

# **Sprawozdanie Zarządu z działalności Grupy Kapitałowej Internet Group S.A. w okresie 6 miesięcy zakończonych 30 czerwca 2007 roku**

## **Wyniki finansowe Grupy Kapitałowej**

W ciągu 6 miesięcy zakończonych 30 czerwca 2007 roku, Grupa Kapitałowa osiągnęła:

- przychody w kwocie 100.762 tys. zł - o 26% więcej niż w porównywalnym okresie roku ubiegłego,
- zysk brutto ze sprzedaży w kwocie 5.296 tys. zł - o 41% więcej niż w pierwszym półroczu roku ubiegłego
- zysk netto w kwocie 4.842 tys. zł - co stanowi wzrost w wysokości 36%.

Aktywa trwale Grupy Kapitałowej wynoszące w dniu 31 grudnia 2006 roku 10.530 tys. zł wzrosły do poziomu 105.802 tys. zł na dzień 30 czerwca 2007 roku. Natomiast kapitał własny, który w dniu 31 grudnia 2006 roku wynosił 15.112 tys. zł, wzrósł do poziomu 166.649 tys. zł na dzień 30 czerwca 2007 roku.

Istotnym czynnikiem, mającym wpływ na powyższe zwiększenia, jest integracja Internet Group S.A. i CR Media Consulting S.A. w kwietniu 2007 roku, co miało miejsce w wyniku przejęcia odwrotnego (w jego rezultacie akcjonariusze CR Media Consulting S.A. kontrolują połączoną Grupę Kapitałową). W rezultacie tej transakcji, skonsolidowany rachunek wyników za 6 miesięcy, zakończonych 30 czerwca 2007 roku, obejmuje wyniki CR Media Consulting S.A. i jej spółek zależnych za cały sześciomiesięczny okres. Natomiast wyniki Internet Group S.A. i jej spółek zależnych są konsolidowane, począwszy od 1 maja 2007 roku. Konsekwentnie w okresie porównawczym ubiegłego roku skonsolidowany rachunek wyników obejmuje wyniki CR Media Consulting S.A. i jej spółek zależnych. Skonsolidowany bilans na dzień 30 czerwca 2007 roku obejmuje CR Media Consulting S.A., Internet Group S.A. i ich spółki zależne. Natomiast skonsolidowany bilans na dzień 31 grudnia 2006 roku – tylko CR Media Consulting S.A. i jej spółki zależne.

## **Segmenty działalności Grupy Kapitałowej**

Po integracji Internet Group S.A. i CR Media Consulting S.A., w kwietniu 2007 roku, powstała Grupa Kapitałowa, której struktura została ujednoliconą z segmentami jej działalności. Obecnie Grupa ta prowadzi swoją działalność w następujących obszarach:

- Platforma mediowa – w ramach której prowadzone są usługi planowania i zakupu powierzchni reklamowej w mediach, konsultingu mediowego oraz analizy rynku reklamowego. W skład tego segmentu wchodzi CR Media Consulting S.A. i jej spółki zależne;

- Platforma biznesowa – świadcząca usługi internetowe i telekomunikacyjne. Działalność ta jest prowadzona przez spółkę zależną Internet Group S.A. – ZigZag Sp. z o.o., do której została przeniesiona z Internet Group S.A. w dniu 1 sierpnia 2007 roku;

- Call Center – segment działalności realizujący usługi telemarketingu i sprzedaży przez telefon, a także obsługi infolinii dla klientów zewnętrznych. Obecnie działalność ta prowadzona jest w spółce Internet Group S.A. i planowane jest jej przeniesienie do spółki Call Center Poland S.A. po sfinalizowaniu jej akwizycji;

- Media On-line – segment integrujący serwisy i narzędzia wpisujące się w nurt Web 2.0. Działalność tego segmentu jest prowadzona w spółce PRV.PL Sp. z o.o.;

- E- i M-marketing – specjalizujący się w opracowywaniu i wdrażaniu strategii m- i e-marketingowych, obejmujących także tworzenie kreacji i serwisów internetowych, oraz w reklamie e-mailingowej, mobilnej i internetowej. Działalność ta jest prowadzona w spółce Interactive Marketing Partner Polska Sp. z o.o.

