwagi na strukturę akcjonariatu spółki, spółka zapewnia powszechnie dostępną transmisję obrad walnego zgromadzenia w czasie rzeczywistym.

Nie stosuje. Spółka nie transmituje obrad walnych zgromadzeń ze względu na brak zainteresowania akcjonariuszy Emitenta taką formą. Spółka jednakże rozważy możliwość transmisji WZ w przypadku zgłaszania takiej potrzeby przez szersze grono jej akcjonariuszy.

V. Konflikt interesów i transakcje z podmiotami powiązanymi

V.Z.6 Spółka określa w regulacjach wewnętrznych kryteria i okoliczności, w których może dojść w spółce do konfliktu interesów, a także zasady postępowania w obliczu konfliktu interesów lub możliwości jego zaistnienia. Regulacje wewnętrzne spółki uwzględniają między innymi sposoby zapobiegania, identyfikacji i rozwiązywania konfliktów interesów, a także zasady wyłączenia członka zarządu lub rady nadzorczej od udziału w rozpatrywaniu sprawy objętej lub zagrożonej konfliktem interesów.

Nie stosuje. Spółka ze względu na swój rozmiar nie wprowadza szczegółowych regulacji wewnętrznych w sprawie kryteriów i okoliczności, w których może dojść w spółce do konfliktu interesów.

VI. Wynagrodzenia

VI.Z.2. Aby powiązać wynagrodzenie członków zarządu i kluczowych menedżerów z długookresowymi celami biznesowymi i finansowymi spółki, okres pomiędzy przyznaniem w ramach programu motywacyjnego opcji lub innych instrumentów powiązanych z akcjami spółki, a możliwością ich realizacji powinien wynosić minimum 2 lata.

Nie stosuje. Spółka realizuje obecnie program motywacyjny dla kluczowych pracowników, który nie zawiera w takiego ograniczenia.

VI.Z.4. Spółka w sprawozdaniu z działalności przedstawia raport na temat polityki wynagrodzeń, zawierający co najmniej:

- 1) ogólną informację na temat przyjętego w spółce systemu wynagrodzeń,
- 2) informacje na temat warunków i wysokości wynagrodzenia każdego z członków zarządu, w podziale na stałe i zmienne składniki wynagrodzenia, ze wskazaniem kluczowych parametrów ustalania zmiennych składników wynagrodzenia i zasad wypłaty odpraw oraz innych płatności z tytułu rozwiązania stosunku pracy, zlecenia lub innego stosunku prawnego o podobnym charakterze – oddzielnie dla spółki i każdej jednostki wchodzącej w skład grupy kapitałowej,
- 3) informacje na temat przysługujących poszczególnym członkom zarządu i kluczowym menedżerom pozafinansowych składników wynagrodzenia,
- 4) wskazanie istotnych zmian, które w ciągu ostatniego roku obrotowego nastąpiły w polityce wynagrodzeń, lub informację o ich braku,



Power Media

5) ocenę funkcjonowania polityki wynagrodzeń z punktu widzenia realizacji jej celów, w szczególności długoterminowego wzrostu wartości dla akcjonariuszy i stabilności funkcjonowania przedsiębiorstwa.

Nie stosuje. Polityka wynagrodzeń Spółki uwzględnia przede wszystkim doświadczenie i kompetencje oraz odpowiedzialność poszczególnych pracowników i współpracowników. Dodatkowo Spółka uwzględnia długookresowe cele biznesowe, sytuację finansową Spółki, jak i warunki rynkowe. Spółka ze względu na swój rozmiar nie widzi potrzeby formalizowania polityki wynagrodzeń poza wymogami prawa.

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

Spółka posiada dostosowany do swoich potrzeb system kontroli wewnętrznej, który umożliwia sprawny i rzetelny przepływ informacji finansowych oraz pozafinansowych między poszczególnymi komórkami organizacyjnymi Spółki.

