



RAPORT ROCZNY

jednostkowy

za 2012 r.

CODEMEDIA S.A.
z siedzibą w Warszawie

10 maja 2013 r.

SPIS TREŚCI

1. PODSTAWOWE INFORMACJE O SPÓŁCE	3
1.1 Podstawowe dane	3
1.2 Przedmiot działalności.....	3
1.3 Struktura akcjonariatu.....	5
1.4 Opis organizacji grupy kapitałowej emitenta.....	5
2. LIST ZARZĄDU SPÓŁKI DO AKCJONARIUSZY	6
3. WYBRANE JEDNOSTKOWE DANE FINANSOWE ZAWIERAJĄCE PODSTAWOWE POZYCJE ROCZNEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO WRAZ Z DANymi PORÓWNYWALNYMI	7
4. SPRAWOZDANIE FINANSOWE ZA 2012 ROK	9
5. SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI.....	10
6. INFORMACJE NA TEMAT CZYNNIKÓW RYZYKA ZWIĄZANYCH Z DZIAŁALNOŚCIĄ GOSPODARCZĄ...	11
9. INFORMACJA O STOSOWANIU PRZEZ SPÓŁKĘ ZASAD DOBRYCH PRAKTYK	15
10. DANE TELEADRESOWE	19

1. PODSTAWOWE INFORMACJE O SPÓŁCE

1.1 Podstawowe dane

Nazwa Emitenta:	Codemedia S.A.
Forma prawna:	Spółka Akcyjna
Siedziba:	ul. Rolna 175B, 02-729 Warszawa
Telefon:	+48 22 549 71 80
Fax:	+48 22 207 28 21
Strona Internetowa:	www.codemedia.pl
E-mail:	office@codemedia.pl
REGON:	141493677
NIP:	5252434947
Numer KRS:	0000368274
Zarząd:	• Piotr Bieńko – Prezes Zarządu • Łucja Gdala – Wiceprezes Zarządu • Anna Gruszka – Członek Zarządu
Rada Nadzorcza:	• Sławomir Kornicki – Przewodniczący Rady Nadzorczej • Robert Wist – Członek Rady Nadzorczej • Konrad Pankiewicz – Członek Rady Nadzorczej • Kamila Karpińska – Członek Rady Nadzorczej • Adam Kuszyk – Członek Rady Nadzorczej

1.2 Przedmiot działalności

Codemedia S.A.(www.codemedia.pl) została powołana w 2008 r. Początkowo świadczyła usługi w zakresie kompleksowej komunikacji w internecie oraz rozwiązań marketingu bezpośredniego tzw. direct response. W 2011 roku obszar kompetencji Codemedia S.A. został rozszerzony o usługi w zakresie kompleksowej komunikacji marketingowej w mediach cyfrowych i usługach z obszaru performance marketing.

Spółka zajmuje się planowaniem i zakupem czasu oraz przestrzeni reklamowej w mediach, a także działaniami w ramach wsparcia sprzedaży bezpośredniej. Wyspecjalizowane technologie, systemy analityczne i kreatywność rozwiązań stanowią wartość dodaną do działań zarządzanych przez Codemedia, zwiększając efektywność poprzez łączenie mediów z dokładnym targetowaniem komunikacji.

Codemedia oferuje usługi w ramach następujących segmentów:

Platforma zakupu mediów

Działalność Spółki w tym segmencie obejmuje usługi planowania i zakupu czasu oraz przestrzeni reklamowej w mediach (TV, Internet, pozostałe media), a także usługi powiązane. Głównym zadaniem zespołów projektowych

świadczących powyższe usługi jest optymalny dobór elementów kampanii reklamowych, zapewniających realizację założonych celów marketingowych klienta.

W tym segmencie spółka rozwija działalność w ramach Codemedia oraz zależnych jednostek biznesowych.

Jednostka	Logotyp	Opis
Codemedia SA		Dom mediowy, planowanie i zakup mediów, organizacja programów wsparcia sprzedaży.
Proofclick		Agencja wyspecjalizowana w komunikacji w wyszukiwarkach.
Quantum		Jednostka biznesowa oferująca narzędzia bezpośredniego zakupu mediów online na rynku adexchange.

System wsparcia sprzedaży bezpośredniej

Drugi segment obejmuje zestaw usług, narzędzi i działań marketingowych zaliczanych do systemu wsparcia sprzedaży bezpośredniej. Celem podejmowanych działań w tym obszarze jest sprzedaż bezpośrednia produktów i usług klienta z wykorzystaniem dostępnego wachlarza narzędzi i rozwiązań.

