



QUALITY OF CREATIVE MEDIA

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

**ZA OKRES
OD 1 STYCZNIA DO 30 CZERWCA 2014 R.**

Warszawa, 29 sierpnia 2014 r.

II. Opis działalności grupy kapitałowej emitenta.

I. Opis działalności grupy kapitałowej emitenta.

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

Pierwszym z nich jest tak zwana kategoria „out-of-home”, drugim zaś Internet. W ramach segmentu „out-of-home” Emitent koncentruje się na wykorzystaniu niestandardowych metod komunikacji, wykorzystującej takie nośniki informacji reklamowej, które pozwalają dotrzeć do konsumenta w alternatywny sposób w porównaniu do mediów standardowych, takich jak telewizja, prasa, radio oraz klasyczne nośniki reklamy zewnętrznej. W ramach tej kategorii wykorzystywane są niestandardowe powierzchnie reklamowe, które pozwalają emitować przekazy reklamowe do klientów w czasie ich drogi do pracy, szkoły, w trakcie zakupów oraz w miejscach rekreacji i wypoczynku.

W ramach kategorii „out-of-home” wydzielono dwa segmenty działalności: „usługi marketingowe” oraz „niestandardowe powierzchnie reklamowe”. Do komunikacji wykorzystywany jest szeroki wachlarz sposobów dotarcia do konsumenta: od podświetlanych nośników typu „City Light” (instalowanych na kioskach, przystankach komunikacji masowej), poprzez nośniki typu „Back Light” o większej powierzchni ekspozycji, po wielkoformatowe siatki reklamowe. Emitent dysponuje szerokim zasobem „mobilnych” nośników w postaci autobusów w całej Polsce, w których reklama może być eksponowana zarówno w zewnętrznej części karoserii pojazdów, jak również i wewnątrz pojazdu na specjalnie do tego przygotowanych formatach nośników. . Dodatkową, wprowadzoną w roku 2013, nową formą mobilnego nośnika reklamowego jest nośnik umieszczony na rowerach miejskich. Jest to nowe medium reklamowe, a bardzo dynamiczny wzrost zainteresowania tą formą transportu miejskiego stanowi o bardzo dużej wartości tego rodzaju rozwiązań reklamowych dla potencjalnych klientów.

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

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

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

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

II. Zasady sporządzania półrocznego skróconego skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

Półroczne skrócone skonsolidowane sprawozdanie finansowe CAM Media S.A. zostało sporządzone zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Rachunkowości. W związku z zakupem udziałów w spółkach: Intelisoft Sp. z o.o., AdInnovation Sp. z o.o., Ad-vice Sp. z o.o.; Synergic Sp. z o.o., Brand 24 S.A., Nextbike Polska Sp. z o.o. oraz Media Power Sp. z o.o. Emitent zgodnie z § 82 ust. 2 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 19 lutego 2009 roku w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim (Dz.U. Nr 33, poz. 259, z późn. zm.) jako Spółka dominująca sporządza sprawozdania skonsolidowane.

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

Najistotniejszym zagrożeniem dla Grupy kapitałowej CAM Media S.A. są niepewne prognozy wzrostu gospodarczego, zwłaszcza w sektorze, w którym Grupa prowadzi działalność. Kryzys wyraźnie dał się odczuć w latach 2012-2013, jednak według niektórych analityków, pobudzenie w branży reklamowej powinno pojawić się w roku 2014, choć w dalszym ciągu brak jest jednoznacznie optymistycznych prognoz rozwoju rynku. Niepewność co do dalszej sytuacji makroekonomicznej wyraża się w zmianie zachowania klientów Grupy, którzy z dużą ostrożnością podchodzą do podejmowania decyzji związanych z wydatkami marketingowymi. Sytuacja ta ulega powolnym zmianom, niemniej jednak w dalszym ciągu jest istotnie odmienna w stosunku do stanu sprzed kryzysu.

