

SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI WIND MOBILE S.A. W ROKU 2011

1. ZMIANY KAPITAŁOWE

Rok 2011 r. obfitował w wiele wydarzeń mających kluczowe znaczenie dla rozwoju Spółki.

W pierwszym półroczu 2011 r. do dnia 23 maja 2011 r. spółka Wind Mobile funkcjonowała jako spółka z ograniczoną odpowiedzialnością.

Kapitał zakładowy Spółki wynosił 1.965.000,00 zł i dzielił się na 3.930 udziałów o wartości nominalnej 500 zł każdy.

Struktura udziałowa spółki przedstawiała się następująco:

Wspólnik	Liczba udziałów	Liczba głosów	Udział w kapitale zakładowym	Udział w ogólnej liczbie głosów
IIF Spółka Akcyjna ul. Plac na Groblach 21 31-101 Kraków	1 460	1 460	37,15%	37,15%
IIF SEED FUND Sp. z o.o. ul. Plac na Groblach 21 31-101 Kraków	852	852	21,68%	21,68%
MIDDLEFIELD VENTURES INC., 1209 Orange St. Wilmington, Delaware, US 19801	1 407	1 407	35,80%	35,80%
Dracula Ventures S.A. ul. Strażacka 81 43-382 Bielsko-Biała	211	211	5,37%	5,37%

Postanowieniem z dnia 19 maja 2011 r. (wpis do Rejestru Przedsiębiorców został dokonany 23 maja 2011r.), Sąd Rejonowy dla Krakowa-Śródmieścia w Krakowie Wydział XI Gospodarczy KRS, zarejestrował przekształcenie spółki Wind Mobile Sp. z o.o. w Spółkę Akcyjną. W wyniku przekształcenia spółka Wind Mobile Sp. z o.o. przestała istnieć i została wykreślona z rejestru przedsiębiorców. Kapitał zakładowy spółki wynosił 1.965.393,00 zł i dzielił się na 6.551.310 akcji o wartości nominalnej 0,30 zł każda, w tym:

- 3.981.830 (trzy miliony dziewięćset osiemdziesiąt jeden tysięcy osiemset trzydzieści) akcji imiennych serii A o numerach od 1 (jeden) do 3.981.830 (trzy miliony dziewięćset osiemdziesiąt jeden tysięcy osiemset trzydzieści);
- 2.569.480 (dwa miliony pięćset sześćdziesiąt dziewięć tysięcy czterysta osiemdziesiąt) akcji na okaziciela serii B o numerach od 1 (jeden) do 2.569.480 (dwa miliony pięćset sześćdziesiąt dziewięć tysięcy czterysta osiemdziesiąt).

Akcje serii A i serii B przyznane zostały akcjonariuszom w zamian za udziały posiadane przez nich w spółce Wind Mobile Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością w wyniku przekształcenia Spółki zgodnie z przepisami Kodeksu spółek handlowych i zostały pokryte w całości majątkiem przekształcanej spółki z ograniczoną odpowiedzialnością.

Struktura akcjonariuszy Spółki przedstawiała się następująco:

Akcjonariusz	Liczba akcji	Liczba głosów	Udział w kapitale zakładowym	Udział w ogólnej liczbie głosów
IIF Spółka Akcyjna ul. Plac na Groblach 21 31-101 Kraków	2.433.820 akcji imiennych serii A	4 867 640	37,15%	46,21%
IIF SEED FUND Sp. z o.o. ul. Plac na Groblach 21 31-101 Kraków	1.420.284 akcje na okaziciela serii B	1 420 284	21,68%	13,48%
MIDDLEFIELD VENTURES INC., 1209 Orange St. Wilmington, Delaware, US 19801	1.548.010 akcji imiennych serii A 797.459 akcji na okaziciela serii B	3 893 479	35,80%	36,97%
Dracula Ventures S.A. ul. Strażacka 81 43-382 Bielsko-Biała	351.737 akcji na okaziciela serii B	351 737	5,37%	3,34%

Na podstawie postanowienia Sądu Rejonowego dla Krakowa-Śródmieścia w Krakowie Wydział XI Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, z dnia 21 lipca 2011 r. nastąpiło podwyższenie kapitału zakładowego z kwoty 1.965.393,00 zł do kwoty 2.175.673,50 zł. Podwyższenie nastąpiło poprzez emisję 700.935 akcji na okaziciela serii C o numerach od 1(jeden) do 700.935(siedemset tysięcy dziewięćset trzydzieści pięć).