Skuteczny system kontroli wewnętrznej Spółki i zarządzania ryzykiem w procesie sprawozdawczości finansowej jest oparty na Procedurze Sporządzania i Publikacji Raportów Bieżących (Uchwała Zarządu 2/02/2008), Procedurze Sporządzania i Publikacji Raportów Okresowych (Uchwała Zarządu 2/12/2010), Regulaminie Obiegu Informacji Poufnych (Uchwała Zarządu 2/02/2008) oraz na Regulaminie Szkoleń z Zakresu Obowiązków Informacyjnych (Uchwała Zarządu 2/02/2008).

Powyższe procedury i regulaminy określają zasady i zakres raportowania oraz odpowiedzialności w przedmiocie sporządzania raportów okresowych oraz sprawozdań finansowych, w tym zapewnienia ich jakości i poprawności, autoryzacji oraz publikacji.

Zgodnie z funkcjonującymi procedurami Członkowie Zarządu Spółki nadzorują, weryfikują i zatwierdzają sporządzone raporty okresowe. Opracowanie kwartalnych, półrocznych i rocznych raportów okresowych odbywa się na podstawie otrzymanych danych od osób odpowiedzialnych za poszczególne obszary biznesu w Spółce. Zgodnie z funkcjonującą procedurą za nadzór nad przygotowaniem jednostkowych sprawozdań finansowych jest odpowiedzialny Główny Księgowy. Spółka stosuje spójne zasady księgowe prezentując dane finansowe w sprawozdaniach finansowych i okresowych raportach giełdowych. Emitent prowadzi księgi rachunkowe w zintegrowanych systemach informatycznych. Dostęp do zasobów systemu jest ograniczony procedurami między innymi poprzez nadanie uprawnień upoważnionym pracownikom wyłącznie w zakresie powierzonych im zadań. Spółka prowadzi rejestry osób mających dostęp do danych poufnych.

Jednostkowe sprawozdania finansowe półroczne podlegają przeglądowi, a roczne sprawozdania finansowe badaniu przez niezależnego biegłego rewidenta.



Power Media

4. **Wskazanie akcjonariuszy posiadających, bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne, co najmniej 5% w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu Power Media S.A. 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**

Wykaz akcjonariuszy posiadających, bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne, co najmniej 5% w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu Power Media S.A. na dzień bilansowy 31 grudnia 2015 roku.

Akcjonariusz	Liczba akcji	Udział w kapitale zakładowym	Liczba głosów	Udział w liczbie głosów
Wojciech Narczyński	1 710 000	26,72%	2 820 000	32,93%
Marta Przewłocka	990 401	15,48%	1 550 401	18,11%
Ewa Dąbrowska-Prus	538 892	8,42%	866 392	10,12%
Agnieszka Kozłowska	275 019	4,30%	440 019	5,14%

Razem liczba akcji w kapitale zakładowym na dzień bilansowy 31 grudnia 2015 roku wynosi 6.400.000.

Razem liczba głosów na Walnym Zgromadzeniu na dzień bilansowy 31 grudnia 2015 roku wynosi 8.562.500.

Wykaz akcjonariuszy posiadających, bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne, co najmniej 5% w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu Power Media S.A. na dzień publikacji niniejszego sprawozdania.

Akcjonariusz	Liczba akcji	Udział w kapitale zakładowym	Liczba głosów	Udział w liczbie głosów
Wojciech Narczyński	1 710 000	26,72%	2 820 000	32,93%
Marta Przewłocka	990 401	15,48%	1 550 401	18,11%
Ewa Dąbrowska-Prus	538 892	8,42%	866 392	10,12%
Agnieszka Kozłowska	275 019	4,30%	440 019	5,14%

Razem liczba akcji w kapitale zakładowym na dzień publikacji niniejszego sprawozdania wynosi 6.400.000.

Razem liczba głosów na Walnym Zgromadzeniu na dzień publikacji niniejszego sprawozdania wynosi 8.562.500.

