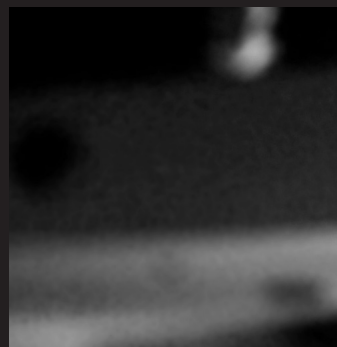
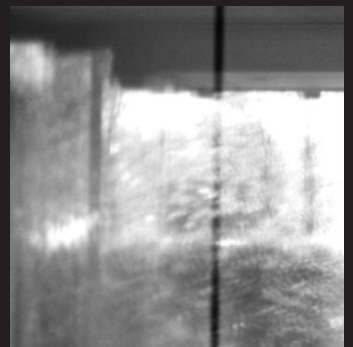
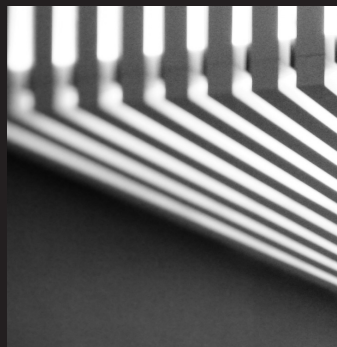
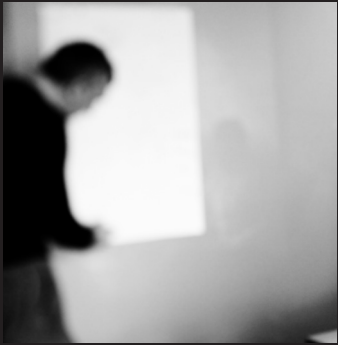


RAPORT ROZNY JEDNOSTKOWY 2015



SPIS TREŚCI

I. LIST OD ZARZĄDU	4
II. SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI MEDIACAP SA ZA 2015	6
1. Informacje ogólne	8
2. Wybrane dane finansowe MEDIACAP SA	11
3. Zarząd Spółki MEDIACAP SA	13
4. Rada Nadzorcza Spółki MEDIACAP SA	15
5. Akcje i struktura akcjonariatu	16
a) Struktura akcyjna kapitału zakładowego	16
b) Struktura akcjonariatu	17
c) Zmiany w strukturze akcjonariatu w 2015 r.	19
d) Notowania akcji w okresie 01.01.2015-31.12.2015	21
6. Omówienie wyników finansowych MEDIACAP SA	22
a) Analiza wskaźników	23
b) Charakterystyka struktury aktywów i pasywów	26
c) Przepływy pieniężne	27
d) Struktura lokat i inwestycji kapitałowych	27
e) Postępowania sądowe	28
f) Zawarcie transakcji rynkowej na warunkach innych niż rynkowe	28
g) Udzielone poręczenia i/lub gwarancje	28
7. Opis działalności MEDIACAP SA	29
a) Historia MEDIACAP SA	29
b) Określenie branż działalności MEDIACAP SA	31
c) Charakterystyka rynku i perspektywy rozwoju	31
d) Strategia rozwoju Spółki	32
e) Działania MEDIACAP SA w związku z sytuacją rynkową	33
f) Określenie wybranych aktywności Spółki	35
g) Zasoby ludzkie oraz polityka wynagrodzeń Spółki	38
h) Społeczna odpowiedzialność biznesu	38
8. Istotne wydarzenia	40
a) Wydarzenia wpływające na działalność w 2015	40
b) Wydarzenia wpływające na działalność po 31.12.2015	45
c) Inne informacje, które zdaniem Spółki są istotne	45
9. Raport w przedmiocie przestrzegania przez Spółkę zasad zawartych w dokumencie „Dobre praktyki spółek notowanych na NewConnect”	47
10. Opis podstawowych zagrożeń i ryzyk	53
III. DANE KONTAKTOWE	67

LIST OD ZARZĄDU

I. LIST OD ZARZĄDU

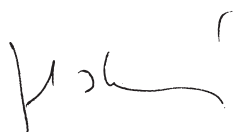
Szanowni Państwo,

2015 był okresem odbicia dla naszej jednostki głównej, który przyniósł 17,2 mln złotych przychodów (+39,0% r/r) przy 2,1 miliona złotych zysku netto (+90,2%).

Rok 2016 będzie rokiem przemian w tej działalności przede wszystkim ze względu na uruchomiony proces integracji naszych zasobów reklamowych, co powinno przełożyć się docelowo na wyższe przychody i rentowność wszystkich tych podmiotów.

Z racji rosnącego znaczenia grupy kapitałowej oczekujemy również, iż w średnim okresie coraz większe znaczenie dla wyników jednostki głównej będą miały, tak jak się już to wydarzyło w 2015, dywidendy spółek zależnych.

Zapraszamy do lektury pełnego raportu za 2015 i łączymy wyrazy szacunku,



Jacek Olechowski
Prezes Zarządu

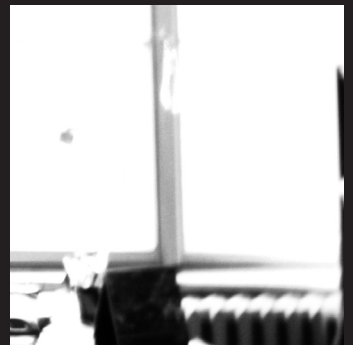
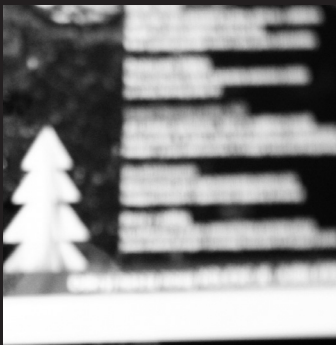


Edyta Gurazdowska
Wiceprezes Zarządu



Marcin Jeziorski
Wiceprezes Zarządu

|| SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI MEDIACAP SA ZA 2015



1. INFORMACJE OGÓLNE

MEDIACAP SA	
Kraj siedziby:	Polska
Siedziba Spółki:	Warszawa
Forma prawna:	Spółka akcyjna
Przepisy prawa:	Prawo polskie, zgodnie z KSH
Adres siedziby:	ul. Francuska 37, 03-905 Warszawa
Numery telekomunikacyjne:	tel. (22) 463 99 70, fax. (22) 463 99 08
Adres e-mail:	office@mediacap.pl
Strona internetowa:	www.mediacap.pl
NIP:	521-27-93-367
REGON:	12976217
KRS:	302232
Oznaczenie Sądu KRS:	Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy KRS

Spółka MEDIACAP SA powstała w wyniku przekształcenia spółki EM LAB Sp. z o.o. wpisanej do Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000133305, powstałej zgodnie z aktem notarialnym Rep. A nr 1697/98 z 05 marca 1998. Przekształcenie nastąpiło zgodnie z przepisami Kodeksu spółek handlowych, na podstawie uchwały Zgromadzenia Wspólników EM LAB Sp. z o.o. z dnia 12 lutego 2008. Data rejestracji w KRS nazwy MEDIACAP SA – 30 sierpnia 2010. Zgodnie ze Statutem czas trwania działalności Spółki jest nieograniczony. Statut MEDIACAP SA został przyjęty aktem notarialnym Rep. A nr 3028/2008 w dniu 12 lutego 2008. Ostatnia zmiana Statutu Spółki miała miejsce 02 lutego 2015, Rep. A nr 1205/2015.

Spółka nie posiada oddziałów.

Spółka MEDIACAP SA jest jednostką dominującą Grupy Kapitałowej MEDIACAP. Zarząd MEDIACAP SA przedstawił sprawozdanie z działalności Grupy w odrębnym raporcie rocznym.

Spółka MEDIACAP SA posiada markę handlową EMLAB.



Na dzień 31 grudnia 2015r. Jednostka Dominująca posiadała bezpośrednio lub pośrednio udziały w 7 jednostkach zależnych objętych sprawozdaniem finansowym.

Nazwa spółki	Siedziba Spółki	Przedmiot działalności	Procent posiadanych udziałów	Procent w całkowitej liczbie głosów	Metoda konsolidacji	Inne
Scholz & Friends Warszawa Sp. z o.o.	Mińska 25, bud. 63, 03-808 Warszawa	działalność agencji reklamowych	75%	75%	Pełna	-
IQS Sp. z o.o.	ul. Francuska 37, 03-905 Warszawa	działalność agencji badawczych	60%	60%	Pełna	
The Digitals Sp. z o.o.	Ul. Mińska 25, 03-808 Warszawa	Komunikacja marketingowa	100%	100%	Pełna	
Quant Sp. z o.o.	ul. Francuska 37, 03-905 Warszawa	działalność agencji badawczych	60%	60%	Pełna	Kontrola przez Spółkę IQS Sp. z o.o.
IQS Data Sp. z o.o.	ul. Francuska 37, 03-905 Warszawa	działalność agencji badawczych	60%	60%	Pełna	Kontrola przez Spółkę IQS Sp. z o.o.
IQS Online Sp. z o.o.	ul. Francuska 37, 03-905 Warszawa	działalność agencji badawczych	60%	60%	Pełna	Kontrola przez Spółkę IQS Sp. z o.o.
EDGE Technology Sp. z o.o.	Ul. Lwowska 53, 35-301 Rzeszów	Usługi IT	55%	55%	Pełna	Kontrola przez Spółkę The Digitals Sp. z o.o.

Na dzień 31 grudnia 2015 roku oraz na dzień 31 grudnia 2014 roku udział w ogólnej liczbie głosów posiadanych przez Grupę w podmiotach zależnych jest równy udziałowi Grupy w kapitałach tych jednostek.

W styczniu 2016 r. MEDIACAP SA utworzył spółkę MCP PUBLICA Sp. z o.o., która została wpisana do Krajowego Rejestru Sądowego 9 marca 2016 roku.

W dniu 14 grudnia 2013 roku MEDIACAP SA zawarł ze spółkami Frinanti Limited i Posella Limited (Inwestorzy) umowę inwestycyjną, której celem było nabycie udziałów w spółce The Digitals Sp. z o.o. Na mocy umowy w celu zabezpieczenia zobowiązań Inwestorów do sprzedaży udziałów na rzecz MEDIACAP SA i objęcia akcji MEDIACAP SA, Inwestorzy z dniem 1 stycznia 2014 roku przenieśli na MEDIACAP SA własność udziałów tytułem przewłaszczenia na zabezpieczenie. Zarząd MEDIACAP SA przyjął, iż od tego momentu przejął kontrolę nad The Digitals Sp. z o.o.

W dniu 29 stycznia 2014 roku MEDIACAP SA zawarł ze spółkami Frinanti Limited i Posella Limited warunkowe umowy sprzedaży udziałów, dotyczące nabycia i przeniesienia 1 224 udziałów w kapitale zakładowym The Digitals Sp. z o.o., reprezentujących 51% kapitału zakładowego i taki sam udział głosów w tej spółce. Umowy zostały zawarte pod warunkiem zawieszającym wykonania zobowiązań Frinanti Limited i Posella Limited do objęcia wszystkich akcji serii C emitowanych na podstawie uchwały Nadzwyczajnego

Walnego Zgromadzenia MEDIACAP SA o podwyższeniu kapitału zakładowego, podjętej w dniu 27 stycznia 2014 r. Bezpośrednio po zawarciu warunkowych umów sprzedaży zostały zawarte umowy objęcia przez Frinanti Limited i Posella Limited łącznie 4 992 662 akcji na okaziciela serii C MEDIACAP SA. Wobec powyższego, w dniu 29 stycznia 2014 r. warunek zawieszający nabycia udziałów The Digitals Sp. z o.o. został spełniony.

W dniu 9 czerwca 2014 r. MEDIACAP SA nabył 3% udziałów w The Digitals Sp. z o.o., 27 lutego 2015 r. nabył dodatkowe 21,5% udziałów w Spółce.

W dniu 14 lipca 2014 r. spółka zależna od MEDIACAP SA, IQS Sp. z o.o. (dawniej Grupa IQS Sp. z o.o.) nabyła 100% udziałów, stanowiących 100% kapitału zakładowego i ogólnej liczby głosów w spółce IQS Online Sp. z o.o. (dawniej Interaktywny Instytut Badań Rynkowych Sp. z o.o.).

W dniu 6 października 2015 r. MEDIACAP SA zawarł umowę, zgodnie z którą nabył od dotychczasowego wspólnika 24,5% udziałów w The Digitals Sp. z o.o. i na dzień zatwierdzenia sprawozdania finansowego posiada 100% udziałów. Równocześnie dotychczasowy wspólnik The Digitals objął 45% udziałów w EDGE Technology Sp. z o.o., spółki zależnej od The Digitals.

W dniu 2 lipca 2015 r. MEDIACAP SA nabył dodatkowe 7% udziałów w spółce IQS Sp. z o.o. Na dzień zatwierdzenia sprawozdania finansowego, MEDIACAP SA posiada 60% udziałów w kapitale własnym IQS Sp. z o.o. Wszystkie pozostałe udziały w IQS znajdują się w rękach kadry zarządzającej.

2. WYBRANE DANE FINANSOWE MEDIACAP SA

Do przeliczenia podstawowych pozycji sprawozdania finansowego zastosowano kursy:

- średni kurs EURO obowiązujący na koniec każdego okresu – dla danych wynikających ze sprawozdania z sytuacji finansowej,
- średni kurs EURO danego okresu, obliczony jako średnia arytmetyczna kursów obowiązujących na ostatni dzień każdego miesiąca w danym okresie – dla danych wynikających z rachunku zysków i strat, sprawozdania z całkowitych dochodów oraz sprawozdania z przepływów pieniężnych.

Lp.	Treść	Okres	Okres
		sprawozdawczy 01.01-31.12.2015	porównywalny 01.01-31.12.2014
1	średni kurs na koniec okresu	4.2615	4.2623
2	średni kurs okresu	4.1848	4.1893
3	najwyższy średni kurs w okresie	4.3580	4.3138
4	najniższy średni kurs w okresie	3.9822	4.0998

	w tys. PLN		w tys. EUR	
	Okres 12 miesięcy zakończony 31 grudnia 2015r.	Okres 12 miesięcy zakończony 31 grudnia 2014r.	Okres 12 miesięcy zakończony 31 grudnia 2015r.	Okres 12 miesięcy zakończony 31 grudnia 2014r.
I. Przychody ze sprzedaży	17 242	12 401	4 120	2 960
II. Zysk (strata) na działalności operacyjnej	232	831	55	198
III. Zysk (strata) brutto	2 176	1 295	520	309
IV. Zysk (strata) netto	2 112	1 110	505	265
V. Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	1 551	323	371	77
VI. Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	1 574	-2 246	376	-536
VII. Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	-3 588	1 407	-858	336
VIII. Przepływy pieniężne netto, razem	-464	-516	-111	-123
IX. Średnia ważona liczba akcji	16 127 542	15 429 937	16 127 542	15 429 937
X. Średnia ważona rozwodniona liczba akcji	16 127 542	15 429 937	16 127 542	15 429 937
XI. Zysk podstawowy netto na jedną akcję zwykłą (w zł/EUR)	0,13	0,07	0,03	0,02
XII. Zysk rozwodniony netto na jedną akcję zwykłą (w zł/EUR)	0,13	0,07	0,03	0,02
	31/12/2015	31/12/2014	31/12/2015	31/12/2014
XIII. Aktywa razem	22 903	19 071	5 374	4 474
XIV. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	5 303	3 675	1 245	862
XV. Zobowiązania długoterminowe	482	837	113	196
XVI. Zobowiązania krótkoterminowe	5 279	3 205	1 239	752
XVII. Kapitał własny	17 142	15 030	4 022	3 526
XVIII. Kapitał zakładowy	806	806	189	189
XIX. Liczba akcji	16 127 542	15 429 937	16 127 542	15 429 937
XX. Rozwodniona liczba akcji	16 127 542	15 429 937	16 127 542	15 429 937
XXI. Wartość księgową na jedną akcję (w zł/EUR)	1,06	0,97	0,25	0,23
XXII. Rozwodniona wartość księgową na jedną akcję (w zł/EUR)	1,06	0,97	0,25	0,23
XXIII. Zadeklarowana lub wypłacona dywidenda na jedną akcję (w zł/EUR)	-	-	-	-

3. ZARZĄD SPÓŁKI MEDIACAP SA

Od dnia 23 lutego 2010 do 20 października 2015 Zarząd Spółki składał się z 2 osób:

Jacek Olechowski	Prezes Zarządu
Edyta Gurazdowska	Członek Zarządu

Od dnia 20 października 2015 Zarząd spółki składa się z 3 osób:

Jacek Olechowski	Prezes Zarządu
Edyta Gurazdowska	Wiceprezes Zarządu
Marcin Jeziorski	Wiceprezes Zarządu

20 października 2015 r. Rada Nadzorcza MEDIACAP SA podjęła uchwałę w sprawie powołania w skład Zarządu Spółki Pana Marcina Jeziorskiego na funkcję Wiceprezesa Zarządu.

Kompetencje i zasady pracy Zarządu MEDIACAP SA zostały określone w następujących dokumentach:

- Statut Spółki MEDIACAP SA
- Dobre praktyki spółek notowanych na NewConnect
- Obowiązujące przepisy prawne

Doświadczenie Członków Zarządu

Jacek Olechowski – Prezes Zarządu

Jest założycielem i największym akcjonariuszem spółki MEDIACAP SA.

Jacek Olechowski działa na rynku mediów i marketingu od 20 lat. Pierwszą agencję reklamową DFF współtworzył od 1996 roku, w latach 1996-2007 pełniąc funkcję jej wiceprezesa i dyrektora zarządzającego. W ciągu 5 lat, z przychodami przekraczającymi 50 mln złotych, spółka dołączyła do grona największych graczy na rynku. Już pod marką Change stała się również jedną z najbardziej nagradzanych polskich agencji, a po serii transakcji przekształciła się w holding Group One SA o przychodach ponad 100 mln złotych rocznie. Olechowski sprzedał swoje akcje w Group One do inwestora prywatnego w 2014.

W latach 2007-2015 stworzył porównywarke ubezpieczeniową rankomat.pl. Jako jej największy prywatny akcjonariusz i przewodniczący RN był bezpośrednio zaangażowany od fazy pomysłu, przez implementację po fund-raising i exit. 100% spółki przejęła międzyna-

rodowa firma Bauer Media, w ramach jednej z największych transakcji rynku e-commerce roku 2015.

Od 2010 pełni funkcję Prezesa Zarządu MEDIACAP SA. W tym czasie z małej firmy reklamowej uczynił jednego z najbardziej aktywnych konsolidatorów branży reklamowej. Spółka pod jego zarządem zwiększyła przychody blisko 7x.

Olechowski, rocznik 1977, jest magistrem Finansów i Bankowości Szkoły Głównej Handlowej, absolwentem programu Global Leadership and Public Policy for the 21st Century Kennedy School of Government (Harvard University) oraz Georgetown Leadership Seminar 2010.

Edyta Gurazdowska – Wiceprezes Zarządu

Edyta Gurazdowska zaczęła swoją karierę zawodową od pracy w księgowości w Ster Projekt Sp. z o.o., a następnie Urban Design Sp. z o.o. i Decathlon Sp. z o.o.

W 2004 roku dołączyła do Jacka Olechowskiego w ramach DFF, oraz kolejno Change i Group One. W tym czasie awansowała z Głównej Księgowej na Dyrektora Finansowego.

W 2008 została CFO MEDIACAP SA, a od 2015 pełni funkcję wiceprezesa ds. Operacji (COO). Do jej zadań należy przede wszystkim nadzór nad operacjami i finansami Grupy oraz współpraca z zarządami spółek grupy w ramach budowy skali i rentowności oraz wsparcie w zakresie transakcji.