Akcje serii C zostały zaoferowane w drodze subskrypcji prywatnej.

W okresie od czerwca do września 2011r., miało miejsce kilka istotnych transakcji, które znalazły odzwierciedlenie w strukturze akcjonariuszy Spółki:

- ▶ W dniu 29 czerwca 2011r. akcjonariusz IIF SEED FUND Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sprzedał w ofercie prywatnej 280 374 akcji B. Pozostałe 1 139 910 akcji B akcjonariusz ten zbył w okresie od 21 do 29 lipca 2011 r. na rzecz IIF Ventures B.V.⁴
- ▶ W dniu 29 czerwca 2011 r. akcjonariusz Dracula Ventures S.A. sprzedał w ofercie prywatnej 186 916 akcji B.
- ▶ W dniu 8 września 2011 r. akcjonariusz MIDDLEFIELD VENTURES INC. zbył na rzecz IIF Ventures B.V. 106 542 akcji B.

Po podwyższeniu kapitału zakładowego i opisanych powyżej transakcjach sprzedaży akcji w ramach oferty prywatnej struktura akcjonariuszy Spółki posiadających co najmniej 5 % głosów na dzień sporządzenia Dokumentu Informacyjnego tj. 20.09.2011r. przedstawiała się następująco:

Akcjonariusz	Liczba akcji	Liczba głosów	Udział w kapitale zakładowym	Udział w ogólnej liczbie głosów
IIF Spółka Akcyjna ul. Plac na Groblach 21 31-101 Kraków	2.433.820 akcji imiennych serii A	4 867 640	33,56%	43,33%
IIF Ventures B.V. Strawinskylaan 3105 (Atrium) 1077 ZX Amsterdam	1.246.452 akcji na okaziciela serii B	1 246 452	17,19%	11,10%
MIDDLEFIELD VENTURES INC., 1209 Orange St. Wilmington, Delaware, US 19801	1.548.010 akcji imiennych serii A 690.917 akcji na okaziciela serii B	3 786 937	30,87%	33,71%

Pozostali Akcjonariusze	632.111 akcji na okaziciela serii B 700.935 akcji na okaziciela serii C	1 333 046	18,38%	11,86%
-------------------------	--	-----------	--------	--------

W dniu 2 listopada 2011 r. akcjonariusz IIF Spółka Akcyjna wniósł wszystkie posiadane akcje serii A aportem do Spółki IIF Ventures B.V.

W wyniku tej transakcji struktura akcjonariuszy Spółki posiadających co najmniej 5 % przybrała następujący układ:

Akcjonariusz	Liczba akcji	Liczba głosów	Udział w kapitale zakładowym	Udział w ogólnej liczbie głosów
MIDDLEFIELD VENTURES INC., 1209 Orange St. Wilmington, Delaware, US 19801	1.548.010 akcji imiennych serii A 690.917 akcji na okaziciela serii B	3 786 937	30,87%	33,71%
IIF Ventures B.V. Strawinskylaan 3105 (Atrium) 1077 ZX Amsterdam	2.433.820 akcji imiennych serii A 1.246.452 akcji na okaziciela serii B	6 114 092	50,75%	54,42%
Pozostali Akcjonariusze	632.111 akcji na okaziciela serii B 700.935 akcji na okaziciela serii C	1 333 046	18,38%	11,87%

Na podstawie uchwały numer 1261/2011 Zarządu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. z dnia 5 października 2011r. akcje na okaziciela serii B i C Spółki Wind Mobile S.A. zostały wprowadzone do alternatywnego systemu obrotu na rynku NewConnect. Debiut Spółki na NewConnect miał miejsce w dniu 12 października 2011 r.

2. ZMIANY REJESTROWE W WIND MOBILE

Na podstawie postanowienia Sądu Rejonowego dla Krakowa-Śródmieścia w Krakowie Wydział XI Gospodarczy KRS z dnia 24 lutego 2011 r. w Krajowym Rejestrze Sądowym została ujawniona Rada Nadzorcza Spółki w składzie: Rafał Styczeń, Maciej Skotniczny, Witold Piotr Michna. Ponadto w Krajowym Rejestrze Sądowym został ujawniony nowy Członek Zarządu w osobie Tomasza Kisera.