5. **Wskazanie posiadaczy wszelkich papierów wartościowych, które dają specjalne uprawnienia kontrolne w stosunku do Spółki, wraz z opisem tych uprawnień**

Na dzień bilansowy 31 grudnia 2015 roku oraz dzień publikacji niniejszego sprawozdania kapitał Spółki wynosi 640.000 zł i dzieli się na:

- 1) 2.162.500 akcji uprzywilejowanych serii A o wartości nominalnej 0,10zł każda,
- 2) 337.500 akcji zwykłych na okaziciela serii A o wartości nominalnej 0,10zł każda,
- 3) 2.500.000 akcji zwykłych na okaziciela serii B o wartości nominalnej 0,10zł każda,
- 4) 1.400.000 akcji zwykłych na okaziciela serii C o wartości nominalnej 0,10zł każda.

Imienne akcje serii A uprzywilejowane są w stosunku głosów na Walnym Zgromadzeniu w taki sposób, że na jedną akcję przypadają dwa głosy.



Power Media

Zestawienie posiadaczy akcji imiennych serii A na dzień bilansowy 31 grudnia 2015 roku

Imię i nazwisko	Pełniona funkcja	Liczba akcji	Wartość nominalna akcji w zł	Udział w kapitale zakładowym	Ilość głosów	Udział w liczbie głosów
Wojciech Narczyński	Prezes Zarządu	1 110 000	111 000	17,34%	2 220 000	25,93%
Marta Przewłocka	Wiceprezes Zarządu	560 000	56 000	8,75%	1 120 000	13,08%
Agnieszka Kozłowska	Członek Zarządu	165 000	16 500	2,58%	330 000	3,85%
Ewa Dąbrowska - Prus	-	327 500	32 750	5,12%	655 000	7,65%

Razem liczba akcji imiennych serii A w kapitale zakładowym na dzień bilansowy 31 grudnia 2015 roku wynosi 2.162.500.

Razem liczba głosów wynikająca z praw akcji imiennych serii A na Walnym Zgromadzeniu na dzień bilansowy 31 grudnia 2015 roku wynosi 4.325.000.

Zestawienie posiadaczy akcji imiennych serii A na dzień publikacji niniejszego sprawozdania

Imię i nazwisko	Pełniona funkcja	Liczba akcji	Wartość nominalna akcji w zł	Udział w kapitale zakładowym	Ilość głosów	Udział w liczbie głosów
Wojciech Narczyński	Prezes Zarządu	1 110 000	111 000	17,34%	2 220 000	25,93%
Marta Przewłocka	Wiceprezes Zarządu	560 000	56 000	8,75%	1 120 000	13,08%
Agnieszka Kozłowska	Członek Zarządu	165 000	16 500	2,58%	330 000	3,85%
Ewa Dąbrowska - Prus	-	327 500	32 750	5,12%	655 000	7,65%

Razem liczba akcji imiennych serii A w kapitale zakładowym na dzień bilansowy 31 grudnia 2015 roku wynosi 2.162.500.

Razem liczba głosów wynikająca z praw akcji imiennych serii A na Walnym Zgromadzeniu na dzień bilansowy 31 grudnia 2015 roku wynosi 4.325.000.

Specjalne uprawnienia kontrolne wynikają bezpośrednio z liczby posiadanych akcji przez poszczególnych akcjonariuszy.

6. Wskazanie wszelkich ograniczeń odnośnie 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

Spółka nabyła w roku 2009 realizując postanowienia uchwały Nr 19 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Power Media S.A. z dnia 29 maja 2009 roku w sprawie udzielenia Zarządowi Spółki upoważnienia do nabycia akcji własnych Power Media S.A. łącznie 300.000 akcji własnych, stanowiących 4,69% kapitału zakładowego Spółki oraz uprawniających do wykonywania 3,37% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu akcjonariuszy.

W 2011 roku Spółka przeznaczyła na realizację programu motywacyjnego akcje własne, które Spółka nabyła w drodze wezwania działając na podstawie uchwały nr 19 WZ z



Power Media

dnia 29 maja 2009 rok sprawie udzielenia Zarządowi Spółki upoważnienia do nabycia akcji własnych Power Media S.A. z przeznaczeniem między innymi na realizację Programu Motywacyjnego.