W tym segmencie spółka rozwija działalność zależne jednostki biznesowe oraz spółki zależne.

Jednostka	Logotyp	Opis
TradeTracker Poland Sp. z o.o.		Spółka zależna oferująca usługi wsparcia sprzedaży poprzez działania afiliacyjne (sieć afiliacyjna Trade Tracker).
Trade Marketing Poland Sp. z o.o.		Spółka zależna oferująca usługi trade marketingu bezpośrednio wspierające sprzedaż produktów w sieci sprzedaży retail oraz ecommerce.
ThinkOpen		Jednostka biznesowa koncentrująca swoją działalność w obszarze wsparcia sprzedaży poprzez narzędzia komunikacji bezpośredniej - email i telefon.
Quatric Sp. z o.o.		Spółka oferuje inteligentny system personalizowanych rekomendacji dla e-biznesu. Są to rozwiązania zarówno dla rynku e-commerce, jak i dla portali internetowych.

Zarządzanie danymi

Trzecia linia biznesowa obejmuje zestaw usług, narzędzi i działań marketingowych związanych z gromadzeniem, przetwarzaniem i zarządzaniem danymi. Jest to nowy obszar działalności Codemedia, w którym specjalizują się Quantum oraz Trade Marketing Poland.

Jednostka	Logotyp	Opis
Quantum		Jednostka biznesowa oferująca narzędzia bezpośredniego zakupu mediów online na rynku adexchange.
Trade Marketing Poland Sp. z o.o.		Spółka zależna oferująca usługi trade marketingu bezpośrednio wspierające sprzedaż produktów w sieci sprzedaży retail oraz ecommerce.

Cechą wyróżniającą Spółkę na tle innych podmiotów o podobnym profilu działalności na rynku polskim jest specjalizacja w obszarze performance marketing i direct response. Oznacza to silną koncentrację na efektywności sprzedażowej oraz integrację działań mediowych ze sprzedażą i trade marketingiem.

1.3 Struktura akcjonariatu

Na dzień 31.12.2012 struktura akcjonariatu Codemedia SA przedstawiała się następująco:

Nazwa	Seria	Liczba akcji	Proc. akcji	Wartość akcji PLN
Grupa SMT S.A.	A, B, C, D	1 661 189	99,51%	166 118,90
Pozostali, poniżej 5%	B	8 196	0,49%	819,60
Razem		1 669 385		166 938,50

1.4 Opis organizacji grupy kapitałowej emitenta

Stan na dzień 10 maja 2013 roku.

Spółka	Logotyp	Opis
TradeTracker Poland Sp. z o.o.		Spółka posiada 50% udziałów w kapitale zakładowym TradeTracker Poland Sp. z o.o , którego kapitał zakładowy wynosi 100.000 PLN.
Trade Marketing Poland Sp. z o.o.		Spółka posiada 100% udziałów w kapitale zakładowym Trade Marketing Poland Sp. z o.o , którego kapitał zakładowy wynosi 50.000 PLN.
Codemedia Sp. z o.o. (dawniej Offiliate Sp. z o.o.)	Codemedia	Spółka posiada 100% udziałów w kapitale zakładowym Codemedia Sp. z o.o , której kapitał zakładowy wynosi 50.000 PLN.
Quartic Sp. z o.o.		Spółka posiada 30% udziałów w kapitale zakładowym Quartic Sp. z o.o , której kapitał zakładowy wynosi 50.000 PLN.
Iweii Online Solutions Limited	Iweii	Spółka posiada 100% udziałów w kapitale zakładowym Iweii Online Solutions Limited z siedzibą w Irlandii

2. LIST ZARZĄDU SPÓŁKI DO AKCJONARIUSZY

Szanowni Państwo,

Rok 2012 był okresem dynamicznego rozwoju Spółki Codemedia SA, pozyskiwania kolejnych kontraktów i wypracowywania zysków. Szczególną uwagę Spółka przykładła do rozwoju swoich inwestycji strategicznych w liniach produktowych związanych z marketingiem afiliacyjnym i rozliczeniami w modelach efektywnościowych.

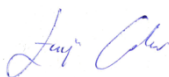
Przychody ze sprzedaży w okresie całego roku 2012 wyniosły 58,3 mln PLN i były o 159% wyższe w porównaniu do analogicznego okresu 2011 roku (22,5 mln PLN). Zysk z działalności operacyjnej wyniósł 4 670,6 tys. PLN i wzrósł z poziomu 3204 tys. zł, co stanowi wzrost o 45%. Zysk netto wyniósł 3 702 tys. PLN i był wyższy o 37 % w stosunku do 2011 roku (2 701 tys. PLN).