Postanowieniem z dnia 19 maja 2011 r. Sąd Rejonowy dla Krakowa-Śródmieścia w Krakowie Wydział XI Gospodarczy KRS zarejestrował przekształcenie spółki Wind Mobile Sp. z o.o. w Spółkę Akcyjną. W wyniku przekształcenia spółka Wind Mobile Sp. z o.o. przestała istnieć i została wykreślona z rejestru przedsiębiorców.

Do pierwszego Zarządu spółki Wind Mobile S.A. zostali powołani Igor Bokun – na stanowisko Prezesa Zarządu, Kamil Nagrodzki – na stanowisko Członka Zarządu oraz Tomasz Kiser – na stanowisko Członka Zarządu.

Do Rady Nadzorczej Spółki zostali powołani: Rafał Styczeń, Maciej Skotniczny, Witold Piotr Michna, Bartłomiej Stoiński oraz Łukasz Juśkiewicz.

Na podstawie postanowienia Sądu Rejonowego dla Krakowa-Śródmieścia Wydział XI Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, z dnia 21 lipca 2011 r. (wpis do Rejestru Przedsiębiorców został dokonany 22 lipca 2011r.) została zarejestrowana zmiana statutu Spółki w zakresie wysokości kapitału zakładowego, sposobu podejmowania uchwał przez Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy oraz trybu powoływania Rady Nadzorczej Spółki.

4

3. PROFIL SPÓŁKI

Wind Mobile jest wiodącym dostawcą rozwiązań mobilnych w Polsce. Spółka dostarcza kompleksowe rozwiązania w obszarach usług dodanych (VAS) – mobilnej rozrywki, mobilnego marketingu i mobilnej infrastruktury. Oferta kierowana jest do operatorów w Polsce i za granicą, konsumentów oraz reklamodawców.

MOBILNA INFRASTRUKTURA

Wdrażana u operatorów architektura i oprogramowanie, pozwalają oferować usługi dodane – halodzwonki, powiadomienia, platforma USSD, personal phone book, itp.

MOBILNA ROZRYWKA

Usługi adresowane do konsumentów, realizowane z operatorem głównie w modelu revenue sharing – VAS Force (zarządzanie halodzwonkami), współpraca z branżą muzyczną, konkursy i loterie.

MOBILNA REKLAMA

Udostępniamy reklamodawcom nowe, skuteczne formy dotarcia do konsumentów – Halo Ads, reklama lokalizacyjna, marketing bezpośredni SMS, voice, MMS, USSD.

4. PODSUMOWANIE ISTOTNYCH OSIĄGNIĘĆ W ROKU 2011

Rok 2011 był dla Wind Mobile aktywnym rokiem, zarówno w obszarze działań kapitałowych, jak również w zakresie bieżącej działalności.

4.1. OFERTA I WPROWADZENIE AKCJI NA NEWCONNECT

W zakresie działań kapitałowych celem było przekształcenie Spółki w spółkę akcyjną, przeprowadzenie prywatnej oferty akcji oraz wprowadzenie akcji Wind Mobile do obrotu na rynku NewConnect. Jako partnera do realizacji zadań związanych z prywatną emisją akcji oraz wprowadzeniem akcji na GPW wybrano Noble Securities SA.

W wyniku przeprowadzonej emisji akcji Spółka pozyskała 3 miliony złotych przeznaczone na następujące cele:

- ▶ Rozwój biznesu reklamy mobilnej (budowa platformy, działania sprzedażowe i promocyjne) - około 1 300 tys. zł;
- ▶ Zwiększenie potencjału spółki w zakresie mobilnej rozrywki (infrastruktura techniczna, zespół, pozyskanie nowych kontraktów) - około 900 tys. zł;
- ▶ Rozwój biznesu zagranicznego - około 500 tys. zł.

Proces pozyskania kapitału został zrealizowany w terminie przewidywanym przez Zarząd co pozwoliło na uruchomienie nowych inwestycji zgodnie z zakładanym planem.

Upublicznienie Spółki nastąpiło w dniu 12.10.2011 roku i stanowiło zakończenie istotnego etapu rozwoju Wind Mobile.

Przed upublicznieniem Wind Mobile koncentrowała swoje wysiłki marketingowe na kilku dużych klientach i były to głównie działania bezpośrednie. Ze względu na uzyskanie statusu spółki publicznej oraz rozpoczęcie działalności w obszarze reklamy mobilnej rozwinięty został dział marketingu, którego celem jest budowa atrakcyjnego wizerunku Wind Mobile wśród inwestorów oraz potencjalnych klientów/reklamodawców.

