

PLATFORMA MEDIOWA POINT GROUP SPÓŁKA AKCYJNA
Media tradycyjne, media elektroniczne, marketing i reklama
Wydawca Machina, Film
Właściciel Ozon

Właściciel TV Machina

Platforma Mediowa Point Group S.A. powstała w wyniku formalnego przejęcia Point Group Sp. z o.o. przez Arksteel S.A. Jednocześnie Uchwałą Nr 3 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Arksteel S.A. z dnia 18 grudnia 2006 r. została zmieniona nazwa firmy Emitenta z Arksteel Spółka Akcyjna na Platforma Mediowa Point Group Spółka Akcyjna.

W dniu 28 grudnia 2006 r. sąd rejestrowy właściwy dla Emitenta, tj. Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego wydał postanowienie o wpisie do rejestru przedsiębiorców połączenia spółki Arksteel S.A. z siedzibą w Warszawie wpisanej do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000051017 ze spółką Point Group Sp. z o.o., z siedzibą w Warszawie, wpisaną do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000022389. Równocześnie została zarejestrowana nowa nazwa firmy Spółki **Platforma Mediowa Point Group Spółka Akcyjna**.



ZARYS OGÓLNY DZIAŁALNOŚCI

Platforma Mediowa Point Group S.A. prowadzi działalność operacyjną w obszarze **informacji i komunikacji**. Spółka tworzy **holding wydawniczo-medialny**, silnie działający w obszarze tradycyjnych i nowoczesnych mediów. Działalność medialna Platformy Mediowej Point Group S.A. wsparta jest **działalnością marketingową** w obszarze marketingu tradycyjnego oraz nowoczesnego (np. internetowego, mobilnego), prowadzoną przez spółki zależne. Cechą charakterystyczną Emitenta jest silny nacisk na wykorzystywanie nowoczesnych technologii w realizacji projektów medialnych i marketingowych.

Podstawową działalnością Emitenta jest tworzenie i zarządzanie posiadanymi aktywami w sektorze mediów. Działalność ta jest skorelowana z działalnością marketingową prowadzoną przez Grupę Kapitałową Platforma Mediowa Point Group. Działalność w obszarze mediów i marketingu jest prowadzona przy wykorzystaniu narzędzi z podsektorów TMT (ang. Technology, Media and Telecommunication), tj. w obszarze marketingu i reklamy, nowych technologii oraz telekomunikacji. Skorelowanie działalności spółek Grupy Kapitałowej Emitenta prowadzi do powstawania efektów synergii, wynikiem czego jest wzrost wartości dodanej produktów i usług oferowanych przez Emitenta. Oferty produktowe i usługowe Emitenta skierowane do klientów, posiadają tą zasadniczą cechę, że wzajemnie się uzupełniają. Dzięki temu Emitent posiada możliwość zwrócenia się do klientów z kompleksową ofertą w obszarze mediów i marketingu.

Emitent występuje w roli **medium** (za pośrednictwem posiadanych mediów) przekazującego i kreującego wartości i treść, posiadającego jednocześnie wyspecjalizowane narzędzia promowania i budowania wizerunku klientów (agencje marketingowe).

Emitent jest spółką dominującą w Grupie Kapitałowej Platforma Mediowa Point Group, skupiającej działalność w obszarze **dwóch branż: (1) medialnej – tworzenie i zarządzanie własnymi aktywami mediowymi** oraz **(2) marketingowej – usługi marketingowe (w szczególności w obszarze marketingu bezpośredniego)**.

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

- **(1) Media Telewizyjne** (dystrybucja treści video B2B/B2C);
- **(2) Media Prasowe/Drukowane** (budowa medium w celu dotarcia do odbiorców poprzez dostarczanie treści w następujących kategoriach: film, kultura, muzyka, edukacja, sport);

- **(3) Nowe Media** (gromadzenie ruchu w sieci (skupianie ruchu w sieci na posiadanych mediach i ich przekierowania do pozostałych posiadanych) / budowania medium w celu dotarcia do odbiorców poprzez dostarczanie treści w następujących kategoriach: film, kultura, muzyka, edukacja, sport);
- **(4) Zasoby** (Agencja Full Interactive, BTL → TTL, drukarnia Gem-Text Sp. z o.o., News PR Sp. z o.o., Administracja i Finanse, Dział Prawny, Produkcja contentu multimedialnego oraz video).

STRUKTURA SPRZEDAŻY PRODUKTÓW

Przychody ze sprzedaży produktów i usług Emitenta w podziale na rodzaje prowadzonej działalności w latach 2004–2006 oraz za IV kwartały 2007 r. narastająco wraz z danymi porównywalnymi (zł)

Struktura przychodów ze sprzedaży produktów i usług	IV kwartały 2007	IV kwartały 2006	2006	2005	2004
Sprzedaż usług Point Press*	368 381	1 301 551	1 301 551	1 096 435	1 425 688
Sprzedaż reklamy	715 747	8 516 746	8 516 746	7 886 913	4 451 274
Sprzedaż usług BTL	1 384 927	7 070 676	7 070 676	7 429 083	3 435 101
Sprzedaż usług Korba.pl	-	914 419	914 419	188 336	54 700
Media	-	-	-	207 035	-
Sprzedaż IT	2 022 460	-	-	-	-
Sprzedaż usług pozostałych	12 806 644	5 409 975	5 409 975	201 899	4 032 099
Sprzedaż towarów	-	532 214	532 214	405 481	2 385
Sprzedaż materiałów	-	5 000	5 000	-	-
Razem	17 298 159	23 750 581	23 750 581	17 415 182	13 401 247

Źródło: Emitent

* Sprzedaż czasopism jako sprzedaż Usług Point-Press

Przychody ze sprzedaży produktów i usług Grupy Kapitałowej Emitenta w podziale na podmioty Grupy Kapitałowej Emitenta w latach 2004–2006 oraz za IV kwartały 2007 r. narastająco wraz z danymi porównywalnymi (zł).

Struktura przychodów w Grupie Kapitałowej	IV kwartały 2007	IV kwartały 2006	2006	2005	2004
Platforma Mediowa Point Group SA	6 137 070	19 664 834	19 664 834	17 226 636	13 401 247
adMobile Sp. z o.o.	2 171 966	1 590 187	1 590 187	551 466	-
Media Point Group Sp. z o.o.	27 661 229	8 513 167	8 513 167	-	-
BTL Point Group Sp. z o.o.	5 553 664	732 840	732 840	-	-
Gem-Text Sp. z o.o.	3 013 602	-	-	-	-
News PR Sp. z o.o.	407 853	-	-	-	-
TV Point Group Sp. z o.o.	336 220	-	-	-	-
Infini Sp. z o.o.	15 573	-	-	-	-
Razem	45 297 177	30 501 028	30 501 028	17 778 102	13 401 247

Źródło: Emitent

Różnica pomiędzy przychodami Emitenta w tabeli przychodów jednostkowych i w tabeli przychodów skonsolidowanych wynika z faktu, że jednostkowe przychody Emitenta uwzględniają również sprzedaż wewnątrz Grupy Kapitałowej.

STRUKTURA ORGANIZACYJNA

Struktura organizacyjna Grupy Kapitałowej Platformy Mediowej Point Group została stworzona wg klucza specjalizacji rynkowej, czego skutkiem jest **budowa wyspecjalizowanych agencji oraz departamentów**. Niektóre z agencji i departamentów tworzą osobne podmioty zależne, a niektóre wchodzą w skład struktury wewnętrznej Emitenta.

Spółki grupy kapitałowej Platforma Mediowa Point Group S.A.

Lp	Nazwa (firma) spółki	Ilość udziałów /akcji	Wartość nominalna udziału / akcji	Łączna wartość nominalna udziałów / akcji	Procentowy udział Emitenta w głosach (%)	Liczba głosów na ZW
1.	Gem-Text Sp. z o.o.	274	500 zł	137.000 zł	51	274
2.	News PR Sp. z o.o.	1001	50 zł	50.050 zł	50,05	1001
3.	BTL Point Group Sp. z o.o.	1000	50 zł	50.000 zł	100	1000
4.	adMobile Sp. z o.o.	10000	50 zł	500.000 zł	100	10000
5.	Media Point Group Sp. z o.o.	100	500 zł	50.000 zł	100	100
6.	TV Point Group Sp. z o.o.	1000	50 zł	50.000 zł	100	1000
7.	Infini Sp. z o.o. *	100	500 zł	50.000 zł	51	51

Źródło: Emitent

Spółka pośrednio zależna od Emitenta; W dniu 16 października 2007 r. spółka zależna Emitenta - TV Point Group Sp. z o.o. nabyła 51 udziałów o wartości nominalnej 500 zł każdy w Infini Sp. z o.o. z siedzibą w Lublinie. Nabyte udziały stanowią 51% kapitału zakładowego i dają 51% ogólnej liczby głosów w Infini Sp. z o.o.

Uchwałą nr 1 z dnia 5 lutego 2008r. Nadzwyczajne Zgromadzenie Wspólników Infini Sp. z o.o. z siedzibą w Lublinie zmieniło firmę spółki i nadało jej brzmienie: „Sport24.pl” Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością oraz ustaliło, iż siedzibą Spółki będzie Warszawa. Przedmiotowe zmiany na dzień zatwierdzenia Prospektu emisyjnego nie zostały zarejestrowane przez Sąd Rejestrowy – Sąd Gospodarczy w rejestrze przedsiębiorców KRS.

Grupa Kapitałowa Platforma Mediowa Point Group, posiadając wieloletnie doświadczenie na rynku mediów i reklamy, działa według modelu, który pozwala oferować klientom kompleksowe usługi marketingowe, zapewniając im dostęp do różnego rodzaju mediów oraz dróg komunikacji z finalnym odbiorcą. Ponadto struktura działania Grupy Kapitałowej Emitenta pozwala na osiągnięcie efektów synergii, wynikających z łączenia funkcji działania. **Efekty te pozwalają na uzyskanie ponadprzeciętnych korzyści**, takich jak:

- kompleksowość usługi,
- ekonomia i korzyści skali,
- dywersyfikacja modelu dystrybucji usług,
- wyższa rentowność.

ZARZĄD

Od dnia 18 lipca 2007 r. Zarząd Emitenta funkcjonuje w następującym składzie:

- 1) Michał M. Lisiecki – Prezes Zarządu,
- 2) Tomasz Sadowski – Wiceprezes Zarządu,
- 3) Piotr Surmacki – Wiceprezes Zarządu,
- 4) Paweł Hordyński – Członek Zarządu.