Zapraszamy Państwa do zapoznania się z dalszą częścią raportu za 2012 rok, w którym zostało przedstawione pełne jednostkowe Sprawozdanie finansowe Spółki a w Sprawozdaniu Zarządu z działalności Spółki w 2012 roku zawarto najważniejsze wydarzenia, które przyczyniły się do ich osiągnięcia.

W imieniu Zarządu Spółki:



Piotr Bieńko
Prezes Zarządu



Łucja Gdala
Wiceprezes Zarządu



Anna Gruszka
Członek Zarządu

3. WYBRANE JEDNOSTKOWE DANE FINANSOWE ZAWIERAJĄCE PODSTAWOWE POZYCJE ROCZNEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO WRAZ Z DANymi PORÓWNYWALNYMI

Poniżej zamieszczone zostały wybrane dane finansowe bilansu i rachunku wyników.

Wybrane dane finansowe	PLN			EUR		
Z Rachunku Wyników	Okres od 01.01.2012 do 31.12.2012	Okres od 01.01.2011 do 31.12.2011 po połączeniu	Okres od 01.01.2011 do 31.12.2011 zatwierdzone	Okres od 01.01.2012 do 31.12.2012	Okres od 01.01.2011 do 31.12.2011 po połączeniu	Okres od 01.01.2011 do 31.12.2011 zatwierdzone
Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	58 281 705,37	22 574 371,10	22 471 895,49	14 256 079,78	5 111 024,07	5 087 822,74
Zysk brutto ze sprzedaży	10 635 098,46	6 352 004,68	6 707 859,83	2 601 413,45	1 438 146,32	1 518 714,87
Zysk/strata na działalności operacyjnej	4 670 666,94	2 416 230,84	3 203 913,46	1 142 475,16	547 054,62	725 392,47
Zysk/strata na działalności gospodarczej	4 631 022,73	2 488 029,67	3 352 124,40	1 132 777,93	563 310,47	758 948,65
EBITDA	4 701 392,45		3 217 748,60	1 149 990,82		728 524,86
Zysk/strata brutto	4 631 022,73	2 488 029,67	3 352 124,40	1 132 777,93	563 310,47	758 948,65
Zysk/strata netto	3 702 171,64	1 837 414,51	2 701 509,24	905 574,98	416 005,82	611 644,00
Amortyzacja	183 136,08	67 717,69	13 835,14	44 796,26	15 331,84	3 132,39

Z Bilansu	31.12.2012 PLN	31.12.2011* PLN po połączeniu	31.12.2011 PLN zatwierdzone	31.12.2012* EUR	31.12.2011* EUR po połączeniu	31.12.2011 EUR zatwierdzone
AKTYWA						
Aktywa trwałe	16 586 237,52	16 288 815,75	15 807 638,01	4 057 100,32	3 687 922,42	3 578 979,81
Rzeczowe aktywa trwałe	218 173,98	99 867,71	98 544,11	53 366,76	22 610,87	22 311,20
Należności długoterminowe	0,00	0,00	-	0,00	0,00	0,00
Aktywa obrotowe	25 039 257,93	13 573 856,85	13 516 672,82	6 124 763,45	3 073 233,30	3 060 286,37
Należności krótkoterminowe	18 565 546,98	11 182 898,94	11 254 880,95	4 541 252,14	2 531 900,68	2 548 198,01
Środki pieniężne i inne aktywa pieniężne	2 636 008,67	946 032,22	924 712,37	644 784,67	214 189,51	209 362,52
AKTYWA RAZEM	41 625 495,45	29 862 672,60	29 324 310,83	10 181 863,77	6 761 155,72	6 639 266,17
PASYWA						
Kapitał własny	18 845 176,03	19 762 207,11	20 182 559,32	4 609 651,20	4 474 326,91	4 569 498,13
Zobowiązania długoterminowe	70 709,54	10 717,03	10 717,03	17 296,01	2 426,42	2 426,42
Zobowiązania krótkoterminowe	22 048 889,22	9 656 084,63	8 798 136,66	5 393 300,04	2 186 217,31	1 991 970,81
PASYWA RAZEM	41 625 495,45	29 862 672,60	29 324 310,83	10 181 863,77	6 761 155,72	6 639 266,17

Powyższe dane finansowe za lata 2012 i 2011 zostały przeliczone na Euro według średniego kursu ogłoszonego przez NBP na dzień 31.12.2012 r. oraz 30.12.2011 r.