Mimo, iż działania związane z upublicznieniem Wind Mobile angażowały Zarząd w istotnym stopniu przez większą część roku Spółka osiągnęła planowany zysk netto.

4.2. OSIĄGNIĘCIA W OBSZARZE WŁAŚCIWEGO BIZNESU

W obszarze właściwego biznesu Wind Mobile rok 2011 był okresem bardzo intensywnym, w trakcie którego zrealizowane zostały cele krótkoterminowe oraz poczynione zostały przygotowania związane z nowymi przedsięwzięciami zapewniającymi potencjał rozwoju w przyszłości.

4.3. MOBILNA INFRASTRUKTURA

W roku 2011 spółka realizowała projekt na opracowanie i dostawę dla jednego z operatorów mobilnych nowoczesnego systemu zarządzania reklamą mobilną. Zakończone zostały dwa z trzech etapów projektu.

U dwóch operatorów mobilnych wdrożone zostały nowe funkcjonalności związane ze świadczeniem usługi halodzwonków w modelu „Premium”. Ideę nowego modelu jest to, iż w zamian za podwyższoną opłatę abonamentową użytkownik uzyskuje dostęp do pełnego katalogu utworów muzycznych.

W wyniku zbudowanych kompetencji w obszarze technologii IMS/4G (między innymi partnerstwo z amerykańską firmą technologiczną Dialogic), Spółka zawarła umowę na dostawę modułu MRF (Media Resource Function) dla PTK Centertel Sp. z o.o. – operatora sieci Orange. Projekt został zrealizowany i odebrany przez klienta w grudniu 2011. Było to pierwsze wdrożenie w tej technologii, a nabyte kompetencje otwierają potencjał do podobnych projektów dla innych operatorów w Polsce i za granicą. Projekt ten był również pierwszym projektem w obszarze mobilnej infrastruktury realizowanym dla Orange.

Bazując na sukcesach komercyjnych dotychczasowych wdrożeń realizowanych przez Wind Mobile dla operatora sieci Play, Spółka została nagrodzona kolejnym kontraktem na realizację platformy poczty głosowej nowej generacji. Opracowana przez Wind Mobile technologia otwiera również potencjał na podobne wdrożenia u innych operatorów w Polsce.

Spółka podpisała umowę i dostarczyła platformę USSD dla Cyfrowego Polsatu. Był to pierwszy kontrakt zrealizowany dla nowego klienta Wind Mobile. W związku z wieloletnią współpracą Wind Mobile z operatorem sieci Plus oraz w kontekście zmian właścicielskich w ramach operatora sieci Plus, Zarząd z optymizmem ocenia potencjał współpracy w ramach nowej grupy telekomunikacyjno-medialnej kontrolowanej przez pana Zygmunta Solorza. Potencjał ten leży zarówno w obszarze mobilnej infrastruktury, jak również mobilnej rozrywki oraz reklamy.

Spółka rozpoczęła prace nad innowacyjną technologią związaną z płatnościami mobilnymi otwierającą nowy potencjał biznesowy. Ze względu na charakter projektu na obecnym etapie Spółka nie może podać bliższych szczegółów.

We wszystkich wymienionych projektach Wind Mobile konkurowała z największymi koncernami światowymi dostarczającymi rozwiązania telekomunikacyjne. Podpisane umowy potwierdzają konkurencyjny charakter oferty Spółki oraz słuszność podjętych wiele miesięcy wcześniej decyzji odnośnie kierunków rozwoju.

Poszerzenie oferty produktowej Wind Mobile w obszarze mobilnej infrastruktury, kompetencje nabyte w ramach przeprowadzonych wdrożeń oraz prestiżowe referencje dają możliwości na realizację kolejnych kontraktów. Konkurencyjna pozycja Wind Mobile, jako dostawcy innowacyjnych, elastycznych i rozsądnie wycenionych systemów, uległa istotnemu wzmocnieniu w czwartym kwartale 2011.

4.4. MOBILNA ROZRYWKA

W ramach działu mobilnej rozrywki, Wind Mobile zajmuje się sprzedażą muzyki cyfrowej bezpośrednio do konsumentów. W tym modelu przychody są osiągane na zasadach podziału wpływów (revenue sharing) z operatorami mobilnymi, ale działania są nakierowane na klienta końcowego. Wind Mobile odpowiada za

opracowanie i utrzymanie platformy technologicznej, zarządzanie działaniami sprzedażowymi oraz dobór odpowiednich utworów.