Przeciwdziałając negatywnym skutkom takiej sytuacji Grupa skupia się na realizacji projektów w obszarach, które zgodnie z posiadaną wiedzą na pewno będą wymagały intensywnych działań w obszarze marketingu, wsparcia sprzedaży. Dzięki precyzyjnej ocenie ryzyk związanych z realizacją poszczególnych projektów, Grupa dąży do minimalizacji zaangażowania w te działania, które nie spełniają oczekiwanego progu rentowności. Realizacja wyżej wymienionych celów pozwala na skupienie się na tych projektach, które gwarantują pewny strumień przychodów przy założonym poziomie rentowności.

Ponadto, Grupa stara się podejmować działania zmierzające do zniwelowania negatywnych skutków zmniejszonego popytu w poszczególnych okresach roku przygotowując specjalne oferty dla klientów.

Dodatkowo w dalszym ciągu prowadzone są działania związane z optymalizacją kosztów funkcjonowania spółek w Grupie, co pozwala osiągnąć oszczędności w zakresie bieżącej działalności. Projekt rozpoczęty pierwotnie w ramach zadań strategicznych Emitenta został wdrożony we wszystkich spółkach Grupy Kapitałowej i jest konsekwentnie kontynuowany.

Kolejną formą przeciwdziałania negatywnym skutkom kryzysu oraz przygotowania się na okres wzrostu rynku jest realizowanie zadań inwestycyjnych zgodnie z przyjętymi założeniami. Jednym z przejawów tych działań jest intensywne pozyskiwanie nowych lokalizacji dla udostępniania rowerów miejskich przez spółkę Nextbike Polska Sp. z o.o.. Pozwoli to na zmniejszenie kolejnego potencjalnego ryzyka związanego z przewidywaną polityką ograniczenia w zamieszczaniu reklam w przestrzeni miejskiej, wprowadzoną przez władze miejskie. Dzięki temu nakłady niezbędne do dostosowania się do nowych regulacji w tym zakresie zostaną rozłożone w czasie i będą miały mniejszy wpływ na wyniki Grupy, a dodatkowo przyniosą dodatkowe przychody ze sprzedaży usług.

IV. Pozostałe informacje do Skonsolidowanego raportu za I półrocze 2014 roku.

Przedstawione zgodnie z § 90 ust. 1 pkt 3 w związku z § 87 ust. 7 pkt 2-11 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 19 lutego 2009 roku w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim (Dz. U. Nr 33, poz. 259).

1. Wybrane dane finansowe na dzień 30 czerwca 2014 roku.

Dane bilansowe za 2014 przeliczono wg kursu średniego EUR wg tabeli NBP na 30 czerwca 2014 roku w wysokości 4,1609 zł natomiast dane rachunku zysków i strat oraz rachunku przepływów pieniężnych wg kursu EUR stanowiącego średnią arytmetyczną średnich kursów NBP obowiązujących na koniec każdego miesiąca, który wyniósł 4,1784 zł. Dane porównywalne przeliczone wg analogicznych kursów za 2013.