RADA NADZORCZA

W dniu 9 lipca 2007 r. Zwyczajne Walne Zgromadzenie Emitenta zmieniło skład Rady Nadzorczej, który na dzień zatwierdzenia Prospektu emisyjnego kształtuje się następująco:

- | | |
|-------------------------|-------------------------------------|
| 1) Tomasz Biełanowicz | Przewodniczący Rady Nadzorczej, |
| 2) Katarzyna Gintrowska | Wiceprzewodnicząca Rady Nadzorczej, |
| 3) Krzysztof Feluch | Sekretarz Rady Nadzorczej, |
| 4) Giuseppe Mirante | Członek Rady Nadzorczej, |
| 5) David Williams | Członek Rady Nadzorczej. |

KAPITAŁ ZAKŁADOWY

Na dzień zatwierdzenia Prospektu emisyjnego kapitał zakładowy Emitenta wynosi 91 650 000,00 zł i dzieli się na 91 569 700¹ akcji o wartości nominalnej 1 złoty każda, w tym:

- 42 450 (czterdzieści dwa tysiące czterysta pięćdziesiąt) akcji imiennych serii A i B,
- 91 527 250 (dziewięćdziesiąt jeden milionów pięćset dwadzieścia siedem tysięcy dwieście pięćdziesiąt) akcji zwykłych na okaziciela serii A, B, C, D.

W dniu 9 lipca 2007 r. Zwyczajne Walne Zgromadzenie Emitenta podjęło Uchwałę nr 25 w sprawie zamiany 29 700 akcji imiennych serii A i B na akcje zwykłe na okaziciela wraz z wymaganą w związku z powyższym zmianą Statutu. Przedmiotem konwersji było 24 200 akcji imiennych serii A oraz 5 500 akcji imiennych serii B. Sąd, postanowieniem z dnia 6 listopada 2007 r., dokonał wpisu zmiany Statutu jedynie w zakresie konwersji 24 000 akcji serii A, natomiast poprawnie zarejestrował konwersję 5 500 akcji serii B. Emitent, w dniu 19 listopada 2007 r., wystąpił do Sądu o sprostowanie ww. postanowienia, składając wniosek o zarejestrowanie zmiany Statutu w przedmiocie konwersji 24 200 akcji imiennych serii A na akcje na okaziciela (poprawiając tym samym wniosek wcześniejszy, który dotyczył 24 000 akcji). Do dnia zatwierdzenia Prospektu emisyjnego konwersja akcji serii A w ilości 24 200 akcji nie została zarejestrowana.

Natomiast w dniu 08.01.2008r. Rada Nadzorcza Emitenta, działając w trybie art. 430 § 5 KSH, na podstawie upoważnienia udzielonego jej Uchwałą nr 37 Walnego Zgromadzenia Emitenta z dnia 09.07.2007r. ustaliła tekst jednolity Statutu Spółki, wynikający ze zmian uchwalonych na tymże Walnym Zgromadzeniu.

W kapitale zakładowym Emitenta:

- 1) akcje serii A w ilości 31 400 są akcjami imiennymi,
- 2) akcje serii B w ilości 11 050 są akcjami imiennymi,
- 3) akcje serii A w ilości 2 679 000 są akcjami na okaziciela,
- 4) akcje serii B w ilości 498 250 są akcjami na okaziciela,
- 5) akcje serii C w ilości 3 300.000 są akcjami na okaziciela,
- 6) akcje serii D w ilości 85 050 000 są akcjami na okaziciela.

STRATEGIA ROZWOJU PLATFORMY MEDIOWEJ POINT GROUP S.A. NA LATA 2007–2010

Strategia rozwoju Platformy Mediowej Point Group S.A. zmierza do dalszego rozwoju koncernu mediowego, zwłaszcza w obszarze nowych mediów i zakłada realizację następujących celów:

- (1) szersze wykorzystanie posiadanych marek, w tym poprzez wejście w nowe rodzaje mediów,
- (2) obecność w nowych rodzajach mediów (budowa organiczna oraz poprzez przejęcia),
- (3) rozwój agencji reklamowej/tworzenie synergii pomiędzy tradycyjną reklamą a reklamą w nowych kanałach komunikacji,
- (4) rozwój Grupy Kapitałowej Emitenta poprzez akwizycje.

Strategia rozwoju grupy kapitałowej Platforma Mediowa Point Group zakłada rozwój w następujących obszarach:

✓ **DZIAŁALNOŚĆ MEDIOWA**

Platforma Mediowa Point Group S.A zamierza rozbudowywać paletę posiadanych mediów w oparciu o posiadane już marki, takie jak: „Machina”, „Film”, „Dlaczego” i Korba.pl. Są to już obecnie dobrze

¹ W dniu 26 maja 2000r. Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Pekpol S.A. podjęło Uchwałę nr 8 w sprawie umorzenia z czystego zysku maksymalnie do 64.530 akcji zwykłych imiennych serii A i B (Akt notarialny z dnia 26.05.2000r., rep. A Nr 2222/2000). Przedmiotowa uchwała w sposób precyzyjny określała rodzaj, liczbę i serię umarzanych akcji. Jednakże na podstawie w/w uchwały umorzonych zostało tylko 16.060 akcji imiennych serii A i B ze skutkiem na dzień 15.07.2000r. W myśl obowiązujących wówczas przepisów Kodeksu handlowego (art. 363 § 2 KH) - umorzenie akcji z czystego zysku nie powodowało konieczności dokonania obniżenia kapitału zakładowego. W dniu 4 grudnia 2000r. Sąd Rejestrowy wydał postanowienie o wpisie powyższych zmian.

Dokonanie przez Pekpol S.A. operacji polegającej na umorzeniu z czystego zysku 16.060 akcji bez obniżenia kapitału zakładowego spowodowało wystąpienie rozbieżności pomiędzy wpisaną do KRS wysokością kapitału zakładowego a iloczynem ilości akcji i wartości nominalnej akcji. Zaistniały stan faktyczny nie jest stanem niezgodności, który implikowałby konieczność dokonywania jakichkolwiek zmian lub działań - jest skutkiem w pełni zgodnych z prawem czynności Emitenta (Pekpol S.A.) i wynika z dopuszczalnego pod rządami Kodeksu handlowego umorzenia akcji bez obniżenia kapitału zakładowego. Ustawodawca, wprowadzając obowiązujący od 2001r. Kodeks spółek handlowych nie przewidział ani przepisów przejściowych, ani też procedur ujednoczenia wielkości zarejestrowanego w rejestrze przedsiębiorców KRS kapitału zakładowego oraz iloczynu liczby akcji oraz wartości nominalnej jednej akcji. Obecnie obowiązujące przepisy prawa (KSH) nie przewidują rozwiązań w zakresie ujednoczenia wielkości kapitału zakładowego i iloczynu akcji oraz ich wartości nominalnej dlatego też Emitent nie planuje w przyszłości podejmowania tego typu działań.

rozpoznawalne marki, z jasno określonym kręgiem odbiorców, wokół których można zbudować nowe projekty, bez ponoszenia zbyt wielu dodatkowych nakładów.

Telewizję internetową, portal oraz radio Emitent zamierza oprzeć na marce „Machina”. W obszarze radia Emitent planuje produkować głównie programy i audycje radiowe, które będą emitowane za pośrednictwem innych stacji radiowych, lokalnych i ogólnopolskich. Informacje na temat podpisanych w tym obszarze przez grupę kapitałową Platforma Mediowa Point Group S.A. umów zostały przedstawione w pkt 6.4. Dokumentu Rejestracyjnego niniejszego Prospektu.

Przejęcie spółki Gem-Text Sp. z o.o. ma na celu zmniejszenie kosztów druku zarówno spółki Media Point Group Sp. z o.o. jak i BTL Point Group Sp. z o.o., wchodzących w skład holdingu PMPG. Jednocześnie zakup drukarni w sposób komplementarny poszerza zakres usług oferowanych klientom PMPG i tworzy perspektywę spółce Gem-Text Sp. z o.o. do stabilnego rozwoju i wzrostu, również na rynku usług eksportu druku.

✓ **MARKETING I REKLAMA**

Grupa Kapitałowa Platforma Mediowa Point Group to również agencja typu full-service, posiadająca bardzo duże doświadczenie na rynku i specjalizująca się w działaniach typu Below-the-Line.

Rozwijająca się gospodarka tworzy stały popyt na działania z zakresu wsparcia sprzedaży. Platforma Mediowa Point Group oferuje przedsiębiorstwom rozwiązania wspierające sprzedaż w szerokim zakresie, od kreacji i planowania po wykonanie i dystrybucję we własnych mediach. Platforma Mediowa Point Group kreuje skuteczną i precyzyjną komunikację marketingową, a dzięki kompleksowości usług oraz integracji tradycyjnych i nowoczesnych mediów zapewnia sukcesy swoim klientom.

Komunikacja marketingowa zmienia się; dzisiaj nie wystarczy sama informacja, istotne jest, aby trafić do właściwej osoby, w odpowiedni sposób, za pomocą atrakcyjnego medium. Internet, telefonia komórkowa, format TV stały się częścią naszego życia niosąc ze sobą olbrzymi potencjał komunikacyjny. Nowe media mają jednak swoją specyfikę, a sposoby komunikacji różnią się od tradycyjnych. Emitent wykorzystuje nowe media od dawna, posiada też duże doświadczenie w mediach tradycyjnych. W rezultacie firma integruje różne obszary komunikacji marketingowej, w tym poprzez włączenie w jedną strukturę ekspertów działających na różnych polach komunikacji, dzięki czemu otrzymuje efekt synergii między mediami. W ten sposób można efektywnie dostarczać komunikat do odbiorcy wieloma kanałami, w tym również interaktywnymi (umożliwiającymi obustronną komunikację).

Grupa Kapitałowa Emitenta oferuje wachlarz uzupełniających się usług i kanałów mediowych, umożliwiających precyzyjne dotarcie do określonej grupy docelowej. Proponowane rozwiązania są dostosowywane do indywidualnych potrzeb klienta, dzięki czemu wzrasta ich skuteczność i efektywność kosztowa.

