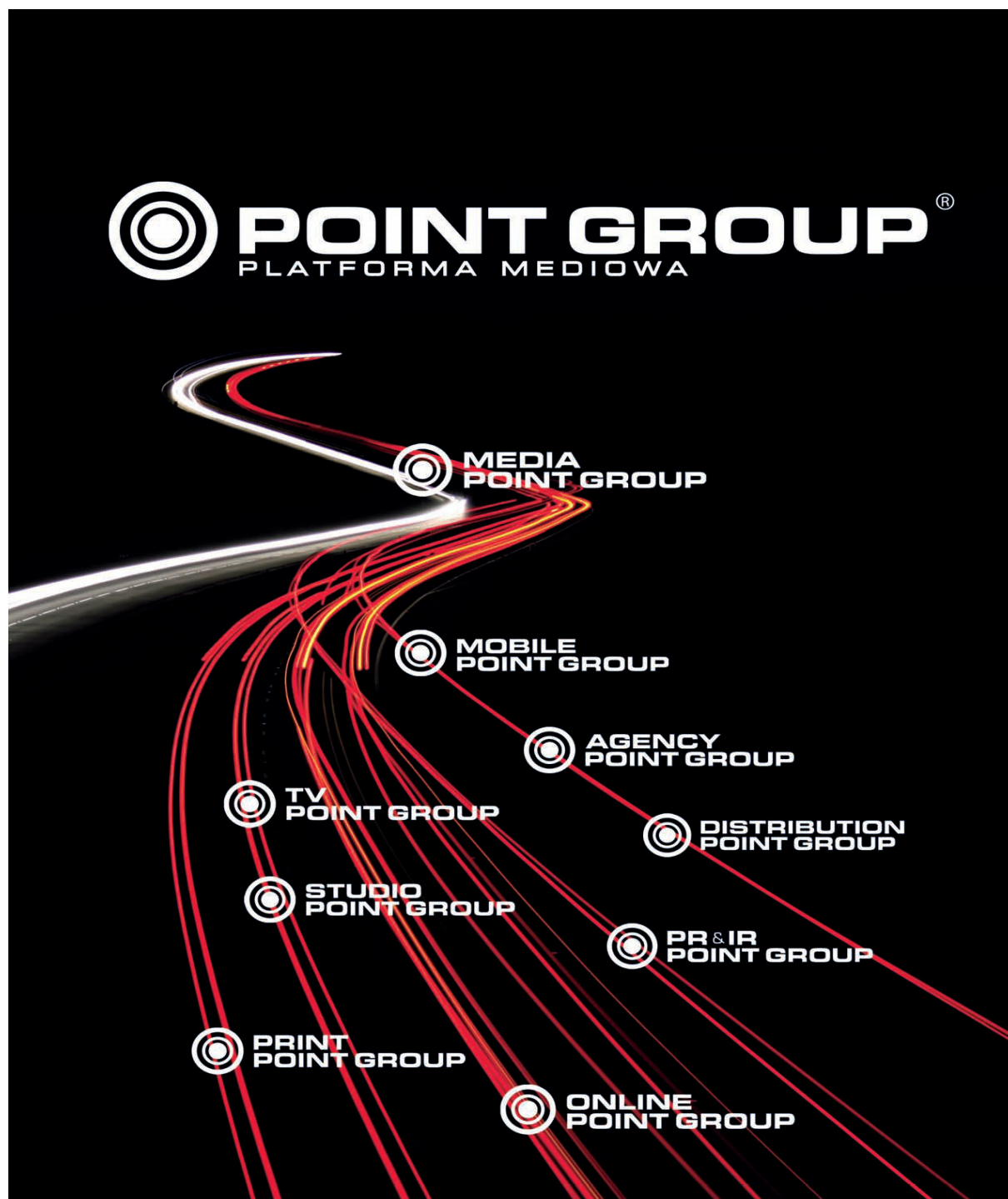


# **Sprawozdanie Zarządu z działalności Grupy Kapitałowej Platforma Mediowa Point Group w 2010 r.**



**Warszawa, 18 marca 2011 r.**

## Spis treści

<b>1. WPROWADZENIE .....</b>	
1.1 PODSTAWOWE INFORMACJE O GRUPIE KAPITAŁOWEJ PMPG.....	
1.2 WYBRANE DANE FINANSOWE.....	
1.3 ISTOTNE DOKONANIA W 2010 R. ....	
<b>2. ORGANIZACJA GRUPY KAPITAŁOWEJ PMPG .....</b>	
2.1 ROZWÓJ GRUPY KAPITAŁOWEJ .....	
2.2 OPIS GRUPY KAPITAŁOWEJ PMPG .....	
2.3 OPIS ZMIAN W OBRĘBIE GRUPY KAPITAŁOWEJ PMPG.....	
2.4 OPIS ZMIAN W SKŁADZIE GRUPY KAPITAŁOWEJ PMPG .....	
2.5 CHARAKTERYSTYKA POLITYKI W ZAKRESIE KIERUNKÓW ROZWOJU.....	
2.6 MARKI I BRANDY .....	
2.7 OPIS STRUKTURY GŁÓWNYCH LOKAT KAPITAŁOWYCH I INWESTYCJI KAPITAŁOWYCH .....	
2.8 INFORMACJA O ODDZIAŁACH .....	
<b>3. OPIS DZIAŁALNOŚCI GRUPY KAPITAŁOWEJ EMITENTA .....</b>	
3.1 KONKURENCJA .....	
3.2 POZYCJA GRUPY PMPG W BRANŻY .....	
3.3 INFORMACJE O PODSTAWOWYCH PRODUKTACH, TOWARACH LUB USŁUGACH.....	
3.4 SEZONOWOŚĆ SPRZEDAŻY .....	
3.5 PORTFEL ZAMÓWIEŃ .....	
3.6 INFORMACJE O ISTOTNYCH TRANSAKcjACH Z PODMIOTAMI POWIĄZANYM.....	
3.7 UMOWY KREDYTÓW I POŻYCZEK.....	
3.8 OTRZYMANE ORAZ UDZIELONE GWARANCJE I PORĘCZENIA .....	
<b>4. PREZENTACJA SYTUACJI FINANSOWEJ GRUPY KAPITAŁOWEJ EMITENTA .....</b>	
4.1 OMÓWIENIE PODSTAWOWYCH WIELKOŚCI EKONOMICZNO-FINANSOWYCH .....	
4.2 WYNIKI FINANSOWE .....	
4.3 CHARAKTERYSTYKA STRUKTURY AKTYWÓW I PASYWÓW SKONSOLIDOWANEGO BILANSU .....	
4.4 OPIS ISTOTNYCH POZYCJI POZABILANSOWYCH .....	
<b>5. CZYNNIKI ROZWOJU ORAZ OPIS RYZYK I ZAGROŻEŃ .....</b>	
5.1 ZEWNĘTRZE I WEWNĘTRZNE CZYNNIKI ISTOTNE DLA ROZWOJU .....	
5.2 ISTOTNE CZYNNIKI RYZYKA I ZAGROŻEŃ.....	
5.3 OPIS GŁÓWNYCH CECH STOSOWANYCH W GRUPIE KAPITAŁOWEJ PMPG SYSTEMÓW KONTROLI WEWNĘTRZNEJ I ZARZĄDZANIA RYZYKIEM .....	
<b>6. PERSPEKTYWY ROZWOJU GRUPY KAPITAŁOWEJ EMITENTA.....</b>	
6.1 STRATEGIA ROZWOJU.....	
6.2 OCENA MOŻLIWOŚCI REALIZACJI ZAMIERZEŃ INWESTYCYJNYCH .....	
6.3 OPIS WYKORZYSTANIA WPŁYWÓW Z EMISJI.....	

## 7. WŁADZE GRUPY KAPITAŁOWEJ PMPG .....

### 7.1 SKŁAD OSOBOWY WŁADZ PMPG S.A. ....

*Rada Nadzorcza* .....

*Zarząd* .....

### 7.2 ZMIANY W OBRĘBIE WŁADZ PMPG S.A. W 2010 R. ....

### 7.3 KLUCZOWE POSTACIE W GRUPIE KAPITAŁOWEJ PMPG .....

Machina – redaktor naczelny Piotr Metz.....

Film – redaktor naczelny Jacek Rakowiecki .....

Wprost – redaktor naczelny Tomasz Lis.....

Dlaczego – redaktor naczelny Michał Gajewski .....

### 7.4 OPIS KOMPETENCJI .....

### 7.5 ZAKRES ODPOWIEDZIALNOŚCI .....

### 7.6 ZASADY WYNAGRADZANIA CZŁONKÓW ZARZĄDU I RADY NADZORCZEJ .....

### 7.7 WYSOKOŚĆ WYNAGRODZEŃ .....

### 7.8 WYKAZ AKCJI I UDZIAŁÓW PODMIOTÓW Z GRUPY KAPITAŁOWEJ PMPG W POSIADANIU OSÓB ZARZĄDZAJĄCYCH I NADZORUJĄCYCH ...

## 8. STRUKTURA KAPITAŁU ZAKŁADOWEGO ORAZ AKCJONARIATU EMITENTA.....

### 8.1 STRUKTURA KAPITAŁU ZAKŁADOWEGO.....

### 8.2 EMISJE AKCJI .....

### 8.3 STRUKTURA AKCJONARIATU .....

### 8.4 ZMIANY W STRUKTURZE AKCJONARIATU .....

### 8.5 INFORMACJE O SYSTEMIE KONTROLI PROGRAMÓW AKCJI PRACOWNICZYCH .....

### 8.6 AKCJE WŁASNE .....

## 9. POZOSTAŁE INFORMACJE.....

### 9.1 POSTĘPOWANIA SĄDOWE I ADMINISTRACYJNE .....

### 9.2 PODMIOT UPRAWNIONY DO BADANIA SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH.....

### 9.3 DANE TELEADRESOWE .....

### 9.4 PODPISY .....

### Załącznik nr 1

### OŚWIADCZENIE O STOSOWANIU ZASAD ŁADU KORPORACYJNEGO W ROKU OBROTOWYM ZAKOŃCZONYM 31 GRUDNIA 2010 ROKU

## 1. Wprowadzenie

### 1.1. Podstawowe informacje o Grupie Kapitałowej PMPG

Platforma Mediowa Point Group SA (zwana dalej także: PMPG SA, PMPG lub Platforma Mediowa Point Group) jest holdingiem medialnym funkcjonującym w szeroko pojętym obszarze mediów i komunikacji marketingowej. Aktywność wydawniczą firmy wspierają działania prowadzone przez spółki zależne. Dzięki połączeniu kompetencji w zakresie mediów i marketingu oraz wykorzystaniu zaawansowanych rozwiązań technologicznych, Platforma Mediowa Point Group buduje przewagę konkurencyjną w stosunku do znacznie większych koncernów medialnych działających na polskim rynku.

Firma powstała w 1997 r. z inicjatywy Michała Lisieckiego, dzisiaj Prezesa Zarządu i jednego z głównych akcjonariuszy Spółki. Od ponad 12 lat konsekwentnie realizuje strategię rozwoju w obszarze mediowo-marketingowym, inwestując w rozwój kolejnych przedsięwzięć oraz konsekwentnie rozszerzając zakres usług.

Od końca 2006 r. Platforma Mediowa Point Group weszła do grona spółek giełdowych poprzez fuzję z notowaną na warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych spółką Arksteel. Dzisiaj Platforma Mediowa Point Group jest właścicielem dobrze rozpoznawalnych marek silnie związanych z jasno określonym kręgiem odbiorców.

Co tydzień ukazuje się jeden z największych w Polsce tygodników opiniotwórczych „Wprost”, zaś co miesiąc ukazują się główne magazyny PMPG SA – „Machina”, „Film”, „?dlaczego”. Serwisy internetowe PMPG SA – Wprost24.pl, Sport24.pl, dlaczego.com.pl, ototrend.pl - mają kilka milionów użytkowników i notują kilkanaście milionów odsłon miesięcznie.

PMPG SA to również alternatywna sieć dystrybucji prasy – Distribution Point Group, której eleganckie stojaki można spotkać w sieciach restauracji, kawiarni, klubów fitness, salonów piękności, prywatnych klinikach.

Dzięki tak szerokiej gamie usług, PMPG SA może zrealizować każde zlecenie z zakresu komunikacji marketingowej.

## 1.2. Wybrane dane finansowe

Wybrane dane finansowe Grupy Kapitałowej za lata 2009-2010 w tys. zł.

SKONSOLIDOWANY RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT	OKRES 12 M - CY ZAKOŃCZONY DNIA 31 GRUDNIA 2010 R.	OKRES 12 M - CY ZAKOŃCZONY DNIA 31 GRUDNIA 2009 R.
<b>DZIAŁALNOŚĆ KONTYNUOWANA</b>		
<b>PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY</b>	82 865	81 274
KOSZT WŁASNY SPRZEDAŻY	64 805	35 284
<b>ZYSK (STRATA) BRUTTO ZE SPRZEDAŻY</b>	18 060	45 990
POZOSTAŁE PRZYCHODY OPERACYJNE	3 772	15 951
KOSZTY SPRZEDAŻY	5 718	21 152
KOSZTY OGÓLNEGO ZARZĄDU	17 618	27 459
POZOSTAŁE KOSZTY OPERACYJNE	3 772	14 804
PRZYCHODY FINANSOWE	4 854	2 346
KOSZTY FINANSOWE	2 191	3 206
ZYSK/(STRATA) Z UDZIAŁÓW W JEDNOSTKACH PODPORZĄDKOWANYCH WYCENIANYCH METODĄ PRAW WŁASNOŚCI	297	-131
<b>ZYSK (STRATA) BRUTTO</b>	- 2 316	-2 465
PODATEK DOCHODOWY	-1 029	294
<b>ZYSK (STRATA) NETTO Z DZIAŁALNOŚCI KONTYNUOWANEJ</b>	- 1 287	-2 759
<b>DZIAŁALNOŚĆ ZANIECHANA</b>		
(STRATA) ZA ROK OBROTOWY Z DZIAŁALNOŚCI ZANIECHANEJ	0	0
<b>ZYSK /(STRATA) NETTO ZA ROK OBROTOWY</b>	- 1 287	-2 759
PRZYPADAJĄCE:		
<b>AKCJONARIUSZOM JEDNOSTKI DOMINUJĄCEJ</b>	<b>- 3 250</b>	<b>-2 733</b>
AKCJONARIUSZOM MNIEJSZOŚCIOWYM	1 963	-26

## 1.3. Istotne dokonania w 2010 r.

Rok 2010 Platforma Mediowa Point Group poświęciła na rozbudowę zasobów oraz uporządkowanie i uzupełnienie portfolio spółki. W skali całego roku Emitent prowadził reorganizację i restrukturyzację grupy celem zlikwidowania dublujących się kompetencji, zwłaszcza w działach tzw. back office oraz działów wspierających. W drugim i trzecim kwartale prowadzona była restrukturyzacja działu sprzedaży, która zmieniła filozofię sprzedaży w ramach całej grupy i jednocześnie miała na celu podniesienie efektywności struktur sprzedaży. Ponadto spółka weryfikowała działalność w ramach głównych aktywów

grupy. Spółka podjęła też strategiczną decyzję o zmianie sposobu dystrybucji jednego z wydawanych mediów – magazynu studenckiego „?dlaczego”, który od września jest bezpłatnie kolportowany na uczelniach i stanowi podstawę pakietu Student, obejmującego również dodatek „?dlaczego” do tygodnika WPROST, portal dlaczego.com.pl, kanał DS Student TV oraz kierowane do studentów akcje ambientowe. Jako wydawca tygodnika WPROST spółka przywróciła zawieszone w 2006 r. Nagrody Kisiela – prestiżowe wyróżnienie przyznawane przez tygodnik wybitnym postaciom ze świata polityki, biznesu i mediów, którzy swoją działalnością służą rozwojowi Polski. Pierwsza po 4 latach gala wręczenia nagrod Kisiela była jednym z najszerzej komentowanych wydarzeń końca 2010 r.

## 2. Organizacja Grupy Kapitałowej PMPG

### 2.1. Rozwój Grupy Kapitałowej

- 1997 r.** Z inicjatywy Michała M. Lisieckiego powstaje magazyn studencki „?Dlaczego”.
- 2001 r.** Powstaje spółka Point Group Sp. z o.o. w ramach, której wydawany jest magazyn studencki „?Dlaczego”. Od momentu powstania spółka konsekwentnie realizowała strategię rozwoju w obszarze mediomarketingowym, inwestując w rozwój kolejnych przedsięwzięć, budując silne marki oraz rozszerzając zakres usług marketingowych.
- 2004 r.** Point Group wprowadza na rynek magazyn „**Warsaw Point**” skierowany do turystów oraz zamożnych mieszkańców Warszawy.
- 2005 r.** Spółka nabywa prawa do wydawania miesięcznika „**Machina**”. Jednocześnie rozpoczyna intensywny rozwój w obszarze marketingu mobilnego i nowych mediów. Nabycie marki adMobile i utworzenie na jej bazie agencji realizującej usługi m-marketingowe umożliwia rozszerzenie portfela usług oraz wzmocnienie pozycji na rynku usług interaktywnych.
- 2006 r.** Wszystkie posiadane tytuły wydawnicze: „Machina”, „?Dlaczego”, „Dlatego!”, „Warsaw Point” oraz dodatki i kwartalniki zostają przeniesione do spółki zależnej Media Point Group. Działalność promocyjna BTL zostaje wydzielona do spółki BTL Point Group, tworząc drugi – obok działań medialno-wydawniczych – segment funkcjonowania **Platformy Mediowej Point Group**. Do grona spółek zależnych dołącza drukarnia GEMTEXT, specjalizująca się w działalności poligraficznej i wydawniczej.