Gurazdowska, rocznik 1977, jest magistrem Finansów i Bankowości Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu. Dodatkowo ukończyła studia podyplomowe z rachunkowości w Wyższej Szkole Finansów i Zarządzania w Warszawie. W 2004 roku ukończyła studia w zakresie międzynarodowych finansów ACCA (Association of Chartered Certified Accountants).

Marcin Jeziorski – Wiceprezes Zarządu

Marcin Jeziorski działa na rynku reklamowym od ponad 15 lat. Pracował w agencjach D'Arcy/G7, Saatchi&Saatchi/Team One, Y&R/303. Tej ostatniej był założycielem i pierwszym dyrektorem zarządzającym. Po stronie agencji odpowiadał za wprowadzenie na rynek marek Plush, 36.6 i Kaufland, odświeżał wizerunek Wirtualnej Polski, Ery, Simplusa, Plusa, Dziennika, repositionował Onet, współtworzył TurboDymoMana.

We wrześniu 2011, jako Chief Executive Officer, rozpoczął wraz z Józefem Dutkiewiczem przebudowę agencji Scholz & Friends Warszawa. W latach 2013, 2014, 2015 Agencja notuje najwyższe oceny w badaniu satysfakcji klientów Millward Brown SMG. Jednocześnie zostaje nagrodzona tytułami: Faworyt Klientów (MMP 2014), Powrót Roku (Press 2014), Agencja Roku (MMP 2015). Wysoka jakość świadczonych przez Agencję usług zostaje doceniona rok do roku na najbardziej prestiżowym festiwalu reklamy Effie. Scholz & Friends Warszawa zdobywa statuetki Effie za prace dla Opla (Złoto 2013), Getin Leasing (Brąz 2014) oraz tę najważniejszą Grand Prix Effie 2015 z kampanię #dziejesiewpolsce relaun- chującą markę Wirtualna Polska.

4. RADA NADZORCZA SPÓŁKI MEDIACAP SA

Od dnia 20 czerwca 2013 do 20 października 2014 Rada Nadzorcza składała się z:

Hubert Janiszewski	Przewodniczący Rady Nadzorczej
Filip Friedmann	Członek Rady Nadzorczej
Julian Kozankiewicz	Członek Rady Nadzorczej
Jacek Welc	Członek Rady Nadzorczej
Marek Żołędziowski	Członek Rady Nadzorczej

Od dnia 20 października 2014 Rada Nadzorcza składa się z:

Hubert Janiszewski	Przewodniczący Rady Nadzorczej
Filip Friedmann	Członek Rady Nadzorczej
Julian Kozankiewicz	Członek Rady Nadzorczej
Artur Osuchowski	Członek Rady Nadzorczej
Jacek Welc	Członek Rady Nadzorczej

Kompetencje i zasady pracy Rady Nadzorczej MEDIACAP SA zostały określone w następujących dokumentach:

- Statut Spółki MEDIACAP SA
- Regulamin Rady Nadzorczej
- Dobre praktyki spółek notowanych na NewConnect
- Obowiązujące przepisy prawne

5. AKCJE I STRUKTURA AKCJONARIATU

a) Struktura akcyjna kapitału zakładowego

Na dzień sporządzenia raportu kapitał zakładowy MEDIACAP SA wynosił 806 377,10 PLN i dzielił się na 16 127 542 akcje o wartości nominalnej 0,05 zł każda, w tym:

1. 10 000 000 (dziesięć milionów) niepodzielnych akcji zwykłych na okaziciela serii A o kolejnych numerach 0000001 do 10 000 000 o równej wartości nominalnej po 5 (pięć) groszy każda;
2. 1 134 880 (jeden milion sto trzydzieści cztery tysiące osiemset osiemdziesiąt) niepodzielnych akcji zwykłych na okaziciela serii B o kolejnych numerach 10 000 001 do 11 134 880 o równej wartości nominalnej po 5 (pięć) groszy każda.
3. 4 992 662 (cztery miliony dziewięćset dziewięćdziesiąt dwa tysiące sześćset sześćdziesiąt dwa) niepodzielnych akcji zwykłych na okaziciela serii C o kolejnych numerach 11 134 881 do 16 127 542 o równej wartości nominalnej po 5 (pięć) groszy każda.

Struktura kapitału zakładowego na dzień sporządzenia raportu:

	Liczba akcji (szt.)	Udział w kapitale zakładowym (%)	Liczba głosów	Udział w ogólnej liczbie głosów (%)
Seria A	10 000 000	62%	10 000 000	62%
Seria B	1 134 880	7%	1 134 880	7%
Seria C	4 992 662	31%	4 992 662	31%
SUMA	16 127 542	100%	16 127 542	100%

b) Struktura akcjonariatu

Akcjonariusze posiadający co najmniej 5% (bezpośrednio i pośrednio) ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu na dzień sporządzenia raportu kwartalnego (na dzień 29 marca 2016), oraz zmiany w strukturze własności znacznych pakietów akcji Emitenta od dnia, na który został sporządzony raport roczny za 2015.

Imię i nazwisko (lub Nazwa)	Liczba posiadanych akcji stan na dzień 29.03.2016	Wartość akcji w PLN	Zmiany w stanie posiadania akcji	Liczba posiadanych akcji stan na 03.03.2015	Procentowy udział posiadanych akcji w kapitale zakładowym	Procentowy udział posiadanych akcji w głosach na WZA
Posella Limited	9 137 131	456 857	3 186 470	5 950 661	56,66%	56,66%
Jacek Olechowski	-	-	(486 470)	486 470	0,00%	0,00%
Frinanti Limited	2 352 196	117 610	(2 333 637)	4 685 833	14,58%	14,58%
Filip Friedmann	-	-	(359 650)	359 650	0,00%	0,00%
mWealth Management SA	1 686 951	84 348	872 315	814 636	10,46%	10,46%
Pozostali	2 951 264	147 563	(879 028)	3 830 292	18,30%	18,30%
Razem	16 127 542	806 377	0	16 127 542	100%	100%

Zestawienie zmian w stanie posiadania akcji Spółki lub uprawnień do nich (opcji) przez osoby zarządzające i nadzorujące Spółkę (na dzień 29 marca 2016), zgodnie z posiadanymi przez Spółkę informacjami w okresie od dnia, na który został sporządzony raport roczny za 2015.

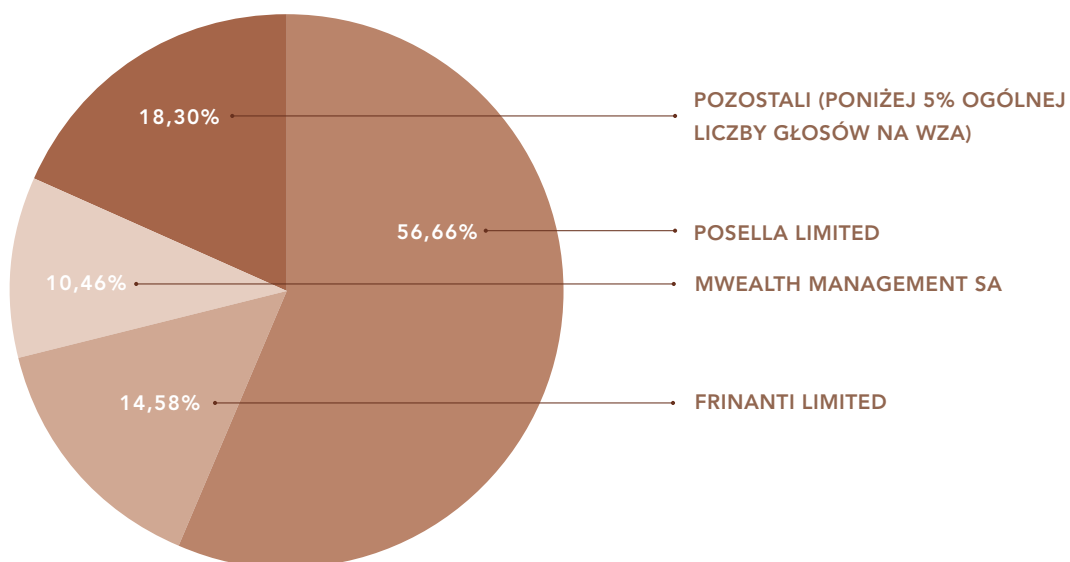
Imię i nazwisko	Liczba posiadanych akcji stan na dzień 29.03.2016	Wartość akcji w PLN	Zmiany w stanie posiadania akcji	Liczba posiadanych akcji stan na 03.03.2015	Procentowy udział posiadanych akcji w kapitale zakładowym	Procentowy udział posiadanych akcji w głosach na WZA
Osoby zarządzające						
Jacek Olechowski	-	-	(486 470)	486 470	0,00%	0,00%
Edyta Gurazdowska	83 656	4 183	-	83 656	0,52%	0,52%
Marcin Jeziorski	-	-	-	-	0,00%	0,00%
Osoby nadzorujące						
Filip Friedmann	-	-	(359 650)	359 650	0,00%	0,00%
Hubert Janiszewski	25 000	1 250	-	25 000	0,16%	0,16%
Julian Kozankiewicz	33 698	1 685	-	33 698	0,21%	0,21%

W tabelach pokazano także podmioty (osoby) posiadające mniej niż 5% akcji w kapitale zakładowym, lecz powiązane z podmiotami (osobami), które posiadają powyżej 5% akcji.

Powiązania członków Rady Nadzorczej z akcjonariuszami dysponującymi akcjami reprezentującymi co najmniej 5% ogólnej liczby głosów:

Filip Friedmann jest właścicielem spółki Frinanti Limited
Jacek Olechowski jest właścicielem spółki Posella Limited

Spółka na dzień sporządzenia raportu posiadała 144 138 własnych akcji.



c) Zmiany w strukturze akcjonariatu w 2015 r.

28 wrzesień 2015 r. – Zwiększenie stanu posiadania akcji Spółki przez mWealth Management S.A. do poziomu 10,46%

W dniu 28 września 2015 r. Spółka otrzymała na podstawie art. 69 ust. 1 pkt. 1) w zw. z art. 87 ust. 1 pkt. 3 lit. b) ustawy o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych (Ustawa) zawiadomienie od akcjonariusza mWealth Management S.A. z siedzibą w Warszawie, które dotyczyło zwiększenia udziału powyżej progu 10% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki przez Klientów mWealth Management S.A.

Zmiana liczby głosów nastąpiła w wyniku transakcji zakupu akcji na GPW, przeprowadzonej w dniu 23.09.2015 r., która rozliczona została w dniu 25.09.2015 r.

Przed rozliczeniem transakcji nabycia akcji Spółki, na rachunkach Klientów mWealth Management S.A. zapisanych było 1.486.951 akcji Spółki, które uprawniały do wykonywania 1.486.951 głosów na walnym zgromadzeniu Spółki, co dawało 9,22% udziału w ogólnej liczbie głosów w Spółce. W wyniku rozliczenia, w dniu 25.09.2015 r. na rachunkach Klientów mWealth Management S.A. zapisanych było 1.686.951 akcji Spółki, które uprawniały mWealth Management S.A. do wykonywania 1.686.951 głosów na walnym zgromadzeniu Spółki, co daje 10,46% udziału w ogólnej liczbie głosów w Spółce.

Ponadto mWealth Management S.A. poinformował, że nie istnieją żadne podmioty zależne od mWealth Management S.A., które posiadałyby akcje Spółki oraz że nie istnieją podmioty, o których mowa w art. 87 ust. 1 pkt. 3 lit. c) Ustawy.

2 październik 2015 r. – Nabycie akcji MEDIACAP SA przez Członka Zarządu oraz Członka Rady Nadzorczej

W dniu 2 października Spółka otrzymała zawiadomienia w trybie art. 160 ustawy o obrocie instrumentami finansowymi oraz na podstawie art. 69 ustawy o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych z dnia 29 lipca 2005 roku od:

- Członka Zarządu – Jacka Olechowskiego, o nabyciu przez niego 200.000 akcji Spółki za łączną cenę 436.000 zł, to jest po cenie 2,18 zł za jedną akcję. Transakcja została przeprowadzona w dniu 25 września 2015 r. a rozliczona w dniu 28 września 2015 r. i nastąpiła w wyniku transakcji pakietowej dokonanej na GPW. Jacek Olechowski po transakcji bezpośrednio posiadał 686.470 akcji co stanowiło 4,26% kapitału zakładowego Emitenta, liczba głosów z tych akcji to 686.470 co stanowiło 4,26% ogólnej liczby głosów.

Po transakcji Jacek Olechowski bezpośrednio i pośrednio posiadał 6.637.131 akcji, które stanowiły 41,16% kapitału zakładowego Emitenta. Liczba głosów z tych akcji bezpośrednio i pośrednio to 6.637.131 co stanowiło 41,16% ogólnej liczby głosów.

- Członka Rady Nadzorczej - Filipa Friedmanna, o nabyciu przez niego 6.713 akcji Spółki za łączną cenę 15.132,31 zł, to jest po średniej cenie 2.25 zł za jedną akcję. Transakcje przeprowadzone zostały od 28 września do 1 października 2015 r. i nastąpiły na Giełdzie Papierów Wartościowych.

Po transakcji Filip Friedmann bezpośrednio i pośrednio posiadał 5.052.196 co stanowiło 31.33% kapitału zakładowego Emitenta, liczba głosów z tych akcji bezpośrednio i pośrednio 5.052.196 co stanowiło 31.33% ogólnej liczby głosów;

19 październik 2015 r. – Zbycie akcji MEDIACAP SA przez podmiot zależny od Członka Zarządu

W dniu 19 października 2015 r. Spółka otrzymała zawiadomienie w trybie art. 160 ustawy o obrocie instrumentami finansowymi oraz na podstawie art. 69 ustawy o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych z dnia 29 lipca 2005 roku od:

- Prezesa Zarządu – Jacka Olechowskiego, o pośrednim zbyciu przez spółkę Posella Limited z siedzibą Ermou, 32-34 Kyprianos Cort, P.C. 6021 Larnaca, Cypr – 200.000 akcji Spółki za łączną cenę 440.000 zł, to jest po cenie 2,20 zł za jedną akcję. Transakcja została przeprowadzona w dniu 14 października 2015 r. a rozliczona w dniu 16 października 2015 r. i nastąpiła w wyniku transakcji pakietowej dokonanej na GPW.

Po transakcji Jacek Olechowski bezpośrednio posiadał 686 470 akcji co stanowiło 4,26% kapitału zakładowego Emitenta, liczba głosów z tych akcji to 686.470 co stanowiło 4,26% ogólnej liczby głosów.

Pośrednio poprzez Spółkę Posella Limited – Jacek Olechowski po transakcji posiadał 5.750.661 co stanowiło 35,66% kapitału zakładowego Emitenta, liczba głosów z tych akcji to 5.750.661 co stanowiło 35,66% ogólnej liczby głosów;

Po transakcji Jacek Olechowski bezpośrednio i pośrednio posiadał 6.437.131 akcji, które stanowiły 39,92% kapitału zakładowego Emitenta. Liczba głosów z tych akcji bezpośrednio i pośrednio to 6.437.131 co stanowiło 39,92% ogólnej liczby głosów.

d) Notowania akcji w okresie 01.01.2015-31.12.2015



kurs odniesienia (30.12.14)	1,69 PLN
data początkowa	2015-01-02
data końcowa	2015-12-30
zmiana	71,60%
zmiana	1,21 PLN
minimum	1,66 PLN
maksimum	3,1 PLN
średni kurs	2,48 PLN
średni wolumen	8 383 szt.
średnie obroty	0,02 mln

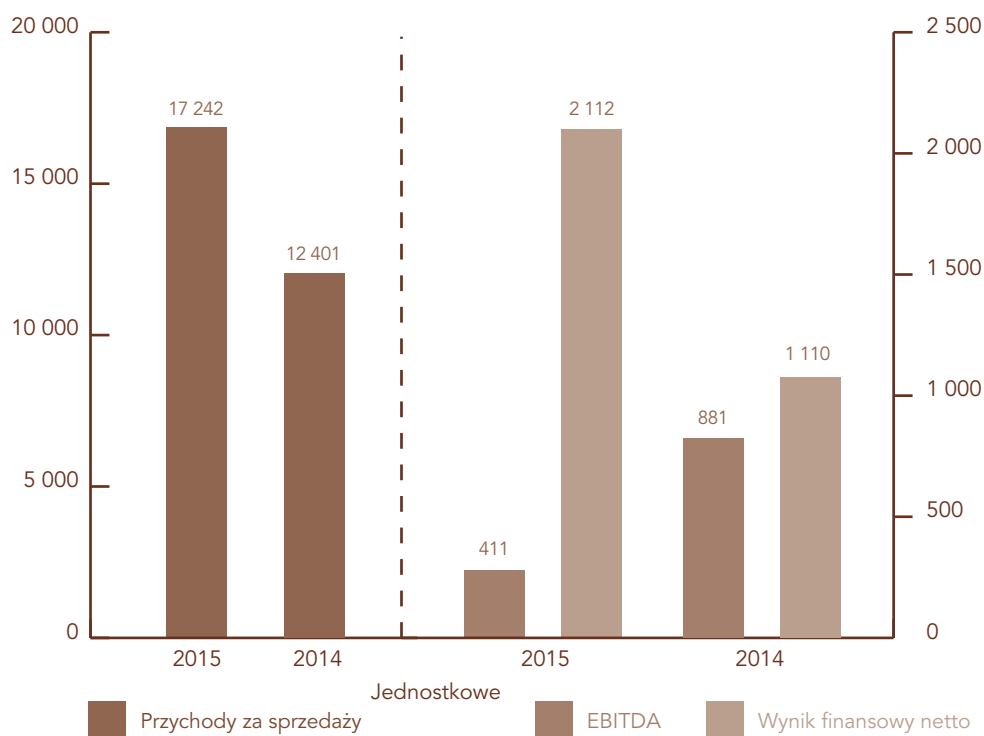
W okresie od 2 stycznia 2015 do 30 grudnia 2015 roku Spółka zanotowała silny wzrost kursu – o blisko 72% zaczynając rok z kursem 1,69 zł za akcję a kończąc z kursem 2,90 zł za akcję. Średni kurs w tym okresie wyniósł, 2,48 zł za akcję, zaś średni wolumen 8 383 sztuki. Łączny obrót akcjami spółki wyniósł 1 441 848 sztuk akcji, co przełożyło się na obroty w wysokości 3,464 miliona. Najsilniejszy wzrost kursu akcji nastąpił po publikacji rekordowych wyników finansowych za Q4 2014 oraz w okresie po zwiększeniu zaangażowania przez mWealth Management do 10,46% (Raport Bieżący EBI nr. 40/2015 z 28 września 2015).

6. OMÓWIENIE WYNIKÓW FINANSOWYCH MEDIACAP SA

Spółka MEDIACAP SA nie publikuje prognoz, analizę wyników finansowych za 2015 zaprezentowano w porównaniu do poprzedniego okresu finansowego.

Wyniki finansowe MEDIACAP SA w tys. PLN

	2015	2014
Przychody ze sprzedaży	17 242	12 401
EBIT	232	831
EBITDA	411	881
Wynik na sprzedaży	79	803
Wynik na działalności operacyjnej	232	831
Wynik finansowy brutto	2 176	1 295
Wynik finansowy netto	2 112	1 110



Jednostkowy wynik finansowy netto MEDIACAP SA na koniec 2015 wyniósł 2 112 tys. PLN i jest o 90% wyższy niż wynik za 2014. Przyczyną tego wzrostu jest wypłata zaliczkowej dywidendy z The Digitals Sp. z o.o. w wysokości 1 980 tys.

Wynik na sprzedaży w ujęciu jednostkowym spadł o ok. 90% w odniesieniu do 2014. Należy mieć na uwadze, że w 2015 r. zostały poniesione znaczne koszty związane z planowanym

przejściem na rynek regulowany oraz z przygotowaniem akwizycji. W 2015 wyniosły ponad 400 tys. PLN. Są to koszty jednorazowe nie związane z podstawową działalnością operacyjną. Wskaźniki EBIT i EBITDA dla danych jednostkowych uległy zmniejszeniu do 2014 (EBIT -72%, EBITDA -53%).