✓ **ZASOBY**

Ważnym elementem działalności na styku mediów i marketingu jest tworzenie baz danych o klientach, które umożliwią personalizację komunikacji marketingowej, zgodnie z tendencjami panującymi na rynku. Dla realizacji wszystkich przedsięwzięć w ramach Grupy Kapitałowej Emitenta zostały utworzone jednostki (spółki zależne lub wewnętrzne departamenty Emitenta), które stanowią zasoby wykonawcze wspierają realizację biznesu:

- (a) pod względem obsługi wewnętrznej (administracja i finanse oraz dział prawny),
- (b) pod względem operacyjnym:
 - (b1) promocja (Agencja BTL, Agencja PR),
 - (b2) wykonawstwo (drukarnia Gem-Text), a także
 - (b3) implementacja usług w ramach przedsięwzięć nowo mediowych (Agencje Full Interactive: adMobile i Point Online).

✓ **NOWE MEDIA**

W związku z dynamicznie rozwijającym się rynkiem nowych mediów oraz Internetu, a w szczególności w związku z kierowaniem przez reklamodawców coraz to większej części ich budżetów do mediów internetowych, Platforma Mediowa Point Group zamierza znacząco wzmocnić tę linię swojej działalności oraz uzupełnić ją o nowe przedsięwzięcia.

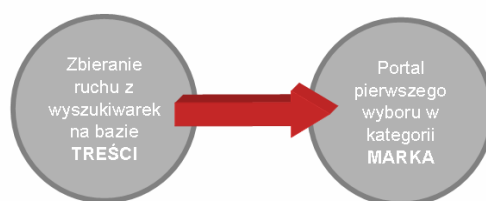
Budowanie przedsięwzięć w nowych mediach wymaga bardzo specyficznych kompetencji zarówno programistycznych, jak i marketingowych. W tym momencie Platforma Mediowa Point Group posiada takie kompetencje w dwóch dywizjach – pierwszym z nich jest spółka adMobile Sp. z o.o., specjalizująca się w obszarze serwisów na telefony komórkowe, a drugim jest Point Online, specjalizująca się w budowie serwisów internetowych. Ponieważ serwisy na telefony komórkowe oraz serwisy internetowe zmierzają nieuchronnie w kierunku połączenia, Platforma Mediowa Point Group, przygotowana na ten kierunek zmian, połączyła operacyjnie (zawężenie współpracy,

wspólne realizowanie projektów) obydwie dywizje w jedną, gromadzącą obydwa rodzaje kompetencji. Nowa dywizja jest zbudowana w oparciu o istniejącą spółkę adMobile Sp. z o.o., do której został dołączony zespół agencji marketingu interaktywnego Point Online – nazwa robocza nowej dywizji to **Agencja Full Interactive (AFI)**. Dodatkowo, ze względu na planowaną liczbę przedsięwzięć wykorzystujących kompetencję AFI, bezwzględnie wymagane jest wzmocnienie, w szczególności w części internetowej.

Obszary treści poszukiwanych przez użytkowników Internetu pokrywają się z głównymi obszarami wydatków reklamowych, z tego względu Platforma Mediowa Point Group zamierza zbudować nowe serwisy lub wzmocnić już istniejące serwisy w następujących obszarach: **(1) Kultura, (2) Film, (3) Muzyka, (4) Sport, (5) Edukacja**. Celem działań Platforma Mediowa Point Group w każdym z wyżej wymienionych obszarów jest zbudowanie serwisów zajmujących pierwszą pozycję w każdej z tych kategorii.

Ponieważ, tak jak zostało to wspomniane wcześniej, Platforma Mediowa Point Group chce oprócz promocję swoich marek internetowych przede wszystkim o treści (ang. content) dostarczane do użytkownika, dlatego niezbędne jest zbudowanie nowych lub wzmocnienie istniejących redakcji dla każdego ze wspomnianych wcześniej obszarów. Ze względu na rozbudowę redakcji niezbędne jest także stworzenie narzędzia informatycznego, które usprawni wymianę informacji pomiędzy poszczególnymi redakcjami oraz usprawni całość procesu tworzenia treści do wszystkich mediów.

Ścieżka rozwoju w nowych mediach / Internet?



Takim narzędziem ma być archiwum centralne, które oprócz funkcji związanych z archiwizowaniem oraz wyszukiwaniem treści tworzonych w ramach poszczególnych redakcji, posiadać będzie także funkcjonalność work-flow wspomagającą powstawanie treści/contentu.

Ze względu na zmieniający się parytet konsumpcji mediów w Internecie – stosunek treści redakcyjnych oraz treści multimedialnych (video), ważnym obszarem, na który Platforma Mediowa Point Group w ramach swoich działań chce położyć duży nacisk, jest produkcja oraz dystrybucja treści multimedialnych, w tym przede wszystkim treści video.

✓ **NEW BUSINESS (AKWIZYCJE)**

W celu wzmocnienia kompetencji w zakresie budowy internetowych serwisów konsumenckich Agencji Full Interactive (AFI) Emitent planuje przeprowadzić akwizycje spółki z branży agencji interaktywnych. Celem przejścia jest pozyskanie silnego zespołu specjalistów oraz ich kompetencji w możliwie krótkim okresie czasu oraz możliwość realizacji większego portfela zleceń i zadań AFI.

Naturalnym uzupełnieniem oferty mediów Platformy Mediowej Point Group obok: prasy, nowych mediów, telewizji są nośniki zewnętrzne. Ponieważ konkurencja w tym obszarze jest obecnie bardzo duża, aby zaistnieć na tym rynku i zająć znaczącą pozycję niezbędne jest niestandardowe działanie oraz istotne nakłady finansowe.

Emitent zamierza zbudować dodatkowe narzędzia integrujące, jak serwis internetowy, który będzie integrował następujące obszary: kultura, muzyka, film, sport. W opisanym powyżej zakresie prowadzone są także rozmowy na temat przejścia wiodących serwisów uzupełniających i wzmacniających ofertę PMPG.

CELE EMISJI I WYKORZYSTANIE WPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH

Emitent zamierza pozyskać z oferty akcji serii E kwotę 57,2 mln zł brutto, przy założeniu, że wszystkie akcje serii E w liczbie 22 892 425 sztuk zostaną objęte.

Wartość netto emisji (po potrąceniu kosztów oferty) wyniesie 53,3 mln zł. Środki te Emitent zamierza przeznaczyć na realizację celów przedstawionych poniżej.

PMPG dywersyfikując swoją działalność na obszary mediów i komunikacji, technologii i marketingu tworzy platformę ofertową pozwalającą m.in. na:

- osiągnięcie efektów synergii,
- łączenie (krosowanie) przedsięwzięć,

- wprowadzanie innowacyjności projektów,
- rozproszenie ryzyka działalności operacyjnej.

Dywersyfikacja działalności firm medialnych jest znakiem zmian zachodzących na rynku mediów. Zarówno światowe koncerny (News Corp., Viacom), jak i krajowe (Agora, Grupa ITI), inwestują w dywersyfikację swoich przedsięwzięć. Z jednej strony wynika to z coraz powszechniejszego dostępu do technologii, a z drugiej związane jest z rozwojem działalności medialnej poza klasycznymi nośnikami (druk, telewizja), zupełnie na nowych polach (Internet, telefonia komórkowa). Dzięki temu firmy medialne stają się platformami dysponującymi wysokiej jakości contentem i różnymi kanałami komunikacji, co prowadzi do zwiększenia dostępności do grup odbiorców w sposób wyspecjalizowany, wysoce selektywny. Dzięki temu odbiorca mediów ma zagwarantowany dostęp na szczegółowych informacji, które podlegają coraz mniejszemu rozproszeniu.

Celem strategicznym Emitenta jest dalszy rozwój portfolio usług oraz prowadzenie działalności na wzór dzisiejszych koncernów mediowych.

Decyzję co do planu wykorzystania środków podjął Zarząd Platformy Mediowej Point Group S.A. Ewentualne decyzję w sprawie zmiany celów emisji podejmować będzie cały Zarząd Emitenta.

W związku z tymi tendencjami rozwojowymi występującymi na rynku mediów oraz w celu osiągnięcia pozycji koncernu medialnego Emitent zamierza przeznaczyć pozyskane w ramach Oferty akcji serii E środki pieniężne w kwocie 53,3 mln zł netto na następujące cele. Cele emisji zostały przedstawione zgodnie z priorytetem wykorzystania wpływów z emisji:

(1) Zasoby: Rozwój kompetencji Agencji Full Interactive poprzez akwizycję lub rozwój organiczny – 1,5 mln zł

Platforma Mediowa Point Group S.A. tworząc Agencję Full Interactive, zbudowała swój dział operacyjny, które zajmuje się koordynacją kompetencji w zakresie badania i rozwoju (R&D) technologii mobilnych skupionych w spółce adMobile Sp. z o.o. (adMobile) oraz kompetencji działu Online Emitenta w zakresie budowy serwisów internetowych. Połączenie kompetencji adMobile i Online daje możliwość zaoferowania do rynku kompleksowych usług mobilnych i interaktywnych. Działania te odzwierciedlają potrzeby i preferencje rynku, który zgłasza zapotrzebowanie na rozwiązania zintegrowane. Większość serwisów mobilnych budowanych w ostatnich latach przez adMobile wymagała budowy również internetowej części konsumenckiej, która była tworzona zarówno przy współpracy z sekcją Online, jak i z zewnętrznymi podmiotami.

Aby osiągnąć zamierzony cel, spółka ma do wyboru bądź zwiększanie kompetencji poprzez przejścia uznanych podmiotów specjalizujących się w tej dziedzinie lub poprzez rozbudowę zespołu i agencji w ramach dotychczasowych struktur. Drugie z tych rozwiązań jest dużo bardziej czasochłonne niż przejścia już działających podmiotów.

