

SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI GRUPY KAPITAŁOWEJ CAM Media S.A. za okres od 1 stycznia do 30 czerwca 2012 roku

I. Opis działalności grupy kapitałowej emitenta.

Grupa kapitałowa CAM Media S.A. zajmuje się rozwojem niestandardowych mediów w dwóch wymiarach. Pierwszym z nich jest tak zwana kategoria „out-of-home”, drugim - świat wirtualny, czyli Internet. W ramach kategorii „out-of-home” wydzielono dwa segmenty działalności: „usługi marketingowe” oraz „niestandardowe powierzchnie reklamowe”. Trzecim segmentem działalności jest świat wirtualny, czyli Internet. Media niestandardowe to nośniki informacji reklamowej, które pozwalają dotrzeć do konsumenta w alternatywny sposób w porównaniu do mediów standardowych, takich jak telewizja, prasa, radio oraz klasyczne nośniki reklamy zewnętrznej.

Rzeczony rozwój mediów w kategorii „out-of-home” oznacza oferowanie powierzchni reklamowych, które pozwalają emitować przekazy do klientów w czasie ich drogi do pracy, szkoły, w trakcie zakupów oraz w miejscach rekreacji i wypoczynku.

W obszarze Internetu Grupa kapitałowa CAM Media S.A. rozwija produkty tzw. „performensowe”, oznaczające wynagradzanie przez klienta za osiągnięte wyniki komunikacji, mierzone konkretnymi działaniami odbiorców reklamy, takimi jak wejście na określoną stronę www, wypełnienie ankiety, a nawet zawarcie transakcji sprzedaży. W ramach działalności w Internecie Grupa kapitałowa CAM Media S.A. oferuje powierzchnie reklamowe na grupach stron www, a ponadto, w ramach realizowanych kampanii, Grupa kapitałowa CAM Media S.A. wykorzystuje do komunikacji reklamowej również internetowe fora społecznościowe.

II. Zasady sporządzania półrocznego skróconego skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

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

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

Najbardziej istotnym ryzykiem stojącym przez Grupą kapitałową CAM Media S.A. w pozostałych miesiącach roku jest niepewność co do tempa rozwoju rynku w świetle kryzysu finansowego w Europie (strefa EUR) i zawirowań na rynkach walutowych, gdyż wzrost rynku w poszczególnych segmentach branży, obserwowany przez uczestników rynku, jest nieco niższy od oczekiwań, a w niektórych przypadkach widoczna jest niewielka recesja. Biorąc pod uwagę pojawiające się okresowo sygnały z rynku europejskiego, którego częścią jest również rynek Polski, nasuwa się wniosek, że trwałość ożywienia na świecie jest jeszcze niepewna i gospodarka nie wróciła wciąż na ścieżkę stałego, dynamicznego wzrostu. Wyraźnie uwidocznił się powrót charakterystycznej dla branży sezonowości, co daje nadzieję na poprawę sprzedaży w drugiej połowie roku, niemniej jednak amplituda wahań sezonowych w bieżącym roku jest znacznie większa, głównie ze względu na EURO 2012, które istotnie zachwiało rynkiem, powodując istotnąwyżkę przychodów sektora w II kwartale. Co prawda, większość reklamodawców ponownie odblokowuje swoje budżety marketingowe, jednak niektóre wcześniej planowane działania są inaczej alokowane w czasie i ze względu na czynniki makroekonomiczne mogą zostać zmienione lub przesunięte na kolejny rok.

Niepewność co do dalszej sytuacji makroekonomicznej wyraża się w zmianie zachowania klientów Grupy, którzy z dużą ostrożnością podchodzą do podejmowania decyzji związanych z wydatkami marketingowymi. Sytuacja ta ulega powolnym zmianom, niemniej jednak w dalszym ciągu jest istotnie odmienna w stosunku do stanu sprzed kryzysu.

