

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI INTERNET MEDIA SERVICES SA

ZA OKRES OD 01 STYCZNIA 2013 R. DO 31 GRUDNIA 2013 R.

SPIS TREŚCI:

1. DANE ORGANIZACYJNE	2
1.1. Spółka	2
1.2. Władze Spółki	3
1.3. Spółki zależne	7
2. DZIAŁALNOŚĆ SPÓŁKI	8
2.1. Podstawowe obszary działalności	8
2.2. Zdarzenia mające istotny wpływ na działalność Spółki w 2013 roku	9
2.3. Pozycja rynkowa Internet Media Services S.A.	12
2.4. Prognozy rozwoju Spółki i rynku	14
3. SYTUACJA MAJĄTKOWA I FINANSOWA SPÓŁKI	15
3.1. Sytuacja finansowa Spółki	15
3.2. Sytuacja majątkowa Spółki	17
3.3. Analiza wskaźnikowa, kurs akcji	19
3.4. Sytuacja kadrowa	20
4. ISTOTNE WYDARZENIA PO ZAKOŃCZENIU OKRESU SPRAWOZDAWCZEGO	21
4.1. Przejęcie Entertainment Group Sp. z o.o.	21
4.2. Program skupu akcji własnych	22
5. WYNAGRODZENIA OSÓB ZARZĄDZAJĄCYCH I NADZORUJĄCYCH	25
6. WYNAGRODZENIE AUTORYZOWANEGO DORADCY	26
7. CZYNNIKI RYZYKA	27

1. DANE ORGANIZACYJNE

1.1. Spółka

Firma: Internet Media Services S.A.

Siedziba: Warszawa (02-819)

Adres: ul. Puławska 366

Numer telefonu: +48 22 870 67 76

Numer faksu: +48 22 870 67 33

E-mail: biuro@ims.fm

Adres internetowy: www.ims.fm

NIP: 525-22-01-663

REGON: 016452416

Internet Media Services S.A. („Spółka”, „IMS S.A.”) została utworzona w wyniku przekształcenia Internet Media Services Sp. z o.o. w spółkę akcyjną uchwałą Walnego Zgromadzenia Wspólników Spółki z dnia 8 marca 2007 r. (Rep. A nr 499/2007). Internet Media Services Sp. z o.o., działająca od 2000 r., zarejestrowana była w Krajowym Rejestrze Sądowym prowadzonym przez Sąd Rejonowy dla Miasta Stołecznego Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000083234. W dniu 8 marca 2007 r. Nadzwyczajne Zgromadzenie Wspólników Spółki podjęło uchwałę w sprawie przekształcenia Spółki w spółkę akcyjną. W dniu 10 kwietnia 2007 r. Sąd Rejonowy dla Miasta Stołecznego Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego zarejestrował zmianę formy prawnej Spółki ze spółki z ograniczoną odpowiedzialnością na spółkę akcyjną oraz podwyższenie kapitału akcyjnego do wysokości 500 tys. PLN. Internet Media Services Spółka Akcyjna jest zarejestrowana w Krajowym Rejestrze Sądowym prowadzonym przez Sąd Rejonowy dla Miasta Stołecznego Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000278240. Kapitał akcyjny Spółki według stanu na dzień 31 grudnia 2013 roku wynosił 663 700,72 PLN i dzielił się na 33.185.036 akcji o wartości nominalnej 0,02 złotych każda.

Z dniem 1 stycznia 2014 r. Internet Media Services S.A. zmieniła swoją siedzibę z ul. Puławskiej 465 (02-844 Warszawa) na ul. Puławską 366 (02-819 Warszawa). Zmiana danych Spółki została zarejestrowana w Krajowym Rejestrze Sądowym prowadzonym przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w dniu 28 stycznia 2014 roku.

1.2. Władze Spółki

Na dzień 31 grudnia 2013 r. władze Spółki stanowią: Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy, Rada Nadzorcza oraz Zarząd.

1.2.1. Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy, Akcjonariat

W 2013 odbyło się jedno Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy w dniu 9 stycznia 2013 roku i jedno Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy w dniu 10 czerwca 2013 roku.

Skład Akcjonariatu		na dzień 31.12.2013 r.	
Akcje kontrolowane przez osoby / podmioty nadzorujące	Właściciel prawny akcji	ilość akcji	% w kapitale zakładowym oraz % liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu
Wiesław Rozłucki	Wiesław Rozłucki	200 000	0,60%
Opera Fundusz Inwestycyjny Zamknięty	Opera Fundusz Inwestycyjny Zamknięty	2 626 500	7,91%
Artur G. Czeszejko-Sochacki	Cacheman Limited	2 374 895	7,16%
Artur G. Czeszejko-Sochacki	Grupa Kapitałowa G-8 Inwestycje Sp. z o.o.	1 052 995	3,17%
Artur G. Czeszejko-Sochacki	Artur G. Czeszejko-Sochacki	309 069	0,93%
Artur G. Czeszejko-Sochacki	Amomrat Bovornitasarn	58 701	0,18%
SUMA		6 622 160	19,96%
Akcje kontrolowane przez osoby zarządzające	Właściciel prawny akcji	ilość akcji	% w kapitale zakładowym oraz % liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu
Michał Komacki	Michał Komacki	5 423 669	16,34%
Dariusz Lichacz	Dariusz Lichacz	6 357 500	19,16%
Piotr Bielawski	Piotr Bielawski	153 120	0,46%
Wojciech Grendziński	Wojciech Grendziński	93 415	0,28%
SUMA		12 027 704	36,24%
Akcjonariusze posiadający powyżej 5% kapitału zakładowego	Właściciel prawny akcji	ilość akcji	% w kapitale zakładowym oraz % liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu
Krzysztof Bajolek	Fundusz Inwestycyjny Zamknięty FORUM X	4 920 341	14,83%
Paweł Przetacznik /Tech Cave Sp. z o.o./	Paweł Przetacznik /Tech Cave Sp. z o.o./	2 980 000	8,98%
SUMA		7 900 341	23,81%
Pozostali akcjonariusze	Pozostali akcjonariusze	ilość akcji	% w kapitale zakładowym oraz % liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu
SUMA		6 634 831	19,99%
SUMA AKCJONARIATU		33 185 036	100%

Skład Akcjonariatu		na dzień 31.12.2012 r.	
Akcje kontrolowane przez osoby / podmioty nadzorujące	Właściciel prawny akcji	ilość akcji	% w kapitale zakładowym oraz % liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu
Wiesław Rozłucki	Wiesław Rozłucki	200 000	0,60%
Opera Fundusz Inwestycyjny Zamknięty	Opera Fundusz Inwestycyjny Zamknięty	2 626 500	7,93%
Krzysztof Bajolek	Fundusz Inwestycyjny Zamknięty FORUMX	4 920 341	14,86%
Krzysztof Bajolek	INVEST PBB Sp. z o.o. S.K.A.	1 002 941	3,03%
Artur G. Czeszejko-Sochacki	Cacheman Limited	2 375 000	7,17%
Artur G. Czeszejko-Sochacki	Grupa Kapitałowa G-8 Inwestycje Sp. z o.o.	1 053 075	3,18%
Artur G. Czeszejko-Sochacki	Artur G. Czeszejko-Sochacki	304 749	0,92%
Artur G. Czeszejko-Sochacki	Amornrat Bovornantasarn	50 000	0,15%
SUMA		12 532 606	37,84%
Akcje kontrolowane przez osoby zarządzające	Właściciel prawny akcji	ilość akcji	% w kapitale zakładowym oraz % liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu
Michał Kornacki	Michał Kornacki	5 423 669	16,38%
Dariusz Lichacz	Dariusz Lichacz	6 357 500	19,20%
Przemysław Świdorski	Przemysław Świdorski	1 261 900	3,81%
Piotr Bielawski	Piotr Bielawski	98 100	0,30%
Wojciech Grendziński	Wojciech Grendziński	93 415	0,28%
SUMA		13 234 584	39,97%
Akcje kontrolowane przez członków zarządów spółek zależnych	Właściciel prawny akcji	ilość akcji	% w kapitale zakładowym oraz % liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu
Paweł Przetacznik /Tech Cave Sp. z o.o./	Paweł Przetacznik /Tech Cave Sp. z o.o./	2 980 000	9,00%
SUMA		2 980 000	9,00%
Pozostali akcjonariusze	Pozostali akcjonariusze	ilość akcji	% w kapitale zakładowym oraz % liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu
SUMA		4 367 846	13,19%
SUMA AKCJONARIATU		33 115 036	100%

1.2.2. Rada Nadzorcza

Skład Rady Nadzorczej oraz zmiany, jakie miały miejsce w 2013 r.

Skład Rady Nadzorczej na dzień 31 grudnia 2012 roku:

Wiesław Jan Rozłucki	– Przewodniczący Rady Nadzorczej,
Michał Olszewski	– Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej,
Artur G. Czeszejko- Sochacki	– Członek Rady Nadzorczej,
Krzysztof Bajołek	– Członek Rady Nadzorczej,
Jarosław Dominiak	– Członek Rady Nadzorczej.

W dniu 10 czerwca 2013 roku na mocy Uchwały nr 23 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia do Rady Nadzorczej Spółki powołano Pana Michała Rączkowskiego.

W dniu 10 czerwca 2013 roku na mocy Uchwały nr 26 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia do Rady Nadzorczej Spółki powołano Pana Jarosława Parczewskiego.

Zgodnie z Regulaminem RN w dniu 10 czerwca 2013 roku wygasła kadencja Pana Michała Olszewskiego i Pana Krzysztofa Bajołka.