W celu wzmocnienia kompetencji w zakresie budowy internetowych serwisów konsumenckich Agencji Full Interactive (AFI) Emitent planuje przeprowadzić akwizycje spółki z branży agencji interaktywnych. Celem przejścia jest pozyskanie silnego zespołu specjalistów oraz ich kompetencji w możliwie krótkim okresie czasu oraz możliwość realizacji większego portfela zleceń i zadań AFI. W ocenie Emitenta opłacalnym rozwiązaniem jest przejście mniejszej spółki ze sprawdzonym zespołem pracowników niż budowanie zespołu AFI w sposób organiczny. W zakresie przejść Emitent prowadzi wstępne oceny i analizy kilku podmiotów oraz początkowe etapy rozmów. Dotychczas analizy te ograniczone są do badania kompetencji tych podmiotów i możliwości synergii natomiast rozmowy mają zapewnić uzgodnienie możliwego zakresu negocjacji i ich warunków. Rozpoczęcie negocjacji dotyczących ewentualnego przejścia uzależnione są od powodzenia emisji, a tym samym zabezpieczenia środków gotówkowych na ten cel. W związku z tym Emitent uważa, iż podawanie nazw podmiotów mogło by wprowadzić inwestorów w błąd oraz również wprowadzić niepotrzebne napięcia na rynku zarówno pośród firm konkurencyjnych jak również zleceniodawców. W przypadku niekorzystnej oceny ww. podmiotów Emitent zamierza prowadzić aktywne poszukiwania innych podmiotów branżowych do przejścia. Emitent zamierza środki przeznaczone na ten cel w całości przeznaczyć na przejścia.

Niemniej jednak Emitent nie zamierza utracić korzyści wynikających z możliwości realizacji potencjalnych zleceń w związku z ryzykiem nie przejścia żadnego podmiotu z branży agencji interaktywnych, a tym samym grupy specjalistów z branży. Wówczas, jeżeli do końca 2008 r. nie dojdzie do sfinalizowania planowanego przejścia Zarząd Emitenta zamierza środki przeznaczone pierwotnie na ten cel przeznaczyć na rozwój organiczny AFI. Środki pieniężne zostaną wydatkowane na rozbudowę obecnych struktur AFI.

(2) Nowe Media: Multimedialna Baza Contentu / Digitalizacja posiadanych treści oraz produkcja i dystrybucja treści multimedialnych (contentu) – 5,3 mln zł

Zamierzeniem Emitenta przy realizacji ww. celu jest utworzenie cyfrowego archiwum całości treści będących w posiadaniu Grupy Kapitałowej Emitenta. Dotyczy to m.in. 61 - letniego archiwum

magazynu „Film”, 12 - letniego archiwum magazynu „Machina” oraz 10 - letniego archiwum magazynu „Dlaczego”. W efekcie Emitent będzie w stanie zoptymalizować przychody uzyskiwane przez Grupę Kapitałową PMPG z dystrybucji treści, sprzedawanych obecnie głównie za pośrednictwem tradycyjnych mediów (druk). Wynika to głównie z faktu, że treści należące do Emitenta i jego Grupy Kapitałowej będą mogły być udostępniane za pomocą Internetu oraz telefonów komórkowych.

Emitent zamierza zarchiwizować w formie cyfrowej całość treści będących w jego posiadaniu. Na potrzeby archiwizacji i digitalizacji zostanie stworzone narzędzie – system komputerowy do digitalizacji treści i ich zarządzania. Narzędzie oprócz funkcji związanych z archiwizacją powinno dodatkowo zawierać funkcjonalność systemu work-flow, którego celem jest usprawnienie współpracy w ramach zespołów redakcyjnych. Dzięki inwestycji Emitent będzie w stanie nie tylko stworzyć archiwów treści multimedialnych ale również będzie w stanie poddawać treści obróbce cyfrowej.

W szczególności inwestycja obejmuje wydatki na budowę systemu komputerowego (software) oraz infrastrukturę multimedialną (sprzęt komputerowy, kamery video, sprzęt do montażu – obróbki).

(3) Media telewizyjne: Dofinansowanie rozwoju Machina TV – 14,5 mln zł

Wraz z wzrostem budżetów reklamowych przeznaczanych przez reklamodawców na poczet kanału reklamowego jakim jest telewizja, jak również dzięki dużemu sukcesowi brandu Machina i rosnącemu segmentowi „entertainment” (rozrywki) w Polsce, Emitent planuje rozpoczęcie przedsięwzięcia pod nazwą Machina TV.

Na poczet tego projektu Emitent zamierza przeznaczyć 14,5 mln zł w formie pożyczki dla spółki TV Point Group Sp. z o.o. Zapotrzebowanie na środki finansowe pokrywa się z wielkością środków potrzebnych do rozpoczęcia działalności oraz osiągnięcia break-even point. Kwota ta pokryje zarówno inwestycje w sprzęt i wyposażenie studia (kamery video, sprzęt do montażu programu), jak również pierwszy okres pełnego „rozruchu” stacji TV. Spółka TV Point Group poczyniła już kroki przygotowawcze, umożliwiające uruchomienie projektu oraz pozwalające stwierdzić istnienie zainteresowania takim profilem stacji TV. Machina TV w założeniu jest również pierwszym przedsięwzięciem telewizyjnym Grupy Kapitałowej Emitenta, w którym będą planowane kolejne przedsięwzięcia telewizyjne, na bazie powstałej telewizji.

(4) Nowe Media: Budowa i wzmocnienie wortalu tematycznych w obszarach Kultury, Muzyki, Filmu oraz Sportu / akwizycja – 2,7 mln zł

Na dzień zatwierdzenia Prospektu Emitent jest posiadaczem największego niezależnego internetowego serwisu w obszarze edukacji Korba.pl (źródło: Gemius) oraz jest zarządzającym portalem Sport24.pl, będącym w pierwszej piątce największych, polskich niezależnych witryn o tematyce sportowej, i internetowym liderem wśród serwisów informacyjnych w dyscyplinach takich jak hokej, żużel czy karting (źródło: stat.pl).

W Polsce 4 obszary największych wydatków reklamowych w mediach to kultura, film, muzyka oraz sport (źródło: ZenithOptimedia). Grupa Kapitałowa Emitenta zamierza rozwijać przedsięwzięcia mediowe w tych obszarach w taki sposób, aby móc jak najlepiej zaadresować potrzeby reklamodawców.

Pozyskane środki z oferty akcji serii E w obszarze ww. celu Emitent zamierza przeznaczyć na przejęcia kilku mniejszych podmiotów prowadzących serwisy tematyczne w obszarach kultury, muzyki, filmu oraz sportu. Z punktu widzenia strategii rozwoju Emitenta jest to naturalne rozszerzenie posiadanych zasobów (wysokiej jakości contentu), gwarantujące jednocześnie optymalizację ich wykorzystania i zwiększenie przychodów z nowych kanałów komunikacji.

Emitent jest w trakcie prowadzenia wstępnych rozmów w sprawie warunków przejęcia kilku mniejszych serwisów dostarczających treści w obszarze sportowym w celu przeprowadzenia oceny i analizy możliwości akwizycyjnych. Dotychczas przeprowadzone analizy ograniczyły się do badania kompetencji tych podmiotów i możliwości synergii. Rozpoczęcie negocjacji dotyczących ewentualnego przejęcia uzależnione są od powodzenia emisji a tym samym zabezpieczenia środków gotówkowych na ten cel. W związku z tym Emitent uważa iż podawanie nazw podmiotów mogło by wprowadzić inwestorów w błąd oraz również wprowadzić niepotrzebne napięcia na rynku zarówno pośród firm konkurencyjnych jak również zleceniodawców.

W przypadku nie dokonania przejęcia wybranych podmiotów Emitent zamierza pozostałe środki w ramach tego celu przeznaczyć na budowę organiczną serwisów tematycznych w obszarach kultury, muzyki i filmu, a także wzmocnienie serwisu edukacyjnego Korba.pl. i serwisu sportowego Sport24.pl w zakresie technologii w postaci rozbudowy infrastruktury (rozbudowa serwerów), jak i marketingu w postaci wydatków na SEO (search engine optimization) – procesu ulepszania wolumenu i ilości ruchu dla portali internetowych Grupy Kapitałowej Emitenta, czego efektem jest wyświetlanie ich w pierwszej kolejności przez wyszukiwarki w trakcie poszukiwań internetowych (skupianie ruchu z wyszukiwarek).

W sytuacji nie przejścia wszystkich planowanych podmiotów i wystąpienia konieczności rozwoju organicznego, Emitent zamierza się posiłkować kapitałem zewnętrznym w postaci długu, jeżeli środki pozostałe na rozwój organiczny nie będą wystarczające.

(5) Nowe Media: Media Navigator – budowa internetowego serwisu integrującego/akwizycja – 5,2 mln zł

Emitent zamierza zbudować serwis internetowy, który będzie integrował obszary: kultura, muzyka, film, sport. Media Navigator jest koncepcją serwisu internetowego, dzięki któremu Emitent będzie w stanie dokonywać przekierowań konsumentów poszukujących danych informacji w serwisie do innych posiadanych już przez Grupę Kapitałową serwisów/portali internetowych. W efekcie internauta będzie w stanie poruszać się z łatwością po sieci w celu uzyskania poszukiwanych informacji czy spraw. Przykładowo kibic sportowy za pomocą Media Navigator'a będzie skierowany do portalu Sport24.pl, gdzie będzie mógł sprawdzić program interesującego go wydarzenia oraz kupić np. bilet na mecz. Usługi te będą realizowane przez Emitent przy wykorzystaniu posiadanych zasobów i kompetencji, np. w postaci Agencji Full Interactive, która posiada rozwiązania w tym zakresie.

Konsument wykorzystujący nowe media może trafić do serwisu Emitenta Media Navigator na dwa podstawowe sposoby. Pierwszym z nich, który w wypadku większości serwisów internetowych buduje więcej niż 80% ruchu są wyszukiwarki internetowe. Drugą możliwością jest kontekstowe przekierowanie w tym także z serwisów wykorzystujących technologię RSS (ang. Really Simple Syndication). Media Navigator ma za zadanie skupianie ruchu z wyszukiwarek, co umożliwi docierania do treści oferowanych. Ruch z wyszukiwarek internetowych kierowany jest do serwisów, które w najbardziej precyzyjny sposób odpowiadają zapytaniom konsumentów oraz posiadają najbardziej rozbudowaną bazę treści w szukanym temacie. Media Navigator, dzięki treściom dostarczonym przez redakcje wszystkich tytułów w ramach PMPG oraz współtworzonym przez użytkowników, będzie budował największą bazę treści w obszarach, których użytkownicy najintensywniej poszukują w sieci. Są to przede wszystkim treści związane z gwiazdami, filmami, modnymi miejscami - czyli wszystkim co aktualnie jest „promowane” w tzw. „leniwych mediach”, (tradycyjna telewizja, reklama zewnętrzna, radio). Sformułowanie, które najtrafniej określa koncept, na którym bazować będzie Media Navigator to „Google byłby niczym bez tradycyjnej telewizji, ponieważ ludzie nie wiedzieliby, czego mają szukać (...) To telewizja i inne media „dla leniwych” kreują potrzeby, które są później zaspokajane w mediach interaktywnych”.

