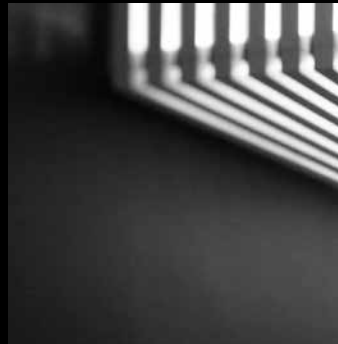


RAPORT TRZECI KWARTAŁ 2013

MEDIACAP
SA



SPIS TREŚCI

I. List od Zarządu	4
II. Sprawozdanie z działalności Zarządu MEDIACAP SA za Q3 2013	6
Dane ewidencyjne	8
Zarząd Spółki	8
Rada Nadzorcza	8
Akcjonariat Spółki	9
Opis działalności	12
Istotne wydarzenia	18
Zastosowane zasady i metody rachunkowości	20
Dane finansowe	23
Wyniki finansowe – analiza	39
Strategia rozwoju Spółki	42
Oświadczenie Zarządu w przedmiocie przestrzegania przez Spółkę zasad zawartych w „Dobre praktyki spółek notowanych na NewConnect”	44
III. Opis podstawowych zagrożeń i ryzyk	47
IV. Oświadczenie Zarządu w sprawie rzetelności sporządzenia sprawozdania finansowego	55
V. Dane kontaktowe	58

Szanowni Państwo,

Trzeci kwartał bieżącego roku przyniósł dalszy silny wzrost przychodów i zysków Grupy MEDIACAP. Od początku roku spółka osiągnęła 21 850 555,75 złotych przychodu (wzrost o 30,7% wobec Q3 2012) oraz 1 361 646,50 złotych zysku netto (wzrost o 110,58%).

Dane pokazują, że Grupa MEDIACAP jest na dobrej drodze by w skali roku osiągnąć solidny wzrost przychodów i zysków wobec 2012. Wpływ na ostateczną dynamikę rok do roku będą miały dwa wyjątkowe czynniki: duża baza z Q4 2012 z którą przyjdzie nam się zmierzyć w nadchodzącym kwartale oraz planowana konsolidacja wyników w związku z transakcjami w Q4 2013.

Opisane wyniki wskazują na silną pozycję spółki u progu rozpoczynającego się odbicia na rynku reklamy oraz skokowo zwiększonych przychodów dzięki finalizowanym obecnie dwóm przejściom: Grupy IQS Sp. z o.o. (ósmej największej w Polsce firmy badawczej, specjalizującej się w gromadzeniu i analizie danych) oraz drugiego targetu – spółki zajmującej się usługami z zakresu reklamy online i e-commerce.

Poniżej znajdują Państwo więcej szczegółów na temat kluczowych wyników i wydarzeń w Grupie MEDIACAP w Q3 2013:

Jednostka główna: 65,3% wzrostu przychodów i 843 tysiące zł zysku netto

Rozwój współpracy z obecnymi klientami oraz pozyskanie nowych klientów w postaci marek Samsung i Kia pozwoliły znacząco zwiększyć przychody i wynik netto jak również wygładzić sezonowość, którą tradycyjnie cechuje się obsługa budżetów eventowych.

Przychody jednostki głównej od początku roku wyniosły 13 824 765,31 i były aż o 65,3% wyższe niż rok wcześniej. Większe przychody przełożyły się na wzrost zysku netto o 194,86% do 842 941,52 złotych.

Scholz & Friends Warszawa: 8.345 tysięcy zł przychodów i 787 tysięcy zł zysku netto

Również spółka zależna Scholz & Friends Warszawa przyniosła dobre wyniki w Q3 2013. Narastająco jej przychody od początku roku wyniosły 8. 345.008,89 złotych a zysk netto 787.320,20 złotych (wzrost o 35,6%).

Choć przychody są na podobnym poziomie co w 2012, cieszy ich wyższa rentowność. W skali roku warto pamiętać, że wyniki za 2012 uwzględniały rozwiązanie 300 tysięcy

złotych rezerwy z tytułu sporu prawnego. Poprawa wyniku netto będzie więc silniejsza niż wskazują na to syntetyczne liczby.

Strategia rozwoju: dwie transakcje jeszcze w Q4 2013

Zgodnie z informacjami z poprzednich raportów okresowych, od początku roku byliśmy mocno skupieni na realizacji strategii przejęć. W efekcie jeszcze w tym roku planujemy sfinalizować aż dwie transakcje zakupu.

Pierwsza transakcja zakłada zakup 53% udziałów w Grupie IQS Sp. z o.o.: ósmej największej w Polsce firmy badawczej, specjalizującej się w gromadzeniu i analizie danych i jednej z najsilniejszych marek w tym segmencie.

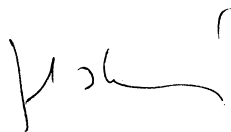
Druga transakcja pozwoli z kolei przejść pakiet 51% we wiodącej spółce zajmującej się usługami z zakresu reklamy online i e-commerce.

W efekcie zapewne jeszcze w tym roku odczujemy efekt konsolidacji ich przychodów przynajmniej w grudniu, a w nowy rok wejdziemy ze zdecydowanie większym portfelem klientów i zakresem usług. Dzięki przychodom w granicach 60 milionów złotych w 2014 będziemy również zdecydowanie większym podmiotem co poprawi naszą pozycję konkurencyjną i uwolni nowe synergie. Struktura obu transakcji została zaś tak pomyślana by jak najmniej obciążyć finansowo grupę i pokazać ich pozytywny efekt już w zysku netto 2014.

Podsumowanie

Dobre dane za ostatnie osiem kwartałów, silny wzrost w roku bieżącym i finalizacja aż dwóch transakcji – wszystko to pozwala nam wierzyć, że w nowy rok wejdziemy jeszcze więksi i silniejsi jako grupa. Wierzmy też, że te mocne fundamenty będą współgrać ze zdecydowanie bardziej pozytywną koniunkturą rynkową i przełożą się na dalszy mocny wzrost w 2014.

Zapraszamy do lektury pełnego raportu za Q3 2013 i łączymy wyrazy szacunku,



Jacek Olechowski
Prezes Zarządu
jo@mediacap.pl



Edyta Gurazdowska
Członek Zarządu
eg@mediacap.pl

|| SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI ZARZĄDU MEDIACAP SA ZA Q3 2013



1. DANE EWIDENCYJNE

MEDIACAP SA z siedzibą w Warszawie (kod 02-672), ul. Domaniewska 50A, powstała w wyniku przekształcenia EM LAB Sp. z o.o. wpisanej do Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000133305, powstałej zgodnie z aktem notarialnym Rep. A nr 1697/98 z 05 marca 1998. Przekształcenie nastąpiło zgodnie z przepisami Kodeksu spółek handlowych, na podstawie uchwały Zgromadzenia Wspólników EM LAB Sp. z o.o. z dnia 12 lutego 2008. Data rejestracji w KRS nazwy MEDIACAP SA – 30 sierpnia 2010. Zgodnie ze Statutem czas trwania działalności Spółki jest nieograniczony. Statut MEDIACAP SA został przyjęty aktem notarialnym Rep. A nr 3028/2008 w dniu 12 lutego 2008. Ostatnia zmiana statutu Spółki miała miejsce 18 stycznia 2011, Rep. A nr 456/2011.

2. ZARZĄD SPÓŁKI

Od dnia 23 lutego 2010 Zarząd Spółki składa się z:

Jacek Olechowski	Prezes Zarządu
Edyta Gurazdowska	Członek Zarządu

3. RADA NADZORCZA

Od 18 stycznia 2011 do 20 czerwca 2013 Rada Nadzorcza składała się z:

Hubert Janiszewski	Przewodniczący Rady Nadzorczej
Filip Friedmann	Członek Rady Nadzorczej
Piotr Kuc	Członek Rady Nadzorczej
Jacek Welc	Członek Rady Nadzorczej
Marek Żołędziowski	Członek Rady Nadzorczej

Od dnia 20 czerwca 2013 Rada Nadzorcza składa się z:

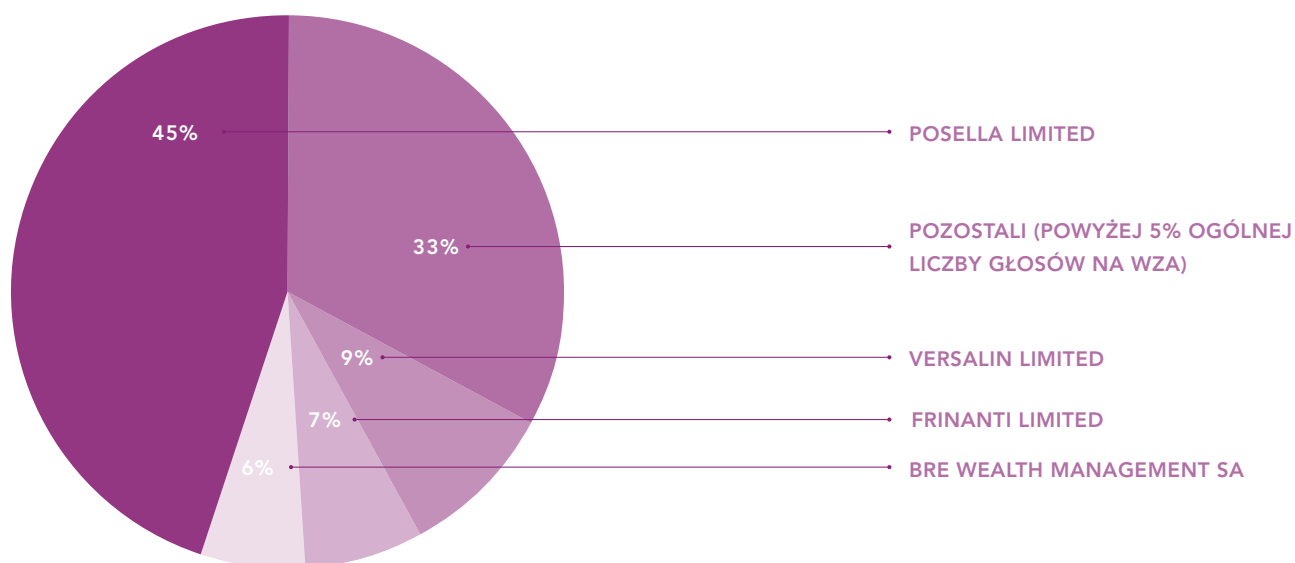
Hubert Janiszewski	Przewodniczący Rady Nadzorczej
Filip Friedmann	Członek Rady Nadzorczej
Julian Kozankiewicz	Członek Rady Nadzorczej
Jacek Welc	Członek Rady Nadzorczej
Marek Żołędziowski	Członek Rady Nadzorczej

4. AKCJONARIAT SPÓŁKI

Na dzień 29 października 2013 według informacji posiadanej przez Spółkę akcjonariat przedstawiał się następująco:

Imię i nazwisko (lub Nazwa)	Liczba posiadanych akcji stan na dzień 29.10.2013	Procentowy udział posiadanych akcji w kapitale zakładowym	Procentowy udział posiadanych akcji w głosach na WZA
Posella Limited	5 008 510	44,98%	44,98%
Frinanti Limited	782 475	7,03%	7,03%
Versalin Limited	956 362	8,59%	8,59%
BRE Wealth Management SA	693 734	6,23%	6,23%
Pozostali (poniżej 5% ogólnej liczby głosów na WZA)	3 693 799	33,17%	33,17%
SUMA	11 134 880	100,00%	100,00%

Spółka na dzień 29 października 2013 posiadała 144 138 własnych akcji.



Akcjonariusze posiadający co najmniej 5% (bezpośrednio i pośrednio) ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu na dzień sporządzenia raportu kwartalnego (na dzień 29 października 2013) oraz zmiany w strukturze własności znacznych pakietów akcji Emitenta od dnia, na który został sporządzony raport roczny za 2012.

Imię i nazwisko (lub Nazwa)	Liczba posiadanych akcji stan na dzień 29.10.2013	Zmiany w stanie posiadania akcji	Liczba posiadanych akcji stan na 31.12.2012	Procentowy udział posiadanych akcji w kapitale zakładowym	Procentowy udział posiadanych akcji w głosach na WZA
Posella Limited	5 008 510	+ 1 872 057	3 136 453	44,98%	44,98%
Jacek Olechowski	486 470	-	486 470	4,37%	4,37%
Frinanti Limited	782 475	- 1 089 582	1 872 057	7,03%	7,03%
Versalin Limited	956 362	- 782 475	1 738 837	8,59%	8,59%
BRE Wealth Management SA	693 734	-	693 734	6,23%	6,23%

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

Zestawienie zmian w stanie posiadania akcji Spółki lub uprawnień do nich (opcji) przez osoby zarządzające i nadzorujące Spółkę (na dzień 29 października 2013), zgodnie z posiadanymi przez Spółkę informacjami w okresie od dnia, na który został sporządzony raport roczny za 2012.

Imię i nazwisko (lub Nazwa)	Liczba posiadanych akcji stan na dzień 29.10.2013	Zmiany w stanie posiadania akcji	Liczba posiadanych akcji stan na 31.12.2012	Procentowy udział posiadanych akcji w kapitale zakładowym	Procentowy udział posiadanych akcji w głosach na WZA
Osoby zarządzające					
Jacek Olechowski	486 470	-	486 470	4,37%	4,37%
Edyta Gurazdowska	30 141	-	30 141	0,27%	0,27%
Osoby nadzorujące					
Filip Friedmann	359 650	-	359 650	3,23%	3,23%
Hubert Janiszewski	25 000	-	25 000	0,22%	0,22%
Julian Kozankiewicz	33 698	+ 33 698	-	0,30%	0,30%
Jacek Welc				0,00%	0,00%
Marek Żołędziowski				0,00%	0,00%

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

Marek Żołędziowski jest właścicielem spółki Versalin Limited,

Filip Friedmann jest właścicielem spółki Frinanti Limited,

Jacek Olechowski jest właścicielem spółki Posella Limited.

Skład Grupy kapitałowej MEDIACAP na dzień 30 września 2013.

Lp.	Nazwa firmy	Udział %
1.	MEDIACAP SA	100%
2.	Scholz & Friends Warszawa Sp. z o.o.	75%

Konsolidacji podlegają wszystkie wymienione spółki.

5. OPIS DZIAŁALNOŚCI

Grupa MEDIACAP SA prowadziła w Q3 2013 działalność gospodarczą przede wszystkim w trzech segmentach:

- A. planowaniu i realizacji wielokanałowych strategii reklamowych (w ramach spółki zależnej Scholz & Friends Warszawa). Przychody z tego typu usług stanowiły 38% całkowitych przychodów Grupy;
- B. kompleksowej realizacji imprez masowych i promocyjnych (event marketing), bezpośrednio w ramach MEDIACAP SA. Przychody z tego typu usług stanowiły 50% całkowitych przychodów Grupy;
- C. realizacji działań z zakresu niestandardowej reklamy zewnętrznej (tzw. ambient media), bezpośrednio w ramach MEDIACAP SA. Przychody z tego typu usług stanowiły 12%.