30.12.2011 r. 4,4168 PLN za 1 EUR, 31.12.2012 r. 4,0882 PLN za 1 EUR

4. SPRAWOZDANIE FINANSOWE ZA 2012 ROK

„Sprawozdanie Finansowe Codemedia S.A. za okres od 1 stycznia 2012 r. do 31 grudnia 2012 r.” zbadane przez biegłego rewidenta zostało przedstawione w Załączniku Nr 1 do niniejszego Raportu Roczego.

5. SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI

„Sprawozdanie Zarządu Codemedia S.A. z działalności Spółki w 2012 roku” zbadane przez biegłego rewidenta zostało przedstawione w Załączniku Nr 2 do niniejszego Raportu Roczego.

6. INFORMACJE NA TEMAT CZYNNIKÓW RYZYKA ZWIĄZANYCH Z DZIAŁALNOŚCIĄ GOSPODARCZĄ

6.1. Ryzyko związane z osłabieniem koniunktury na rynku reklamy

Działalność Spółki jest w dużym stopniu uzależniona od koniunktury na rynku reklamy. Spółka specjalizuje się w rynku reklamy internetowej i telewizyjnej, które charakteryzują się bardzo wysoką dynamiką wzrostu lub też wysokimi udziałami wśród inwestycji mediowych. Jednakże istnieje ryzyko zmniejszenia dynamiki wzrostu lub okresowego pogorszenia koniunktury, co może przełożyć się na ograniczenie zainteresowania usługami świadczonymi przez Spółkę i pogorszenie wyników finansowych.

Spółka minimalizuje ryzyko związane z osłabieniem koniunktury na rynku reklamy poprzez realizację strategii rozwoju opartej m.in. na dywersyfikacji przychodów ze sprzedaży oraz poprzez rozwój oferty usług w nowych sektorach, m.in. usług kierowanych do małych i średnich przedsiębiorstw, pośrednictwem w sprzedaży czy rozwój usług związanych z przetwarzaniem danych.

6.2. Ryzyko związane z konkurencją

Spółka prowadzi działalność na polskim rynku reklamy, który charakteryzuje stosunkowo niskimi barierami wejścia oraz wysokim poziomem konkurencji, a część podmiotów konkurencyjnych wobec niego prowadzi działalność o dużej skali i posiada wyższe budżety przeznaczone na realizację strategii rozwoju. Ponadto, w powiązaniu z obserwowanymi tendencjami konsolidacyjnymi na polskim rynku reklamy, istnieje ryzyko związane z istotnym nasileniem konkurencji, co może przełożyć się na obniżenie przewag konkurencyjnych Spółki oraz spadek udziału Spółki w rynku.

Spółka przeciwdziała temu ryzyku poprzez budowę przewag konkurencyjnych związanych z innowacyjnością stosowanych rozwiązań, jakością oraz kompleksowością oferty, a ponadto przewiduje rozszerzenie oferty o usługi kierowane bezpośrednio do podmiotów z segmentu małych i średnich przedsiębiorstw.

6.3. Ryzyko uzależnienia od kluczowych Klientów

Specyfika rynku, na którym działa Spółka polega na tym, że usługi przez nią świadczone są finansowane z corocznie ustalanych budżetów marketingowych Klientów. Spółka obsługuje swoich Klientów w oparciu o umowy ramowe lub podpisywane regularnie umowy na konkretne projekty. Ryzyko uzależnienia od kluczowych Klientów polega więc na tym, że w przypadku utraty stałego Klienta w trakcie roku Spółka może mieć trudności, by w krótkim czasie pozyskać nowego Klienta o zbliżonym budżecie marketingowym lub odpowiednio zwiększyć przychody od pozostałych.

Zarząd Spółki ogranicza to ryzyko poprzez powiększanie liczby kluczowych Klientów oraz dywersyfikację usług im oferowanych, tak by rezygnacja z jednej z usług nie oznaczała utraty Klienta a jedynie przejściowy spadek przychodów od niego uzyskiwanych.

6.4. Ryzyko utraty kluczowych pracowników

Działalność Spółki jest w wysokim stopniu uzależniona od wiedzy, umiejętności i doświadczenia kluczowych pracowników. W przypadku utraty członków kadry zarządzającej lub innych kluczowych pracowników, które dysponują kompetencjami stanowiącymi o skuteczności i efektywności działania przedsiębiorstwa, istnieje ryzyko utraty istotnych klientów oraz pogorszenia kondycji finansowej lub trudności w realizacji poszczególnych elementów strategii rozwoju Spółki.