Realizację tego celu Emitent chce przeprowadzić w postaci przejścia jednego z wiodących serwisów, który uzupełni i wzmocni ofertę PMPG. W wypadku akceptacji przez Zarząd warunków przejścia środki z tego celu zostaną przekazane na zakup / przejście serwisu oraz jego dalszy rozwój wg opisanej powyżej strategii budowy serwisu.

Na dzień zatwierdzenia Prospektu emisyjnego Emitent nie podjął żadnych wiążących zobowiązań w obszarze akwizycji. Podmioty stanowiące możliwy cel przejścia są przedmiotem ocen i analiz. Analizy te ograniczone są do badania kompetencji tych podmiotów i możliwości synergii. Rozpoczęcie negocjacji dotyczących ewentualnego przejścia uzależnione są od powodzenia emisji, a tym samym zabezpieczenia środków gotówkowych na ten cel. W związku z tym Emitent uważa, iż podawanie nazw podmiotów mogło by wprowadzić inwestorów w błąd oraz również wprowadzić niepotrzebne napięcia na rynku zarówno pośród firm konkurencyjnych jak również zleceniodawców. Ponadto ze względu na unikatową koncepcję tego obszaru, mając obawy o jej wykorzystanie przez konkurencję, Emitent chroniąc swoje interesy nie przedstawi większej ilości szczegółów dotyczących tego projektu.

W przypadku niepowodzenia negocjacji w temacie przejścia Emitent, zamierza przeznaczyć środki z ww. celu na rozwój organiczny serwisu.

(6) Nowe Media: Rozwój ogólnopolskiego dziennika OZON – 2 mln zł

Emitent w ramach swoich działań w obszarze nowych mediów zamierza zbudować internetowy dziennik obywatelski z wykorzystaniem kupionej niedawno marki OZON. Serwis dziennikarstwa obywatelskiego z założenia zostanie zbudowany w oparciu o posiadane zasoby własne oraz przedsiębiorstwa OZON (treści), na wzór azjatyckiego OhMyNews, który jest najbardziej popularnym dziennikiem internetowym, tworzonym w całości przez użytkowników Internetu. Dziennik miałby skupiać się na dystrybucji treści wyłącznie za pomocą wszelkich mediów elektronicznych, z wykorzystaniem nowych technologii, a wersję papierową udostępniać jedynie do samodzielnego wydruku.

(7) Zasoby: Dofinansowanie drukarni Gem-Text – 1 mln zł

W związku z koniecznością modernizacji parku maszynowego drukarni Gem-Text, Spółka przewiduje zapotrzebowanie na środki finansowe przeznaczone na ten cel w wysokości 1 mln zł,

głównie na zakup nowych maszyn, promocji drukarni oraz zwiększenie działu sprzedaży. W związku z powyższym Emitent planuje udzielić spółce Gem-Text pożyczki w kwocie 1 mln zł.

(8) Zasoby: Wzmocnienie agencji News PR – 0,5 mln zł

Obecnie agencja public relations News PR zamierza zwiększyć ograniczone zasoby wytwórcze, które na dzień zatwierdzenia Prospektu nie są wystarczające, by sprostać wielkości zgłaszanego popytu na jej usługi. Spółka zamierza przede wszystkim zwiększyć zatrudnienie.

W celu zwiększenia dynamiki rozwoju News PR Sp. z o.o. Emitent zamierza przeznaczyć w formie pożyczki środki z emisji w kwocie 0,5 mln zł na kapitał obrotowy spółki, który umożliwi jej zbudowanie większego zespołu, mogącego obsługiwać większą liczbę projektów, jednocześnie co znacząco powinno poprawić wyniki finansowe generowane przez spółkę.

(9) Media drukowane: magazyn sportowy / akwizycja – 2,5 mln zł

Zgodnie z przyjętą strategią spółki, Media Point Group planuje uzupełnienie pakietu wydawanych czasopism o wydawnictwo sportowe. Z środków z emisji Emitent zamierza uruchomić nowy miesięcznik o tematyce ogólnosportowej. Szacowany koszt rozpoczęcia wydawania nowego tytułu wraz z kosztami promocji wynosi około 2,5 mln zł.

Emitent planuje rozwój nowego miesięcznika w oparciu o już ukazujący się tytuł. W przypadku znalezienia na rynku takiego, który by pasował do strategii Platformy Mediowej Point Group Emitent zamierza sfinalizować przejęcia jego wydawcy. Na dzień zatwierdzenia Prospektu emisyjnego Emitent nie podjął żadnych wiążących zobowiązań w obszarze akwizycji, a jedynie prowadzi wstępne oceny i analizy kilku podmiotów. Analizy te ograniczone są do badania kompetencji tych podmiotów i możliwości synergii. Rozpoczęcie rozmów oraz negocjacji dotyczących ewentualnego przejęcia uzależnione są od powodzenia emisji, a tym samym zabezpieczenia środków gotówkowych na ten cel. W związku z tym Emitent uważa, iż podawanie nazw podmiotów mogło by wprowadzić inwestorów w błąd oraz również wprowadzić niepotrzebne napięcia na rynku zarówno pośród firm konkurencyjnych, jak również zleceniodawców.

W przypadku nie znalezienia takiego tytułu na rynku Emitent planuje budowę własnego w sposób organiczny.

(10) Zasoby: Nośniki reklamy zewnętrznej i wewnętrznej: Premium Outdoor i Indoor/akwizycja – 6,8 mln zł

Poprzez realizację ww. celu Emitent zamierza zbudować unikalną, ogólnopolską sieć nośników reklamowych Premium (reklama zewnętrzna i wewnętrzna: outdoor i indoor) w formie dokonania przejęcia innego podmiotu. Budowa sieci nośników reklamowych będzie stanowiła uzupełnienie oferty reklamowej mediów PMPG S.A. Unikatowość rozwiązań Emitenta polega na czynnikach lokalizacyjnych (centra miast) oraz technologicznych (interaktywne bilbordy).

Emitent przeprowadził w tym zakresie analizę i ocenę kilku podmiotów w zakresie badania kompetencji i możliwości synergii jak i rozmowy potwierdzające możliwości akwizycyjne. Jednak na dzień zatwierdzenia Prospektu emisyjnego Emitent nie rozpoczął jeszcze wstępnych rozmów ani negocjacji w sprawie przejęcia. Rozpoczęcie rozmów a następnie negocjacji dotyczących ewentualnego przejęcia uzależnione są od powodzenia emisji, a tym samym zabezpieczenia środków gotówkowych na ten cel. W związku z tym Emitent uważa, iż podawanie nazw podmiotów mogło by wprowadzić inwestorów w błąd oraz również wprowadzić niepotrzebne napięcia na rynku zarówno pośród firm konkurencyjnych jak również zleceniodawców.

Niemniej, jeżeli Emitentowi nie uda się zakończyć negocjacji sukcesem, zamierza on zbudować własną sieć nośników reklamy przy wykorzystaniu środków pozyskanych na ww. cel.

(11) Media drukowane: rozwój marki FILM – 2 mln zł

W związku z kupnem prestiżowego tytułu „Film”, Emitent planuje rozwój profilu pisma oraz wzbogacenie brandu (marki) o nowe dodatki tematyczne. Marka „Film” istnieje na Polskim rynku od ponad 50 lat. Jest wysoce rozpoznawalna i ceniona co daje możliwość szerszego jej eksploatowania w segmencie rozrywki.

(12) Media drukowane: Rozwój produktów edukacyjnych: OFF-Line – 1,2 mln zł

W związku z uzupełnianiem oferty produktowej, Emitent przewiduje poszerzenie gamy produktów edukacyjnych w pakiet których wchodzi: rozwój poradników „Sporootym”, rozpoczęcie emisji poradników książkowych ukazujących się kwartalnie, rozwój edukacyjnych publikacji multimedialnych.

(13) Nowe Media: Wzmocnienie bazy produktowej w obszarze zakupu licencji na elektroniczne produkty edukacyjne oraz ich rozwój – 8,1 mln zł

Emitent, będąc wydawcą publikacji edukacyjnych, zamierza wzmocnić bazę produktową portalu Korba.pl oraz magazynu „Dlaczego?” poprzez zakup licencji elektronicznych publikacji naukowych od zagranicznych wydawców.

Rynek licencji elektronicznych dla publikacji edukacyjnych jest bardzo dynamicznie rosnącym rynkiem. Ponadto Emitent realizując założenia celu emisji nr 12 będzie mógł zaoferować pełną gamę wydawnictw i publikacji elektronicznych w obszarze edukacji. Uwzględniając dużą dynamikę rozwoju tego rynku Emitent uważa, że w krótkim czasie możemy zająć ponad 80% całości rynku licencji elektronicznych w obszarze edukacji.

Rozwój działalności ma zostać oparty na ugruntowanej na rynku pozycji magazynu studenckiego „Dlaczego” oraz portalu Korba.pl (największy niezależny portal o tematyce ściśle studenckiej w Polsce – źródło: Gemius). Podstawą do wdrożenia tego planu jest doświadczenia Emitenta wykazujące, że wśród studentów następuje znaczny wzrost zainteresowania tematyką związaną z pracą i karierą. Z tego powodu planowane jest uzupełnienie oferty „Dlaczego”/Korba.pl o następujące produkty:

- ✓ poradniki książkowe z zakresu technik uczenia się, poszukiwania pracy, budowania ścieżki kariery, doboru praktyk i kursów, nauki języków obcych. (4 poradniki w pierwszej fazie rozwoju),
- ✓ poradniki DVD – filmy i programy szkoleniowe przedstawiające podobny zakres szkoleniowy co poradniki książkowe, będące multimedialnym uzupełnieniem wiedzy książkowej w praktyce, w formie zdigitalizowanej dostępne będą również na Korba.pl. Dodatkowo staną się również cennym uzupełnieniem bieżących wydań „Dlaczego”, do których zamierzamy je zainstrować (do części nakładu z podwyższoną ceną egzemplarza),
- ✓ kursy e-learningowe – kursy szkoleniowe w postaci animacji przedstawiające program szkoleniowy z zakresu np. rozmów kwalifikacyjnych, testów psychologicznych, kursów językowych, technik uczenia się, technik organizowania i zarządzania czasem.