WYBRANE DANE FINANSOWE	w tys. zł		w tys. EUR	
	I półrocze narastająco (rok bieżący) od 01.01.2014 do 30.06.2014	I półrocze narastająco (rok poprzedni) od 01.01.2013 do 30.06.2013	I półrocze narastająco (rok bieżący) od 01.01.2014 do 30.06.2014	I półrocze narastająco (rok poprzedni) od 01.01.2013 do 30.06.2013
I. Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	20 517	17 887	4 910	4 245
II. Zysk (strata) z działalności operacyjnej	727	(138)	174	(33)
III. Zysk (strata) brutto	166	(272)	40	(65)
IV. Zysk (strata) netto	(339)	(310)	(81)	(74)
V. Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	(4 991)	1 515	(1 194)	360
VI. Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(1 424)	(1 179)	(341)	(280)
VII. Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	5 324	(706)	1 274	(167)
VIII. Przepływy pieniężne netto, razem	(1 090)	(370)	(261)	(88)
	30.06.2014	31.12.2013	30.06.2014	31.12.2013
IX. Aktywa razem	60 002	45 840	14 421	10 589
X. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	35 603	21 201	8 557	4 897
XI. Zobowiązania długoterminowe	7 949	2 333	1 910	539
XII. Zobowiązania krótkoterminowe	27 654	18 868	6 646	4 358
XIII. Kapitał własny	24 399	24 639	5 864	5 691
XIV. Kapitał zakładowy	728	728	175	168
XV. Liczba akcji	7 284 500	7 284 500	7 284 500	7 284 500
XVI. Zysk (strata) na jedną akcję zwykłą (w zł / EUR)	(0,05)	(0,04)	(0,01)	(0,01)
XVII. Rozwodniony zysk (strata) na jedną akcję zwykłą (w zł / EUR)	(0,05)	(0,04)	(0,01)	(0,01)
XVIII. Wartość księgowa na jedną akcję (w zł / EUR)	3,28	3,35	0,79	0,77
XIX. Rozwodniona wartość księgowa na jedną akcję (w zł / EUR)	3,28	3,35	0,79	0,77
XX. Zadeklarowana lub wypłacona dywidenda na jedną akcję (w zł / EUR)	-	0,05	-	0,01

W pierwszej połowie 2014 Grupa odnotowała wyraźny wzrost przychodów ze sprzedaży. Jest to wynikiem przeprowadzonych wewnętrznych zmian w procesach sprzedaży, które pozwoliły na bardziej skuteczne i efektywne pozyskiwanie klientów, zarówno bezpośrednich, jak i domów mediowych. Pomimo, iż wzrost rynku reklamy jest w dalszym ciągu niewielki, dzięki działaniom spółek z Grupy udało się pozyskać nowych klientów i uruchomić szereg kampanii reklamowych, zwłaszcza w drugim kwartale pierwszego półrocza.

Kolejnym czynnikiem przekładającym się na wzrost przychodów w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego jest dynamiczny rozwój spółki Nextbike Polska Sp. z o.o., która w pierwszej połowie roku rozpoczęła świadczenie swych usług w kilku nowych lokalizacjach. Bardzo duże zainteresowanie do korzystania w tego rodzaju komunikacji w całej Polsce zapewniło, iż przychody spółki wykazały większą dynamikę od zakładanej.

W rezultacie Grupa kapitałowa CAM Media S.A. odnotowała wzrost o 14,70% w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego.

Należy również podkreślić, że wyniku realizacji działań optymalizacyjnych w sferze kosztów działalności operacyjnej, pomimo wzrostu sprzedaży udało się uzyskać zmniejszenie kosztów własnych sprzedaży o 6,37%, dzięki czemu oddało się wypracować o 57,03% wzrost zysku na sprzedaży w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego.

Analiza wskaźnikowa Grupy kapitałowej CAM Media

Na dzień 30 czerwca 2014 roku suma bilansowa Grupy kapitałowej CAM Media wyniosła 60.002 tys. zł, zmiana w stosunku do stanu na 31 grudnia 2013 roku o kwotę 14.162 tys. zł tj. 30,90% jest związana włączeniem do sprawozdania skonsolidowanego danych Spółki Nextbike Polska.

Po stronie aktywów trwałych główną pozycję stanowiły rzeczowe aktywa trwałe, których wartość w stosunku do stanu na 31 grudnia 2013 roku zwiększyła się o 108,40 % i wyniosła 23.961 tys. zł. Natomiast udział aktywów obrotowych w aktywach ogółem stanowił na 30 czerwca 2014 roku 48,33 % i wynosił 28.997 tys. zł.

Po stronie pasywów główną pozycję stanowiły zobowiązania ogółem wynoszące 35.603 tys. zł, stanowiące 59,34 % sumy bilansowej według stanu na 30 czerwca 2014 roku. Wzrost sumy zobowiązań i ich dominacja po stronie pasywów był związany z włączeniem danych Nextbike Polska.