Skład Rady Nadzorczej na dzień 31 grudnia 2013 roku oraz na dzień zatwierdzenia sprawozdania do publikacji:

Wiesław Jan Rozłucki	– Przewodniczący Rady Nadzorczej,
Jarosław Parczewski	– Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej,
Artur G. Czeszejko-Sochacki	– Członek Rady Nadzorczej,
Michał Rączkowski	– Członek Rady Nadzorczej,
Jarosław Dominiak	– Członek Rady Nadzorczej.

Rada Nadzorcza składa się co najmniej z pięciu członków, powoływanych na wspólną, pięcioletnią kadencję, przy czym dopuszczalne jest ponowne powoływanie do Rady Nadzorczej na następne kadencje tych samych osób. Rada Nadzorcza działa zgodnie z przepisami Kodeksu Spółek Handlowych, Statutu Spółki oraz Regulaminem Rady Nadzorczej uchwalonym przez Walne Zgromadzenie.

1.2.3. Zarząd

Skład Zarządu oraz zmiany, jakie miały miejsce w 2013 r.

Skład Zarządu na dzień 31 grudnia 2012 roku:

Michał Kornacki	– Prezes Zarządu,
Dariusz Lichacz	– Wiceprezes Zarządu,
Przemysław Świdorski	– Wiceprezes Zarządu,
Wojciech Grendziński	– Wiceprezes Zarządu,
Piotr Bielawski	– Wiceprezes Zarządu.

W dniu 10 czerwca 2013 r. Pan Przemysław Świdorski złożył rezygnację z pełnienia funkcji Wiceprezesa Zarządu z dniem 10 czerwca 2013 r.

Skład Zarządu na dzień 31 grudnia 2013 roku oraz na dzień zatwierdzenia sprawozdania do publikacji:

Michał Kornacki	– Prezes Zarządu,
Dariusz Lichacz	– Wiceprezes Zarządu,
Wojciech Grendziński	– Wiceprezes Zarządu,
Piotr Bielawski	– Wiceprezes Zarządu.

Zarząd Spółki powoływany i odwoływany jest przez Radę Nadzorczą. Zgodnie ze Statutem Spółki Zarząd składa się z trzech do siedmiu członków, w tym Prezesa i Wiceprezesów. Członków Zarządu powołuje się na okres wspólnej pięcioletniej kadencji, przy czym dopuszczalne jest ponowne powoływanie do Zarządu na następne kadencje. Do składania oświadczeń w imieniu Spółki upoważnionych jest dwóch członków Zarządu działających łącznie. Spółkę może reprezentować także prokurent, jeżeli zostanie powołany, działając łącznie z członkiem Zarządu. Zarząd działa zgodnie z przepisami Kodeksu Spółek Handlowych, Statutu Spółki oraz Regulaminem Zarządu uchwalonym przez Radę Nadzorczą.

1.3. Spółki zależne

Na dzień 31 grudnia 2013 r. w skład Grupy Kapitałowej IMS wchodziły następujące spółki:

Szczegółowe powiązania	Jednostka	Siedziba	Data objęcia kontroli	Procentowy udział Grupy w kapitale	
				31 grudnia 2013 r.	31 grudnia 2012 r.
Jednostka dominująca	Internet Media Services Spółka Akcyjna	ul. Puławska 366; Warszawa; Polska	x	x	x
Szczegół pierwszy	Tech Cave Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością	ul. Lipowa 3; Kraków; Polska	19.01.2006 r.	100,00%	100,00%
	Videotronic Media Solutions Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością	ul. Puławska 366; Warszawa; Polska	18.05.2007 r.	100,00%	70,00%

W dniu 15 lipca 2013 r. IMS S.A. nabyła 30% udziałów w VMS Sp. z o.o. Tym samym, na dzień 31.12.2013 r. IMS S.A. jest 100% właścicielem VMS Sp. z o.o. Nabycie udziałów opisane zostało szczegółowo w pkt. 2.2.4.

Z dniem 1 stycznia 2014 roku Videotronic Media Solutions zmieniła swoją siedzibę z ul. Puławskiej 465 (02-844 Warszawa) na ul. Puławską 366 (02-819 Warszawa).

Na dzień zatwierdzenia sprawozdania do publikacji w skład Grupy Kapitałowej wchodzi Entertainment Group Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie. W dniu 31 marca 2014 roku IMS S.A. objęła 73% udziałów Entertainment Group. Szczegółowe informacje dotyczące nabycia udziałów w Entertainment Group zostały opisane w pkt. 4.1.

2. DZIAŁALNOŚĆ SPÓŁKI

2.1. Podstawowe obszary działalności

Internet Media Services S.A. jest międzynarodowym dostawcą wyspecjalizowanych usług z zakresu marketingu sensorycznego w miejscu sprzedaży. Nowoczesne rozwiązania oferowane przez Spółkę pozwoliły jej osiągnąć pozycję lidera na rynku polskim, jak również rozpocząć rozwój oferty na innych rynkach europejskich.

IMS S.A. dostarcza usługi, które mają na celu wpłynięcie na atrakcyjność miejsc sprzedaży, jak również wzrost sprzedaży promowanego asortymentu. Działania Spółki skupiają się w trzech głównych obszarach marketingu sensorycznego:

- ☐ **audiomarketingu** - przygotowanie i emisja formatów muzycznych oraz produkcja i emisja reklam dźwiękowych (abonamenty audio i reklama audio),
- ☐ **Digital Signage** - produkcja i emisja przekazów reklamowych na ekranach plazmowych (abonamenty video i reklama video),
- ☐ **aromamarketingu** - dobór i dystrybucja kompozycji zapachowych (umowy abonamentowe).

Powyższe dziedziny stanowią podstawowy trzon marketingu sensorycznego, który jest działaniem polegającym na umiejętnym dobraniu odpowiednich bodźców dźwiękowych, wizualnych i zapachowych w celu wywołania oczekiwanych reakcji u klientów.

Misją IMS S.A. jest pozostanie wiodącym dostawcą rozwiązań podnoszących efektywność i atrakcyjność miejsc sprzedaży. Ideą Spółki jest oferowanie kompleksowych rozwiązań marketingowych, które odciążą klienta od implementacji, zarządzania i monitorowania systemów i procesów sprzedaży nakierowanych na działania marketingowe w miejscu sprzedaży.

Wytworzenie właściwej atmosfery miejsc sprzedaży pozwala wpłynąć m.in. na:

- ☐ zachowania klientów (wzbudzenie zainteresowania miejscem sprzedaży, wydłużenie czasu pobytu klienta w sklepie, co w konsekwencji wpływa na zwiększenie prawdopodobieństwa dokonania zakupów),
- ☐ budowanie wizerunku marki (odpowiednio dobrany zapach, treść reklamowa oraz jej sposób przekazu pozwala na uzyskanie odpowiednich skojarzeń z marką, jak również kreuje lojalność wobec marki),
- ☐ zwiększenie sprzedaży.

Podstawowe obszary działalności Internet Media Services S.A. wg PKD to:

- pośrednictwo w sprzedaży miejsca na cele reklamowe w pozostałych mediach – PKD 73.12.D,
- reprodukcja zapisanych nośników informacji - PKD 18.20.Z,
- działalność w zakresie nagrań dźwiękowych i muzycznych - PKD 59.20.Z,
- działalność postprodukcyjna związana z filmami, nagraniami wideo i programami telewizyjnymi - PKD 59.12.Z,
- działalność związana z dystrybucją filmów, nagrań wideo i programów telewizyjnych - PKD 59.13.Z,
- działalność związana z projekcją filmów - PKD 59.14.Z.

2.2. Zdarzenia mające istotny wpływ na działalność Spółki w 2013 roku

2.2.1. Rozliczenie dotacji unijnej - System Digital Signage Premium

W dniu 28 marca 2013 r. Spółka otrzymała z Banku Gospodarstwa Krajowego informację o wyniku weryfikacji wniosku o płatność złożonego 25 lutego 2013 r., wynikającego z zakończenia rozpoczętego w 2010 roku projektu „Wdrożenie najnowocześniejszego Systemu Videomarketingu Digital Signage Premium w wiodących galeriach”. Nakłady inwestycyjne poniesione przez Spółkę na realizację projektu w latach 2010 – 2012 wyniosły łącznie 3 835 tys. PLN i przyczyniły się do znaczącej rozbudowy i unowocześnienia posiadanego systemu Digital Signage, powiększenia zasięgu sprzedażowego i możliwości sprzedaży reklam video w galeriach handlowych. BGK zatwierdził do wypłaty na rzecz IMS S.A. całość wnioskowanej kwoty premii technologicznej, tj. 1 462 tys. PLN. Bezzwrotna dotacja w wysokości 1 462 tys. PLN w istotny sposób obniża koszty działalności Spółki oraz Grupy IMS.

2.2.2. Uzyskanie dofinansowania z UE

W dniu 25 września 2013 roku IMS S.A. podpisała z Polską Agencją Rozwoju Przedsiębiorczości umowę o dofinansowanie w ramach Działania 8.2 Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka "Wdrożenie w IMS S.A. systemu B2B automatyzującego procesy z zakresu marketingu sensorycznego". Celem wdrożenia jest dodatkowe podniesienie efektywności w kluczowych, abonamentowych segmentach działalności Spółki, co w istotny sposób powinno wpłynąć na osiągane wyniki finansowe. Całkowity koszt realizacji projektu wynosi 856 tys. PLN. Maksymalny poziom dofinansowania to 599 tys. PLN (70% wydatków). Planowany termin zakończenia realizacji projektu to 30.06.2014 r. (przesunięty z 31.03.2014 r.)