Środki pozyskane przez Emitenta z oferty akcji serii E mogą się okazać niewystarczające na pokrycie planowanych inwestycji, w przypadku gdy Emitent będzie w stanie zrealizować częściowo plany przejść, a resztę środków przeznaczy na rozwój organiczny. Wówczas, gdy wpływy z emisji okażą się niższe od planowanych wydatków, Emitent rozważy istniejące możliwości i uwarunkowania wykorzystania innych źródeł finansowania, w tym finansowania dłużnego, lub wydłużenie czasu realizacji wybranych celów emisji. W przypadku, gdy jednak Emitentowi nie uda się pozyskać środków w zakładanej wysokości, także z innych źródeł niż emisja nowych akcji, Spółka w pierwszej kolejności ograniczy realizację kolejnych celów wskazanych powyżej, licząc od ostatniego.

Emitent nie wyklucza możliwości przesunięć środków z oferty akcji serii E pomiędzy ww. celami emisji. Ewentualne zmiany dotyczące przesunięć środków będą podejmowane przez Zarząd Emitenta w drodze uchwały i komunikowane do opinii publicznej w raportach bieżących niezwłocznie po podjęciu takowych decyzji.

Emitent planuje zakończenie ww. inwestycji do końca 2008 r.

ŚRODKI TRWAŁE

Do dnia zatwierdzenia Prospektu emisyjnego, zgodnie z ostatnimi sporządzonymi i opublikowanymi sprawozdaniami finansowymi Emitenta za IV kwartały 2007 r. wartość rzeczowych aktywów trwałych Grupy Kapitałowej Platforma Mediowa Point Group wynosi 4 040 tys. zł, w tym wartość rzeczowych aktywów trwałych Platforma Mediowa Point Group S.A. wynosi 555 tys. zł, a wartość rzeczowych aktywów trwałych spółek zależnych wynosi 3 485 tys. zł.

INFORMACJE FINANSOWE, WYNIKI PRZEDSIĘBIORSTWA, SYTUACJA FINANSOWA ORAZ PERSPEKTYWY

Wybrane dane finansowe Grupy Kapitałowej Emitenta za lata 2004-2006 oraz IV kwartały 2007 r. narastająco wraz z danymi porównywalnymi (tys. zł)

Wyszczególnienie	Na koniec okresu				
	IV kw. 2007	IV kw. 2006	2006	2005	2004
Przychody netto ze sprzedaży	45 297	30 501	30 501	17 778	13 401
Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów	27 347	10 538	10 538	8 452	8 936
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	17 950	19 963	19 963	9 326	4 465
Koszty sprzedaży	2 189	9 970	9 970	3 705	2 891
Koszty ogólnego zarządu	10 792	7 641	7 641	3 915	1 787

Pozostałe przychody operacyjne	1 455	567	567	92	678
Pozostałe koszty operacyjne	1 928	10 160	10 160	263	1 032
Zysk (strata) z działalności operacyjnej (EBIT)	4 496	(7 421)	(7 421)	1 535	(567)
Zysk (strata) z działalności operacyjnej + amortyzacja (EBITDA)	5 583	(6 798)	(6 798)	1 884	(265)
Przychody finansowe	1 034	1 517	1 517	28	1 524
Koszty finansowe	272	115	115	74	44
Zysk (strata) brutto	5 258	(5 839)	(5 839)	1 489	913
Podatek dochodowy	139	624	624	506	182
Zysk (strata) netto	5 119	(6 463)	(6 463)	983	731

Źródło: Emitent

Wskaźniki płynności Grupy Kapitałowej Emitenta w latach 2004-2006 oraz na koniec IV kw. 2007 r.

Wskaźniki płynności	Na koniec okresu				
	IV kw. 2007 narastająco	IV kw. 2006 narastająco	2006	2005	2004
Wskaźnik płynności bieżącej	1,55	1,16	1,16	1,21	1,15
Wskaźnik płynności szybkiej	1,39	1,13	1,13	1,21	1,15

Źródło: Emitent

Wskaźniki rentowności Grupy Kapitałowej Emitenta w latach 2004-2006 oraz za IV kw. 2007 r. narastająco wraz z danymi porównywalnymi

Wskaźniki rentowności	Za okres				
	IV kw. 2007	IV kw. 2006	2006	2005	2004
Rentowność brutto ze sprzedaży	39,63%	65,45%	65,45%	52,46%	33,32%
Rentowność działalności operacyjnej	9,92%	-23,74%	-23,74%	8,6%	-4,2%
Rentowność brutto	11,61%	-19,14%	-19,14%	8,4%	6,8%
Rentowność netto	11,30%	-21,13%	-21,13%	5,5%	5,5%
Rentowność aktywów – ROA	19,64%	-52,16%	-52,16%	14,8%	13,5%
Rentowność kapitału własnego – ROE	53,60%	-198,25%	-198,25%	40,5%	53,3%

Źródło: Emitent

Wskaźniki zadłużenia Grupy Kapitałowej Emitenta w latach 2004-2006 oraz po IV kw. 2007 r. narastająco wraz z danymi porównywalnymi

Wskaźniki zadłużenia	Na koniec okresu				
	IV kw. 2007	IV kw. 2006	2006	2005	2004
Wskaźnik ogólnego zadłużenia	63,35%	73,7%	73,7%	63,4%	74,7%
Wskaźnik zadłużenia kapitałów własnych	172,89%	280,1%	280,1%	172,9%	294,9%
Wskaźnik pokrycia aktywów trwałych kapitałami stałymi	51,40%	163,7%	163,7%	801,3%	375,6%
Wskaźnik zadłużenia długoterminowego	14,75%	3,3%	3,3%	0,0%	0,0%
Wskaźnik zadłużenia krótkoterminowego	48,60%	70,3%	70,3%	63,4%	74,6%

Wskaźnik pokrycia zobowiązań z tytułu odsetek	2 033%	(1 389%)	(1 389%)	2 112%	2 175%
---	--------	----------	----------	--------	--------

Źródło: Emitent

Przepływy środków pieniężnych Grupy Kapitałowej Emitenta w latach 2005-2006 oraz za IV kw. 2007 r. narastająco (tys. zł)

Przepływy środków pieniężnych	Za okres				
	IV kwartały 2007	IV kwartały 2006	2006	2005	2004
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	433	47	47	1 642	747
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(1 856)	(2 001)	(2 001)	(1 479)	219
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	3 385	1 682	1 682	(74)	0
Przepływy pieniężne netto razem/ Bilansowa zmiana stanu środków pieniężnych	1 962	(272)	(272)	89	219
Środki pieniężne na początek okresu	257	529	529	440	221
Środki pieniężne na koniec okresu	2 219	257	257	529	440

Źródło: Emitent

TENDENCJE

TENDENCJE ZNANE EMITENTOWI OD DATY ZAKOŃCZENIA OSTATNIEGO ROKU OBROTOWEGO DO DNIA ZATWIERDZENIA PROSPEKTU

W okresie od daty zakończenia ostatniego roku obrotowego, tj. 2007 r. do dnia zatwierdzenia Prospektu emisyjnego Grupa Kapitałowa Emitenta notuje wzrost przychodów ze sprzedaży w stosunku do analogicznego okresu roku poprzedniego, co jest związane z rozwojem skali działania Grupy Kapitałowej Emitenta oraz rozwojem asortymentu produktów i usług.

Ze względu na charakter prowadzonej działalności operacyjnej, Grupa Kapitałowa Platforma Mediowa Point Group nie posiada zapasów. Wynika to z faktu, że profil prowadzonej działalności nie jest związany z działalnością produkcyjną opartą na towarach czy półproduktach, ani nie jest związany z działalnością stricte handlową (dystrybucyjną).

Ceny sprzedaży nie uległy zmianie w porównaniu z cenami sprzedaży zaprezentowanymi za analogiczny okres obrotowy roku poprzedniego. Żadne zmiany nie wystąpiły również w obszarze kosztów wytworzenia w porównaniu z kosztami wytworzenia za analogiczny okres roku poprzedniego.

W przypadku cen oferowanych usług, nie nastąpiły znaczące zmiany.

Grupa Kapitałowa Emitenta nie prowadzi działalności produkcyjnej.

ZNANE EMITENTOWI TENDENCJE, NIEPEWNE ELEMENTY, ŻĄDANIA, ZOBOWIĄZANIA LUB ZDARZENIA, KTÓRE MOGĄ MIEĆ ZNACZĄCY WPŁYW NA PERSPEKTYWY EMITENTA W 2008 R.

Wg Emitenta na perspektywy Emitenta i jego Grupy Kapitałowej w okresie od dnia zatwierdzenia Prospektu emisyjnego do końca 2008 r. będą miały wpływ tendencje występujące w sprzedaży, zapasach, kosztach oraz cenach sprzedaży, opisane powyżej za okres od daty zakończenia ostatniego roku obrotowego do dnia zatwierdzenia Prospektu emisyjnego. W ocenie Emitenta nie należy się spodziewać istotnych zmian dotyczących przedstawionych tendencji.

Emitent oczekuje dalszego wzrostu przychodów ze sprzedaży. Wg oczekiwań Emitenta roczny wzrost wartości obrotów może mieścić się w granicach ok. 30-40% w porównaniu z rokiem poprzednim.

Emitent nie oczekuje natomiast wzrostu cen sprzedaży oraz kosztów wytworzenia.

W 2008 r. ceny produktów oferowanych przez Grupę Kapitałową Emitenta mogą się kształtować na stałym i niezmiennym poziomie. Emitent jednocześnie prowadzi wobec poszczególnych swoich klientów indywidualną politykę rabatową, gdzie ostateczne ceny są ustalane pomiędzy zainteresowanymi podmiotami w zależności od wielkości zamówienia oraz częstotliwości zamówień.

Emitentowi nie są znane żadne niepewne elementy, żądania, zobowiązania lub zdarzenia, które mogą mieć znaczący wpływ na perspektywy Emitenta i jego Grupy Kapitałowej do końca 2008 r.

PROGNOZY WYNIKÓW NA LATA 2008 – 2009

Poniżej zostały przedstawione wybrane elementy skonsolidowanego rachunku zysków i strat. Sporządzona prognoza finansowa zapewnia porównywalność z historycznymi danymi finansowymi. Wybrane elementy skonsolidowanego rachunku zysku i strat zostały sporządzone zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Rachunkowości przyjętymi przez UE rozporządzeniem (WE) nr 1606/2002 (MSR), tj. zgodnie ze standardami stosowanymi przez Emitenta oraz według których zostały przedstawione historyczne dane finansowe i według których Emitent sporządzi kolejne roczne sprawozdanie finansowe.