Cechą charakterystyczną dla wszystkich trzech segmentów, w której działają spółki Grupy, jest występowanie sezonowości sprzedaży. Osłabienie popytu występuje w I kwartale, w szczególności w miesiącach styczniu i lutym, natomiast zwiększenie sprzedaży występuje w IV kwartale, w szczególności w miesiącach listopad i grudzień.

a) Szczegółowy opis segmentów działalności Spółki

Kluczowe segmenty działalności spółek Grupy to:

Planowanie i realizacja wielokanałowych strategii reklamowych, czyli przygotowywanie analiz rynkowych, a następnie opracowywanie planów kampanii reklamowych z wykorzystaniem mass mediów (TV, Internet, prasa, radio, reklama zewnętrzna i kinowa, w tym ambient media) i ich realizacji (w tym produkcja treści reklamowych, produkcja materiałów reklamowych itp.);

Kompleksowe realizacje eventowe, czyli organizacja wydarzeń promocyjnych, w szczególności organizacja imprez małych oraz masowych (w przypadku wydarzeń na świeżym powietrzu powyżej 1000 osób), zarówno biletowanych, jak i z wolnym wstępem, w których marka sponsora gra istotną rolę i jest mocno komunikowana do zgromadzonych;

Prowadzenie działań z zakresu niestandardowej reklamy zewnętrznej, czyli prowadzenie ogólnopolskich i regionalnych akcji z wykorzystaniem nietypowych nośników reklamy zewnętrznej w ramach przestrzeni miejskiej. Działania te często poszerzone są o akcje promocyjne prowadzone przez hostessy i promotorów;

Działania promocyjne z udziałem promotorów oraz hostess, czyli działania prowadzone w centrach handlowych, w przestrzeni miejskiej (na ulicach) oraz w innych lokalizacjach o dużym natężeniu ruchu ludzi, polegające na rozdawaniu próbek produktów (sampling), ulotek lub zbieraniu informacji (ankietowaniu) od przechodniów;

Opracowywanie strategii eventowych, czyli tworzenie koncepcji oraz mierzenie efektów organizacji eventów dla klientów w obszarach business to business oraz business to consumer;

Działania z zakresu wsparcia sprzedaży, czyli tworzenie działań oraz animacji, pozwalających nawiązać interakcje z konsumentami oraz wspomóc sprzedaż produktów i usług;

Budowa baz danych, czyli zbieranie bazy danych konsumentów podczas wydarzeń promocyjnych lub podczas promocji sprzedażowych, w celu wykorzystania jej do sprzedaży usług lub produktów klienta;

Organizacja działań incentive, czyli działania polegające na organizacji zagranicznych oraz krajowych wyjazdów, będących częścią programu motywacyjnego dla pracowników lub partnerów handlowych klienta;

Organizacja konferencji i wydarzeń prasowych, czyli organizowanie konferencji prasowych prezentujących nowe produkty oraz usługi przed gronem zaproszonych dziennikarzy oraz przedstawicieli mediów.

Ze względu na fakt, iż umowy z klientami na ogół zawierane są na świadczenie pełnych pakietów usług z zakresu marketingu (obejmujących co najmniej kilka rodzajów usług spośród wymienionych powyżej), nie jest możliwe sporządzenie struktury przychodów ze sprzedaży w tak szczegółowym podziale na rodzaje świadczonych usług.

Również w zakresie sprawozdawczości wewnętrznej (rachunkowość zarządcza) Spółka traktuje wszystkie świadczone przez siebie usługi jako objęte jednym segmentem działalności.

b) Określenie głównych aktywności w Q3 2013 w powiązaniu z Klientami (w porządku alfabetycznym)

Firma: AXA Polska SA
Branża: Ubezpieczeniowa

W Q3 2013 agencja EM LAB zrealizowała projekt produkcji gadżetów na potrzeby konkursu podróźniczego realizowanego przez markę AXA Polska SA. Projekt realizowany na zlecenie agencji The Digitalis Sp. z o.o.

Firma: General Motors Poland Sp. z o.o.
Branża: Samochodowa

Agencja EM LAB zrealizowała w Q3 2013 roku druk materiałów POS do salonów – ulotek hangerów oraz naklejek podłogowych dla marki Opel. Projekt realizowany na zlecenie agencji Scholz&Friends Warszawa Sp. z o.o.

W Q3 Scholz & Friends Warszawa Sp. z o.o. przygotowała kampanię taktyczną wspierającą sprzedaż modeli osobowych „Horoskop Opla”. Działania obejmowały animacje do internetu, radio oraz aplikację na stronę główną opel.pl. Kampania prowadzona była w konwencji przepowiedni dla każdego znaku zodiaku.

Agencja przygotowała również kampanię wspierającą model Opla Mokka prowadzoną w telewizji, prasie, radio – Scholz & Friends Warszawa Sp. z o.o. zajęła się także przygotowaniem kampanii w internecie.

Ponadto agencja przygotowała materiały do dwóch kampanii dla serwisu Opla. Kampanię jesienną promującą usługę wymiany oleju oraz kampanię poświęconą portalowi dla Klientów Opla myOpelService.pl.

Firma: Google Poland Sp. z o.o.
Branża: Informatyka

W Q3 2013 roku Agencja EM LAB zrealizowała pierwsze wydarzenia, które w całości odbyły się po za granicami Polski (w Rydze). Drugim dużym wydarzeniem kwartału był organizowany co roku event Think with Google. Poza ww. eventami odbyły się mniejsze wydarzenia dla partnerów i Klientów firmy Google.

Firma: Grupa LUX MED
Branża: Medycyna

EM LAB kontynuował współpracę z Grupą LUX MED. W Q3 2013 EM LAB zapewniał obsługę marki LUX MED podczas wydarzeń, których Grupa LUX MED była partnerem – m.in. Forum Ekonomiczne w Krynicy czy Maraton Warszawski. Przygotowany został także film na potrzeby kampanii wewnętrznej skierowanej do pracowników firmy.

Firma: Grupa ŻYWIEC SA
Branża: Piwowarska

Agencja EM LAB zrealizowała w Q3 2013 roku cykl eventów w ramach projektu Warka „Ekipa na swoim”. Projekt realizowany był na zlecenie The Digitals Sp. z o.o.

Firma: Hyundai Motor Poland Sp. z o.o.
Branża: Samochodowa

Agencja EM LAB kontynuowała współpracę z firmą Hyundai Motor Poland. W Q3 2013 Agencja przygotowała ekspozycję samochodów marki Hyundai podczas Dni Koreańskich, Air Show 2013 oraz podczas Gali Mistrzów Sportu w Hotelu Hilton, których to wydarzeń marka Hyundai była partnerem.

Firma: Kaufland Polska Markety Sp. z o.o.
Branża: Retail

Spółka zależna Scholz & Friends Warszawa Sp. z o.o. w ramach współpracy kontynuowała kampanię produktową i wizerunkową dla marki Kaufland.

Firma: KIA Motors Polska Sp. z o.o.
Branża: Samochodowa

W Q3 2013 roku Agencja EM LAB zrealizowała projekt ekspozycji samochodów marki KIA podczas Dni Koreańskich.

Firma: Netia SA
Branża: Telekomunikacja

Agencja EM LAB kontynuowała współpracę z firmą Netia. W Q3 2013 trwały przygotowania kolejnej (piątej z rzędu) edycji Kongresu Biznes to Rozmowy (październik 2013). Agencja zapewniała także stoisko Netii podczas kongresu Grow Up Start Up.

Firma: Samsung Electronics Polska Sp. z o.o.

Branża: Elektroniczna

Agencja EM LAB zrealizowała pierwsze projekty dla firmy Samsung.

W Q3 Agencja realizowała cykl ekspozycji strefy marki Samsung podczas imprez Reebok Fitness Heroes. Agencja odpowiedzialna była za produkcję i koordynację strefy marki Samsung podczas 24 eventów cyklu oraz za wspierające tę akcję kampanie ambientowe.

Drugim realizowanym przez EMLAB w Q3 projektem dla marki Samsung było zaplanowanie, produkcja oraz koordynacja i obsługa strefy biznesowej Samsunga podczas Forum Ekonomicznego w Krynicy.

Firma: USP Zdrowie Sp. z o.o.

Branża: Farmaceutyczna

Spółka zależna Scholz & Friends Warszawa Sp. z o.o. w ramach wygranego przetargu, przygotowała i zrealizowała 30 sekundowy spot promujący Ibuprom Zatoki.

Bohaterką spotu jest Spec Op Girl – która uosabia cechy marki – jest niepodważalnym ekspertem w dziedzinie zapalenia zatok, jest zdecydowana, pewna siebie. Celem kampanii jest wzmocnienie wizerunku marki i wyedukowanie konsumentów, że zapalenie zatok to nie tylko uciążliwy ból, ale także zatkany nos.

Dodatkowo w ramach projektu przygotowany został layout prasowy, prezentacja multimedialna na tablet wspierająca działania przedstawicieli farmaceutycznych oraz materiał reklamowy dla aptekarzy.

Firma: Vectra Media Sp. z o.o.

Branża: Telekomunikacja

W trzecim kwartale 2013 spółka zależna Scholz & Friends Warszawa Sp. z o.o. przygotowała kampanię skupiającą się na podkreśleniu, że Vectra posiada największą ilość kanałów sportowych spośród największych dostawców telewizyjnych. Przygotowany 30 sekundowy spot telewizyjny pokazuje różnorodność dyscyplin sportowych do obejrzenia w Vectrze w zabawny i zaskakujący sposób. Reżyserem spotu jest Maciek Kowalczyk. Kampania obejmowała spot 30" i 10", billboardy, citylighty, nośniki autobusowe, wybraną prasę lokalną. Na potrzeby kampanii powstały także liczne materiały BTL do Biura Obsługi Klienta.

Ponadto agencja przygotowała materiały dla lokalnych kampanii prasowych bądź BTL-owych, także bannery, identyfikatory, dyplomy oraz liczne komplety dokumentów związane ze zmianami regulaminowymi oraz komunikacją do obecnych jak i nowych klientów.

c) działania MEDIACAP SA w obszarze rozwoju prowadzonej działalności

W Q3 2013 działania Zarządu skupiły się na następujących głównych kwestiach:

- Rozwijaniu współpracy z istniejącymi klientami tak aby stali się źródłem kolejnych zleceń w nadchodzącym roku. Utrzymanie i rozwój dotychczasowej bazy klientów są bowiem niezbędną podstawą jakiegokolwiek wzrostu biznesu, szczególnie w okresie dekoniunktury rynkowej. W efekcie wszyscy wiodący klienci jednostki głównej zapowiedzieli kontynuację współpracy, zaś w jednostce zależnej udało się uzyskać podobne deklaracje od 2 największych klientów firmy,
- Poszerzaniu zakresu działalności spółek grupy poprzez rozwój ich portfela usług. Działania te będą prowadzone przede wszystkim w jednostce głównej i mają doprowadzić do uruchomienia dodatkowych źródeł przychodów między innymi w zakresie zdobywania i realizacji zleceń w przetargach publicznych. Podobnie działania na przełomie 2011-2012 przyniosły już zlecenie o wartości ok. 11 milionów złotych brutto, które przyczynią się do dobrych wyników jednostki głównej również w 2013. Obok rynku publicznego istotnym obszarem zainteresowania w tej jednostce pozostają projekty realizowane w modelu partnerskim z klientami – dzięki czemu MEDIACAP SA uczestniczy w pozyskiwaniu sponsorów do danych wydarzeń i korzysta z tych dodatkowych przychodów,
- Negocjacji warunków przejęcia z dwoma podmiotami, których integracja w ramach MEDIACAP SA zwiększy przewagę konkurencyjną spółki i jej udział w rynku. Pierwsza transakcja zaplanowana na Q4 2013 zakłada przejęcie 53% udziałów Grupy IQS Sp. z o.o. – ósmej największej firmy badawczej w Polsce, specjalizującej się w gromadzeniu i analizie danych. Druga transakcja, również zaplanowana na rok 2013 zakłada przejęcie pakietu 51% udziałów we wiodącej spółce świadczącej usługi z zakresu reklamy online oraz e-commerce.

6. ISTOTNE WYDARZENIA

8 lipiec 2013 – Nabycie akcji Spółki przez Członka Rady Nadzorczej.

Zarząd MEDIACAP SA (dalej „Spółka”) poinformował, że w dniu 8 lipca 2013 roku, otrzymał zawiadomienie w trybie art. 160 ustawy o obrocie instrumentami finansowymi od Członka Rady Nadzorczej – Juliana Kozankiewicza, o nabyciu 2.591 akcji Spółki za cenę 3.218,26. Transakcja została dokonana na sesji zwykłej na rynku New Connect.

10 lipiec 2013 – Obniżenie ceny nabycia udziałów w Scholz & Friends Warszawa Sp. z o.o.

Zarząd MEDIACAP SA z siedzibą w Warszawie poinformował, że w dniu 10 lipca 2013 r. otrzymał podpisany oryginał porozumienia ze spółką Scholz & Friends Group GmbH w sprawie ostatecznego rozliczenia ceny nabycia udziałów w spółce Scholz & Friends Warszawa Sp. z o.o.

Z uwagi na warunki przewidziane umową sprzedaży udziałów z dnia 12 lutego 2010 r. oraz treść zawartego porozumienia stron, Scholz & Friends Group GmbH zwrócił MEDIACAP SA kwotę 80.931,10 złotych tytułem ostatecznego rozliczenia nabycia udziałów spółki Scholz & Friends Warszawa Sp. z o.o. z 2010 r.

30 lipiec 2013 – Publikacja raportu kwartalnego za drugi kwartał 2013.

6 wrzesień 2013 – Zatwierdzenie przez PARP dofinansowania projektu spółki MEDIACAP SA w wysokości 733 K.

Zarząd MEDIACAP SA (dalej: „Spółka”) poinformował, że powziął wiadomość o przyznaniu Spółce dofinansowania na realizację projektu w ramach działania 8.2 „Wspieranie wdrażania elektronicznego biznesu typu B2B”.

Oznacza to, iż w ciągu najbliższych dni spółka MEDIACAP SA zostanie zaproszona do podpisania z Państwową Agencją Rozwoju Przedsiębiorczości umowy na dofinansowanie projektu w kwocie 733.250,00 zł (siedemset trzydzieści trzy tysiące dwieście pięćdziesiąt złotych).

Łączna kwota dofinansowania wskazana powyżej stanowi 70% całkowitych kosztów. Planowany termin realizacji projektu: 01.10.2013-28.02.2015.

12 wrzesień 2013 – Zmiana adresu spółki.

Zarząd MEDIACAP SA zawiadomił, że nastąpiła zmiana adresu Spółki MEDIACAP SA oraz spółki zależnej Scholz & Friends Warszawa Sp. z o.o.

Nowy adres Spółek to:

ul. Domaniewska 50A,
02-672 Warszawa

27 wrzesień 2013 – Planowane przejęcia w Q4 2013.