W celu minimalizacji tego ryzyka, Spółka realizuje długofalową politykę zatrudnienia dostosowaną do specyfiki działalności oraz stosuje system motywacyjny, który uzależnia wysokość rocznej premii od poziomu wypracowanego przez Spółkę zysku brutto za dany rok obrotowy. Działania te mają na celu powiązanie korzyści kluczowych pracowników z rozwojem Spółki

6.5. Ryzyko związane z sezonowością przychodów ze sprzedaży

Przychody ze sprzedaży usług Spółki charakteryzują się sezonowością – najwyższy poziom przychodów jest uzyskiwany w IV kw. roku kalendarzowego, co jest związane z niezależnymi od Emitenta uwarunkowaniami rynku reklamy. Podstawowym czynnikiem, który wpływa na sezonowość przychodów ze sprzedaży jest okresowy, wzmożony popyt na dobra konsumpcyjne występujący w tych okresach oraz sezonowość rynku reklamy w mediach tradycyjnych oraz internetowych.

Emitent ogranicza ryzyko związane z sezonowością sprzedaży poprzez dywersyfikację świadczonych usług i branż, do których są kierowane, tak aby zmiany wartości sprzedaży między poszczególnymi kwartałami były jak najmniejsze.

7. OPINIA I RAPORT BIEGŁEGO REWIDENTA

„Opinia i raport niezależnego biegłego rewidenta z badania sprawozdania finansowego za okres od 1 stycznia 2012 roku do 31 grudnia 2012 roku Codemedia S.A.” zostały przedstawione w Załączniku Nr 3 do Raportu Roczного.

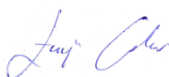
8. OŚWIADCZENIE ZARZĄDU

Zarząd Spółki Codemedia S.A. oświadcza, że wedle jego najlepszej wiedzy roczne sprawozdanie finansowe za rok obrotowy 2012 i dane porównywalne za rok obrotowy 2011 sporządzone zostały zgodnie z przepisami obowiązującymi Spółkę oraz odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową Spółki oraz jej wynik finansowy, a także Sprawozdanie Zarządu z działalności Spółki w roku 2012 zawiera prawdziwy obraz sytuacji Spółki, w tym opis podstawowych zagrożeń i ryzyk.

W imieniu Zarządu Spółki:



Piotr Bieńko
Prezes Zarządu



Łucja Gdala
Wiceprezes Zarządu



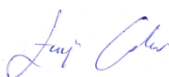
Anna Gruszka
Członek Zarządu

Zarząd Spółki Codemedia S.A. oświadcza, że podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych tj. BDO Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie wpisany na listę podmiotów uprawnionych do badania sprawozdań finansowych pod numerem 3355 dokonujący badania rocznego sprawozdania finansowego za rok 2012, został wybrany zgodnie z przepisami prawa. Ponadto Zarząd oświadcza, iż biegły rewident dokonujący badania rocznego sprawozdania finansowego za rok 2012 spełnia warunki do wyrażenia bezstronnej i niezależnej opinii o badaniu zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa krajowego.

W imieniu Zarządu Spółki:



Piotr Bieńko
Prezes Zarządu



Łucja Gdala
Wiceprezes Zarządu



Anna Gruszka
Członek Zarządu

9. INFORMACJA O STOSOWANIU PRZEZ SPÓŁKĘ ZASAD DOBRYCH PRAKTYK

Informacja w sprawie przestrzegania zasad zawartych w Załączniku Nr 1 do Uchwały Nr 795/2008 Zarządu Giełdy z dnia 31 października 2008r. z późn. zm. p.t. „Dobre praktyki spółek notowanych na New Connect” zgodnie z § 5 pkt 6.3. Załącznika Nr 3 do Regulaminu ASO.