Porównanie stanu poszczególnych pozycji bilansowych na koniec czerwca 2014 roku w stosunku do wartości tych pozycji na koniec roku 2013 wskazuje na:

- zdecydowany wzrost wartości rzeczowych aktywów trwałych, których wartość na dzień 30 czerwca 2014 roku wyniosła 23.961 tys. zł.
- spadek udziału aktywów obrotowych związany ze znacznym wzrostem wartości rzeczowych aktywów trwałych, był również wynikiem spadku poziomu pozostałych aktywów finansowych o 1.018 tys. przy jednoczesnym zmniejszeniu się stanu środków pieniężnych o kwotę 572 tys. zł.
- wzrost zobowiązań długoterminowych o 5.616 tys. zł oraz zobowiązań krótkoterminowych o kwotę 8.787 tys. zł do poziomu 35.603 tys. zł związany jest z wzrostem sumy pożyczek krótko i długoterminowych o łączną sumę 7.925 tys. zł.
- wzrost poziomu rozliczeń międzyokresowych – kwoty należne odbiorcom, w związku z uruchomieniem nowych projektów, do poziomu 3.011 tys. zł.

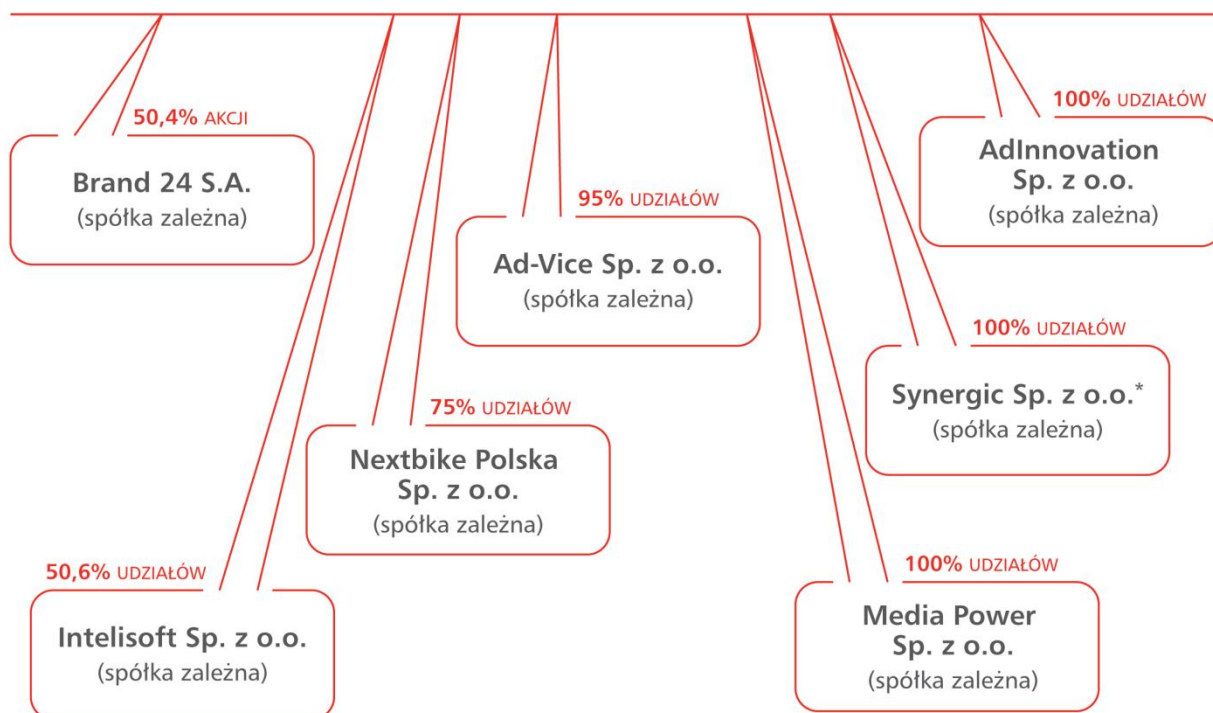
2. Opis organizacji grupy kapitałowej emitenta.