2.2.3. Mood Factory Sp. z o.o.

W styczniu 2013 roku IMS S.A. otrzymała podpisaną umowę inwestycyjną o rozpoczęciu współpracy z Inkubatorem Przedsiębiorczości. Współpraca ma na celu budowę lokalnej sieci dystrybucji usług audio- i aromamarketingu w Polsce. Współpraca przewiduje finansowanie projektu w całości przez Inkubator, IMS S.A. natomiast zapewnia wsparcie technologiczne projektu. Wkład Inkubatora w przedsięwzięcie wynosi ok. 0,8 mln PLN. Taka formuła przedsięwzięcia minimalizuje ryzyko gospodarcze po stronie IMS S.A. oraz maksymalizuje korzyści w wyniku potencjalnego połączenia nowozawiazanej spółki inkubatorowej z IMS S.A. w perspektywie 3-4 lat. IMS S.A. posiada na dzień dzisiejszy opcję zakupu 30% udziałów w start-upie i przy planowanym powodzeniu przedsięwzięcia wykona opcję oraz będzie dążyła do przejęcia całości przedsiębiorstwa. Przejęcie zapewniłoby znaczący wzrost ilości posiadanych lokalizacji płacących comiesięczny abonament i tym samym istotny wzrost przychodów, zysku operacyjnego oraz zysku netto IMS S.A.

Powstała w wyniku podjętej współpracy pomiędzy IMS S.A. a Inkubatorem Przedsiębiorczości Mood Factory Sp. z o.o., została w dniu 4 marca 2013 roku zarejestrowana w Krajowym Rejestrze Sądowym prowadzonym przez Sąd Rejonowy dla Miasta Stołecznego Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000452488. Na dzień zatwierdzenia sprawozdania do publikacji IMS S.A. posiada opcję zakupu 30% udziałów w Mood Factory Sp. z o.o., wykonywalną najwcześniej w lutym 2016 roku. Na dzień zatwierdzenia sprawozdania do publikacji opcja jest „out of the money”.

2.2.4. Nabycie udziałów w spółce zależnej

W dniu 15 lipca 2013 r. IMS S.A. nabyła 30% udziałów w Videotronic Media Solutions Sp. z o.o., w której IMS S.A. posiadała dotychczas 70% udziałów i 70% głosów na zgromadzeniu wspólników. Cena zakupu wyniosła 8 tys. PLN. Po transakcji skład Grupy IMS przedstawia się następująco:

- Internet Media Services S.A. (IMS S.A.) - jednostka dominująca,
- Tech Cave Sp. z o.o. - IMS S.A. posiada 100 % udziałów,
- Videotronic Media Solutions Sp. z o.o. - IMS S.A. posiada 100 % udziałów.

Nabycie udziałów i posiadanie 100% pakietu w VMS Sp. z o.o. pozwoli na konsolidację całego zysku netto wypracowywanego przez VMS Sp. z o.o. dla Grupy IMS do zysku netto przypisanego akcjonariuszom jednostki dominującej. Za 2012 rok część zysku, która przypadła udziałom niekontrolującym (tj. poza Grupę) wyniosła 25 tys. PLN, a za okres od 1 stycznia 2013 do dnia nabycia – 39 tys. PLN.

Również w dniu 15 lipca 2013 r. IMS S.A. jako jedyny wspólnik VMS Sp. z o.o. dokonała podwyższenia kapitału zakładowego VMS Sp. z o.o. o 200 tys. PLN do kwoty 250 tys. PLN. Nowowyemitowane udziały objęte zostały poprzez wniesienie wierzytelności w wysokości 200 tys. PLN przysługujących IMS S.A. wobec VMS Sp. z o.o. z tytułu udzielonych wcześniej pożyczek, objętych odpisem aktualizującym.

2.2.5. Podwyższenie kapitału zakładowego

W październiku 2013 roku na mocy Regulaminu Programu Motywacyjnego, przeprowadzona została emisja i nastąpiło objęcie 70 000 akcji serii F2 o łącznej wartości nominalnej 1 400,00 PLN. Wartość objętych akcji podwyższyła kapitał zakładowy Spółki.

W październiku 2013 roku Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy KRS zarejestrował podwyższenie kapitału zakładowego Spółki o kwotę 1 400,00 PLN. W wyniku podwyższenia kapitał wynosi 663 700,72 PLN.

2.2.6. Akcje IMS S.A. w NewConnect Lead

Zarząd Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. komunikatami w okresie marzec 2013 roku - marzec 2014 roku każdorazowo kwalifikował akcje Internet Media Services S.A. do segmentu NewConnect Lead – indeksu najlepszych spółek notowanych na NewConnect, o największym potencjale do przeniesienia na główny parkiet GPW. Aby znaleźć się w tym prestiżowym gronie, musiało zostać spełnionych szereg restrykcyjnych warunków, dotyczących m.in. wielkości kapitalizacji, ilości dziennych transakcji na akcjach Spółki, przestrzegania zasad ładu korporacyjnego, dobrej komunikacji z inwestorami poprzez rzetelne wypełnianie obowiązków informacyjnych. Szczególne oznaczenie nazwy akcji IMS S.A. w serwisach informacyjnych GPW i na stronie www.newconnect.pl, wynikające z przynależności do NewConnect Lead, nastąpiło od sesji giełdowej w dniu 2 kwietnia 2013 r.

Zarząd Spółki planuje przeniesienie w II połowie 2014 roku akcji IMS S.A. na główny parkiet GPW.

2.3. Pozycja rynkowa Internet Media Services S.A.

Na koniec 2013 roku IMS S.A. dostarczała swoje usługi do 7 387 lokalizacji na terenie kraju i poza granicami.

Wykres. Wzrost liczby obsługiwanych przez Internet Media Services S.A. lokalizacji handlowych w latach 2000 – 2013

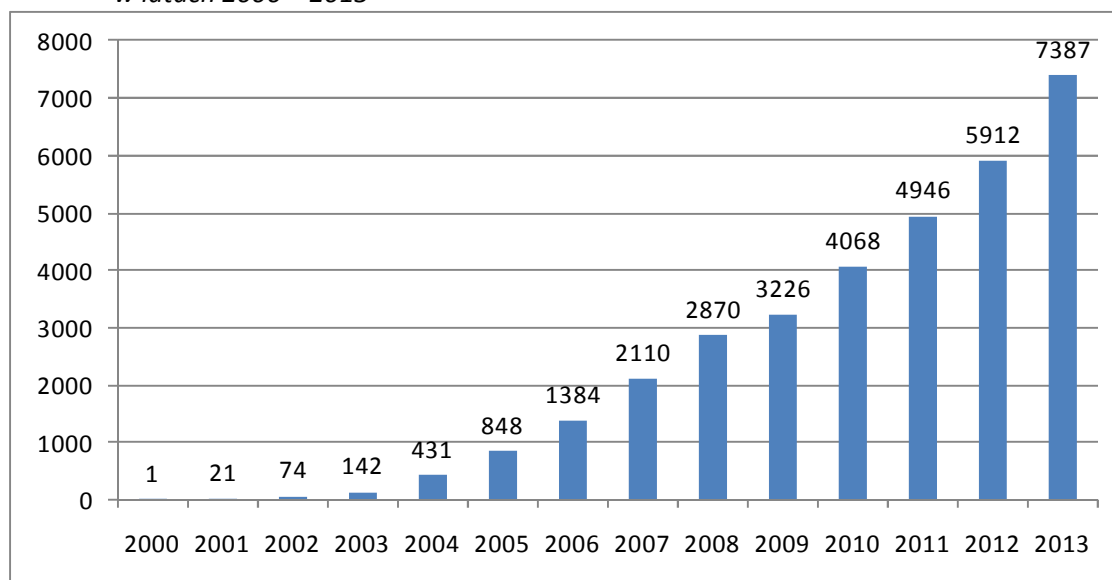
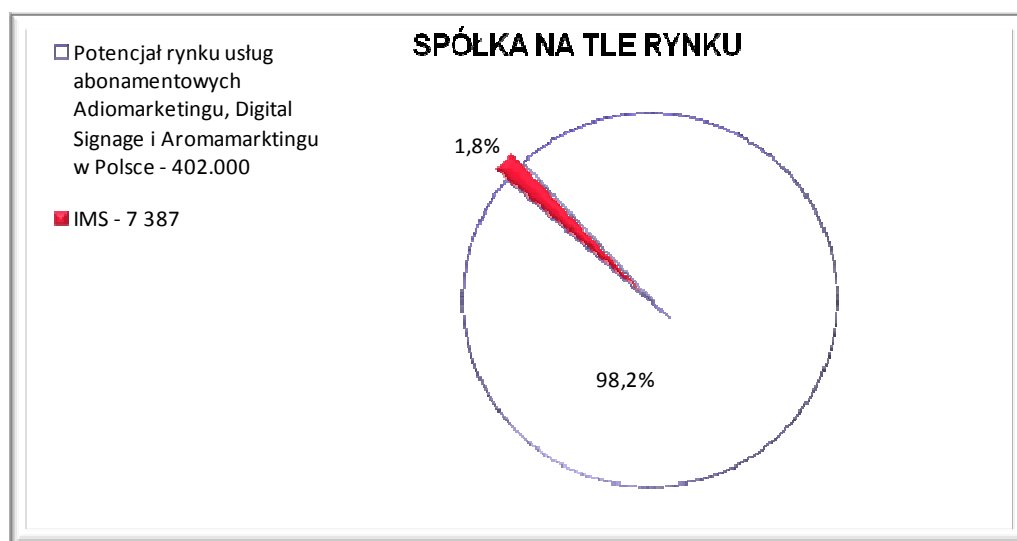


Tabela: Wzrost liczby obsługiwanych lokalizacji handlowych oraz kampanii reklamowych w latach 2013-2012

	Na dzień 31 grudnia 2013 r.	Na dzień 31 grudnia 2012 r.	Wskaźnik wzrostu 2013/2012	
			wartościowy	procentowy
Ilość obsługiwanych lokalizacji handlowych (abonamenty audio i video)	6 131	4 888	1 243	25%
Ilość obsługiwanych lokalizacji handlowych (aromamarketing)	1 256	1 024	232	23%
Ilość kampanii reklamowych audio	2 694	2 373	321	14%
Ilość kampanii reklamowych Digital Signage	800	848	(48)	-6%

Potencjał rynku



Źródło: Raport „Rynek wewnętrzny w 2011 r.” Główny Urząd Statystyczny
Na szacowany potencjał rynku składają się sklepy, stacje paliw, restauracje oraz bary na terenie Polski.