Zarząd MEDIACAP SA (dalej „Spółka”) poinformował, że Spółka otrzymała zgodę Rady Nadzorczej na kontynuowanie prac nad przejęciem pakietu kontrolnego w dwóch spółkach. Jeden podmiot działa w segmencie usług online/e-commerce, drugi w segmencie zbierania i analizy danych marketingowych. W przypadku pozytywnego zakończenia procesów negocjacji, procesów due dilligence oraz pozyskania niezbędnych zgód korporacyjnych obie transakcje zostaną dokonane do końca 2013 roku, tak aby wyniki tych podmiotów był konsolidowane od stycznia 2014.

7. ZASTOSOWANE ZASADY I METODY RACHUNKOWOŚCI:

Sprawozdanie finansowe zostało sporządzone zgodnie z Ustawą z dnia 29 września 1994 o rachunkowości (DzU nr 121 poz.591 z późniejszymi zmianami), według zasady kosztu historycznego. Sprawozdanie finansowe zostało sporządzone przy założeniu kontynuowania działalności gospodarczej w dającej się przewidzieć przyszłości oraz niewystępowania okoliczności wskazujących na zagrożenia kontynuowania działalności.

Spółka stosuje następujące roczne stawki amortyzacyjne dla podstawowych grup środków trwałych:

- Budynki, lokale i obiekty inżynierii lądowej i wodnej 10%
- Urządzenia techniczne i maszyny (komputery) 30%
- Urządzenia techniczne 10%/18%
- Środki transportu 20%
- Pozostałe środki trwałe 20%

Roczne stawki amortyzacyjne dla wartości niematerialnych i prawnych są następujące:

- Licencje 50%
- Znak towarowy 10%

Środki trwałe w budowie oraz grunty, w tym prawo wieczystego użytkowania gruntu nie są amortyzowane.

Środki trwałe o wartości poniżej 3 500,00 PLN netto, a zarazem o wartości powyżej 1 500,00 PLN netto są zaliczane do niskocennych środków trwałych i są umarzane jednorazowo w miesiącu zakupu i przyjęcia tych środków do użytkowania. Składniki majątku o wartości poniżej 1 500,00 PLN netto są zaliczane bezpośrednio w koszty materiałów.

Należności wycenia się w kwocie wymagalnej zapłaty, z zachowaniem zasady ostrożnej wyceny i wykazuje w kwocie netto (po pomniejszeniu o odpisy aktualizujące). Wartość należności podlega aktualizacji wyceny przy uwzględnieniu stopnia prawdopodobieństwa ich zapłaty poprzez dokonanie odpisu aktualizującego.

Do aktywów pieniężnych zalicza się aktywa w formie krajowych środków płatniczych i walut obcych. Do aktywów pieniężnych zaliczane są także naliczone odsetki od aktywów finansowych.

Czynne rozliczenia międzyokresowe kosztów dokonywane są w odniesieniu do poniesionych kosztów dotyczących przyszłych okresów sprawozdawczych. Odpisy czynnych rozliczeń międzyokresowych kosztów następują stosownie do upływu czasu. Czas i sposób rozliczenia jest uzasadniony charakterem rozliczanych kosztów, z zachowaniem zasady ostrożnej wyceny. Koszty stanowiące różnicę pomiędzy niższą wartością otrzymanych finansowych składników aktywów, a wyższą kwotą zobowiązania zapłaty za nie, odpisywane są w koszty finansowe w równych ratach, w ciągu okresu, na jaki zaciągnięto zobowiązanie.

Kapitał zakładowy wykazywany jest w wysokości określonej w umowie i wpisanej w rejestrze sądowym. Zadeklarowane, lecz niewniesione wkłady kapitałowe ujmowane są jako należne wkłady na poczet kapitału.

Rezerwy na zobowiązania wycenia się w uzasadnionej, wiarygodnie oszacowanej wartości. Rezerwy tworzone są na:

- pewne lub o dużym stopniu prawdopodobieństwa przyszłe zobowiązania, których kwotę można w sposób wiarygodny oszacować, a w szczególności na straty z transakcji gospodarczych w toku, w tym z tytułu udzielonych gwarancji, poręczeń, operacji kredytowych, skutków toczącego się postępowania sądowego;
- przyszłe zobowiązania spowodowane restrukturyzacją, jeżeli na podstawie odrębnych przepisów jednostka jest zobowiązana do jej przeprowadzenia lub zawarto w tej sprawie wiążące umowy, a plany restrukturyzacyjne pozwalają w sposób wiarygodny oszacować wartość tych przyszłych zobowiązań.

Zobowiązania są wykazywane w kwocie wymagającej zapłaty. Zobowiązania finansowe, których uregulowanie zgodnie z umową następuje drogą wydania aktywów finansowych innych niż środki pieniężne lub wymiany na instrumenty finansowe, wykazywane są według wartości godziwej.

Bierne rozliczenia międzyokresowe kosztów dokonywane są w wysokości prawdopodobnych zobowiązań przypadających na bieżący okres sprawozdawczy, wynikających w szczególności:

- ze świadczeń wykonanych na rzecz jednostki przez kontrahentów jednostki, gdy kwotę zobowiązania można oszacować w sposób wiarygodny,
- z obowiązku wykonania, związanych z bieżącą działalnością, przyszłych świadczeń wobec nieznanymi osobami, których kwotę można oszacować, mimo że data powstania zobowiązania

nie jest jeszcze znana, w tym z tytułu napraw gwarancyjnych i rękojmi za sprzedane produkty długotrwałego użytku.

Odpisy biernych rozliczeń międzyokresowych kosztów następują stosownie do upływu czasu. Czas i sposób rozliczenia jest uzasadniony charakterem rozliczanych kosztów, z zachowaniem zasady ostrożnej wyceny.

Przychody ze sprzedaży są uznawane w momencie wydania towaru lub wykonania usługi. Sprzedaż wykazuje się w wartości netto tj. bez uwzględnienia podatku od towarów i usług oraz wszelkich udzielonych rabatów. Ceny sprzedaży ustalone są na podstawie zaakceptowanych kosztorysów.

Podatek dochodowy od osób prawnych jest wpłacany zaliczkowo na podstawie art. 25 pkt 6 Ustawy o podatku dochodowym od osób prawnych (Dz. U. z 2000 nr 54 poz. 654 z późniejszymi zmianami). W trakcie roku w księgach podatek jest ujmowany zgodnie z płatnościami zrealizowanymi na podstawie powyższego artykułu. Na koniec roku dokonywane jest pełne rozliczenie podatku. W związku z tym efektywna stopa procentowa podatku na koniec roku jest wyższa niż wykazywana w trakcie roku.

W 2013 nie dokonano zmian wyceny, które wywierałyby istotny wpływ na sprawozdania finansowe.

8. DANE FINANSOWE

Spółka nie publikuje prognoz danych finansowych.

a) Wybrane dane finansowe

WYBRANE DANE FINANSOWE	w PLN				w EUR				
	2013 rok		2012 rok		2013 rok		2012 rok		
	Skonsolidowane	Skonsolidowane	Jednostkowe MEDIACAP SA	Jednostkowe MEDIACAP SA	Skonsolidowane	Skonsolidowane	Jednostkowe MEDIACAP SA	Jednostkowe MEDIACAP SA	
	okres od 01.01.2013 do 30.09.2013	okres od 01.01.2012 do 30.09.2012	okres od 01.01.2013 do 30.09.2013	okres od 01.01.2012 do 30.09.2012	okres od 01.01.2013 do 30.09.2013	okres od 01.01.2012 do 30.09.2012	okres od 01.01.2013 do 30.09.2013	okres od 01.01.2012 do 30.09.2012	
Dane dotyczące skróconego sprawozdania finansowego									
I. Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	21 850 555,75	16 720 547,74	13 824 765,31	8 365 366,00	5 200 532,12	3 972 475,76	3 290 357,32	1 987 447,67	
II. Amortyzacja	75 190,87	143 850,78	42 924,66	69 198,63	17 895,77	34 176,14	10 216,27	16 440,24	
III. Zysk (strata) ze sprzedaży	1 695 413,12	933 560,37	966 736,71	310 068,10	403 516,07	221 795,72	230 087,75	73 666,13	
IV. Zysk (strata) z działalności operacyjnej	1 763 440,38	885 026,88	965 689,35	293 237,90	419 706,87	210 265,11	229 838,48	69 667,60	
V. Zysk (strata) brutto	1 669 134,55	791 804,89	953 599,52	285 874,13	397 261,65	188 117,39	226 961,04	67 918,11	
VI. Zysk (strata) mniejszości	196 830,05	145 187,71	-	-	46 846,45	34 493,77	0,00	0,00	
VII. Zysk (strata) netto	1 361 646,50	646 617,18	842 941,52	285 874,13	324 078,09	153 623,62	200 623,93	67 918,11	
VIII. Należności długoterminowe	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
IX. Należności krótkoterminowe	5 331 072,01	6 305 604,37	4 198 485,41	4 601 979,14	1 264 395,80	1 532 793,13	995 774,83	1 118 668,66	
X. Środki pieniężne i inne aktywa pieniężne	733 691,36	37 639,46	566 912,46	22 821,88	174 013,08	9 149,56	134 457,33	5 547,64	
XI. Kapitał własny razem	3 877 829,77	2 749 314,13	4 808 829,69	4 405 646,16	919 723,40	668 314,97	1 140 533,10	1 070 943,21	
XII. Zobowiązania długoterminowe	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
XIII. Zobowiązania krótkoterminowe	2 932 903,92	3 435 257,73	2 138 286,26	2 149 494,10	695 610,82	835 057,06	507 147,56	522 508,17	
XIV. Liczba akcji	11 134 880	11 134 880	11 134 880	11 134 880	11 134 880	11 134 880	11 134 880	11 134 880	
XV. Zysk (strata) na jedną akcję zwykłą (w zł/EUR)	0,12	0,06	0,08	0,03	0,03	0,01	0,02	0,01	
XVI. Wartość księgową na jedną akcję (w zł/EUR)	0,35	0,25	0,43	0,40	0,08	0,06	0,10	0,10	

	rok 2013		rok 2012	
	Skonsolidowane	Jednostkowe MEDIACAP SA	Skonsolidowane	Jednostkowe MEDIACAP SA
	okres od 01.01.2013 do 30.09.2013	okres od 01.01.2013 do 30.09.2013	okres od 01.01.2012 do 30.09.2012	okres od 01.01.2012 do 30.09.2012
XVII. Liczba osób zatrudnionych w przeliczeniu na pełne etaty	9,72	3,83	14,48	4,08

Kursy przyjęte do przeliczenia danych finansowych

W przypadku danych bilansowych użyto średniego kursu NBP ustalonego na ostatni dzień okresu, którego dotyczą prezentowane dane.

W przypadku danych pochodzących z rachunku zysków i strat oraz rachunku przepływów pieniężnych użyto kursów stanowiących średnią arytmetyczną kursów podawanych przez NBP na ostatni dzień miesiąca wchodzącego w skład okresu sprawozdawczego.

	średni na koniec okresu	średni w okresie
2012	4,1138	4,2091
2013	4,2163	4,2016

b) Rachunek wyników za Q3 2013

Dane w PLN	rok 2013	rok 2012	rok 2013	rok 2012
	okres od 01-07-13 do 30-09-13	okres od 01-07-12 do 30-09-12	okres od 01-07-13 do 30-09-13	okres od 01-07-12 do 30-09-12
	Skonsolidowane	Skonsolidowane	Jednostkowe MEDIACAP SA	Jednostkowe MEDIACAP SA
A. Przychody ze sprzedaży i zrównane z nimi, w tym:	4 649 941,78	5 637 402,08	3 539 851,83	2 859 106,18
I. Przychód ze sprzedaży produktów	4 567 381,78	5 581 110,03	3 457 291,83	2 803 397,33
II. Zmiana stanu produktów (zwiększenie – wartość dodatnia, zmniejszenie wartość ujemna)	-	-	-	-
III. Koszty wytworzenia produktów na własne potrzeby jednostki	-	-	-	-
IV. Przychody netto ze sprzedaży towarów i materiałów	82 560,00	56 292,05	82 560,00	55 708,85
B. Koszty działalności operacyjnej	4 182 428,51	5 346 999,93	3 228 921,86	2 817 293,31
I. Amortyzacja	23 999,42	30 176,92	14 598,27	18 214,02
II. Zużycie materiałów i energii	325 012,72	207 905,02	297 917,77	180 602,74
III. Usługi obce	3 154 419,95	4 380 377,61	2 594 406,98	2 292 235,01
IV. Podatki i opłaty, w tym:	5 744,76	14 892,46	5 050,98	14 030,91
– podatek akcyzowy	-	-	-	0,00
V. Wynagrodzenia	595 082,51	621 715,68	287 693,65	266 033,16
VI. Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	30 284,52	36 829,37	11 097,19	10 027,08
VII. Pozostałe koszty rodzajowe	47 884,63	55 102,87	18 157,02	36 150,39
VIII. Wartość sprzedanych towarów i materiałów	-	-	-	-
C. Zysk (strata) ze sprzedaży (A–B)	467 513,27	290 402,15	310 929,97	41 812,87
D. Pozostałe przychody operacyjne	32 882,89	19 825,77	24 355,68	20 640,96
I. Zysk ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych	-	-	-	-
II. Dotacje	-	-	-	-
III. Inne przychody operacyjne	32 882,89	19 825,77	24 355,68	20 640,96
E. Pozostałe koszty operacyjne	23 347,10	24 211,88	19 785,71	17 304,27
I. Strata ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych	-	-	-	-
II. Aktualizacja wartości aktywów niefinansowych	-	-	-	-
III. Inne koszty operacyjne	23 347,10	24 211,88	19 785,71	17 304,27
F. Zysk (strata) z działalności operacyjnej (C+D–E)	477 049,06	286 016,04	315 499,94	45 149,56