1



Drugim ewentualnym zagrożeniem dla Grupy kapitałowej CAM Media S.A. mogą być ograniczenia w zamieszczaniu reklam w przestrzeni miejskiej, które mogą zostać wprowadzone przez władze miejskie. Wprowadzenie takich ograniczeń może czasowo skutkować zmniejszeniem przychodów spółek z Grupy Kapitałowej w tym zakresie oraz potencjalnym wzrostem nakładów inwestycyjnych i kosztów związanych z dostosowywaniem się do nowych regulacji w tym zakresie.

IV. Pozostałe informacje do Skonsolidowanego raportu za I półrocze 2012 roku.

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

1. Wybrane dane finansowe na dzień 30 czerwca 2012 roku.

Dane bilansowe za 2012 przeliczono wg kursu średniego EUR wg tabeli NBP na 30 czerwca 2012 roku w wysokości 4,2613 zł natomiast dane rachunku zysków i strat oraz rachunku przepływów pieniężnych wg kursu EUR stanowiącego średnią arytmetyczną średnich kursów NBP obowiązujących na koniec każdego miesiąca, który wyniósł 4,2234 zł. Dane porównywalne przeliczone wg analogicznych kursów za 2011.

WYBRANE DANE FINANSOWE	w tys. zł		w tys. EUR	
	I półrocze narastająco (rok bieżący) od 01.01.2012 do 30.06.2012	I półrocze narastająco (rok poprzedni) od 01.01.2011 do 30.06.2011	I półrocze narastająco (rok bieżący) od 01.01.2012 do 30.06.2012	I półrocze narastająco (rok poprzedni) od 01.01.2011 do 30.06.2011
I. Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	30 900	24 595	7 464	5 822
II. Zysk (strata) z działalności operacyjnej	462	(2 525)	112	(598)
III. Zysk (strata) brutto	401	(2 549)	97	(603)
IV. Zysk (strata) netto	(82)	(2 598)	(20)	(615)
V. Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	1 521	(548)	367	(130)
VI. Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(1 270)	(1 164)	(307)	(275)
VII. Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	(541)	(213)	(131)	(50)
VIII. Przepływy pieniężne netto, razem	(290)	(1 924)	(70)	(455)

	30.06.2012	31.12.2011	30.06.2012	31.12.2011
IX. Aktywa razem	54 032	51 930	12 680	11 757
X. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	22 719	20 531	5 332	4 648
XI. Zobowiązania długoterminowe	1 988	2 233	466	506
XII. Zobowiązania krótkoterminowe	20 732	18 298	4 865	4 143
XIII. Kapitał własny	31 313	31 398	7 348	7 109
XIV. Kapitał zakładowy	728	728	171	165
XV. Liczba akcji	7 284 500	7 284 500	7 284 500	7 284 500
XVI. Zysk (strata) na jedną akcję zwykłą (w zł / EUR)	(0,01)	(0,36)	(0,00)	(0,08)
XVII. Rozwodniony zysk (strata) na jedną akcję zwykłą (w zł / EUR)	(0,01)	(0,36)	(0,00)	(0,08)
XVIII. Wartość księgowa na jedną akcję (w zł / EUR)	4,26	4,28	1,00	0,97
XIX. Rozwodniona wartość księgowa na jedną akcję (w zł / EUR)	4,26	4,28	1,00	0,97
XX. Zadeklarowana lub wypłacona dywidenda na jedną akcję (w zł / EUR)	-	-	-	-

W I półroczu 2012 roku w porównaniu do I półrocza 2011 roku nastąpił wyraźny wzrost sprzedaży, który w dużej mierze wynika z faktu uruchomienia przez klientów Grupy znacznych budżetów marketingowych związanych z odbywającym się w Polsce i na Ukrainie EURO 2012. W pierwszym półroczu widoczny był powrót do charakterystycznej sezonowości, z tym jednak zastrzeżeniem, iż amplituda wahań pomiędzy pierwszym i drugim kwartałem była znacznie większa niż historyczna.