Źródła przewagi konkurencyjnej IMS-u tkwią przede wszystkim w kompleksowym podejściu do marketingu sensorycznego w miejscu sprzedaży i budowaniu w każdym z rozwijanych sektorów (audio, video, aroma) wewnętrznych, silnych kompetencji. Dotyczy to kompetencji marketingowych, sprzedażowych, a także technicznych i logistycznych. IMS S.A. posiada własne zespoły do realizacji tych poszczególnych zadań. Działy zajmujące się bezpośrednią obsługą klienta, budowane przez wiele lat w oparciu o najlepszych fachowców dają firmie olbrzymią przewagę nad konkurencją, której trudno jest dzisiaj dogonić IMS S.A. w wielu z tych obszarów. Dla przykładu - kompetencje działu muzycznego są dziś najwyższymi w Polsce, czego dowodem są chociażby prośby o pomoc od wielu innych podmiotów z rynku muzycznego w sprawach związanych z wykorzystaniem muzyki (kompilacje, play-listy dla stacji radiowych itp.).

Unikalną cechą oferty w każdym sektorze, w którym konkuruje IMS S.A., jest oferowanie najlepszych, innowacyjnych rozwiązań marketingowych w całościowym opracowaniu. Ideą i ofertą IMS S.A. jest zupełne odciążenie klienta od implementacji, zarządzania i monitorowania systemów oraz procesów, nakierowanych na działania marketingowe w miejscu sprzedaży. Klient IMS S.A., po uzgodnieniu celów do osiągnięcia lub zadań do wypełnienia, nie bierze już później udziału w przebiegu akcji marketingowej. Nie dotyczy to oczywiście konsultacji z klientem, np. w dziedzinie rozwoju profili muzycznych prezentowanych w sklepach klienta lub wyrażania zgody na treści poszczególnych spotów promocyjnych.

Firma rozwinęła w najszerszym zakresie w Polsce usługi audio-, video- i aromamarketingu w miejscach sprzedaży. Systemy IMS S.A. pracują dzisiaj praktycznie w każdym istotnym miejscu w Polsce, a firma oprócz ciągłego rozwoju sieci klientów wciąż wprowadza nowe produkty i rozwiązania dla obecnych klientów.

2.4. Prognozy rozwoju Spółki i rynku

Rynek usług audiomarketingowych ilościowo w najbliższych latach będzie rósł w podobnym tempie jak w ostatnich. Będzie się tak działo w związku z rozwojem sieci już korzystających z takich usług oraz dołączania kolejnych punktów. W ujęciu wartościowym wzrost może być wolniejszy ze względu na presję cenową klientów szukających ograniczeń budżetów marketingowych. Na dzień 31 grudnia 2013 roku Spółka dostarczała abonamentowe usługi interaktywnego systemu audio i video do 6 131 obiektów. Dla porównania na dzień 31 grudnia 2012 roku liczba punktów, w których świadczone w/w usługi to 4 888.

Rynek aromamarketingu jest dziś najmniejszy ze wszystkich sektorów w których konkuruje IMS S.A. Widząc jednak olbrzymie zainteresowanie klientów można śmiało powiedzieć, że należy oczekiwać szybkiego rozwoju tego typu usług, co potwierdza dynamiczny wzrost przychodów generowany w tym segmencie. W 2012 r. wartość sprzedaży wyniosła 2 449 tys. PLN; w 2013 r. była to już kwota 3 240 tys. PLN. Na dzień 31 grudnia 2012 roku obsługiwaliśmy 1 024 lokalizacji, podczas gdy na dzień 31 grudnia 2013 roku liczba lokalizacji z usługą abonamentu aroma wynosiła już 1 256.

3. SYTUACJA MAJĄTKOWA I FINANSOWA SPÓŁKI

3.1. Sytuacja finansowa Spółki

Mając na uwadze bardzo dobre wyniki finansowe Spółki i całej Grupy Kapitałowej IMS oraz bardzo dobrą sytuację finansową, Zarząd IMS S.A. będzie rekomendował Radzie Nadzorczej oraz Walnemu Zgromadzeniu Akcjonariuszy **wypłatę dywidendy za 2013 rok w wysokości 1 327 tys. PLN tj. 4 grosze/akcję**. Również w kolejnych latach Zarząd będzie dążył do przeznaczania części wypracowanego zysku na wypłatę dywidendy Akcjonariuszom. Pozostała część zysku alokowana będzie w inwestycje w najbardziej rentowne segmenty działalności oraz nowe projekty powiększające przychody i zyski Grupy IMS.

Tabela. Wybrane informacje finansowe za lata 2013-2012

(w tys. PLN)	12 miesięcy zakończonych 31 grudnia 2013 r.	12 miesięcy zakończonych 31 grudnia 2012 r.	Zmiana wartościowa	Zmiana procentowa
Przychody netto ze sprzedaży i zrównane z nimi:	26 544	24 039	2 505	10%
Przychody netto ze sprzedaży	26 613	24 077	2 536	11%
Koszty wytworzenia produktów na własne potrzeby	(69)	(38)	(31)	82%
Koszty działalności operacyjnej	22 754	22 424	330	1%
Wynik na sprzedaży	3 790	1 615	2 175	135%
EBIT	3 458	1 198	2 260	189%
Wynik na działalności operacyjnej + amortyzacja (EBITDA)	7 024	4 934	2 090	42%
Wynik brutto	3 425	788	2 637	335%
Wynik netto	2 703	1 100	1 603	146%

Tabela. Główne kategorie pozycji „Przychody netto ze sprzedaży” w roku 2013 i 2012

(w tys. PLN)	12 miesięcy zakończonych 31 grudnia 2013 r.	12 miesięcy zakończonych 31 grudnia 2012 r.	Zmiana wartościowa	Zmiana procentowa
Abonamenty audio i video	10 857	9 878	979	10%
Aromarketing (abonamenty)	3 240	2 449	791	32%
Reklama audio	7 344	6 583	761	12%
Digital Signage	4 799	4 701	98	2%
Pozostałe	373	466	(93)	-20%
Przychody netto ze sprzedaży	26 613	24 077	2 536	11%

Przychody netto ze sprzedaży osiągnęły w 2013 r. wartość 26 613 tys. PLN, tj. wzrosły w stosunku do roku ubiegłego o 11%. Wzrost wartości przychodów wynika głównie ze wzrostu poziomu przychodów z abonamentów audio i video (wzrost o 10% z wartości 9 878 tys. PLN w roku 2012 do 10 857 tys. PLN w roku 2013), wzrostu świadczonych usług aromamarketingu (wzrost o 32% z wartości 2 449 tys. PLN w roku 2012 do 3 240 tys. PLN w roku 2013) oraz wzrostu świadczonych usług reklamy audio (wzrost o 12% z wartości 6 583 tys. PLN do 7 344 tys. PLN).

W 2013 roku IMS S.A. odnotowała zmniejszenie wartości kosztów działalności w kategorii:

- wynagrodzenia, ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia pracownicze – spadek o 15% z kwoty 4 630 tys. PLN do kwoty 3 931 tys. PLN;
- amortyzacja – spadek o 5 % z wartości 3 736 tys. PLN do wartości 3 566 tys. PLN.

Wzrost kosztów działalności dotyczy głównie pozycji:

- usługi obce – wzrost o 5% z kwoty 12 057 tys. PLN do kwoty 12 600 tys. PLN;
- wartość sprzedanych towarów i materiałów – wzrost o 443% z kwoty 153 tys. PLN do kwoty 833 tys. PLN.

Wyższy koszt sprzedanych towarów i materiałów wynika z ponoszonych kosztów zakupu materiałów w trakcie instalacji systemów Digital Signage.

Na koniec 2013 roku Spółka przeprowadziła coroczny test na utratę wartości *wartości firmy*. W wyniku testu wartość użytkowa przyjęta za wartość odzyskiwalną okazała się niższa od wartości bilansowej ośrodka z przypisaną *wartością firmy*, dlatego dokonano odpisu aktualizującego *wartość firmy* w wysokości 191 tys. PLN, który w całości obciążył pozycję kosztów finansowych.