Na dzień sporządzenia raportu półrocznego tj. 29 sierpnia 2014 roku CAM Media S.A. posiada 100% udziałów o wartości nominalnej 60.000 zł w kapitale zakładowym Media Power Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie, 100 % udziałów o wartości nominalnej 50.000 zł w kapitale zakładowym AdInnovation Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie, 50,6% udziałów o wartości nominalnej 61.500 zł w kapitale zakładowym Intelisoft Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie, 95% udziałów o wartości nominalnej 27.500 zł w Ad-vice Spółka z ograniczoną odpowiedzialności z siedzibą w Warszawie, 100% udziałów o wartości nominalnej 5.000 zł w kapitale zakładowym Synergic Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie, 50,41% udziałów w Spółce Akcyjnej Brand 24 z siedzibą w Warszawie, jak również 75% udziałów w spółce Nextbike Polska Sp. z o.o.

W dniu 12 kwietnia 2013 CAM Media zawarła umowę zakupu 75% udziałów w spółce Nextbike Polska Sp. z o.o. Umowa nabycia udziałów zawierała szereg warunków zawieszających transakcję, które były wypełniane w ciągu roku 2013 i na początku roku 2014. W związku z powyższym proces rejestracji objęcia przez CAM Media udziałów w spółce przedłużał się i ostateczna rejestracja nastąpiła w marcu 2014 roku. W okresie do rejestracji objęcia udziałów CAM Media realizowała swoje uprawnienia jedynie w zakresie podejmowania decyzji korporacyjnych, nie korzystając z kontroli nad spółką. W świetle powyższego, w związku z brakiem rejestracji oraz nie sprawowaniem kontroli nad spółką Nextbike na dzień bilansowy, tj. 31.12.2013, Zarząd CAM Media podjął decyzję o niekonsolidowaniu sprawozdań finansowych spółki Nextbike w ramach Grupy Kapitałowej CAM Media. Na dzień nabycia możliwe do zidentyfikowania aktywa netto Spółki Nextbike Polska Sp. z o.o. wynosiły 928.512,48 zł. Ustalona została szacunkowa wartość firmy zgodnie z MSSF3 par 62, która wyniosła 600.142,21 zł.



SPÓŁKA DOMINUJĄCA



*spółka CAM Polski Outdoor Sp. z o.o. po zmianie nazwy

Skonsolidowane śródroczne sprawozdanie finansowe obejmuje dane finansowe Spółki dominującej CAM Media SA oraz Spółek zależnych: Intelisoft Sp. z o.o.; AdInnovation Sp. z o.o. Nextbike Polska Sp. z o.o., Synergic Sp. z o.o. i Ad-vice Sp. z o.o. oraz Brand 24 S.A. Na dzień 30 czerwca 2014 roku Spółka zależna Media Power Sp. z o.o. nie rozpoczęła działalności gospodarczej, a więc w oparciu o Par. 5 i 8 MSR 8 jak również kierując się istotnością nie została objęta konsolidacją.

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

Na dzień 30 czerwca 2014 roku CAM Media SA posiadała udziały i akcje w kapitale zakładowym MEDIA POWER Sp. z o.o., INTELISOFT Sp. z o.o., ADINNOVATION Sp. z o.o. , AD-VICE Sp. z o.o., Synergic (dawniej CAM Polski Outdoor) Sp. z o.o., Brand 24 S.A. , Nextbike Polska Sp. z o.o.

Spółki zależne i stowarzyszone: INTELISOFT Sp. z o.o., ADINNOVATION Sp. z o.o., Brand 24 S.A. , MEDIA POWER Sp. z o.o. oraz AD-VICE Sp. z o.o. budują kompetencje Grupy kapitałowej CAM Media w obszarze Internetu.

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

Zarząd nie publikował prognoz finansowych na 2014 rok.

5. Wskazanie akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu emitenta na dzień przekazania raportu półrocznego tj. 29 sierpnia 2014 roku.