L.p.	Zasada	Stosowanie zasady w Spółce	Komentarz
1	Spółka powinna prowadzić przejrzystą i efektywną politykę informacyjną, zarówno z wykorzystaniem tradycyjnych metod, jak i z użyciem nowoczesnych technologii oraz najnowszych narzędzi komunikacji zapewniających szybkość, bezpieczeństwo oraz szeroki i interaktywny dostęp do informacji. Spółka korzystając w jak najszerszym stopniu z tych metod, powinna zapewnić odpowiednią komunikację z inwestorami i analitykami, wykorzystując w tym celu również nowoczesne metody komunikacji internetowej, umożliwiać transmitowanie obrad walnego zgromadzenia z wykorzystaniem sieci Internet, rejestrować przebieg obrad i upubliczniać go na stronie internetowej.	TAK, z wyłączeniem transmisji obrad walnego zgromadzenia z wykorzystaniem sieci internet	Wszelkie istotne zdarzenia są publikowane w postaci raportów bieżących i okresowych. W raportach miesięcznych opisywane są również mniej istotne zdarzenia, mogące dać inwestorom szerszy obraz funkcjonowania Spółki. Informacje są publikowane na stronie korporacyjnej, a także wysyłane do mediów w postaci komunikatów prasowych. W raportowanym okresie miało miejsce kilka wystąpień i wywiadów wystąpienia Prezesa Zarządu w branżowych programach telewizyjnych.
2	Spółka powinna zapewnić efektywny dostęp do informacji niezbędnych do oceny sytuacji i perspektyw spółki oraz sposobu jej funkcjonowania.	TAK	
3	Spółka prowadzi korporacyjną stronę internetową i zamieszcza na niej:	TAK	Strona korporacyjna umieszczona jest pod adresem www.codemedia.pl
1	podstawowe informacje o spółce i jej działalności (strona startowa),	TAK	
2	opis działalności emitenta ze wskazaniem rodzaju działalności, z której emitent uzyskuje najwięcej przychodów,	TAK	Dokładniejsze informacje są dostępne również w Dokumencie Informacyjnym opublikowanym na stronie
3	opis rynku, na którym działa emitent, wraz z określeniem pozycji emitenta na tym rynku,	TAK	Dokładniejsze informacje są dostępne również w Dokumencie Informacyjnym opublikowanym na stronie Emitenta
4	życiorysy zawodowe członków organów spółki,	TAK	
5	powzięte przez zarząd, na podstawie oświadczenia członka rady nadzorczej, informacje o powiązaniach członka rady nadzorczej z akcjonariuszem dysponującym akcjami reprezentującymi nie mniej niż 5% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu spółki,	TAK	Informacje umieszczone w życiorysach członków Rady Nadzorczej oraz Dokumencie Informacyjnym
6	dokumenty korporacyjne spółki,	TAK	
7	zarys planów strategicznych spółki,	TAK	
8	opublikowane prognozy wyników finansowych na bieżący rok obrotowy, wraz z założeniami do tych prognoz oraz korektami do tych prognoz (w przypadku, gdy emitent publikuje prognozy),	NIE	Spółka zdecydowała o nie publikowaniu prognoz finansowych
9	strukturę akcjonariatu emitenta, ze wskazaniem głównych akcjonariuszy oraz akcji znajdujących się w wolnym obrocie,	TAK	
10	dane oraz kontakt do osoby, która jest odpowiedzialna w spółce za relacje inwestorskie oraz kontakty z mediami,	TAK	
11	(skreślony)	-	-
12	opublikowane raporty bieżące i okresowe,	TAK	
13	kalendarz zaplanowanych dat publikacji finansowych raportów okresowych, dat walnych zgromadzeń, a także spotkań z inwestorami i analitykami oraz konferencji prasowych,	TAK	