Segmenty działalności na tle struktury Grupy Kapitałowej zostały przedstawione w załączniku do niniejszego sprawozdania Zarządu.

### ***Platforma mediowa***

W pierwszym półroczu 2007 roku łączne przychody tego segmentu wyniosły 96.401 tys. zł, i były o 21% wyższe niż w analogicznym okresie roku poprzedniego, natomiast zysk operacyjny wyniósł 6.216 tys. zł, tj. o 47% więcej niż w pierwszym półroczu 2006 roku.

Udział w rynku poszczególnych obszarów działalności Platformy mediowej był zgodny z założeniami, tj.:

- udział w rynku reklamy prasowej wyniósł ok. 4%,
- udział w rynku reklamy radiowej ok. 12%
- udział w rynku reklamy internetowej ok. 20%.

W ciągu minionego półrocza szczególny nacisk został położony na rozwój zagranicznej działalności sieci Ad.net, która w tym okresie w krajach bałtyckich osiągnęła przychody w kwocie 6.105 tys. zł przy marży na sprzedaży w kwocie 1.696 tys. zł.

### ***Platforma biznesowa***

W ramach działalności platformy biznesowej, łączne przychody wyniosły 3.334 tys. zł, a strata operacyjna wyniosła (373) tys. zł. Wyniki te obejmują okres 1 maja 2007 – 30 czerwca 2007, czyli okres, w którym spółka Internet Group S.A., prowadząca działalność w ramach tego segmentu, podlegała konsolidacji. W omawianym okresie główny nacisk położono na rozwój telefonii IP pod nazwą Halonet, koncentrując się na rozwoju bazy klientów biznesowych, co pozwoliło na wzrost ARPU. Zostały też rozpoczęte prace nad rozwojem nowej linii biznesowej, jaką są usługi MVNO i MVNE, których uruchomienie jest planowane na początku 2008 roku, a także integracją usług skierowanych do małych i średnich przedsiębiorstw w ramach nowego kanału sprzedaży - internetowej platformy biznesowej.

### ***Call Center***

Segment ten został wydzielony - z segmentu Platforma biznesowa - w związku z dynamicznym rozwojem organicznym tej działalności i planowanym powiększeniem jej skali w wyniku akwizycji grupy spółek skupionych wokół Call Center Poland S.A.

Wyniki za okres 1 maja 2007 – 30 czerwca 2007, obejmują sprzedaż w kwocie 611 tys. zł oraz zysk operacyjny w kwocie 81 tys. zł.

### ***Media On-line***

W pierwszym półroczu 2007 roku przychody segmentu Media On-line wyniosły 833 tys. zł, a strata operacyjna (539) tys. zł. W związku z tym, że działalność tego segmentu rozpoczęła się w grudniu 2006 roku, brak danych porównawczych. W ciągu minionego półrocza trwały prace nad integracją nowych serwisów – z Pino.pl zostały zintegrowane m. in. witryny blogi.pl, linkologia.pl, moblo.pl i xoxo.pl – oraz nad uruchomieniem nowej wersji serwisu Pino.pl, obejmującej również darmową pocztę. W ramach tego segmentu, rozpoczęły się również prace nad rozwojem telewizji interaktywnej.

### ***E- i M-marketing***

Przychody i zysk operacyjny, osiągnięte w pierwszym półroczu 2007 roku w ramach tego segmentu, to odpowiednio 726 tys. zł oraz 74 tys. zł. W związku z tym, że spółka Interactive Marketing Partner Polska Sp. z o.o., prowadząca działalność w ramach tego segmentu, została nabyta przez CR Media Consulting S.A. we wrześniu 2006 roku, jej wyniki nie są ujęte w danych porównawczych.