1 2

Dynamicznemu wzrostowi sprzedaży (o 25,6%) towarzyszył również znaczny wzrost jej rentowności (o 93%), który wynikał głównie z faktu, iż pomimo mniejszej dynamiki wzrostu rynku Grupa kapitałowa CAM Media S.A. w dalszym ciągu konsekwentnie realizowała swoje założenia strategiczne związane z rozwijaniem oferowanych produktów, jak również udoskonalaniem zakresu świadczonych usług i pozyskiwaniem nowych klientów. Drugim istotnym obszarem były działania związane z optymalizacją kosztów działalności, które pozwoliły utrzymać dynamikę ich wzrostu na poziomie istotnie niższym od dynamiki wzrostu przychodów. W rezultacie rentowność netto sprzedaży zwiększyła się w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego i wyniosła -0,27%

Grupa w dalszym ciągu prowadzi intensywne działania w zakresie „New business”, których koszty były na zbliżonym poziomie, jak w analogicznym okresie ubiegłego roku. Efekty finansowe tych działań będą widoczne w drugiej połowie roku 2012 oraz latach kolejnych.

Podobny charakter oddziaływania na wyniki finansowe Grupy kapitałowej CAM Media miały inwestycje w nową sieć nośników reklamowych oraz nakłady finansowe w nowouruchomionych spółkach.

Razem czynniki te spowodowały, iż Grupa kapitałowa CAM Media S.A. odnotowała w I półroczu 2012 roku stratę netto w wysokości 81,9 tys. zł., co w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego stanowi poprawę wyniku o kwotę 2.516 tys. zł.

Analiza wskaźnikowa Grupy kapitałowej CAM Media

Na dzień 30 czerwca 2012 roku suma bilansowa Grupy kapitałowej CAM Media wyniosła 54.032 tys. zł, co stanowi wzrost w stosunku do stanu na 31 grudnia 2011 roku o kwotę 2.103 tys. zł tj. 4,05%.

Po stronie aktywów trwałych główną pozycję stanowiły rzeczowe aktywa trwałe, których wartość w stosunku do stanu na 31 grudnia 2011 roku zwiększyła się o 11,90 % i wyniosła 11.060 tys. zł. Natomiast udział aktywów obrotowych w aktywach ogółem stanowił na 30 czerwca 2012 roku 68,42 % i wynosił 36.969 tys. zł.

Po stronie pasywów główną pozycję stanowiły kapitały własne wynoszące 31.313 tys. zł, stanowiące 57,95% sumy bilansowej według stanu na 30 czerwca 2012 roku, co w porównaniu do 31 grudnia 2011 stanowi niewielki spadek o 85 tys. zł tj. o 0,27%.

Porównanie stanu poszczególnych pozycji bilansowych na koniec czerwca 2012 roku w stosunku do wartości tych pozycji na koniec roku 2011 wskazuje na:

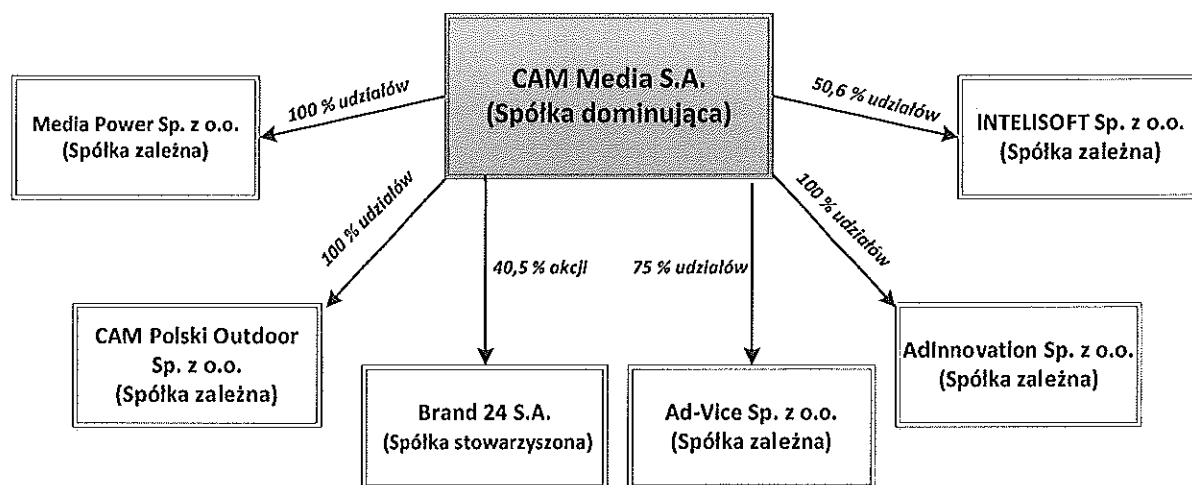
- Wzrost wartości rzeczowych aktywów trwałych, których wartość na dzień 30 czerwca 2012 roku wyniosła 11.060. tys. zł i była o 11,90% wyższa od wartości z końca 2011 roku.
- wzrost poziomu aktywów obrotowych o łączną kwotę 578 tys. zł., który powstał głównie w wyniku wzrostu należności handlowych o 3.129 tys. przy jednoczesnym zmniejszeniu się stanu środków pieniężnych oraz rozliczeń międzyokresowych o kwotę 2.032 tys. zł.
- zwiększenie zobowiązań krótkoterminowych o kwotę 2.434 tys. zł do poziomu 20.732 tys. zł. W obszarze zobowiązań długoterminowych odnotowano spadek o kwotę 245 tys. zł w związku ze spłatami kredytu na zakup lokali biurowych.
- wzrost poziomu rozliczeń międzyokresowych – kwoty należne odbiorcom, w związku z uruchomieniem nowych projektów, do poziomu 2.952 tys. zł.

2. Opis organizacji grupy kapitałowej emitenta.

Na dzień sporządzenia raportu półrocznego tj. 29 sierpnia 2012 roku CAM Media S.A. posiada 100% udziałów o wartości nominalnej 60.000 zł w kapitale zakładowym Media Power Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie, 100 % udziałów o wartości nominalnej 50.000 zł w kapitale zakładowym AdInnovation Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie, 50,6% udziałów o wartości nominalnej 61.500 zł w kapitale zakładowym Intelisoft Spółka z

490 3 AN

ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie, 75% udziałów o wartości nominalnej 27.500 zł w Ad-vice Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie, 100% udziałów o wartości nominalnej 5.000 zł w kapitale zakładowym CAM Polski Outdoor Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Michałowicach, jak również 41% udziałów w Spółce Akcyjnej Brand 24 z siedzibą w Warszawie.



Skonsolidowane śródroczne sprawozdanie finansowe obejmuje dane finansowe Spółki dominującej CAM Media SA oraz Spółek zależnych: Intelisoft Sp. z o.o.; AdInnovation Sp. z o.o. i Ad-vice Sp. z o.o.. Na dzień 30 czerwca 2012 roku Spółka zależna Media Power Sp. z o.o. oraz Spółka zależna CAM Polski Outdoor Sp. z o.o. nie rozpoczęły działalności gospodarczej, a więc w oparciu o Par. 5 i 8 MSR 8 nie zostały objęte konsolidacją. Zgodnie z MSR 28 Spółka stowarzyszona Brand 24 S.A. konsolidowana jest metodą praw własności.

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

Na dzień 30 czerwca 2012 roku CAM Media SA posiadała udziały i akcje w kapitale zakładowym MEDIA POWER Sp. z o.o., INTELISOFT Sp. z o.o., ADINNOVATION Sp. z o.o., AD-VICE Sp. z o.o., CAM Polski Outdoor Sp. z o.o., Brand 24 S.A. oraz ADUMA S.A.

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

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

Zarząd nie publikował prognoz finansowych na 2012 rok.

5. Wskazanie akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu emitenta na dzień przekazania raportu półrocznego tj. 29 sierpnia 2012 roku.

Poniższa tabela przedstawia wykaz akcjonariuszy, posiadających bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu CAM Media SA na dzień przekazania raportu półrocznego, tj. 29 sierpnia 2012 roku.