- 2006 r.** 28 grudnia 2006 r. Platforma Mediowa Point Group wchodzi do grona spółek giełdowych poprzez fuzję z notowaną na GPW firmą Arksteel SA.
- 2007 r.** Zakup miesięcznika „Film” oraz praw do tytułu „Ozon”. Wpis do rejestru Wirtualnych Operatorów Sieci Komórkowej. Do grupy dołączają spółki: **News PR** - specjalizująca się w działalności PR i Inwestor Relations, **TV Point Group** – prowadząca działalność telewizyjną oraz Infini (dzisiaj **Sport24.pl**) – zarządzająca portalem Sport24.pl. Podpisanie porozumienia inwestycyjnego dotyczącego nabycia praw kupna udziałów w firmie **Gretix**, właściciela serwisu [www.gretix.com](http://www.gretix.com).
- 2008 r.** W drugim i trzecim kwartale trwała pierwsza publiczna emisja akcji PMPG SA. Mimo trudnego rynku emisja zakończyła się sukcesem. W wyniku emisji kapitał zakładowy PMPG S.A. podwyższony został do kwoty 103 897 325 zł. Do holdingu dołączyły spółki: **Media Works SA** (reklama zewnętrzna), **BMS** (reklama w Internecie), **Index Copernicus International SA** (platforma internetowa dla środowisk naukowych), **Next Media** (wydawca magazynu „MaleMEN”), **3P Holding** (programy afiliacyjne w Internecie) oraz **Distribution Point Group** (dystrybucja i marketing bezpośredni). PMPG zarejestrowała też spółkę **Point Group Rzeczpospolita**. 31 grudnia 2008 r. PMPG SA złożyła w Ministerstwie Skarbu Państwa wstępną ofertę na zakup udziałów w Przedsiębiorstwie Wydawniczym „Rzeczpospolita” – mniejszościowym udziałowcy Presspubliki, wydawcy „Rzeczpospolitej”, „Gazety Giełdy Parkiet” oraz „Życia Warszawy”.
- 2009 r.** W styczniu PMPG SA została dopuszczona do due dilligence PWR. W tym samym miesiącu spółka podpisała porozumienie inwestycyjne z **One Group**. W grudniu PMPG SA zakupiło większościowy pakiet udziałów w A.W.R. WPROST, dzięki czemu spółka weszła na rynek mediów opiniotwórczych. Ponadto spółka prowadziła zaawansowane rozmowy w kierunku nabycia udziałów w TV PULS. Platforma Mediowa Point Group jest obecnie jedną z czołowych polskich firm w segmencie medialnowydawniczym i marketingowo-reklamowym. Konsekwentnie realizowana strategia rozwoju doprowadziła do pozyskania szerokiej bazy prestiżowych klientów, unikalnej na rynku pod względem bogactwa i kompleksowości oferty produktów i usług oraz wysokiej dynamiki wzrostu przychodów i zysków.
- 2010 r.** W związku z zawartą w końcu grudnia 2009 r. umową nabycia udziałów AWR WPROST, w 2010 PMPG SA skoncentrowała się na integracji i restrukturyzacji

grupy, m.in. przebudowie struktur sprzedaży oraz wdrożeniu nowej oferty obejmującej wszystkie segmenty działalności spółki. Spółka kontynuowała także prace nad porządkowaniem portfolio i konsolidacją działalności.

## 2.2. Opis Grupy Kapitałowej PMPG

Poniższa tabela prezentuje zestawienie konsolidowanych jednostek zależnych oraz stowarzyszonych z PMPG S.A.

JEDNOSTKA	SIEDZIBA	ZAKRES DZIAŁALNOŚCI	PROCENTOWY UDZIAŁ GRUPY W KAPITALE	
			31.12.2010 R.	31.12.2009 R.
SPÓŁKI OBJĘTE KONSOLIDACJĄ METODĄ PEŁNĄ				
ADMOBILE SP. Z O.O.	WARSZAWA	DZIAŁALNOŚĆ REKLAMOWA Z WYKORZYSTANIEM NARZĘDZI DO TRANSMISJI DANYCH	100%	100%
MEDIA POINT GROUP SP. Z O.O.	WARSZAWA	DZIAŁALNOŚĆ REKLAMOWA, WYDAWANIE CZASOPISM I WYDAWNICTW PERIODYCZNYCH	100%	100%
BTL POINT GROUP SP. Z O.O.	WARSZAWA	REKLAMA	100%	100 %
TV POINT GROUP SP. Z O.O.	WARSZAWA	DZIAŁALNOŚĆ RADIOWA I TELEWIZYJNA	100%	100%
GEMTEXT SP. Z O.O.	PIASECZNO	DZIAŁALNOŚĆ POLIGRAFICZNA POZOSTAŁA, GDZIE INDZIEJ NIESKLASYFIKOWANA	100%	100%
SPORT24.PL SP. Z O.O	WARSZAWA	USŁUGI ZARZĄDZANIA STRONAMI INTERNETOWYMI	100%	51%



DISTRIBUTION POINT GROUP SP. Z O.O	WARSZAWA	REKLAMA, WYDAWANIE KSIĄŻEK, GAZET, CZASOPISM	100 %	100%
AWR WPROST SP. Z O.O.	WARSZAWA	DZIAŁALNOŚĆ REKLAMOWA, WYDAWANIE CZASOPISM I WYDAWNICTW PERIODYCZNYCH	80%	80%
<b>SPÓŁKI OBJĘTE KONSOLIDACJĄ METODĄ PRAW WŁASNOŚCI</b>				
INDEX COPERNICUS INTERNATIONAL S.A.	WARSZAWA	DORADZTWO W ZAKRESIE PROWADZENIA DZIAŁALNOŚCI, WYDAWANIE KSIĄŻEK, GAZET, CZASOPISM	25,94%	36,53%
<b>SPÓŁKI NIEOBJĘTE KONSOLIDACJĄ</b>				
AGENCJA FULL INTERACTIVE SP. Z O.O. W LIKWIDACJI	WARSZAWA	ZARZĄDZANIE NIERUCHOMOŚCIAMI NA ZLECENIE, DZIAŁALNOŚĆ AGENCJI REKLAMOWEJ	27,58%	36,53%
GRETIX SP. Z O.O.	WARSZAWA	DZIAŁALNOŚĆ TELEKOMUNIKACYJNA, TRANSMISJA, PRZETWARZANIE DANYCH	67%	67%
CAPITAL POINT SP. Z O.O.	WARSZAWA	WYDAWANIE GAZET	100 %	100%
ONE GROUP SP. Z O.O.	WARSZAWA	USŁUGI ZARZĄDZANIA STRONAMI INTERNETOWYMI	40,3%	40,3%
MEDIA WORKS SA	WARSZAWA	REKLAMA, BADANIE RYNKU, DORADZTWO W ZAKRESIE PROWADZENIA DZIAŁALNOŚCI	100%	100%
WATCH OUT DOOR SP Z O.O. W LIKWIDACJI	WARSZAWA	REKLAMA, BADANIE RYNKU, DORADZTWO W ZAKRESIE PROWADZENIA DZIAŁALNOŚCI	100%	100%
FLAMING ADVERTISING POLSKA SP. Z O.O. W LIKWIDACJI	WARSZAWA	REKLAMA, BADANIE RYNKU, DORADZTWO W ZAKRESIE PROWADZENIA DZIAŁALNOŚCI	100%	100%
BLUETOOTH AND MARKETING SERVICES SP. Z O.O. W LIKWIDACJI	WARSZAWA	REKLAMA, BADANIE RYNKU, DORADZTWO W ZAKRESIE PROWADZENIA DZIAŁALNOŚCI	100 %	100%

POINT GROUP FINANCIAL ADMOBILE SP. Z O.O. SPÓŁKA KOMANDYTOWA	WARSZAWA	ZARZĄDZANIE ZNAKAMI TOWAROWYMI	1) PMPG S.A. – KOMANDYTA RIUSZ Z WKŁADEM 11.041 TYS. ZŁOTYCH, 2) MPG SP. Z O. KOMANDYTA RIUSZ Z WKŁADEM 4.548 TYS. ZŁ	1) PMPG S.A. KOMANDYTARIUSZ Z WKŁADEM 11.041 TYS. ZŁOTYCH, 2) MPG SP. Z O.O. KOMANDYTARIUSZ Z WKŁADEM 4.548 TYS. ZŁOTYCH
NEW MEDIA POINT GROUP SP. Z O.O.	WARSZAWA	WYDAWANIE KSIĄŻEK, GAZET, CZASOPISM I WYDAWNICTW PERIODYCZNYCH	100%	100%
NEWS PR SP. Z O.O. (OBECNIE BARTRADE SP. Z O.O.)	WARSZAWA	WYDAWANIE KSIĄŻEK, GAZET, CZASOPISM I WYDAWNICTW PERIODYCZNYCH	-	50,05%

Na dzień 31 grudnia 2010 roku oraz na 31 grudnia 2009 roku udział w ogólnej liczbie głosów posiadany przez Grupę w podmiotach zależnych jest równy udziałowi Grupy w kapitałach tych jednostek.

W dniu 02 września 2010 r. Nadzwyczajne Zgromadzenie Wspólników spółki Bluetooth and Marketing Services Sp. z o.o. podjęło uchwałę o likwidacji spółki.

W dniu 28 października 2010 r. Nadzwyczajne Zgromadzenie Wspólników spółki Watch Out Door Sp z o.o. podjęło uchwałę o likwidacji spółki.

W dniu 28 października 2010 r. Nadzwyczajne Zgromadzenie Wspólników spółki Flaming Advertising Polska Sp. z o.o. podjęło uchwałę o likwidacji spółki.

## 2.3. Zmiany w składzie Grupy w ciągu okresu sprawozdawczego

### Podwyższenie kapitału zakładowego w Spółce Gemtext Sp. z o.o.

Zwyczajne Zgromadzenie Wspólników spółki GEMTEXT Sp. z o.o. z dnia 29.06.2010 r., kontynuowane po przerwie w dniu 29 lipca 2010 r. dokonało podwyższenia kapitału zakładowego spółki o kwotę 804 000 zł. W wyniku podwyższenia kapitału jego aktualna

wartość wynosi 1 072 000 zł. Całość nowych udziałów objęła Platforma Mediowa Point Group S.A. pozostając nadal 100% udziałowcem.

#### **Sprzedaż części akcji w Spółce ICI S.A.**

W okresie od 1 stycznia 2010 do 31 grudnia 2010 roku spółka sprzedała część akcji Spółki ICI S.A. w **wyniku czego udział PMPG w spółce ICI S.A. spadł z 36,53% do 25,94%.**

#### **Zwiększenie udziałów do 100% w Spółce Sport24.pl Sp. z o.o.**

W 2010 roku Spółka zależna od TV Point Group Sp. z o.o. wykupiła od udziałowców mniejszościowych wszystkie udiały w Spółce Sport24.pl Sp. z o.o. stając się w ten sposób wyłącznym udziałowcem tej Spółki.

#### **Sprzedaż udziałów w Spółce News PR Sp. z o.o. (obecnie Bartrade Sp. z o.o.)**

W 2010 roku Spółka dokonała sprzedaży wszystkich udziałów w Spółce News PR Sp. z o.o.

### **2.4. Opis zmian w organizacji oraz zasadach zarządzania**

W 2010 r. Platforma Mediowa Point Group przeprowadziła restrukturyzację związaną z integracją struktur PMPG SA oraz AWR WPROST Sp. z o.o. Restrukturyzacja miała na celu uporządkowanie kompetencji w ramach Grupy Kapitałowej oraz obniżenie kosztów bieżącej działalności. Dotyczyła ona przede wszystkim działów back office oraz struktur sprzedaży. W związku z przeprowadzonymi zmianami Spółka powołała tzw. Management Committee, w skład którego wchodzi przedstawiciele Rady Nadzorczej: Katarzyna Gintrowska i Andrzej Chmiel oraz Dyrektor Generalny Spółki Marek Jakubczyk. Management Committee podejmuje decyzje dotyczące bieżącej działalności Spółki oraz strategii jej rozwoju.

### **2.5. Charakterystyka polityki w zakresie kierunków rozwoju**

Od ponad 12 lat Spółka konsekwentnie realizuje strategię rozwoju w obszarze mediowo-marketingowym, inwestując w rozwój kolejnych przedsięwzięć oraz konsekwentnie rozszerzając zakres usług. Spośród kierunków rozwoju kontynuowanych przez spółkę warto wyróżnić:

- **Wydawanie opiniotwórczego medium**

W związku z przejściem z końcem 2009 r. tygodnika WPROST PMPG SA weszła na rynek mediów opiniotwórczych, co było celem przyjętej wcześniej strategii rozwoju w segmencie wydawniczym. Tygodnik WPROST jest jednym z trzech najbardziej liczących się na rynku tygodników opinii. W połowie roku redaktorem naczelnym tygodnika został Tomasz Lis, jeden z najlepszych polskich dziennikarzy, trzykrotny laureat nagrody Grand Press. Zmiany, które wprowadziło nowe kierownictwo redakcji, spowodowało znaczący wzrost sprzedaży tygodnika WPROST. Obecnie Spółka rozwija markę WPROST jako główne aktywum firmy.

Jednocześnie, już po zamknięciu okresu rozliczeniowego, Spółka poinformowała o uruchomieniu projektu PMPG Business Unit, którego celem jest m.in. uruchomienie tytułu prasowego o charakterze gospodarczym i ekonomicznym. Menadżerem projektu jest Michał Kobosko, w przeszłości m.in. redaktor naczelny BusinessWeek Polska. Nowy projekt ma umocnić pozycję PMPG jako wydawcy poważnych mediów opiniotwórczych.

- **Rozwój synergii w ramach grupy**

Porządkowanie portfolio grupy doprowadziło do zidentyfikowania nowych synergii w ramach grupy i wykorzystania ich jako potencjalnego źródła nowych przychodów. Pierwszym projektem, który w pełni wykorzystuje synergię w ramach grupy jest pakiet Student, obejmujący ogólnopolski magazyn studencki „?dlaczego”, który od września jest dystrybuowany bezpłatnie, comiesięczny dodatek „?dlaczego” do tygodnika „Wprost” oraz portal [dlaczego.com.pl](http://dlaczego.com.pl), kanał „?dlaczego” Student TV, przewodnik wakacyjny dla młodych ludzi „dla tego!” i kierowane do studentów akcje ambientowe i BTL.

- **Rozwój w zakresie mediów cyfrowych**

W 2010 r. PMPG rozwijała działalność jako wydawca serwisów internetowych, porządkując jednocześnie portfolio. Akwizycja AWR WPROST spowodowała, że w portfolio spółki znalazły się nowe serwisy o charakterze politycznym i opiniotwórczym, m.in. [Wprost24.pl](http://Wprost24.pl), [Infotuba](http://Infotuba.com), [Gover.pl](http://Gover.pl), [Pitbul.pl](http://Pitbul.pl). Spółka uruchomiła także autorski serwis lifestylowy [Ototrend.pl](http://Ototrend.pl) połączony z rozwiązaniami e-commerce, skierowany do wąskiej, elitarnej grupy odbiorców zainteresowanych najnowszymi trendami zarówno w modzie, jak i w designie. Równocześnie spółka rozwija projekty serwisów internetowych stanowiących dopełnienie wydawanych tytułów prasowych, w tym uruchomiony w ostatnim kwartale 2009 r. serwis [dlaczego.com.pl](http://dlaczego.com.pl). Spółka działa również jako broker powierzchni reklamowej w Internecie i w 2010 r. rozwijała

sieć oferowanych witryn oraz form reklamowych. Sieć PMPG obejmuje serwisy tematyczne zgrupowane w trzech głównych kategoriach: edukacja, sport i lifestyle.

- **Rozwój w zakresie produkcji eventów**

Platforma Mediowa Point Group kontynuowała również działalność w charakterze organizatora i współproducenta gal, podczas których wręczane są cenione nagrody branżowe i środowiskowe. Magazyn „FILM” tradycyjnie patronował i był organizatorem wręczenia najstarszych polskich nagród filmowych – Złotych Kaczek, które w Sali Kongresowej oglądało blisko 3 tys., widzów. AWR WPROST reaktywowała zawieszone w 2006. Nagrody Kisiela – wyróżnienia dla polityka, przedsiębiorcy i dziennikarza, którzy swoją działalnością przyczyniają się do rozwoju Polski. AWR organizuje także tradycyjną galę „Człowiek Roku, podczas której najstarsze tego typu polskie wyróżnienie trafia do osób, które w miononym roku wywarły wpływ na polską rzeczywistość i zbiorową wyobraźnię. Organizowane przez PMPG gale są istotnym źródłem przychodów spółki, szczególnie w IV kwartale, kiedy przypada największe natężenie tego typu wydarzeń.

## **2.6. Marki i brandy**

### **Marki i brandy należące do PMPG S.A. to m.in.:**

Magazyny: Film®, Machina®, ?Dlaczego®, Dlatego!®; Machina Modne Miasta™, Machina Design™, Machina Sport&Style™, Spoorootym®, Kinoteka Domowa by Film™, Mężczyźni Hollywood™, Kobiety Hollywood™, Hollywood. Gwiazdy, filmy seriale™, Wprost® ,

Przyznawane nagrody: Machinery®, Machina Design™, Złote Kaczki®, Studenckie Produkty Roku®, Puenty Warszawskie™, Człowiek roku ®, Nagrody Kisiela®,

Portale: Sport24.pl®, Pilka24.pl®, Dlaczego.com.pl®, Korba.pl®, Kulisy.pl®, 100klatka.pl®, Gretix.com, Ocen.pl, Ototrend.pl, Wprost.pl, Pitbul.pl, Gover.pl, Infotuba.pl, WiK.com.pl,

Systemy: Portis Biling™, Portis CMS™, Platforma Mobilo™ z systemami: m.Broadcast™, m.Contest™, m.Data™, m.Entertainment™, m.Info™, m.Loyalty™, m.Payment™, m.Rank™; AdMobileMusic™ oraz MachinaTV™ i PointPress™

## **2.7. Opis struktury głównych lokat kapitałowych i inwestycji kapitałowych**

Szczegółowy pis głównych lokat kapitałowych dokonanych w 2010 r. zamieszczony został w pkt 2.3 powyżej, pod nazwą „Opis zmian w obrębie Grupy Kapitałowej PMPG”.

## 2.8. Informacja o oddziałach

Platforma Mediowa Point Group nie posiada oddziałów.

## 3. Opis działalności Grupy Kapitałowej Emitenta

### 3.1. Konkurencja

W przypadku Grupy Kapitałowej PMPG konkuruje lub może konkurować w zakresie poszczególnych branż prowadzonej działalności. Emitent do swoich głównych konkurentów zalicza następujące grupy medialne: Agora S.A., Riniger Axel Springer, Wydawnictwo Bauer, i inne firmy prowadzące działalność mediową.

### 3.2. Pozycja Grupy PMPG w branży

Platforma Mediowa Point Group S.A. działa na szeroko definiowanym rynku mediów, nowych technologii oraz reklamy. Jest firmą średniej wielkości, która do końca 2009 r., jako wydawca działała na rynku czasopism i serwisów o charakterze hobbystycznym (Machina, Film, Sport24.pl) i społecznościowym (Machina, Dlaczego, Sport24.pl). W tym charakterze wypełniała pewne ściśle określone nisze rynkowe i nie konkurowała bezpośrednio z innymi firmami wydawniczymi czy holdingami mediowymi działającymi na rynku krajowym. Z kolei jako właściciel agencji marketingu 360 stopni, PMPG działa na doskonale konkurencyjnym rynku agencji reklamowych i komunikacji marketingowej. Od 2010 r. PMPG jest istotnym podmiotem na rynku tygodników społeczno-politycznych. W końcu 2010 r. tygodnik WPROST był drugim najlepiej sprzedającym się tygodnikiem społeczno-politycznym, zyskując jednocześnie miano najbardziej opiniotwórczego. Rynek ogólnopolskich tygodników opinii jest rynkiem wąskim, na którym dominują trzy tytuły. Bezpośrednimi konkurentami tygodnika WPROST są: Polityka (wydawnictwo „Polityka” Spółdzielnia Pracy) oraz Newsweek Polska (wydawnictwo Riniger Axel Springer Polska). Wejście PMPG na rynek tygodników społeczno-ekonomicznych zmieniło pozycję wydawcy i uczyniło z niego konkurenta dla wymienionych wydawców oraz firm wydawniczych i holdingów o podobnej strukturze aktywów.