RAPORT Q3 2013

Dane w PLN	rok 2013	rok 2012	rok 2013	rok 2012
	okres od 01-07-13 do 30-09-13	okres od 01-07-12 do 30-09-12	okres od 01-07-13 do 30-09-13	okres od 01-07-12 do 30-09-12
	Skonsolidowane	Skonsolidowane	Jednostkowe MEDIACAP SA	Jednostkowe MEDIACAP SA
G. Przychody finansowe	4 197,26	3 601,73	3 924,24	3 386,49
I. Dywidendy i udziały w zyskach, w tym:	-	-	-	-
– od jednostek powiązanych	-	-	-	-
II. Odsetki, w tym:	4 169,14	3 601,73	3 924,24	3 386,49
– od jednostek powiązanych	-	-	-	-
III. Zysk ze zbycia inwestycji	-	-	-	-
IV. Aktualizacja wartości inwestycji	-	-	-	-
V. Inne	28,12	-	0,00	0,00
H. Koszty finansowe	25 527,11	6 265,26	22 065,66	1 747,61
I. Odsetki, w tym:	1 851,86	4 134,66	597,46	470,93
– dla jednostek powiązanych	-	-	0,00	-
II. Strata ze zbycia inwestycji	-	-	0,00	-
III. Aktualizacja wartości inwestycji	-	-	0,00	-
IV. Inne	23 675,25	2 130,60	21 468,20	1 276,68
I. Zysk (strata) na sprzedaży całości lub części udziałów jedn.podporządkowanych				
J. Zysk (strata) z działalności gospodarczej (F+G-H +/- I)	455 719,21	283 352,51	297 358,52	46 788,44
K. Wynik zdarzeń nadzwyczajnych (K.I.–K.II)				
I. Zyski nadzwyczajne	-	-	-	-
II. Straty nadzwyczajne	-	-	-	-
L. Odpis wartości firmy	21 905,11	24 940,03		
I. Odpis wartości firmy – jednostki zależne	21 905,11	24 940,03	-	-
II. Odpis wartości firmy – jednostki współzależne	-	-	-	-
M. Odpis ujemnej wartości firmy				
I. Odpis ujemnej wartości firmy – jednostki zależne	-	-	-	-
II. Odpis ujemnej wartości firmy – jednostki współzależne	-	-	-	-
N. Zysk (strata) z udziałów w jednostkach podporządkowanych wycenianych metodą praw własności				
O. Zysk (strata) brutto (J +/- K – L + M +/- N)	433 814,10	258 412,48	297 358,52	46 788,44
P. Podatek dochodowy	- 5 137,00		- 5 137,00	
Q. Pozostałe obowiązkowe zmniejszenia zysku (zwiększenia straty)				
R. Zyski (straty) mniejszości	39 590,27	59 141,02		
S. Zysk (strata) netto (O – P – Q +/- R)	399 360,83	199 271,46	302 495,52	46 788,44

c) Rachunek wyników

	rok 2013	rok 2012	rok 2012	rok 2013	rok 2012	rok 2012
	okres od 01.01.2013 do 30.09.2013	okres od 01.01.2012 do 30.09.2012	okres od 01.01.2012 do 31.12.2012	okres od 01.01.2013 do 30.09.2013	okres od 01.01.2012 do 30.09.2012	okres od 01.01.2012 do 31.12.2012
Dane w PLN	Skonsolidowane	Skonsolidowane	Skonsolidowane	Jednostkowe MEDIACAP SA	Jednostkowe MEDIACAP SA	Jednostkowe MEDIACAP SA
A. Przychody ze sprzedaży i zrównane z nimi, w tym:	21 850 555,75	16 720 547,74	27 238 488,34	13 824 765,31	8 365 366,00	16 851 303,20
I. Przychód ze sprzedaży produktów	21 574 355,75	16 580 376,17	27 098 316,77	13 548 565,31	8 225 777,63	16 711 714,83
II. Zmiana stanu produktów (zwiększenie–wartość dodatnia, zmniejszenie –wartość ujemna)	-	-	-	-	-	-
III. Koszty wytworzenia produktów na własne potrzeby jednostki	-	-	-	-	-	-
IV. Przychody netto ze sprzedaży towarów i materiałów	276 200,00	140 171,57	140 171,57	276 200,00	139 588,37	139 588,37
B. Koszty działalności operacyjnej	20 155 142,63	15 786 987,37	25 326 942,96	12 858 028,60	8 055 297,90	15 749 751,80
I. Amortyzacja	75 190,87	143 850,78	166 560,44	42 924,66	69 198,63	91 547,58
II. Zużycie materiałów i energii	1 065 424,77	632 858,07	963 284,09	992 278,97	539 380,16	826 552,54
III. Usługi obce	16 929 095,53	12 779 087,98	21 007 176,55	10 600 225,74	6 522 636,42	13 508 989,68
IV. Podatki i opłaty, w tym:	33 452,56	16 479,52	21 459,04	29 828,13	15 037,52	16 029,38
– podatek akcyzowy	-	-	-	-	0,00	-
V. Wynagrodzenia	1 525 132,22	1 954 422,58	2 795 640,92	772 654,39	786 960,67	1 123 685,80
VI. Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	100 044,93	115 785,82	166 655,69	52 911,92	28 720,37	48 941,38
VII. Pozostałe koszty rodzajowe	151 601,75	131 757,08	193 420,69	92 004,79	80 618,59	121 259,90
VIII. Wartość sprzedanych towarów i materiałów	275 200,00	12 745,54	12 745,54	275 200,00	12 745,54	12 745,54
C. Zysk (strata) ze sprzedaży (A–B)	1 695 413,12	933 560,37	1 911 545,38	966 736,71	310 068,10	1 101 551,40
D. Pozostałe przychody operacyjne	147 300,68	185 915,93	564 018,26	73 575,44	154 236,71	194 594,34
I. Zysk ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych	48 640,22	840,00	840,00	-	840,00	840,00
II. Dotacje	-	-	-	-	0,00	-
III. Inne przychody operacyjne	98 660,46	185 075,93	563 178,26	73 575,44	153 396,71	193 754,34
E. Pozostałe koszty operacyjne	79 273,42	234 449,42	278 712,54	74 622,80	171 066,91	190 343,98
I. Strata ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych	4 333,92	9 104,84	9 104,84	4 333,92	-	-
II. Aktualizacja wartości aktywów niefinansowych	-	-	15 691,22	-	-	-
III. Inne koszty operacyjne	74 939,50	225 344,58	253 916,48	70 288,88	171 066,91	190 343,98
F. Zysk (strata) z działalności operacyjnej (C+D– E)	1 763 440,38	885 026,88	2 196 851,10	965 689,35	293 237,90	1 105 801,76

RAPORT Q3 2013

Dane w PLN	rok 2013	rok 2012	rok 2012	rok 2013	rok 2012	rok 2012
	okres od 01.01.2013 do 30.09.2013	okres od 01.01.2012 do 30.09.2012	okres od 01.01.2012 do 31.12.2012	okres od 01.01.2013 do 30.09.2013	okres od 01.01.2012 do 30.09.2012	okres od 01.01.2012 do 31.12.2012
	Skonsolidowane	Skonsolidowane	Skonsolidowane	Jednostkowe MEDIACAP SA	Jednostkowe MEDIACAP SA	Jednostkowe MEDIACAP SA
G. Przychody finansowe	16 392,62	7 576,73	12 690,17	14 379,15	6 130,78	9 671,51
I. Dywidendy i udziały w zyskach, w tym:	-	-	-	-	-	-
– od jednostek powiązanych	-	-	-	-	-	-
II. Odsetki, w tym:	16 392,62	7 576,73	11 324,01	14 379,15	6 130,78	9 671,51
– od jednostek powiązanych	-	-	-	-	-	-
III. Zysk ze zbycia inwestycji	-	-	-	-	-	-
IV. Aktualizacja wartości inwestycji	-	-	-	-	-	-
V. Inne	-	-	1 366,16	-	-	-
H. Koszty finansowe	38 913,28	25 978,64	72 728,18	26 468,98	13 494,55	52 861,32
I. Odsetki, w tym:	6 718,88	12 703,90	58 665,77	2 265,05	3 223,84	41 317,49
– dla jednostek powiązanych	-	-	-	-	-	-
II. Strata ze zbycia inwestycji	-	-	-	-	-	-
III. Aktualizacja wartości inwestycji	-	-	-	-	-	-
IV. Inne	32 194,40	13 274,74	14 062,41	24 203,93	10 270,71	11 543,83
I. Zysk (strata) na sprzedaży całości lub części udziałów jedn. podporządkowanych						
J. Zysk (strata) z działalności gospodarczej (F+G-H +/- I)	1 740 919,72	866 624,97	2 136 813,09	953 599,52	285 874,13	1 062 611,95
K. Wynik zdarzeń nadzwyczajnych (K.I.–K.II)	-	-	-	-	-	-
I. Zyski nadzwyczajne	-	-	-	-	-	-
II. Straty nadzwyczajne	-	-	-	-	-	-
L. Odpis wartości firmy	71 785,17	74 820,08	99 760,11	-	-	-
I. Odpis wartości firmy – jednostki zależne	71 785,17	74 820,08	99 760,11	-	-	-
II. Odpis wartości firmy – jednostki współzależne	-	-	-	-	-	-
M. Odpis ujemnej wartości firmy	-	-	-	-	-	-
I. Odpis ujemnej wartości firmy – jednostki zależne	-	-	-	-	-	-
II. Odpis ujemnej wartości firmy – jednostki współzależne	-	-	-	-	-	-
N. Zysk (strata) z udziałów w jednostkach podporządkowanych wycenianych metodą praw własności	-	-	-	-	-	-
O. Zysk (strata) brutto (J +/- K – L + M +/- N)	1 669 134,55	791 804,89	2 037 052,98	953 599,52	285 874,13	1 062 611,95
P. Podatek dochodowy	110 658,00	-	227 329,00	110 658,00	-	227 329,00
Q. Pozostałe obowiązkowe zmniejszenia zysku (zwiększenia straty)	-	-	-	-	-	-
R. Zyski (straty) mniejszości	196 830,05	145 187,71	147 754,33	-	-	-
S. Zysk (strata) netto (O – P – Q +/- R)	1 361 646,50	646 617,18	1 661 969,65	842 941,52	285 874,13	835 282,95

d) Aktywa

	Koniec okresu 30/09/2013	Koniec okresu 30/09/2012	Koniec okresu 31/12/2012	Koniec okresu 30/09/2013	Koniec okresu 30/09/2012	Koniec okresu 31/12/2012
Dane w PLN	Skonsolidowane	Skonsolidowane	Skonsolidowane	Jednostkowe MEDIACAP SA	Jednostkowe MEDIACAP SA	Jednostkowe MEDIACAP SA
A. AKTYWA TRWAŁE	1 172 917,97	1 508 656,22	1 365 981,72	2 375 649,62	2 867 887,16	2 750 922,21
I. Wartości niematerialne i prawne	67 088,90	72 843,97	82 981,46	58 513,93	72 843,97	69 261,46
1. Koszty zakończonych prac rozwojowych						
2. Wartość firmy						
3. Inne wartości niematerialne i prawne	67 088,90	72 843,97	82 981,46	58 513,93	72 843,97	69 261,46
4. Zaliczki na wartości niematerialne i prawne						
II. Wartość firmy jednostek podporządkowanych	562 231,20	739 887,50	714 837,47			
1. Wartość firmy – jednostki zależne	562 231,20	739 887,50	714 837,47			
2. Wartość firmy – jednostki współzależne						
III. Rzeczowe aktywa trwałe	141 065,87	185 177,75	165 630,79	79 983,08	68 744,48	63 577,04
1. Środki trwałe	141 065,87	185 177,75	165 630,79	79 983,08	68 744,48	63 577,04
a) Grunty (w tym prawo wieczystego użytkowania gruntu)						
b) Budynki, lokale i obiekty inżynierii lądowej i wodnej	28 655,98	37 610,43	35 371,84			
c) Urządzenia techniczne i maszyny	111 803,66	95 957,05	94 975,79	79 983,08	46 601,99	52 505,78
d) Środki transportu		45 902,22	32 191,02		22 142,49	11 071,26
e) Inne środki trwałe	606,23	5 708,05	3 092,14			
2. Środki trwałe w budowie						
3. Zaliczki na środki trwałe w budowie						
IV. Należności długoterminowe						
1. Od jednostek powiązanych						
2. Od pozostałych jednostek						
V. Inwestycje długoterminowe				2 125 792,61	2 506 723,71	2 506 723,71
1. Nieruchomości						
2. Wartości niematerialne i prawne						
3. Długoterminowe aktywa finansowe				2 125 792,61	2 506 723,71	2 506 723,71
a) w jednostkach powiązanych				2 125 792,61	2 506 723,71	2 506 723,71
– udziały lub akcje				426 292,61	507 223,71	507 223,71
– inne papiery wartościowe						
– udzielone pożyczki						
– inne długoterminowe aktywa finansowe				1 699 500,00	1 999 500,00	1 999 500,00

	Koniec okresu 30/09/2013	Koniec okresu 30/09/2012	Koniec okresu 31/12/2012	Koniec okresu 30/09/2013	Koniec okresu 30/09/2012	Koniec okresu 31/12/2012
Dane w PLN	Skonsolidowane	Skonsolidowane	Skonsolidowane	Jednostkowe MEDIACAP SA	Jednostkowe MEDIACAP SA	Jednostkowe MEDIACAP SA
b) w pozostałych jednostkach						
– udziały lub akcje						
– inne papiery wartościowe						
– udzielone pożyczki						
– inne długoterminowe aktywa finansowe						
4. Inne inwestycje długoterminowe						
VI. Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	402 532,00	510 747,00	402 532,00	111 360,00	219 575,00	111 360,00
1. Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	402 532,00	510 747,00	402 532,00	111 360,00	219 575,00	111 360,00
2. Inne rozliczenia międzyokresowe						
B. AKTYWA OBROTOWE	6 234 659,86	6 750 597,59	6 675 051,57	4 796 274,41	5 023 920,23	5 467 746,52
I. Zapasy	7 500,00	89 737,60	10 425,00	7 500,00	89 737,60	10 425,00
1. Materiały						
2. Półprodukty i produkty w toku						
3. Produkty gotowe						
4. Towary						
5. Zaliczki na dostawy	7 500,00	89 737,60	10 425,00	7 500,00	89 737,60	10 425,00
II. Należności krótkoterminowe	5 331 072,01	6 305 604,37	4 456 096,06	4 198 485,41	4 601 979,14	3 348 665,47
1. Należności od jednostek powiązanych	542 185,63	1 325 031,02	902 744,46	537 487,18	1 234 739,86	698 496,06
a) z tytułu dostaw i usług, w okresie spłaty:	542 185,63	1 319 496,02	902 744,46	537 487,18	1 229 204,86	698 496,06
– do 12 miesięcy	542 185,63	1 319 496,02	902 744,46	537 487,18	1 229 204,86	698 496,06
– powyżej 12 miesięcy						
b) inne		5 535,00			5 535,00	
2. Należności od pozostałych jednostek	4 788 886,38	4 980 573,35	3 553 351,60	3 660 998,23	3 367 239,28	2 650 169,41
a) z tytułu dostaw i usług, w okresie spłaty:	3 827 484,95	3 727 932,26	2 413 498,84	2 781 272,70	2 287 395,93	1 608 406,10
– do 12 miesięcy	3 827 484,95	3 727 932,26	2 413 498,84	2 781 272,70	2 287 395,93	1 608 406,10
– powyżej 12 miesięcy						
b) z tytułu podatków, dotacji, ceł, ubezpieczeń społecznych i zdrowotnych oraz innych świadczeń	38 091,83	4 474,15	155 820,88	38 091,83	1 023,35	134 041,29
c) inne	923 309,60	1 248 166,94	984 031,88	841 633,70	1 078 820,00	907 722,02
d) dochodzone na drodze sądowej						