## **Rozwój Grupy Kapitałowej**

Czynniki, które będą miały istotny wpływ na rozwój Grupy Kapitałowej, to przede wszystkim:

- realizacja strategii integratora mediów i telekomunikacji celem wsparcia efektywnego dotarcia biznesu do swoich klientów, dzięki ofercie innowacyjnych, nowoczesnych narzędzi oraz kanałów sprzedaży;
- umocnienie pozycji na rynku reklamy w krajach bałtyckich i ekspansja w kolejnych krajach oraz rozwój nowych narzędzi w ramach platformy mediowej; sfinalizowanie akwizycji 32% akcji Ad.net SA, posiadanych przez akcjonariuszy mniejszościowych;
- budowa internetowej platformy dla biznesu, utworzonej wokół dotychczasowej działalności Internet Group S.A. oraz konwergencja usług telekomunikacyjnych z usługami reklamowymi, a także rozwój projektu MVNE;

- sfinalizowanie akwizycji spółek skupionych wokół Call Center Poland SA;
- zdobycie pozycji lidera na rynku mediów on-line, poprzez rozwój integratora społecznościowych serwisów internetowych Pino.pl, jak i dzięki dołączaniu kolejnych witryn, serwisów, uruchomieniu poczty internetowej, a także rozwojowi telewizji interaktywnej;
- uzupełnienie oferty usług e- i m-marketingowych, dzięki akwizycji i integracji z agencją interaktywną i spółką działającą na rynku marketingu mobilnego.

Sytuacja finansowa Grupy Kapitałowej będzie ulegać dalszej poprawie, dzięki realizacji kolejnych etapów strategii, w szczególności akwizycji spółek skupionych wokół Call Center Poland S.A. Pozwoli to na uzyskanie drugiego, obok Platformy mediowej, istotnego generatora środków pieniężnych działającego na rynku różniącym się profilem ryzyka od działalności mediowej, a jednocześnie prowadzącego działalność komplementarną do usług marketingowych oferowanych przez Grupę.

## **Opis podstawowych zagrożeń i ryzyk**

### ***Ryzyko pogorszenia sytuacji finansowej Grupy Kapitałowej***

W celu zminimalizowania tego ryzyka Grupa Kapitałowa realizuje strategię opartą o 5 segmentów aktywności, w ramach których rozwija działalność poprzez realizację nowych projektów oraz akwizycje podmiotów dla szybszego wzmocnienia pozycji Grupy w danym segmencie. Obok segmentu Platformy mediowej, mającego ugruntowaną pozycję na rynku reklamowym i generującego istotny strumień środków pieniężnych, Grupa zdywersyfikuje działalność, wzmacniając stworzony od podstaw segment Call Center, dzięki akwizycji spółek z Call Center Poland S.A. – lidera na rynku call center, co pozwoli zbalansować ryzyko finansowe. Jednocześnie w ramach segmentu Platformy biznesowej następuje nie tylko nacisk na rozwój i sprzedaż najbardziej rentownych usług, ale też stworzenie nowego kanału sprzedaży, jakim jest internetowa platforma biznesowa, nowoczesny agregator usług skierowanych do biznesu. Działania w ramach segmentów Mediów On-line i E- i M-marketingu mają na celu rozwój Grupy na rynkach, które dziś jeszcze nie są rynkami bardzo dużymi, ale charakteryzują się olbrzymim potencjałem wzrostowym, tak aby w rezultacie uzyskać na nich pozycję lidera.