3.2. Sytuacja majątkowa Spółki

Tabela. Wybrane informacje finansowe na dzień 31 grudnia 2013 i 2012 roku

(w tys. PLN)	Na dzień zakończony 31 grudnia 2013 r.	Na dzień zakończony 31 grudnia 2012 r.
Aktywa trwałe, w tym:	12 746	16 192
Wartość firmy	1 442	1 633
Rzeczowe aktywa trwałe	7 824	10 937
Aktywa finansowe długoterminowe	2 312	2 174
Aktywa obrotowe, w tym:	11 637	8 036
Zapasy	1 008	862
Należności z tytułu dostaw i usług	4 861	4 125
Aktywa finansowe krótkoterminowe	337	426
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	4 497	2 153
Rozliczenia międzyokresowe	107	130
Aktywa razem	24 383	24 228
Kapitał własny	14 668	12 188
Zobowiązania długoterminowe, w tym:	2 372	4 035
Kredyty i pożyczki	-	1 282
Zobowiązania z tyt. leasingu finansowego	826	967
Rezerwa z tytułu podatku odroczonego	1 539	1 776
Zobowiązania krótkoterminowe, w tym:	7 343	8 005
Kredyty i pożyczki	1 888	2 870
Zobowiązania z tytułu leasingu finansowego	1 302	1 962
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług	2 623	1 850
Zobowiązania z tyt. podatku dochodowego	42	-
Zobowiązania z tyt. pozostałych podatków	395	486
Rezerwy na zobowiązania	773	823
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	6 446	4 438
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej, w tym:	(1 685)	(2 559)
Nabycie wartości niematerialnych i środków trwałych	(2 005)	(3 344)
Inne aktywa finansowe	-	-
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej, w tym:	(2 417)	(1 320)
Podwyższenie kapitału podstawowego	2	4
Wpłaty z tyt. leasingu	1 352	1 987
Kredyty bankowe i pożyczki	-	320
Płatności z tytułu leasingu finansowego wraz z odsetkami	(2 319)	(2 710)
Splata kredytów bankowych i pożyczek z odsetkami	(2 346)	(1 001)
Przepływy pieniężne netto	2 344	559
Środki pieniężne na początek okresu	2 153	1 594
Środki pieniężne na koniec okresu	4 497	2 153

W aktywach trwałych Spółki według stanu na 31.12.2013 roku zauważalny jest znaczący spadek wartości rzeczowych aktywów trwałych względem stanu na 31.12.2012 roku. Zmiana powyższa wynika w dużej mierze z rozliczenia otrzymanej dotacji z funduszy UE. Otrzymane w kwietniu 2013 r. środki spowodowały zmniejszenie wartości brutto rzeczowych aktywów trwałych o kwotę 1 462 tys. PLN.

W strukturze sprawozdania z sytuacji finansowej widoczny jest wzrost stanu środków pieniężnych o 2 344 tys. PLN. Na lokatach bankowych krótkoterminowych na dzień 31.12.2013 r. IMS S.A. posiada

środki w wysokości 4 114 tys. PLN. Bardzo widoczny jest także spadek zobowiązań – z tytułu umów kredytowych w łącznej wartości 2 264 tys. PLN oraz z tytułu umów leasingowych w wysokości 801 tys. PLN.

IMS S.A. posiada bardzo dobrą sytuację płynnościową, czego dowodem jest m.in. rekomendowana Walnemu Zgromadzeniu Akcjonariuszy wypłata dywidendy oraz jej prognozowany wzrost o 100% względem 2012 roku.

Tabela. Nakłady Spółki na główne grupy rzeczowego majątku trwałego w latach 2012-2013

ROK	Urządzenia do usługi audiomarketingu	Urządzenia do usługi videomarketingu	Urządzenia do usługi aromamarketingu	Samochody
	wartość w tys. PLN	wartość w tys. PLN	wartość w tys. PLN	wartość w tys. PLN
2012	1 391	1 211	581	439
2013	963	175	438	11

Wydatki na rzeczowy majątek trwały, wartości niematerialne i prawne oraz środki trwałe w budowie w kwocie 2 005 tys. PLN zostały sfinansowane własnymi środkami wypracowanymi z działalności operacyjnej oraz w drodze leasingu finansowego.

Zarządzanie ryzykiem kapitałowym

Celem Spółki w zarządzaniu ryzykiem kapitałowym jest ochrona zdolności IMS do kontynuowania działalności, tak aby możliwe było realizowanie zwrotu dla Akcjonariuszy oraz utrzymywanie optymalnej struktury kapitału.

Aby utrzymać lub skorygować strukturę kapitału, IMS może zwracać kapitał Akcjonariuszom, emitować nowe akcje lub sprzedawać aktywa w celu obniżenia zadłużenia.

Spółka monitoruje kapitał przy pomocy m.in. wskaźnika zadłużenia. Wskaźnik ten oblicza się jako stosunek zadłużenia netto do łącznej wartości kapitału. Zadłużenie netto oblicza się jako sumę kredytów i pożyczek (w tym kredyty i pożyczki oraz zobowiązania handlowe i pozostałe, wykazane w sprawozdaniu z sytuacji finansowej) pomniejszoną o środki pieniężne i ich ekwiwalenty. Łączną wartość kapitału oblicza się jako kapitał własny wykazany w sprawozdaniu z sytuacji finansowej plus zadłużenie netto.

Wskaźnik zadłużenia na dzień 31 grudnia 2013 r. wyniósł 26,2% i był niższy o 18,6 punktu procentowego wobec stanu na 31 grudnia 2012 r. wynoszącego 44,8%.

W swojej działalności w 2013 roku Spółka nie stosowała pochodnych instrumentów finansowych. W badanym okresie sprawozdawczym płynność finansowa jednostki utrzymywała się na dobrym, stabilnym poziomie.

3.3. Analiza wskaźnikowa, kurs akcji

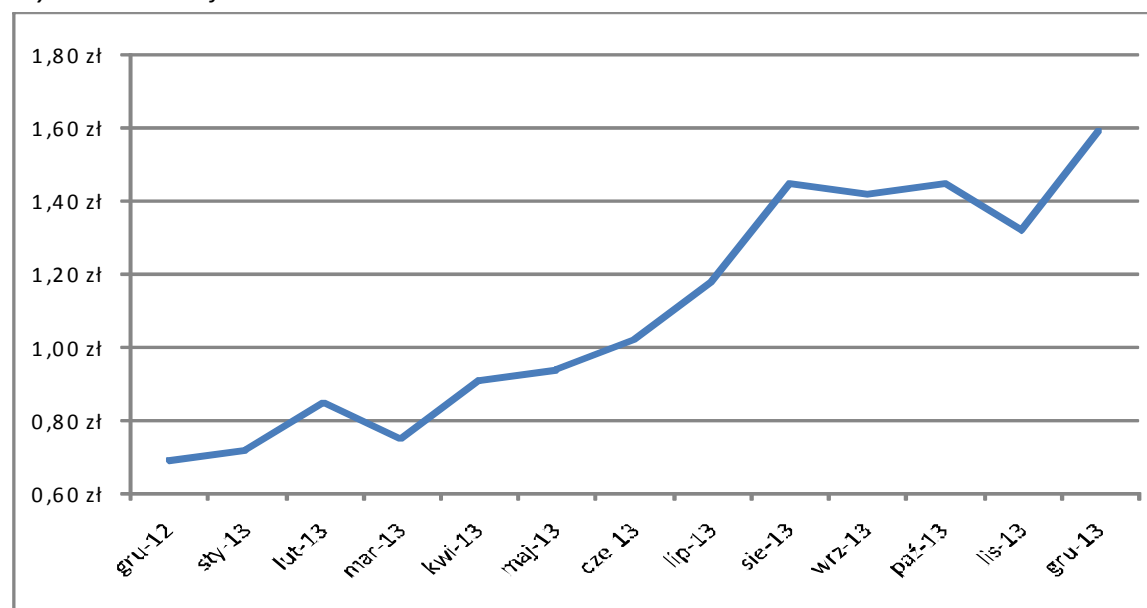
Parametr	Formuła obliczeniowa	2013	2012
RoA	$\frac{\text{zysk netto}}{\text{aktywa ogółem}}$	11,1%	4,5%
RoE	$\frac{\text{zysk netto}}{\text{kapitał własny}}$	18,4%	9,0%
Rentowność EBITDA	$\frac{\text{EBITDA}}{\text{przychody netto ze sprzedaży}}$	26,4%	20,5%
Rentowność netto	$\frac{\text{zysk netto}}{\text{przychody netto ze sprzedaży}}$	10,2%	4,6%
Dług netto (mln PLN)	środki pieniężne minus dług oprocentowany	0,5	(4,9)

IMS S.A. odnotowała bardzo znaczący progres wszystkich w/w wskaźników finansowych. Szczególną uwagę zwraca wzrost rentowności netto, zmiana wskaźnika zadłużenia netto oraz skokowe wzrosty rentowności z majątku.

Kurs akcji

W trakcie 2013 roku najniższy kurs akcji IMS S.A. na zamknięciu sesji wyniósł 0,61 PLN (14 stycznia 2013 roku), natomiast najwyższy kurs akcji na zamknięciu sesji wyniósł 1,64 PLN (19 grudnia 2014 roku). Różnica pomiędzy notowaniem na początek i koniec 2013 roku wynosiła in plus 99%.

Wykres. Kurs akcji IMS S.A. w 2013 roku



3.4. Sytuacja kadrowa

Zatrudnienie w Spółce w porównaniu ze stanem na początek roku spadło o 14 osób i osiągnęło poziom 35 osób:

Struktura zatrudnienia (w osobach)	Na dzień	Na dzień
	31 grudnia 2013 r.	31 grudnia 2012 r.
Działy Handlowe i Obsługa Klienta	25	32
Administracja	1	3
Finanse i Kadry	5	4
Dział Techniczny	-	5
Zarząd	4	5
RAZEM	35	49

Jednocześnie IMS S.A. w swojej działalności ściśle współpracuje z ponad dwudziestoma firmami na podstawie umów opartych o prawa kodeksu cywilnego.

4. ISTOTNE WYDARZENIA PO ZAKOŃCZENIU OKRESU SPRAWOZDAWCZEGO

4.1. Przejęcie Entertainment Group Sp. z o.o.

W dniu 31 marca 2014 roku IMS S.A. podpisała umowę inwestycyjną z dwiema osobami fizycznymi posiadającymi 100% udziałów w spółce Entertainment Group Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie.

Na mocy tej umowy, IMS S.A. nabyła 73% udziałów w Entertainment Group Sp. z o.o. Cena nabycia w momencie przejęcia wyniosła 145 tys. PLN i zapłacona zostanie w akcjach serii G Internet Media Services S.A., wyemitowanych na mocy uprawnienia do podwyższenia kapitału zakładowego w granicach kapitału docelowego przyjętego uchwałą nr 5 przez Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Internet Media Services S.A. w dniu 29 kwietnia 2011 r.