14	informacje na temat zdarzeń korporacyjnych, takich jak wypłata dywidendy, oraz innych zdarzeń skutkujących nabyciem lub ograniczeniem praw po stronie akcjonariusza, z uwzględnieniem terminów oraz zasad przeprowadzania tych operacji. Informacje te powinny być zamieszczane w terminie umożliwiającym podjęcie przez inwestorów decyzji inwestycyjnych,	TAK	
15	(skreślony)	-	-
16	pytania akcjonariuszy dotyczące spraw objętych porządkiem obrad, zadawane przed i w trakcie walnego zgromadzenia, wraz z odpowiedziami na zadawane pytania,	NIE	W raportowanym okresie zdarzenie nie wystąpiło. W przypadku wystąpienia Emitent będzie stosował tę zasadę.
17	informację na temat powodów odwołania walnego zgromadzenia, zmiany terminu lub porządku obrad wraz z uzasadnieniem,	NIE	W raportowanym okresie zdarzenie nie wystąpiło. W przypadku wystąpienia Emitent będzie stosował tę zasadę.
18	informację o przerwie w obradach walnego zgromadzenia i powodach zarządzenia przerwy,	NIE	W raportowanym okresie zdarzenie nie wystąpiło. W przypadku wystąpienia Emitent będzie stosował tę zasadę.
19	informacje na temat podmiotu, z którym spółka podpisała umowę o świadczenie usług Autoryzowanego Doradcy ze wskazaniem nazwy, adresu strony internetowej, numerów telefonicznych oraz adresu poczty elektronicznej Doradcy,	TAK	
20	informację na temat podmiotu, który pełni funkcję animatora akcji emitenta,	TAK	
21	dokument informacyjny (prospekt emisyjny) spółki, opublikowany w ciągu ostatnich 12 miesięcy	TAK	Dotychczas Spółka sporządziła jedynie Dokument Informacyjny z 9 lutego 2011 r. O tym terminie nie był sporządzany ani publikowany inny dokument tego typu.
22	(skreślony)	-	-
	Informacje zawarte na stronie internetowej powinny być zamieszczane w sposób umożliwiający łatwy dostęp do tych informacji. Emitent powinien dokonywać aktualizacji informacji umieszczanych na stronie internetowej. W przypadku pojawienia się nowych, istotnych informacji lub wystąpienia istotnej zmiany informacji umieszczanych na stronie internetowej, aktualizacja powinna zostać przeprowadzona niezwłocznie.	TAK	Emitent dokonuje stałych aktualizacji informacji umieszczanych na stronie internetowej korporacyjnej oraz portalu w możliwie najkrótszym czasie.
4	Spółka prowadzi korporacyjną stronę internetową, według wyboru emitenta, w języku polskim lub angielskim. Raporty bieżące i okresowe powinny być zamieszczane na stronie internetowej co najmniej w tym samym języku, w którym następuje ich publikacja zgodnie z przepisami obowiązującymi emitenta.	TAK	Strona korporacyjna (www.codemedia.pl) prowadzona jest w języku polskim oraz zawiera raporty EBI oraz ESPI sporządzane w tym samym języku.
5	Spółka powinna prowadzić politykę informacyjną ze szczególnym uwzględnieniem potrzeb inwestorów indywidualnych. W tym celu Spółka, poza swoją stroną korporacyjną powinna wykorzystywać indywidualną dla danej spółki sekcję relacji inwestorskich znajdującą na stronie www.gpwinfostrefa.pl .	NIE	W związku z tym, że spółka prowadzi korporacyjną stronę internetową i zamieszcza na niej wszystkie najważniejsze informacje, także te które publikowane również na www.newconnect.pl , wykorzystywanie sekcji relacji inwestorskich na www.gpwinfostrefa.pl byłoby powieleniem informacji z ww miejsc zatem Spółka uważa za zbędne używanie tej zakładki.
6	Emitent powinien utrzymywać bieżące kontakty z przedstawicielami Autoryzowanego Doradcy, celem umożliwienia mu prawidłowego wykonywania swoich obowiązków wobec emitenta. Spółka powinna wyznaczyć osobę odpowiedzialną za kontakty z Autoryzowanym Doradcą.	TAK	
7	W przypadku, gdy w spółce nastąpi zdarzenie, które w ocenie emitenta ma istotne znaczenie dla wykonywania przez Autoryzowanego Doradcę swoich obowiązków, emitent niezwłocznie powiadamia o tym fakcie Autoryzowanego Doradcę.	TAK	
8	Emitent powinien zapewnić Autoryzowanemu Doradcy dostęp do wszelkich dokumentów i informacji niezbędnych do wykonywania obowiązków Autoryzowanego Doradcy	TAK	
9	Emitent przekazuje w raporcie rocznym:		
1	informację na temat łącznej wysokości wynagrodzeń wszystkich członków zarządu i rady nadzorczej,	TAK	