Przewagą konkurencyjną PMPG SA jest fakt, że firma należy do sektora przedsiębiorstw średnich i jako taka zachowuje znaczną elastyczność pozwalającą jej na efektywne zarządzanie i wykorzystywanie posiadanych zasobów z pominięciem tzw. „siły bezwładu”, jaką charakteryzują się duże przedsiębiorstwa.

Specyfiką spółki jest natomiast szeroki wachlarz świadczonych usług oraz unikatowość wielu produktów uzyskiwana dzięki efektowi synergii wynikającemu ze skupienia w jednym podmiocie zarówno kanałów komunikacji (media), jak i działów zajmujących się kreacją i realizacją kampanii reklamowych.

Te kompetencje skupione są w w agencji, BTL Point Group, która działa na konkurencyjnym rynku agencji reklamowych. Przewagą konkurencyjną BTL Point Group jest fakt, iż w ramach grupy PMPG SA może ona korzystać z powierzchni reklamowych pozostających w zasobach PMPG i proponować niestandardowe rozwiązania komunikacyjne, a także kreatywne. Agencja BTL Point Group jest agencją średniej wielkości. Obsługuje m.in. klientów z branży finansowej (banki), jak i ubezpieczeniowej oraz farmaceutycznej i FMCG.

Zarząd PMPG SA pozycjonuje spółkę poprzez benchmarki, które są punktami odniesienia i pokazują, w którym miejscu rozwoju spółka się znajduje i do jakich celów dąży. Dla PMPG SA na polskim rynku takimi benchmarkami są następujące grupy medialne: Agora S.A., Riniger Axel Springer, Wydawnictwo Bauer, holding Eurozet, Polsat SA oraz Grupa ITI.

### **3.3. Informacje o podstawowych produktach, towarach lub usługach**

Platforma Mediowa Point Group S.A. prowadzi działalność operacyjną w obszarze informacji i komunikacji. Spółka tworzy holding wydawniczo-medialny działający w obszarze tradycyjnych i nowych mediów. Działalność medialna Platformy Mediowej Point Group S.A. wsparta jest działalnością marketingową w obszarze marketingu tradycyjnego oraz marketingu z wykorzystaniem nowych kanałów komunikacji (m.in. Internetu, telefonii komórkowej, nośników Digital Signage itp.), prowadzoną przez spółki zależne. Cechą charakterystyczną działalności Emitenta jest nacisk na wykorzystywanie efektu synergii, który osiąga dzięki posiadanemu portfolio mediów tradycyjnych (prasa), nowych mediów (serwisy internetowe) oraz szerokiemu zakresowi usług oferowanych w ramach usług komunikacji marketingowej.

Przedmiot działalności Emitenta (zgodnie z brzmieniem statutu) obejmuje m.in. reklamę, wydawanie książek, gazet, czasopism i wydawnictw periodycznych, działalność poligraficzną oraz działalność radiową i telewizyjną. Podstawową działalnością Platformy Mediowej Point Group S.A. jest tworzenie i zarządzanie posiadanymi aktywami w sektorze mediów. Działalność ta jest skorelowana z działalnością marketingową prowadzoną przez Grupę Kapitałową Platforma Mediowa Point Group. Działalność w obszarze mediów i marketingu jest prowadzona przy wykorzystaniu narzędzi z podsektorów TMT (ang. *Technology, Media and Telecommunication*), tj. w obszarze marketingu i reklamy,




nowych technologii oraz telekomunikacji. Skorelowanie działalności spółek Grupy Kapitałowej Emitenta prowadzi do powstawania efektu synergii, wynikiem czego jest wzrost wartości dodanej produktów i usług oferowanych przez Emitenta.

### Model biznesu: optymalizacja dotarcia / przychodów w mediach

	Druk	Internet	Gala	Wydania specjalne	Eventy Cykliczne	Media Inne	Media kontentowe
Muzyka	Machina	Machina.pl	Machinery	Modne Miasta Design Wyd. urodzinowe	Cykliczne imprezy muzyczne	Nośniki na koncertach	Bombadaj.pl 100latka.pl
Film / Kultura	Film	film.com.pl	Złote Kaczki	Gold Edition, MH, KH Cykle filmowe	Premiery reżyserzy aktorzy	TBD	Filmopedia, Pślaczek.pl, Mniemanie
Edukacja	?Dlaczego	dlaczego. Interia.pl	SPRy	Sporoottym SID Dlatego	Guru dla studentów	Produkty na Uczelniach	Korba.pl
Sport	Sportlife	Sport24.pl	TBD	Sportlife [temat]	Uefa lato	TBD	Sport24.pl

**Legenda:**

Obszary tematyczne	realizowane
Media / Formaty	w przeróbce
	w planach



Oferty produktowe i usługowe Emitenta skierowane do klientów, posiadają tę zasadniczą cechę, że wzajemnie się uzupełniają. Dzięki temu Emitent posiada możliwość zwrócenia się do klientów z kompleksową ofertą w zakresie dotarcia do określonych grup docelowych, obejmującą zarówno przygotowanie strategii komunikacji, jak i realizację pełnej kampanii komunikacyjnej lub jej wybranych elementów oraz wykorzystanie powierzchni reklamowych znajdujących się w zasobach grupy.

Emitent występuje w tym przypadku w roli medium (dzięki posiadanym tytułom mediowym) przekazującego i kreującego treści, posiadającego jednocześnie wyspecjalizowane narzędzia promowania i budowania wizerunku klientów (agencje marketingowe).

Emitent jest spółką dominującą w Grupie Kapitałowej Platforma Mediowa Point Group, skupiającej działalność w obszarze dwóch branż:

- (1) **medialnej** – tworzenie i zarządzanie własnymi aktywami mediowymi oraz,
- (2) **marketingowej** – usługi marketingowe (w szczególności w obszarze marketingu bezpośredniego).



W ujęciu sektorowym gospodarki, działalność Grupy Kapitałowej Platforma Mediowa Point Group wpisuje się w ramy rynku *Technology, Media and Telecommunication* (TMT). Czynnikiem charakterystycznym dla Emitenta jest nowoczesne podejście do zagadnienia tworzenia wartości dodanej w obszarze rynku TMT. Celem Emitenta jest tworzenie efektywnych przedsięwzięć z pogranicza mediów i marketingu oraz w przyszłości - bezprzewodowej telefonii cyfrowej (Nowe Media).

Wszystkie przedsięwzięcia w ramach Grupy Kapitałowej Emitenta realizowane są w czterech głównych liniach biznesowych:

- (1) Media Telewizyjne (Dystrybucja treści video B2B / B2C);
- (2) Media Prasowe / Drukowane (Budowanie dotarcia poprzez dostarczanie treści w następujących kategoriach: Informacja, Film, Kultura, Muzyka, Edukacja, Sport);
- (3) Nowe Media (Gromadzenie ruchu w sieci / budowanie dotarcia poprzez dostarczanie treści w następujących kategoriach: Informacja, Film, Kultura, Muzyka, Edukacja, Sport);
- (4) Zasoby (agencja reklamowa BTL, drukarnia Gemtext Sp. z o.o., News PR Sp. z o.o., Działy: Administracja i Finanse, Prawny).

Według klasyfikacji przyjętej przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie, na której notowane są akcje Platformy Mediowej Point Group S.A., Spółka należy do sektora: Media.

Podstawową działalnością spółek tworzących Grupę Kapitałową Platforma Mediowa Point Group jest:

- **Platforma Mediowa Point Group S.A. - reklama,**
- **Admobile sp. z o.o. – marketing mobilny,**

Specjalizuje się w obsłudze konkursów niestandardowych, wykorzystujących technologie mobilną.

- **Media Point Group sp. z o.o. - wydawanie czasopism,**

Media Point Group jest właścicielem i wydawcą portali internetowych: [dlaczego.com.pl](http://dlaczego.com.pl), [machina.pl](http://machina.pl) itp. oraz wydawcą pism: „Machina”(nagrodzona licznymi nagrodami jak np.: chimery) „FILM” (jeden z najstarszych polskich miesięczników), magazyn studencki

„?dlaczego”, oraz inne tytuły o rzadszej częstotliwości („Sporootym”, „Modne Miasta” oraz inne).

- **BTL Point Group sp. z o.o. - komunikacja marketingowa,**

BTL tworzy drugi - obok działań wydawniczych - niezwykle ważny trzon funkcjonowania Platformy Mediowej Point Group. Spółka świadczy usługi promocyjne, wyspecjalizowane w dużej mierze w dotarciu do młodych konsumentów. Usługi typu eventy, działania w sieciach oraz niestandardowe formy promocji.

- **Gemtext sp. z o.o. – działalność poligraficzna,**

- **TV Point Group sp. z o.o. – działalność radiowa i telewizyjna,**

w której PMPG objęła 100% udziałów w kapitale zakładowym i ogólnej liczbie głosów TV Point Group sp. z o.o., miało na celu stopniowe wydzielenie działalności telewizyjnej do jednej spółki w ramach grupy PMPG.

- **Sport24.pl sp. z o.o. – wydawanie serwisów internetowych,**

Zarządza portalem Sport24.pl. – społecznościowym serwisem sportowym, który jest internetowym liderem w dziedzinach takich jak hokej, żużel czy karting. Strategia rozwoju portalu zakłada, iż będzie on jednym z głównych dostawców informacji o Euro2012 oraz igrzyskach olimpijskich.

- **Gretix sp. z o.o. – działalność telekomunikacyjna, serwisy internetowe,**

- **Index Copernicus International S.A. – wydawanie serwisu internetowego, czasopism i wydawnictw periodycznych,**

PMPG jest inwestorem strategicznym w spółce Index Copernicus s.a., notowanej od 2008 r. na New Connect, istnieje od 1995 roku, początkowo jako wydawca czasopism naukowych z zakresu medycyny. Po stworzeniu serwisu index copernicustm (ic) w oparciu o algorytmy, metodologie oraz rozwiązania analityczne, objęte ochroną patentową w Stanach Zjednoczonych, spółka udostępniła system użytkownikom na całym świecie. Obecnie IC stał się platformą globalnej współpracy naukowej. Dzięki modułowi ic scientists, będącemu częścią serwisu ic, naukowcy z całego świata reprezentujący branżę smt (science, technology, medicine) mają możliwość publikacji swoich prac i poddawania ich ocenie pozostałych użytkowników. IC ma umowy z ośrodkami i instytucjami na całym świecie, m.in. ze State University of New York czy firmą Beijing Guideline, która ma wyłączność na ocenę wartości naukowej uczonych w Chinach. Z wersji testowej rozwiązań Index Copernicusa

z zadowoleniem korzystają również unijne instytucje, odpowiedzialne za przyznawanie grantów na badania naukowe.

▪ **Agencja Wydawniczo – Reklamowa WPROST Sp. z o.o. – wydawanie prasy.**

Agencja Wydawniczo-Reklamowa Wprost, jest wydawcą jednego z najbardziej opiniotwórczych tytułów prasowych w Polsce – tygodnika WPROST. Ponadto spółka wydaje szereg serwisów internetowych o charakterze informacyjnym lub zawierających komentarze do bieżących wydarzeń, w tym m.in. Wprost.pl, Gover.pl, Infotuba.pl, Pitbul.pl, Blogbox.com.pl.

▪ **DISTRIBUTION POINT GROUP Sp. z o.o.**

Spółka zajmuje się działalnością dystrybucyjną oraz direct marketingiem tj. zarządzaniem bazami danych, mailingiem, konfekcjonowaniem, itp.

▪ **Point Group Financial Admobile Sp. z o.o. sp. komandytowa**

Doradztwo w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej i zarządzania.

▪ **New Media Point Group Sp. z o.o.**

Nowe technologie, nowe media. Sprzedaż powierzchni reklamowej w tzw. nowych mediach.

### 3.4. Sezonowość sprzedaży

Działalność Grupy charakteryzuje się okresowymi wariacjami wielkości przychodów. Z analiz sporządzanych corocznie wynika, iż pierwszy kwartał jest jednym z najsłabszych okresów działalności spółki w ujęciu rocznym. Najlepszym okresem dla działalności spółki jest III i IV kwartał, ze względu na wzrost przychodów z działalności reklamowej.

Rynek usług reklamowych charakteryzuje się sezonowością i cyklicznością. Dlatego też przychody ze sprzedaży oraz wynik finansowy w III i IV kwartale nie odpowiadają proporcjonalnie przychodom oraz wynikowi przedstawionemu w poprzednich kwartałach.

### 3.5. Portfel zamówień

Platforma Mediowa Point Group S.A. prowadzi działalność operacyjną w obszarze informacji i komunikacji. Spółka tworzy holding wydawniczo-medialny działający w obszarze tradycyjnych i nowych mediów. Działalność medialna Platformy Mediowej Point Group S.A. wsparta jest działalnością marketingową w obszarze marketingu tradycyjnego oraz marketingu z wykorzystaniem nowych kanałów komunikacji.

Głównym źródłem przychodów Grupy Kapitałowej PMPG SA jest sprzedaż powierzchni reklamowej w tygodniku WPROST oraz magazynach i serwisach wydawanych przez Media Point Group.

Drugim - obok działań wydawniczych - niezwykle ważnym trzonem funkcjonowania Platformy Mediowej Point Group jest spółka BTL Point Group działająca jako agencja reklamowa. Spółka świadczy usługi promocyjne wyspecjalizowane w dużej mierze w dotarciu do określonej grupy konsumentów.

Pozostałe spółki grupy osiągają przychody ze swojej statutowej działalności.

### 3.6. Informacje o istotnych transakcjach z podmiotami powiązanymi

Transakcje zawierane pomiędzy podmiotami powiązanymi były zawierane na warunkach rynkowych.

Dane finansowe dotyczące transakcji pomiędzy Spółkami Grupy zamieszczone zostały w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym Grupy Kapitałowej.

### 3.7. Umowy kredytów i pożyczek

Zobowiązania z tytułu kredytów i pożyczek

OPROCENTOWANE KREDYTY BANKOWE I POŻYCZKI	TERMIN SPŁATY	31 GRUDNIA 2010 R.	31 GRUDNIA 2009 R.
<b>KRÓTKOTERMINOWE</b>			
KREDYTY W RACHUNKU BIEŻĄCYM	10-08-2011	1 945	2 592
POŻYCZKI OTRZYMANE	31-12-2011*	4 380	2 382
<b>RAZEM</b>		<b>6 325</b>	<b>4 974</b>

W dniu 10 sierpnia 2010 roku BRE Bank S.A. podpisał ze Spółkami Grupy PMPG tj AWR „Wprost” Sp. z o.o., PMPG S.A., Media Point Group Sp. z o.o. i BTL Point Group Sp. z o.o umowę kredytową o kredyt w rachunku bieżącym. Otwarta linia kredytowa udzielona przez bank na okres od 10 sierpnia 2010 roku do 9 sierpnia 2011 roku daje możliwość pozyskania finansowania na dzień bilansowy na kwotę 4.180 tys. złotych z czego:

1. PMPG S.A. : 800 tys. złotych
2. Media Point Group Sp. z o.o. : 1.120 tys. złotych

3. BTL Point Group Sp. z o.o. : 360 tys. złotych  
 4. AWR „Wprost” Sp. z o.o. : 1.900 tys. złotych

Na dzień 31 grudnia 2010 roku Grupa Kapitałowa PMPG S.A. posiadała krótkoterminowe zobowiązanie finansowe w kwocie 1 945 tys. zł z tytułu zaciągniętych kredytów w rachunku bieżącym.

Pożyczki otrzymane w kwocie 4 380 tys. złotych zostały udzielone przez Prezesa Zarządu Pana Michała M. Lisieckiego.

### Udzielone pożyczki oraz obligacje pożyczkowe

	WARTOŚĆ NOMINALNA (W TYS ZŁ)	DATA EMISJI	DATA WYKUPU	OPROCENTOWANIE	ODPIS AKTUALIZU JĄCY	WARTOŚĆ BILANSOWA (W TYS ZŁ)
<b>KRÓTKOTERMINOWE – OBLIGACJE</b>	<b>990</b>				<b>990</b>	<b>16</b>
GRETIX SP. Z O.O.	30	17.12.2008	31.12.2010	8%	30	0
NEXT MEDIA SP. Z O.O.	0	22.12.2008	31.12.2009	8%	0	16
ONE GROUP SP. Z O.O.	60	3.04.2009	30.09.2009	WIBOR+3%	60	0
3P INWESTYCJE INTERNETOWE SP. Z O.O.	900	26.11.2008	31.01.2009	WIBOR+2%	900	0
<b>KRÓTKOTERMINOWE - POŻYCZKI</b>	<b>1043</b>				<b>389</b>	<b>812</b>
GRETIX SP. Z O.O.	170	29.10.2007	31.12.2010	WIBOR 1M+0,5%	170	0
PIOTR SURMACKI	197	31.07.2004	31.07.2009	WIBOR 6M+1%	197	0
ONE PLAY FRAME	22	31.05.2005	31.12.2008	5%	22	0
SMART MEDIA SOLUTIONS	557	17.02.2009	30.06.2009	18%	0	676
ICI S.A.	97	20.10.2009	1.10.2010	16%	0	136

### 3.8. Otrzymane oraz udzielone gwarancje i poręczenia

Poniżej opisano obowiązujące w 2010 r. gwarancje bankowe uzyskane w latach poprzednich

- **Gwarancja bankowa umowy najmu**

W czerwcu 2006 r. pomiędzy Ceresco Poland Sp. z o.o. a Point Group Sp. z o.o. została zawarta umowa najmu powierzchni biurowej w Warszawie, przy Al. Jerozolimskich 146. Przedmiotem umowy są pomieszczenia biurowe zlokalizowane w Budynku C w obrębie „Jerozolimskie Business Park”, o powierzchni 1300 m<sup>2</sup> oraz 8 zewnętrznych oraz wewnętrznych miejsc parkingowych, przeznaczonych na wyłączne użytkowanie przez Najemcę. Wartość Gwarancji określono na 317 tys. złotych.

W dniu 22 sierpnia 2008 roku nastąpiło zwolnienie środków z lokaty stanowiącej zabezpieczenie na rzecz Ceresco Poland Sp. z o.o., natomiast została utworzona nieodwołalna lokata terminowa stanowiąca zabezpieczenie na rzecz firmy Jerozolimskie Business Park Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie przy Pl. Marszałka Piłsudskiego 1.

Blokada środków ustawiona jest od dnia 22 sierpnia 2008 roku do dnia 31 grudnia 2012 roku. Wartość bilansowa na dzień 31.12.2010 roku wyniosła 419 tys. złotych.