Powyższe dane uwzględniają jednorazowe koszty związane z planowanym przejściem na rynek regulowany, po ich wyłączeniu wartości wskaźników EBITDA oraz wyniku na działalności operacyjnej, wyniku finansowego brutto i netto kształtowałyby się następująco:

	2015	2014
EBITDA	820	881
Wynik na działalności operacyjnej	641	831
Wynik finansowy brutto	2 585	1 295
Wynik finansowy netto	2 443	1 110

Po wyłączeniu wspomnianych kosztów w ujęciu jednostkowym EBITDA spadła o 6,9% w porównaniu do danych za 2014. Wynik netto w ujęciu jednostkowym wzrósł o 120% w porównaniu do 2014.

a) Analiza wskaźników

Wybrane jednostkowe wskaźniki rentowności MEDIACAP SA za 2015 rok i wskaźniki porównywalne za 2014 rok.

	2015	2014
1. Wskaźnik rentowności sprzedaży (ROS)	12,25%	8,95%
2. Wskaźnik rentowności kapitału własnego (ROE)	12,32%	7,39%
3. Wskaźnik rentowności majątku (ROA)	9,22%	5,82%
4. Wskaźnik rentowności operacyjnej	1,34%	6,70%
5. Wskaźnik rentowności EBITDA	2,38%	7,11%

1. Wskaźnik rentowności sprzedaży (ROS) = Wynik netto/przychody ze sprzedaży
2. Wskaźnik rentowności kapitału własnego (ROE) = Wynik netto/średni kapitał własny w okresie
3. Wskaźnik rentowności majątku (ROA) = Wynik netto/średnie aktywa ogółem w okresie
4. Wskaźnik rentowności operacyjnej = Wynik na działalności operacyjnej/przychody ze sprzedaży
5. Wskaźnik rentowności EBITDA = EBITDA/przychody ze sprzedaży

W ujęciu jednostkowym wartości wskaźników rentowości opartych na zysku netto (ROS, ROE, ROA) znacznie poprawiły się, co wynika z faktu, że w 2015 roku zysk netto wzrósł o 90% w odniesieniu do 2014 roku. Spadki wskaźników rentowności operacyjnej i EBITDA wynikają przede wszystkim z wyższego poziomu kosztów usług obcych w porównaniu do 2014 r. oraz z poniesienia jednorazowych kosztów związanych z planowanym przejściem na rynek regulowany oraz przygotowaniem do akwizycji.

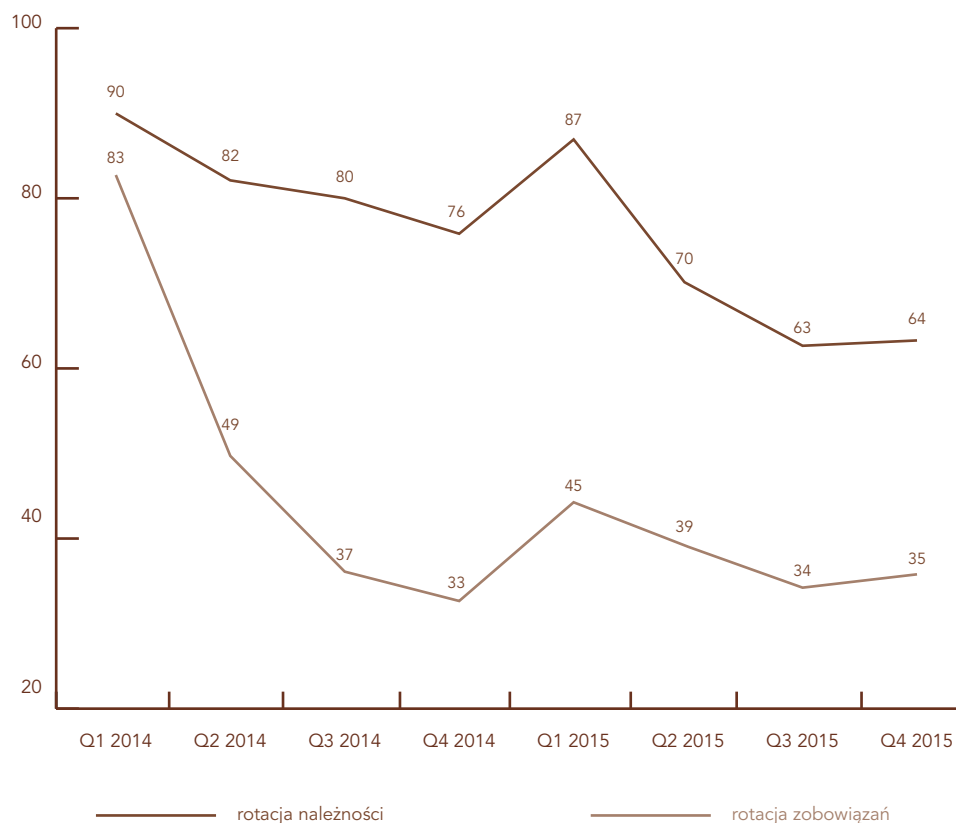
Wybrane jednostkowe wskaźniki kondycji finansowej MEDIACAP SA za 2015 rok i wskaźniki porównywalne za 2014 rok.

	2015	2014
1. Wskaźnik ogólnej płynności	1,07	1,64
2. Wskaźnik ogólnego zadłużenia	0,25	0,21
3. Wskaźnik zadłużenia kapitałów własnych	0,34	0,27
4. Wskaźnik relacji długu do EBITDA	14,01	4,59

1. Wskaźnik ogólnej płynności = $\frac{\text{Aktywa obrotowe/zobowiązania krótkoterminowe wobec jednostek powiązanych i pozostałych}}{\text{Zobowiązania długoo- i krótkoterminowe (bez funduszy specjalnych)/aktywa ogółem}}$
2. Wskaźnik ogólnego zadłużenia = $\frac{\text{Zobowiązania długoo- i krótkoterminowe (bez funduszy specjalnych)/aktywa ogółem}}{\text{Zobowiązania ogółem/kapitał własny}}$
3. Wskaźnik zadłużenia kapitałów własnych = $\frac{\text{Zobowiązania ogółem/kapitał własny}}{\text{Kredyty i pożyczki długoo- i krótkoterminowe minus środki pieniężne w kasie i na rachunku/EBITDA}}$
4. Wskaźnik relacji długu do EBITDA = $\frac{\text{Kredyty i pożyczki długoo- i krótkoterminowe minus środki pieniężne w kasie i na rachunku/EBITDA}}{\text{EBITDA}}$

W 2015 w sprawozdaniu jednostkowych zauważalna jest duża zmiana we wskaźniku relacji długu do EBITDA. Jest ona spowodowana dwoma czynnikami: dużym wzrostem zobowiązań z tytułu dostaw i usług oraz obciążeniem wyniku jednorazowymi kosztami poniesionymi w związku z planowanym przejściem na rynek regulowany. Wskaźnik zadłużenia kapitałów własnych w jednostce uległ zwiększeniu co wynika z faktu większego finansowania jednostki przez kontrahentów.

Rotacja należności i zobowiązań w dniach.



1. Wskaźnik rotacji należności = $\frac{\text{Przeciętny stan należności z tyt. dostaw i usług w okresie}}{\text{liczba dni/przychody ze sprzedaży}}$
2. Wskaźnik rotacji zobowiązań = $\frac{\text{Przeciętny stan zobowiązań z tyt. dostaw i usług w okresie}}{\text{liczba dni/koszty działalności operacyjnej}}$

W ujęciu jednostkowym za 2015 wskaźnik szybkości obrotu należności wynosi 64 dni. Wskaźnik szybkości obrotu zobowiązań wynosi 36 dni.

Zauważalna jest poprawa wskaźników rotacji należności i zobowiązań w porównaniu do pierwszych dwóch kwartałów 2015 co związane jest z sezonowością.

Rozbieżność pomiędzy wskaźnikami rotacji należności i zobowiązań jest typowa dla rynku, w którym działają spółki. Wynika to z faktu, że odbiorcami usług są głównie duże koncerny, których praktyką jest maksymalne wydłużanie terminów płatności. Dostawcami usług dla spółek z grupy MEDIACAP SA są natomiast w większości małe i średnie przedsiębiorstwa, których terminy płatności są znacznie krótsze.

b) Charakterystyka struktury aktywów i pasywów w tys. PLN

Bilans	2015	Struktura %	2014	Struktura %	Dynamika r/r %
AKTYWA TRWAŁE	17 276	75,43%	13 830	72,52%	24,92%
Wartości niematerialne	1 306	5,70%	557	2,92%	134,26%
Rzeczowe aktywa trwałe	94	0,41%	92	0,48%	2,43%
Należności długoterminowe	3	0,01%	3	0,02%	-9,88%
Pozostałe aktywa finansowe długoterminowe	15 553	67,91%	13 058	68,47%	19,11%
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	320	1,40%	120	0,63%	166,84%
AKTYWA OBROTOWE	5 627	24,57%	5 241	27,48%	7,35%
Zapasy	-	-	-	-	-
Należności krótkoterminowe	5 106	22,29%	4 189	21,97%	21,87%
Pozostałe aktywa finansowe oraz Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	451	1,97%	904	4,74%	-50,08%
Pozostałe aktywa obrotowe	70	0,30%	148	0,78%	-52,93%
AKTYWA RAZEM	22 903	100,00%	19 072	100,00%	20,09%
KAPITAŁ WŁASNY	17 142	74,85%	15 030	78,81%	14,05%
ZOBOWIĄZANIA DŁUGOTERMINOWE	482	2,11%	836	4,39%	-42,34%
Zobowiązania i rezerwy długoterminowe	165	0,72%	833	4,37%	-80,19%
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	19	0,08%	3	0,02%	452,21%
Rozliczenia międzyokresowe	299	1,30%	-	0,00%	-
ZOBOWIĄZANIA KRÓTKOTERMINOWE	5 279	23,05%	3 205	16,81%	64,69%
Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe	5 120	22,35%	2 839	14,88%	80,36%
Przychody przyszłych okresów oraz rozliczenia międzyokresowe	159	0,69%	367	1,92%	-56,65%
PASYWA RAZEM	22 903	100,00%	19 072	100,00%	20,09%

Suma bilansowa MEDIACAP SA w ujęciu jednostkowym za koniec 2015 wyniosła 22 903 tys. PLN, co oznacza 20% wzrost w stosunku do stanu na koniec 2014. W strukturze aktywów trwałych znacząco wzrosły wartości niematerialne i prawne co związane jest z przyjęciem do użytkowania systemu B2B. Duży wzrost (prawie 167%) pojawił się na aktywach z tytułu odroczonego podatku dochodowego. Związane jest to z przejściowymi różnicami w podstawie opodatkowania w związku z nieterminowym uregulowaniem zobowiązań oraz znaczną pozycją rezerw.

W strukturze aktywów obrotowych, pozycja zapasów wynosi 0. Prawie 22% wzrost zanotowała pozycja należności krótkoterminowych, natomiast znaczący spadek widoczny jest na pozostałych aktywach finansowych oraz środkach pieniężnych i ich ekwiwalentach (-50%). Spółka wydatkowała środki na spłatę kredytu oraz nabycie dodatkowych udziałów w The Digitals Sp. z o.o. oraz w IQS Sp. z o.o. Równie duży spadek wystąpił na pozostałych aktywach obrotowych (-53%).

Na koniec 2015 spółka MEDIACAP SA dysponowała wyższym (w odniesieniu do 2014 r.) kapitałem własnym w wysokości 17 142 tys. PLN. W strukturze pasywów na koniec 2015 pozycja zobowiązań długoterminowych spadła o 42% przy wzroście zobowiązań krótkoterminowych o 65%. Spadek zobowiązań długoterminowych jest spowodowany spłaceniem kredytu inwestycyjnego na zakup udziałów w IQS Sp. z o.o.

c) Przepływy pieniężne

Przepływy pieniężne MEDIACAP SA za 2015 rok oraz dane porównywalne za 2014 rok w tys. PLN.

	2015	2014
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	1 550,84	322,69
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	1 573,77	- 2 245,78
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	- 3 588,48	1 407,21
Przepływy pieniężne netto razem	- 463,87	- 515,88

Dodatknie przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej na koniec 2015 dla jednostkowych danych MEDIACAP SA wynikają z pozytywnego wyniku finansowego oraz ujemnych korekt, przede wszystkim na odsetkach i udziałach w zysku oraz ze zmiany stanu należności i zobowiązań krótkoterminowych z wyjątkiem pożyczek i kredytów. Dodatkowo przepływy pieniężne z działalności inwestycyjnej wynikają z wpływów z dywidend i aktywów finansowych. Ujemne przepływy pieniężne z działalności finansowej wynikają przede wszystkim ze z częściowego nabycia udziałów w jednostkach zależnych oraz ze spłaty kredytu otrzymanego na sfinansowania zakupu udziałów w spółce zależnej IQS Sp. z o.o.

d) Struktura lokat i inwestycji kapitałowych

W 2015 roku spółka MEDIACAP SA korzystała głównie z następujących lokat kapitałowych:

- overnight,
- lokat terminowych o długości od tygodnia do dwóch miesięcy.

Spółka nie dokonywała w obrębie grupy kapitałowej ani w jednostkach zewnętrznych żadnych lokat ani inwestycji kapitałowych poza wskazanymi powyżej.

Na koniec okresu sprawozdawczego Spółka nie posiadała instrumentów finansowych, innych niż krótkoterminowe aktywa finansowe.

e) Postępowania sądowe

W 2015 roku wobec spółki MEDIACAP SA nie toczyły się postępowania sądowe przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej.

f) Zawarcie transakcji rynkowej na warunkach innych niż rynkowe

W roku 2015 roku MEDIACAP SA nie zawarł transakcji na innych warunkach niż rynkowe (w tym z podmiotami powiązanymi).

g) Udzielone poręczenia i/lub gwarancje o wartości powyżej 10% kapitałów własnych

W 2015 roku MEDIACAP SA nie udzielił poręczeń, kredytu, pożyczki i gwarancji.

7. OPIS DZIAŁALNOŚCI MEDIACAP SA

a) Historia MEDIACAP SA

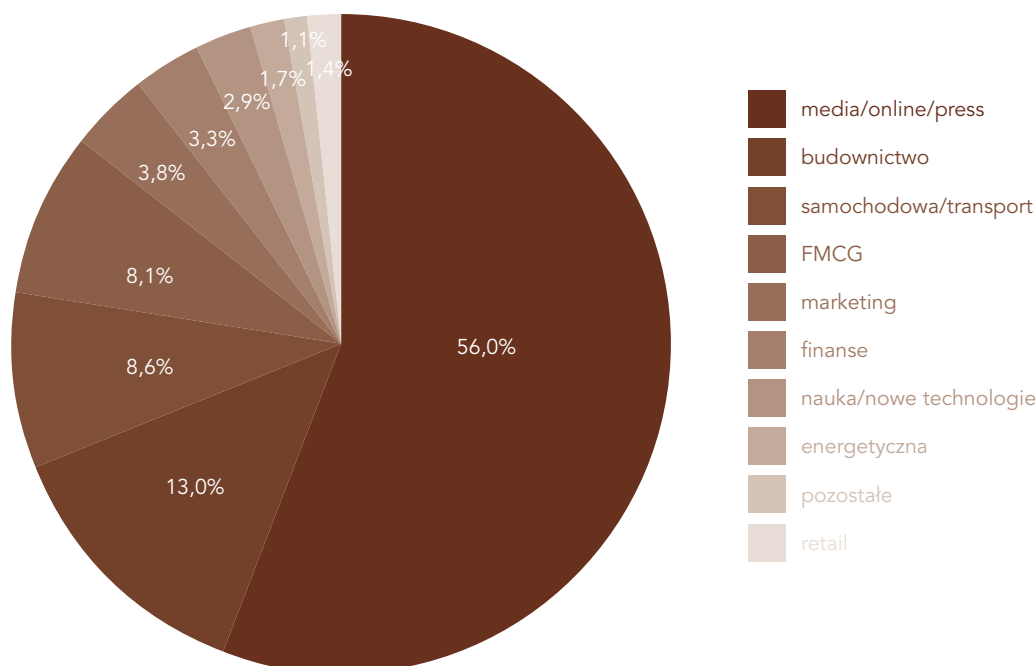
1998	Powstanie spółki EM LAB Sp. z o.o. – poprzednika prawnego Emitenta – początkowo zajmującej się usługami PR.
2005	EM LAB (początkowo pod nazwą Event Lab Sp. z o.o.) jako spółka zajmująca się kompleksową organizacją eventów powstała w roku 2005 w następstwie przekształcenia spółki StarGate Sp. z o.o., należącej do Jacka Olechowskiego oraz Filipa Friedmanna. Dyrektorem zarządzającym spółki został Julian Kozankiewicz (na Datę Prospektu Członek Rady Nadzorczej MEDIACAP SA). Pierwszymi klientami spółki były między innymi takie marki jak BMW, Lotto, Jelfa czy Vaillant. Swoją pierwszy rok na rynku eventowym spółka zakończyła z przychodami na poziomie ok. 3 milionów złotych. Funkcję Prezesa Zarządu pełnił Jacek Olechowski.
2006	Rok 2006 okazał się dla Emitenta bardzo owocny. Do grona obsługiwanych klientów dołączyły m.in. marki Henkel, Toyota Motors, Brown Forman, Finlandia Wódka, Diageo, Moët&Chandon, Phillips i DB Kredyt. Z końcem roku wraz z poszerzeniem profilu działalności o usługi z zakresu ambient media i marketingu doświadczeń, spółka zmieniła nazwę na EM LAB Sp. z o.o. W grudniu 2006 roku doszło do rebrandingu nazwy z Event Lab na EM LAB – Experiential Marketing. Obroty spółki za rok 2006 wyniosły ok. 5 milionów złotych.
2007	Powołanie Juliana Kozankiewicza na stanowisko Prezesa Zarządu. W roku tym spółka pozyskała kilka znaczących, długoterminowych kontraktów, które wprowadziły ją do grona największych tego typu firm na rynku, m.in. kontrakt na wprowadzenie marki Play, organizację masowej imprezy BMW F1 Pit Lane Park czy ramową obsługę Nordea Bank i L’Oreal. Impreza dla BMW zgromadziła ponad 100 tys. uczestników w ciągu jednego weekendu natomiast projekt plaża dla Play (we współpracy ze stacją TV) dotarł bezpośrednio do ponad 300 tys. uczestników i jeszcze większego grona widzów. Przychody spółki wyniosły ok. 16 milionów złotych.
2008	Zmiana formy prawnej prowadzonej działalności EM LAB SA w wyniku przekształcenia spółki EM LAB Sp. z o.o. w EM LAB SA, a następnie debiut na rynku New Connect i pozyskanie w emisji prywatnej akcji serii B blisko 4,1 miliona złotych na rozwój i planowane akwizycje. Spółka w tym okresie pozyskała do grona klientów markę Bosch, a jej największą realizacją była kolejna edycja BMW F1 Pit Lane Park, która zgromadziła ponad 160 tysięcy uczestników. Przychody spółki wyniosły ok. 18 milionów złotych.
2009	Załamanie koniunktury na rynku eventów w związku ze światowym kryzysem finansowym sprawiło, że według prasy branżowej rynek docelowy spółki zmalał o 50%. W efekcie przychody spółki zmniejszyły się do około 11,5 miliona złotych co wymusiło jej restrukturyzację i opóźniło planowane przejęcia.
2010	Nabycie 75% udziałów w spółce Scholz & Friends Warszawa Sp. z o.o., co zapoczątkowało tworzenie Grupy Kapitałowej, na czele której ponownie stanął Jacek Olechowski, tym razem wraz z Edytą Gurazdowską. Konsekwencją zmiany Zarządu było ogłoszenie nowej strategii odbudowy udziałów w rynku eventowym oraz restrukturyzacja nowej spółki zależnej. Zmiana firmy Spółki z EM LAB SA na MEDIACAP SA. Do grona ujawnionych akcjonariuszy dołączyło BRE Wealth Management S.A. (obecnie mWealth Management S.A.). Baza klientów wzmocniła się o takie marki jak: LG, Tchibo, Mercedes-Benz, Frito Lay, Nestle czy Tedx. Usługi Grupy Kapitałowej poszerzyły się o kompleksowe doradztwo i realizację kampanii reklamowych. Skonsolidowane obroty wyniosły ok. 16 milionów złotych.
2011	Zakończenie procesów restrukturyzacyjnych spółki, które pozwoliły przywrócić zyski w jednostce głównej od Q1 oraz w spółce zależnej od Q4. Do poszerzonego grona klientów firmy dołączyły takie marki jak Netia, Allegro, H&M. Przychody po raz pierwszy w historii przekroczyły próg 20 milionów złotych.