Prognoza wybranych elementów skonsolidowanego rachunku zysku i strat (tys. zł)

	Prognozy finansowe	
	31.12.2008	31.12.2009
Przychody ze sprzedaży	76.946	116.365
Wynik operacyjny	8.602	29.952
Wynik brutto	8.862	30.196

Prognoza wybranych elementów skonsolidowanego rachunku zysku i strat została poddana badaniu biegłego rewidenta.

ZNACZĄCY AKCJONARIUSZE

Pan Michał M. Lisiecki – Prezes Zarządu, posiadający 60435000 (sześćdziesiąt milionów czterysta trzydzieści pięć tysięcy) akcji Emitenta, reprezentujących 65,9989²% kapitału zakładowego Emitenta, na podstawie których dysponuje 60 435 000 głosami na Walnym Zgromadzeniu, co stanowi 65,9989% głosów na Walnym Zgromadzeniu.

Parrish Media N.V., z siedzibą w Holandii, 1811 CR Alkmaar, przy ul. Oudegracht 202, występująca pod numerem rejestrowym 37127289. Spółka ta posiada 11 441 333 akcji Platformy Mediowej Point Group S.A., które stanowią 12,4948³% jej kapitału zakładowego i dają 11 441 333 głosów na Walnym Zgromadzeniu, które stanowią 12,4948% ogólnej liczby głosów w Platformie Mediowej Point Group S.A.

CZYNNIKI RYZYKA

Czynniki ryzyka związane z Grupą Kapitałową Emitenta i oferowanymi papierami wartościowymi można podzielić na trzy grupy:

a.) ryzyka związane z działalnością Emitenta:

- ✓ ryzyko związane z zarządzaniem przedsiębiorstwa zorganizowanego w formie holdingu,
- ✓ ryzyko związane z odejściem kluczowych osób zarządzających,
- ✓ ryzyko związane z budową zespołów redakcyjnych,
- ✓ ryzyko związane z konsolidacją polskich wydawnictw prasowych,
- ✓ ryzyko związane z planowaną integracją mediów wewnątrz Grupy Kapitałowej Emitenta,
- ✓ ryzyko związane z uruchomieniem nowego kanału telewizji oraz radia opartych na marce „Machina”,
- ✓ ryzyko związane z budową interaktywnego tytułu „Ozon”,
- ✓ ryzyko uzależnienia od usługobiorców,
- ✓ ryzyko związane z silną konkurencją na rynku mediów,
- ✓ ryzyko związane z rozwojem branży internetowej,
- ✓ ryzyko Grupy Kapitałowej Emitenta związane z technologią informatyczną, przetwarzaniem danych, bezpieczeństwem systemów informatycznych oraz ochroną danych osobowych,
- ✓ ryzyko związane z odłożeniem w czasie realizacji niektórych celów emisji w przypadku wystąpienia trudności w pozyskaniu planowanych środków, zarówno z oferty akcji serii E, jak również z innych źródeł finansowania,
- ✓ ryzyko związane z realizacją planowanych przejęć,

² Udział wartości nominalnej posiadanych akcji w wartości kapitału wynosi 65,9411% Różnica wynika z umorzenia akcji bez obniżenia wartości kapitału.

³ Wartość nominalna akcji Emitenta posiadanych przez Parrish Media N.V. stanowi 12,4948% wielkości kapitału zakładowego Platformy Mediowej Point Group S.A. Rozbieżność wynika z dokonanego w Spółce w 2000 r. umorzenia 16060 akcji z czystego bez obniżenia wartości kapitału w trybie 363 § 2 Kodeksu handlowego. Szczegóły ww. procesu zostały zaprezentowane w pkt 21.1.7 Dokumentu Rejestacyjnego.

- ✓ ryzyko związane z osobowymi powiązaniem Prezesa Zarządu oraz Członka Rady Nadzorczej.

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

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

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

- ✓ ryzyko niedostatecznej płynności rynku i wahań cen akcji,
- ✓ ryzyko związane z zawieszeniem lub odstąpieniem od oferty publicznej,
- ✓ ryzyko niedojścia emisji akcji do skutku,
- ✓ ryzyko związane z subskrypcją i opłaceniem zapisu,
- ✓ ryzyko związane z wydłużeniem czasu przyjmowania zapisów,
- ✓ ryzyko związane z notowaniem PDA,
- ✓ ryzyko związane z wydaniem decyzji o zawieszeniu lub o wykluczeniu akcji z obrotu na rynku regulowanym,
- ✓ ryzyko związane z opóźnieniem we wprowadzeniu akcji do obrotu giełdowego,
- ✓ ryzyko wstrzymania oferty publicznej akcji albo dopuszczenia do obrotu na rynku regulowanym,
- ✓ ryzyko wynikające ze stanowiska Zarządu Giełdy w sprawie szczegółowych warunków dopuszczania i wprowadzania do obrotu giełdowego niektórych instrumentów finansowych,
- ✓ ryzyko związane z utrudnieniem w zbyciu/nabyciu oraz niewykonaniem praw poboru,
- ✓ ryzyko związane z odmową zatwierdzenia aneksu,
- ✓ ryzyko związane z naruszeniem zasad prowadzenia akcji promocyjnej,
- ✓ ryzyko wynikające z niespełnienia wymogów Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 14 października 2005 r. w sprawie szczegółowych warunków, jakie musi spełniać rynek oficjalnych notowań giełdowych oraz emitenci papierów wartościowych dopuszczonych do obrotu na tym rynku oraz wymogów Regulaminu Giełdy w zakresie warunków i trybu dopuszczenia do obrotu giełdowego.

SZCZEGÓŁY OFERTY I DOPUSZCZENIA DO OBROTU, HARMONOGRAM OFERTY

Niniejszym Prospektem oferowanych jest **22 892 425** akcji zwykłych na okaziciela serii **E** o wartości nominalnej 1 zł każda. Cena emisyjna akcji serii E wynosi **2,5 zł** każda.

Akcjonariusze Emitenta, którzy posiadać będą na koniec dnia ustalenia prawa poboru, tj. **8 października 2007 r., akcje Emitenta, a w przypadku akcji zarejestrowanych w KDPW i notowanych na GPW akcje w formie zapisu na rachunku inwestycyjnym**, otrzymają prawo poboru w liczbie odpowiadającej liczbie posiadanych akcji Emitenta. Oznacza to, że za każdą dotychczasową akcją Emitenta na koniec dnia ustalenia prawa poboru przysługuje jedno prawo poboru. Zgodnie z Uchwałą Nr 27 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Platforma Mediowa Point Group S.A. z dnia 9 lipca 2007 r., cztery prawa poboru uprawniają do objęcia jednej akcji nowej emisji serii E.

ZAPIS PODSTAWOWY

Osobami uprawnionymi do złożenia Zapisu Podstawowego w terminie wykonania prawa poboru są:

- ✓ akcjonariusze Emitenta, którzy w dniu ustalenia prawa poboru posiadali zaksięgowane na rachunku inwestycyjnym jednostkowe prawa poboru i którzy nie dokonali zbycia jednostkowych praw poboru do momentu złożenia zapisu na Akcje Oferowane;
- ✓ osoby, które nabyły jednostkowe prawa poboru w obrocie na rynku oficjalnych notowań giełdowych na GPW i nie dokonały ich zbycia do momentu złożenia zapisu na Akcje Oferowane;
- ✓ osoby, które są posiadaczami praw poboru powstałych z akcji serii D, będących przedmiotem dopuszczenia do obrotu na rynku regulowanym na GPW na podstawie niniejszego Prospektu emisyjnego i którzy nie dokonali zbycia ww. praw poboru do momentu złożenia zapisu na Akcje Oferowane.

ZAPIS DODATKOWY

Osoby, będące akcjonariuszami Emitenta na koniec dnia ustalenia prawa poboru, mogą w terminie jego wykonania dokonać jednocześnie zapisu dodatkowego na Akcje Oferowane w liczbie nie większej niż wielkość emisji Akcji Oferowanych.

Osoby, które były akcjonariuszami na koniec dnia ustalenia prawa poboru, w chwili składania **Zapisu Dodatkowego** powinny posiadać co najmniej taką liczbę praw poboru, która uprawnia do objęcia jednej akcji, tj. co najmniej cztery prawa poboru. Zapis Dodatkowy złożony na liczbę Akcji Oferowanych wyższą niż maksymalna liczba akcji w Ofercie będzie traktowany jak zapis na 22 892 425 sztuk Akcji Oferowanych.

ZAPIS W RAMACH ZAPROSZENIA ZARZĄDU EMITENTA

W przypadku, gdy w terminie wykonania prawa poboru osoby, którym przysługują jednostkowe prawa poboru lub osoby uprawnione do złożenia dodatkowego zapisu nie obejmą wszystkich Akcji Oferowanych Zarząd Emitenta może zaoferować niesubskrybowane Akcje Oferowane według swojego uznania, wytypowanym przez siebie Inwestorom w ramach indywidualnych zaproszeń, po cenie nie niższej niż cena po jakiej oferowano akcje w wykonaniu prawa poboru.