	Koniec okresu 30/09/2013	Koniec okresu 30/09/2012	Koniec okresu 31/12/2012	Koniec okresu 30/09/2013	Koniec okresu 30/09/2012	Koniec okresu 31/12/2012
Dane w PLN	Skonsolidowane	Skonsolidowane	Skonsolidowane	Jednostkowe MEDIACAP SA	Jednostkowe MEDIACAP SA	Jednostkowe MEDIACAP SA
III. Inwestycje krótkoterminowe	733 691,36	37 639,46	2 094 494,01	566 912,46	22 821,88	2 052 435,81
1. Krótkoterminowe aktywa finansowe	733 691,36	37 639,46	2 094 494,01	566 912,46	22 821,88	2 052 435,81
a) w jednostkach powiązanych						
– udziały lub akcje						
– inne papiery wartościowe						
– udzielone pożyczki						
– inne krótkoterminowe aktywa finansowe						
b) w pozostałych jednostkach						
– udziały lub akcje						
– inne papiery wartościowe						
– udzielone pożyczki						
– inne krótkoterminowe aktywa finansowe						
c) środki pieniężne i inne aktywa pieniężne	733 691,36	37 639,46	2 094 494,01	566 912,46	22 821,88	2 052 435,81
– środki pieniężne w kasie i na rachunkach	733 455,01	37 222,26	2 094 076,81	566 820,86	22 574,08	2 052 188,01
– inne środki pieniężne	236,35	417,20	417,20	91,60	247,80	247,80
– inne aktywa pieniężne						
2. Inne inwestycje krótkoterminowe						
IV. Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	162 396,49	317 616,16	114 036,50	23 376,54	309 381,61	56 220,24
SUMA AKTYWÓW	7 407 577,83	8 259 253,81	8 041 033,29	7 171 924,03	7 891 807,39	8 218 668,73

e) Pasywa

Dane w PLN	Koniec okresu	Koniec okresu	Koniec okresu	Koniec okresu	Koniec okresu	Koniec okresu
	30/09/2013	30/09/2012	31/12/2012	30/09/2013	30/09/2012	31/12/2012
	Skonsolidowane	Skonsolidowane	Skonsolidowane	Jednostkowe MEDIACAP SA	Jednostkowe MEDIACAP SA	Jednostkowe MEDIACAP SA
A. KAPITAŁ (FUNDUSZ) WŁASNY	3 877 829,77	2 749 314,13	3 605 350,08	4 808 829,69	4 405 646,16	4 955 054,98
I. Kapitał (fundusz) podstawowy	556 744,00	556 744,00	556 744,00	556 744,00	556 744,00	556 744,00
II. Należne wpłaty na kapitał podstawowy (wielkość ujemna)						
III. Udziały (akcje) własne (wielkość ujemna)	- 7 206,90	- 7 206,90	- 7 206,90	- 7 206,90	- 7 206,90	- 7 206,90
IV. Kapitał (fundusz) zapasowy	3 415 025,52	3 568 909,38	3 568 909,38	3 415 025,52	3 568 909,38	3 568 909,38
V. Kapitał (fundusz) rezerwowany z aktualizacji wyceny						
VI. Pozostałe kapitały (fundusze) rezerwowe		666 455,00				
VII. Zysk (strata) z lat ubiegłych	-1 448 379,35	- 2 682 204,53	- 2 175 066,05	1 325,55	1 325,55	1 325,55
VIII. Wynik finansowy netto roku obrachunkowego	1 361 646,50	646 617,18	1 661 969,65	842 941,52	285 874,13	835 282,95
IX. Odpisy z zysku netto w ciągu roku obrotowego (wielkość ujemna)						
B. KAPITAŁY MNIEJSZOŚCI	344 584,38		147 754,33			
C. UJEMNA WARTOŚĆ FIRMY JEDNOSTEK PODPORZĄDKOWANYCH						
I. Ujemna wartość firmy – jednostki zależne						
II. Ujemna wartość firmy – jednostki współzależne						
D. ZOBOWIĄZANIA I REZERWY NA ZOBOWIĄZANIA	3 185 163,68	5 509 939,68	4 287 928,88	2 363 094,34	3 486 161,23	3 263 613,75
I. Rezerwy na zobowiązania	252 259,76	2 074 681,95	841 700,92	224 808,08	1 336 667,13	595 915,14
1. Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	5,00	369,00	5,00	5,00	369,00	5,00
2. Rezerwa na świadczenia emerytalne	50 049,28		50 049,28	22 597,60		22 597,60
– długoterminowa						
– krótkoterminowa	50 049,28		50 049,28	22 597,60		22 597,60
3. Pozostałe rezerwy	202 205,48	2 074 312,95	791 646,64	202 205,48	1 336 298,13	573 312,54
– długoterminowe						
– krótkoterminowe	202 205,48	2 074 312,95	791 646,64	202 205,48	1 336 298,13	573 312,54
II. Zobowiązania długoterminowe						
1. Wobec jednostek powiązanych						
2. Wobec pozostałych jednostek						
a) kredyty i pożyczki						
b) z tytułu emisji dłużnych papierów wartościowych						
c) inne zobowiązania finansowe						
d) inne						

	Koniec okresu 30/09/2013	Koniec okresu 30/09/2012	Koniec okresu 31/12/2012	Koniec okresu 30/09/2013	Koniec okresu 30/09/2012	Koniec okresu 31/12/2012
Dane w PLN	Skonsolidowane	Skonsolidowane	Skonsolidowane	Jednostkowe MEDIACAP SA	Jednostkowe MEDIACAP SA	Jednostkowe MEDIACAP SA
III. Zobowiązania krótkoterminowe	2 932 903,92	3 435 257,73	3 446 227,96	2 138 286,26	2 149 494,10	2 667 698,61
1. Wobec jednostek powiązanych	87 753,36	2 829,96	54 936,08	84 162,97	104 043,84	50 157,62
a) z tytułu dostaw i usług, o okresie wymagalności:	87 753,36	2 829,96	54 936,08	84 162,97	104 043,84	50 157,62
– do 12 miesięcy	87 753,36	2 829,96	54 936,08	84 162,97	104 043,84	50 157,62
– powyżej 12 miesięcy						
b) inne						
2. Wobec pozostałych jednostek	2 829 480,78	3 401 278,69	3 370 135,57	2 054 123,29	2 045 450,26	2 617 540,99
a) kredyty i pożyczki	22 568,39	266 934,31	119 320,82			
b) z tytułu emisji dłużnych papierów wartościowych						
c) inne zobowiązania finansowe		15 172,68	5 717,97		15 172,68	5 717,97
d) z tytułu dostaw i usług, o okresie wymagalności:	1 244 098,04	1 772 297,84	2 772 254,59	942 181,63	918 337,78	2 250 959,53
– do 12 miesięcy	1 244 098,04	1 772 297,84	2 772 254,59	942 181,63	918 337,78	2 250 959,53
– powyżej 12 miesięcy						
e) zaliczki otrzymane na dostawy	1 231 042,52	594 999,24	20 000,01	868 322,02	594 999,24	20 000,01
f) zobowiązania wekslowe						
g) z tytułu podatków, ceł, ubezpieczeń i innych świadczeń	301 772,85	547 887,00	256 522,00	213 858,13	321 920,26	145 469,35
h) z tytułu wynagrodzeń	7 310,00	7 050,87	186,60	7 310,00	663,70	186,60
i) inne	22 688,98	196 936,75	196 133,58	22 451,51	194 356,60	195 207,53
3. Fundusze specjalne	15 669,78	31 149,08	21 156,31			
IV. Rozliczenia międzyokresowe						
1. Ujemna wartość firmy						
2. Inne rozliczenia międzyokresowe						
– długoterminowe						
– krótkoterminowe						
SUMA PASYWÓW	7 407 577,83	8 259 253,81	8 041 033,29	7 171 924,03	7 891 807,39	8 218 668,73

f) Rachunek przepływów pieniężnych

	Koniec okresu 30/09/2013	Koniec okresu 30/09/2012	Koniec okresu 31/12/2012	Koniec okresu 30/09/2013	Koniec okresu 30/09/2012	Koniec okresu 31/12/2012
Dane w PLN	Skonsolidowane	Skonsolidowane	Skonsolidowane	Jednostkowe MEDIACAP SA	Jednostkowe MEDIACAP SA	Jednostkowe MEDIACAP SA
Zysk (strata) netto	1 361 646,50	646 617,18	1 661 969,65	842 941,52	285 874,13	835 282,95
Korekty razem	- 1 637 553,93	- 788 327,73	453 714,36	- 1 675 928,61	- 524 283,83	977 088,73
Zysk (strata) mniejszości	196 830,05	145 187,71				
Udział w zyskach) stratach netto jednostek podporządkowanych wycenianych metodą praw własności						
Amortyzacja, w tym:	75 190,87	218 670,86	414 074,89	42 924,66	69 198,63	91 547,58
odpis wartości firmy jednostek podporządkowanych lub ujemnej wartości firmy jednostek podporządkowanych	71 785,17	74 820,08				
(Zyski) straty z tytułu różnic kursowych						
Odsetki i udziały w zyskach (dywidendy)	- 16 347,95	- 5 668,01	8 984,80	- 14 334,48	- 4 977,22	- 8 363,48
(Zysk) strata z tytułu działalności inwestycyjnej	- 44 306,30	8 264,84	8 264,83	4 333,92	- 840,00	- 840,00
Zmiana stanu rezerw	- 589 441,16	1 234 052,27	1 071,24	- 371 107,06	878 918,70	138 166,71
Zmiana stanu zapasów	2 925,00	- 89 737,60	- 10 425,00	2 925,00	- 89 737,60	- 10 425,00
Zmiana stanu należności	- 871 357,07	- 2 156 342,50	- 306 834,19	- 849 819,94	- 2 259 882,41	- 1 006 568,74
Zmiana stanu zobowiązań krótkoterminowych, z wyjątkiem pożyczek i kredytów	- 420 190,49	84 766,27	310 174,48	- 529 412,35	1 142 557,99	1 691 714,63
Zmiana stanu rozliczeń międzyokresowych	- 48 359,99	- 284 891,35	26 903,31	32 843,70	- 281 019,34	80 357,03
Inne korekty	5 717,94	57 369,78	1 500,00	5 717,94	21 497,42	1 500,00
PRZEPIŃY WY PIENIĘŻNE NETTO Z DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ (I+/-II)	- 275 907,43	- 141 710,55	2 115 684,01	- 832 987,09	-238 409,70	1 812 371,68
PRZEPIŃY WY ŚRODKÓ W PIENIĘŻNYCH Z DZIAŁALNOŚCI INWESTYCYJNEJ						
Wpływy	68 000,00	3 906,50	- 471 478,59	380 931,10	1 500,00	
Zbycie wartości niematerialnych i prawnych oraz rzeczowych aktywów trwałych	68 000,00	3 906,50	29 422,88		1 500,00	
Zbycie inwestycji w nieruchomości oraz wartości niematerialne i prawne						
Z aktywów finansowych, w tym			- 500 901,47	380 931,10		
a) w jednostkach powiązanych			- 500 901,47	380 931,10		
b) w pozostałych jednostkach						
- zbycia aktywów finansowych						
- dywidendy i udziały w zyskach						
- spłata udzielonych pożyczek długoterminowych						
- odsetki						
-inne wpływy z aktywów finansowych						
Inne wpływy inwestycyjne						
Wydatki	- 57 893,61	- 105 226,56	- 1 866 354,44	- 52 273,61	- 52 738,83	- 66 337,83
Nabycie wartości niematerialnych i prawnych oraz rzeczowych aktywów trwałych	- 57 893,61	- 105 226,56	132 545,56	- 52 273,61	- 52 738,83	- 66 337,83

RAPORT Q3 2013

	Koniec okresu 30/09/2013	Koniec okresu 30/09/2012	Koniec okresu 31/12/2012	Koniec okresu 30/09/2013	Koniec okresu 30/09/2012	Koniec okresu 31/12/2012
Dane w PLN	Skonsolidowane	Skonsolidowane	Skonsolidowane	Jednostkowe MEDIACAP SA	Jednostkowe MEDIACAP SA	Jednostkowe MEDIACAP SA
Investycje w nieruchomości oraz wartości niematerialne i prawne						
Na aktywa finansowe, w tym:			- 1 998 900,00			
a) w jednostkach powiązanych			- 1 998 900,00			
b) w pozostałych jednostkach						
- nabycie aktywów finansowych						
- udzielone pożyczki długoterminowe						
Inne wydatki inwestycyjne						
PRZEPŁYWY PIENIĘŻNE NETTO Z DZIAŁALNOŚCI INWESTYCYJNEJ (I-II)	10 106,39	- 101 320,06	1 394 875,85	328 657,49	- 51 238,83	- 66 337,83
PRZEPŁYWY ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH Z DZIAŁALNOŚCI FINANSOWEJ						
Wpływy	16 392,62	7 576,73	- 1 989 228,49	14 379,15	6 130,78	9 671,51
Wpływy netto z wydania udziałów (emisji akcji) i innych instrumentów kapitałowych oraz dopłat do kapitału			- 1 998 900,00			
Kredyty i pożyczki						
Emisja dłużnych papierów wartościowych						
Inne wpływy finansowe	16 392,62	7 576,73	9 671,51	14 379,15	6 130,78	9 671,51
Wydatki	- 1 111 394,23	- 62 513,80	- 237 555,50	- 995 572,90	- 28 898,53	- 38 507,71
Nabycia udziałów (akcji) własnych						
Dywidendy i inne wypłaty na rzecz właścicieli	- 1 008 235,68			- 989 166,78		
Inne, niż wypłaty na rzecz własności, wydatki z tytułu podziału zysku						
Spląty kredytów i pożyczek	- 96 752,43	- 17 892,88	- 335 395,10			
Wykup dłużnych papierów wartościowych						
Z tytułu innych zobowiązań finansowych						
Płatności zobowiązań z tytułu umów leasingu finansowego	- 6 361,45	- 42 712,20	79 183,29	- 6 361,45	- 27 744,97	- 37 199,68
Odsetki	- 44,67	- 1 908,72	18 656,31	- 44,67	- 1 153,56	- 1 308,03
Inne wydatki finansowe						
PRZEPŁYWY PIENIĘŻNE NETTO Z DZIAŁALNOŚCI FINANSOWEJ (I-II)	- 1 095 001,61	- 54 937,07	- 1 751 672,99	- 981 193,75	- 22 767,75	- 28 836,20
PRZEPŁYWY PIENIĘŻNE NETTO, RAZEM (A.III+/-B.III+/-C.III)	- 1 360 802,65	- 297 967,68	1 758 886,87	- 1 485 523,35	- 312 416,28	1 717 197,65
BILANSOWA ZMIANA STANU ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH	- 1 360 802,65	- 297 967,68	1 758 886,87	- 1 485 523,35	- 312 416,28	1 717 197,65
- w tym zmiana stanu środków pieniężnych z tytułu różnic kursowych						
ŚRODKI PIENIĘŻNE NA POCZĄTEK OKRESU	2 094 494,01	335 607,14	335 607,14	2 052 435,81	335 238,16	335 238,16
ŚRODKI PIENIĘŻNE NA KONIEC OKRESU (F+/- D)	733 691,36	37 639,46	2 094 494,01	566 912,46	22 821,88	2 052 435,81
- w tym o ograniczonej możliwości dysponowania						