- **Gwarancja bankowa umowy najmu**

W maju 2008 roku pomiędzy Polish Real Property Sp. z o.o. a firmą BTL Point Group Sp. z o.o. została zawarta umowa najmu powierzchni biurowej w Warszawie, przy Al. Jerozolimskich 146. Umowa dotyczy wynajmu pomieszczeń zlokalizowanych w budynku D w obrębie parku „Jerozolimskie Business Park”.

Wartość Gwarancji określono na 34 995,11 EUR. (121 746,26 PLN). Zabezpieczeniem gwarancji jest weksel wystawiony przez BTL Point Group Sp. z o.o. Zgodnie z umową termin wymagalności gwarancji to 30.11.2012 rok.

W dniu 11 grudnia 2008 roku została zawarta przez Polish Real Property Sp. z o.o. umowa sprzedaży nieruchomości położonej w Warszawie przy Al. Jerozolimskich 146 obejmującej przedmiot najmu. Nabywcą nieruchomości jest Jerozolimskie Offices Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie. W związku z powyższym Jerozolimskie Offices Sp. z o.o. wstąpiła w stosunek najmu w miejsce Polish Real Property Sp. z o.o.

## 4. Prezentacja sytuacji finansowej Grupy Kapitałowej Emitenta

### 4.1. Omówienie podstawowych wielkości ekonomiczno-finansowych

#### Stosowane zasady rachunkowości

Skonsolidowane sprawozdanie finansowe zostało sporządzone zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej (MSR/MSSF). Śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe zostało sporządzone za okres 12 miesięcy zakończony w dniu 31 grudnia 2010 roku i zawiera dane porównawcze sporządzone na 31 grudnia 2009 roku.

W okresie 12 miesięcy, za który zostały sporządzone sprawozdania finansowe, nie było zmian zasad rachunkowości.

Sprawozdania finansowe jest sporządzone zgodnie z koncepcją kosztu historycznego, za wyjątkiem aktualizacji wyceny niektórych aktywów trwałych i wartości niematerialnych i prawnych.

Niektóre informacje podane w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym oparte są na szacunkach i profesjonalnym osądzie Grupy. Uzyskane w ten sposób wartości często nie będą pokrywać się z rzeczywistymi rezultatami. Pośród założeń i oszacowań, które miały największe znaczenie przy wycenie i ujęciu aktywów i pasywów znajdują się stawki amortyzacyjne, ocena umów leasingu oraz szacunki rezerw.

Skonsolidowane sprawozdanie finansowe obejmuje sprawozdanie finansowe Platformy Mediowej Point Group S.A. oraz sprawozdania finansowe jej jednostek zależnych sporządzone każdorazowo za okres 12 miesięcy zakończony dnia 31 grudnia 2010 roku, lub za krótszy okres, jeżeli spółka nie prowadziła działalności przez pełne 12 miesięcy. Sprawozdania finansowe jednostek zależnych (po uwzględnieniu korekt doprowadzających do zgodności z MSSF) sporządzane są za ten sam okres sprawozdawczy co sprawozdanie jednostki dominującej, przy wykorzystaniu spójnych zasad rachunkowości, w oparciu o jednolite zasady rachunkowości zastosowane dla transakcji i zdarzeń gospodarczych o podobnym charakterze. W celu eliminacji jakichkolwiek rozbieżności w stosowanych zasadach rachunkowości wprowadza się korekty.

Wszystkie znaczące salda i transakcje pomiędzy jednostkami Grupy, w tym niezrealizowane zyski wynikające z transakcji w ramach Grupy, zostały w całości wyeliminowane. Niezrealizowane straty są eliminowane, chyba że dowodzą wystąpienia utraty wartości.

Jednostki zależne podlegają konsolidacji w okresie od dnia objęcia nad nimi kontroli przez Grupę, a przestają być konsolidowane od dnia ustania kontroli.

#### 4.2. Wyniki finansowe w roku obrotowym 2010

##### Wybrane dane finansowe Grupy Kapitałowej za lata 2010-2009 w tys. zł.

SKONSOLIDOWANY RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT	OKRES 12 M - CY ZAKOŃCZONY DNIA 31 GRUDNIA 2010 R.	OKRES 12 M - CY ZAKOŃCZONY DNIA 31 GRUDNIA 2009 R.
<b>PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY</b>	82 865	81 274
KOSZT WŁASNY SPRZEDAŻY	64 805	35 284
<b>ZYSK (STRATA) BRUTTO ZE SPRZEDAŻY</b>	18 060	45 990
POZOSTAŁE PRZYCHODY OPERACYJNE	3 772	15 951
KOSZTY SPRZEDAŻY	5 718	21 152
KOSZTY OGÓLNEGO ZARZĄDU	17 618	27 459
POZOSTAŁE KOSZTY OPERACYJNE	3 772	14 804
PRZYCHODY FINANSOWE	4 854	2 346
KOSZTY FINANSOWE	2 191	3 206
ZYSK/(STRATA) Z UDZIAŁÓW W JEDNOSTKACH PODPORZĄDKOWANYCH WYCENIANYCH METODĄ PRAW WŁASNOŚCI	297	-131
<b>ZYSK (STRATA) BRUTTO</b>	- 2 316	-2 465
PODATEK DOCHODOWY	-1 029	294
<b>ZYSK (STRATA) NETTO Z DZIAŁALNOŚCI KONTYNUOWANEJ</b>	- 1 287	-2 759
<b>ZYSK / (STRATA) NETTO ZA ROK OBROTOWY</b>	- 1 287	-2 759
PRZYPADAJĄCE:		
<b>AKCJONARIUSZOM JEDNOSTKI DOMINUJĄCEJ</b>	<b>- 3 250</b>	<b>-2 733</b>
AKCJONARIUSZOM MNIEJSZOŚCIOWYM	1 963	-26

Przychody netto ze sprzedaży produktów i towarów wyniosły w roku 2010 82 865 tys. i pozostają na porównywalnym poziomie w stosunku do roku 2009.

Grupa Kapitałowa w 2010 roku odnotowała stratę netto na poziomie -1 287 tys. zł.



**Przepływy środków pieniężnych za lata 2010-2009 w tys. zł.**

<b>SKONSOLIDOWANY RACHUNEK PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH</b>		<b>OKRES 12 M - CY ZAKOŃCZONY 31 GRUDNIA 2010 R.</b>	<b>OKRES 12 M - CY ZAKOŃCZONY 31 GRUDNIA 2009 R.</b>
<b>ŚRODKI PIENIĘŻNE NETTO Z DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ</b>		-5 096	- 4 528
<b>ŚRODKI PIENIĘŻNE NETTO Z DZIAŁALNOŚCI INWESTYCYJNEJ</b>		24	- 1 671
<b>ŚRODKI PIENIĘŻNE NETTO Z DZIAŁALNOŚCI FINANSOWEJ</b>		327	3 533
ZWIĘKSZENIE NETTO STANU ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH I ICH EKWIWALENTÓW		-4 745	- 2 666
<b>ŚRODKI PIENIĘŻNE NA POZĄTEK OKRESU</b>		<b>5 433</b>	<b>8 099</b>
<b>ŚRODKI PIENIĘŻNE NA KONIEC OKRESU</b>		<b>688</b>	<b>5 433</b>

Na koniec 2010 r. stan środków pieniężnych w Grupie Kapitałowej wynosił 688 tys. zł i uległ zmniejszeniu w odniesieniu do analogicznego okresu roku poprzedniego o 4 745 tys. zł.

**Wskaźniki finansowe****Wskaźniki rentowności Grupy Kapitałowej za lata 2010-2009**

<b>WSKAŹNIKI RENTOWNOŚCI</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>
RENTOWNOŚĆ BRUTTO ZE SPRZEDAŻY	21,8%	55,5%
RENTOWNOŚĆ DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ	- 6,4%	- 1,8%
RENTOWNOŚĆ BRUTTO	- 2,8%	- 3,0%
RENTOWNOŚĆ NETTO	- 1,6%	-3,4%
RENTOWNOŚĆ AKTYWÓW – ROA	- 1,7%	- 3,0%
RENTOWNOŚĆ KAPITAŁU WŁASNEGO – ROE	- 3,9%	- 7,2%

**Wskaźniki zadłużenia Grupy Kapitałowej za lata 2010-2009**

<b>WSKAŹNIKI ZADŁUŻENIA</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>
WSKAŹNIK OGÓLNEGO ZADŁUŻENIA [(ZOBOWIĄZANIA DŁUGO- I KRÓTKOTERMINOWE + REZERWY NA ZOBOWIĄZANIA)/PASYWA OGÓŁEM]	55,8%	60,4%
WSKAŹNIK ZADŁUŻENIA KAPITAŁÓW WŁASNYCH [(ZOBOWIĄZANIA DŁUGO- I KRÓTKOTERMINOWE + REZERWY NA ZOBOWIĄZANIA)/KAPITAŁY WŁASNE]	126,1%	152,8%
WSKAŹNIK ZADŁUŻENIA DŁUGOTERMINOWEGO (ZOBOWIĄZANIA DŁUGOTERMINOWE/PASYWA OGÓŁEM)	3,8%	1,9%

WSKAŹNIK ZADŁUŻENIA KRÓTKOTERMINOWEGO (ZOBOWIĄZANIA KRÓTKOTERMINOWE/PASYWA OGÓŁEM)	51,9%	5,6%
---	-------	------

## Wskaźniki płynności za lata 2010-2009

W ocenie płynności wykorzystano następujące wskaźniki finansowe:

- Wskaźnik płynności bieżącej – aktywa obrotowe/zobowiązania krótkoterminowe
- Wskaźnik płynności szybkiej - (aktywa obrotowe – zapasy – krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe- aktywa finansowe)/zobowiązania krótkoterminowe.

WSKAŹNIKI PŁYNNOŚCI	2010	2009
WSKAŹNIK PŁYNNOŚCI BIEŻĄCEJ	1,31	1,26
WSKAŹNIK PŁYNNOŚCI SZYBKIEJ	0,02	0,10

Wskaźnik płynności bieżącej obrazujący zdolność Grupy Kapitałowej do obsługi krótkoterminowych zobowiązań z aktywów obrotowych na koniec 2010 r. wynosił 1,31 co oznacza nieznaczny wzrost w stosunku do wartości z roku 2009

### 4.3. Charakterystyka struktury aktywów i pasywów skonsolidowanego bilansu

#### Struktura aktywów Grupy Kapitałowej za lata 2010-2009

WYSZCZEGÓLNIENIE	2010	2009
WARTOŚCI NIEMATERIALNE I PRAWNE/AKTYWA	17,7%	15,6%
RZECZOWE AKTYWA TRWAŁE/AKTYWA	10,2%	7,1%
NALEŻNOŚCI KRÓTKOTERMINOWE/AKTYWA	44,4%	47,6%
ZAPASY/AKTYWA	0,3%	0,3%

Podstawową pozycją aktywów Grupy Kapitałowej są aktywa obrotowe, w tym w szczególności należności krótkoterminowe. Niski poziom rzeczowych aktywów trwałych wynika ze specyfiki działalności opartej przede wszystkim na wkładzie intelektualnym.

**Źródła kapitału Grupy Kapitałowej za lata 2010-2009 w tys. zł.**

SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z SYTUACJI FINANSOWEJ

31 GRUDNIA 2010 R.

31 GRUDNIA 2009 R.

<b>KAPITAŁ WŁASNY (PRZYPISANY AKCJONARIUSZOM JEDNOSTKI DOMINUJĄCEJ)</b>	<b>33 106</b>	<b>38 357</b>
KAPITAŁ PODSTAWOWY	103 897	103 897
NADWYŻKA ZE SPRZEDAŻY AKCJI POWYŻEJ ICH WARTOŚCI NOMINALNEJ	-67 971	-67 971
AKCJE WŁASNE	- 1 199	-1 100
KAPITAŁ ZAPASOWY	17 501	9 854
ZYSKI ZATRZYMANE/ NIEPOKRYTE STRATY	-15 872	-3 590
WYNIK ZA OKRES SPRAWOZDAWCZY	- 3 250	-2 733
KAPITAŁY AKCJONARIUSZY MNIEJSZOŚCIOWYCH	763	-1 307
<b>KAPITAŁ WŁASNY OGÓŁEM</b>	<b>33 869</b>	<b>37 050</b>
<b>ZOBOWIĄZANIA DŁUGOTERMINOWE</b>	<b>2 926</b>	<b>1 733</b>
OPROCENTOWANE KREDYTY BANKOWE I POŻYCZKI	0	0
POZOSTAŁE ZOBOWIĄZANIA	2 836	1 678
REZERWY	0	0
REZERWA Z TYTUŁU ODROZONEGO PODATKU DOCHODOWEGO	90	55
ROZLICZENIA MIĘDZYOKRESOWE	0	0
<b>ZOBOWIĄZANIA KRÓTKOTERMINOWE</b>	<b>39 770</b>	<b>54 866</b>
ZOBOWIĄZANIA Z TYTUŁU DOSTAW I USŁUG ORAZ POZOSTAŁE ZOBOWIĄZANIA	28 118	39 177
BIEŻĄCA CZĘŚĆ OPROCENTOWANYCH KREDYTÓW BANKOWYCH I POŻYCZEK	6 325	4 974
PODATEK DOCHODOWY	137	91
REZERWY	3 130	5 166
ROZLICZENIA MIĘDZYOKRESOWE	2 060	5 458
<b>ZOBOWIĄZANIA RAZEM</b>	<b>42 696</b>	<b>56 599</b>
<b>SUMA PASYWÓW</b>	<b>76 565</b>	<b>93 649</b>

W roku 2010 dominujący udział w finansowaniu działalności Grupy Kapitałowej miały zobowiązania krótkoterminowe, które stanowiły 51,9% sumy bilansowej. Poziom zadłużenia krótkoterminowego spadł w stosunku do roku 2009 o ponad 27%

**4.4 Opis istotnych pozycji pozabilansowych**

Grupa nie posiada istotnych składników pozabilansowych.

## 5. Czynniki rozwoju oraz opis ryzyk i zagrożeń

### 5.1. Zewnętrzne i wewnętrzne czynniki istotne dla rozwoju

Działalność spółki polega przede wszystkim na wydawaniu czasopism, sprzedaży powierzchni reklamowej, świadczeniu usług marketingowych, działalności Premium SMS, działalności PR, świadczeniu usług poligraficznych i drukarskich. Infrastruktura obecnego rynku mediów jest już ukształtowana i nie wymaga ponoszenia dodatkowych nakładów inwestycyjnych. Wykorzystując Internet i sieci GSM, dostęp do konsumenta jest znacznie łatwiejszy. PMPG w oparciu o stabilną część wydawniczą zamierza dynamicznie rozwijać działalność w zakresie tworzenia „treści” skupiając się przede wszystkim na nowych mediach. Jako „treści” rozumiane są zarówno materiały redakcyjne powstające w ramach obecnych struktur na potrzeby mediów drukowanych ale także kompleksowe materiały multimedialne. Realizacja tych działań będzie wymagała wzmocnienia obecnych struktur redakcyjnych, ale dzięki temu możliwe będzie zaoferowanie naszym obecnym kontrahentom szerszego spektrum możliwości dotarcia do konsumenta.

### 5.2. Istotne czynniki ryzyka i zagrożeń

Czynniki ryzyka związane z działalnością Emitenta można podzielić na cztery grupy:

a.) ryzyka związane z działalnością Emitenta:

- ✓ ryzyko związane z zarządzaniem przedsiębiorstwa zorganizowanego w formie holdingu,
- ✓ ryzyko związane z odejściem kluczowych osób zarządzających oraz kluczowych osób w redakcjach,
- ✓ ryzyko związane z budową zespołów redakcyjnych,
- ✓ ryzyko związane z planami uruchomienia nowego projektu medialnego o charakterze biznesowym
- ✓ ryzyko związane z uruchomieniem nowego kanału telewizji oraz radia opartych na marce „Machina”,
- ✓ ryzyko uzależnienia od usługobiorców,
- ✓ ryzyko związane ze zmianą pozycjonowania Spółki na rynku wydawców
- ✓ ryzyko związane z silną konkurencją na rynku mediów,
- ✓ ryzyko związane z rozwojem branży internetowej,

- ✓ ryzyko Grupy Kapitałowej Emitenta związane z technologią informatyczną, przetwarzaniem danych, bezpieczeństwem systemów informatycznych oraz ochroną danych osobowych,
- ✓ ryzyko związane z realizacją planowanych przejęć,
- ✓ ryzyko związane z osobowymi powiązaniami Prezesa Zarządu oraz Członka Rady Nadzorczej.

b.) ryzyka związane z zakupem udziałów w A.W.R WPROST:

- ✓ ryzyka związane ze sprawami sądowymi z tytułu naruszenia dóbr osobistych osób trzecich, w których pozwany jest A.W.R WPROST, w szczególności sprawa z powództwa Russell J. Harlan i Małgorzata Natasza Cimoszewicz, w której Stanowy Sąd Okręgowy Księstwa Cook w stanie Illinois w dniu 23 lipca 2009 roku wydał wyrok, w którym zasądził kwoty 1 000 000 USD odszkodowania oraz 4 000 000 USD zadośćuczynienia na rzecz Powodów, przy czym by wyrok ten był wykonalny w Polsce musi zostać stwierdzona jego wykonalność przez sąd polski.

c.) ryzyka związane z otoczeniem, w jakim Emitent prowadzi działalność:

- ✓ ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną Polski,
- ✓ ryzyko związane z zmianami regulacji prawnych,
- ✓ ryzyko związane z brakiem stabilności polskiego systemu podatkowego,
- ✓ ryzyko związane z kierunkiem rozwoju rynku mediów i rozrywki oraz marketingu i reklamy,
- ✓ ryzyko związane z wysoką konkurencyjnością rynku prasowego i telewizyjnego
- ✓ ryzyko związane ze zmieniającymi się trendami wśród konsumentów.

d.) ryzyka związane z rynkiem kapitałowym i papierami wartościowymi Emitenta:

- ✓ ryzyko niedostatecznej płynności rynku i wahań cen akcji,
- ✓ ryzyko wynikające ze stanowiska Zarządu Giełdy w sprawie szczegółowych warunków dopuszczania i wprowadzania do obrotu giełdowego niektórych instrumentów finansowych,
- ✓ ryzyko wynikające z manipulacji kursem akcji Emitenta

## Ogólny opis stopnia zagrożenia ww.ryzykami

Wyniki operacyjne Emitenta zależą od generalnych warunków gospodarczych, a także mogą podlegać wahaniom pod wpływem pogorszenia sytuacji w gospodarce polskiej i światowej. Powszechne zamieszanie na światowych rynkach finansowych oraz w systemach bankowych spowodowało utrudnienia w dostępie do kredytów, słabszą płynność finansową firm oraz szeroko zakrojone wycofywanie się z finansowania inwestycji, co miało niekorzystny wpływ na rozwój gospodarczy. Niekorzystne warunki ekonomiczne w regionie, a w szczególności spadek koniunktury w Polsce, negatywnie wpłynęły na polską branżę reklamową. Wydatki reklamowe netto w Polsce ogółem wyraźnie spadły w latach 2009-2010, co niekorzystnie odbiło się na przychodach. Pomimo, iż polska gospodarka nie odczuła recesji tak mocno, jak to miało miejsce w przypadku innych krajów, nasi klienci, wśród których są firmy międzynarodowe, mogli obniżyć światowe lub lokalne budżety reklamowe lub uznać reklamę lokalną za słaby punkt, co w takiej sytuacji mogło wpłynąć negatywnie na popyt na reklamy lokalne.