28 marca 2011 roku Spółka dokonała transakcji zbycia akcji własnych, zwykłych, na okaziciela w ilości 60.900, po cenie 0,10 złotych, za łączną kwotę 6.090,00 złotych.

W grudniu 2013 roku Spółka przystąpiła do realizacji kolejnego programu motywacyjnego i 12 grudnia 2013 roku Spółka dokonała transakcji zbycia akcji własnych, zwykłych, na okaziciela oznaczonych przez Krajowy Depozyt Papierów Wartościowych S.A. kodem PLPWRMD00011 w ilości 75.000, po cenie 0,10 złotych, za łączną kwotę 7.500 złotych.

Następnie 18 marca 2015 roku Spółka dokonała transakcji zbycia akcji własnych, zwykłych, na okaziciela oznaczonych przez Krajowy Depozyt Papierów Wartościowych S.A. kodem PLPWRMD00011 w ilości 75.000, po cenie 0,10 złotych, za łączną kwotę 7.500 złotych.

Przed zbyciem w marcu 2015 roku Spółka posiadała łącznie 164.100 akcji własnych, stanowiących 2,56% kapitału zakładowego Spółki oraz uprawniających do wykonywania 1,92% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki. Zgodnie z przepisami Kodeksu spółek handlowych Spółka nie mogła wykonywać praw udziałowych z będących w jej posiadaniu akcji własnych.

Po zbyciu Spółka posiada łącznie 89.100 akcji własnych, stanowiących 1,39% kapitału zakładowego Spółki oraz uprawniających do wykonywania 1,04% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki. Zgodnie z przepisami Kodeksu spółek handlowych Spółka nie może wykonywać praw udziałowych z będących w jej posiadaniu akcji własnych.

Spółka informowała o tym w raporcie bieżącym 3/2015 z dnia 19 marca 2015 roku.

Natomiast w związku z tym, że po realizacji etapu programu motywacyjnego za 2015 rok zostałyby tylko 14.100 akcji do rozdysponowania za 2016 rok, zarząd rekomenduje zwiększenie limitu akcji w etapie za 2015 rok z 75.000 do 89.100. Projekt powyższej uchwały zostanie zgłoszony na najbliższe walne zgromadzenie akcjonariuszy.

Poza wskazanymi powyżej Zarządowi Spółki nie są znane żadne ograniczenia odnośnie 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.

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

Ograniczenia dotyczące przenoszenia praw własności papierów wartościowych emitenta nie występują.



Power Media

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

Zarząd Power Media S.A. składa się z od 1 (słownie: jednego) do 5 (słownie: pięciu) członków powoływanych i odwoływanych przez Radę Nadzorczą, za wyjątkiem pierwszego Zarządu powołanego Uchwałą Zgromadzenia Wspólników przy przekształceniu spółki Power Media Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością w spółkę akcyjną. Liczbę członków Zarządu ustala Rada Nadzorcza. Kadencja członka Zarządu trwa 5 (słownie: pięć) lat. Członkowie Zarządu powoływani są na okres wspólnej kadencji.

Do obowiązków Zarządu Spółki należy w szczególności:

- a) Zwoływanie Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia co najmniej raz w roku, nie później niż do końca czerwca każdego roku.
- b) Zwoływanie Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia z inicjatywy własnej, na wniosek Rady Nadzorczej lub akcjonariuszy reprezentujących co najmniej 1/10 (jedną dziesiątą) część kapitału zakładowego.
- c) Prowadzenie rachunkowości Spółki zgodnie z obowiązującymi przepisami.
- d) Przekazywanie informacji i okresowych raportów Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A., Komisji Nadzoru Finansowego oraz agencjom informacyjnym w terminach i zakresie określonym przepisami prawa.

Rada Nadzorcza składa się z od 5 (słownie: pięciu) do 7 (słownie: siedmiu) członków powoływanych i odwoływanych przez Walne Zgromadzenie, za wyjątkiem pierwszej Rady Nadzorczej, powołanej przy przekształceniu Power Media Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością w spółkę akcyjną. Kadencja członka Rady Nadzorczej wynosi 5 (słownie: pięć) lat. Członkowie Rady Nadzorczej powoływani są na okres wspólnej kadencji.