2012	Dalszy rozwój biznesu w ramach strategii 2010-2013. Dzięki konkurencyjnej ofercie rynkowej Grupa Kapitałowa pozyskała kolejnych klientów (m.in. marki Hyundai, Kaufland, Opel, PARP), którzy pozwolili jej osiągnąć ok. 27 milionów złotych przychodu i 1,7 miliona złotych zysku netto.
2013	Mocny wzrost organiczny i stabilność obu spółek w grupie pozwoliły zarządowi powrócić do działań w zakresie przejęć. Ich konsekwencją było m.in. nabycie pakietu kontrolnego wiodącej spółki badawczej IQS Sp. z o.o., dzięki któremu Grupa Kapitałowa skokowo zwiększyła swoją bazę klientów (do ponad 100) oraz zakres świadczonych usług. MEDIACAP SA osiągnęła w 2013 blisko 35 milionów przychodu i skonsolidowany zysk netto na poziomie 2,2 miliona złotych.
2014	Kolejną odstoną realizowanej strategii przejęć było nabycie pakietu kontrolnego wiodącej agencji interaktywnej The Digitals Sp. z o.o., dzięki której wspólny udział usług Data i Digital przekroczył 50% w przychodach Grupy Kapitałowej. Ważnymi wydarzeniami tego roku było również wydzielenie firmy EDGE Technology Sp. z o.o. jako specjalistycznego dostawcy Custom Development oraz nabycie przez spółkę IQS Sp. z o.o. 100% udziałów we wiodącej interaktywnej firmie badawczej – IQS Online Sp. z o.o., dzięki czemu IQS stała się największą polską firmą badawczą.
2015	Dalsze prace nad rozwojem grupy, w szczególności uproszczeniem jej struktury kapitałowej poprzez zwiększenie udziałów w podmiotach zależnych. W efekcie udziały MEDIACAP SA w The Digitals Sp. z o.o. wzrosły do 100% a w IQS Sp. z o.o. do 60%. Pozostałe udziały w IQS pozostają w rękach zarządów, gwarantując ich zaangażowanie w budowę wartości. Równocześnie w ramach budowy długofalowego partnerstwa w EDGE Technology, spółce dotychczas należącej w 100% do The Digitals, na skutek transakcji odkupu i podwyższenia kapitału ustalona została struktura własności w której MEDIACAP SA ma 51%, a wspólnik zarządzający 49%. Zgodnie z planem Zarządu ogłoszonym jeszcze w 2014, w kolejnym roku spółka ma nadzieję, dzięki wzrostowi organicznemu i przejęciom po raz pierwszy przekroczyć próg 100 milionów złotych przychodu.

b) Określenie branż działalności MEDIACAP SA

MEDIACAP SA obsługuje klientów zdywersyfikowanych branżowo. Udział przychodów w ujęciu procentowym według branż za 2015 prezentuje poniższy wykres.

Udział % przychodów wg branż



c) Charakterystyka rynku i perspektywy rozwoju

Polski rynek reklamowy dzieli się na dwa kluczowe segmenty: mediowy (związany z handlem czasem i przestrzenią w mediach masowych) oraz contentowy (związany z produkcją treści reklamowych i bezpośrednim dotarciem do odbiorców).

Z przyczyn technicznych jedynie mediowy segment rynku reklamowego podlega szacunkom. Według raportu międzynarodowej grupy mediowej ZenithOptimedia Group (ZOG) w 2015 roku wydatki netto na media w Polsce wzrosły o 2,8% do łącznej wartości ponad 6,9 miliarda złotych. Trudno ocenić wielkość segmentu contentowego (na którym przede wszystkim działają spółki MEDIACAP SA), natomiast jest oczywiste, iż podlega on tej samej dynamice co segment mediowy.

Jednostka główna MEDIACAP SA działa w podsegmentcie „marketing eventowy” stanowiącego składową segmentu contentowego. Według obiegowych opinii rynek ten ma wartość ok 0,5-1,0 miliarda złotych i jest bardzo silnie rozdrobniony. Jego największy

gracze są podobnie jak MEDIACAP SA zrzeszeni w Klubie Agencji Eventowych przy SKM SA – są to między innymi takie marki jak: Allegro Events, Walk Events, El Padre, My Place, Multievents, Jet Events, Endorfina Events czy STX Jamboree. Dodatkowo na rynku rozpoznawalne są takie marki jak Live czy Prowokator. Wszystkie z wymienionych firm nie przekraczają kilkudziesięciu milionów przychodu rocznie. Znamienny jest fakt, iż w przeciwieństwie do większości segmentów rynku reklamowego na rynku eventowym nie dominują międzynarodowe holdingi reklamowe.

Perspektywa dla tego rynku jest spójna z całym rynkiem marketingowym, kolejny rok powinien więc przynieść dalszy łagodny wzrost dynamiki, która powinna kształtować się w przedziale 2-6% r/r. Spodziewana jest intensyfikacja nacisku klientów na policzalność działań eventowych i ich większą integrację z marketingiem bazodanowym.

d) Strategia rozwoju Spółki

Realizowana od 2010 roku strategia rozwoju Grupy oparta jest na konsekwentnym poszerzaniu zakresu świadczonych usług, co przełożyło się na wzrost skali przychodów i liczby klientów. Silny wzrost organiczny uzupełniony o cztery przejęcia w latach 2010-2014 sprawiły, że MEDIACAP SA dołączył do grona kilku polskich podmiotów, które wyróżniają się skalą na tle rynku. Na obecnym etapie MEDIACAP SA ani żaden z pozostałych niezależnych graczy nie stanowi jednak jeszcze konkurencji o porównywalnej skali czy sile negocjacyjnej wobec 6 największych graczy międzynarodowych: WPP, Omnicom, Publicis, Havas, IPG czy Dentsu Aegis, których łączny udział w polskim rynku Spółka szacuje na powyżej 60%.

W tym kontekście kluczowym celem strategii MEDIACAP SA jest osiągnięcie pozycji największego niezależnego podmiotu na polskim rynku marketingu z dwu-, trzykrotnym wzrostem udziału w rynku do 2017, poprzez:

- poszerzenie oferty świadczonych usług, w taki sposób by zwiększyć przychody z obecnej bazy klientów, których liczba już w 2015 roku wyniosła blisko 350;
- innowacje technologiczne w zakresie procesów, zarządzania kapitałem ludzkim oraz modeli sprzedaży, które pozwolą na zwiększenie skali biznesu bez konieczności powiększania bazy kosztowej;
- przejęcie kolejnych podmiotów, które poszerzą zakres usług Grupy i wygenerują znaczące synergie przychodowe oraz zwiększą każdorazowo EBITDA Grupy;
- konsolidowanie istniejących segmentów działalności Grupy, dzięki mniejszym przejęciom, generującym natychmiastowe korzyści skali i wzmacniającym pozycję rynkową spółek zależnych.

Osiągnięcie pozycji największego niezależnego podmiotu na polskim rynku marketingu sprawi, że MEDIACAP SA:

- stanie się liczącym partnerem dla największych klientów rynku reklamowego (w tym firm o polskim rodowodzie), na podobieństwo lokalnych liderów na pozostałych rynkach europejskich;
- umocni swoją pozycję wobec dostawców, w tym wydawców i właścicieli mediów oraz dostawców technicznych i technologicznych;
- będzie jednym z największych pracodawców swojego rynku, co umożliwi mu realizowanie zintegrowanej długofalowej strategii zarządzania kapitałem ludzkim – zwiększając efektywność jego wykorzystania;
- będzie wiodącym konsolidatorem rynku dzięki jego lepszej znajomości i prostszej strukturze decyzyjnej niż u konkurentów międzynarodowych.

W dalszej perspektywie pozycja największego polskiego gracza pozwoli też:

- nawiązać strategiczną współpracę z koncernami mediowymi w zakresie lepszej monetyzacji ich usług i wspólnej oferty dla marketerów;
- być kluczowym podmiotem kolejnej fali konsolidacji polskiego rynku, która według przewidywań Emitenta doprowadzi do wyłonienia się 2-3 połączonych graczy, którzy kontrolować będą ponad 60% całkowitego rynku.

e) Działania MEDIACAP SA w związku z sytuacją rynkową

W 2015 działania Zarządu skupiły się na następujących głównych kwestiach:

- Budowy nowego portfela usług w segmentach IT i Data o wyższej wartości dodanej dla klientów. Dzięki tej strategii skokowo zwiększyła się rentowność dwóch kluczowych kontrybutorów EBITDA Grupy, tj. The Digitals i IQS.
- Dalszej pracy nad średniookresową strategią w segmencie Digital, której elementem jeszcze w poprzedzającym roku było wydzielenie spółki technologicznej EDGE. W ramach dalszej części tego procesu, MEDIACAP SA zwiększyła zaangażowanie w The Digitals do 100%, zaś zmniejszyła do 51% w EDGE.
- Dalszym pogłębianiu operacyjnej integracji pomiędzy EMLAB (działającym w ramach jednostki głównej) a The Digitals w celu świadczenia wspólnego portfela usług. Zbliżenie operacyjne tych podmiotów pozwoli na wygenerowanie istotnej przewagi konkurencyjnej dla Grupy na rynku Reklamy i Digital. Równocze-

śnie przełoży się na prostszą i efektywniejszą finansowo strukturę organizacyjną, co umożliwi kolejny krok w postaci stworzenia zintegrowanej oferty EMLAB, The Digitals i Scholz & Friends Warszawa jeszcze w 2016 roku pod przywództwem Marcina Jeziorskiego (Wiceprezesa MEDIACAP SA).

- Równolegle Zarząd MEDIACAP SA kontynuował prace, które pozwolą Spółce przenieść się na rynek regulowany GPW w 2016.

W 2015 w obszarze prowadzonej działalności zostały podjęte następujące inicjatywy nastawione na wprowadzenie rozwiązań innowacyjnych w przedsiębiorstwie.

- W 2015 Zarząd MEDIACAP SA sfinalizował prace związane z podpisaną z Państwową Agencją Rozwoju Przedsiębiorczości umową na dofinansowanie projektu w ramach działania 8.2 „Wspieranie wdrażania elektronicznego biznesu typu B2B”. Tematem projektu było wdrożenie aplikacji B2B optymalizującej współpracę ze zleceniodawcami i dostawcami w zakresie organizacji realizacji projektów event marketing oraz ambient marketing. Realizacja projektu polegała na zakupie aplikacji B2B, która wykonana została przez podmiot zewnętrzny, dedykowany naszym potrzebom oraz integrowanych Partnerów.

f) Określenie wybranych aktywności Spółki

Klient: Google Poland Sp. z o.o.
Projekt: Otwarcie Campus Warsaw

Dnia 19.11.2015 odbyło się oficjalne otwarcie Campus Warsaw, w konsekwencji czego Warszawa stała się piątym miastem na świecie oferującym przedsiębiorcom przestrzeń do nauki, wymiany pomysłów, tworzenia startupów.

EMLAB był odpowiedzialny za koncepcję, produkcję i realizację uroczystego oficjalnego otwarcia oraz wieczornej imprezy dla społeczności start-upowej.

W celu przekazania idei łączenia społeczności i jednocześnie powiększenia przestrzeni na potrzeby przyjęcia ponad 300 gości, przed budynkiem Campusu został zbudowany sporych rozmiarów namiot. Został on zaaranżowany na styl miejskiej starówki, wpisując się tym samym w stylistykę i niepowtarzalny charakter przestrzeni, na której usytuowany jest Campus. Koncepcja miejskiej starówki, wyjątkowo oryginalne foodtrucki, niebanalna aranżacja, oprawa muzyczna i innowacyjne atrakcje stworzyły niepowtarzalny i wyjątkowy klimat.



Klient: Hyundai Motor Poland Sp. z o.o.
Projekt: Tour de Pologne

Agencja EMLAB przygotowała koncepcję kreatywną i odpowiadała za produkcję obecności marki Hyundai w czasie imprezy. Do zadań agencji należał branding floty samochodów i jej oficjalne przekazanie organizatorowi wyścigu. W czasie poszczególnych etapów Tour de Pologne fani kolarstwa zapraszani byli do stref kibica Hyundai, gdzie mogli poznać najnowsze modele marki, a także wziąć udział w konkursach z nagrodami, m.in. sprawdzając swoją kondycję na kolarskich symulatorach i uwieczniając swoje zmagania za pomocą specjalnej aplikacji.



Klient: GK ERBUD
Projekt: 25-lecie

Agencja EMLAB była autorem konceptu oraz zrealizowała galę jubileuszową GK Erbud z okazji 25-lecia firmy.

Całość imprezy zorganizowana była w nowoczesnej scenografii, wirtualnie przenoszącej gości do nowej siedziby Erbud - Royal Wilanów. Zaproszonych zostało blisko 500 gości VIP, w tym najbardziej zasłużeni pracownicy firmy. Imprezę dodatkowo uświetniły występy artystów: Tatiany Okupnik, Nicka Sinclaira oraz THE MOOZ: Nuno & Live Sax oraz DJ Marcin Cudny.



g) Zasoby ludzkie oraz polityka wynagrodzeń Spółki

Na koniec 2015 roku w MEDIACAP SA było zatrudnionych 2,83 osoby w przeliczeniu na pełne etaty.

	Jednostkowe	
	01.01.2015 - 31.12.2015	01.01.2014 - 31.12.2014
Liczba zatrudnionych w przeliczeniu na pełne etaty	2,83	2,50
pleć:		
- kobiety	82%	80%
- mężczyźni	18%	20%
wykształcenie:		
- średnie	53%	60%
- wyższe	47%	40%

W związku z profilem działalności spółki, kluczowymi celami polityki wynagrodzeń Spółki są:

- powiązanie łącznego budżetu na wynagrodzenia z wynikami sprzedaży i zyskami spółek grupy;
- maksymalne motywowanie pracowników do realizowania celów finansowych podmiotów w ramach których pracują;
- przyciąganie i retencja kapitału ludzkiego dzięki atrakcyjnym warunkom wobec średnich rynkowych;
- dopasowanie szczegółowej polityki wynagrodzeń do profilu działalności konkretnych spółek czy wydziałów.

W Spółce przyjęty jest model wynagradzania bazujący na stałym wynagrodzeniu uzupełnionym o premie uzależnione od osiągniętych wyników przyznawane Ad Hoc kluczowym pracownikom. Warunki przyznania premii są ustalane co roku w oparciu o zatwierdzony budżet przez zarząd MEDIACAP SA.

W roku 2015 nie nastąpiła zmiana w polityce wynagradzania, ale celem Spółki jest dalsze uelastycznianie systemów wynagradzania. W 2016 Spółka kontynuować będzie prace nad zwiększeniem stopnia uzależnienia wynagrodzenia od osiągniętych wyników.

h) Społeczna odpowiedzialność biznesu

W MEDIACAP SA mocno wierzymy w to, że na przedsiębiorcach spoczywa istotna odpowiedzialność za pomyślność naszego świata. Dlatego spółka od wielu lat angażuje się w szereg inicjatyw o charakterze pro publico bono. Wspieramy między innymi:

Międzynarodowy Dzień Godności: światową inicjatywę na rzecz uczenia dzieci poszanowania godności człowieka pod patronatem JW Księcia Haakona, następcy tronu Królestwa Norwegii. Dzięki naszej pomocy już kilka tysięcy uczniów w Polsce uczestniczyło w tzw. Lekcjach Godności. Od 2014 projekt ten prowadzony jest przez dedykowaną osobę w ramach Grupy, dzięki czemu udało nam się m.in po raz pierwszy przeprowadzić ilościowe badania wśród gimnazjalistów, które pomogą uwrażliwić liderów opinii na ten problem, skuteczniej planować działania w ramach projektu oraz uruchomić dodatkowe ogniwo programu w mediach społecznościowych - #projektgodność, w który zaangażowały się zarówno wytwórnia Prosto, jak i dom produkcyjny Papaya Films. Różne odsłony #projektgodność, w tym utwór muzyczny stworzony przez pięć gwiazd polskiej sceny hip-hop trafiły do ponad 200 tysięcy osób.

Więcej informacji dostępnych jest na www.dziengodnosi.pl i www.projektgodnosc.pl.

Stypendium z Wyboru: polski program, który pozwala młodym ludziom uzyskać dofinansowanie na realizację swoich planów rozwoju osobistego. Jesteśmy jego partnerem od pierwszej edycji, a nasz Zarząd był również zaangażowany w powiązane wydarzenie Absolvent Talent Days, które wspiera dostęp studentów do rynku pracy.

Więcej na www.stypendiumzwyboru.pl

Program Kariera: projekt realizowany pod egidą Polskiej Rady Biznesu. Jest jednym z najbardziej jakościowych programów stażowych w Polsce. Co roku w szeregach spółek MEDIACAP SA wspieramy rozwój zawodowy co najmniej jednego stażysty. W przebieg stażu jest bezpośrednio zaangażowany Prezes Zarządu spółki, podobnie jak w warsztaty edukacyjne dla laureatów programu.

Więcej na www.programkariera.pl

Mentors 4 Starters: program mentoringowy pod egidą stowarzyszenia Global Shapers, zainicjowanego przez World Economic Forum z Davos. Wyjątkowy program, w ramach którego młodzi profesjonaliści mają okazję wymienić doświadczenia i skorzystać z mentoringu doświadczonych liderów biznesu. MEDIACAP SA wspiera finansowo i organizacyjnie to przedsięwzięcie, a prezes Zarządu spółki był mentorem w ramach pierwszej edycji programu.

Więcej na: www.mentors4starters.pl

8. ISTOTNE WYDARZENIA

a) Wydarzenia wpływające na działalność w 2015

2 oraz 23 luty 2015 r. – Nadzwyczajne Walne Zgromadzenia Akcjonariuszy Spółki

W pierwszym kwartale 2015 r. odbyły się dwa Nadzwyczajne Walne Zgromadzenia Akcjonariuszy Spółki. Nadzwyczajne Walne Zgromadzenia dotyczyły kwestii związanych z wprowadzeniem akcji Spółki na rynek regulowany Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. i w ich trakcie:

- dokonano zmian w Statucie;
- upoważniono Zarząd Spółki do podwyższenia kapitału zakładowego w ramach kapitału docelowego;
- podjęto uchwałę w sprawie ubiegania się o dopuszczenie i wprowadzenie do obrotu na rynku regulowanym na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. papierów wartościowych Spółki emitowanych przez Zarząd w ramach kapitału docelowego oraz w sprawie dematerializacji papierów wartościowych emitowanych przez Zarząd w ramach kapitału docelowego;
- podjęto uchwałę w sprawie ubiegania się o dopuszczenie i wprowadzenie akcji Spółki serii A-C do obrotu na rynku regulowanym na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. oraz ich dematerializacji;
- przyjęto Regulamin Obrad Walnego Zgromadzenia;
- powierzono Radzie Nadzorczej funkcję Komitetu Audytu;
- ustanowiono Komitet Audytu;
- podjęto uchwałę w sprawie sporządzania przez Spółkę sprawozdań finansowych zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Rachunkowości;
- ustalono wynagrodzenia członków Rady Nadzorczej.