g) Zestawienie zmian w kapitale własnym

	Koniec okresu 30/09/2013	Koniec okresu 30/09/2012	Koniec okresu 31/12/2012	Koniec okresu 30/09/2013	Koniec okresu 30/09/2012	Koniec okresu 31/12/2012
Dane w PLN	Skonsolidowane	Skonsolidowane	Skonsolidowane	Jednostkowe MEDIACAP SA	Jednostkowe MEDIACAP SA	Jednostkowe MEDIACAP SA
I. Kapitał (fundusz) własny na początek okresu (BO)	1 943 380,40	2 102 696,95	3 185 686,28	4 119 772,00	4 119 772,03	4 118 446,48
- zmiany przyjętych zasad (polityki) rachunkowości						
- korekty błędów						
I a. Kapitał (fundusz) własny na początek okresu (BO), po korektach	1 943 380,40	2 102 696,95	3 185 686,28	4 119 772,00	4 119 772,03	4 118 446,48
1. Kapitał (fundusz) podstawowy na początek okresu	556 744,00	556 744,00	556 744,00	556 744,00	556 744,00	556 744,00
1.1. Zmiany kapitału (funduszu) podstawowego						
a) zwiększenie (z tytułu)						
- emisji akcji						
b) zmniejszenie (z tytułu)						
- umorzenia akcji						
1.2. Kapitał (fundusz) podstawowy na koniec okresu	556 744,00	556 744,00	556 744,00	556 744,00	556 744,00	556 744,00
2. Należne wpłaty na kapitał podstawowy na początek okresu						
2.1. Zmiana należnych wpłat na kapitał podstawowy						
a) zwiększenie (z tytułu)						
-						
b) zmniejszenie (z tytułu)						
-						
2.2. Należne wpłaty na kapitał podstawowy na koniec okresu						
3. Udziały (akcje) własne na początek okresu	- 7 206,90	- 7 206,90	- 7 206,90	- 7 206,90	- 7 206,90	- 7 206,90
3.1. Zmiana udziałów (akcji) własnych						
a) zwiększenie (z tytułu)						
- akcje przeznaczone do sprzedaży						
- akcje przeznaczone do umorzenia						
b) zmniejszenie (z tytułu)						
- skup akcji własnych						
3.2. Udziały (akcje) własne na koniec okresu	- 7 206,90	- 7 206,90	- 7 206,90	- 7 206,90	- 7 206,90	- 7 206,90
4. Kapitał (fundusz) zapasowy na początek okresu	3 568 909,35	3 568 909,38	3 568 909,35	3 568 909,35	3 568 909,38	3 568 909,38
4.1. Zmiany kapitału (funduszu) zapasowego	- 153 883,83			- 153 883,83		
a) zwiększenie (z tytułu)						
- z podziału zysku (ustawowo)						

	Koniec okresu 30/09/2013	Koniec okresu 30/09/2012	Koniec okresu 31/12/2012	Koniec okresu 30/09/2013	Koniec okresu 30/09/2012	Koniec okresu 31/12/2012
Dane w PLN	Skonsolidowane	Skonsolidowane	Skonsolidowane	Jednostkowe MEDIACAP SA	Jednostkowe MEDIACAP SA	Jednostkowe MEDIACAP SA
- z podziału zysku (ponad wymaganą ustawowo minimalną wartość)	0,00			0,00		
- aktualizacji zbytych środków własnych	0,00			0,00		
b) zmniejszenie (z tytułu)	153 883,03			153 883,03		
- podział zysku/wypłata dywidendy	153 883,03			153 883,03		
- pokrycie straty z 2010		3 568 909,38	3 568 909,35		3 568 909,38	3 568 909,38
- skup akcji własnych						
4.2. Stan kapitału (funduszu) zapasowego na koniec okresu, w tym:	3 415 025,52			3 415 025,52		
5. Kapitał (fundusz) z aktualizacji wyceny na początek okresu						
- zmiany przyjętych zasad (polityki) rachunkowości						
5.a. Kapitał (fundusz) z aktualizacji wyceny na początek okresu po zmianie zasad rachunkowości						
5.1. Zmiany kapitału (funduszu) z aktualizacji wyceny						
a) zwiększenie (z tytułu)						
- zmiany cen rynkowych akcji						
- wyceny bilansowej						
b) zmniejszenie (z tytułu)						
- zbycia środków trwałych						
- wyceny bilansowej		666 455,00				
5.2. Kapitał (fundusz) z aktualizacji wyceny na koniec okresu						
6. Pozostałe kapitały (fundusze) rezerwowe na początek okresu						
6.1. Zmiany pozostałych kapitałów (funduszy) rezerwowych						
a) zwiększenie (z tytułu)						
- dopłaty wspólników						
b) zmniejszenie (z tytułu)		666 455,00				
- zwrotu dopłat wspólników	- 2 175 066,05	- 2 682 204,53	- 932 760,17	1 325,55	1 325,55	
6.2. Pozostałe kapitały (fundusze) rezerwowe na koniec okresu	0,00	1 325,55	1 325,55	0,00	1 325,55	
7. Zysk (strata) z lat ubiegłych na początek okresu	- 2 175 066,05	- 932 760,17	1 325,55	1 325,55		
7.1. Zysk z lat ubiegłych na początek okresu	1 325,55	1 325,55	1 325,55	1 325,55		
- zmiany przyjętych zasad (polityki) rachunkowości						
- korekty błędów						

RAPORT Q3 2013

	Koniec okresu 30/09/2013	Koniec okresu 30/09/2012	Koniec okresu 31/12/2012	Koniec okresu 30/09/2013	Koniec okresu 30/09/2012	Koniec okresu 31/12/2012
Dane w PLN	Skonsolidowane	Skonsolidowane	Skonsolidowane	Jednostkowe MEDIACAP SA	Jednostkowe MEDIACAP SA	Jednostkowe MEDIACAP SA
7.2. Zysk z lat ubiegłych na początek okresu, po korektach	1 325,55	1 325,55	1 325,55	1 325,55	1 325,55	
a) zwiększenie (z tytułu)	835			835		1 325,55
- podziału zysku z lat ubiegłych	282,95			282,95		1 325,55
b) zmniejszenie (z tytułu)	835			835		
- podział zysku/wypłata dywidendy	282,95			282,95		
7.3. Zysk z lat ubiegłych na koniec okresu	1 325,55	1 325,55	1 325,55	1 325,55	1 325,55	1 325,55
7.4. Strata z lat ubiegłych na początek okresu	2 176 391,60	2 683 530,08	934 085,72			
- zmiany przyjętych zasad (polityki) rachunkowości						
- korekty błędów						
7.5. Strata z lat ubiegłych na początek okresu, po korektach	2 176 391,60	2 683 530,08	934 085,72			
a) zwiększenie (z tytułu)			1 242 305,85			
- przeniesienia straty z lat ubiegłych do pokrycia			1 242 305,85			
b) zmniejszenie (z tytułu)	726 686,70					
- podziału zysku z lat ubiegłych	726 686,70					
7.6. Strata z lat ubiegłych na koniec okresu	1 449 704,90	2 683 530,08	2 176 391,57			
7.7. Zysk/Strata z lat ubiegłych na koniec okresu	- 1 448 379,35	- 2 682 204,53	- 2 175 066,02	1 325,55	1 325,55	1 325,55
8. Wynik netto	1 361 646,50	646 617,18	1 661 969,65	842 941,52	285 874,13	835 282,95
a) Zysk netto	1 361 646,50	646 617,18	1 661 969,65	842 941,52	285 874,13	835 282,95
b) Strata netto						
c) Odpisy z zysku						
II. Kapitał (fundusz) własny na koniec okresu (BZ)	3 877 829,77	2 749 314,13	3 605 350,08	4 808 829,69	4 405 646,16	4 955 054,98
a) Wypłata dywidendy						
b) Przekazanie na kapitał zapasowy						
c) Przekazanie na kapitał rezerwowy						
d) Pokrycie straty za lata ubiegłe						
e) Przekazanie na wewnętrzny fundusz celowy						
III. Kapitał (fundusz) własny, po uwzględnieniu proponowanego podziału zysku (pokrycia straty)	3 877 829,77	2 749 314,13	3 605 350,08	4 808 829,69	4 405 646,16	4 955 054,98

9. WYNIKI FINANSOWE – ANALIZA

Przedmiotem analizy finansowej są dane finansowe sprawozdania jednostkowego i skonsolidowanego MEDIACAP SA na koniec Q3 2013. Dane porównawcze prezentowane są na koniec Q3 2012.

W analizowanym okresie nastąpił spadek wartości sumy bilansowej w ujęciu jednostkowym o 9% a w ujęciu skonsolidowanym o 10%. Wpływ na to miała wypłata dywidendy w wysokości 989.166,78. W ujęciu jednostkowym w strukturze majątku zmianie uległy składniki aktywów obrotowych (inwestycje krótkoterminowe wzrosły z poziomu 0% do 8% a należności krótkoterminowe zwiększyły się z poziomu 58% do 59%). Zmiana ta wynika z faktu, że na koniec Q3 2013 w spółce były środki pieniężne w wysokości 566 tys. zł. W ujęciu skonsolidowanym udział inwestycji krótkoterminowych w aktywach ogółem również zwiększył się z poziomu 0% do 10%, natomiast udział należności krótkoterminowych w aktywach ogółem spadł z poziomu 76% do 72%. Podobnie jak w sprawozdaniu jednostkowym- zmiana ta wynika z posiadaniu na koniec Q3 2013 znacznych środków pieniężnych tj. w wysokości 734. tys. W Q3 2013 nastąpił spadek stanu należności krótkoterminowych o 9% w stosunku do Q3 2012 dla sprawozdania jednostkowego, w ujęciu skonsolidowanym nastąpił spadek o 15%. Spadły należności krótkoterminowe od jednostek powiązanych, zarówno dla danych jednostkowych i powiązanych, o odpowiednio 56% i 59%, przy jednoczesnym wzroście należności od pozostałych jednostek dla danych jednostkowych o 9% i spadku dla danych skonsolidowanych o 4%.

W zakresie struktury finansowania nastąpił spadek wartości zobowiązań krótkoterminowych w ujęciu jednostkowym o 1%, a w ujęciu skonsolidowanym o 15%. W Q3 2013 w sprawozdaniu jednostkowym oraz skonsolidowanym MEDIACAP SA nastąpił znaczny spadek wartości rezerw w stosunku do Q3 2012. W ujęciu skonsolidowanym pozycja rezerw zmalała o 88%, a w ujęciu jednostkowym zmalała o 83%. Wyjaśnieniem tej sytuacji jest fakt, że w 3Q 2012 poczynione zostały znaczne rezerwy na koszty związane z przeprowadzeniem kampanii, do których spółka nie otrzymała wszystkich faktur kosztowych w ramach tego samego kwartału. W 3Q 2013 taka sytuacja nie miała już miejsca, co ma odzwierciedlenie w bardzo znacznym spadku wartości rezerw.

W ujęciu skonsolidowanym wskaźnik unieruchomienia środków przyjął poziom 16%, co świadczy o niewielkim stopniu unieruchomienia majątku, a więc o jego dość dużej elastyczności. W sprawozdaniu jednostkowym wartość ta osiąga 33%.

Zarówno dla danych jednostkowych, jak i skonsolidowanych za Q3 2013 utrzymana została złota zasada finansowania, ponieważ wskaźnik pokrycia aktywów trwałych kapitałem stałym znacznie przekroczył 100%, co oznacza, że całość majątku trwałego jest finansowana kapitałem o charakterze długoterminowym. Dla danych jednostkowych wskaźnik ten przyjmuje wartość 202%, dla skonsolidowanych wartość ta wynosi 331%.

Wskaźnik płynności bieżącej (I stopnia) wyniósł w ujęciu jednostkowym MEDIACAP SA 2,2 za Q3 2013, w ujęciu skonsolidowanym wyniósł 2,1. Otrzymany poziom tego wskaźnika jest bardziej niż zadowalający, ponieważ pozwala stwierdzić, że środki obrotowe pozwalają na pokrycie ponad dwukrotnie zobowiązań bieżących. Wskaźniki płynności szybkiej (II stopnia) są takie same jak wskaźniki płynności I stopnia w obu ujęciach, co spowodowane jest utrzymaniem bardzo niskiego stanu zapasów na koniec Q3 2013. Wskaźnik płynności III stopnia wynosi 0,27 dla sprawozdania jednostkowego i 0,25 dla skonsolidowanego, co oznacza, że MEDIACAP SA jest w stanie pokryć odpowiednio 27% i 25% zobowiązań bieżących środkami pieniężnymi.

Wskaźnik szybkości obrotu należności z tytułu dostaw i usług za Q3 2013 w sprawozdaniu jednostkowym wynosi 90 dni. W sprawozdaniu za Q3 2012 wartość tego wskaźnika wynosiła 148 dni. W ujęciu skonsolidowanym wartość tego wskaźnika to 79 dni (110 dni za Q3 2012). Wartość tego wskaźnika informuje, że spółka w ujęciu jednostkowym otrzymuje zapłatę po 3 miesiącach, a w ujęciu skonsolidowanym po ponad 2,5 miesiącu. Cykl obrotu zobowiązań natomiast wynosi dla danych jednostkowych 29 dni a dla skonsolidowanych 28 dni za Q3 2013. Za Q3 2012 dane te wynoszą odpowiednio 68 dni i 60 dni. Wartość tego wskaźnika informuje, że spółka reguluje swoje zobowiązania po ok. 1 miesiącu.

Wskaźniki zadłużenia uległy nieznacznym zmianom. Dla danych jednostkowych wskaźnik ogólnego zadłużenia wynosi 30% za Q3 2013 (27% za Q3 2012). Dla danych skonsolidowanych wskaźnik ten przyjmuje wartość 39% (41% za Q3 2012). Oznacza to, że w ujęciu jednostkowym 30% wartości majątku jest finansowane zobowiązaniami, w ujęciu skonsolidowanym 39%.

W ujęciu jednostkowym za Q3 2013 wypracowane zostały przychody na poziomie 13 825 tys. zł, w ujęciu skonsolidowanym 21 851 tys. zł. Oznacza to 65% wzrost w stosunku do przychodów za Q3 2012 dla danych jednostkowych, i 31% wzrost dla danych skonsolidowanych. Koszty działalności operacyjnej również uległy zwiększeniu o 60% dla danych jednostkowych oraz 28% wzrostowi dla danych skonsolidowanych, co jest silnie skorelowane ze wzrostem przychodów. Dominującą pozycję w strukturze kosztów stanowią usługi obce. Dla danych jednostkowych i skonsolidowanych jest to odpowiednio 82% i 84%.

Podsumowując, spółka MEDIACAP SA w ujęciu jednostkowym narastająco za Q3 2013 osiągnęła dodatni wynik finansowy netto wynoszący 842 941,52 zł. W ujęciu skonsolidowanym również Q3 2013 zakończył się dodatnim wynikiem netto w wysokości 1 361 646,50 zł. Zarówno dla ujęcia jednostkowego i skonsolidowanego zauważalny jest bardzo duży wzrost wartości wyniku finansowego w stosunku do Q3 2012. Dla ujęcia jednostkowego wynik finansowy wzrósł prawie trzykrotnie, dla ujęcia skonsolidowanego wzrósł ponad dwukrotnie.