Łącznie Spółka wyemituje 79 856 akcji serii G. Cena emisyjna jednej akcji ustalona została w wysokości 1,81 PLN, jako średnia arytmetyczna z dziennych cen zamknięcia ważonych wolumenem obrotu akcji IMS S.A. w alternatywnym systemie obrotu na rynku NewConnect z okresu 60 kolejnych sesji w dniach 14 listopada 2013 r. - 28 lutego 2014 r.

Nabycie pakietu większościowego w Entertainment Group Sp. z o.o. nastąpiło w oparciu o model earn-out. Dotychczasowi właściciele otrzymają dodatkowe wynagrodzenie w zależności od wielkości zysków wypracowanych przez Entertainment Group Sp. z o.o. dla Grupy IMS w perspektywie 3 lat po przejęciu. Wynagrodzenie płatne będzie w akcjach IMS S.A. lub w gotówce, do wyboru przez IMS S.A. Na wypadek słabszych od spodziewanych wyników finansowych osiągniętych przez Entertainment Group Sp. z o.o., w ciągu 2 lat od zawarcia umowy inwestycyjnej IMS S.A. przysługiwać będzie prawo do żądania nabycia przez dotychczasowych właścicieli wszystkich udziałów w Entertainment Group nabytych przez IMS S.A. (tzw. opcja put) po cenie równej ich cenie nabycia przez IMS S.A. i do żądania sprzedaży przez dotychczasowych właścicieli Entertainment Group akcji IMS S.A. otrzymanych przez nich w zamian za udziały w Entertainment Group po cenie równej ich cenie nabycia. Internet Media Services S.A. ma prawo do powoływania większości członków Zarządu w Entertainment Group Sp. z o.o. oraz wskazania prokurenta do bieżącej kontroli działalności Entertainment Group Sp. z o.o.

Przejęcie Entertainment Group ma na celu rozszerzenie portfolio usług Grupy Kapitałowej IMS i dotarcie z szerszą ofertą do większej liczby klientów, a w konsekwencji wzrost przychodów i zysków Grupy IMS. Entertainment Group specjalizuje się w organizacji eventów i wydarzeń specjalnych. Firma zajmuje się przygotowywaniem i realizacją imprez związanych z wprowadzeniem nowych produktów na rynek, ambientami, promocją, programami lojalnościowymi, szkoleniami, konferencjami itp. czyli usługami, których jeszcze nie ma w swojej ofercie Grupa IMS, a na które istnieje szerokie zapotrzebowanie ze strony

rynku. Agencja buduje i wzmacnia w ten sposób pozytywny wizerunek firm, a jej celem jest realizacja zleceń w sposób w pełni dostosowany do indywidualnych potrzeb klienta. Jedną ze specjalizacji Entertainment Group są działania PR, mające na celu promowanie marki w wybranym środowisku. Przedsięwzięcia eventowe oraz szeroki zakres usług PR, w tym Celebrity PR, umożliwiają zaprezentowanie aspektów najistotniejszych z punktu widzenia klienta. W portfolio klientów Entertainment Group znajdują się m.in.: Diageo Polska, Carlsberg Polska, Hotel Sheraton, GlaxoSmithKline, Metro Group, Summit Motors Poland, Red Bull, Schweppes Orangina, Martini Polska, Citroen, Multikino, Przedstawicielstwo Komisji Europejskiej w Polsce, Pepsi Polska. Średnioroczne przychody Entertainment Group z okresu ostatnich 5 lat wynoszą 3,4 mln PLN. Dzięki efektom synergii i wykorzystaniu kontaktów biznesowych IMS S.A., oczekiwane jest zwiększenie wielkości przychodów osiąganych przez Entertainment Group. W połączeniu z wykorzystaniem wewnątrzgrupowych zasobów technicznych i organizacyjnych oraz optymalizacją ponoszonych kosztów, spodziewany jest wzrost osiąganej przez Entertainment Group rentowności do poziomu zbliżonego do rentowności Grupy IMS, która za 2013 rok wyniosła 11,8% (rentowność netto).

4.2. Program skupu akcji własnych

W dniu 17 lutego 2014 Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy podjęło uchwałę nr 9 w sprawie upoważnienia Zarządu Spółki do nabywania akcji własnych IMS S.A. Walne Zgromadzenie upoważniło Zarząd IMS do nabycia celem umorzenia nie więcej niż 1.666.666 akcji własnych Spółki. Zgodnie z udzielonym upoważnieniem, nabycie akcji własnych może następować poprzez:

- składanie zleceń maklerskich,
- zawieranie transakcji pakietowych,
- zawieranie transakcji poza obrotem zorganizowanym,
- ogłoszenie wezwania.

W uchwale, Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy wskazało minimalną cenę skupu w wysokości 1,80 PLN za jedną akcję i maksymalną cenę skupu w wysokości 4,00 PLN za jedną akcję. Łącznie na program skupu akcji własnych przeznaczona została kwota w maksymalnej wysokości 3 mln PLN.

Upoważnienie Zarządu do nabywania akcji własnych udzielone zostało na okres od 18 lutego 2014 roku do 31 grudnia 2016 roku, nie dłużej jednak niż do chwili wyczerpania środków przeznaczonych na nabycie akcji własnych. Nabywanie akcji własnych może być wykonane w ramach transz realizowanych we wskazanym okresie z zastrzeżeniem, że w danym roku obrotowym mogą być realizowane nie więcej niż trzy transze, a na jedną transzę można przeznaczyć maksymalnie 15 % wartości wszystkich środków przeznaczonych na nabycie akcji własnych.

W ramach upoważnienia Zarząd Spółki po zaopiniowaniu Rady Nadzorczej Spółki ma prawo zakończyć skup akcji własnych przed 31 grudnia 2016 roku lub przed wyczerpaniem całości środków przeznaczonych na ich nabycie jak też zrezygnować z nabycia akcji własnych w całości lub w części.

W czasie trwania upoważnienia Zarząd IMS jest zobowiązany do przedstawiania na każdym Walnym Zgromadzeniu informacji o aktualnej realizacji Programu skupu akcji własnych.

Na mocy Uchwały o której mowa powyżej, Zarząd Internet Media Services S.A. na posiedzeniu w dniu 6 marca 2014 roku podjął Uchwałę nr 1 w sprawie przyjęcia Programu Skupu akcji własnych.

Programem skupu objęte będą Akcje spółki notowane w Alternatywnym Systemie Obrotu na rynku NewConnect organizowanym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. oraz akcje notowane na rynku regulowanym GPW w przypadku zmiany przez Spółkę rynku notowań z NewConnect na rynek regulowany. Podmiotami uprawnionymi do udziału w Programie i do składania ofert sprzedaży Akcji są Akcjonariusze Spółki.

Pierwsza transza skupu zrealizowana zostanie po zakończeniu okresów zamkniętych związanych z raportami rocznymi za 2013 rok oraz raportem za I kwartał 2014 roku. W ramach transz realizowanych w roku 2014 nabywanie akcji własnych będzie następować poprzez zawieranie transakcji poza obrotem zorganizowanym w następstwie skierowania do akcjonariuszy Zaproszenia do składania Ofert Sprzedaży Akcji. Liczba akcji będących przedmiotem nabycia w ramach pierwszej transzy oraz cena nabycia Akcji w ramach pierwszej transzy zostaną podane do publicznej wiadomości w Zaproszeniu do składania Ofert Sprzedaży Akcji, które zostanie opublikowane 29 maja 2014 r. Cena nabycia Akcji w ramach pierwszej transzy i kolejnych transz będzie ustalana przez Zarząd odrębnymi uchwałami po zasięgnięciu opinii Rady Nadzorczej.

Pierwsza transza rozpocznie się w dniu 29 maja 2014 roku i będzie realizowana według następującego harmonogramu, przy czym Zarząd jest uprawniony do zmiany terminów podanych poniżej:

Publikacja Zaproszenia do składania Ofert Sprzedaży Akcji	29 maja 2014r.
Rozpoczęcie przyjmowania Ofert Sprzedaży Akcji	5 czerwca 2014r.
Zakończenie przyjmowania Ofert Sprzedaży Akcji	12 czerwca 2014r.
Akceptacja ofert oraz podanie ewentualnej stopy redukcji	17 czerwca 2014r.
Przeprowadzenie Transakcji nabycia Akcji	23 czerwca 2014r. i 26 czerwca 2014r.
Zakończenie realizacji pierwszej transzy (rozliczenie transakcji)	nie później niż 30 czerwca 2014 r.

Nabywanie Akcji w ramach poszczególnych transz będzie następować przy zapewnieniu równego, proporcjonalnego dostępu Akcjonariuszy do realizacji prawa sprzedaży Akcji Spółce. W przypadku, gdyby

w ramach poszczególnych transz liczba oferowanych Spółce przez Akcjonariuszy do nabycia Akcji przekroczyła liczbę Akcji będących przedmiotem nabycia w ramach danej transzy Zarząd Spółki dokona proporcjonalnej redukcji ofert sprzedaży. Liczba Akcji będzie zaokrąglana w dół do najbliższej wartości całkowitej. Ułamkowe części Akcji nie będą uwzględniane. Akcje, które nie zostaną objęte ofertami sprzedaży w wyniku zaokrągleń zostaną zaoferowane po jednej Akcji kolejno Akcjonariuszom, którzy złożyli oferty sprzedaży obejmujące największą liczbę Akcji. W przypadku, gdy zgodnie z powyższą zasadą, do zaoferowania jednej Akcji kwalifikowałoby się co najmniej dwóch Akcjonariuszy, Akcja taka zostanie zaoferowana przez Zarząd losowo. Na potrzeby dokonania proporcjonalnej redukcji ofert sprzedaży oraz oferowania Akcji, które nie zostaną objęte ofertami sprzedaży w wyniku zaokrągleń, Spółka będzie uwzględniała Akcje oferowane Spółce do nabycia przez poszczególnych Akcjonariuszy w liczbie nie większej niż liczba Akcji będących przedmiotem nabycia w ramach danej transzy. W przypadku uchylenia się przez Akcjonariusza, do którego została skierowana oferta zakupu Akcji, od zawarcia Transakcji nabycia Akcji, Zarząd będzie uprawniony, ale nie zobowiązany, do dokonania dodatkowego nabycia Akcji od pozostałych Akcjonariuszy, którzy zawarli transakcje zbycia Akcji, a których oferty sprzedaży zostały zredukowane, przy czym nabycie to zostanie dokonane przy zachowaniu zasady proporcjonalnej redukcji.