20 luty 2015 r. – Rejestracja w KRS zmian w Statucie Spółki MEDIACAP SA

Rejestracja dotyczy następujących zmian:

- Zmiana przedmiotu działalności Spółki może być dokonana bez wykupu akcji, z zachowaniem wymogów przewidzianych w art. 417 § 4 Kodeksu spółek handlowych.

Ponadto zarejestrowano następujące zmiany:

- Zarząd Spółki został upoważniony do dokonania, w okresie do dnia 2 lutego 2018 roku, jednego albo kilku kolejnych podwyższeń kapitału zakładowego Spółki o łączną kwotę nie wyższą niż 604.700,00 zł („kapitał docelowy”). Podwyższenie kapitału zakładowego w granicach kapitału docelowego nastąpi w drodze emisji nie

- więcej niż łącznie 12.094.000 akcji na okaziciela. Akcje emitowane w granicach kapitału docelowego mogą zostać zaofertowane w drodze oferty publicznej;
- Upoważnienie do podwyższenia przez Zarząd kapitału zakładowego, o którym mowa w ust. 1, obejmuje możliwość objęcia akcji za wkłady niepieniężne, za zgodą Rady Nadzorczej;
 - Uchwały Zarządu w sprawach ustalenia ceny emisyjnej oraz wydania akcji w zamian za wkłady niepieniężne wymagają zgody Rady Nadzorczej;
 - Postanowienia niniejszego § 6 ust. 1 - 3 dotyczące podwyższenia kapitału zakładowego przez Zarząd w granicach kapitału docelowego, nie naruszają kompetencji Walnego Zgromadzenia do zwykłego podwyższenia kapitału zakładowego w okresie korzystania przez Zarząd z upoważnienia, o którym mowa w ust. 1.;
 - Akcje Spółki mogą być wydawane w odcinkach zbiorowych, co nie dotyczy akcji zdematerializowanych;
 - Każda akcja daje prawo do jednego głosu na Walnym Zgromadzeniu. Zastawnikowi i użytkownikowi nie przysługuje prawo głosu na Walnym Zgromadzeniu Spółki;
 - Akcje Spółki mogą być umorzone na wniosek akcjonariusza;
 - Uchwały dotyczące istotnej zmiany przedmiotu działalności Spółki bez wymogu wykupienia akcji tych akcjonariuszy, którzy nie zgadzają się na zmianę, podejmowane są większością 2/3 (dwóch trzecich) głosów oddanych w obecności akcjonariuszy reprezentujących co najmniej połowę kapitału zakładowego Spółki;
 - Spółka będzie publikować swoje ogłoszenia w sposób określony przepisami prawa.

25 luty 2015 r. – Podjęcie przez Zarząd Spółki uchwał o podwyższeniu kapitału zakładowego w ramach kapitału docelowego

W dniu 25 lutego 2015 r. Zarząd podjął uchwałę o podwyższeniu kapitału zakładowego w ramach kapitału docelowego w drodze emisji nowych akcji na okaziciela serii E z pozbawieniem dotychczasowych akcjonariuszy prawa poboru. Akcje serii E będą przedmiotem ubiegania się o dopuszczenie i wprowadzenie do obrotu na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A.

26 luty 2015 r. – Złożenie wniosku o zatwierdzenie prospektu emisyjnego do Komisji Nadzoru Finansowego

W dniu 26 lutego 2015 r. został złożony do Komisji Nadzoru Finansowego wniosek o zatwierdzenie prospektu emisyjnego Emitenta. Prospekt emisyjny został sporządzony w związku z ubieganiem się przez Emitenta o dopuszczenie do obrotu na rynku regulowanym na GPW akcji Serii A, akcji Serii B, akcji Serii C oraz akcji i praw do akcji Serii E;

Na podstawie prospektu ofertą objętych będzie nie więcej niż 1.600.000 Akcji Serii E, o wartości nominalnej 0,05 zł każda.

27 luty 2015 r. – Zwiększenie stanu posiadania w spółce zależnej.

Na podstawie umowy sprzedaży zawartej w dniu 27 lutego 2015 r., MEDIACAP SA zwiększył do 75,5% swój stan posiadania w kapitale zakładowym spółki The Digitals Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie nabywając od osoby fizycznej 516 udziałów, stanowiących 21,5% udziału w kapitale zakładowym The Digitals oraz reprezentujących taki sam udział w ogólnej liczbie głosów na zgromadzeniu wspólników tej spółki.

14 kwiecień 2015 r. – Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy

W dniu 14 kwietnia 2015 r. odbyło się Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy, które dotyczyło kwestii związanych z zatwierdzeniem sprawozdania finansowego za 2014 r.

20 maj 2015 r. – Zawarcie istotnej umowy

W dniu 20 maja 2015 r. została podpisana umowa najmu powierzchni biurowej. Przedmiotem umowy jest wynajem lokalu biurowego w Warszawie (Mokotów) o powierzchni biurowej ok. 2.450 m². Umowa została zawarta na okres 7 lat z opcją przedłużenia. Okres najmu rozpocznie się w II kwartale 2017. Wartość umowy najmu przekracza 20% kapitałów własnych Emitenta.

21 maj 2015 r. – Podpisanie dokumentu ustalającego ramy prowadzenia rozmów w sprawie nabycia 100% udziałów w sp. z o.o.

W dniu 21 maja 2015 r. Zarząd MEDIACAP SA podpisał z osobami trzecimi, niepowiązanymi ze spółką, dokument ustalający ramy prowadzenia rozmów w sprawie nabycia 100% udziałów w spółce z ograniczoną odpowiedzialnością, prowadzącej działalność podstawową w segmencie reklama i badania. Strony uzgodniły, że będą kontynuować, na zasadzie wyłącznej, negocjacje w celu ustalenia wszystkich istotnych warunków transakcji, w tym sposobu jej wykonania, przeprowadzenia niezbędnych rozliczeń z podmiotami trzecimi oraz zabezpieczenia wykonania zobowiązań związanych z transakcją. W czasie rozmów będzie prowadzone badanie prawne, finansowe oraz operacyjne przedmiotu potencjalnej transakcji. Dokument nie miał charakteru umowy przedwstępnej według Kodeksu Cywilnego.

19 czerwiec 2015 r. – Zawieszenie postępowania w sprawie zatwierdzenia prospektu emisyjnego

W dniu 19 czerwca 2015 r. Spółka otrzymała postanowienie Komisji Nadzoru Finansowego z dnia 17 czerwca 2015 r. o zawieszeniu na wniosek Emitenta postępowania w sprawie zatwierdzenia prospektu emisyjnego Spółki w związku z ofertą publiczną akcji serii E oraz zamiarem ubiegania się przez Emitenta o dopuszczenie do obrotu na rynku regulowanym prowadzonym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. akcji serii A, akcji serii B, akcji serii C oraz akcji i praw do akcji serii E.

Złożenie wniosku spowodowane było między innymi koniecznością dokonania pogłębionej analizy zapisów prospektu emisyjnego w związku ze sprawami poruszonymi na prezydium Komisji Nadzoru Finansowego.

2 lipiec 2015 r. – Zwiększenie stanu posiadania w IQS Sp. z o.o. z 53% do 60%.

Na podstawie umowy sprzedaży zawartej w dniu 2 lipca 2015 r., MEDIACAP SA zwiększył do 60% swój stan posiadania w kapitale zakładowym spółki IQS Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie nabywając od osoby fizycznej 7 udziałów, stanowiących 7% udziału w kapitale zakładowym IQS oraz reprezentujących taki sam udział w ogólnej liczbie głosów na zgromadzeniu wspólników tej spółki.

Wszystkie pozostałe udziały w IQS znajdują się w rękach kadry zarządzającej spółki.

6 październik 2015 r. – Nadzwyczajne Walne Zgromadzenia Akcjonariuszy Spółki

W dniu 6 października 2015 r. odbyło się Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy, które ograniczyło m.in. osobiste prawo wyboru członków Rady Nadzorczej. W tym samym dniu Spółka otrzymała od akcjonariuszy Jacka Olechowskiego oraz Filipa Friedmanna oświadczenia o zrzeczeniu się przez nich uprawnień osobistych.

6 październik 2015 r. – Zawarcie warunkowej umowy sprzedaży udziałów The Digitalis Sp. z o.o.

W dniu 6 października 2015 r. Zarząd Emitenta zawarł warunkową umowę sprzedaży, na podstawie której MEDIACAP SA zobowiązał się kupić od osoby fizycznej 588 udziałów, które stanowią 24,5% udziału w agencji interaktywnej The Digitalis Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie oraz reprezentują taki sam udział w ogólnej liczbie głosów na zgromadzeniu wspólników tej spółki. Po przeprowadzeniu transakcji MEDIACAP SA stał się jedynym wspólnikiem The Digitalis.

Warunkami zawieszającymi transakcji była sprzedaż na rzecz Sprzedawcy przez The Digitals 459 udziałów w spółce zależnej The Digitals, tj. w spółce EDGE Technology Sp. z o.o. z siedzibą w Rzeszowie, jak również objęcie przez Sprzedawcę 80 nowoutworzonych udziałów w podwyższonym kapitale zakładowym EDGE. Udziały zbywane oraz nowotworzone stanowiły łącznie 49% udziałów w kapitale zakładowym EDGE oraz reprezentują taki sam udział w ogólnej liczbie głosów na zgromadzeniu wspólników tej spółki. Warunki zawieszające transakcji zostały spełnione w dniu 12 października 2015 r. i MEDIACAP SA stał się jedynym wspólnikiem The Digitals.

Pozostałe warunki transakcji nie odbiegały od przyjętych dla tego typu transakcji i obejmowały standardowe uregulowania dotyczące zakazu konkurencji, zobowiązania do poufności, oświadczenia sprzedawcy dotyczące przedmiotu transakcji oraz zasady odpowiedzialności za prawdziwość tych oświadczeń.

20 październik 2015 r. – poszerzenie składu Zarządu Spółki

Rada Nadzorcza Spółki w dniu 20 października 2015 r. podjęła uchwały w zakresie m.in.:

- powołania na trzyletnią kadencję Pana Marcina Jeziorskiego na funkcję Wiceprezesa Zarządu;
- powołania obecnego Członka Zarządu Panią Edytę Gurazdowską na funkcję Wiceprezesa Zarządu.

Uchwały weszły w życie z dniem ich podjęcia.

Po zmianach skład Zarządu Spółki przedstawia się następująco:

- Jacek Olechowski – Prezes Zarządu;
- Edyta Gurazdowska – Wiceprezes Zarządu;
- Marcin Jeziorski – Wiceprezes Zarządu.

22 październik 2015 – podjęcie przez Zarząd Spółki uchwały o uchyleniu uchwały o podwyższeniu kapitału zakładowego w ramach kapitału docelowego

W dniu 22 października 2015 r. Zarząd podjął uchwałę w sprawie uchylenia uchwały Zarządu nr 1/2015 z dnia 25 lutego 2015 r. w sprawie podwyższenia kapitału zakładowego w ramach kapitału docelowego w drodze emisji nowych akcji na okaziciela serii E z pozbawieniem dotychczasowych akcjonariuszy prawa poboru, sprostowaną uchwałą Zarządu z dnia 17 marca 2015r.

Uchylenie związane było z odstąpieniem od zamiaru podwyższenia kapitału zakładowego w drodze emisji nowych akcji serii E.

29 październik 2015 – złożenie wniosku o podjęcie postępowania w sprawie zatwierdzenia prospektu emisyjnego

W dniu 29 października 2015 r. Zarząd MEDIACAP SA złożył do Komisji Nadzoru Finansowego wniosek o podjęcie postępowania w przedmiocie zatwierdzenia prospektu emisyjnego Spółki.

b) Wydarzenia wpływające na działalność po 31.12.2015

W pierwszej połowie stycznia 2016 nastąpiły transakcje na akcjach MEDIACAP SA, w wyniku których Prezes Zarządu – Jacek Olechowski posiada 9.137.131 akcji co stanowi 56,66% kapitału zakładowego Spółki.

W dniu 18 stycznia 2016 r. nastąpiła rejestracja podniesienia kapitału w EDGE Technology Sp. z o.o. W związku z tym The Digitals obecnie posiada 51% udziałów w EDGE Technology reprezentujących 51% głosów na Zgromadzeniu Wspólników.

W dniu 28 stycznia 2016 r. MEDIACAP SA utworzył spółkę zależną pod firmą MCP PUBLICA Sp. z o.o.

c) Inne informacje, które zdaniem Spółki 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.

Spółka w Q1 2015 rozpoczęła proces integracji operacyjnej pomiędzy zespołem świadczącym usługi z zakresu marketingu zintegrowanego i eventowego (działającego pod marką handlową EMLAB) a zespołem zajmującym się reklamą interaktywną (działającym na rynku pod marką The Digitals), a w Q4 2015 proces integracji operacyjnej tych dwóch podmiotów ze Scholz & Friends Warszawa. Docelowym modelem działalności Spółki w tym zakresie jest struktura w ramach której wszystkie zespoły i spółki świadczące usługi o profilu reklamowym będą działać w ramach wspólnej strategii i raportować do dedykowanego członka zarządu MEDIACAP SA. W tym celu na początku Q4 2015 na stanowisko Wiceprezesa Zarządu MEDIACAP SA został powołany pan Marcin Jeziorski oraz dokonany został wykup reszty udziałów w spółce zależnej, w efekcie czego Spółka stała się właścicielem 100% udziałów w The Digitals. Nowa struktura pozwoli lepiej planować dalszy rozwój zasobów grupy, przyspieszy sprzedaż łączoną pomiędzy spółkami i pozwoli na dalszą budowę udziałów w rynku dzięki wspólnej bazie klientów i kompetencji. Elementem tej strategii było również zlokalizowanie wszystkich ww. zespołów w połączonej siedzibie w Q1 2016. Intencją spółki jest docelowa kapitałowa integracja podmiotów marketingowych.

Konsekwencją procesu opisanego powyżej była również seria transakcji w efekcie których udział Spółki w EDGE Technology Sp. z o.o. został ustalony na poziomie 51% (pozostałe udziały należą do Prezesa Zarządu Spółki). W przekonaniu Spółki taka struktura kapitału jest optymalna pod kątem dalszego rozwoju tego podmiotu, którego strategia zakłada silny rozwój w dziedzinie Custom Development (szczególnie w obszarze wsparcia dla spółek branży medialnej i podmiotów przenoszących dane do chmury obliczeniowych) oraz potencjalne transakcje konsolidacyjne.

W 2015 MEDIACAP SA zwiększyła swoje zaangażowanie także w IQS Sp. z o.o. Na podstawie umowy sprzedaży z dnia 2 lipca Spółka zakupiła 7% udziału w kapitale zakładowym zwiększając swój udział do poziomu 60%. Całość mniejszościowych udziałów IQS postaje w rękach obecnego zarządu IQS. Transakcje wykupu pakietów udziałów w The Digitals i w IQS finansowane były wyłącznie ze środków własnych Spółki.

W lutym 2015 roku został złożony do Komisji Nadzoru Finansowego wniosek o zatwierdzenie prospektu emisyjnego Spółki. Rozpoczęcie procesu przeniesienia na rynek podstawowy Giełdy Papierów Wartościowych (dalej „Proces IPO”) jest kolejnym etapem realizacji strategii rozwoju Spółki. Prace nad przejściem na rynek regulowany generują jednorazowe koszty działalności emitenta (które w związku z brakiem emisji obciążają rachunek wyników), zwiększają jednak atrakcyjność Spółki wobec inwestorów instytucjonalnych, z których większość nie inwestuje obecnie w spółki rynku NewConnect. Proces IPO był zawieszony przez KNF na wniosek Spółki w okresie od czerwca do października 2015 w związku z prowadzonymi negocjacjami przejęcia innej spółki, które nie zakończyły się jednak transakcją. W efekcie zakończenie Procesu IPO planowane jest na 2016.

9. RAPORT W PRZEDMIOCIE PRZESTRZEGANIA PRZEZ SPÓŁKĘ ZASAD ZAWARTYCH W DOKUMENCIE „DOBRE PRAKTYKI SPÓŁEK NOTOWANYCH NA NEWCONNECT”

Lp.	Dobra praktyka	OŚWIADCZENIE O STOSOWANIU DOBREJ PRAKTYKI TAK / NIE / NIE DOTYCZY	KOMENTARZ
I.Z.1.	Spółka prowadzi korporacyjną stronę internetową i zamieszcza na niej, w czytelnej formie i wyodrębnionym miejscu, oprócz informacji wymaganych przepisami prawa:	TAK	
I.Z.1.1.	podstawowe dokumenty korporacyjne, w szczególności statut spółki,	TAK	
I.Z.1.2.	skład zarządu i rady nadzorczej spółki oraz życiorysy zawodowe członków tych organów wraz z informacją na temat spełniania przez członków rady nadzorczej kryteriów niezależności,	TAK	
I.Z.1.3.	schemat podziału zadań i odpowiedzialności pomiędzy członków zarządu, sporządzony zgodnie z zasadą II.Z.1,	TAK	
I.Z.1.4.	aktualną strukturę akcjonariatu, ze wskazaniem akcjonariuszy posiadających co najmniej 5% ogólnej liczby głosów w spółce – na podstawie informacji przekazanych spółce przez akcjonariuszy zgodnie z obowiązującymi przepisami,	TAK	
I.Z.1.5.	raporty bieżące i okresowe oraz prospekty emisyjne i memoranda informacyjne wraz z aneksami, opublikowane przez spółkę w okresie co najmniej ostatnich 5 lat,	TAK	
I.Z.1.6.	kalendarz zdarzeń korporacyjnych skutkujących nabyciem lub ograniczeniem praw po stronie akcjonariusza, kalendarz publikacji raportów finansowych oraz innych wydarzeń istotnych z punktu widzenia inwestorów – w terminie umożliwiającym podjęcie przez inwestorów decyzji inwestycyjnych, życiorysy zawodowe członków organów spółki,	TAK	
I.Z.1.7.	opublikowane przez spółkę materiały informacyjne na temat strategii spółki oraz jej wyników finansowych,	TAK	
I.Z.1.8.	zestawienia wybranych danych finansowych spółki za ostatnie 5 lat działalności, w formie umożliwiającej przetwarzanie tych danych przez ich odbiorców,	TAK	
I.Z.1.9.	informacje na temat planowanej dywidendy oraz dywidendy wypłaconej przez spółkę w okresie ostatnich 5 lat obrotowych, zawierające dane na temat dnia dywidendy, terminów wypłat oraz wysokości dywidend - łącznie oraz w przeliczeniu na jedną akcję,	TAK	
I.Z.1.10.	prognozy finansowe – jeżeli spółka podjęła decyzję o ich publikacji - publikowane w okresie co najmniej ostatnich 5 lat, wraz z informacją o stopniu ich realizacji,	NIE DOTYCZY	W związku z sytuacją na rynku reklamowym Spółka podjęła decyzję o niepublikowaniu prognoz
I.Z.1.11.	informację o treści obowiązującej w spółce reguły dotyczącej zmieniania podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych, bądź też o braku takiej reguły,	TAK	
I.Z.1.12.	zamieszczone w ostatnim opublikowanym raporcie rocznym oświadczenie spółki o stosowaniu ładu korporacyjnego,	TAK	
I.Z.1.13.	informację na temat stanu stosowania przez spółkę rekomendacji i zasad zawartych w niniejszym dokumencie, spójną z informacjami, które w tym zakresie spółka powinna przekazać na podstawie odpowiednich przepisów,	TAK	
I.Z.1.14.	materiały przekazywane walnemu zgromadzeniu, w tym oceny, sprawozdania i stanowiska wskazane w zasadzie II.Z.10, przedkładane walnemu zgromadzeniu przez radę nadzorczą,	TAK	
I.Z.1.15.	informację zawierającą opis stosowanej przez spółkę polityki różnorodności w odniesieniu do władz spółki oraz jej kluczowych menedżerów; opis powinien uwzględniać takie elementy polityki różnorodności, jak płeć, kierunek wykształcenia, wiek, doświadczenie zawodowe, a także wskazywać cele stosowanej polityki różnorodności i sposób jej realizacji w danym okresie sprawozdawczym; jeżeli spółka nie opracowała i nie realizuje polityki różnorodności, zamieszcza na swojej stronie internetowej wyjaśnienie takiej decyzji,	TAK	