Poniższa tabela przedstawia wykaz akcjonariuszy, posiadających bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu CAM Media SA na dzień przekazania raportu półrocznego , tj. 29 sierpnia 2014 roku.

Akcjonariusz	Liczba akcji (szt.)	Udział w kapitale zakładowym (%)	Liczba głosów	Udział w ogólnej liczbie głosów (%)
CAM WEST s.a r.l.	3 021 932	41,48	6 021 932	58,55
INVESTORS TFI	962 322	13,21	962 322	9,36
QUERCUS TFI S.A.	522 756	7,18	522 756	5,08

Wskazanie zmian w stanie posiadania, w okresie od dnia przekazania poprzedniego sprawozdania okresowego, tj. od dnia 15 maja 2014 roku, odrębnie dla każdego z akcjonariuszy.

W okresie od przekazania poprzedniego raportu okresowego (tj. od dnia 15 maja 2014 roku) w strukturze własności znacznych pakietów akcji CAM Media SA nie wystąpiły zmiany.

6. Zestawienie stanu posiadania akcji emitenta lub uprawnień do nich przez osoby zarządzające i nadzorujące emitenta na dzień przekazania raportu półrocznego tj. 29 sierpnia 2014 roku.

Poniższa tabela przedstawia zestawienie stanu posiadania akcji CAM Media SA przez osoby zarządzające i nadzorujące na dzień przekazania raportu półrocznego, tj. 29 sierpnia 2014 roku.

Akcjonariusz	Liczba akcji (szt.)	Udział w kapitale zakładowym	Liczba głosów	Udział w ogólnej liczbie głosów
Krzysztof Przybyłowski - Prezes Zarządu	324.000	4,45%	324.000	3,15%
Paweł Orłowski - Wiceprezes Zarządu	323.581	4,44%	323.581	3,15%
Adam Michalewicz - Wiceprezes Zarządu	340.500	4,67%	340.500	3,31%
Członek Rady Nadzorczej*	5.103	0,07%	5.103	0,05%
Członek Rady Nadzorczej*	15.000	0,21%	15.000	0,15%

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

W okresie od dnia przekazania poprzedniego raportu okresowego (tj. od dnia 15 maja 2014 roku) nie wystąpiła żadna zmiana w stanie posiadania akcji CAM Media SA przez osoby zarządzające i nadzorujące.

Zgodnie z posiadanymi przez Spółkę informacjami pozostałe osoby nadzorujące na dzień sporządzenia sprawozdania okresowego, tj. na 29 sierpnia 2014 roku nie posiadają akcji Spółki.

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

Na dzień 30 czerwca 2014 roku Spółka CAM Media S.A. była lub jest stroną następujących postępowań sądowych:

1. Sprawa I C 840 / 13 z powództwa Sylwestra Latkowskiego (ul. Klimczaka 10 d/2, 02 – 797 Warszawa) i Michała Lisieckiego (ul. Cybulskiego 1 / 202, 00 – 725 Warszawa) przeciwko CAM Media SA o ochronę dóbr osobistych. Powództwo zostało wniesione w odpowiedzi na złożenie przez CAM Media SA zawiadomienia o uzasadnionym podejrzeniu popełnienia przez Sylwestra Latkowskiego i Michała Lisieckiego przestępstwa manipulacji kursem akcji CAM Media SA na Warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych. Żądanie pozwu to opublikowanie przez CAM Media SA przeprosin w środkach masowego przekazu. Pozew został złożony w lipcu 2013r., pierwszy termin rozprawy wyznaczony został na 20 maja 2014r.
Z tytułu niniejszego postępowania CAM Media SA, jako strona pozwana, nie poniosła dotychczas żadnych kosztów. Sprawa nie pociąga za sobą bezpośrednio zobowiązań finansowych dla CAM Media SA. Jedynymi kosztami jakie mogą obciążyć Spółkę są koszty opublikowania przeprosin w mediach, w razie uwzględnienia powództwa przeciwko Spółce. Ryzyko takiego rozstrzygnięcia uważam za niewielkie.
2. Sprawa I C 159 / 14 z powództwa CAM Media SA przeciwko posłowi Prawa i Sprawiedliwości Zbigniewowi Kuźmiukowi (ul. Rynek 9, 26 – 600 Radom) o ochronę dóbr osobistych. Powództwo zostało wniesione wobec naruszających dobre imię spółki CAM Media publicznych wypowiedzi posła w trakcie posiedzenia Sejmu RP. Żądanie pozwu opiewa na 50.000 zł na cel społeczny oraz złożenie przeprosin w środkach masowego przekazu. Pozew został złożony w lutym 2014r., do dnia sporządzenia niniejszego pisma rozprawa nie została wyznaczona.
Z tytułu niniejszego postępowania CAM Media SA, jako strona powodowa, poniosła dotychczas koszty w wysokości 3.117 zł (opłata sądowa i skarbową). Sprawa nie pociąga za sobą zobowiązań finansowych dla CAM Media SA.
3. Sprawa I C 167 / 14 z powództwa CAM Media SA przeciwko Sojuszowi Lewicy Demokratycznej (ul. Żłota 9 lok. 4, 00 – 019 Warszawa) o ochronę dóbr osobistych. Powództwo zostało wniesione wobec naruszających dobre imię spółki CAM Media sformułowań zawartych we wniosku SLD o powołanie sejmowej komisji śledczej. Żądanie pozwu opiewa na 100.000 zł na cel społeczny oraz złożenie przeprosin w środkach masowego przekazu. Pozew został złożony w lutym 2014r., do dnia sporządzenia niniejszego pisma rozprawa nie została wyznaczona.
Z tytułu niniejszego postępowania CAM Media SA, jako strona powodowa, poniosła dotychczas koszty w wysokości 5.617 zł (opłata sądowa i skarbową). Sprawa nie pociąga za sobą zobowiązań finansowych dla CAM Media SA.
4. Sprawa I C 156 / 14 z powództwa CAM Media SA przeciwko Solidarnej Polsce Zbigniewa Ziobro (ul. Piękna 1 B, 00 – 539 Warszawa) oraz posłance Beacie Kempa (ul. Warszawska 21/23, 25 – 512 Kielce) o ochronę dóbr osobistych. Powództwo zostało wniesione wobec naruszających dobre imię spółki CAM Media sformułowań zawartych w interpelacji Solidarnej Polski na posiedzeniu Sejmu RP oraz naruszających dobre imię spółki CAM Media publicznych wypowiedzi posłanki Beaty Kempy w trakcie tego posiedzenia Sejmu. Żądanie pozwu opiewa solidarnie na 100.000 zł na cel społeczny oraz złożenie przeprosin w środkach masowego przekazu. Pozew został złożony w lutym 2014r., do dnia sporządzenia niniejszego pisma rozprawa nie została wyznaczona.
Z tytułu niniejszego postępowania CAM Media SA, jako strona powodowa, poniosła dotychczas koszty w wysokości 5.617 zł (opłata sądowa i skarbową). Sprawa nie pociąga za sobą zobowiązań finansowych dla CAM Media SA.
5. postępowanie przed Sądem Rejonowym dla Wrocławia-Fabrycznej we Wrocławiu Wydział VIII Gospodarczy ds. upadłościowych i naprawczych w stosunku do dłużnika - Dynamicom Sp. z o. o. w upadłości likwidacyjnej (sygnatura akt: VIII GUp 2/13), gdzie CAM Media SA dokonała zgłoszenia wierzytelności w postępowaniu upadłościowym na kwotę 94.204,85 zł,
6. postępowanie egzekucyjne przeciwko Neolit-Media Dom Brokerski Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu o wyegzekwowanie świadczenia pieniężnego w wysokości 94.644,72 zł + odsetki, prowadzone przez Komornika Sądowego przy Sądzie Rejonowym dla Warszawy Woli, Macieja Simbierowicza, zakończone postanowieniem z dnia 10 stycznia 2014 roku o jego umorzeniu z urzędu wobec stwierdzenia bezskuteczności egzekucji.