Akcjonariusz	Liczba akcji (szt.)	Udział w kapitale zakładowym (%)	Liczba głosów	Udział w ogólnej liczbie głosów (%)
CAM WEST s.a r.l.	3 000 000	41,18	6 000 000	58,34
INVESTORS TFI	962 322	13,21	962 322	9,36
QUERCUS PARASOŁOWY SFIO	522 756	7,18	522 756	5,08

W okresie od publikacji ostatniego sprawozdania okresowego (tj. od 15 maja 2012) nie nastąpiły zmiany w strukturze własności znacznych pakietów akcji CAM Media S.A.

6. Zestawienie stanu posiadania akcji emitenta lub uprawnień do nich przez osoby zarządzające i nadzorujące emitenta na dzień przekazania raportu półrocznego tj. 29 sierpnia 2012 roku.

Poniższa tabela przedstawia zestawienie stanu posiadania akcji CAM Media SA przez osoby zarządzające i nadzorujące na dzień przekazania raportu półrocznego, tj. 29 sierpnia 2012 roku.

Akcjonariusz	Liczba akcji (szt.)	Udział w kapitale zakładowym	Liczba głosów	Udział w ogólnej liczbie głosów
Krzysztof Przybyłowski - Prezes Zarządu	304.000	4,17%	304.000	2,96%
Paweł Orłowski - Wiceprezes Zarządu	302.196	4,15%	302.196	2,94%
Adam Michalewicz - Wiceprezes Zarządu	302.966	4,16%	302.966	2,95%
Członek Rady Nadzorczej*	5.103	0,07%	5.103	0,05%

*Osoba ta nie wyraziła zgody na publikowanie jej danych osobowych

Wskazanie zmian w stanie posiadania, w okresie od dnia przekazania poprzedniego sprawozdania okresowego, tj. od dnia 15 maja 2012 roku, odrębnie dla każdej z osób.

Pan Krzysztof Przybyłowski w dniach od 22 maja 2012 roku do 06 czerwca 2012 roku nabył 7.133 akcji CAM Media S.A, w wyniku czego jego udział w kapitale zakładowym CAM Media S.A. wzrósł do 4,17%, a udział w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu CAM Media S.A. wzrósł do 2,96%.

Pan Adam Michalewicz w dniu 31 maja 2012 roku nabył 50.000 akcji CAM Media S.A. Następnie w dniach od 06 czerwca 2012 roku do 14 czerwca 2012 roku nabył 14.000 akcji CAM Media S.A. W wyniku tego jego udział w kapitale zakładowym CAM Media S.A. wzrósł do 4,16%, a udział w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu CAM Media S.A. wzrósł do 2,95%.

Poza tym w okresie od dnia przekazania poprzedniego sprawozdania okresowego w stanie posiadania akcji Emitenta przez osoby zarządzające i nadzorujące nie wystąpiła żadna inna zmiana.

Zgodnie z posiadanymi przez Spółkę informacjami pozostałe osoby nadzorujące na dzień sporządzenia sprawozdania okresowego, tj. na 29 sierpnia 2012 roku nie posiadają akcji Spółki.

49 P 8 5 

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

W okresie I półrocza 2012 roku nie toczyły się żadne postępowania sądowe z udziałem CAM Media S.A., jak również Spółek zależnych.

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

W I półroczu 2012 roku CAM Media S.A. jak również Spółki zależne nie zawierały istotnych transakcji z podmiotami powiązanymi na innych warunkach niż rynkowe.

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

W okresie I półrocza 2012 roku CAM Media S.A. ani jej spółki zależne nie udzielały poręczeń kredytów lub pożyczek, ani nie udzielały gwarancji, łącznie jednemu podmiotowi lub jednostce zależnej od tego podmiotu, których łączna wartość stanowiłaby co najmniej równowartość 10% kapitałów własnych CAM Media S.A.

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

W ocenie Zarządu w okresie I półrocza 2012 roku nie wystąpiły żadne istotne zdarzenia wpływające na ocenę sytuacji kadrowej, majątkowej, finansowej, wyniku finansowego i ich zmian ani zdarzenia, które są istotne dla oceny możliwości realizacji zobowiązań przez CAM Media S.A..