W roku 2011 Wind Mobile kontynuowała współpracę z operatorem sieci Orange, w zakresie kompleksowego zarządzaniu usługą Halo Granie.

Spółka opracowała nową platformę zarządzania treściami (content management platform). Zakończone zostało wdrożenie nowej platformy u jednego z operatorów mobilnych. Nowa platforma ma istotne znaczenie w kontekście projektu Open Ringback oraz większego zaangażowania Wind Mobile na rynku muzycznym w Polsce.

W trzecim kwartale 2011 roku zakończona została realizacja techniczna funkcji „press to copy”. Dzięki tej funkcji osoba słyszająca atrakcyjny halodzwonek podczas oczekiwania na rozmowę może nacisnąć przycisk na telefonie i w ten sposób „skopiować” halodzwonek do siebie. Funkcjonalność została wdrożona w roku 2011 u jednego z operatorów. Opracowane zostały również ramy techniczne i organizacyjne umożliwiające realizację wymienionej funkcji w rozmowach prowadzonych przez abonentów dwóch różnych sieci. Taka funkcjonalność, której wdrożenie planowane jest w 2012, będzie precedensem w skali światowej. Doświadczenia z innych rynków (w szczególności Indie i Chiny) pokazują, że funkcjonalność „press to copy” pozwala istotnie zwiększyć popularność usługi halodzwonki (nawet do 50%), otwierając potencjał marketingu wirusowego i wyjście poza tradycyjne kanały komunikacji marketingowej.

Spółka kontynuowała inwestycje w zakresie rozwoju inicjatywy Open Ringback – nowego modelu sprzedaży halodzwonków. Spółka zawarła pierwszą umowę z operatorem mobilnym związaną z wdrożeniem Open Ringback. Zarząd prognozuje, że do końca pierwszego kwartału 2012 zawarte zostaną co najmniej dwie kolejne umowy, co pozwoli na rozpoczęcie świadczenia nowej usługi począwszy od drugiego kwartału 2012. Obecnie każdy z operatorów promuje halodzwonki pod inną nazwą, a do zamawiania utworów SMSems stosowany jest w każdej sieci inny numer i inne kody utworów. Open Ringback umożliwi ujednolicenie mechanizmów zakupu halodzwonków co pozwoli na dotarcie do konsumentów nowymi kanałami marketingowymi i w efekcie zwiększenie popularności usługi.

4.5. MOBILNA REKLAMA

Dzięki środkom, pozyskanym z przeprowadzonej w roku 2011 prywatnej oferty akcji, Spółka pracuje nad uruchomieniem nowego medium reklamowego zwanego Halo Ads.

Najwyższa penetracja usługi halodzwonki (ringback tones) w Europie otwiera przed polskimi reklamodawcami unikalną formę reklamy, niedostępną w innych krajach. Firma Wind Mobile opracowała nowatorską technologię Halo Ads zmieniającą halodzwonki w atrakcyjną powierzchnię reklamową o unikalnych właściwościach. Dzięki technologii opracowanej przez Wind Mobile abonenci wszystkich operatorów mobilnych w Polsce mogą zastąpić ponad stuletni, tradycyjny sygnał na dowolny dźwięk: przebój muzyczny, śmieszne nagranie, charakterystyczny dźwięk firmowy. Technologia Halo Ads pozwala na przejście krok dalej i wykorzystanie halodzwonków do celów reklamowych.

Abonent przystępujący do programu Halo Ads wybiera spośród reklam zaproponowanych przez system te, które mu odpowiadają, i z którymi się utożsamia. Po dokonaniu wyboru reklamy dźwiękowe są odgrywane osobom dzwoniącym do danego uczestnika programu Halo Ads zgodnie ze strategią określoną przez reklamodawców. Reklamy proponowane abonentom dostosowane są do ich profilu oraz mogą być targetowane geograficznie.

Abonent odsłuchujący reklamę zainteresowany szczegółami oferty może w trakcie odsłuchiwania reklamy nacisnąć dowolny klawisz na telefonie, by uzyskać dodatkowe informacje, w atrakcyjnej, multimedialnej formie. Jednocześnie reklamodawca uzyskuje bezpośrednią więź z potencjalnym konsumentem, od której jest tylko krok do sprzedaży.