HARMONOGRAM OFERTY

3 października 2007 r.	Ostatni dzień, w którym można nabyć akcje Emitenta z prawem poboru
8 października 2007 r.	Dzień ustalenia prawa poboru
Dzień publikacji Prospektu – nie później niż 14 dnia przed dniem zakończenia zapisów na akcje serii E	Otwarcie Publicznej Oferty
Rozpoczęcie notowania praw poboru odbędzie się nie wcześniej niż zatwierdzenie Prospektu emisyjnego wraz z ewentualnymi aneksami. Zakończenie notowania praw poboru nastąpi trzeciego dnia sesyjnego przed dniem zakończenia przyjmowania zapisów na Akcji serii E.	Notowanie na GPW praw poboru Informacja na temat rozpoczęcia notowania praw poboru zostanie przekazane przez GPW w formie komunikatu.
10 kwietnia 2008 r.	Rozpoczęcie subskrypcji akcji serii E / Rozpoczęcie przyjmowania zapisów w ramach wykonania prawa poboru, tj. Zapisów Podstawowych oraz Zapisów Dodatkowych
28 kwietnia 2008 r.	Zakończenie subskrypcji akcji serii E / Zakończenie przyjmowania zapisów w ramach wykonania prawa poboru, tj. Zapisów Podstawowych oraz Zapisów Dodatkowych
8 maja 2008 r.	Planowany przydział akcji w ramach wykonania prawa poboru oraz Zamknięcie Publicznej Oferty w przypadku objęcia wszystkich Akcji Oferowanych
9 – 15 maja 2008 r.	Planowane przyjmowanie zapisów na Akcje Oferowane nieobjęte w ramach wykonywania prawa poboru / Zapisy w ramach zaproszeń wystosowanych przez Zarząd Emitenta
23 maja 2008 r.	Planowany przydział Akcji Oferowanych w ramach zaproszeń wystosowanych przez Zarząd Emitenta oraz zamknięcie Publicznej Oferty

W przypadku, gdy wszystkie Akcje Oferowane zostaną objęte w ramach wykonania prawa poboru, tzn. w terminie składania Zapisów Podstawowych oraz Zapisów Dodatkowych zamknięcie Publicznej Oferty nastąpi z chwilą ich przydziału. W przypadku gdy nie wszystkie akcje serii E zostaną objęte, Zarząd Emitenta przystąpi do przyjmowania zapisów w ramach zaproszeń Zarządu Emitenta. Informacja na temat wyniku zapisów w ramach Zapisów Podstawowych oraz Zapisów Dodatkowych, jak również na temat wyniku zapisów w ramach zaproszeń Zarządu Emitenta zostanie przekazana przez Emitenta do publicznej wiadomości w drodze ogłoszenia raportu bieżącego.

Emitent może postanowić o zmianie terminu rozpoczęcia lub zakończenia publicznej subskrypcji na Akcje Oferowane. W przypadku zmiany terminu składania zapisów na Akcje Oferowane, stosowna informacja zostanie podana do publicznej wiadomości, poprzez udostępnienie zatwierdzonego przez Komisję Nadzoru Finansowego (KNF) aneksu do Prospektu. Aneks zostanie przekazany do publicznej wiadomości w sposób, jaki został opublikowany Prospekt.

Zapisy na Akcje Oferowane nieobjęte w terminie wykonania prawa poboru, tj. w drodze złożenia Zapisu Podstawowego oraz w drodze Zapisów Dodatkowych, będą przyjmowane w POK należących do Domu Maklerskiego IDMSA.

DOPUSZCZA SIĘ NASTĘPUJĄCE FORMY OPŁACENIA PRZYJMOWANEGO ZAPISU NA AKCJE SERII E:

- gotówką w biurze maklerskim prowadzącym rachunek Inwestora, z którego składany jest zapis, pod warunkiem, że zaakceptuje ono wpłatę pieniężną,
- przelewem na właściwy rachunek biura maklerskiego prowadzącego rachunek Inwestora, z którego składany jest zapis,
- w każdy inny sposób akceptowalny przez biuro maklerskie prowadzące rachunek Inwestora, z którego składany jest zapis,
- w drodze umownego potrącenia wzajemnych wierzytelności pieniężnych.

Przydział Akcji Oferowanych nastąpi w oparciu o przyjęte zapisy.

Emitent zamierza na podstawie niniejszego Prospektu ubiegać się o dopuszczenie do obrotu na rynku oficjalnych notowań giełdowych:

- ✓ **85 050 000** akcji zwykłych na okaziciela serii D o wartości nominalnej 1 zł każda,
- ✓ **91 569 700** praw poboru akcji zwykłych na okaziciela serii E (PP),
- ✓ **nie mniej niż 1 i nie więcej niż 22 892 425** praw do akcji zwykłych na okaziciela serii E (PDA),
- ✓ **nie mniej niż 1 i nie więcej niż 22 892 425** akcji zwykłych na okaziciela serii E o wartości nominalnej 1 zł każda.

Zamiarem Emitenta jest, aby akcje serii D zostały zarejestrowane w KDPW pod kodem giełdowym oraz wprowadzone do obrotu na rynku regulowanym na GPW. Dopuszczenie i wprowadzenie akcji serii D nastąpi na podstawie §19.1. Regulaminu Giełdy (GPW), tzn. po złożeniu przez Emitenta do GPW wniosku o wprowadzenie akcji serii D oraz pod warunkiem wystąpienia rozproszenia akcji Emitenta, o którym mowa w w Rozporządzeniu Ministra Finansów z dnia 14 października 2005 r. w sprawie szczegółowych warunków, jakie musi spełniać rynek oficjalnych notowań giełdowych oraz emitenci papierów wartościowych dopuszczonych do obrotu na tym rynku.

W związku z powyższym Emitent zamierza wystąpić o dopuszczenie akcji serii D do obrotu na rynku regulowanym na GPW, wyemitowanych dla właścicieli spółki Point Group Sp. z o.o. pod warunkiem zatwierdzenia niniejszego Prospektu emisyjnego oraz po dostarczeniu do GPW dokumentu potwierdzającego zarejestrowanie podwyższenia kapitału zakładowego Platformy Mediowej Point Group S.A. w sądzie rejestrowym. Ponadto warunkiem dopuszczenia akcji serii D do obrotu na rynku oficjalnych notowań giełdowych jest zawarcie przez Emitenta warunkowej umowy w sprawie przyjęcia akcji serii D do depozytu oraz nadania kodu giełdowego ww. akcjom. Rejestracja akcji serii D nastąpi pod warunkiem dopuszczenia i wprowadzenia akcji serii D do obrotu na rynku oficjalnych notowanych giełdowych.

Zgodnie z obowiązującymi przepisami Emitent planuje niezwłocznie po zatwierdzeniu Prospektu emisyjnego rozpoczęcie notowania praw poboru, pod warunkiem spełnienia wszystkich przesłanek z tym związanych, w tym m.in. zatwierdzeniem wszelkich aneksów do Prospektu, które mogą zostać sporządzone w związku z zaistnieniem znaczącej i istotnej sytuacji w życiu gospodarczym Emitenta po dacie zatwierdzenia Prospektu oraz złożeniem do GPW odpisu decyzji KNF potwierdzającej zatwierdzenie aneksu do Prospektu.

Zamiarem Emitenta jest, aby Inwestorzy mogli jak najwcześniej dokonywać obrotu nabytymi Akcjami Oferowanymi. W tym celu planowane jest wprowadzenie do obrotu na rynku oficjalnych notowań Praw do Akcji (PDA) zwykłych na okaziciela serii E, niezwłocznie po spełnieniu odpowiednich przesłanek przewidzianych prawem. W tym celu, jeszcze przed rozpoczęciem Publicznej Oferty, Emitent podpisze z Krajowym Depozytem Papierów Wartościowych (KDPW) umowę, której przedmiotem będzie rejestracja PDA serii E oraz akcji serii E oraz po zakończeniu zapisów poinformuje GPW o dokonanym przydziale Akcji Oferowanych. GPW może wyrazić zgodę na notowania PDA wyłącznie pod warunkiem spełnienia w przypadku tych papierów wartościowych warunku rozproszenia w postaci posiadania przez akcjonariuszy, z których każdy posiada nie więcej niż 5% ogólnej liczby PDA co najmniej 25% PDA.

Rejestracja akcji serii E na kontach w KDPW nastąpi pod warunkiem zarejestrowania podwyższenia kapitału zakładowego w drodze emisji akcji serii E przez sąd rejestrowy.

Zamiarem Emitenta jest, aby Akcje Oferowane były notowane na rynku oficjalnych notowań giełdowych na GPW w I kwartale 2008 r. Termin notowania akcji serii E na GPW zależy głównie od terminu rejestracji sądowej akcji serii E. Z tego względu Emitent ma ograniczony wpływ na termin

notowania Akcji Oferowanych na GPW. W związku z powyższym, Emitent zamierza wystąpić do GPW z wnioskiem o wyrażenie zgody na dopuszczenie i wprowadzenie PDA serii E do obrotu na rynku oficjalnych notowań giełdowych. Po zarejestrowaniu przez sąd rejestrowy emisji akcji serii E, Emitent złoży do KDPW wnioski o zamianę PDA serii E na akcje serii E.

WIELKOŚĆ I WARTOŚĆ PROCENTOWA NATYCHMIASTOWEGO ROZWODNIENIA SPOWODOWANEGO OFERTĄ

Publiczna Oferta akcji nowej emisji serii E Platforma Mediowa Point Group S.A. jest subskrypcją skierowaną do dotychczasowych akcjonariuszy Emitenta. Natychmiastowe rozwodnienie spowodowane Ofertą będzie kształtowało się w sposób wskazany w tabeli poniżej.

Natychmiastowe rozwodnienie w Platforma Mediowa Point Group S.A. spowodowane Ofertą

	Struktura kapitału zakładowego przed emisją		Struktura kapitału zakładowego po emisji	
	Ilość akcji	Udział w kapitale zakładowym i głosach na WZ	Ilość akcji	Udział w kapitale zakładowym i głosach na WZ
Akcje serii A	2 710 400	2,96%	2 710 400	2,37%
Akcje serii B	509 300	0,56%	509 300	0,44%
Akcje serii C	3 300 000	3,60%	3 300 000	2,88%
Akcje serii D	85 050 000	92,88%	85 050 000	74,30%
Akcje serii E*	-	-	22 892 425	20,00%
Ogólna liczba akcji	91 569 700	100%	114 462 125	100%

* Powyższe obliczenia zostały dokonane w oparciu o założenie, że w ramach oferty zostaną objęte wszystkie akcje serii E.

Struktura akcjonariatu Platforma Mediowa Point Group SA po Ofercie w przypadku braku udziału znaczących akcjonariuszy w Ofercie

Akcjonariusz	Struktura kapitału zakładowego przed Ofertą		Struktura kapitału zakładowego po Ofercie	
	Ilość akcji	udział w kapitale i w głosach WZA	Ilość akcji	udział w kapitale i w głosach WZA
Michał Maciej Lisiecki	60 435 000	66,00%	60 435 000	52,79%
Parrish Media N.V.	11 441 333	12,49%	11 441 333	10,00%
Akcjonariusze mniejszościowi PMPG	19 693 367	21,51%	42 585 792	37,21%
Ogólna liczba akcji	91 569 700	100,00%	114 462 125	100,00%

W przypadku, gdy wszyscy dotychczasowi akcjonariusze Emitenta skorzystają z przysługującego im prawa poboru i obejmą Akcje Oferowane, ich udział w kapitale Emitenta pozostanie bez zmian.