10. STRATEGIA ROZWOJU SPÓŁKI

Tak jak opisano powyżej, kluczowym celem strategicznym MEDIACAP SA od debiutu na rynku NewConnect w lipcu 2008 było powiększenie bazy przychodowej i dywersyfikacja świadczonych usług poprzez znalezienie i przejęcie innego podmiotu świadczącego usługi z szeroko pojętego zakresu usług reklamowych. Przejęcie wiodącej na rynku agencji reklamowej Scholz & Friends Warszawa Sp. z o.o., obsługującej w zakresie kompleksowych strategii reklamowych takich klientów, jak Tchibo, OPEL, Kaufland, PGE czy Grupa Onet, zrealizowało ten podstawowy cel i pozwoliło spółce osiągnąć rekordowe przychody w latach 2011 (20,08 miliona złotych) i 2012 (27,24 miliona złotych). Rok 2013 powinien przynieść dalszy wzrost skali grupy, między innymi dzięki opisanym wyżej transakcjom zakupu pakietów kontrolnych w dwóch kolejnych spółkach.

Strategia Zarządu MEDIACAP SA jest skupiona obecnie na:

- wspólnej obsłudze klientów przez spółki grupy, czyli zwiększenie przychodów poprzez tzw. cross-sell
- poszukiwaniu nowych obszarów w których grupa mogłaby obsługiwać swoich obecnych klientów, czyli zwiększenie przychodów poprzez tzw. up-sell.
- identyfikacji nowych segmentów usług w ramach których spółki grupy mogą pracować dla obecnych i potencjalnych klientów
- finalizacji dwóch opisanych wcześniej transakcji

Kluczowym celem strategii Spółki jest możliwość debiutu na głównym parkiecie Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie w 2015 roku, co pozwoli Spółce zapewnić inwestorom większą płynność oraz przyciągnie inwestorów instytucjonalnych, którzy mogą być kluczowi przy dalszym finansowaniu rozwoju Spółki

Pełna treść strategii dostępna jest na stronie www.newconnect.pl oraz na stronie www.mediacap.pl.

Główni konkurenci MEDIACAP SA

Z uwagi na dość zróżnicowany zakres usług agencji reklamowych nie jest możliwe określenie procentowego udziału w rynku. Do roku 2009 głównych konkurentów Spółka identyfikowała pośród innych graczy na rynku usług eventowych. Obecnie dzięki przejęciu Scholz & Friends Warszawa Sp. z o.o. i poszerzeniu zakresu działalności Spółki, w 2010 roku lista ta została poszerzona o grono kluczowych grup reklamowych.

Główni konkurenci	Mocne strony
CAM Media	Notowana na GPW grupa świadcząca usługi z zakresu reklamy i niestandardowej reklamy zewnętrznej. Więcej na www.cammedia.pl
SMT	Notowana na GPW grupa świadcząca usługi z zakresu marketingu online (w tym zakupu czasu i przestrzeni mediach). Więcej na www.grupa-adv.pl
HAVAS	Międzynarodowy holding reklamowy z silną obecnością w Polsce poprzez grupę Euro RSCG Poland. Kluczowy gracz na rynku below-the-line, należący do międzynarodowego holdingu Havas. Do jej kluczowych klientów należą między innymi: Philip Morris czy Peugeot Citroen i Auchan. Obok działalności reklamowej i eventowej, spółka ma rozwinięte kompetencje w zakresie obsługi baz danych. Więcej na www.havas.com
Interpublic	Wiodący międzynarodowy holding reklamowy z silną obecnością w Polsce, poprzez kilka agencji reklamowych (m.in. McCann Erickson) oraz szereg domów mediowych. Więcej na www.interpublic.com
K2 Internet	Notowana na GPW grupa świadcząca usługi z zakresu marketingu online (w tym zakupu czasu i przestrzeni mediach). W 2010 roku spółka kupiła istotny pakiet udziałów w agencji reklamowej U-boot, przekształconą w Good. Więcej na www.k2.pl
Publicis Omnicom Group	Największy międzynarodowy holding reklamowy z bardzo silną obecnością w Polsce m.in. poprzez takie agencje jak Saatchi & Saatchi, Publicis, G7, PZL, Leo Burnett, DDB Warszawa, TBWA, BBDO oraz szereg domów mediowych. W skład grupy wchodzi kilka spółek zajmujących się między innymi działaniami field marketingowymi oraz eventami. Mocna i stabilna współpraca z Kompanią Piwowarską. Więcej na www.omicomgroup.com , www.publicisgroupe.com
WPP	Wiodący międzynarodowy holding reklamowy z silną obecnością w Polsce, poprzez kilka agencji reklamowych (m.in. Grey, Young & Rubicam, Ogilvy Gruppą 66) oraz szereg domów mediowych. Więcej na www.wpp.com

11. OŚWIADCZENIE ZARZĄDU W PRZEDMIOCIE PRZESTRZEGANIA PRZEZ SPÓŁKĘ ZASAD ZAWARTYCH W „DOBRE PRAKTYKI SPÓŁEK NOTOWANYCH NA NEWCONNECT”

Lp.	Dobra praktyka	OŚWIADCZENIE O STOSOWANIU DOBREJ PRAKTYKI TAK/NIE/NIE DOTYCZY	KOMENTARZ
1	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 szeroki i interaktywny dostęp do informacji. Spółka, korzystając w jak najszerszym stopniu z tych metod, powinna 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 stronie internetowej.	TAK	
2	Spółka powinna zapewnić efektywny dostęp do informacji niezbędnych do oceny sytuacji i perspektyw spółki oraz sposobu jej funkcjonowania	TAK	
3	Spółka prowadzi korporacyjną stronę internetową i zamieszcza na niej:	TAK	
3.1	podstawowe informacje o spółce i jej działalności (strona startowa),	TAK	
3.2	opis działalności emitenta ze wskazaniem rodzaju działalności, z której emitent uzyskuje najwięcej przychodów,	TAK	
3.3	opis rynku, na którym działa emitent, wraz z określeniem pozycji emitenta na tym rynku,	TAK	Zawarte w opublikowanej strategii 2012–2014
3.4	życiorysy zawodowe członków organów spółki,	TAK	
3.5	powzięte przez zarząd, na podstawie oświadczenia członka rady nadzorczej, informacje o powiązaniach członka rady nadzorczej z akcjonariuszem dysponującym akcjami reprezentującymi nie mniej niż 5% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu spółki,	TAK	
3.6	dokumenty korporacyjne spółki,	TAK	
3.7	zarys planów strategicznych spółki,	TAK	
3.8	opublikowane prognozy wyników finansowych na bieżący rok obrotowy, wraz z założeniami do tych prognoz oraz korektami do tych prognoz (w przypadku gdy emitent publikuje prognozy),	NIE	W związku z sytuacją na rynku reklamowym Spółka podjęła decyzję o niepublikowaniu prognoz
3.9	strukturę akcjonariatu emitenta, ze wskazaniem głównych akcjonariuszy oraz akcji znajdujących się w wolnym obrocie,	TAK	
3.10	dane oraz kontakt do osoby, która jest odpowiedzialna w spółce za relacje inwestorskie oraz kontakty z mediami,	TAK	
3.11	(skreślony), -----		
3.12	opublikowane raporty bieżące i okresowe,	TAK	
3.13	kalendarz zaplanowanych dat publikacji finansowych raportów okresowych, dat walnych zgromadzeń, a także spotkań z inwestorami i analitykami oraz konferencji prasowych,	TAK	
3.14	informacje na temat zdarzeń korporacyjnych, takich jak wypłata dywidendy, oraz innych zdarzeń skutkujących nabyciem lub ograniczeniem praw po stronie akcjonariusza, z uwzględnieniem terminów oraz zasad przeprowadzania tych operacji. Informacje te powinny być zamieszczane w terminie umożliwiającym podjęcie przez inwestorów decyzji inwestycyjnych,	TAK	
3.15	(skreślony), -----		

Lp.	Dobra praktyka	OŚWIADCZENIE O STOSOWANIU DOBREJ PRAKTYKI TAK/NIE/NIE DOTYCZY	KOMENTARZ
3.16	pytania akcjonariuszy dotyczące spraw objętych porządkiem obrad, zadawane przed i w trakcie walnego zgromadzenia, wraz z odpowiedziami na zadawane pytania,	TAK	
3.17	informację na temat powodów odwołania walnego zgromadzenia, zmiany terminu lub porządku obrad wraz z uzasadnieniem,	TAK	
3.18	informację o przerwie w obradach walnego zgromadzenia i powodach zarządzenia przerwy,	TAK	
3.19	informację na temat podmiotu, z którym spółka podpisała umowę o świadczenie usług Autoryzowanego Doradcy ze wskazaniem nazwy, adresu strony internetowej, numerów telefonicznych oraz adresu poczty elektronicznej Doradcy, w przypadku ponownego zawarcia przez spółkę umowy o świadczenie usług Autoryzowanego Doradcy	Nie dotyczy	Spółka nie ma podpisanej umowy z Autoryzowanym Doradcą
3.20	informację na temat podmiotu, który pełni funkcję animatora akcji emitenta,	TAK	
3.21	dokument informacyjny (prospekt emisyjny) spółki, opublikowany w ciągu ostatnich 12 miesięcy,	TAK	
3.22	(skreślony), -----		
3.23	informacje zawarte na stronie internetowej powinny być zamieszczane w sposób umożliwiający łatwy dostęp do tych informacji. Emitent powinien dokonywać aktualizacji informacji umieszczanych na stronie internetowej. W przypadku pojawienia się nowych, istotnych informacji lub wystąpienia istotnej zmiany informacji umieszczanych na stronie internetowej, aktualizacja powinna zostać przeprowadzona niezwłocznie.	TAK	
4	Spółka prowadzi korporacyjną stronę internetową, według wyboru emitenta, w języku polskim lub angielskim. Raporty bieżące i okresowe powinny być zamieszczane na stronie internetowej co najmniej w tym samym języku, w którym następuje ich publikacja zgodnie z przepisami obowiązującymi emitenta.	TAK	
5	Spółka powinna prowadzić politykę informacyjną ze szczególnym uwzględnieniem potrzeb inwestorów indywidualnych. W tym celu spółka, poza swoją stroną korporacyjną, powinna wykorzystywać indywidualną dla danej spółki sekcję relacji inwestorskich znajdującą na stronie www.GPWInfoStrefa.pl.	TAK	
6	Emitent powinien utrzymywać bieżące kontakty z przedstawicielami Autoryzowanego Doradcy, celem umożliwienia mu prawidłowego wykonywania swoich obowiązków wobec emitenta. Spółka powinna wyznaczyć osobę odpowiedzialną za kontakty z Autoryzowanym Doradcą	Nie dotyczy	Spółka nie ma podpisanej umowy z Autoryzowanym Doradcą
7	W przypadku, gdy w spółce nastąpi zdarzenie, które w ocenie emitenta ma istotne znaczenie dla wykonywania przez Autoryzowanego Doradcę swoich obowiązków, emitent niezwłocznie powiadamia o tym fakcie Autoryzowanego Doradcę.	Nie dotyczy	Spółka nie ma podpisanej umowy z Autoryzowanym Doradcą
8	Emitent powinien zapewnić Autoryzowanemu Doradcy dostęp do wszelkich dokumentów i informacji niezbędnych do wykonywania obowiązków Autoryzowanego Doradcy.	Nie dotyczy	Spółka nie ma podpisanej umowy z Autoryzowanym Doradcą
9	Emitent przekazuje w raporcie rocznym:		
9.1	informację na temat łącznej wysokości wynagrodzeń wszystkich członków zarządu i rady nadzorczej,	TAK	
9.2	informację na temat wynagrodzenia Autoryzowanego Doradcy otrzymywanego od emitenta z tytułu świadczenia wobec emitenta usług w każdym zakresie.	Nie dotyczy	Spółka nie ma podpisanej umowy z Autoryzowanym Doradcą

Lp.	Dobra praktyka	OŚWIADCZENIE O STOSOWANIU DOBREJ PRAKTYKI TAK/NIE/NIE DOTYCZY	KOMENTARZ
10	Członkowie zarządu i rady nadzorczej powinni uczestniczyć w obradach walnego zgromadzenia w składzie umożliwiającym udzielenie merytorycznej odpowiedzi na pytania zadawane w trakcie walnego zgromadzenia.	TAK	
11	Przynajmniej 2 razy w roku emitent, przy współpracy Autoryzowanego Doradcy, powinien organizować publicznie dostępne spotkanie z inwestorami, analitykami i mediami.	NIE	Spółka nie ma podpisanej umowy z Autoryzowanym Doradcą
12	Uchwała walnego zgromadzenia w sprawie emisji akcji z prawem poboru powinna precyzować cenę emisyjną albo mechanizm jej ustalenia lub zobowiązać organ do tego upoważniony do ustalenia jej przed dniem ustalenia prawa poboru, w terminie umożliwiającym podjęcie decyzji inwestycyjnej.	TAK	
13	Uchwały walnego zgromadzenia powinny zapewniać zachowanie niezbędnego odstępu czasowego pomiędzy decyzjami powodującymi określone zdarzenia korporacyjne a datami, w których ustalane są prawa akcjonariuszy wynikające z tych zdarzeń korporacyjnych.	TAK	
13a	W przypadku otrzymania przez zarząd emitenta od akcjonariusza posiadającego co najmniej połowę kapitału zakładowego lub co najmniej połowę ogółu głosów w spółce, informacji o zwołaniu przez niego nadzwyczajnego walnego zgromadzenia w trybie określonym w art. 399 § 3 Kodeksu spółek handlowych, zarząd emitenta niezwłocznie dokonuje czynności, do których jest zobowiązany w związku z organizacją i przeprowadzeniem walnego zgromadzenia. Zasada ta ma zastosowanie również w przypadku upoważnienia przez sąd rejestrowy akcjonariuszy do zwołania nadzwyczajnego walnego zgromadzenia na podstawie art. 400 § 3 Kodeksu spółek handlowych.	TAK	
14	Dzień ustalenia praw do dywidendy oraz dzień wypłaty dywidendy powinny być tak ustalone, aby czas przypadający pomiędzy nimi był możliwie najkrótszy, a w każdym przypadku nie dłuższy niż 15 dni roboczych. Ustalenie dłuższego okresu pomiędzy tymi terminami wymaga szczególnego uzasadnienia.	TAK	
15	Uchwała walnego zgromadzenia w sprawie wypłaty dywidendy warunkowej może zawierać tylko takie warunki, których ewentualne ziszczenie nastąpi przed dniem ustalenia prawa do dywidendy.	TAK	
16	Emitent publikuje raporty miesięczne, w terminie 14 dni od zakończenia miesiąca. Raport miesięczny powinien zawierać conajmniej <ul style="list-style-type: none"> – informacje na temat wystąpienia tendencji i zdarzeń w otoczeniu rynkowym emitenta, które w ocenie emitenta mogą mieć w przyszłości istotne skutki dla kondycji finansowej oraz wyników finansowych emitenta, – zestawienie wszystkich informacji opublikowanych przez emitenta w trybie raportu bieżącego w okresie objętym raportem, – informacje na temat realizacji celów emisji, jeżeli taka realizacja, choćby w części, miała miejsce w okresie objętym raportem, – kalendarz inwestora, obejmujący wydarzenia mające mieć miejsce w nadchodzącym miesiącu, które dotyczą emitenta i są istotne z punktu widzenia interesów inwestorów, w szczególności daty publikacji raportów okresowych, planowanych walnych zgromadzeń, otwarcia subskrypcji, spotkań z inwestorami lub analitykami, oraz oczekiwany termin publikacji raportu analitycznego. 	TAK	
16a	W przypadku naruszenia przez emitenta obowiązku informacyjnego określonego w Załączniku Nr 3 do Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu („Informacje bieżące i okresowe przekazywane w alternatywnym systemie obrotu na rynku NewConnect”) emitent powinien niezwłocznie opublikować, w trybie właściwym dla przekazywania raportów bieżących na rynku NewConnect, informację wyjaśniającą zaistniałą sytuację.	TAK	
17	(skreślony). -----		



OPIS PODSTAWOWYCH ZAGROZEŃ I RYZYK



Opisane poniżej czynniki ryzyka nie są jedynymi, które mogą dotyczyć Spółki MEDIACAP SA i prowadzonej przez nią działalności. Każdy z wymienionych poniżej czynników ryzyka może mieć istotny negatywny wpływ na prowadzoną przez Spółkę działalność, sytuację finansową oraz perspektywy rozwoju Spółki.