Nasi konkurenci mogą dysponować większymi zasobami finansowymi i marketingowymi, a także posiadać inne zasoby. W związku z tym istnieje ryzyko, że podmioty te podejmą bardziej intensywne działania rozwojowe, przeprowadzą kampanie promocyjne i zastosują bardziej agresywną politykę cenową, lub przygotują bardziej atrakcyjną ofertę skierowaną do obecnych i potencjalnych reklamodawców oraz klientów tytułów prasowych.

### 5.3. Opis głównych cech stosowanych w Grupie Kapitałowej PMPG systemów kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem

Zarząd Spółki Platforma Mediowa Point Group SA jest odpowiedzialny za system kontroli wewnętrznej w Grupie Kapitałowej i jego skuteczność w procesie sporządzania skonsolidowanych sprawozdań finansowych i raportów okresowych przygotowywanych i publikowanych zgodnie z zasadami Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 19 lutego 2009 r. w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim.

Przeglądowi przez biegłego rewidenta podlegają półroczne sprawozdania finansowe; natomiast badaniu podlegają sprawozdania finansowe roczne: jednostkowe i skonsolidowane.

Skuteczny system kontroli wewnętrznej Spółki i zarządzania ryzykiem w procesie sprawozdawczości finansowej funkcjonuje poprzez:

- półroczne przeglądy i roczne badania publikowanych sprawozdań finansowych PMPG S.A. i Grupy Kapitałowej przez biegłego rewidenta,
- ustalanie zakresu raportowania na bazie obowiązujących Międzynarodowych Standardów Rachunkowości (MSR) i Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej (MSSF),
- wewnętrzny podział obowiązków w procesie przygotowania sprawozdań finansowych grupy kapitałowej,
- autoryzacje sprawozdań finansowych przed publikacją.

Za przygotowywanie sprawozdań finansowych Grupy Kapitałowej, okresowej sprawozdawczości finansowej i bieżącej sprawozdawczości zarządczej Grupy odpowiedzialny jest pion finansowy nadzorowany przez Dyrektora Generalnego Spółki Platforma Mediowa Point Group SA.

## 6. Perspektywy rozwoju Grupy Kapitałowej Emitenta

W 2011 r. PMPG SA nie planuje znaczących inwestycji, nie wyklucza jednak, że będzie korzystała z okazji do akwizycji, jeżeli pojawią się sprzyjające okoliczności i atrakcyjne oferty. Spółka skupi się natomiast na rozwoju zasobów będących w jej posiadaniu, w tym w szczególności na rozwoju marki Wprost, budowie projektu PMPG Business Unit, obejmującego zarówno nowy tytuł prasowy, jak i obecność w mediach elektronicznych i organizację konferencji i kongresów tematycznych, digitalizacji mediów prasowych, rozbudowie zasobów internetowych oraz rozwoju sieci Point Group Networks (brokera internetowego).

### 6.1. Strategia rozwoju

Podstawową działalnością Platformy Mediowej Point Group S.A. jest tworzenie i zarządzanie posiadanymi aktywami w sektorze mediów. Działalność ta jest skorelowana z działalnością marketingową prowadzoną przez Grupę Kapitałową Platforma Mediowa Point Group. Działalność w obszarze mediów i marketingu jest prowadzona przy wykorzystaniu

narzędzi z podsektorów TMT (ang. *Technology, Media and Telecommunication*), tj. w obszarze marketingu i reklamy, nowych technologii oraz telekomunikacji. Skorelowanie działalności spółek Grupy Kapitałowej Emitenta prowadzi do powstawania efektu synergii, wynikiem czego jest wzrost wartości dodanej produktów i usług oferowanych przez Emitenta.

Oferty produktowe i usługowe Emitenta skierowane do klientów posiadają tę zasadniczą cechę, że wzajemnie się uzupełniają. Dzięki temu Emitent posiada możliwość zwrócenia się do klientów z kompleksową ofertą w zakresie dotarcia do określonych grup docelowych, obejmującą zarówno przygotowanie strategii komunikacji, jak i realizację pełnej kampanii komunikacyjnej lub jej wybranych elementów oraz wykorzystanie powierzchni reklamowych znajdujących się w zasobach grupy.

Emitent występuje w tym przypadku w roli medium (dzięki posiadanym tytułom mediowym) przekazującego i kreującego treści, posiadającego jednocześnie wyspecjalizowane narzędzia promowania i budowania wizerunku klientów (agencje marketingowe).

W ujęciu sektorowym gospodarki, działalność Grupy Kapitałowej Platforma Mediowa Point Group wpisuje się w ramy rynku Technology, Media and Telecommunication (TMT). Czynnikiem charakterystycznym dla Emitenta jest nowoczesne podejście do zagadnienia tworzenia wartości dodanej w obszarze rynku TMT. Celem Emitenta jest tworzenie efektywnych przedsięwzięć z pogranicza mediów i marketingu oraz w przyszłości - bezprzewodowej telefonii cyfrowej (Nowe Media).

### **W najbliższych latach strategia rozwoju Platformy Mediowej Point Group koncentrować się będzie głównie na:**

- rozszerzaniu posiadanych silnych marek mediowych, również poprzez rozciągnięcie ich na nowe pola eksploatacji
- obecności w nowych mediach – poprzez przejęcia i budowę organiczną oraz budowę sieci witryn oraz innych nośników reklamowych, dla których będzie pełnić rolę brokera.
- rozwoju usług reklamowo-marketingowych z wykorzystaniem nowych technologii oraz synergii pomiędzy tradycyjną reklamą a reklamą w nowych kanałach komunikacji,
- rozwoju Grupy Kapitałowej poprzez akwizycje.



## Działalność medialna

Platforma Mediowa Point Group zamierza rozbudować portfolio mediów w oparciu o posiadane już marki, takie jak WPROST, „Machina”, „?dlaczego”, „Film” czy Sport24.pl, a także uzupełnić je o tytuł biznesowy, poświęcony sprawom gospodarki. Jeżeli chodzi o media hobbystyczne („Machina”, „Film”, „?dlaczego”), są one obecnie dobrze rozpoznawalne, mają jasno określone grupy odbiorców – można zatem budować wokół nich nowe projekty bez ponoszenia dodatkowych nakładów związanych z wprowadzaniem marki.

Strategia rozwoju zakłada uczynienie z Platformy Mediowej Point Group S.A. jednego z liderów w zakresie dostarczania treści w sektorze mediów i rozrywki. Ma temu służyć udostępnianie atrakcyjnych treści filmowych z archiwum magazynu "Film". W połączeniu z muzycznym archiwum magazynu "Machina" zasoby te stworzą unikalną multimedialną bazę treści dla dynamicznie rosnącego rynku internetowego, mobilnego i premium SMS. Spółka planuje również rozwój profilu pisma oraz wzbogacenie brandu o nowe dodatki tematyczne.

W związku z wzbogacaniem oferty produktowej, Platforma Mediowa Point Group przewiduje także poszerzenie oferty produktów edukacyjnych **Nowe media**

W związku z dynamicznym wzrostem rynku reklamy internetowej Platforma Mediowa Point Group zamierza znacząco wzmocnić te linie swojej działalności oraz uzupełnić je o nowe przedsięwzięcia. Grupa zamierza budować nowe serwisy internetowe lub wzmocni już istniejące w obszarach największych wydatków reklamowych: kultura, film, muzyka, sport oraz w obszarze edukacji.

Potencjał spółki w segmencie nowych mediów będzie budowany poprzez skupianie ruchu z wyszukiwarek oraz przekierowywanie kontekstowe. Dzięki treściom dostarczanym przez redakcje wszystkich tytułów w ramach PMPG oraz współtworzonym przez użytkowników, spółka zbuduje bazę treści w obszarach, których użytkownicy najintensywniej poszukują w sieci (przewodniki po mediach i rozrywce). Obejmować ona będzie przede wszystkim treści związane z gwiazdami, filmami, modnymi miejscami - czyli wszystkim, co aktualnie jest promowane w telewizji, reklamie outdoorowej czy radiu.

Strategia PMPG zakłada również stworzenie multimedialnej bazy treści - archiwum centralnego, które usprawni zarówno wymianę informacji pomiędzy poszczególnymi redakcjami, jak i całość procesu tworzenia treści do wszystkich mediów. W celu optymalizacji przychodów uzyskiwanych z dystrybucji treści, spółka zamierza zarchiwizować w formie cyfrowej całość posiadanych zasobów, m.in. ponad 60-letnie archiwa magazynu „Film”

oraz liczące 12 lat archiwa magazynu „?dlaczego”. Oprócz funkcji związanych z archiwizowaniem oraz wyszukiwaniem treści, archiwum posiadać będzie także funkcjonalność work-flow, wspomagającą powstawanie treści. Dodatkową wartością wdrożenia tego typu rozwiązania będzie możliwość udostępnienia oferty treści PMPG dla klientów biznesowych na zasadach agencji informacyjnej lub dostępu do archiwum.

Ze względu na rosnące zainteresowanie treściami multimedialnymi w Internecie, ważnym obszarem będzie produkcja tych treści (przede wszystkim treści wideo) oraz ich dystrybucja, zarówno w Internecie, jak i na telefony komórkowe, a w późniejszym okresie – po uruchomieniu MachinaTV – także w ramach telewizji.

## Marketing i reklama

Platforma Mediowa Point Group rozpoczęła również działalność w charakterze brokera reklamowego – zarówno w Internecie, jak i w zakresie nośników OOH (*digital signage*).

W kolejnych latach PMPG zamierza rozwijać tę działalność, rozbudowując sieć witryn oraz oferując niestandardowe rozwiązania komunikacyjne dla klientów w zakresie reklamy internetowej. W zakresie reklamy zewnętrznej, PMPG SA oferuje unikalne lokalizacje nośników, które gwarantują dotarcie do atrakcyjnych dla reklamodawców grup klientów. Spółka zaangażowała się również w proces tworzenia standardów dla reklamy OOH oraz dla badań tych nośników.

### 6.2. Ocena możliwości realizacji zamierzeń inwestycyjnych

Grupa finansuje swoje plany inwestycyjne ze środków własnych oraz z kredytu w rachunku bieżącym. W przypadku, gdy wystąpi taka potrzeba Grupa ze względu na stosunkowo niski poziom zadłużenia będzie mogła wykorzystać także możliwości pozyskania dodatkowych środków z zewnętrznych źródeł finansowania

### 6.3. Opis wykorzystania wpływów z emisji

W 2010 roku nie miała miejsce emisja akcji.

## 7. Władze Grupy Kapitałowej PMPG

### 7.1. Skład osobowy władz PMPG S.A.

#### Rada Nadzorcza

Na dzień 31.12.2010 r. skład Rady Nadzorczej Spółki Dominującej przedstawiał się następująco:

Tomasz Biełanowicz	- Przewodniczący Rady Nadzorczej
Katarzyna Gintrowska	- Wiceprzewodnicząca Rady Nadzorczej
Mariusz Pawlak	- Członek Rady Nadzorczej
Jarosław Pachowski	- Członek Rady Nadzorczej
Andrzej Chmiel	- Członek Rady Nadzorczej

#### Zarząd

Na dzień 31.12.2010 roku skład Zarządu Platformy Mediowej Point Group S.A. przedstawiał się następująco:

Michał Maciej Lisiecki	- Prezes Zarządu
Tomasz Sadowski	- Wiceprezes Zarządu

### 7.2. Zmiany w obrębie władz PMPG S.A. w 2010 r.

W okresie od 1 stycznia 2010 roku do 31 grudnia 2010 roku, nastąpiły zmiany zarówno w składzie Zarządu i Rady Nadzorczej.

W dniu 14 czerwca 2010 roku (ze skutkiem od 15 czerwca 2010 roku) Pan Marek Jakubczyk – Wiceprezes Zarządu złożył rezygnację z pełnionej funkcji.

W dniu 14 czerwca 2010 roku Pan Piotr Żochowski złożył rezygnację z pełnienia funkcji Członka Rady Nadzorczej PMPG S.A. W dniu 24 czerwca 2010 roku Pan Mariusz Pawlak został powołany do pełnienia funkcji Członka Rady Nadzorczej PMPG S.A.

W okresie sprawozdawczym nie nastąpiły zmiany w zakresie prokury.

### 7.3. Kluczowe postacie w Grupie Kapitałowej PMPG

**Machina** – redaktor naczelny Piotr Metz

**Film** – redaktor naczelny Jacek Rakowiecki

**Wprost** – redaktor naczelny Tomasz Lis

**Dlaczego** – redaktor naczelny Michał Gajewski

### 7.4. Opis kompetencji

#### Zarząd

#### **Michał M. Lisiecki – Prezes Zarządu Platformy Mediowej Point Group S.A.**

Ma 35 lat. Swoją karierę zawodową związał z rynkiem mediów. Nie ukrywa inspiracji biografiami Ruperta Murdocha (twórcy NewsCorp.) i Richarda Bransona (twórcy Virgin). Od podstaw stworzył Platformę Mediową Point Group – holding działający w mediach i komunikacji marketingowej. Zaczynał, wydając magazyn dla studentów z kapitałem niecałych 20 tys. zł. Członek Klubu Polskiej Rady Biznesu, prestiżowej międzynarodowej YPO (Young Presidents Organization) i Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego. W 2007 r. wyróżniony certyfikatem Polski Przedsiębiorczej i powołany do Rady Programowej Polski Przedsiębiorczej. Ma wyższe wykształcenie ekonomiczne, studiował m.in. w Zachodniopomorskiej Szkole Businessu i na Uniwersytecie Szczecińskim.

Na biznes patrzy długoterminowo. Jego celem jest zbudowanie silnego europejskiego koncernu o polskich korzeniach, działającego w sektorze mediów i komunikacji marketingowej.

#### **Tomasz Sadowski – Wiceprezes Zarządu Platformy Mediowej Point Group S.A.**

Wybitny specjalista prawa cywilnego i handlowego. Pracował m.in. w BGŻ, KPWIG, Polskiej Wytwórni Papierów Wartościowych – Technologie Informatyczne. Pełnił także funkcje syndyka w Sądach Rejonowych w Warszawie i Lublinie. Wykładowca prawa administracyjnego i gospodarczego w Wyższej Szkole Handlu i Prawa oraz prawa dewizowego i celnego w Wyższej Szkole Ekonomiczno-Informatycznej. Absolwent studiów magisterskich i doktoranckich w Katedrze Prawa Cywilnego na Wydziale Prawa i Administracji

Uniwersytetu Warszawskiego, prawa handlowego na Wydziale Handlu Zagranicznego w Wyższej Szkole Handlu i Prawa oraz studiów podyplomowych w KSAP w Warszawie.

## **Rada Nadzorcza**

### **Tomasz Bielaniowicz - Przewodniczący Rady Nadzorczej**

W Radzie Nadzorczej PMPG od 9 lipca 2007 r. Dyrektor Departamentu Sprzedaży Obligacji ABN AMRO BANK POLSKA S.A. Wcześniej m.in. był zastępcą dyrektora Oddziału CFC Securities. Ukończył Akademię Ekonomiczną w Katowicach, kierunek zarządzanie przedsiębiorstwem.

### **Katarzyna Gintrowska - Wiceprzewodnicząca Rady Nadzorczej**

W Radzie Nadzorczej PMPG od 30 czerwca 2006 r. Wcześniej pełniła funkcje m.in. dyrektora ds. rozwoju Platformy Mediowej Point Group oraz wiceprezesa Zarządu i dyrektora ds. rozwoju Point Group Sp. z o.o.

Absolwentka Zachodniopomorskiej Szkoły Businessu, Wydziału Handlu Zagranicznego i Biznesu Międzynarodowego oraz Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania Uniwersytetu Szczecińskiego, ukończyła także studia doktoranckie w Katedrze Handlu Zagranicznego Uniwersytetu Szczecińskiego.

### **Mariusz Pawlak**

W Radzie Nadzorczej PMPG SA od 24 czerwca 2010 r. Wspólnik i Wiceprezes w Lorek Pawlak i Wspólnicy sp. z o.o. - Family Office, Niezależny Członek Rady Nadzorczej HAWA S.A. Makler Papierów Wartościowych z uprawnieniami doradztwa inwestycyjnego (KNF nr 2519).

W przeszłości m.in. wiceprezes Zarządu Presspublica sp. z o.o., doradca Zarządu PKN ORLEN S.A., salesman w Societe Generale Securities S.A. oraz Banku Handlowym w Warszawie S.A. Absolwent Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego.

### **Jarosław Pachowski**

W Radzie Nadzorczej PMPG od 13 lutego 2009 r. Inwestor prywatny. W latach 1986 – 1996 założyciel i prezes kilku spółek z obszaru wydawnictw i informatyki. W 1996 z rekomendacji Zrzeszenia Banków Polskich i w imieniu 16 banków utworzył i kierował Polska Giełda Finansowa. Równocześnie w 1997 roku wszedł w skład Rady Nadzorczej TVP SA aby po roku zostać wybrany jej przewodniczącym. W latach 1998 – 2002 wiceprezes Zarządu TVP SA.

W latach 2002 – 2005 Prezes Zarządu Polkomtel SA, operatora sieci telefonii komórkowej Plus.

Ukończył studia magisterskie na Wydziale Fizyki Uniwersytetu Warszawskiego, przez 3 lata był doktorantem w Instytucie Fizyki PAN.

### **Andrzej Chmiel**

Współtwórca i dyrektor marketingu Direct Capital Group, firmy doradczej zajmującej się rozwojem platform e-commerce pośredniczących w sprzedaży produktów ubezpieczeniowych, finansowych i inwestycyjnych on-line.

Wcześniej przez ponad 12 lat związany z Pepsi, do marca 2008 r. pełnił funkcję członka zarządu odpowiedzialnego za marketing Pepsi-Cola General Bottlers Poland i odpowiadał m.in. za opracowanie i realizację planów marketingowych firmy. Wcześniej pełnił funkcję marketing managera Central Europe Group Pepsi Americas w Budapeszcie. Odpowiadał m.in. za wprowadzenie nowych produktów Pepsi na rynki polski, węgierski, czeski i słowacki. Jako Business Development Manager Pepsi-Cola General Bottlers Poland prowadził projekty akwizycji na rynku napojów chłodzących w Polsce. W latach 90. był brand managerem w PepsiCo Trading Poland.

Ma wyższe wykształcenie ekonomiczne, ukończył Wydział Zarządzania i Informatyki wrocławskiej Akademii Ekonomicznej. W trakcie studiów uzupełniał edukację i odbywał praktyki w Stanach Zjednoczonych.