Lp.	Dobra praktyka	OŚWIADCZENIE O STOSOWANIU DOBREJ PRAKTYKI TAK / NIE / NIE DOTYCZY	KOMENTARZ
I.Z.1.16	informację na temat planowanej transmisji obrad walnego zgromadzenia - nie później niż w terminie 7 dni przed datą walnego zgromadzenia,	TAK	
I.Z.1.17.	uzasadnienia do projektów uchwał walnego zgromadzenia dotyczących spraw i rozstrzygnięć istotnych lub mogących budzić wątpliwości akcjonariuszy – w terminie umożliwiającym uczestnikom walnego zgromadzenia zapoznanie się z nimi oraz podjęcie uchwały z należyтым rozeznaniem,	TAK	
I.Z.1.18.	informację na temat powodów odwołania walnego zgromadzenia, zmiany terminu lub porządku obrad, a także informację o przerwie w obradach walnego zgromadzenia i powodach zarządzenia przerwy,	TAK	
I.Z.1.19.	pytania akcjonariuszy skierowane do zarządu w trybie art. 428 § 1 lub § 6 Kodeksu spółek handlowych, wraz z odpowiedziami zarządu na zadane pytania, bądź też szczegółowe wskazanie przyczyn nie udzielenia odpowiedzi, zgodnie z zasadą IV.Z.13,	TAK	
I.Z.1.20.	zapis przebiegu obrad walnego zgromadzenia, w formie audio lub wideo,	TAK – w formie audio	
I.Z.1.21.	dane kontaktowe do osób odpowiedzialnych w spółce za komunikację z inwestorami, ze wskazaniem imienia i nazwiska oraz adresu e-mail lub numeru telefonu.	TAK	
I.Z.2.	Spółka, której akcje zakwalifikowane są do indeksów giełdowych WIG20 lub mWIG40, zapewnia dostępność swojej strony internetowej również w języku angielskim, przynajmniej w zakresie wskazanym w zasadzie I.Z.1. Niniejszą zasadę powinny stosować również spółki spoza powyższych indeksów, jeżeli przemawia za tym struktura ich akcjonariatu lub charakter i zakres prowadzonej działalności.	NIE DOTYCZY	
II.Z.1.	Wewnętrzny podział odpowiedzialności za poszczególne obszary działalności spółki pomiędzy członków zarządu powinien być sformułowany w sposób jednoznaczny i przejrzysty, a schemat podziału dostępny na stronie internetowej spółki.	TAK	
II.Z.2.	Zasiadanie członków zarządu spółki w zarządach lub radach nadzorczych spółek spoza grupy kapitałowej spółki wymaga zgody rady nadzorczej.	TAK	
II.Z.3.	Przynajmniej dwóch członków rady nadzorczej spełnia kryteria niezależności, o których mowa w zasadzie II.Z.4.	TAK	
II.Z.4.	W zakresie kryteriów niezależności członków rady nadzorczej stosuje się Załącznik II do Zalecenia Komisji Europejskiej 2005/162/WE z dnia 15 lutego 2005 r. dotyczącego roli dyrektorów niewykonawczych lub będących członkami rady nadzorczej spółek giełdowych i komisji rady (nadzorczej). Niezależnie od postanowień pkt 1 lit. b) dokumentu, o którym mowa w poprzednim zdaniu, osoba będąca pracownikiem spółki, podmiotu zależnego lub podmiotu stowarzyszonego, jak również osoba związana z tymi podmiotami umową o podobnym charakterze, nie może być uznana za spełniającą kryteria niezależności. Za powiązanie z akcjonariuszem wykluczające przymiot niezależności członka rady nadzorczej w rozumieniu niniejszej zasady rozumie się także rzeczywiste i istotne powiązania z akcjonariuszem posiadającym co najmniej 5% ogólnej liczby głosów w spółce.	TAK	
II.Z.5.	Członek rady nadzorczej przekazuje pozostałym członkom rady oraz zarządowi spółki oświadczenie o spełnianiu przez niego kryteriów niezależności określonych w zasadzie II.Z.4.	TAK	
II.Z.6.	Rada nadzorcza ocenia, czy istnieją związki lub okoliczności, które mogą wpływać na spełnienie przez danego członka rady kryteriów niezależności. Ocena spełniania kryteriów niezależności przez członków rady nadzorczej przedstawiana jest przez radę zgodnie z zasadą II.Z.10.2.	TAK	
II.Z.7.	W zakresie zadań i funkcjonowania komitetów działających w radzie nadzorczej zastosowanie mają postanowienia Załącznika I do Zalecenia Komisji Europejskiej, o którym mowa w zasadzie II.Z.4. W przypadku gdy funkcję komitetu audytu pełni rada nadzorcza, powyższe zasady stosuje się odpowiednio.	TAK	
II.Z.8.	Przewodniczący komitetu audytu spełnia kryteria niezależności wskazane w zasadzie II.Z.4.	TAK	
II.Z.9.	W celu umożliwienia realizacji zadań przez radę nadzorczą zarząd spółki zapewnia radzie dostęp do informacji o sprawach dotyczących spółki.	TAK	
II.Z.10.	Poza czynnościami wynikającymi z przepisów prawa raz w roku rada nadzorcza sporządza i przedstawia zwyczajnemu walnemu zgromadzeniu:	TAK	

Lp.	Dobra praktyka	OŚWIADCZENIE O STOSOWANIU DOBREJ PRAKTYKI TAK / NIE / NIE DOTYCZY	KOMENTARZ
II.Z.10.1	ocenę sytuacji spółki, z uwzględnieniem oceny systemów kontroli wewnętrznej, zarządzania ryzykiem, compliance oraz funkcji audytu wewnętrznego; ocena ta obejmuje wszystkie istotne mechanizmy kontrolne, w tym zwłaszcza dotyczące raportowania finansowego i działalności operacyjnej;	TAK	
II.Z.10.2.	sprawozdanie z działalności rady nadzorczej, obejmujące co najmniej informacje na temat - składu rady i jej komitetów, - spełniania przez członków rady kryteriów niezależności, - liczby posiedzeń rady i jej komitetów w raportowanym okresie, - dokonanej samooceny pracy rady nadzorczej;	TAK	
II.Z.10.3.	ocenę sposobu wypełniania przez spółkę obowiązków informacyjnych dotyczących stosowania zasad ładu korporacyjnego, określonych w Regulaminie Giełdy oraz przepisach dotyczących informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych;	TAK	
II.Z.10.4	ocenę racjonalności prowadzonej przez spółkę polityki, o której mowa w rekomendacji I.R.2, albo informację o braku takiej polityki.	TAK	
II.Z.11.	Rada nadzorcza rozpatruje i opiniuje sprawy mające być przedmiotem uchwał walnego zgromadzenia.	TAK	
III.Z.1.	Za wdrożenie i utrzymanie skutecznych systemów kontroli wewnętrznej, zarządzania ryzykiem, compliance oraz funkcji audytu wewnętrznego odpowiada zarząd spółki.	TAK	
III.Z.2.	Z zastrzeżeniem zasady III.Z.3, osoby odpowiedzialne za zarządzanie ryzykiem, audyt wewnętrzny i compliance podlegają bezpośrednio prezesowi lub innemu członkowi zarządu, a także mają zapewnioną możliwość raportowania bezpośrednio do rady nadzorczej lub komitetu audytu.	TAK	
III.Z.3.	W odniesieniu do osoby kierującej funkcją audytu wewnętrznego i innych osób odpowiedzialnych za realizację jej zadań zastosowanie mają zasady niezależności określone w powszechnie uznanych, międzynarodowych standardach praktyki zawodowej audytu wewnętrznego.	TAK	
III.Z.4.	Co najmniej raz w roku osoba odpowiedzialna za audyt wewnętrzny (w przypadku wyodrębnienia w spółce takiej funkcji) i zarząd przedstawiają radzie nadzorczej własną ocenę skuteczności funkcjonowania systemów i funkcji, o których mowa w zasadzie III.Z.1, wraz z odpowiednim sprawozdaniem.	TAK	
III.Z.5.	Rada nadzorcza monitoruje skuteczność systemów i funkcji, o których mowa w zasadzie III.Z.1, w oparciu między innymi o sprawozdania okresowo dostarczane jej bezpośrednio przez osoby odpowiedzialne za te funkcje oraz zarząd spółki, jak również dokonuje rocznej oceny skuteczności funkcjonowania tych systemów i funkcji, zgodnie z zasadą II.Z.10.1. W przypadku gdy w spółce działa komitet audytu, monitoruje on skuteczność systemów i funkcji, o których mowa w zasadzie III.Z.1, jednakże nie zwalnia to rady nadzorczej z dokonania rocznej oceny skuteczności funkcjonowania tych systemów i funkcji.	TAK	
III.Z.6.	W przypadku gdy w spółce nie wyodrębniono organizacyjnie funkcji audytu wewnętrznego, komitet audytu (lub rada nadzorcza, jeżeli pełni funkcję komitetu audytu) co roku dokonuje oceny, czy istnieje potrzeba dokonania takiego wydzielenia.	TAK	
IV.Z.1.	Spółka ustala miejsce i termin walnego zgromadzenia w sposób umożliwiający udział w obradach jak największej liczbie akcjonariuszy.	TAK	
IV.Z.2.	Jeżeli jest to uzasadnione z uwagi na strukturę akcjonariatu spółki, spółka zapewnia powszechnie dostępną transmisję obrad walnego zgromadzenia w czasie rzeczywistym.	NIE DOTYCZY	
IV.Z.3.	Przedstawicielom mediów umożliwia się obecność na walnych zgromadzeniach.	TAK	

Lp.	Dobra praktyka	OŚWIADCZENIE O STOSOWANIU DOBREJ PRAKTYKI TAK / NIE / NIE DOTYCZY	KOMENTARZ
IV.Z.4.	W przypadku otrzymania przez zarząd informacji o zwołaniu walnego zgromadzenia na podstawie art. 399 § 2 - 4 Kodeksu spółek handlowych, zarząd niezwłocznie dokonuje czynności, do których jest zobowiązany w związku z organizacją i przeprowadzeniem walnego zgromadzenia. Zasada ma zastosowanie również w przypadku zwołania walnego zgromadzenia na podstawie upoważnienia wydanego przez sąd rejestrowy zgodnie z art. 400 § 3 Kodeksu spółek handlowych.	TAK	
IV.Z.5.	Regulamin walnego zgromadzenia, a także sposób prowadzenia obrad oraz podejmowania uchwał nie mogą utrudniać uczestnictwa akcjonariuszy w walnym zgromadzeniu i wykonywania przysługujących im praw. Zmiany w regulaminie walnego zgromadzenia powinny obowiązywać najwcześniej od następnego walnego zgromadzenia.	TAK	
IV.Z.6.	Spółka dokłada starań, aby odwołanie walnego zgromadzenia, zmiana terminu lub zarządzenie przerwy w obradach nie uniemożliwiały lub nie ograniczały akcjonariuszom wykonywania prawa do uczestnictwa w walnym zgromadzeniu.	TAK	
IV.Z.7.	Przerwa w obradach walnego zgromadzenia może mieć miejsce jedynie w szczególnych sytuacjach, każdorazowo wskazanych w uzasadnieniu uchwały w sprawie zarządzenia przerwy, sporządzanego w oparciu o powody przedstawione przez akcjonariusza wnioskującego o zarządzenie przerwy.	TAK	
IV.Z.8.	Uchwała walnego zgromadzenia w sprawie zarządzenia przerwy wskazuje wyraźnie termin wznowienia obrad, przy czym termin ten nie może stanowić bariery dla wzięcia udziału we wznowionych obradach przez większość akcjonariuszy, w tym akcjonariuszy mniejszościowych.	TAK	
IV.Z.9.	Spółka dokłada starań, aby projekty uchwał walnego zgromadzenia zawierały uzasadnienie, jeżeli ułatwi to akcjonariuszom podjęcie uchwały z należytym rozeznaniem. W przypadku, gdy umieszczenie danej sprawy w porządku obrad walnego zgromadzenia następuje na żądanie akcjonariusza lub akcjonariuszy, zarząd lub przewodniczący walnego zgromadzenia zwraca się o przedstawienie uzasadnienia proponowanej uchwały. W istotnych sprawach lub mogących budzić wątpliwości akcjonariuszy spółka przekazuje uzasadnienie, chyba że w inny sposób przedstawi akcjonariuszom informacje, które zapewnią podjęcie uchwały z należytym rozeznaniem.	TAK	
IV.Z.10.	Realizacja uprawnień akcjonariuszy oraz sposób wykonywania przez nich posiadanych uprawnień nie mogą prowadzić do utrudniania prawidłowego działania organów spółki.	TAK	
IV.Z.11.	Członkowie zarządu i rady nadzorczej uczestniczą w obradach walnego zgromadzenia w składzie umożliwiającym udzielenie merytorycznej odpowiedzi na pytania zadawane w trakcie walnego zgromadzenia.	TAK	
IV.Z.12.	Zarząd powinien prezentować uczestnikom zwyczajnego walnego zgromadzenia wyniki finansowe spółki oraz inne istotne informacje zawarte w sprawozdaniu finansowym podlegającym zatwierdzeniu przez walne zgromadzenie.	TAK	
IV.Z.13.	W przypadku zgłoszenia przez akcjonariusza żądania udzielenia informacji na temat spółki, nie później niż w terminie 30 dni zarząd spółki jest obowiązany udzielić odpowiedzi na żądanie akcjonariusza lub poinformować go o odmowie udzielenia takiej informacji, jeżeli zarząd podjął taką decyzję na podstawie art. 428 § 2 lub § 3 Kodeksu spółek handlowych.	TAK	
IV.Z.14.	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	
IV.Z.15.	Uchwała walnego zgromadzenia w sprawie emisji akcji z prawem poboru powinna precyzować cenę emisyjną albo mechanizm jej ustalenia, bądź zobowiązywać organ do tego upoważniony do ustalenia jej przed dniem prawa poboru, w terminie umożliwiającym podjęcie decyzji inwestycyjnej.	TAK	
IV.Z.16.	Dzień dywidendy oraz terminy wypłaty dywidendy powinny być tak ustalone, aby okres przypadający pomiędzy nimi był nie dłuższy niż 15 dni roboczych. Ustalenie dłuższego okresu pomiędzy tymi terminami wymaga uzasadnienia.	TAK	

Lp.	Dobra praktyka	OŚWIADCZENIE O STOSOWANIU DOBREJ PRAKTYKI TAK / NIE / NIE DOTYCZY	KOMENTARZ
IV.Z.17.	Uchwała walnego zgromadzenia w sprawie wypłaty dywidendy warunkowej może zawierać tylko takie warunki, których ewentualne ziszczenie nastąpi przed dniem dywidendy.	TAK	
IV.Z.18.	Uchwała walnego zgromadzenia o podziale wartości nominalnej akcji nie powinna ustalać nowej wartości nominalnej akcji na poziomie niższym niż 0,50 zł, który mógłby skutkować bardzo niską jednostkową wartością rynkową tych akcji, co w konsekwencji mogłoby stanowić zagrożenie dla prawidłowości i wiarygodności wyceny spółki notowanej na giełdzie.	TAK	
V.Z.1.	Żaden akcjonariusz nie powinien być uprzywilejowany w stosunku do pozostałych akcjonariuszy w zakresie transakcji zawieranych przez spółkę z akcjonariuszami lub podmiotami z nimi powiązanymi.	TAK	
V.Z.2.	Członek zarządu lub rady nadzorczej informuje odpowiednio zarząd lub radę nadzorczą o zaistniałym konflikcie interesów lub możliwości jego powstania oraz nie bierze udziału w głosowaniu nad uchwałą w sprawie, w której w stosunku do jego osoby może wystąpić konflikt interesów.	TAK	
V.Z.3.	Członek zarządu lub rady nadzorczej nie może przyjmować korzyści, które mogłyby mieć wpływ na bezstronność i obiektywizm przy podejmowaniu przez niego decyzji lub rzutować negatywnie na ocenę niezależności jego opinii i sądów.	TAK	
V.Z.4.	W przypadku uznania przez członka zarządu lub rady nadzorczej, że decyzja, odpowiednio zarządu lub rady nadzorczej, stoi w sprzeczności z interesem spółki, może on zażądać zamieszczenia w protokole posiedzenia zarządu lub rady nadzorczej jego stanowiska na ten temat.	TAK	
V.Z.5.	Przed zawarciem przez spółkę istotnej umowy z akcjonariuszem posiadającym co najmniej 5% ogólnej liczby głosów w spółce lub podmiotem powiązanym zarząd zwraca się do rady nadzorczej o wyrażenie zgody na taką transakcję. Rada nadzorcza przed wyrażeniem zgody dokonuje oceny wpływu takiej transakcji na interes spółki. Powyższemu obowiązкови nie podlegają transakcje typowe i zawierane na warunkach rynkowych w ramach prowadzonej działalności operacyjnej przez spółkę z podmiotami wchodzącymi w skład grupy kapitałowej spółki. W przypadku, gdy decyzję w sprawie zawarcia przez spółkę istotnej umowy z podmiotem powiązanym podejmuje walne zgromadzenie, przed podjęciem takiej decyzji spółka zapewnia wszystkim akcjonariuszom dostęp do informacji niezbędnych do dokonania oceny wpływu tej transakcji na interes spółki.	TAK	
V.Z.6.	Spółka określa w regulacjach wewnętrznych kryteria i okoliczności, w których może dojść w spółce do konfliktu interesów, a także zasady postępowania w obliczu konfliktu interesów lub możliwości jego zaistnienia. Regulacje wewnętrzne spółki uwzględniają między innymi sposoby zapobiegania, identyfikacji i rozwiązywania konfliktów interesów, a także zasady wyłączenia członka zarządu lub rady nadzorczej od udziału w rozpatrywaniu sprawy objętej lub zagrożonej konfliktem interesów.	TAK	
VI.Z.1.	Programy motywacyjne powinny być tak skonstruowane, by między innymi uzależniać poziom wynagrodzenia członków zarządu spółki i jej kluczowych menedżerów od rzeczywistej, długoterminowej sytuacji finansowej spółki oraz długoterminowego wzrostu wartości dla akcjonariuszy i stabilności funkcjonowania przedsiębiorstwa.	TAK	
VI.Z.2.	Aby powiązać wynagrodzenie członków zarządu i kluczowych menedżerów z długookresowymi celami biznesowymi i finansowymi spółki, okres pomiędzy przyznaniem w ramach programu motywacyjnego opcji lub innych instrumentów powiązanych z akcjami spółki, a możliwością ich realizacji powinien wynosić minimum 2 lata.	TAK	
VI.Z.3.	Wynagrodzenie członków rady nadzorczej nie powinno być uzależnione od opcji i innych instrumentów pochodnych, ani jakichkolwiek innych zmiennych składników, oraz nie powinno być uzależnione od wyników spółki.	TAK	

Lp.	Dobra praktyka	OŚWIADCZENIE O STOSOWANIU DOBREJ PRAKTYKI TAK / NIE / NIE DOTYCZY	KOMENTARZ
VI.Z.4.	<p>Spółka w sprawozdaniu z działalności przedstawia raport na temat polityki wynagrodzeń, zawierający co najmniej:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ogólną informację na temat przyjętego w spółce systemu wynagrodzeń, 2) informacje na temat warunków i wysokości wynagrodzenia każdego z członków zarządu, w podziale na stałe i zmienne składniki wynagrodzenia, ze wskazaniem kluczowych parametrów ustalania zmiennych składników wynagrodzenia i zasad wypłaty odpraw oraz innych płatności z tytułu rozwiązania stosunku pracy, zlecenia lub innego stosunku prawnego o podobnym charakterze – oddzielnie dla spółki i każdej jednostki wchodzącej w skład grupy kapitałowej, 3) informacje na temat przysługujących poszczególnym członkom zarządu i kluczowym menedżerom pozafinansowych składników wynagrodzenia, 4) wskazanie istotnych zmian, które w ciągu ostatniego roku obrotowego nastąpiły w polityce wynagrodzeń, lub informację o ich braku, 5) ocenę funkcjonowania polityki wynagrodzeń z punktu widzenia realizacji jej celów, w szczególności długoterminowego wzrostu wartości dla akcjonariuszy i stabilności funkcjonowania przedsiębiorstwa. 	TAK	

10. OPIS PODSTAWOWYCH ZAGROŻEŃ I RYZYK

CZYNNIKI ZWIĄZANE Z DZIAŁALNOŚCIĄ GRUPY KAPITAŁOWEJ EMITENTA

Ryzyko związane z niepowodzeniem strategii

Strategia Grupy Kapitałowej Emitenta koncentruje się na trzech obszarach: rozwój organiczny, poszerzenie działalności o nowe obszary (inwestycje) i zwiększenie skali działalności, akwizycje innych podmiotów. Ze względu na cele strategiczne Grupa Kapitałowa Emitenta identyfikuje następujące czynniki ryzyka:

Istnieje ryzyko, że w kolejnych latach Grupa Kapitałowa Emitenta może nie być w stanie pozyskać takiej ilości kontraktów, która gwarantowałaby jej poziom przychodów umożliwiający kontynuację dynamicznego rozwoju organicznego, co może negatywnie wpłynąć na wyniki finansowe i sytuację ekonomiczną Grupy Kapitałowej. Ryzyko to jest związane również z niskimi barierami wejścia i atrakcyjnością rynku usług marketingowych, który przyciąga potencjalnych konkurentów. Duży wpływ na ten aspekt będzie miała również koniunktura gospodarcza w kraju.