Ryzyko związane z prognozami i planowaniem.

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

Ryzyko związane z niepowodzeniem strategii.

Spółka nadal planuje rozwój m.in. poprzez akwizycje innych podmiotów rynku marketingowego. Pewne nieprzewidywalne zdarzenia lub okoliczności mogą uniemożliwić realizację strategii przejęcia funkcjonujących innych podmiotów. Może okazać się, że na rynku brak jest podmiotów spełniających wymagania Spółki lub cena danego podmiotu może okazać się zbyt wysoka. Istnieje możliwość wzrostu konkurencji na rynku Spółki w kwestii akwizycji innych podmiotów.

Ryzyko związane z planami Spółki dotyczącymi akwizycji innych podmiotów.

Strategia Spółki zakłada rozwój m.in. poprzez akwizycje innych funkcjonujących w branży usług marketingowych podmiotów. Nabywanie udziałów lub akcji innych podmiotów wiąże się z ryzykiem, iż rzeczywista sytuacja finansowa oraz perspektywy rozwojowe tych podmiotów mogą się okazać istotnie gorsze, niż to wynikało z ich oceny, dokonanej przed akwizycją. Może się również okazać, iż ostateczne koszty, poniesione przez Spółkę w związku z dokonywanymi akwizycjami, okażą się wyższe od wcześniej planowanych. Pojawienie się takich sytuacji może w przyszłości wyrzucić negatywny wpływ na wyniki finansowe Spółki.

Ryzyko związane z planami Spółki dotyczącymi rozwoju nowych obszarów działalności.

Rozpoczęcie oferowania i świadczenia nowych typów usług, nawet jeśli ich specyfika jest zbliżona do specyfiki usług aktualnie świadczonych przez Spółkę, wiąże się z ryzykiem, iż obecne doświadczenie Spółki okaże się niewystarczające dla należytego wykonywania usług w nowych obszarach działalności. Ewentualne problemy z należyтым wykonywaniem usług dotyczących planowanych nowych obszarów działalności Spółki mogłyby zaszkodzić rynkowemu wizerunkowi Spółki oraz narazić ją na koszty związane z odszkodowaniami płaconymi na rzecz odbiorców, a tym samym negatywnie wpłynąć na sytuację finansową

Spółki. Taka sytuacja była w 2009, kiedy Spółka rozpoczęła świadczenie usług w zakresie negocjacji cen z podwykonawcami. Okazało się, że popyt na tego typu usługi jest zbyt mały, aby kontynuować działalność w tym zakresie. W związku z tym Zarząd podjął decyzję o zaprzestaniu świadczenia tych usług pomimo poniesienia nakładów finansowych na stworzenie produktu.

Ryzyko związane z procesem pozyskiwania nowych kontraktów.

Istnieje ryzyko, że w kolejnych latach Spółka może nie być w stanie pozyskać takiej ilości kontraktów, która gwarantowałaby jej poziom przychodów umożliwiający kontynuację dynamicznego rozwoju, co może negatywnie wpłynąć na działalność, wyniki, sytuację finansową, a także na perspektywy rozwoju Spółki. Ryzyko to jest związane również z barierami wejścia i atrakcyjnością rynku usług marketingowych, który przyciąga potencjalnych konkurentów. Duży wpływ na ten aspekt będzie miała również koniunktura gospodarcza w kraju.

Ryzyko związane z utratą kluczowych pracowników.

Sukces w branży usług marketingowych jest uzależniony przede wszystkim od wiedzy, know-how, kreatywności, zaangażowania oraz kompetencji pracowników. Im firma ma większy potencjał w zakresie zasobów ludzkich, tym silniejsza jest jej pozycja konkurencyjna na rynku. Utrata kluczowych pracowników może skutkować pogorszeniem się kondycji finansowej, poprzez np. utratę znaczącego klienta bezpośrednio powiązanego z danym pracownikiem.

Ryzyko związane z możliwością prowadzenia przez pracowników Spółki działalności konkurencyjnej wobec działalności Spółki.

W przypadku działalności Spółki kwestia ta jest bardzo istotna ze względu na unikatowe know-how oraz doświadczenie, które wykorzystane przez konkurencję mogłoby mieć niekorzystny wpływ na działalność Spółki. Ryzyko to jest ograniczane poprzez podpisywanie z pracownikami umów o zakazie konkurencji.

Ryzyko związane z wykorzystywanymi przez Spółkę technologiami.

Spółka świadczy usługi z zakresu szeroko pojętego marketingu doświadczeń. Świadczenie tych usług związane jest z koniecznością wykorzystywania wielu narzędzi oraz urządzeń technicznych, w tym między innymi wysokiej klasy sprzętu komputerowego i elektronicznego. W związku z tym działalność Spółki narażona jest na ryzyko związane z możliwymi, lecz nieprzewidywalnymi usterkami w funkcjonowaniu tych urządzeń. Ewentualne problemy wynikające z wadliwości wykorzystywanych urządzeń, a pociągające za sobą możliwość niewywiązania lub nienależytego wywiązania się Spółki z umów zawartych z odbiorcami, mogłyby zaszkodzić rynkowemu wizerunkowi Spółki oraz narazić ją na koszty związane

z odszkodowaniami płaconymi na rzecz odbiorców, a tym samym negatywnie wpłynąć na sytuację finansową Spółki. Ryzyko to jest minimalizowane poprzez wykupywanie polis ubezpieczeniowych.

Ryzyko związane z niską wartością majątku trwałego oraz majątku obrotowego Spółki.
Spółka posiada aktywa trwałe oraz aktywa obrotowe o stosunkowo nieznacznej wartości w stosunku do skali prowadzonej działalności (mierzonej przychodami ze sprzedaży). Niska wartość majątku trwałego i obrotowego Spółki wiąże się z ryzykiem, iż w przypadku nawet przejściowych problemów z płynnością finansową Spółka będzie miała ograniczoną możliwość szybkiego pozyskania niezbędnych środków pieniężnych, bowiem możliwość upłynnienia aktywów lub wykorzystania ich w celach zastawnych jest ograniczona. Niska wartość majątku Spółki wiąże się również z ryzykiem, iż w przypadku ewentualnego ogłoszenia upadłości Spółki jej majątek może się okazać niewystarczający do pokrycia zobowiązań.

Ryzyko związane z koniunkturą na rynku usług marketingowych.

Rynek usług marketingowych w Polsce charakteryzuje się dynamicznym rozwojem. Jednak jednym z zagrożeń działalności w tym sektorze jest jego duża wrażliwość na wahania koniunktury gospodarczej. W sytuacji znaczącego spowolnienia wzrostu gospodarczego wydatki przedsiębiorstw na cele marketingowe ulegają zmniejszeniu, co może pociągnąć za sobą negatywne skutki dla wyników finansowych Spółki. W ostatnich latach szczególnie rok 2009 był trudny dla branży marketingowej – na przykład wydatki klientów w segmencie usług eventowych spadły w tym czasie według szacunków nawet o połowę. W 2010 raporty renomowanych firm wskazały jednocyfrowy wzrost ogólnych wydatków na reklamę w mediach.

Ryzyko związane z przyszłym rozwojem poszczególnych segmentów rynku usług marketingowych.

Rynek usług marketingowych składa się z różnych segmentów. Działalność Spółki skupia się na segmencie marketingu eventowego, segmencie ambient mediów i segmencie reklamy zintegrowanej. Zgodnie z przeprowadzonymi badaniami oraz analizami obecnych tendencji na światowym rynku usług marketingowych, segmenty te są jednymi z najszybciej rozwijających się obszarów rynku marketingowego. Jednak nie jest wykluczone, iż w przyszłości preferencje klientów mogą ulec zmianie, skutkiem czego może być przesunięcie popytu na usługi marketingowe z tych segmentów w kierunku innych rodzajów działań marketingowych. Zaistnienie takiej sytuacji mogłoby spowodować ograniczenie perspektyw rozwojowych Spółki, a tym samym negatywnie wpłynąć na jej sytuację finansową.

Ryzyko związane z konkurencją.

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

Ryzyko związane z silną pozycją odbiorców.

Wśród kluczowych Klientów Spółki znajdują się podmioty, których skala działalności znacząco przekracza skalę działalności Spółki. Znaczenie tych odbiorców oraz ich udział w strukturze przychodów ze sprzedaży Spółki jest znacząco większy niż znaczenie Spółki oraz jej udział w strukturze dostaw tychże odbiorców. W związku z tym Spółka narażona jest na ryzyko związane z nierówną pozycją negocjacyjną Spółki w stosunku do pozycji negocjacyjnej niektórych jej odbiorców. Ewentualne próby wykorzystania w przyszłości silnej pozycji negocjacyjnej niektórych odbiorców Spółki (w porównaniu z pozycją negocjacyjną Spółki) mogą znacząco utrudnić proces negocjowania oraz zawierania nowych kontraktów lub wpłynąć negatywnie na ceny usług świadczonych przez Spółkę, a tym samym negatywnie wpłynąć na przyszłe wyniki finansowe Spółki.

Ryzyko związane ze znaczeniem dostawców dla jakości usług świadczonych przez Spółki.

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

Ryzyko związane z udziałem kosztów usług obcych w strukturze kosztów operacyjnych Spółki.

W swojej działalności MEDIACAP SA w bardzo szerokim stopniu korzysta z usług świadczonych przez dostawców zewnętrznych oraz podwykonawców. Skutkiem tego jest bardzo wysoki i rosnący udział kosztów usług obcych w strukturze kosztów operacyjnych Spółki. Tak znaczący udział usług obcych w strukturze kosztów sprawia, iż działalność Spółki narażona jest na ryzyko związane z możliwym znaczącym wzrostem cen usług świadczonych przez dostawców Spółki. Sytuacja taka mogłaby znacząco zwiększyć

koszty funkcjonowania Spółki, a tym samym negatywnie wpłynąć na jej wyniki finansowe. W obecnej sytuacji rynkowej wydaje się, że to ryzyko uległo znaczącemu zmniejszeniu.

Ryzyko związane z możliwością pojawienia się nieprawdziwych informacji dotyczących Spółki lub jej działalności.

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

Ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną w Polsce.

Na działalność Spółki duży wpływ wywierają zarówno wahania koniunktury gospodarczej, jak i inne czynniki makroekonomiczne (inflacja, dynamika konsumpcji, wielkość dokonywanych inwestycji). Czynniki te wywierają tym samym istotny wpływ na sytuację ekonomiczną Spółki. Ewentualne znaczące pogorszenie się sytuacji makroekonomicznej w Polsce mogłoby wywrzeć negatywny wpływ na wyniki Spółki.

Ryzyko związane z otoczeniem prawnym.

Przepisy prawa, które regulują działalność gospodarczą w Polsce, charakteryzują się znaczną niestabilnością. W szczególności dotyczy to przepisów prawa dotyczących działalności medialnej, prasowej, reklamowej czy lobbingowej, które podlegają częstym nowelizacjom. Wysoka niestabilność dotyczy również regulacji podatkowych oraz prawa pracy. Zmiany w obowiązujących przepisach mogą powodować wzrost obciążeń publicznych lub wzrost kosztów działalności Spółki, a tym samym mogą wywierać negatywny wpływ na jej wyniki finansowe.

Ryzyko kursowe.

Spółka prowadzi czasami działania poza granicami kraju. Należy więc uwzględnić możliwość wystąpienia w przyszłości ryzyka wahań kursowych, które mogą wywierać negatywny wpływ na wyniki finansowe Spółki.

Ryzyko zmian stóp procentowych.

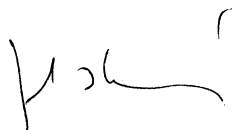
Spółka nie wyklucza korzystania z kredytów i pożyczek w finansowaniu swojej działalności. Pociąga to za sobą konieczność ponoszenia kosztów obsługi zadłużenia z tego tytułu (w tym w szczególności kosztów odsetek). W związku z tym ewentualne niekorzystne tendencje w zakresie kształtowania się w przyszłości poziomu rynkowych stóp procentowych w Polsce mogą spowodować wzrost oprocentowania kredytów i pożyczek zaciągniętych przez Spółkę.

IV OŚWIADCZENIE ZARZĄDU W SPRAWIE RZETELNOŚCI SPORZĄDZENIA SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO



I. OŚWIADCZENIE ZARZĄDU W SPRAWIE RZETELNOŚCI SPORZĄDZENIA SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO

Zarząd Spółki MEDIACAP SA oświadcza według swojej najlepszej wiedzy, że sprawozdanie finansowe i dane porównywalne sporządzone zostały zgodnie z przepisami obowiązującymi Spółkę MEDIACAP SA, oraz że przedstawione dane odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową Spółki MEDIACAP SA oraz jej wynik finansowy zarówno jednostkowy, jak i skonsolidowany. Ponadto Zarząd Spółki MEDIACAP SA oświadcza, że sprawozdanie z działalności Emitenta zawiera prawdziwy obraz sytuacji Emitenta, w tym opis podstawowych zagrożeń i ryzyk.



Jacek Olechowski
Prezes Zarządu
jo@mediacap.pl



Edyta Gurazdowska
Członek Zarządu
eg@mediacap.pl

V DANE KONTAKTOWE

MEDIACAP SA

Jacek Olechowski
Prezes Zarządu

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

www.mediacap.pl

SCHOLZ & FRIENDS WARSZAWA

Marcin Jeziorski
Prezes Zarządu

T +48 22 463 86 48
F +48 22 463 99 08
m.jeziorski@s-f.com.pl

www.s-f.com.pl

EM LAB

Dorota Rzeszutek
Head of Business

T +48 22 463 99 07
F +48 22 463 99 08
d.rzeszutek@emlab.pl

www.emlab.pl

Ul. Domaniewska 50A, 02-672 Warszawa

Kapitał zakładowy Spółki: 556 744 PLN, NIP 521 27 93 367

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