## **7.5. Zakres odpowiedzialności**

Zakres odpowiedzialności członków poszczególnych organów, jak i samych organów określają właściwe przepisy prawa, w szczególności Kodeks Spółek Handlowych.

## **7.6. Zasady wynagradzania członków Zarządu i Rady Nadzorczej**

Kompetencję ustalania wysokości wynagrodzenia członków organu zarządzającego PMPG SA, zgodnie z postanowieniami § 30 pkt 1 statutu spółki oraz art. 378 Kodeksu spółek handlowych, posiada Rada Nadzorcza.

Rada Nadzorcza jest również uprawniona do reprezentowania spółki w umowach zawieranych przez spółkę z członkami zarządu, w tym również w zakresie zatrudniania członków zarządu. Rada Nadzorcza jest ponadto władna reprezentować spółkę w sporach pomiędzy spółką a członkami zarządu.

Wysokość wynagrodzeń członków Rady Nadzorczej, zgodnie z § 20 pkt 4 statutu spółki, uchwała Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Spółki.

## 7.7. Wysokość wynagrodzeń

za okres od 1 stycznia 2010 do 31 grudnia 2010 roku

FUNKCJA	IMIĘ I NAZWISKO	WYNAGRODZENIE BRUTTO W TYS. ZŁ	OKRES PEŁNIENIA FUNKCJI
PREZES ZARZĄDU	MICHAŁ LISIECKI	60	01.01.2010–31.12.2010
WICEPREZES ZARZĄDU	TOMASZ SADOWSKI	117	01.01.2010–31.12.2010
WICEPREZES ZARZĄDU	MAREK JAKUBCZYK	28	01.01.2010–15.06.2010

## 7.8. Wykaz akcji i udziałów podmiotów z Grupy Kapitałowej PMPG w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących

Patrz punkt 8 Struktura Akcjonariatu

## 8. Struktura kapitału zakładowego oraz akcjonariatu Emitenta

### 8.1. Struktura kapitału zakładowego

Kapitał zakładowy Spółki wynosi 103.897.325,00 (słownie: sto trzy miliony osiemset dziewięćdziesiąt siedem tysięcy trzysta dwadzieścia pięć) złotych i dzieli się na 103.817.025 (słownie: sto trzy miliony osiemset siedemnaście tysięcy dwadzieścia pięć) akcji o wartości nominalnej 1 (jeden) złoty każda, w tym:

- 1) 31.450 (trzydzieści jeden tysięcy czterysta pięćdziesiąt) akcji imiennych serii A i B,
- 2) 103.785.575 (sto trzy miliony siedemset osiemdziesiąt pięć tysięcy pięćset siedemdziesiąt pięć) akcji zwykłych na okaziciela serii A, B, C, D, E.

W terminie trzech lat od dnia powzięcia uchwały Zarząd upoważniony jest do podwyższenia kapitału zakładowego na zasadach określonych w art. 444 – 447 i 453 Kodeksu spółek handlowych w granicach kapitału docelowego w wysokości 77.922.993,75 zł (słownie: siedemdziesiąt siedem milionów dziewięćset dwadzieścia dwa tysiące dziewięćset dziewięćdziesiąt trzy złote i siedemdziesiąt pięć groszy), poprzez emisję akcji oznaczonych, jako kolejne serie, o wartości nominalnej 1 zł (słownie: jeden złoty) każda. W powyższych

granicach Zarząd może wykonać przyznane mu upoważnienia przez dokonanie więcej niż jednego podwyższenia. Dalsze postanowienia w powyższym przedmiocie zawiera Statut PMPG S.A.

## 8.2. Emisje akcji

W okresie objętym raportem nie miała miejsca emisja papierów wartościowych PMPG S.A.

### **Podjęcie przez Zarząd PMPG S.A. uchwały w sprawie podwyższenia kapitału zakładowego w granicach kapitału docelowego z wyłączeniem prawa poboru dla dotychczasowych Akcjonariuszy**

W dniu 11 stycznia 2010 r., na podstawie 446 § 1 i § 3 w związku z art. 431 § 1, § 2 pkt 1 i art. 432 § 1 Kodeksu spółek handlowych ("KSH") oraz w oparciu o upoważnienie zawarte w art. 7a Statutu Spółki, Zarząd PMPG S.A. podjął uchwały w sprawie: podwyższenia kapitału zakładowego w ramach kapitału docelowego oraz wyłączenia prawa poboru dla dotychczasowych Akcjonariuszy. Emitent podjął decyzję o niezrealizowaniu ww. podwyższenia kapitału, wobec czego z upływem okresu przewidzianego w KSH ww. uchwała wygasła.

## 8.3. Struktura akcjonariatu

Zgodnie z informacjami posiadanymi przez Emitenta na dzień 31 grudnia 2010 roku akcjonariuszami posiadającymi co najmniej 5% w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy byli:

AKCJONARIUSZE O ZNACZĄCYM UDZIALE	OKRES 12 M - CY ZAKOŃCZONY DNIA 31 GRUDNIA 2010 R.	OKRES 12 M - CY ZAKOŃCZONY DNIA 31 GRUDNIA 2009 R.
<b>MICHAŁ M. LISIECKI</b>		
▪ UDZIAŁ W KAPITALE	61,58%	61,60%
▪ UDZIAŁ W GŁOSACH	61,58%	61,60%
<b>PARRISH MEDIA N.V.</b>		
▪ UDZIAŁ W KAPITALE	8,02%	8,02%
▪ UDZIAŁ W GŁOSACH	8,02%	8,02%
<b>IDM S.A.</b>		
▪ UDZIAŁ W KAPITALE	5,01%	5,01%



▪ UDZIAŁ W GŁOSACH	5,01%	5,01%
<b>JAROSŁAW PACHOWSKI</b>		
▪ UDZIAŁ W KAPITALE	6,46%	3,28%
▪ UDZIAŁ W GŁOSACH	6,46%	3,28%
<b>PIONEER FIO</b>		
▪ UDZIAŁ W KAPITALE	9,05%	5,02%
▪ UDZIAŁ W GŁOSACH	9,05%	5,02%
POZOSTALI	9,88%	30,68%

#### 8.4. Zmiany akcjonariatu jednostki dominującej w roku 2010

- w dniu 16 kwietnia 2010 r. PMPG S.A. otrzymała zawiadomienie od Pioneer Pekao Investment Management S.A. dotyczące zwiększenia udziału w ogólnej liczbie głosów w wyniku przekształcenia funduszy inwestycyjnych otwartych utworzonych przez Pioneer Pekao Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A. w subfundusze funduszu Pioneer FIO, w związku z czym Pioneer FIO wstąpił w prawa i obowiązki przekształconych funduszy w wyniku czego, posiada łącznie 9 397 975 akcji PMPG S.A., co stanowi 9,05% udziału w kapitale zakładowym Spółki oraz 9,05% głosów na Walnym Zgromadzeniu.
- W dniu 22 grudnia 2010 r. PMPG S.A. otrzymała od Pana Jarosława Pachowskiego zawiadomienie, iż w wyniku nabycia spadku, posiada on 6 704 000 sztuk akcji Spółki, które stanowią 6,46 % kapitału zakładowego Spółki i uprawniają do wykonywania 6 704 000 głosów, co stanowi 6,46 % ogółu głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki

#### 8.5. Informacje o systemie kontroli programów akcji pracowniczych

W grupie kapitałowej nie zostały wdrożone programy akcji pracowniczych.

#### 8.6. Akcje własne

W dniu 6 sierpnia 2009 r., działając na podstawie art. 362 KSH, Zarząd PMPG S.A. podjął uchwałę, zgodnie z którą postanowił o przyjęciu w depozyt akcji własnych w celu zabezpieczenia zrealizowania przez Grupę Kapitałową Media Works oraz spółkę Bluetooth and Marketing Services Sp. z o.o. wyniku (zysku netto) za rok 2009 wynikającego z umowy inwestycyjnej z dnia 19.06.2008 roku.

Przedmiotem przyjęcia w depozyt jest 1.720.000 szt. w pełni pokrytych akcji Spółki, o wartości nominalnej 1 zł każda, stanowiących 1,65 % kapitału zakładowego Emitenta oraz dających łącznie 1.720.000 głosów na jego Walnym Zgromadzeniu.

Z dniem 22 marca 2010 r. Emitent uzyskał prawo własności do ww. akcji własnych będących przedmiotem ww. depozytu. Podstawą prawną do nabycia akcji własnych przez Emitenta był art. 362 § 1 pkt 1 Kodeksu spółek handlowych. Uzasadnieniem dla podjęcia przez Zarząd Spółki decyzji o nabyciu akcji własnych jest fakt, iż kontrahenci umowy inwestycyjnej z dnia 19.06.2008 r. w przedmiocie zakupu przez PMPG spółek z Grupy Kapitałowej Media Works (co było przedmiotem raportu 26/2008) nie wykonali w/w Umowy inwestycyjnej w zakresie, w jakim byli to tego zobowiązani.

#### ▪ Zbycie akcji własnych przez Emitenta

W dniu 23 marca 2010 roku Emitent zbył 1 600 000 sztuk akcji własnych. Jednostkowa wartość nominalna zbytych akcji to 1 zł (jeden złoty), łączna wartość nominalna zbytych akcji to 1 600 000 zł (milion sześćset tysięcy złotych). Zbyte akcje stanowią 1,54 % kapitału zakładowego Spółki oraz uprawniają do wykonania 1 600 000 głosów na Walnym Zgromadzeniu, co stanowi 1,54 % udziału w głosach na Walnym Zgromadzeniu. Średnia jednostkowa cena zbycia przez Spółkę akcji wyniosła 2,5 PLN. Spółka zbyła akcje własne w celu pokrycia wymagalnych zobowiązań Spółki.

W dniu 19 lipca 2010 roku Emitent zbył 33 454 akcji własnych, które zostały nabyte przez Emitenta na podstawie art. 362 § 1 pkt 1 kodeksu spółek handlowych. Zbycie akcji własnych nastąpiło w celu spełnienia zobowiązania Emitenta, na podstawie upoważnienia udzielonego przez Zwyczajne Walne Zgromadzenie Emitenta uchwałą nr 25 z dnia 24 czerwca 2010 roku. Średnia jednostkowa cena zbycia akcji własnych Emitenta wyniosła 2,42 zł. Jednostkowa wartość nominalna zbytych akcji wynosi 1 zł, łączna wartość nominalna zbytych akcji to 33 454 zł. Zbyte przez Emitenta akcje własne stanowią 0,032 % kapitału zakładowego Emitenta oraz uprawniają do wykonywania 33 454 głosów na Walnym Zgromadzeniu Emitenta, co stanowi 0,032 % udziału w ogólnej liczbie głosów.

W dniu 15 września 2010 roku Emitent zbył łącznie 47 084 sztuk akcji własnych, które zostały uprzednio nabyte przez Emitenta na podstawie art. 362 § 1 pkt 1 kodeksu spółek handlowych. Zbycie akcji własnych nastąpiło w celu spełnienia zobowiązań Emitenta, na podstawie upoważnienia udzielonego przez Zwyczajne Walne Zgromadzenie Emitenta uchwałą nr 25 z dnia 24 czerwca 2010 roku. Średnia jednostkowa cena zbycia akcji własnych Emitenta wyniosła 1,69 zł. Jednostkowa wartość nominalna zbytych akcji wynosi 1 zł, łączna

wartość nominalna zbytych akcji to 47 084 zł. Zbyte przez Emitenta akcje własne stanowią 0,045% kapitału zakładowego Emitenta oraz uprawniają do wykonywania 47 084 głosów na Walnym Zgromadzeniu Emitenta, co stanowi 0,045% udziału w ogólnej liczbie głosów.

Na dzień sporządzenia sprawozdania liczba posiadanych akcji własnych przez Emitenta wynosi 589 462, które stanowią 0,56% kapitału zakładowego oraz przysługuje im 589 462 głosów na Walnym Zgromadzeniu Emitenta, co stanowi 0,56% udziału w ogólnej liczbie głosów. Jednostki zależne Emitenta nie posiadają akcji Emitenta.

## 9. Pozostałe informacje

### 9.1. Postępowania sądowe i administracyjne

Sprawa z powództwa Russell J. Harlan i Małgorzata Natasza Cimoszewicz przeciwko A.W.R WPROST, w której Stanowy Sąd Okręgowy Księstwa Cook w stanie Illinois w dniu 23 lipca 2009 roku wydał wyrok, w którym zasądził kwoty 1 000 000 USD odszkodowania oraz 4 000 000 USD zadośćuczynienia na rzecz Powodów, przy czym by wyrok ten był wykonalny na terenie Polski musi zostać stwierdzona jego wykonalność przez sąd polski. Obecnie toczy się postępowanie w Sądzie, którego przedmiotem jest rozstrzygnięcie możliwości uznania ww. wyroku.

### 9.2. Podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych

Przegląd jednostkowego oraz skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej PMPG za okres od 1.01.2010 r. do 31.12.2010 r. przeprowadziła uprawniona do tego firma audytorska ERIDAN Audit Krzysztof Ławecki z siedzibą w Warszawie, wpisana na listę Krajowej Rady Biegłych Rewidentów pod nr 3289.

Umowa pomiędzy Platformą Mediową Point Group S.A a ERIDAN Audit Krzysztof Ławecki, obejmująca:

- przegląd sprawozdania finansowego Platformy Mediowej Point Group S.A. oraz skonsolidowanego sprawozdania Grupy Kapitałowej Platformy Mediowej Point Group S.A. za I półrocze 2010 roku. Umowa została zawarta w dniu 13.08.2010 roku w Warszawie. Zgodnie z umową, podmiot uprawniony do badania sprawozdania finansowego otrzymał wynagrodzenie w kwocie 27,- tys.PLN plus podatek VAT
- badania sprawozdania finansowego Platformy Mediowej Point Group S.A. oraz skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej Platformy Mediowej Point Group S.A. za 2010 rok.

Umowa została zawarta w dniu 13.08.2010 roku w Warszawie.

Zgodnie z umową, podmiot uprawniony do badania sprawozdania finansowego otrzymuje wynagrodzenie w wysokości 30,- tys. PLN plus podatek VAT.

Emitent nie korzystał wcześniej z usług ERIDAN Audit Krzysztof Ławecki.

Wybór biegłego rewidenta został dokonany przez Radę Nadzorczą zgodnie z obowiązującymi przepisami i normami zawodowymi.

### 9.3. Dane teleadresowe

Platforma Mediowa Point Group Spółka Akcyjna (PMPG S.A., Spółka, Emitent) jest Jednostką Dominującą Grupy Kapitałowej PMPG.

Spółka została zarejestrowana w Sądzie Rejonowym dla Miasta Stołecznego Warszawy, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000051017.

Siedziba Jednostki Dominującej mieści się w Warszawie,

Adres: Al. Jerozolimskie 146 C., 02-305 Warszawa.

Spółka jest spółką publiczną notowaną na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.

## 10. Podpisy

PODPISY WSZYSTKICH CZŁONKÓW ZARZĄDU			
DATA	IMIĘ I NAZWISKO	STANOWISKO/FUNKCJA	PODPIS
2011-03-18	MICHAŁ M. LISIECKI	PREZES ZARZĄDU	
2011-03-18	TOMASZ SADOWSKI	WICEPREZES ZARZĄDU	

## **Załącznik nr 1**

### **OŚWIADCZENIE O STOSOWANIU ZASAD ŁADU KORPORACYJNEGO W ROKU OBROTOWYM ZAKOŃCZONYM 31 GRUDNIA 2010 R**

#### **OŚWIADCZENIE O STOSOWANIU ZASAD ŁADU KORPORACYJNEGO PRZEZ SPÓŁKĘ POD FIRMĄ PLATFORMA MEDIOWA POINT GROUP S.A. (dalej jako Spółka lub PMPG SA) W ROKU OBROTOWYM ZAKOŃCZONYM 31 GRUDNIA 2010 ROKU**

#### **I. Wskazanie zasad ładu korporacyjnego, któremu podlega Emitent, oraz miejsca, gdzie tekst zbioru jest publicznie dostępny.**

W roku obrotowym zakończonym 31 grudnia 2010 Spółka przestrzegała zasad zawartych w:

- dokumencie „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW” stanowiących załącznik do Uchwały Nr 12/1170/2007 Rady Giełdy z dnia 4 lipca 2007 r. - do dnia 30 czerwca 2010 roku. Zasady te opublikowane są na stronie internetowej <http://www.corp-gov.gpw.pl>.
- dokumencie „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW” stanowiących załącznik do Uchwały Nr 17/1249/2010 Rady Giełdy z dnia 12 maja 2010 r. - od dnia 1 lipca 2010 roku. Zasady te opublikowane są na stronie internetowej <http://www.corp-gov.gpw.pl>.

#### **II. Wskazanie zasad ładu korporacyjnego, które nie były przez emitenta stosowane, wraz ze wskazaniem jakie były okoliczności i przyczyny nie zastosowania danej zasady oraz w jaki sposób spółka zamierza usunąć ewentualne skutki nie zastosowania danej zasady lub jakie kroki zamierza podjąć, by zmniejszyć ryzyko nie zastosowania danej zasady w przyszłości.**

W 2010 roku Spółka przestrzegała zasad zawartych w dokumencie „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW” z wyjątkiem następujących zasad:

##### **1) Zasady (rekomendacji) z punktu I.1.:**

*W brzmieniu obowiązującym do 30 czerwca 2010 roku: „Spółka powinna prowadzić przejrzystą i efektywną politykę informacyjną, zarówno z wykorzystaniem tradycyjnych metod, jak i z użyciem nowoczesnych technologii, zapewniających szybkość, bezpieczeństwo oraz szeroki dostęp do informacji. Spółka korzystając w jak najszerszym stopniu z tych metod komunikowania powinna zapewnić odpowiednią komunikację z inwestorami i analitykami, umożliwić transmitowanie obrad walnego zgromadzenia z wykorzystaniem sieci Internet, rejestrować przebieg obrad i upubliczniać go na stronie internetowej”.*

*W brzmieniu obowiązującym od 1 lipca 2010 roku:* „Spółka powinna prowadzić przejrzystą i efektywną politykę informacyjną, zarówno z wykorzystaniem tradycyjnych metod, jak i z użyciem nowoczesnych technologii oraz najnowszych narzędzi komunikacji zapewniających szybkość, bezpieczeństwo oraz efektywny dostęp do informacji.

Korzystając w jak najszerszym stopniu z tych metod, spółka powinna w szczególności:

- prowadzić swoją stronę internetową, o zakresie i sposobie prezentacji wzorowanym na modelowym serwisie relacji inwestorskich, dostępnym pod adresem: <http://naszmodel.gpw.pl/>;
- zapewnić odpowiednią komunikację z inwestorami i analitykami, wykorzystując w tym celu również nowoczesne metody komunikacji internetowej;
- umożliwiać transmitowanie obrad walnego zgromadzenia z wykorzystaniem sieci Internet, rejestrować przebieg obrad i upubliczniać go na swojej stronie internetowej”.