Należności będące przedmiotem postępowania zostały objęte odpisem.

Poza wyżej wymienionymi, CAM Media, ani żadna ze Spółek zależnych nie jest stroną bądź uczestnikiem innych postępowań sądowych, tak w charakterze pozwanego jak i powoda, nie dochodziła również swoich roszczeń w postępowaniu egzekucyjnym, a nadto nie była uczestnikiem innego postępowania układowego czy upadłościowego.

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

W I półroczu 2014 roku CAM Media S.A. jak również Spółki zależne nie zawierały istotnych transakcji z podmiotami powiązanymi na innych warunkach niż rynkowe.

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

W okresie pierwszego półrocza 2014 roku Emitent udzielił nieodpłatnie solidarnego poręczenia za zobowiązania z tytułu kredytu udzielonego na podstawie umowy kredytowej nr U0002488456860 o kredyt nieodnawialny na finansowanie bieżącej działalności z dnia 11 lutego 2014 roku przez Alior Bank S.A. w wysokości 7.500.000 zł na rzecz Nextbike Polska Sp. z o.o. (jednostki zależnej od Emitenta). Poręczenie obejmuje zobowiązania kredytobiorcy z tytułu wskazanego wyżej kredytu na wypadek gdyby kredytobiorca nie wykonał tych zobowiązań w oznaczonym terminie.

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

W ocenie Zarządu w okresie I półrocza 2014 roku nie wystąpiły żadne istotne zdarzenia wpływające na ocenę sytuacji kadrowej, majątkowej, finansowej, wyniku finansowego i ich zmian ani zdarzenia, które są istotne dla oceny możliwości realizacji zobowiązań przez CAM Media S.A..

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

W ocenie Zarządu istotny wpływ na wyniki finansowe w perspektywie najbliższego kwartału może mieć niepewność sytuacji na rynku związana z zachowaniem rynku w świetle kryzysu, który powoduje powolne zmiany w całej branży reklamowej. Pomimo pojawiających się prognoz dotyczących powolnego pobudzenia rynku, w dalszym ciągu nie widać wyraźnych sygnałów wskazujących na trwałe odwrócenie się tendencji wzrostu rynku, choć pierwsze symptomy tej zmiany pojawiły się w końcu drugiego kwartału.

W wymiarze wewnętrznym najistotniejszy wpływ na obecną i przyszłą sytuację Grupy będzie miała kontynuacja wdrożenia procesu optymalizacji kosztów działalności operacyjnej, jak również reorganizacja procesów sprzedaży usług. Pozwoli to na dalsze zwiększanie rentowności realizowanych projektów, co ma istotne znaczenie ze względu na stałą presję cenową ze strony klientów Grupy, a także bardziej efektywne pozyskiwanie nowych klientów.. Jednocześnie wdrażana jest optymalizacja procesów wewnętrznych, a także podejmowane działania w sferze funkcjonowania wszystkich podmiotów Grupy Kapitałowej CAM Media. Celem tych działań jest dążenie do zmniejszenia poziomu kosztów stałych związanych z ich działalnością. Dzięki temu możliwe będzie kontrolowanie wyników finansowych nawet w przypadku niekorzystnego trendu na rynku i minimalizacja negatywnych skutków sytuacji rynkowej.

Drugim istotnym elementem jest dalsza integracja i rozwój wszystkich podmiotów wchodzących w skład Grupy. Wypracowanie coraz bardziej kompleksowej, szerokiej oferty całego wachlarza usług oferowanej klientom, a także rozwój i wdrożenie kolejnych produktów poprzez efekty synergii będzie miało istotny wpływ na przyszłą działalność Grupy kapitałowej CAM Media S.A.

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

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

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

oferowane klientom. W tym obszarze Grupa zamierza również wykorzystywać inwestycje kapitałowe w inne podmioty operujące w tej branży

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

Warszawa, dnia 29 sierpnia 2014 roku.