5. WYNAGRODZENIA OSÓB ZARZĄDZAJĄCYCH I NADZORUJĄCYCH

W 2013 roku osoby pełniące funkcje w Zarządzie otrzymały wynagrodzenia w wysokości:

Wynagrodzenie wypłacone i należne Członkom Zarządu i Rady Nadzorczej	Za rok zakończony 31 grudnia 2013 r.	Za rok zakończony 31 grudnia 2012 r.
Zarząd	906	1 062
Rada Nadzorcza	67	68
Zarząd - wynagrodzenie w jednostkach zależnych	12	9
Zarząd - opcje menedżerskie	347	59
Razem	1 332	1 198

W 2013 r. nie zostały udzielone pożyczki członkom władz Spółki.

Wyszczególnienie	Na dzień 31 grudnia 2013 r.	Na dzień 31 grudnia 2012 r.
Zarząd	53	-
Rada Nadzorcza	-	-
Razem	53	-

W 2013 roku została wypłacona zaliczka na wydatki związane z wykonywanymi obowiązkami Prezesowi Zarządu – Dyrektorowi Generalnemu Spółki.

Zgodnie z postanowieniem Regulaminu Zarządu Spółki, w przypadku wygaśnięcia mandatu danego członka zarządu wskutek odwołania lub niepowołania na kolejną kadencję z przyczyn nie leżących po stronie członka zarządu, członkowi zarządu przysługuje odprawa w wysokości 3-miesięcznego wynagrodzenia z tytułu sprawowania funkcji w Zarządzie, obliczana na podstawie średniej z ostatnich 12 miesięcy sprawowania funkcji, płatna w trzech miesięcznych ratach. Warunkiem wypłaty odprawy jest wdrożenie wskazanej osoby w pełniony dotychczas przez danego członka zarządu zakres obowiązków.

Realizacja programu opcji menedżerskich

NWZ Spółki w dniu 9 stycznia 2013 roku podjęło uchwałę nr 5 w sprawie przyjęcia Programu Motywacyjnego na lata 2013 – 2015 dla członków Zarządu, menedżerów, pracowników i współpracowników spółek Grupy IMS („Program Motywacyjny II”). Celem przyjęcia Programu Motywacyjnego II jest stworzenie dodatkowych mechanizmów motywacyjnych dla obecnych i potencjalnych członków Zarządu, menedżerów, pracowników i współpracowników spółek Grupy Kapitałowej Internet Media Services, do kreowania rozwiązań poprawiających wyniki finansowe Grupy

oraz silnego związania najlepszego personelu ze spółkami Grupy, co w efekcie powinno prowadzić do wzrostu wartości akcji Internet Media Services S.A.

W 2013 roku w Spółce realizowane były dwa programy motywacyjne:

- Program Motywacyjny oparty o opcje menedżerskie na lata 2011 – 2013 przyjęty Uchwałą nr 4 przez Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie w dniu 4 stycznia 2011 roku;
- Program Motywacyjny II na lata 2013 – 2015 przyjęty Uchwałą nr 5 przez Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie w dniu 9 stycznia 2013 roku.

W ramach Programu Motywacyjnego obowiązującego na lata 2011 – 2013, za 2013 rok beneficjenci Programu I otrzymali 320 300 szt. warrantów subskrypcyjnych, w tym 305 300 szt. warrantów dla Członków Zarządu IMS S.A., a 15 000 warrantów subskrypcyjnych dla menedżera IMS S.A. odpowiedzialnego za jeden z segmentów sprzedażowych.

Programem Motywacyjnym II na lata 2013 – 2015 objętych jest maksymalnie 149 uczestników, którymi są Członkowie Zarządu, menedżerowie, pracownicy i współpracownicy spółek Grupy Kapitałowej IMS spełniający kryteria opisane w Regulaminie Programu II. Za rok 2013 Rada Nadzorcza przyznała opcje na akcje jednemu Członkowi Zarządu IMS S.A., dwóm Członkom Zarządu Tech Cave Sp. z o.o., trzynastu pracownikom i współpracownikom IMS S.A. oraz dwóm pracownikom i współpracownikom Tech Cave. Członkowie Zarządu IMS S.A. i Tech Cave Sp. z o.o. łącznie otrzymali 188 000 szt. opcji na akcje, a pracownicy i współpracownicy IMS i Tech Cave Sp. z o.o. – 117 000 szt. opcji na akcje.

Koszt emisji akcji przekazanych Członkom Zarządu i pracownikom Tech Cave Sp. z o.o. ujęty został w kosztach Tech Cave.

Łączny koszt dwóch Programów dla IMS S.A. wykazany w 2013 roku to 437 tys. PLN, a dla Tech Cave – 50 tys. PLN.

6. WYNAGRODZENIE AUTORYZOWANEGO DORADCY

Przez pierwsze dwa miesiące 2013 roku Autoryzowanym Doradcą Spółki był Dom Inwestycyjny Investors S.A. z siedzibą w Warszawie. Umowa pomiędzy Doradcą a IMS S.A. została podpisana w dniu 11.04.2011 roku. W dniu 18 stycznia 2013 roku powyższa umowa została przez Spółkę rozwiązana. Termin wypowiedzenia upłynął 28 lutego 2013 roku.

Wynagrodzenie Autoryzowanego Doradcy należne i wypłacone za ten okres z tytułu wszystkich świadczonych usług wyniosło 1 tys. PLN.

7. CZYNNIKI RYZYKA

Ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną i polityczną w Polsce

Kształtowanie się takich wielkości makroekonomicznych jak: wielkość PKB, siła nabywcza pieniądza, poziom bezrobocia, umacnianie się złotego względem innych walut, tempo wzrostu gospodarczego mogą wpłynąć na wielkość popytu na usługi oferowane przez Spółkę. Niekorzystne zmiany wskaźników makroekonomicznych mogą wpłynąć na zmniejszenie planowanych przychodów Spółki lub na zwiększenie kosztów jej działalności. Są to jednak czynniki zewnętrzne, na które Spółka nie ma wpływu. Nie można zagwarantować, że popyt w segmentach rynku związanego z audiomarketingiem, aromomarketingiem i videomarketingiem utrzyma stały poziom wzrostu. Dostępne analizy rynku i tendencje pokazują, że najbliższe lata prawdopodobnie będą charakteryzowały się ciągłym mocnym rozwojem w tej branży. Istnieje pewne ryzyko cofnięcia się obecnej dobrej koniunktury w polskiej gospodarce. Sytuacja taka miałaby wpływ na osłabienie tempa wzrostu konsumpcji krajowej, a więc i na popyt na usługi oferowane przez Spółkę, a przez to na osiągnięte wyniki.

Ryzyko zmian regulacji prawnych

Zagrożeniem dla działalności Spółki mogą być zmieniające się przepisy prawa. Istotne znaczenie dla działalności Spółki mają zmiany w zakresie przepisów prawa podatkowego, przepisów prawa pracy i ubezpieczeń społecznych oraz przepisy prawa autorskiego: Ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz.U.06.90.631), rozporządzenia Ministra Kultury z dnia 24 lutego 2003 r. w sprawie wysokości procentu wpłat na Fundusz Promocji Twórczości (Dz.U.03.41.354), rozporządzenia Ministra Kultury z dnia 2 czerwca 2003 r. w sprawie określenia kategorii urządzeń i nośników służących do utrwalania utworów oraz opłat od tych urządzeń i nośników z tytułu ich sprzedaży przez producentów i importerów (Dz.U.03.105.991), rozporządzenia Ministra Kultury z dnia 27 czerwca 2003 r. w sprawie opłat uiszczanych przez posiadaczy urządzeń reprograficznych (Dz.U.03.132.1232). Zmiany w prawie podatkowym mogą mieć istotny wpływ na działalność Spółki. Zmiany te oraz trudności interpretacyjne związane ze stosowaniem nowych przepisów utrudniają prowadzenie działalności gospodarczej, w tym planowanie podatkowe, co może mieć negatywny wpływ na działalność Spółki. Ponadto zmiana regulacji prawnych organizacji zarządzających prawami autorskimi (takich jak ZAiKS, SAWP, ZPAV, STOART etc.) oraz zmiana opłat z tytułu wykorzystywania utworów muzycznych, może wpłynąć na zmianę marży realizowanej przez Grupę IMS i Emitenta.