2	informację na temat wynagrodzenia Autoryzowanego Doradcy otrzymywanego od emitenta z tytułu świadczenia wobec emitenta usług w każdym zakresie.	NIE	Po ustaleniu z Autoryzowanym Doradcą Spółka nie przekazuje tych informacji kierując się zasadą tajemnicy handlowej.
10	Członkowie zarządu i rady nadzorczej powinni uczestniczyć w obradach walnego zgromadzenia w składzie umożliwiającym udzielenie merytorycznej odpowiedzi na pytania zadawane w trakcie walnego zgromadzenia.	TAK	
11	Przynajmniej 2 razy w roku emitent, przy współpracy Autoryzowanego Doradcy, powinien organizować publicznie dostępne spotkanie z inwestorami, analitykami i mediami.	NIE	Spółka wyraża chęć stosowania tej zasady, jednakże w roku 2011 do takich spotkań nie doszło. Takie spotkania planowane są od czerwca 2012 roku.
12	Uchwała walnego zgromadzenia w sprawie emisji akcji z prawem poboru powinna precyzować cenę emisyjną albo mechanizm jej ustalenia lub zobowiązać organ do tego upoważniony do ustalenia jej przed dniem ustalenia prawa poboru, w terminie umożliwiającym podjęcie decyzji inwestycyjnej.	NIE	W raportowanym okresie zdarzenie nie wystąpiło. W przypadku wystąpienia Emitent będzie stosował tę zasadę.
13	Uchwały walnego zgromadzenia powinny zapewniać zachowanie niezbędnego odstępu czasowego pomiędzy decyzjami powodującymi określone zdarzenia korporacyjne a datami, w których ustalane są prawa akcjonariuszy wynikające z tych zdarzeń korporacyjnych.	TAK	
13a	W przypadku otrzymania przez zarząd emitenta od akcjonariusza posiadającego co najmniej połowę kapitału zakładowego lub co najmniej połowę ogółu głosów w spółce, informacji o zwołaniu przez niego nadzwyczajnego walnego zgromadzenia w trybie określonym w art. 399 § 3 Kodeksu spółek handlowych, zarząd emitenta niezwłocznie dokonuje czynności, do których jest zobowiązany w związku z organizacją i przeprowadzeniem walnego zgromadzenia. Zasada ta ma zastosowanie również w przypadku upoważnienia przez sąd rejestrowy akcjonariuszy do zwołania nadzwyczajnego walnego zgromadzenia na podstawie art. 400 § 3 Kodeksu spółek handlowych	NIE	W raportowanym okresie zdarzenie nie wystąpiło. W przypadku wystąpienia Emitent będzie stosował tę zasadę.
14	Dzień ustalenia praw do dywidendy oraz dzień wypłaty dywidendy powinny być tak ustalone, aby czas przypadający pomiędzy nimi był możliwie najkrótszy, a w każdym przypadku nie dłuższy niż 15 dni roboczych. Ustalenie dłuższego okresu pomiędzy tymi terminami wymaga szczegółowego uzasadnienia.	NIE	W raportowanym okresie zdarzenie nie wystąpiło. W przypadku wystąpienia Emitent będzie stosował tę zasadę.
15	Uchwała walnego zgromadzenia w sprawie wypłaty dywidendy warunkowej może zawierać tylko takie warunki, których ewentualne ziszczenie nastąpi przed dniem ustalenia prawa do dywidendy.	NIE	W raportowanym okresie zdarzenie nie wystąpiło. W przypadku wystąpienia Emitent będzie stosował tę zasadę.
16	Emitent publikuje raporty miesięczne, w terminie 14 dni od zakończenia miesiąca. Raport miesięczny powinien zawierać co najmniej: - informacje na temat wystąpienia tendencji i zdarzeń w otoczeniu rynkowym emitenta, które w ocenie emitenta mogą mieć w przyszłości istotne skutki dla kondycji finansowej oraz wyników finansowych emitenta, - zestawienie wszystkich informacji opublikowanych przez emitenta w trybie raportu bieżącego w okresie objętym raportem, - informacje na temat realizacji celów emisji, jeżeli taka realizacja, choćby w części, miała miejsce w okresie objętym raportem, - kalendarz inwestora, obejmujący wydarzenia mające mieć miejsce w nadchodzącym miesiącu, które dotyczą emitenta i są istotne z punktu widzenia interesów inwestorów, w szczególności daty publikacji raportów okresowych, planowanych walnych zgromadzeń, otwarcia subskrypcji, spotkań z inwestorami lub analitykami, oraz oczekiwany termin publikacji raportu analitycznego.	TAK	Emitent przedstawia raporty miesięczne w niniejszym zakresie.
16a	W przypadku naruszenia przez emitenta obowiązku	NIE	W raportowanym okresie zdarzenie nie wystąpiło.

	informacyjnego określonego w Załączniku Nr 3 Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu („Informacje bieżące i okresowe przekazywane w alternatywnym systemie obrotu na rynku NewConnect”) emitent powinien niezwłocznie opublikować, w trybie właściwym dla przekazywania raportów bieżących na rynku NewConnect, informację wyjaśniającą zaistniałą sytuację		
17	(skreślony)	-	-

10. DANE TELEADRESOWE

Codemedia SA
ul. Rolna 175B
02-729 Warszawa

+48 22 549 71 80
+48 22 207 28 21

www.codemedia.pl

ir@codemedia.pl

NIP: 5252434947

Sąd Rejonowy dla M. St. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru
Sądowego Nr KRS 0000368274

Kapitał zakładowy: 166 938,50 PLN (w całości opłacony)