Komentarz:

Spółka odstąpiła od stosowania powyższej zasady w zakresie transmitowania obrad walnego zgromadzenia z wykorzystaniem sieci Internet oraz w zakresie rejestrowania przebiegu obrad i publikowania go na stronie internetowej.

## 2) Zasady z punktu II.1.6:

„Spółka prowadzi korporacyjną stronę internetową i zamieszcza na niej roczne sprawozdania z działalności rady nadzorczej, z uwzględnieniem pracy jej komitetów, wraz z przekazaną przez radę nadzorczą oceną pracy rady nadzorczej oraz systemu kontroli wewnętrznej i systemu zarządzania ryzykiem istotnym dla spółki”.

Komentarz:

Spółka nie zastosowała się do powyższej zasady z tego względu, że Rada Nadzorcza odstąpiła w roku 2010 od sporządzenia rocznego sprawozdania z jej działalności oraz od przekazania oceny swojej pracy (wyjaśnienie poniżej do zasady III.1.1.).

## 3) Zasady z punktu III.1:

„Poza czynnościami wymienionymi w przepisach prawa rada nadzorcza powinna:

1. Raz w roku sporządzać i przedstawiać zwyczajnemu walnemu zgromadzeniu ocenę zwięzłą ocenę sytuacji spółki, z uwzględnieniem oceny systemu kontroli wewnętrznej i systemu zarządzania ryzykiem istotnym dla spółki,
2. Raz w roku dokonać i przedstawiać zwyczajnemu walnemu zgromadzeniu ocenę swojej pracy,
3. Rozpatrywać i opiniować sprawy mające być przedmiotem uchwał walnego zgromadzenia,”

Komentarz:

Rada Nadzorcza Spółki w roku 2010 odstąpiła czasowo od stosowania w pełni powyższej zasady poprzez niezastosowanie punktów 1 oraz 2. Jednakże, aby zminimalizować skutki niestosowania zasady, Rada Nadzorcza na swych posiedzeniach prezentowała Zarządowi Spółki sprawozdania ze swej działalności oraz zwięzłą ocenę sytuacji Spółki. Rada Nadzorcza udzielała także wszelkich informacji i wskazówek, które uważała za istotne, obligując Zarząd do przekazywania ich Akcjonariuszom Spółki podczas Walnych Zgromadzeń. W kolejnym roku obrotowym Rada Nadzorcza starać się będzie w pełni przestrzegać powyższej zasady poprzez sporządzenie i przedstawienie walnemu Zgromadzeniu Spółki raport z działalności Rady Nadzorczej oraz ocenę sytuacji Spółki.

4) Zasady z punktu IV.10:

„Spółka powinna zapewnić akcjonariuszom możliwość udziału w walnym zgromadzeniu przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej, polegającego na:

1. Transmisji obrad walnego zgromadzenia w czasie rzeczywistym,
2. Dwustronnej komunikacji w czasie rzeczywistym, w ramach której akcjonariusze mogą wypowiadać się w toku obrad walnego zgromadzenia przebywając w miejscu innym niż miejsce obrad,
3. Wykonywaniu osobiście lub przez pełnomocnika prawa głosu w toku walnego zgromadzenia”.

Komentarz:

Spółka tymczasowo nie zapewnia akcjonariuszom możliwości udziału w walnym zgromadzeniu przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej. Obecnie powyższej możliwości nie przewiduje Statut Spółki ani Regulamin Walnego Zgromadzenia Spółki, jednakże z uwagi na fakt, iż zgodnie z dokumentem „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW”, przedmiotowa zasada powinna być stosowana najpóźniej począwszy od dnia 1 stycznia 2012 roku, Spółka w roku 2011 podejmie stosowne decyzje i czynności mające na celu umożliwienie stosowania zasady w pełni.

### **III. Główne cechy stosowanych w PMPG SA systemów kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem w odniesieniu do procesu sporządzania sprawozdań finansowych i skonsolidowanych sprawozdań finansowych.**

Zarząd Spółki jest odpowiedzialny za system kontroli wewnętrznej w Spółce i jego skuteczność w procesie sporządzania sprawozdań finansowych i raportów okresowych przygotowywanych i publikowanych zgodnie z zasadami Rozporządzenia z dnia 19 lutego 2009 roku w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych.

Przeglądowi przez biegłego rewidenta podlegają półroczne sprawozdania finansowe; natomiast badaniu podlegają sprawozdania finansowe roczne: jednostkowe i skonsolidowane.

Skuteczny system kontroli wewnętrznej Spółki i zarządzania ryzykiem w procesie sprawozdawczości finansowej funkcjonuje poprzez:

- półroczne przeglądy i roczne badania publikowanych sprawozdań finansowych PMPG S.A. i Grupy Kapitałowej przez biegłego rewidenta,
- ustalanie zakresu raportowania na bazie obowiązujących Międzynarodowych Standardów Rachunkowości (MSR) i Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej (MSSF),
- wewnętrzny podział obowiązków w procesie przygotowania sprawozdań finansowych,
- autoryzacje sprawozdań finansowych przed publikacją.

Za przygotowywanie sprawozdań finansowych, okresowej sprawozdawczości finansowej i bieżącej sprawozdawczości zarządczej Spółki odpowiedzialny jest pion finansowy nadzorowany przez Dyrektora Finansowego Spółki.

#### **IV. Wskazanie akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio znaczące pakiety akcji wraz ze wskazaniem liczby posiadanych przez te podmioty akcji, ich procentowego udziału w kapitale zakładowym, liczby głosów z nich wynikających i ich procentowego udziału w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu**

Zgodnie z informacjami posiadanymi przez Emitenta na dzień 31 grudnia 2010 roku akcjonariuszami posiadającymi co najmniej 5% w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy byli:

AKCJONARIUSZ	LICZBA AKCJI	PROCENTOWY UDZIAŁ W KAPITALE ZAKŁADOWYM	LICZBA GŁOSÓW NA WALNYM ZGROMADZENIU SPÓŁKI	PROCENTOWY UDZIAŁ W OGÓLNEJ LICZBIE GŁOSÓW NA WALNYM ZGROMADZENIU SPÓŁKI
MICHAŁ LISIECKI	63 920 476	61,58%	63 920 476	61,58%



<b>PARRISH MEDIA N.V.</b>	8 326 426	8,0203%	8 326 426	8,0203%
<b>PIONEER PEKAO INVESTMENT MANAGEMENT SA</b>	9 397 975	9,05%	9 397 975	9,05%
<b>JAROSŁAW PACHOWSKI</b>	6 704 000	6,46%	6 704 000	6,46%
<b>DOM MAKLESKI IDM S.A.</b>	5 202 168	5,0109%	5 202 168	5,0109%

**V. Wskazanie posiadaczy wszelkich papierów wartościowych, które dają specjalne uprawnienia kontrolne, wraz z opisem tych uprawnień.**

Dla akcjonariuszy PMPG SA nie wynikają jakiegokolwiek specjalne uprawnienia kontrolne z faktu posiadania papierów wartościowych Emitenta.

**VI. Wskazanie wszelkich ograniczeń odnośnie do wykonywania prawa głosu, takich jak ograniczenie wykonywania praw głosu przez posiadaczy określonej części lub liczby głosów, ograniczenia czasowe dotyczące wykonywania prawa głosu lub zapisy, zgodnie z którymi, przy współpracy spółki, prawa kapitałowe związane z papierami wartościowymi są oddzielone od posiadania papierów wartościowych.**

W PMPG SA nie występują ograniczenia odnośnie wykonywania praw głosu.

**VII. Wskazanie wszelkich ograniczeń dotyczących przenoszenia prawa własności papierów wartościowych Emitenta.**

W PMPG SA nie występują ograniczenia odnośnie przenoszenia praw własności papierów wartościowych.

## **VIII. Opis zasad dotyczących powoływania i odwoływania osób zarządzających oraz ich uprawnień, w szczególności prawo do podjęcia decyzji o emisji lub wykupie akcji.**

### Rada Nadzorcza

W skład Rady Nadzorczej wchodzi od 5 do 9 członków, w tym Przewodniczący, Wiceprzewodniczący oraz Sekretarz. Członków Rady Nadzorczej powołuje i odwołuje Walne Zgromadzenie. Kadencja, na którą powoływani są członkowie Rady Nadzorczej jest wspólna i trwa trzy lata. Każdy z członków, a także cała Rada Nadzorcza, mogą zostać odwołani w każdym czasie przed upływem kadencji. Zgodnie ze Statutem Spółki oraz Regulaminem Rady Nadzorczej, Przewodniczącego, Wiceprzewodniczącego oraz Sekretarza wybiera Rada Nadzorcza z grona członków Rady w głosowaniu tajnym.

Rada Nadzorcza sprawuje stały nadzór nad działalnością Spółki. Do uprawnień Rady Nadzorczej należy ponadto powoływanie i odwoływanie członków Zarządu oraz ustalanie zasad wynagradzania członków Zarządu, reprezentowanie Spółki w umowach z członkami Zarządu, w tym również w zakresie warunków zatrudniania członków Zarządu, zawieszanie, z ważnych powodów, w czynnościach poszczególnych lub wszystkich członków Zarządu, a także delegowanie członka lub członków Rady do czasowego wykonywania czynności członków Zarządu nie mogących sprawować swych czynności, zatwierdzanie regulaminu Zarządu, wybór biegłego rewidenta uprawnionego do badania sprawozdań finansowych Spółki, ocena sprawozdania finansowego, zarówno co do zgodności z księgami i dokumentami, jak i ze stanem faktycznym, ocena sprawozdania Zarządu oraz wniosków Zarządu co do podziału zysku i pokrycia straty oraz składanie Walnemu Zgromadzeniu corocznego sprawozdania pisemnego z wyników tej oceny, zatwierdzanie strategii rozwoju Spółki, a także rocznych i wieloletnich planów finansowych.

### Zarząd

Zarząd Spółki składa się z 1 do 5 członków, w tym Prezesa Zarządu oraz nie więcej niż trzech Wiceprezesów.

Liczbę członków Zarządu określa Rada Nadzorcza. Rada Nadzorcza Emitenta powołuje i odwołuje członków Zarządu. Członków Zarządu powołuje się na okres wspólnej kadencji, która trwa pięć lat.

Mandaty członków Zarządu wygasają najpóźniej z dniem odbycia Walnego Zgromadzenia zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za ostatni pełny rok obrotowy pełnienia funkcji. Mandat członka powołanego do Zarządu przed upływem danej kadencji wygasa równocześnie z wygaśnięciem mandatów pozostałych członków Zarządu. Prezes i pozostali członkowie Zarządu oraz cały Zarząd mogą być odwołani lub z ważnych powodów zawieszeni przez Radę Nadzorczą w każdym czasie przed upływem kadencji, uchwałą powziętą większością 2/3 (dwóch trzecich) głosów obecnych na posiedzeniu.

Członkowie Zarządu pełnią swoje funkcje wyłącznie osobiście. Ponadto nadzorują prace poszczególnych jednostek organizacyjnych Spółki. Zarząd prowadzi sprawy Spółki i reprezentuje Spółkę.

Zarząd, na mocy uchwały nr 5 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Spółki z dnia 13 lutego 2009 roku upoważniony jest do podwyższenia kapitału zakładowego w ramach kapitału docelowego, w terminie trzech lat od dnia powzięcia uchwały. W przypadku emisji akcji Spółki w ramach kapitału docelowego podwyższanego o więcej niż 1 000 000 zł (jeden milion złotych), w trybie opisanym powyżej konieczne jest uzyskanie zgody Rady Nadzorczej. Na mocy upoważnienia Zarząd, za zgodą Rady Nadzorczej, może pozbawić dotychczasowych akcjonariuszy w całości lub w części prawa poboru akcji emitowanych w ramach kapitału docelowego.

W pozostałych przypadkach podwyższenie i obniżenie kapitału zakładowego, jeżeli przepisy kodeksu spółek handlowych oraz Statutu nie stanowią inaczej wymaga uchwały Walnego Zgromadzenia.

#### **IX. Opis zasad zmiany statutu lub umowy spółki emitenta.**

Zasady zmian Statutu Spółki określa ustawa kodeks spółek handlowych i Statut Spółki. Zgodnie z § 20 pkt. 8 Statutu zmiana statutu Spółki należy wyłącznie do kompetencji Walnego Zgromadzenia. Zgodnie natomiast z art. 430 § 1 kodeksu spółek handlowych zmiana Statutu wymaga uchwały Walnego Zgromadzenia i wpisu do rejestru. Zarząd Spółki zgłasza zmiany Statutu do sądu rejestrowego w terminie trzech miesięcy od dnia powzięcia uchwały przez walne zgromadzenie za wyjątkiem uchwał dotyczących podwyższenia lub obniżenia kapitału zakładowego Spółki, które Zarząd Spółki zgłasza w terminach zgodnych z art. 431 § 4 i 455 § 5 kodeksu spółek handlowych.

**X. Opis sposobu działania walnego zgromadzenia i jego zasadnicze uprawnienia oraz opis praw akcjonariuszy i sposobu ich wykonania, w szczególności zasady wynikające z regulaminu walnego zgromadzenia, jeżeli taki regulamin został uchwalony, o ile informacje w tym zakresie nie wynikają wprost z przepisów prawa.**

Walne Zgromadzenie Spółki PMPG S.A działa w oparciu o:

- Zasady ustalone w Kodeksie Spółek Handlowych,
- Statut Spółki,
- Regulamin Walnego Zgromadzenia,

Walne Zgromadzenie obraduje jako zwyczajne bądź nadzwyczajne. Walne Zgromadzenie zwołuje Zarząd Spółki w przypadkach określonych w Statucie bądź też w Kodeksie spółek handlowych.

Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie zwołuje Zarząd w miarę potrzeby, względnie na wniosek Rady Nadzorczej lub akcjonariuszy reprezentujących co najmniej jedną dwudziestą kapitału zakładowego.

Zwołanie Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia na wniosek Rady Nadzorczej lub akcjonariuszy powinno nastąpić w terminie 14 dni od daty zgłoszenia wniosku. Wniosek należy złożyć Zarządowi na piśmie lub w postaci elektronicznej.

Rada Nadzorcza może ponadto zwołać Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy jeżeli uzna je za wskazane.

Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie może być zwołane także przez akcjonariuszy reprezentujących co najmniej połowę ogółu głosów w Spółce.

Walne Zgromadzenie może odbyć się i powziąć uchwały także bez formalnego zwołania, jeśli cały kapitał jest reprezentowany, a nikt nie wniesie sprzeciwu, ani co do odbycia Walnego Zgromadzenia ani co do porządku obrad.

Zwyczajne Walne Zgromadzenie zwołuje Zarząd w ciągu sześciu miesięcy po upływie każdego roku obrotowego.

Zwyczajne walne zgromadzenie może zwołać Rada Nadzorcza, jeżeli zarząd nie zwoła go w terminie ustalonym w punkcie 1 niniejszego paragrafu.

Walne Zgromadzenie zwołuje się przez ogłoszenie dokonywane na stronie internetowej spółki oraz w formie komunikatu bieżącego, na co najmniej 26 dni przed terminem walnego zgromadzenia.

W ogłoszeniu spółka podaje: datę, godzinę i miejsce walnego zgromadzenia oraz szczegółowy porządek obrad, szczegółowy opis procedur dotyczących uczestnictwa w walnym zgromadzeniu i wykonywania prawa głosu.

Uprawnionymi do uczestnictwa w Walnym zgromadzeniu są:

- a) osoby będące akcjonariuszami Spółki na szesnaście dni przed datą walnego zgromadzenia (dzień rejestracji uczestnictwa w walnym zgromadzeniu).
- b) Osoby uprawnione z akcji imiennych i świadectw tymczasowych oraz zastawników i użytkowników, którym przysługuje prawo głosu, o ile będą wpisani do księgi akcyjnej w dniu rejestracji uczestnictwa w walnym zgromadzeniu.
- c) Właściciele akcji na okaziciela mających postać dokumentu mogą uczestniczyć w walnym zgromadzeniu spółki, jeżeli dokumenty akcji zostaną złożone w spółce nie później niż w dniu rejestracji uczestnictwa w walnym zgromadzeniu i nie będą odebrane przed zakończeniem tego dnia. Zamiast akcji może być złożone zaświadczenie wydane na dowód złożenia akcji u notariusza, w banku lub firmie inwestycyjnej mających siedzibę lub oddział na terytorium Unii Europejskiej lub państwa będącego stroną umowy o Europejskim Obszarze Gospodarczym, wskazanych w ogłoszeniu o zwołaniu walnego zgromadzenia. W zaświadczeniu wskazuje się numery dokumentów akcji i stwierdza, że dokumenty akcji nie będą wydane przed upływem dnia rejestracji uczestnictwa w walnym zgromadzeniu.
- d) Członkowie Zarządu i Rady Nadzorczej,
- e) Członkowie organów Spółki, których mandaty wygasły przed dniem Walnego Zgromadzenia,

- f) Organ zwołujący Walne Zgromadzenie może zaprosić inne osoby, jeżeli udział ich jest uzasadniony.

Lista akcjonariuszy uprawnionych do uczestnictwa w Walnym Zgromadzeniu podpisana przez Zarząd, zawierająca nazwiska i imiona albo firmy (nazwy) uprawnionych, ich miejsce zamieszkania (siedzibę), liczbę, rodzaj i numery akcji oraz liczbę przysługujących im głosów jest wykładana w sekretariacie Zarządu przez trzy dni powszednie przed odbyciem Walnego Zgromadzenia.

Akcjonariusze mogą przeglądać listę akcjonariuszy w lokalu Zarządu oraz żądać odpisu listy za zwrotem kosztów jego sporządzenia.

Akcjonariusze mogą żądać przesłania listy akcjonariuszy nieodpłatnie pocztą elektroniczną, podając adres, na który lista powinna być wysłana.

Akcjonariusze mają prawo żądać wydania odpisu wniosków w sprawach objętych porządkiem obrad w terminie tygodnia przed Walnym Zgromadzeniem.

Akcjonariusze mogą uczestniczyć w Walnym Zgromadzeniu oraz wykonywać prawo głosu osobiście lub przez pełnomocników.

Pełnomocnictwo do uczestniczenia w walnym zgromadzeniu spółki i wykonywania prawa głosu wymaga udzielenia na piśmie lub w postaci elektronicznej. Udzielenie pełnomocnictwa w postaci elektronicznej nie wymaga opatrzenia bezpiecznym podpisem elektronicznym weryfikowanym przy pomocy ważnego kwalifikowanego certyfikatu.

Akcjonariusz udzielający pełnomocnictwa w postaci elektronicznej do uczestniczenia w Walnym Zgromadzeniu powinien zawiadomić o tym Spółkę przesyłając skan pełnomocnictwa na adres emailowy wskazany przez Zarząd w ogłoszeniu o zwołaniu Walnego Zgromadzenia.

Osoby działające w imieniu akcjonariuszy będących osobami prawnymi jako członkowie ich władz powinni wykazać swoje prawo reprezentacji odpisem z rejestru handlowego.