### ***Ryzyko negatywnego wpływu działań konkurencji***

Efekt działań, dzięki którym to ryzyko jest ograniczone, widać już w dotychczasowej działalności, realizowanej w ramach segmentu Platforma mediowa. Grupa działa na trzech rynkach reklamowych: internetowym, prasowym i radiowym, tworząc w ten sposób unikalną na polskim rynku strukturę, która jako całość nie ma konkurencji, bowiem konkurencyjne firmy specjalizują się z reguły w jednym z rynków reklamowych. Jednocześnie, Grupa konsekwentnie wzmacnia swoją obecność na rynku reklamy, obejmując kolejne elementy łańcucha wartości dodanej – i tak, oprócz początkowej działalności polegającej na planowaniu i zakupie mediów, zostały stworzone „domy sprzedaży” reprezentujące rozproszonych właścicieli mediów (wydawców prasowych i witryny internetowe) i sprzedające ich powierzchnię reklamową.

Kolejne kroki rozwoju Grupy Kapitałowej, a więc rozszerzenie jej działalności na 5 segmentów, mają na celu wzmocnienie pozycji konkurencyjnej, dzięki komplementarnej działalności tych segmentów. Przykładowo segment Media On-line dysponując powierzchnią reklamową w Internecie, korzysta z pośrednictwa siostrzanej spółki przy jej sprzedaży. Usługi świadczone w ramach E- i M-Marketingu uzupełniają wachlarz działań dzięki którym reklamodawcy mogą w bardziej efektywny i skuteczny sposób dotrzeć do klienta.

### ***Ryzyko postępu technologicznego***

Grupa działa w obszarze dynamicznie rozwijających się technologii. Dlatego swoją silną pozycję na rynku reklamy Grupa Kapitałowa buduje w oparciu o innowacyjne i nowoczesne rozwiązania technologiczne. Chcąc pozostać liderem w dziedzinie takich rozwiązań, Grupa realizuje kolejne inicjatywy o charakterze wysoce technologicznym, m.in. tworząc zintegrowany serwis społecznościowy (Pino.pl), który jest nowatorskim przedsięwzięciem biznesowym na polskim rynku. Obok już wspomnianej internetowej platformy biznesowej, Grupa buduje internetową platformę mediową, pozwalającą na efektywne zaplanowanie i zakup mediów dzięki nowoczesnym narzędziom internetowym. Rozwój nowych technologii, wdrażanych przez Grupę w świadczonych przez siebie usługach, pozwala jej nie tylko wytyczać nowe trendy rynkowe, ale i zarządzać nimi. To z kolei chroni Grupę przed ryzykiem, jakie niesie ze sobą postęp technologiczny.

### ***Ryzyko spadku dynamiki rozwoju rynku reklamy***

Poprzez budowę nowych segmentów działalności, aktywność Grupy zostaje zdywersyfikowana i w ten sposób staje się mniej podatna na niekorzystne trendy, które mogą się pojawić na rynku reklamy. Dywersyfikacja jest najwyraźniej uwidoczniła w budowanym segmencie Platformy biznesowej, której oferta nie tylko ma inny profil ryzyka niż działalność na rynku mediów, ale też pozwala osiągnąć konwergencję tych działalności i powstanie unikatowych rozwiązań. Drugi segment działalności, którego rozwój nie jest skorelowany z trendami na rynku reklamowym to rynek usług call center. W tym konkretnym przypadku rozwój może następować nawet w okresie kiedy firmy mają mniejszą skłonność do realizowania kampanii reklamowych, a szukając oszczędności, decydują się na outsourcing własnego call center. Inny sposób minimalizacji tego ryzyka to ekspansja zagraniczna, zapoczątkowana w krajach bałtyckich i kontynuowana obecnie w krajach Europy Środkowowschodniej, której efektem będzie produkt reklamowy oferowany reklamodawcom europejskim.

### **Zasady sporządzania półrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego**

Zasady sporządzania skonsolidowanego sprawozdania finansowego zostały omówione w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym w Nocie 11.