Elastyczny i prosty system zarządzania reklamami, wyposażony w moduł raportowy, daje reklamodawcom pełną kontrolę nad realizowanymi kampaniami.

Miliony abonentów halodzwonków w Polsce stanowią unikalny potencjał i szansę dla reklamodawców, operatorów oraz samych abonentów, którzy są nagradzani za udział w programie dodatkowymi minutami lub w inny sposób.

115
7

W roku 2011 podpisana została pierwsza umowa z operatorem mobilnym na realizację systemu reklamy mobilnej Halo Ads, o której Spółka informowała w Dokumencie Informacyjnym. Prowadzone są negocjacje z pozostałymi operatorami.

W ramach podpisanej umowy przeprowadzone zostało wdrożenie technologii Halo Ads u jednego z operatorów mobilnych. Równolegle z pracami wdrożeniowymi trwały negocjacje umów o współpracy z pozostałymi operatorami oraz prace przygotowawcze związane z marketingiem nowej usługi.

Firma badawcza Juniper Research opublikowała w roku 2011 prognozę, w której szacuje światowy potencjał rynku reklamy mobilnej opartej o halodzwonki na 780 milionów dolarów rocznie do roku 2015. Biorąc pod uwagę ok. 2% udział Wind Mobile w światowym rynku halodzwonków można szacować, że do roku 2015 potencjał projektu Halo Ads, realizowanego przez Wind Mobile w Polsce, wyniesie 16 milionów dolarów, co jest wartością znacznie wyższą od konserwatywnych prognoz Zarządu Spółki. Z opublikowanego przez Orange badania (<http://exposure2011.orangeadvertisingnetwork.co.uk/pdf/orange-exposure-2011.pdf>) wynika, że 71% użytkowników usług mobilnych w Polsce jest zainteresowanych reklamą mobilną, a aż 35% wyraża zainteresowanie reklamą opartą o halodzwonki, co stanowi kolejne potwierdzenie słuszności prowadzonego przez Wind Mobile projektu.

4.6. EKSPORT

Zaangażowanie Wind Mobile w rozwój technologii oraz rynku halodzwonków spowodowało, iż Polska jest obecnie zdecydowanym liderem w Europie jeśli chodzi o tę usługę. Trzy największe wdrożenia w Europie zostały zrealizowane w Polsce. Dodatkowo, w lutym 2011, Spółka uczestniczyła w największej światowej imprezie branży mobilnej – Mobile World Congress w Barcelonie. Nawiązane zostały liczne kontakty z partnerami oraz potencjalnymi klientami.

Mimo prowadzonych prac sprzedażowych, Spółka nie zawarła w okresie objętym raportem nowego kontraktu zagranicznego. Prowadzone są negocjacje z operatorami mobilnymi, partnerami oraz wytwórniami muzycznymi w Europie oraz Afryce. Wymienione procesy są długotrwałe i trudno przewidzieć moment zwieńczenia ich kontraktem. Z tego powodu opublikowana prognoza na rok 2012 nie uwzględnia wpływów z kontraktów zagranicznych. Zarząd optymistycznie ocenia ten kierunek rozwoju jednak ze względu na trudność szacowania wielkości i terminu przychodów stosuje ostrożne podejście do uwzględniania tego potencjału w wynikach finansowych Wind Mobile.

Prowadzone są rozmowy z firmami działającymi w Europie w zakresie możliwości ich przejęcia przez Wind Mobile, a tym samym skokowego zwiększenia pozycji Spółki na arenie międzynarodowej. Rozmowy mają nadal charakter wstępny.

Spółka zawarła umowę przedłużającą obowiązywanie umowy ramowej z France Telecom SA z siedzibą we Francji. Umowa określa ramy techniczne oraz komercyjne dotyczące globalnej sprzedaży platformy halodzwonków (ringback tones) oraz usług pokrewnych w ramach grupy France Telecom (Orange). Umowa obowiązuje przez okres 12 miesięcy tj. do 08.12.2012 r. i ułatwia realizację strategii eksportowej Wind Mobile.

5. WAŻNIEJSZE OSIĄGNIĘCIA W DZIEDZINIE BADAŃ I ROZWOJU W 2011 ROKU

W roku 2011 Spółka realizowała intensywny program badań i rozwoju, którego efektem są nowe technologie związane z realizowanym i planowanym biznesem.