Obrady Walnego Zgromadzenia otwiera Przewodniczący lub Wiceprzewodniczący albo Członek Rady Nadzorczej. Osoba otwierająca obrady przeprowadza wybór Przewodniczącego Zgromadzenia spośród osób uprawnionych do uczestnictwa w Walnym Zgromadzeniu. Po wyborze przewodniczącego sporządzona zostaje lista obecności, która wyłożona jest podczas obrad. Przedmiotowa lista zawiera spis uczestników Walnego Zgromadzenia z wymienieniem liczby akcji i służących im głosów. Przewodniczący przedstawia porządek obrad Zgromadzenia oraz wyznacza osoby dokonujące obliczeń głosów przed powołaniem Komisji Skrutacyjnej Zgromadzenia.

Zgodnie z postanowieniami Statutu Emitenta Walne Zgromadzenie może podejmować uchwały jedynie w sprawach objętych porządkiem obrad, z zastrzeżeniem art. 404 KSH. Wprowadzenie nowych spraw do porządku obrad jest możliwe, jeżeli cały kapitał zakładowy jest reprezentowany i nikt z obecnych nie wniósł sprzeciwu. Statut Emitenta oraz Regulamin Walnego Zgromadzenia stanowią, iż uchwały Walnego Zgromadzenia, o ile przepisy kodeksu spółek handlowych lub statutu nie stanowią inaczej, zapadają bezwzględną większością głosów oddanych. Za głosy oddane uważa się głosy "za", "przeciw"

i "wstrzymujące się". Uchwały Walnego Zgromadzenia zapadają bezwzględną większością głosów, bez względu na liczbę akcji obecnych na Walnym Zgromadzeniu. Zasada powyższa nie dotyczy przypadków, w których dla podjęcia danej uchwały przewidziano w przepisach prawa lub Statucie wymóg większości kwalifikowanej.

Statut Emitenta w § 20 określa przypadki, w których wymagane jest podjęcie przez Walne Zgromadzenie uchwały, tj.:

- rozpatrzenie i zatwierdzenie sprawozdania finansowego Spółki za ubiegły rok obrotowy, a także sprawozdania z działalności Spółki;
- udzielanie absolutorium członkom Rady Nadzorczej i członkom Zarządu Spółki z wykonania przez nich obowiązków;
- decydowanie o podziale zysku oraz o pokrywaniu strat, a także sposobie wykorzystania funduszy utworzonych z zysku, z zastrzeżeniem przepisów szczególnych regulujących w sposób odmienny tryb wykorzystania takich funduszy;
- powoływanie i odwoływanie członków Rady Nadzorczej oraz ustalanie zasad wynagradzania członków Rady Nadzorczej;
- podwyższenie i obniżenie kapitału zakładowego;
- wszelkie postanowienia dotyczące roszczeń o naprawienie szkody wyrządzonej przy zawiązaniu Spółki oraz sprawowaniu nadzoru lub zarządu;
- wyrażanie zgody na zbycie i wydzierżawienie przedsiębiorstwa lub jego zorganizowanej części oraz ustanowienie na nich ograniczonego prawa rzeczowego;
- zmiana Statutu;
- tworzenie i likwidowanie kapitałów rezerwowych i innych kapitałów oraz funduszy Spółki;
- decydowanie o umorzeniu akcji oraz nabywaniu akcji w celu ich umorzenia i określenie warunków ich umorzenia;
- emisja obligacji zamiennych lub z prawem pierwszeństwa;
- rozwiązanie, likwidacja i przekształcenie Spółki oraz jej połączenie z inną spółką;
- uchwalenie regulaminu Walnego Zgromadzenia;
- inne sprawy, dla których kodeks spółek handlowych wymaga uchwały Walnego Zgromadzenia.

Uchwała o zmianie przedmiotu działalności Spółki, która została powzięta większością 2/3 głosów oddanych przy obecności Akcjonariuszy, przedstawiających przynajmniej połowę kapitału zakładowego, jest skuteczna i nie powoduje obowiązku wykupu akcji tych Akcjonariuszy, którzy nie zgadzają się na tę zmianę. Ponadto uchwały co do emisji akcji, emisji obligacji zamiennych i obligacji z prawem pierwszeństwa objęcia akcji, umorzenia akcji, obniżenia kapitału zakładowego, zbycia przedsiębiorstwa Spółki albo jego zorganizowanej części, zmiany statutu, i rozwiązania Spółki zapadają większością  $\frac{3}{4}$  głosów oddanych.

Prawa i obowiązki związane z akcjami Spółki są określone w przepisach Kodeksu Spółek Handlowych, w Statucie oraz w innych przepisach prawa.

Akcje Emitenta są akcjami imiennymi oraz akcjami zwykłymi na okaziciela. Z akcjami nie są związane żadne dodatkowe prawa, przywileje ani ograniczenia. Zgodnie z § 7 ust. 3 Statutu Emitenta akcje na okaziciela mogą być zamienione na akcje imienne albo odwrotnie.

Prawa majątkowe związane z akcjami Spółki obejmują m.in.:

- Prawo do dywidendy, to jest udziału w zysku Spółki, wykazanym w sprawozdaniu finansowym, zbadanym przez biegłego rewidenta, przeznaczonym przez Walne Zgromadzenie do wypłaty akcjonariuszom (art. 347 KSH). Zysk rozdziela się w stosunku do liczby akcji. Statut Emitenta nie przewiduje żadnych przywilejów w zakresie tego prawa.
- Prawo zamiany akcji imiennych na akcje na okaziciela albo odwrotnie - może być zrealizowane na żądanie akcjonariusza (art. 334 § 2 KSH). Statut Spółki nie zawiera odmiennych postanowień.
- Prawo pierwszeństwa do objęcia nowych akcji w stosunku do liczby posiadanych akcji (prawo poboru); przy zachowaniu wymogów, o których mowa w art. 433 KSH, akcjonariusz może zostać pozbawiony tego prawa w części lub w całości w interesie Spółki mocą uchwały Walnego Zgromadzenia podjętej większością co najmniej czterech piątych głosów.
- Prawo do udziału w majątku Spółki pozostałym po zaspokojeniu lub zabezpieczeniu wierzycieli w przypadku jej likwidacji; Statut Spółki nie przewiduje żadnego uprzywilejowania w tym zakresie.
- Akcje Spółki mogą być umorzone za zgoda akcjonariusza w drodze nabycia akcji przez Spółkę (umorzenie dobrowolne). Warunki i tryb umorzenia dobrowolnego określa uchwała Walnego Zgromadzenia.
- Prawo do zbywania posiadanych akcji.
- Prawo do obciążania posiadanych akcji zastawem lub użytkowaniem.

Uprawnienia korporacyjne związane z akcjami obejmują m.in.:

- Prawo do uczestnictwa w Walnym Zgromadzeniu (art. 412 KSH) oraz prawo do głosowania na Walnym Zgromadzeniu (art. 411 § 1 KSH). Każdej akcji przysługuje jeden głos na Walnym Zgromadzeniu (art. 411 KSH). Akcjonariusz może głosować odmiennie z każdej z posiadanych akcji (art. 411<sup>3</sup> KSH).
- Prawo do złożenia wniosku o zwołanie Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia oraz do złożenia wniosku o umieszczenie w porządku obrad poszczególnych spraw przyznane akcjonariuszom posiadającym co najmniej jedną dwudziestą kapitału zakładowego Spółki (art. 400 § 1 KSH).
- Prawo zwołania Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia przyznane akcjonariuszom posiadającym co najmniej połowę kapitału zakładowego lub co najmniej połowę ogółu



głosów w spółce (art. 399 § 3 KSH).

- Prawo do zaskarżania uchwał Walnego Zgromadzenia na zasadach określonych w art. 422-427 KSH.
- Prawo do żądania wyboru Rady Nadzorczej oddzielnymi grupami; zgodnie z art. 385 § 3 KSH na wniosek akcjonariuszy, reprezentujących co najmniej jedną piątą część kapitału zakładowego, wybór Rady Nadzorczej powinien być dokonany przez najbliższe Walne Zgromadzenie w drodze głosowania oddzielnymi grupami.
- Prawo do uzyskania informacji o Spółce w zakresie i w sposób określony przepisami prawa, w szczególności zgodnie z art. 428 KSH, podczas obrad Walnego Zgromadzenia Zarząd jest obowiązany do udzielenia akcjonariuszowi, na jego żądanie, informacji dotyczących Spółki, jeżeli jest to uzasadnione dla oceny sprawy objętej porządkiem obrad; akcjonariusz, któremu odmówiono ujawnienia żądanej informacji podczas obrad Walnego Zgromadzenia który zgłosił sprzeciw do protokołu, może złożyć wniosek do Sadu Rejestrowego o zobowiązanie Zarządu do udzielenia informacji (art. 429 KSH).
- Prawo do żądania wydania odpisów sprawozdania Zarządu z działalności Spółki i sprawozdania finansowego wraz z odpisem sprawozdania Rady Nadzorczej oraz opinii biegłego rewidenta najpóźniej na piętnaście dni przed Walnym Zgromadzeniem (art. 395 § 4 KSH).
- Prawo do przeglądania w lokalu Zarządu listy akcjonariuszy uprawnionych do uczestnictwa w Walnym Zgromadzeniu oraz żądania odpisu listy za zwrotem kosztów jego sporządzenia (art. 407 § 1 KSH).
- Prawo do żądania przesłania listy akcjonariuszy nieodpłatnie drogą elektroniczną, podając adres na który lista powinna być wysłana (art. 407 § 1<sup>1</sup> KSH).
- Prawo do żądania wydania odpisu wniosków w sprawach objętych porządkiem obrad w terminie tygodnia przed Walnym Zgromadzeniem (art. 407 § 2 KSH).
- Prawo do złożenia wniosku o sprawdzenie listy obecności na Walnym Zgromadzeniu przez wybraną w tym celu komisję, złożoną z co najmniej z trzech osób. Wniosek mogą złożyć akcjonariusze, posiadający jedna dziesiątą kapitału zakładowego reprezentowanego na tym Walnym Zgromadzeniu. Wnioskodawcy mają prawo wyboru jednego członka komisji (art. 410 § 2 KSH).
- Prawo do przeglądania księgi protokołów oraz żądania wydania poświadczonych przez Zarząd odpisów uchwał (art. 421 § 2 KSH).
- Prawo do wniesienia powództwa o naprawienie szkody wyrządzonej Spółce na zasadach określonych w art. 486 i 487 KSH, jeżeli Spółka nie wytoczy powództwa o naprawienie wyrządzonej jej szkody w terminie roku od dnia ujawnienia czynu wyrządzającego szkodę.
- Prawo do przeglądania dokumentów oraz żądania udostępnienia w lokalu Spółki bezpłatnie odpisów dokumentów, o których mowa w art. 505 § 1 KSH (w przypadku połączenia spółek), w art. 540 § 1 KSH (w przypadku podziału Spółki) oraz w art. 561 § 1 KSH (w przypadku przekształcenia Spółki).



- Prawo do przeglądania księgi akcyjnej i żądania wydania odpisu za zwrotem kosztów jego sporządzenia (art. 341 § 7 KSH).
- Prawo żądania, aby spółka handlowa, która jest akcjonariuszem Emitenta, udzieliła informacji, czy pozostaje ona w stosunku dominacji lub zależności wobec określonej spółki handlowej albo spółdzielni będącej akcjonariuszem Emitenta albo czy taki stosunek dominacji lub zależności ustał. Akcjonariusz może żądać również ujawnienia liczby akcji lub głosów albo liczby udziałów lub głosów, jakie ta spółka handlowa posiada, w tym także jako zastawnik, użytkownik lub na podstawie porozumień z innymi osobami. Żądanie udzielenia informacji oraz odpowiedzi powinny być złożone na piśmie.

## **XI. Skład osobowy i zmiany, które w nim zaszły w ciągu ostatniego roku obrotowego, oraz opis działania organów zarządzających, nadzorujących lub administrujących Emitenta oraz ich komitetów.**

### 1. Skład osobowy oraz zasady działania organów zarządzających w 2010 roku.

#### Zarząd Emitenta działa w oparciu o :

- Zasady ustalone w Kodeksie Spółek Handlowych,
- Statut Spółki,
- Regulamin Zarządu.

Na dzień 31.12.2010 roku skład Zarządu Platformy Mediowej Point Group S.A. przedstawiał się następująco:

Michał M. Lisiecki - Prezes Zarządu

Tomasz Sadowski – Wiceprezes Zarządu

Zmiany w składzie Zarządu Platformy Mediowej Point Group S.A. w 2010 roku

W okresie od 1 stycznia 2010 roku do 31 grudnia 2010 roku nastąpiły następujące zmiany w składzie Zarządu:

- W dniu 14 czerwca 2010 roku, ze skutkiem na dzień 15 czerwca 2010 roku, z funkcji Wiceprezesa Zarządu zrezygnował Pan Marek Jakubczyk.

Zarząd prowadzi sprawy Spółki i reprezentuje Spółkę. Do zakresu działania Zarządu należą wszelkie sprawy związane z prowadzeniem spraw Spółki nie zastrzeżone przepisami prawa albo Statutem Spółki do kompetencji Walnego Zgromadzenia lub Rady Nadzorczej.

Zarząd Spółki składa się z 1 do 5 członków, w tym Prezesa Zarządu oraz nie więcej niż trzech Wiceprezesów.

Liczbę członków Zarządu określa Rada Nadzorcza. Rada Nadzorcza Emitenta powołuje i odwołuje członków Zarządu. Członków Zarządu powołuje się na okres wspólnej kadencji, która trwa pięć lat.

Mandaty członków Zarządu wygasają najpóźniej z dniem odbycia Walnego Zgromadzenia zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za ostatni pełny rok obrotowy pełnienia funkcji. Mandat członka powołanego do Zarządu przed upływem danej kadencji wygasa równocześnie z wygaśnięciem mandatów pozostałych członków Zarządu. Prezes i pozostali członkowie Zarządu oraz cały Zarząd mogą być odwołani lub z ważnych powodów zawieszeni przez Radę Nadzorczą w każdym czasie przed upływem kadencji, uchwałą powziętą większością 2/3 (dwóch trzecich) głosów obecnych na posiedzeniu.

Członkowie Zarządu pełnią swoje funkcje wyłącznie osobiście. Ponadto nadzorują prace poszczególnych jednostek organizacyjnych Spółki.

Oświadczenia woli w imieniu Spółki składa Prezes Zarządu samodzielnie, dwóch członków Zarządu działających łącznie lub członek Zarządu działający łącznie z prokurentem.

Opis działania Zarządu reguluje Regulamin Zarządu oraz Statut. Treść obu dokumentów jest dostępna na stronie internetowej [www.point-group.pl](http://www.point-group.pl).

## 2. Skład osobowy oraz zasady działania organów nadzorujących w 2010 roku.

Rada Nadzorcza działa w oparciu o :

- Zasady ustalone w Kodeksie Spółek Handlowych,
- Statut Spółki,
- Regulamin Rady Nadzorczej

Na dzień 31.12.2010 roku skład Rady Nadzorczej, przedstawiał się następująco:

Przewodniczący: Tomasz Biełanowicz

Wiceprzewodniczący: Katarzyna Gintrowska

Członkowie: Jarosław Pachowski, Andrzej Chmiel, Mariusz Pawlak.

Zmiany w składzie Rady Nadzorczej Spółki w 2010 roku.

W okresie od 1 stycznia 2010 roku do 31 grudnia 2010 roku nastąpiły następujące zmiany w składzie Rady Nadzorczej:

- W dniu 14 czerwca 2010 roku z pełnienia funkcji członka Rady Nadzorczej zrezygnował Pan Piotr Żochowski.

- W dniu 24 czerwca 2010 roku Zwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki, uchwałą nr 16, powołało Pana Mariusza Pawlaka do pełnienia funkcji członka Rady Nadzorczej Spółki.

W skład Rady Nadzorczej wchodzi od 5 do 9 członków, w tym Przewodniczący, Wiceprzewodniczący oraz Sekretarz. Członków Rady Nadzorczej powołuje i odwołuje Walne Zgromadzenie. Kadencja, na którą powoływani są członkowie Rady Nadzorczej jest wspólna i trwa trzy lata. Każdy z członków, a także cała Rada Nadzorcza, mogą zostać odwołani w każdym czasie przed upływem kadencji. Zgodnie ze Statutem Spółki oraz Regulaminem Rady Nadzorczej, Przewodniczącego, Wiceprzewodniczącego oraz Sekretarza wybiera Rada Nadzorcza z grona członków Rady w głosowaniu tajnym.

Rada Nadzorcza sprawuje stały nadzór nad działalnością Spółki we wszystkich dziedzinach. Na podstawie Regulaminu Rady Nadzorczej, jest ona uprawniona do wyrażania opinii we wszystkich sprawach związanych z działalnością Spółki, w tym także występowania z wnioskami i propozycjami do Zarządu, który zobowiązany jest, w terminie 14 dni od momentu wystąpienia Rady Nadzorczej z takimi wnioskami i propozycjami, do złożenia na ręce Przewodniczącego Rady Nadzorczej informacji o sposobie ich wykorzystania.

Posiedzenia Rady Nadzorczej odbywają się w miarę potrzeby, ale nie rzadziej niż trzy razy w roku obrotowym. Ponadto posiedzenie Rady Nadzorczej powinno zostać zwołane na pisemny wniosek złożony przez Akcjonariusza lub Akcjonariuszy, reprezentujących co najmniej 10 % kapitału zakładowego, Zarząd Spółki lub Członka Rady Nadzorczej.

Uchwały Rady Nadzorczej podejmowane są bezwzględną większością oddanych głosów, w obecności co najmniej połowy członków Rady Nadzorczej, w tym Przewodniczącego lub Wiceprzewodniczącego.

Uchwała Rady Nadzorczej, jeżeli przepisu kodeksu spółek handlowych nie stanowią inaczej, może być podjęta w trybie pisemnym lub przy wykorzystaniu środków bezpośredniego porozumiewania się na odległość. Ważność uchwały podjętej w trybie opisanym w zdaniu poprzednim jest uzależniona od powiadomienia wszystkich członków Rady Nadzorczej o treści projektu uchwały.

Zgodnie ze Statutem Emitenta oraz Regulaminem Rady Nadzorczej członkowie Rady Nadzorczej są obowiązani do wykonywania swoich praw i obowiązków osobiście.

Rada Nadzorcza Spółki pełni ponadto od grudnia 2009 roku zadania komitetu audytu, zgodnie z przepisami Ustawy o biegłych rewidentach i ich samorządzie, podmiotach uprawnionych do badania sprawozdań finansowych oraz nadzorze publicznym.

Opis działania rady nadzorczej reguluje Regulamin Rady Nadzorczej oraz Statut. Treść obu dokumentów jest dostępna na stronie internetowej [www.point-group.pl](http://www.point-group.pl).

Michał M. Lisiecki Prezes Zarządu

Tomasz Sadowski Wiceprezes Zarządu

Warszawa, dn. 18 marca 2011 roku