Rada Nadzorcza Power Media S.A. zgodnie z § 19 ust. 4 Statutu Spółki oraz § 2 ust. 6 Regulaminu Rady Nadzorczej Power Media S.A. w razie zmniejszenia się liczby członków Rady Nadzorczej w wyniku śmierci lub rezygnacji do nie mniej niż 3 (trzech) członków w trakcie kadencji Rady Nadzorczej, ma prawo samodzielnego powołania w drodze uchwały brakujących członków Rady Nadzorczej na czas do najbliższego Walnego Zgromadzenia, przy czym do ważności powołania brakujących członków Rady Nadzorczej na posiedzeniu Rady Nadzorczej musi być obecnych co najmniej 2 (dwóch) członków Rady Nadzorczej. W takim przypadku każdy z członków Rady Nadzorczej jest uprawniony i zobowiązany do niezwłocznego zwołania posiedzenia Rady Nadzorczej.

Oprócz spraw zastrzeżonych przepisami Kodeksu spółek handlowych, do kompetencji Rady Nadzorczej należy:

- a) powoływanie i odwoływanie członków Zarządu, w tym Prezesa Zarządu, z uwzględnieniem § 12 ust. 1 Statutu;
- b) ustalanie liczby członków Zarządu;
- c) ustalanie zasad wynagradzania członków Zarządu oraz zasad ich zatrudniania;
- d) zatwierdzanie Regulaminu Zarządu;
- e) ocena sprawozdań finansowych Spółki, sprawozdania Zarządu z działalności Spółki, ocena sytuacji Spółki oraz wniosków Zarządu co do podziału zysków i pokrycia strat, a także składanie Walnemu Zgromadzeniu dorocznych sprawozdań z wyników tych badań;
- f) składanie Walnemu Zgromadzeniu wniosków w sprawie udzielenia absolutorium członkom Zarządu Spółki;



Power Media

- g) dokonywanie wyboru biegłego rewidenta przeprowadzającego badanie sprawozdania finansowego;
- h) wyrażanie zgody na wypłatę zaliczki na poczet przewidywanej dywidendy na koniec roku obrotowego;
- i) wyrażenie zgody na nabycie, zbycie lub obciążenie nieruchomości, użytkowania wieczystego, zbywalnego spółdzielczego prawa, lub udziału w tych prawach;
- j) wybór Przewodniczącego Rady Nadzorczej.

Osoby zarządzające, będące jednocześnie akcjonariuszami Spółki mają prawo do podjęcia decyzji o emisji lub wykupie akcji.

Pozostałe uprawnienia osób zarządzających określone są przez statut Spółki oraz obowiązujące przepisy prawa, w tym Regulamin Zarządu Spółki.

9. Opis zasad zmiany statutu lub umowy spółki emitenta

Zasady zmiany statutu lub umowy Spółki nie odbiegają od zasad obowiązującego prawa.

W okresie od 1 stycznia 2015 roku do 31 grudnia 2015 roku nie zarejestrowano zmian Statutu.

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 i zorganizowanie Walnego Zgromadzenia odbywa się w trybie i na zasadach określonych w Kodeksie spółek handlowych i Statucie Spółki.

Uchwały Walnego Zgromadzenia, poza sprawami wymienionymi w Kodeksie spółek handlowych, wymagają następujące sprawy:

- a) powoływanie i odwoływanie członków Rady Nadzorczej, w tym Przewodniczącego Rady Nadzorczej;
- b) ustalanie zasad wynagradzania oraz wysokości wynagrodzenia członków Rady Nadzorczej;
- c) uchwalenie Regulaminu Rady Nadzorczej;
- d) uchwalenie Regulaminu Walnego Zgromadzenia;
- e) zmiana Statutu Spółki, w tym zmiana przedmiotu przedsiębiorstwa Spółki;
- f) likwidacja Spółki, połączenie Spółki z innym podmiotem, podział Spółki, zbycie przedsiębiorstwa Spółki;
- g) zatwierdzanie planów dotyczących rozwoju i prowadzenia spraw Spółki.