Ryzyko związane z rozwojem rynku handlowego i usług

Poziom sprzedaży detalicznej w sieciach handlowych wpływa pośrednio na biznes Spółki. Zmiany wielkości sprzedaży detalicznej u klientów Spółki mogą spowolnić wzrost Spółki przede wszystkim w zakresie sprzedaży reklam. Istnieje także ryzyko związane z rozwojem dystrybucji reklam przez tradycyjne środki masowego przekazu. Rozwój tradycyjnych kanałów dystrybucji reklam, tzn. zmiana technologii, zmiana cen reklam oraz preferencji klientów Spółki oraz klientów końcowych produktów oferowanych w sieciach handlowych obsługiwanych przez Spółkę stanowi konkurencję dla niszowego biznesu Spółki. Założenie dynamicznego rozwoju Spółki w dużej mierze opiera się na systematycznym wzroście rynku usług marketingowych, w których specjalizuje się Spółka. Istnieje ryzyko zarówno wolniejszej niż zakłada Spółka dynamiki wzrostu rynku marketingu w miejscu sprzedaży jak i zmiany globalnych tendencji w podejściu największych reklamodawców do marketingu w miejscu sprzedaży.

Ryzyko związane ze zmianą cen reklam telewizyjnych, radiowych, prasowych

Utrzymanie silnej pozycji na tym rynku uzależnione jest od preferencji odbiorców świadczonych usług jak również rozwoju nowych form reklamy. Zdolność do generowania przez Spółkę przychodów z tytułu reklam w zakresie audiomarketingu i videomarketingu uzależniona jest w dużym stopniu od zmian w preferencjach klientów domów mediowych, rozwoju technologicznego w mediach oraz cykliów i sezonowości na polskim rynku reklamy.

Ryzyko związane z nasileniem konkurencji na rynku

W chwili obecnej pozycja lidera, jaką zajmuje Spółka w obszarze usług marketingu w miejscu sprzedaży oraz dynamika przychodów może w dłuższej perspektywie zaktywizować konkurencję na rynku polskim. Wraz ze wzrostem globalnej wartości rynku, funkcjonowaniem na nim może być zainteresowanych zdecydowanie więcej podmiotów aniżeli w chwili obecnej.

Ryzyko związane z pojawieniem się nowych technologii

Ciągły rozwój technologii niesie za sobą potrzebę ponoszenia stałych kosztów związanych z pracami badawczo-rozwojowymi oraz udoskonaleniem już istniejących produktów Spółki. Istnieje ryzyko, iż w przyszłości powyższe koszty będą w coraz większy sposób wpływać na wynik finansowy Spółki. Drugim aspektem tego ryzyka jest zagrożenie stworzenia nowej technologii związanej z oferowanymi produktami przez konkurencję. Może to skutkować w znaczącej obniżce kosztów świadczenia usług przez konkurencję jak również lepszej jakości oferowanych przez nie produktów.

Ryzyko związane z realizacją strategii rozwoju przez Spółkę

Przyjęta strategia rozwoju zakłada aktywizację działalności Spółki w wielu nowych obszarach i bardzo często ma charakter innowacyjny. Wynikiem takiej strategii jest m.in. kreowanie nowych produktów i usług, których skuteczne zaimplementowanie obarczone jest sporym ryzykiem. Ponadto strategia rozwoju Spółki w dużej mierze opiera się na akwizycjach podmiotów krajowych jak i zagranicznych. Procesy te są obarczone ryzykiem operacyjnym, które może decydować o skutecznym sfinalizowaniu planowanych przejęć jak i braku osiągnięcia zamierzonych efektów z tym związanych. Istnieje ryzyko, że pomimo dynamicznego dostosowywania oferty Spółki do zmieniających się potrzeb rynkowych ich implementacja może być długotrwała i trudna, co w krótkim okresie może ujemnie wpływać na wynik finansowy Spółki. Dodatkowo przychody z nietrafionych rynkowo usług mogą nie zapewnić pokrycia wydatków poniesionych przez Spółkę na prace badawcze oraz ich wytworzenie. Wraz ze wzrostem poziomu konkurencji na rynku marketingu w miejscu sprzedaży w sposób znaczący wzrośnie ryzyko utraty części klientów, dla których obecnie pracuje Spółka. W chwili obecnej Spółka zdominowała rynek usług audiomarketingu w oparciu o rozwój i oferowanie klientom produktu z segmentu „premium”. Zwiększenie konkurencji może wpłynąć na zainteresowanie klientów Spółki ofertą konkurencji, w szczególności konstruowaną z myślą o niższych segmentach rynku. Obecność Spółki w tak dużej liczbie miejsc sprzedaży powoduje, iż dynamika pozyskiwania nowych, szczególnie dużych, sieciowych klientów w obszarze usług audiomarketingu może ulec spowolnieniu. Rosnące koszty pracy oraz implementowanie nowych usług mogą wymusić konieczność podniesienia ceny oferowanych usług. Decyzja taka może wpłynąć negatywnie zarówno na dynamikę pozyskiwania nowych klientów, jak i wynik finansowy Spółki.

Przejmowanie funkcjonujących podmiotów, w tym zagranicznych, może powodować ryzyko związane z implementacją własnych systemów zarządzania w przejmowanych organizacjach. Podstawowym niebezpieczeństwem podczas realizacji strategii rozwoju w drodze akwizycji innych podmiotów jest trudność oceny sytuacji finansowej i biznesowej podmiotów będących przedmiotem inwestycji. W przypadku zrealizowania się takiego ryzyka, zakup spółki może mieć negatywny wpływ na wyniki skonsolidowane przyszłej grupy Spółki. Zarząd Spółki zobowiązuje się dołożyć wszelkich starań, by ograniczyć możliwość zaistnienia takiego ryzyka. Zarząd Spółki wybierając potencjalne spółki do akwizycji skupia się na przedsiębiorstwach rentownych, o dobrych perspektywach wzrostu. Ponadto Spółka przeprowadzi pełne badanie due dilligence potencjalnego przedmiotu akwizycji, mające na celu rozpoznanie i zminimalizowanie wszelkich ryzyk związanych z przeprowadzeniem transakcji.

Ryzyko związane z uzależnieniem Spółki od kluczowych pracowników

Spółka prowadzi działalność usługową, w której ważne znaczenie mają zasoby ludzkie. Doświadczenie i wiedza kluczowych pracowników przekłada się na unikalną pozycję konkurencyjną Spółki. Rynek pracy osób z kwalifikacjami wykorzystywanymi przez Spółkę charakteryzuje się niską rotacją, co wzmacnia znaczenie tego czynnika ryzyka. W przypadku odejścia ze Spółki kluczowych pracowników, tempo rozwoju Spółki mogłoby ulec osłabieniu. Ponadto, w przypadku przejścia kluczowych pracowników do firm konkurencyjnych, istniałoby ryzyko, iż firmy te mogłyby rozpocząć świadczenie usług o podobnym charakterze w stosunku do działalności Spółki. Wzrost konkurencyjności na rynku pracy w Polsce, wynikający m.in. z członkostwa w Unii Europejskiej oraz widoczna presja na podnoszenie wynagrodzeń może spowodować sytuację, w której koszty wynagrodzeń będą rosły w tempie szybszym aniżeli zakłada to Zarząd.

Ryzyko uzależnienia świadczenia usług Spółki od umów podpisanych z partnerami handlowymi

Emitent realizuje swoje usługi w obiektach klienta, m.in. w galeriach i sieciach handlowych. Emitent podpisuje wieloletnie kontrakty, głównie na okres 3-5 lat, na podstawie których może realizować usługi z zakresu marketingu sensorycznego w powyższych obiektach. Istnieje ryzyko, iż ze względu na zmianę polityki działalności galerie, sieci handlowe lub inni partnerzy wypowiedzą lub nie przedłużą zawartych umów, co wpłynie na obniżenie przychodów realizowanych przez Emitenta. Aby ograniczyć powyższe ryzyko, niektóre umowy zawierane przez Emitenta obwarowane są karami umownymi, pozwalającymi na pokrycie części utraconych przychodów. Ponadto w przypadku świadczenia usług audiomarketingowych umowy zawierane z galeriami i sieciami handlowymi obejmują podział zysków z emisji reklam pomiędzy Emitentem a danym kontrahentem. Galerie handlowe lub sieci handlowe za udostępnienie swojej powierzchni dostają określony procent wypracowanego zysku Emitenta, co istotnie ogranicza ryzyko zerwania umowy.

Ryzyko szkód poczynionych klientom na skutek wadliwej pracy urządzeń Spółki

Spółka posiada swoje urządzenia techniczne w kilku tysiącach punktach handlowych na terenie kraju i poza jego granicami. Są one skomunikowane z siedzibą Spółki poprzez łącza internetowe i satelitarne. Istnieje ryzyko zaprzestania działania urządzenia z powodów wewnętrznych (wadliwej konstrukcji, błędów w produkcji) jak i zewnętrznych (problemy z łączami satelitarnymi, dostępem do Internetu). Wszystkie przerwy w dostawie usług przez Spółkę spowodowane wadami technicznymi urządzeń mogą skutkować w roszczeniach reklamacyjnych i powodować wypłatę odszkodowań przez Spółkę.

Ryzyko sezonowości przychodów

Ryzyko sezonowości pojawia się w części przychodów związanych ze sprzedażą reklam, która w przyszłości będzie dodatkowo zwiększała swój udział w globalnych przychodach Spółki. W związku z powyższym, okresy zwiększonej konsumpcji w punktach sprzedaży (akumulacja sprzedaży następuje w IV kwartale roku) mogą również skutkować w większych przychodach Spółki z tytułu sprzedaży reklam. Równocześnie mniejsze obroty u największych klientów Spółki (sieci handlowe, galerie handlowe, sieci sklepów) w określonych częściach roku (początek roku, wakacje) mogą wpłynąć na niższe przychody z reklam Spółki.

Warszawa, 29 kwietnia 2014 r.

Michał Kornacki – Prezes Zarządu

Dariusz Lichacz – Wiceprezes Zarządu

Wojciech Grendziński – Wiceprezes Zarządu

Piotr Bielawski – Wiceprezes Zarządu