Rozpoczęcie oferowania i świadczenia nowych typów usług, nawet jeśli ich specyfika jest zbliżona do specyfiki usług aktualnie świadczonych przez Grupę Kapitałową, wiąże się z ryzykiem, iż obecne doświadczenie Grupy Kapitałowej okaże się niewystarczające dla należytego wykonywania usług w nowych obszarach działalności. Ewentualne problemy z należytych wykonywaniem usług dotyczących planowanych nowych obszarów działalności Grupy Kapitałowej mogłyby zaszkodzić rynkowemu wizerunkowi Grupy Kapitałowej oraz narazić ją na koszty związane z odszkodowaniami płaconymi na rzecz odbiorców, a tym samym negatywnie wpłynąć na rentowność Grupy Kapitałowej. Istnieje także ryzyko, iż działalność w nowych obszarach może okazać się mniej rentowna, niż dotychczasowa działalność Grupy Kapitałowej, zwłaszcza przy mniejszej (początkowo) skali działalności w nowych obszarach.

Nabywanie udziałów lub akcji innych podmiotów wiąże się z ryzykiem, iż rzeczywista sytuacja finansowa oraz perspektywy rozwojowe tych podmiotów mogą się okazać istotnie gorsze, niż to wynikało z ich oceny dokonanej przed akwizycją. Istnieje ryzyko, iż okres czasu potrzebny do restrukturyzacji przejmowanego podmiotu i uzyskania synergii w związku z jego działalnością w ramach Grupy Kapitałowej może się okazać znacznie dłuższy, niż planowany, co może ograniczyć korzyści wynikające z akwizycji. Może się również okazać, iż ostateczne koszty, poniesione przez Grupę Kapitałową w związku

z dokonywanymi akwizycjami, okażą się wyższe od wcześniej planowanych. Pojawienie się takich sytuacji może w przyszłości wyrzucić negatywny wpływ na wyniki finansowe Spółki. Emitent nie może jednak zapewnić, iż strategia oparta została o pełną i trafną analizę obecnych i przyszłych tendencji wpływających na działalność i wyniki jego Grupy Kapitałowej. Nie można także wykluczyć, iż działania podjęte przez Grupę Kapitałową okażą się niewystarczające lub błędne z punktu widzenia realizacji obranych celów strategicznych. Błędna ocena perspektyw rynkowych i wszelkie nietrafne decyzje mogą mieć istotny negatywny wpływ na wyniki finansowe Grupy Kapitałowej Emitenta.

Ryzyko związane z prognozami i planowaniem

Ryzyko związane z prognozami i planowaniem niesie ze sobą niebezpieczeństwo, że prognozy stanowiące podstawę podjęcia decyzji o rozpoczęciu planowanych przez Spółkę inwestycji nie sprawdzą się wskutek zmian zachodzących w otoczeniu ekonomicznym, prawnym lub społecznym. Prognozy dotyczące wyników finansowych czy planowanych inwestycji mogą okazać się chybione, mimo przyjęcia słusznych założeń w procesie prognozowania.

Ryzyko związane z kompetencjami i utratą kluczowych pracowników oraz roszczeniami pracowników

Branża usług marketingowych charakteryzuje się zmiennością oczekiwań klientów, silnym postępem technologicznym w zakresie przetwarzania danych, powstawaniem coraz to nowych kanałów dystrybucji informacji, co może spowodować, iż potrzebne będą nowe kompetencje, które obecni pracownicy będą musieli nabyć. W związku z tym istnieje ryzyko czy pracownicy będą w stanie dostrzec potrzebę pozyskania nowych kompetencji (w porównaniu z konkurencją na rynku) oraz czy pracownicy będą w stanie nabyć nowe umiejętności i wykorzystać je w optymalny sposób.

Sukces w branżach, w których działa Emitent jest uzależniony przede wszystkim od wiedzy, know-how, kreatywności, zaangażowania oraz kompetencji pracowników. Im firma ma większy potencjał w zakresie zasobów ludzkich, tym silniejsza jest jej pozycja konkurencyjna na rynku. Utrata kluczowych pracowników może skutkować pogorszeniem się kondycji finansowej, poprzez np. utratę znaczącego klienta bezpośrednio powiązanego z danym pracownikiem. Istnieje zatem ryzyko prowadzenia przez pracowników Spółki działalności konkurencyjnej wobec działalności Spółki w sposób bezpośredni (poprzez prowadzenie konkurencyjnej firmy) bądź pośredni (poprzez świadczenie pracy lub usług na rzecz podmiotów konkurencyjnych wobec Grupy Kapitałowej Emitenta). W celu zminimalizowania ryzyka utraty kluczowych pracowników Emitent stara się stworzyć atrakcyjne i stabilne warunki pracy oraz podpisuje z pracownikami umowy o zakazie konkurencji.

Istnieje także ryzyko roszczeń ze strony pracowników wynikających ze stosunku pracy. Ryzyko to nie jest znaczące, gdyż Grupa Kapitałowa Emitenta ze względu na specyfikę branż zatrudnia stosunkowo niewielu pracowników. Większość czynności jest realizowana na podstawie umów cywilnoprawnych przez zewnętrznych wykonawców. Nie można jednak wykluczyć, iż pracownicy lub podwykonawcy skierują swoje roszczenia wobec Grupy Kapitałowej Emitenta.

Ryzyko związane ze znaczeniem dostawców dla jakości usług świadczonych przez Grupę Kapitałową

W swojej działalności Grupa Kapitałowa Emitenta w bardzo szerokim stopniu korzysta z usług świadczonych przez dostawców zewnętrznych oraz podwykonawców. W związku z tym działalność Spółki narażona jest na ryzyko związane z terminowością oraz jakością usług świadczonych przez te podmioty. Ewentualne niewywiązanie lub nienależyte wywiązanie się dostawców z umów zawartych z Grupą Kapitałową mogłoby uniemożliwić lub znacząco utrudnić Grupie Kapitałowej należyte wywiązanie się z umów zawartych przez Grupę Kapitałową z jej odbiorcami. Sytuacja taka mogłaby zaszkodzić rynkowemu wizerunkowi Grupy Kapitałowej oraz narażić ją na koszty związane z odszkodowaniami płaconymi na rzecz odbiorców, a tym samym negatywnie wpłynąć na sytuację finansową Grupy Kapitałowej.

Ryzyko kar umownych związanych z realizacją umów

Istnieje ryzyko, iż zawierane przez Grupę Kapitałową Emitenta umowy na świadczenie usług zostaną nieterminowo lub nieprawidłowo wykonane i w związku z tym klienci Grupy Kapitałowej Emitenta mogą żądać zapłaty kar umownych przewidzianych w umowach. Dotyczy to w szczególności umów zawieranych w ramach zamówień publicznych czy też umów na podstawie, których jest rezerwowany czas „reklamowy” w mediach bądź organizowany znaczący event.

Ryzyko związane z udziałem kosztów usług obcych w strukturze kosztów operacyjnych Grupy Kapitałowej

W swojej działalności Grupa Kapitałowa Emitenta w bardzo szerokim stopniu korzysta z usług świadczonych przez dostawców zewnętrznych oraz podwykonawców. Skutkiem tego jest bardzo wysoki i rosnący udział kosztów usług obcych w strukturze kosztów operacyjnych Grupy Kapitałowej. Tak istotny udział usług obcych w strukturze kosztów sprawia, iż działalność Grupy Kapitałowej narażona jest na ryzyko związane z możliwym znaczącym wzrostem cen usług świadczonych przez dostawców Grupy Kapitałowej. Sytuacja taka mogłaby znacząco zwiększyć koszty funkcjonowania Grupy Kapitałowej, a tym samym negatywnie wpłynąć na jej wyniki finansowe. W obecnej sytuacji rynkowej

wyduje się, że to ryzyko uległo znaczącemu zmniejszeniu. Z drugiej jednak strony duży udział usług obcych pozwala na szybkie i elastycznie dostosowanie kosztów działalności do popytu na usługi świadczone przez Grupę Kapitałową.

Ryzyko związane z utratą informacji poufnych znajdujących się w posiadaniu Grupy Kapitałowej Emitenta oraz naruszenia przepisów prawa

Warunki oraz informacje dotyczące działalności Grupy Kapitałowej Emitenta mają decydujący wpływ na jego pozycję konkurencyjną. Ewentualne ujawnienie informacji dotyczących aktualnych warunków handlowych oraz bazy obecnych i potencjalnych klientów, stanowiących tajemnicę Grupy Kapitałowej Emitenta, może doprowadzić do pogorszenia pozycji konkurencyjnej oraz skutkować niezrealizowaniem planowanego tempa rozwoju działalności.

Ponadto Grupa Kapitałowa Emitenta w zakresie prowadzonej działalności w branży marketingowej ma dostęp do informacji poufnych dotyczących tajemnicy handlowej przedsiębiorstw będących klientami Grupy oraz ma dostęp do danych osobowych ich pracowników, kontrahentów. Ewentualne ujawnienie informacji poufnych może spowodować utratę reputacji na rynku, naruszenie praw autorskich lub dóbr osobistych i w konsekwencji wystąpienie roszczeń odszkodowawczych ze strony klientów. W wypadku naruszenia zasad ochrony i przetwarzania danych osobowych, Grupa Kapitałowa Emitenta lub jej pracownicy mogą podlegać sankcjom wynikającym z przepisów ustawy o ochronie danych osobowych lub innych przepisów prawa powszechnie obowiązującego.

Istnieje również ryzyko naruszenia zabezpieczeń systemów informatycznych Grupy Kapitałowej Emitenta, celowego uszkodzenia, zniszczenia lub kradzieży informacji poufnych lub danych osobowych klientów Grupy Kapitałowej Emitenta lub ich utraty w inny nieprzewidziany sposób. Może to skutkować dostępem do tych danych osób trzecich i wykorzystania ich w bezprawnych celach, co może negatywnie wpłynąć na ocenę wiarygodności Grupy Kapitałowej Emitenta i w konsekwencji spowodować utratę potencjalnych klientów oraz pogorszenie sytuacji finansowej Emitenta. W celu ograniczenia powyższych ryzyk w zakresie przetwarzania i ochrony danych osobowych Grupa Kapitałowa Emitenta wdrożyła i wykorzystuje adekwatne środki techniczne i organizacyjne zapewniające ochronę danych przed ich nieuprawnionym lub niewłaściwym przetwarzaniem.

Pracownicy Grupy Kapitałowej Emitenta zobowiązani są znać i przestrzegać wdrożone w Spółce procedury postępowania i obowiązujące ich przepisy prawa, w szczególności prawa autorskiego oraz przepisów o zakazie nieuczciwej konkurencji. Nie można jednak

wykluczyć, że w toku bieżącej działalności mogą ujawnić się błędy i pomyłki, które w zależności od ich skali mogą mieć wpływ na wizerunek i renomę Grupy Kapitałowej, jej sytuację ekonomiczną i bieżące wyniki finansowe. W szczególności może to dotyczyć naruszenia praw autorskich, dóbr osobistych bądź przepisów o zakazie nieuczciwej konkurencji, co może skutkować przejściową lub trwałą utratą klientów oraz ewentualnymi roszczeniami odszkodowawczymi ze strony klientów.

Ryzyko związane z ograniczonym dostępem do finansowania działalności Grupy Kapitałowej Emitenta

Grupa Kapitałowa Emitenta prowadzi działalność w zakresie usług i w związku z tym posiada aktywa trwałe oraz aktywa obrotowe o stosunkowo nieznacznej wartości w stosunku do skali prowadzonej działalności (mierzonej przychodami ze sprzedaży). Niska wartość majątku trwałego i obrotowego Grupy Kapitałowej wiąże się z ryzykiem dostępu do finansowania ze względu na ograniczoną zdolność zabezpieczenia długu na składnikach majątku Grupy Kapitałowej. Może to także wpłynąć na ograniczenie dokonywania kolejnych akwizycji, które mogą wymagać pozyskania istotnego poziomu finansowania zewnętrznego. Istnieje bowiem ryzyko niepozyskania finansowania zewnętrznego bądź pozyskania finansowania na gorszych warunkach, co może uniemożliwić dokonanie akwizycji bądź zmniejszyć rentowność działalności Grupy Kapitałowej.

Ryzyko związane z wykorzystywanymi przez Grupę Kapitałową Emitenta technologiami

Grupa Kapitałowa Emitenta świadczy usługi z zakresu: mediów, marketingu, reklamy online, usług IT oraz badań rynku i opinii publicznej. Świadczenie tych usług związane jest z koniecznością wykorzystywania wielu narzędzi, urządzeń technicznych oraz oprogramowania. W związku z tym działalność Grupy Kapitałowej narażona jest na ryzyko związane z możliwymi, lecz nieprzewidywalnymi usterkami w funkcjonowaniu tych urządzeń lub oprogramowania. W tym zakresie istniejące ryzyko można podzielić na dwie grupy. Po pierwsze należy mieć na uwadze ryzyko awarii urządzeń, na których zapisywane i przechowywane są dane służące do prowadzenia działalności gospodarczej. Po drugie istnieje ryzyko zaistnienia awarii sprzętu lub oprogramowania uniemożliwiającej przeprowadzenie określonych zaplanowanych wydarzeń. W pierwszym przypadku Grupa Kapitałowa Emitenta podejmuje działania mające na celu zminimalizowanie skutków awarii nośników danych poprzez sporządzanie regularnie kopii bezpieczeństwa. W drugim przypadku jeżeli awaria uniemożliwia przeprowadzenie określonego wydarzenia należy mieć na uwadze powstanie ewentualnych roszczeń odszkodowawczych kontrahenta oraz wystąpienie po stronie Grupa Kapitałowa Emitenta szkody w zakresie utraconych korzyści. Ryzyko związane z odpowiedzialnością odszkodowawczą wobec kontrahenta jest zmniejszane poprzez wykupienie odpowiedniej polisy ubezpieczeniowej.

Ryzyko związane z dotacjami

Emitent zawarł w listopadzie 2013 r. umowę na dofinansowanie projektu w ramach działania 8.2 "Wspieranie wdrażania elektronicznego biznesu typu B2B" w kwocie 733.250,00 zł.

W związku z tym istnieje ryzyko związane z prawidłowym wykonaniem umowy o dofinansowanie lub rozliczeniem uzyskanej dotacji. W przypadku zaistnienia nieprawidłowości Emitent lub spółka zależna może zostać zobowiązana do zwrotu części lub całości uzyskanej dotacji i pokrycia dodatkowych kosztów z tym związanych. Ponadto nieprawidłowe wykorzystanie dotacji może skutkować utratą możliwości pozyskania w przyszłości kolejnych dotacji.

CZYNNIKI ZWIĄZANE Z OTOCZENIEM, W JAKIM GRUPA KAPITAŁOWA EMITENTA PROWADZI DZIAŁALNOŚĆ

Ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną w Polsce i z koniunkturą na rynku usług marketingowych

Jednym z największych zagrożeń działalności w sektorze usług marketingowych (mimo dynamicznego rozwoju tego rynku w Polsce) jest jego duża wrażliwość na wahania koniunktury gospodarczej. W sytuacji znaczącego spowolnienia wzrostu gospodarczego wydatki przedsiębiorstw na cele marketingowe ulegają zmniejszeniu, co może pociągnąć za sobą negatywne skutki dla wyników finansowych Spółki. W ostatnich latach szczególnie rok 2009 był trudny dla branży marketingowej – na przykład wydatki klientów w segmencie usług eventowych spadły w tym czasie według szacunków nawet o połowę. Jednakże od 2010 występuje tendencja wzrostowa na tym rynku. Czynniki te wywierają tym samym istotny wpływ na sytuację ekonomiczną Grupy Kapitałowej. Ewentualne znaczące pogorszenie się sytuacji makroekonomicznej w Polsce mogłoby wywrzeć negatywny wpływ na wyniki Grupy Kapitałowej.

Ryzyko związane z przyszłym rozwojem poszczególnych segmentów rynku usług marketingowych

Rynek usług marketingowych składa się z różnych segmentów. Emitent działa m.in. w obszarze marketingu eventowego, ambient mediów, reklamy zintegrowanej oraz badań marketingowych jednocześnie rozwijając działalność w obszarze data oraz digital/IT. Zgodnie z przeprowadzonymi badaniami oraz analizami obecnych tendencji na światowym rynku digital jest jednym z najszybciej rozwijających się obszarów rynku

marketingowego. Jednak nie jest wykluczone, iż w przyszłości preferencje klientów mogą ulec zmianie, skutkiem czego może być przesunięcie popytu na usługi marketingowe z tych segmentów w kierunku innych rodzajów działań marketingowych. Zaistnienie takiej sytuacji mogłoby spowodować ograniczenie perspektyw rozwojowych Grupy Kapitałowej, a tym samym negatywnie wpłynąć na jej sytuację finansową.

Ryzyko związane z konkurencją

W branży Grupy Kapitałowej ryzyko związane z pojawieniem się nowej konkurencji jest duże, głównie z powodu atrakcyjności rynku usług marketingowych (dynamiczny wzrost) w Polsce oraz relatywnie niskich barier wejścia (w rozumieniu niezbędnych do poniesienia nakładów inwestycyjnych na majątek trwały i obrotowy) na ten rynek. Ewentualne pojawienie się nowych znaczących konkurentów może w przyszłości wywierać negatywny wpływ na wyniki finansowe Grupy Kapitałowej.