Najważniejszymi projektami R&D w roku 2011 były:

- ▶ **Technologia reklamy mobilnej.** Opracowany został nowoczesny, elastyczny serwer reklamy mobilnej obejmujący w szczególności kanał dźwiękowy (Halo Ads), ale również wszelkie pozostałe media mobilne. Zbudowane zostały narzędzia zapewniające realizację i raportowanie w ramach projektu Halo Ads – nowoczesnego systemu reklamy mobilnej opartej o halodzwonki.
- ▶ **System Open Ringback.** Powstały moduły umożliwiające realizację unikalnego w skali światowej ujednolicenia usługi halodzwonków.

- ▶ **Nowe moduły pakietu Call Completion Suite.** Powstały nowe moduły umożliwiające świadczenia usług dodanych typu Voice Courier oraz poczta głosowa.
- ▶ **Nowe funkcjonalności platformy realizującej usługi halodzwonki.**

6. PRZEWIDYWANY ROZWÓJ JEDNOSTKI

Spółka będzie się intensywnie rozwijać w obszarach mobilnej rozrywki, mobilnej reklamy oraz mobilnej infrastruktury.

W obrębie mobilnej rozrywki Spółka pracuje nad rozszerzeniem współpracy w zakresie zarządzania usługą halodzwonki u kolejnych operatorów mobilnych. Trwają również prace związane z uruchomieniem modelu Open Ringback oraz poszerzeniem współpracy z branżą muzyczną.

W obszarze mobilnej reklamy Spółka uruchomi w roku 2012 komercyjne świadczenie usługi Halo Ads – pionierskiego systemu reklamy opartej o halodzwonki.

W obrębie mobilnej infrastruktury trwają prace nad pozyskaniem kolejnych kontraktów związanych z Platformami Voice Courier, Voice Mail, Mobile Ad Server, USSD oraz RBT.

Prowadzone są również działania eksportowe związane z przeniesieniem bardzo udanych i unikalnych modeli biznesowych wypracowanych w Polsce na inne rynki.

Zarząd prowadzi również wstępne prace nad zaangażowaniem Wind Mobile w projekt związany z uruchomieniem w Polsce i na Świecie unikalnego systemu płatności mobilnych.

7. AKTUALNA I PRZEWIDYWANA SYTUACJA FINANSOWA

Aktualna sytuacja Wind Mobile jest bardzo dobra. Spółka na dzień 31 grudnia 2011 r. posiada gotówkę w postaci depozytów bieżących i lokat terminowych w bankach w wysokości 2.440.316,55 zł. Wysokość oprocentowania lokat jest każdorazowo negocjowana, ponadto Spółka lokuje środki w kilku bankach, aby zdywersyfikować ryzyko związane z utratą ulokowanych środków.

Minimalne zadłużenie w formie kredytu bankowego w kwocie 300.000,00 zł jest związane z zawartą umową kredytującą realizację istotnego projektu. Umowa została zawarta z Alior Bank S.A. w dniu 09 marca 2011 r. na kwotę 800.000,00 zł. Spłata kapitału odbywała się w ratach zgodnie z harmonogramem. Na dzień 31.12.2011 r. pozostały do spłaty dwie raty, o łącznej wysokości 300.000,00 zł. Dzień ostatecznej spłaty kredytu to 16 maja 2012 r., Spółka nie posiada ryzyka związanego ze spłatą zaciągniętych w banku zobowiązań.

Spółka dysponuje dobrą zdolnością kredytową, co umożliwia w razie potrzeby finansowanie nowych projektów. Ponadto Spółka prolongowała na kolejny rok dwie umowy zawarte z Alior Bank S.A. Umowę o kredyt odnawialny w rachunku kredytowym, na kwotę 500.000,00 zł oraz Umowę o kredyt w rachunku bieżącym na kwotę 150.000,00 zł. Na dzień 31 grudnia 2011 r. Spółka nie korzystała ze środków będących przedmiotem obu umów.