Szczegółowy opis zasad działania walnego zgromadzenia i jego zasadnicze uprawnienia oraz opis praw akcjonariuszy i sposobu ich wykonywania opisane są szczegółowo w statucie Spółki oraz regulaminie walnego zgromadzenia opublikowanego na stronie internetowej Spółki pod adresem:

http://www.power.com.pl/relacje_inwestorskie/dokumenty

W roku 2015 odbyło jedno walne zgromadzenie akcjonariuszy, które zostało opisane części II Opis działalności Power Media S.A. w roku 2015 w dziale 1.2. Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy.



Power Media

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

Opis działania organów zarządzających i nadzorujących zawarty jest w części IV pkt. 7 i 9 niniejszej części sprawozdania.

Szczegółowy opis zasad działania organów Spółki i ich zasadnicze uprawnienia opisane są szczegółowo w statucie Spółki oraz regulaminach Zarządu, Regulaminie Rady Nadzorczej opublikowanego na stronie internetowej Spółki pod adresem:

http://www.power.com.pl/relacje_inwestorskie/dokumenty.

W Spółce nie ustanowiono żadnych komitetów.

Skład osobowy i zmiany w organach zostały opisane w części I Informacje podstawowe w dziale 1.2 Organy zarządzające i nadzorujące Spółki.



Power Media

V. Pozostałe informacje

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

W 2015 roku powiązania organizacyjne lub kapitałowe pomiędzy Spółką a innymi podmiotami nie występowały. Spółka w tym okresie sprawozdawczym również nie poczyniła inwestycji krajowych i zagranicznych (papiery wartościowe, instrumenty finansowe wartości niematerialne i prawne oraz nieruchomości w tym inwestycji kapitałowych dokonanych poza jego grupą jednostek powiązanych).

- 2. Umowy zawarte między Spółką a osobami zarządzającymi, przewidujące rekompensatę w przypadku ich rezygnacji lub zwolnienia z zajmowanego stanowiska bez ważnej przyczyny lub gdy ich odwołanie lub zwolnienie następuje z powodu połączenia Spółki przez przejęcie.**

W roku 2015 nie wystąpiły umowy zawarte między Power Media S.A. a osobami zarządzającymi, przewidujące rekompensatę w przypadku ich rezygnacji lub zwolnienia z zajmowanego stanowiska bez ważnej przyczyny lub gdy ich odwołanie lub zwolnienie następuje z powodu połączenia Spółki przez przejęcie.

- 3. Wartość wynagrodzeń, nagród lub korzyści wypłaconych przez Spółkę, należnych, lub potencjalnie należnych osobom zarządzającym i nadzorującym**

Wynagrodzenie brutto Członków Zarządu Power Media S.A. w okresie od 1 stycznia 2015 roku do 31 grudnia 2015 roku

Imię i nazwisko	Pełniona funkcja	Wynagrodzenie	Wartość innych świadczeń	Razem
Wojciech Narczyński	Prezes Zarządu	197 000,00	0,00	197 000,00
Marta Przewłocka	Wiceprezes Zarządu	197 000,00	0,00	197 000,00
Agnieszka Kozłowska	Wiceprezes Zarządu	167 000,00	0,00	167 000,00
Razem		561 000,00	0,00	561 000,00



Wynagrodzenie brutto Rady Nadzorczej Power Media S.A. w okresie od 1 stycznia 2015 roku do 31 grudnia 2015 roku

Imię i nazwisko	Wynagrodzenie	Wartość innych świadczeń	Razem
Łukasz Kocur	0,00	0,00	0,00
Michał Maślowski	500,00	0,00	500,00
Tomasz Stanko	500,00	0,00	500,00
Ireneusz Werner	500,00	0,00	500,00
Monika Wysocka	0,00	0,00	0,00
Razem	1 500,00	0,00	1 500,00

4. Ilość i wartość nominalna akcji Spółki oraz akcji i udziałów w jednostkach powiązanych Spółki, będących w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących

Zestawienie stanu posiadania akcji Power Media S.A. przez osoby zarządzające i nadzorujące na dzień bilansowy 31 grudnia 2015 roku

Imię i nazwisko	Pełniona funkcja	Liczba akcji	Udział w kapitale zakładowym	Ilość głosów	Udział w głosowaniu
Wojciech Narczyński	Prezes Zarządu	1 710 000	26,72%	2 820 000	32,93%
Marta Przewłocka	Wiceprezes Zarządu	990 401	15,48%	1 550 401	18,11%
Agnieszka Kozłowska	Członek Zarządu	275 019	4,30%	440 019	5,14%
Michał Maślowski	Przewodniczący Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%
Ireneusz Werner	Członek Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%
Monika Wysocka	Członek Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%
Łukasz Kocur	Członek Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%
Tomasz Stanko	Członek Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%

Razem liczba akcji w kapitale zakładowym na dzień bilansowy 31 grudnia 2015 roku wynosi 6.400.000.

Razem liczba głosów na Walnym Zgromadzeniu na dzień bilansowy 31 grudnia 2015 roku wynosi 8.562.500.



Power Media

Zestawienie stanu posiadania akcji Power Media S.A. przez osoby zarządzające i nadzorujące w dzień publikacji niniejszego sprawozdania.

Imię i nazwisko	Pełniona funkcja	Liczba akcji	Udział w kapitale zakładowym	Ilość głosów	Udział w głosowaniu
Wojciech Narczyński	Prezes Zarządu	1 710 000	26,72%	2 820 000	32,93%
Marta Przewłocka	Wiceprezes Zarządu	990 401	15,48%	1 550 401	18,11%
Agnieszka Kozłowska	Członek Zarządu	275 019	4,30%	440 019	5,14%
Michał Masłowski	Przewodniczący Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%
Ireneusz Werner	Członek Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%
Monika Wysocka	Członek Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%
Łukasz Kocur	Członek Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%
Tomasz Stanko	Członek Rady Nadzorczej	0	0,00%	0	0,00%

Razem liczba akcji w kapitale zakładowym na dzień publikacji niniejszego sprawozdania wynosi 6.400.000.
Razem liczba głosów na Walnym Zgromadzeniu na dzień publikacji niniejszego sprawozdania wynosi 8.562.500.

Spółka nie posiada podmiotów powiązanych.

5. 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

Umowy (w tym również zawartych po dniu bilansowym), w wyniku których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy i obligatariuszy nie występują.

6. Informacja o umowie z podmiotem uprawnionym do badania sprawozdań finansowych

Informacje dotyczące umowy z biegłym rewidentem PKF Consult sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, należąca do Grupy Kapitałowej PKF Consult:

- Umowa z podmiotem uprawnionym do badania sprawozdań finansowych- umowa z 22.05.2015 - umowa zadaniowa - tj. na zbadanie sprawozdania finansowego roku 2015 i dokonania przeglądu sprawozdania finansowego I półrocza 2015, termin realizacji 15.03.2016,
- Wynagrodzenia Podmiotu uprawnionego do badania Sprawozdań Finansowych oraz innych spółek z Grupy Kapitałowej PKF Consult, wypłaconych lub należnych za rok 2015:
 - badanie SF za 2014r. wypłacono 10.500zł netto,
 - przegląd SF I półrocze 2015r. wypłacono 7.000zł netto,
 - usługi prawne wypłacono 1.700zł netto,
 - badanie SF za 2015 - 11.000zł netto do wypłaty w 2016r,
- Wynagrodzenia Podmiotu uprawnionego do badania Sprawozdań Finansowych,



Power Media

wypłaconych lub należnych za rok 2014:

- wynagrodzenie za zbadanie SF za 2013r. wypłacono 10.500zł netto,
- wynagrodzenie za przegląd SF za I półrocze 2014r. wypłacono 6.500zł netto,
- zbadanie SF za 2013 - 10.500zł netto do wypłaty w 2014r.

Wojciech Narczyński
prezes zarządu

Marta Przewłocka
wiceprezes zarządu

Agnieszka Kozłowska
wiceprezes zarządu

Wrocław, 01.03.2016