Ryzyko związane z silną pozycją odbiorców

Wśród kluczowych Klientów Grupy Kapitałowej znajdują się podmioty, których skala działalności znacząco przekracza skalę działalności Grupy Kapitałowej. Znaczenie tych odbiorców oraz ich udział w strukturze przychodów ze sprzedaży Grupy Kapitałowej jest znacząco większy niż znaczenie Grupy Kapitałowej oraz jej udział w strukturze dostaw tychże odbiorców. W związku z tym Grupa Kapitałowa narażona jest na ryzyko związane z nierówną pozycją negocjacyjną Spółki w stosunku do pozycji negocjacyjnej niektórych jej odbiorców. Może to znacząco utrudnić proces negocjowania oraz zawierania nowych kontraktów lub wpłynąć negatywnie na ceny usług świadczonych przez Grupę Kapitałową, a tym samym negatywnie wpłynąć na przyszłe wyniki finansowe Grupy Kapitałowej.

Ryzyko związane z możliwością pojawienia się nieprawdziwych informacji dotyczących Grupy Kapitałowej Emitenta lub jej działalności.

Na wysoce konkurencyjnym rynku, jakim jest rynek usług marketingowych, istnieje ryzyko wykorzystywania przez niektórych konkurentów Grupy Kapitałowej (lub inne podmioty zmierzające do osłabienia pozycji konkurencyjnej Grupy Kapitałowej) nieprawdziwych informacji o Grupie Kapitałowej, jej działalności lub osobach powiązanych z Grupą Kapitałową, w celu wywarcia negatywnego wpływu na rynkowy wizerunek Grupy Kapitałowej. Ewentualne rozpowszechnianie nieprawdziwych i negatywnych informacji dotyczących Grupy Kapitałowej może wywierać przejściowy, lecz niekorzystny wpływ na jej renomę i pozycję negocjacyjną, a tym samym negatywnie wpływać na sytuację finansową Grupy Kapitałowej. Informacje takie mogą wywierać również niekorzystny wpływ na kształtowanie się kursu akcji Grupy Kapitałowej, jeśli nie miałyby one istotnego wpływu na wyniki finansowe Grupy Kapitałowej.

Ryzyko związane z otoczeniem prawnym

Przepisy prawa, które regulują działalność gospodarczą w Polsce, charakteryzują się znaczną niestabilnością. W szczególności dotyczy to przepisów prawa dotyczących działalności medialnej, prasowej, reklamowej czy lobbingowej, które podlegają częstym nowelizacjom. Wysoka niestabilność dotyczy również regulacji podatkowych oraz prawa pracy. Zmiany w obowiązujących przepisach mogą powodować wzrost obciążeń publicznoprawnych lub wzrost kosztów działalności Spółki, a tym samym mogą wywierać negatywny wpływ na jej wyniki finansowe. Zmniejszenie tego ryzyka Emitent stara się minimalizować poprzez bieżące monitorowanie zmian przepisów oraz korzystanie z profesjonalnych doradców podatkowych i prawnych.

Ryzyko związane z prawami autorskimi

Emitent w ramach prowadzonej działalności świadczy usługi, w ramach których zobowiązany jest często do przeniesienia praw autorskich lub udzielenia licencji do przekazywanych utworów na inne podmioty. W związku z tym istnieje ryzyko, że spółki Grupy Kapitałowej Emitenta mogą stać się stroną postępowania o naruszenie praw autorskich. W celu zmniejszenia takiego ryzyka Emitent korzysta z porad doradców prawnych, posiadających znaczne doświadczenie w zakresie praw autorskich.

Ryzyko zmian stóp procentowych

Spółka korzysta z kredytów i pożyczek w finansowaniu swojej działalności, których oprocentowanie kalkulowane jest w oparciu o bazowe zmienne stopy procentowe (WIBOR). Pociąga to za sobą konieczność ponoszenia kosztów obsługi zadłużenia z tego tytułu (w tym w szczególności kosztów odsetek). W związku z tym wzrost poziomu rynkowych stóp procentowych w Polsce (WIBOR) może spowodować wzrost oprocentowania kredytów i pożyczek zaciągniętych przez Spółkę.

CZYNNIKI ZWIĄZANE Z RYNKIEM KAPITAŁOWYM ORAZ INWESTOWANIEM W INSTRUMENTY FINANSOWE

Ryzyko kształtowania się kursu akcji oraz płynności obrotu w przyszłości

Nie można przewidzieć, czy akcje Emitenta będą przedmiotem aktywnego obrotu po ich wprowadzeniu do Alternatywnego Systemu Obrotu. NewConnect to specyficzna platforma obrotu przeznaczona głównie dla małych i średnich spółek, których działalności towarzyszy wyższe ryzyko inwestycyjne. Istnieje ryzyko, że akcje, będąc notowanymi na tym rynku, mogą być narażone na niskie zainteresowanie inwestorów, co przełoży się na niskie obroty. W rezultacie sprzedaż dużej ilości akcji w krótkim okresie czasu może być utrudniona.

Cena akcji może wahać się ze względu na np.: ogólne perspektywy gospodarcze, warunki rozwoju Grupy Kapitałowej Emitenta, działalność konkurentów. Warunki rynkowe mogą mieć wpływ na cenę akcji bez względu na wyniki operacyjne Spółki lub ogólną rentowność w sektorze działalności Grupy Kapitałowej Emitenta. W związku z tym cena rynkowa akcji może nie odzwierciedlać wartości majątku Grupy Kapitałowej Emitenta oraz przyszłych wyników, a cena, po której inwestorzy mogą dokonywać transakcji na akcjach może być kształtowana pod wpływem wielu czynników, spośród których tylko niektóre mogą odnosić się do Grupy Kapitałowej Emitenta, podczas gdy inne mogą być poza jej kontrolą. Cena rynkowa akcji może spaść ze względu na sprzedaż dużej liczby tych akcji na rynku lub w wyniku przypuszczenia, że taka sprzedaż może nastąpić. Taka sprzedaż może także utrudnić Grupie Kapitałowej Emitenta oferowanie papierów wartościowych w przyszłości po cenie oczekiwanej przez Zarząd Emitenta.

Ryzyko związane z rozwodnieniem akcji

Zgodnie z § 5a Statutu Spółki warunkowy kapitał zakładowy Spółki wynosi nie więcej niż 124.816,55 zł (sto dwadzieścia cztery tysiące osiemset szesnaście złotych pięćdziesiąt pięć groszy) i dzieli się na nie więcej niż: 2.496.331 (dwa miliony czterysta dziewięćdziesiąt sześć tysięcy trzysta trzydzieści jeden) akcji zwykłych na okaziciela serii D o wartości nominalnej 0,05 zł (pięć groszy) każda.

Celem warunkowego kapitału, o którym mowa w § 5a ust. 1 powyżej, jest przyznanie prawa do objęcia akcji serii D posiadaczom warrantów subskrypcyjnych emitowanych przez Spółkę na podstawie uchwały nr 7 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia z dnia 27 stycznia 2014 r. Uprawnionymi do objęcia akcji serii D będą posiadacze warrantów subskrypcyjnych, o których mowa w zdaniu poprzedzającym. Prawo objęcia akcji serii D może być wykonane do dnia 31 grudnia 2016 roku.

Nie można zatem wykluczyć, iż w przyszłości nastąpi podwyższenie kapitału w granicach kapitału warunkowego. W związku z powyższym inwestor powinien liczyć się z możliwością zmiany wysokości kapitału zakładowego Spółki oraz liczby wyemitowanych akcji, co skutkować będzie rozwodnieniem posiadanego przez niego udziału w Spółce.

Ryzyko związane z zawieszeniem notowań instrumentów finansowych emitenta w alternatywnym systemie obrotu

Zgodnie z § 11 ust. 1 Regulaminu ASO, GPW, jako Organizator Alternatywnego Systemu Obrotu, może zawiesić obrót instrumentami finansowymi Emitenta na okres nie dłuższy niż trzy miesiące, z zastrzeżeniem § 12 ust. 3 i § 17c ust. 5.

- 1) na wniosek Emitenta,
- 2) jeżeli uzna, że wymaga tego interes i bezpieczeństwo uczestników obrotu.

Na podstawie § 11 ust. 2 Organizator Alternatywnego Systemu w przypadkach określonych przepisami prawa zawiesza obrót instrumentami finansowymi Emitenta na okres nie dłuższy niż miesiąc.

Na podstawie § 12 ust. 3 Regulaminu ASO, przed podjęciem decyzji o wykluczeniu instrumentów finansowych z obrotu Organizator Alternatywnego Systemu może zawiesić obrót tymi instrumentami finansowymi. Do terminu zawieszenia w tym przypadku nie stosuje się postanowienia § 11 ust. 1 Regulaminu ASO.

Zgodnie z § 17c ust. 1 Regulaminu ASO, jeżeli Emitent nie przestrzega zasad lub przepisów obowiązujących w alternatywnym systemie obrotu lub nie wykonuje lub nienależyście wykonuje obowiązki określone w rozdziale V Regulaminu ASO, w szczególności obowiązki określone w § 15a, § 15b, § 17 – 17b, Organizator Alternatywnego Systemu może, w zależności od stopnia i zakresu powstałego naruszenia lub uchybienia:

- 1) upomnieć Emitenta,
- 2) nałożyć na Emitenta karę pieniężną w wysokości do 50.000 zł.

Zgodnie z § 17c ust. 2 Organizator Alternatywnego Systemu podejmując decyzję o nałożeniu kary upomnienia lub kary pieniężnej może wyznaczyć Emitentowi termin na zaniechanie dotychczasowych naruszeń lub podjęcie działań mających na celu zapobieżenie takim naruszeniom w przyszłości, w szczególności może zobowiązać Emitenta do publikowania określonych dokumentów lub informacji w trybie i na warunkach obowiązujących w alternatywnym systemie obrotu.

Zgodnie z § 17c ust. 3, w przypadku, gdy Emitent nie wykonuje nałożonej na niego kary lub pomimo jej nałożenia nadal nie przestrzega zasad lub przepisów obowiązujących w alternatywnym systemie obrotu lub nie wykonuje lub nienależyście wykonuje obowiązki określone w Rozdziale V Regulaminu ASO, lub też nie wykonuje obowiązków nałożonych na niego na podstawie ust. 2, Organizator Alternatywnego Systemu może:

- 1) nałożyć na Emitenta karę pieniężną, przy czym kara ta łącznie z karą pieniężną nałożoną na podstawie ust. 1 pkt. 2) nie może przekraczać 50.000 zł,
- 2) zawiesić obrót instrumentami finansowymi Emitenta w alternatywnym systemie obrotu,
- 3) wykluczyć instrumenty finansowe Emitenta z obrotu w alternatywnym systemie obrotu.

Do terminu zawieszenia, o którym mowa w ust. 3 pkt. 2) nie stosuje się postanowienia § 11 ust. 1.

W przypadku, gdy decyzja o zawieszeniu instrumentów finansowych emitenta jest wydawana jako sankcja za niewykonywanie przez emitenta obowiązków określonych w Regulaminie ASO, okres zawieszenia obrotu może trwać dłużej niż 3 miesiące.

Zgodnie z § 18 ust. 7 Regulaminu ASO, w przypadku:

- 1) rozwiązania lub wygaśnięcia umowy z Autoryzowanym Doradcą przed upływem okresu wskazanego w ust. 3, z wyłączeniem rozwiązania umowy na podstawie zwolnienia, o którym mowa w ust. 4,
 - 2) zawieszenia prawa do działania Autoryzowanego Doradcy w alternatywnym systemie,
 - 3) skreślenia Autoryzowanego Doradcy z listy, o której mowa w ust. 1
- Organizator Alternatywnego Systemu może zawiesić obrót instrumentami finansowymi emitenta, dla którego podmiot ten wykonuje obowiązki Autoryzowanego Doradcy, jeżeli uzna, że wymaga tego bezpieczeństwa obrotu lub interes jego uczestników.

Zgodnie z § 20 ust. 5 Regulaminu ASO, z zastrzeżeniem § 9 ust. 2b, w przypadku rozwiązania lub wygaśnięcia umowy z Animatorem Rynku, a także w przypadku zawieszenia prawa do wykonywania zadań Animatora Rynku w alternatywnym systemie Organizator Alternatywnego Systemu może zawiesić obrót instrumentami finansowymi emitenta do czasu zawarcia i wejścia w życie nowej umowy z Animatorem Rynku.

Ponadto zgodnie z art. 78 ust. 3 Ustawy o obrocie w przypadku gdy obrót określonymi instrumentami finansowymi jest dokonywany w okolicznościach wskazujących na możliwość zagrożenia prawidłowego funkcjonowania alternatywnego systemu obrotu

lub bezpieczeństwa obrotu dokonywanego w tym alternatywnym systemie obrotu, lub naruszenia interesów inwestorów, na żądanie Komisji, Organizator ASO zawiesza obrót tymi instrumentami finansowymi na okres nie dłuższy niż miesiąc.

Ryzyko związane z wykluczeniem instrumentów finansowych emitenta z obrotu w alternatywnym systemie obrotu

Zgodnie z § 12 ust. 1 Organizator Alternatywnego Systemu Obrotu może wykluczyć instrumenty finansowe z obrotu:

- 1) na wniosek emitenta, z zastrzeżeniem możliwości uzależnienia decyzji w tym zakresie od spełnienia przez emitenta dodatkowych warunków,
- 2) jeżeli uzna, że wymaga tego interes i bezpieczeństwo uczestników obrotu,
- 3) wskutek ogłoszenia upadłości emitenta albo w przypadku oddalenia przez sąd wniosku o ogłoszenie upadłości z powodu braku środków w majątku emitenta na zaspokojenie kosztów postępowania,
- 4) wskutek otwarcia likwidacji emitenta,
- 5) wskutek podjęcia decyzji o połączeniu emitenta z innym podmiotem, jego podziale lub przekształceniu, przy czym wykluczenie instrumentów finansowych z obrotu może nastąpić odpowiednio nie wcześniej niż z dniem połączenia, dniem podziału (wydzielenia) albo z dniem przekształcenia.

Organizator Alternatywnego Systemu wyklucza instrumenty finansowe z obrotu w alternatywnym systemie:

- 1) w przypadkach określonych przepisami prawa,
- 2) jeżeli zbywalność tych instrumentów stała się ograniczona,
- 3) w przypadku zniesienia dematerializacji tych instrumentów,
- 4) po upływie 6 miesięcy od dnia uprawomocnienia się postanowienia o ogłoszeniu upadłości emitenta, obejmującej likwidację jego majątku, lub postanowienia o oddaleniu przez sąd wniosku o ogłoszenie tej upadłości z powodu braku środków w majątku emitenta na zaspokojenie kosztów postępowania.

Zgodnie z § 17c ust. 1 Regulaminu ASO, jeżeli Emitent nie przestrzega zasad lub przepisów obowiązujących w alternatywnym systemie obrotu lub nie wykonuje lub nienależyście wykonuje obowiązki określone w rozdziale V Regulaminu ASO, w szczególności obowiązki określone w § 15a, § 15b, § 17 – 17b, Organizator Alternatywnego Systemu może, w zależności od stopnia i zakresu powstałego naruszenia lub uchybienia:

- 1) upomnieć Emitenta,
- 2) nałożyć na Emitenta karę pieniężną w wysokości do 50.000 zł.

Zgodnie z § 17c ust. 2 Organizator Alternatywnego Systemu podejmując decyzję o nałożeniu kary upomnienia lub kary pieniężnej może wyznaczyć Emitentowi termin na zaniechanie dotychczasowych naruszeń lub podjęcie działań mających na celu zapobieżenie takim naruszeniom w przyszłości, w szczególności może zobowiązać Emitenta do publikowania określonych dokumentów lub informacji w trybie i na warunkach obowiązujących w alternatywnym systemie obrotu.

Zgodnie z § 17c ust. 3, w przypadku, gdy Emitent nie wykonuje nałożonej na niego kary lub pomimo jej nałożenia nadal nie przestrzega zasad lub przepisów obowiązujących w alternatywnym systemie obrotu lub nie wykonuje lub nienależyście wykonuje obowiązki określone w Rozdziale V Regulaminu ASO, lub też nie wykonuje obowiązków nałożonych na niego na podstawie ust. 2, Organizator Alternatywnego Systemu może:

- 1) nałożyć na Emitenta karę pieniężną, przy czym kara ta łącznie z karą pieniężną nałożoną na podstawie ust. 1 pkt. 2) nie może przekraczać 50.000 zł,
- 2) zawiesić obrót instrumentami finansowymi Emitenta w alternatywnym systemie obrotu,
- 3) wykluczyć instrumenty finansowe Emitenta z obrotu w alternatywnym systemie obrotu.

Zgodnie z art. 78 ust. 4 ustawy o obrocie instrumentami finansowymi na żądanie Komisji, organizator ASO wyklucza z obrotu wskazane przez Komisję instrumenty finansowe, w przypadku gdy obrót nimi zagraża w sposób istotny prawidłowemu funkcjonowaniu alternatywnego systemu obrotu lub bezpieczeństwu obrotu dokonywanego w tym alternatywnym systemie obrotu, lub powoduje naruszenie interesów inwestorów.

Zgodnie z § 13 Regulaminu ASO informacje o zawieszeniu obrotu lub wykluczeniu instrumentów finansowych z obrotu publikowane są niezwłocznie na stronie internetowej Organizatora Alternatywnego Systemu.

Ryzyko dotyczące możliwości nałożenia na emitenta kar administracyjnych przez Komisję Nadzoru Finansowego za niewykonywanie obowiązków wynikających z przepisów prawa Spółki notowane na rynku NewConnect są spółkami publicznymi. Komisja Nadzoru Finansowego może nałożyć na spółkę publiczną kary administracyjne, w tym kary pieniężne, za niewykonanie obowiązków wynikających z przepisów prawa, a w szczególności obowiązków wynikających z Ustawy o Ofercie publicznej i Ustawy o Obrocie instrumentami finansowymi.

Na podstawie art. 10 ust. 5 ustawy o ofercie, emitent jest zobowiązany w terminie 14 dni od wprowadzenia instrumentu finansowych do obrotu w ASO, do przekazania zawiadomienia do Komisji o wprowadzeniu instrumentów finansowych celem dokonania wpisu do ewidencji, o której mowa w art. 10 ust. 1 ustawy o ofercie. W przypadku, gdy Emitent nie wykonuje albo wykonuje nienależycie wskazany obowiązek, Komisja może nałożyć karę pieniężną do wysokości 100.000 PLN.

W przypadku, gdy Emitent nie będzie wykonywał lub będzie wykonywał nienależycie obowiązki, wskazane w art. 96 Ustawy o Ofercie Publicznej, Komisja Nadzoru Finansowego może wydać decyzję o wykluczeniu, na czas określony lub bezterminowo, akcji z obrotu w Alternatywnym Systemie Obrotu, albo nałożyć, biorąc pod uwagę w szczególności sytuację finansową podmiotu, na który kara jest nakładana, karę pieniężną do wysokości 1.000.000 zł albo zastosować obie sankcje łącznie.

Ponadto, zgodnie z postanowieniami art. 176a ustawy o obrocie, w przypadku, gdy Emitent nie wykonuje lub nienależycie wykonuje obowiązki wynikające z art. 5 ustawy o obrocie, Komisja może nałożyć karę pieniężną do wysokości 1.000.000 PLN.

Nałożenie kar na Emitenta może spowodować utratę zaufania inwestorów do Emitenta. Emitent oświadcza, że zamierza przeciwdziałać takim sytuacjom i będzie starał się wywiązywać z wszystkich obowiązków wynikających z w/w ustaw.



DANE KONTAKTOWE

MEDIACAP SA

Jacek Olechowski
Prezes Zarządu

T +48 22 463 99 70
F +48 22 463 99 08
jo@mediacap.pl

www.mediacap.pl

MEDIACAP SA

Ul. Francuska 37, 03-905 Warszawa

Kapitał zakładowy Spółki: 806 377,10 PLN, NIP 521 27 93 367

KRS 0000302232, Sąd Rejonowy dla miasta stołecznego Warszawy XIII Wydział Gospodarczy