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

W ocenie Zarządu istotny wpływ na wyniki finansowe w perspektywie najbliższych dwóch kwartałów może mieć rosnący, pomimo zmiany charakterystyki wahań, popyt na usługi reklamowe wynikający z widocznego w roku bieżącym powrotu do charakterystycznego dla branży trendu. Należy jednak podkreślić, że określenie dynamiki wzrostu rynku jest w chwili obecnej trudne, ze względu na występowanie czynników zaburzających występujący historycznie trend. Sytuacja ta powoduje, że precyzyjne prognozy zmian na rynku są w chwili obecnej trudne do opracowania.

W wymiarze wewnętrznym istotnym czynnikiem jest dalszy rozwój kompleksowej i innowacyjnej oferty usług oferowanych klientom coraz bardziej zainteresowanych takim rodzajem usług. Kolejnym czynnikiem są w dalszym ciągu prowadzone działania zmierzające do optymalizacji kosztowej prowadzonej przez Grupę działalności.

Niekorzystny wpływ może mieć natomiast pojawiająca się tendencja do wprowadzania ograniczeń w reklamie zewnętrznej, wprowadzana przez niektóre władze miejskie, co może doprowadzić do zmiany warunków realizowania kampanii reklamowych.

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

Punktem wyjścia do kierunków rozwoju Grupy kapitałowej CAM Media S.A. są zmiany, jakie zachodzą na rynku konsumenckim oraz tendencje rozwojowe sektora mediowego w Polsce.

Konsumenci są odbiorcami stale rosnącej liczby komunikatów reklamowych. Klasyczne media są przeładowane przekazami reklamowymi, co ma istotny wpływ na ich skuteczność. Z drugiej strony następuje proces fragmentacji mediów, co oznacza, że skuteczne dotarcie do konsumenta wymaga coraz większej liczby kanałów komunikacji. I po trzecie, znaczenie Internetu wzrosło do takiego poziomu, że stał się on konieczny w każdej kampanii i powoli przechodzi na pozycję medium podstawowego.

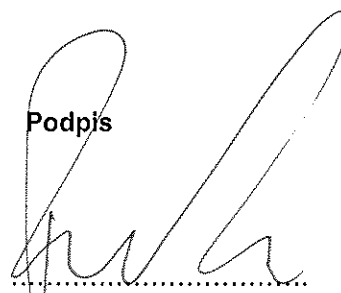


Grupa kapitałowa CAM Media S.A. zgodnie z obraną strategią rozwija się na dwóch głównych płaszczyznach. Pierwszą z nich jest wdrażanie kolejnych projektów rozwojowych w zakresie nowych

UWP 10 d 6 DP

nośników reklamowych w rentownych kategoriach reklamy „out-of-home”, których celem jest zapewnienie precyzyjnego dotarcia do grupy docelowej w niemal każdej lokalizacji poza miejscem zamieszkania. Ten segment będzie rozwijany w sposób organiczny. W tym celu jednym z podstawowych działań jest kontynuacja prac i projektów, mających na celu wprowadzanie nowych nośników reklamowych. Szczególny nacisk jest kładziony na pozyskiwanie nowych, atrakcyjnych lokalizacji, w których można zagwarantować skuteczne i efektywne dotarcie do potencjalnych odbiorców. Rozpoczęte programy inwestycyjne mogą być kontynuowane przez wiele lat.

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

W ramach działań wewnętrznych Emitent kontynuuje rozpoczęte działania zmierzające do wzrostu efektywności świadczenia usług, wdrażając w kolejnym etapie narzędzia służące większej kontroli kosztów zarówno bezpośrednich, jak i pośrednich. W rezultacie tego w niedługiej perspektywie planowane jest zwiększenie rentowności we wszystkich obszarach działalności.

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

Warszawa, dnia 29 sierpnia 2012 roku.

PROKURENT
DYREKTOR FINANSOWY
CAM Media S.A.


Dariusz Werbowy