### **Oświadczenia Zarządu**

Zarząd Internet Group S.A. oświadcza, że wedle najlepszej wiedzy członków Zarządu półroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony dnia 30 czerwca 2007 roku oraz dane porównywalne sporządzone zostały zgodnie z obowiązującymi zasadami rachunkowości oraz że odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową Grupy Kapitałowej Internet Group S.A. oraz jej wynik finansowy. Półroczne sprawozdanie z działalności Grupy Kapitałowej Emitenta zawiera prawdziwy obraz rozwoju i osiągnięć oraz sytuacji Grupy Kapitałowej Emitenta, w tym opis podstawowych zagrożeń i ryzyka.

Ponadto Zarząd Internet Group S.A. oświadcza, że podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych, dokonujący przeglądu półrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego za okres 6 miesięcy zakończony dnia 30 czerwca 2007 roku, został wybrany zgodnie z przepisami prawa oraz że podmiot ten oraz biegli rewidenci, dokonujący przeglądu spełniali warunki co do wydania bezstronnego i niezależnego raportu z przeglądu, zgodnie z właściwymi przepisami prawa krajowego.

### **Zarząd Spółki Internet Group S.A.**

---

**Jan Ryszard Wojciechowski**  
Prezes Zarządu

---

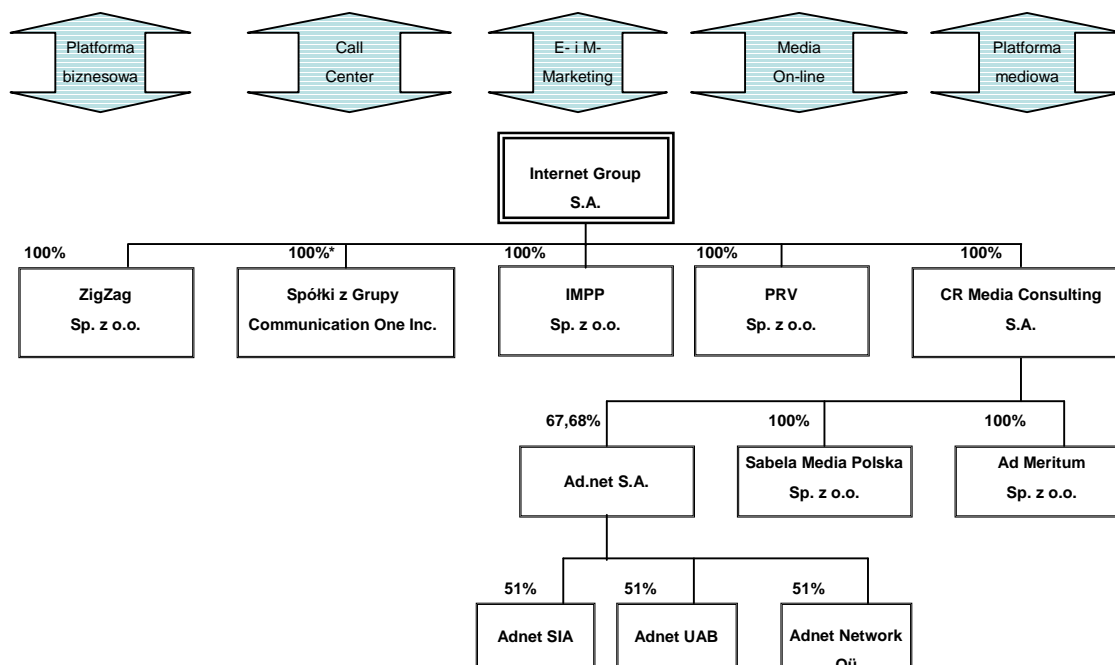
**Vladimir Bogdanov**  
Wiceprezes Zarządu

---

**Rafał Radosław Rześny**  
Wiceprezes Zarządu

**Warszawa, 21 września 2007 roku**

## Załącznik – Segmenty działalności na tle struktury Grupy Kapitałowej



\* - akwizycja spółek z grupy Call Center Poland w trakcie