WYBRANE WSKAŹNIKI FINANSOWE

Wskaźnik rentowności	Wzór	2011	2010	2009
Rentowność aktywów (ROA)	$\frac{\text{wynik finansowy netto} \times 100}{\text{aktywa ogółem}}$	16,93%	21,19%	12,69%
Wskaźnik rentowności aktywów jest na dobrym poziomie i pokazuje, że firma efektywnie zarządza swoim majątkiem.				
Rentowność sprzedaży (ROS)	$\frac{\text{wynik finansowy netto} \times 100}{\text{przychody ogółem}}$	18,75%	15,49%	9,21%
Wskaźnik pokazuje, że Spółka z roku na rok posiada coraz większą zdolność do generowania zysku przez sprzedaż. Projekty, które spółka realizuje są coraz bardziej efektywne.				
Rentowność kapitału własnego (ROE)	$\frac{\text{wynik finansowy netto} \times 100}{\text{kapitały własne}}$	26,28%	37,75%	27,89%
Wskaźnik na dobrym poziomie. Jego niższa wartość w porównaniu do roku ubiegłego wynika z podniesienia kapitału własnego (emisja akcji), co miało miejsce w połowie roku i ze względu na krótki okres czasu nie znajduje jeszcze odzwierciedlenia we wskaźniku.				

Wskaźniki płynności finansowej	Wzór	2011	2010	2009
Wskaźnik płynności finansowej I stopnia	$\frac{\text{aktywa obrotowe} - \text{należności z tyt. dostaw i usług powyżej 12 m-cy}}{\text{zobowiązania krótkoterm.} - \text{zobow. krótkoterm. powyżej 12 m-cy}}$	2,30	1,70	1,38
Wskaźnik płynności finansowej II stopnia	$\frac{\text{aktywa obrot.} - \text{zapasy} - \text{kr. term. RMK} - \text{czynne} - \text{należ. z tyt. dost. i usł. pow. 12 m-cy}}{\text{zobowiązania krótkotermin.} - \text{zobow. z tyt. dostaw i usług pow. 12 m-cy}}$	1,96	0,96	1,18
Wskaźnik płynności finansowej III stopnia	$\frac{\text{inwestycje krótkoterminowe}}{\text{zobowiązania krótkotermin.} - \text{zobow. z tyt. dostaw i usług pow. 12 m-cy}}$	0,54	0,03	0,35
Wskaźnik handlowej zdolności kredytowej	$\frac{\text{należności z tyt. dostaw i usług}}{\text{zobowiązania z tyt. dostaw i usług}}$	1,98	1,98	1,43

Spółka posiada bardzo dobrą płynność finansową. Ponadto środki finansowe pozyskane z emisji akcji lokuje w lokatach negocjowanych, środki te spółka planuje przeznaczyć na inwestycje.

Pozostałe wskaźniki	Wzór	2011	2010	2009
Wskaźnik ogólnego zadłużenia	$\frac{\text{zobowiązania ogółem}}{\text{aktywa ogółem}}$	36%	44%	54%
Wskaźnik na bardzo dobrym poziomie, jego coraz niższa z roku na rok wartość świadczy o coraz niższym poziomie zadłużenia i małym ryzyku finansowym.				

Zarząd przewiduje, że przez cały okres roku 2012 sytuacja finansowa Wind Mobile będzie bardzo dobra. Planowany zysk netto w wysokości 3,3 miliona złotych spowoduje dalszą poprawę standingu firmy.

8. CZYNNIKI RYZYKA

Poniżej przedstawiono najważniejsze ryzyka zidentyfikowane przez zarząd.

8.1. Ryzyko związane z ogólną sytuacją gospodarczą

Światowa gospodarka w dalszym ciągu funkcjonuje w atmosferze dużej niepewności odnośnie przyszłej koniunktury. Niedawny kryzys na rynkach finansowych oraz obecne problemy z potencjalną niewypłacalnością poszczególnych państw, sprawiają że trudno jest jednoznacznie określić trend w światowej gospodarce w najbliższej przyszłości, a tym samym trwałość ożywienia gospodarczego w Polsce. W związku z tym, że Wind Mobile obecnie koncentruje się na prowadzeniu działalności w Polsce, sytuacja gospodarcza Polski ma decydujące znaczenie dla aktywności i wyników generowanych przez spółkę. Na sytuację gospodarczą Polski mają wpływ m.in. tempo wzrostu PKB, poziom produkcji budowlano-montażowej, poziom inflacji, stopa bezrobocia, poziom płac, stopy procentowe, polityka fiskalna państwa, poziom deficytu budżetowego i długu publicznego, a także inne działania podejmowane przez Rząd, Narodowy Bank Polski oraz Radę Polityki Pieniężnej. Niekorzystne zmiany opisanych wyżej czynników mogą mieć negatywny wpływ na perspektywy rozwoju, osiągane wyniki i sytuację finansową spółki.

8.2. Ryzyko zmienności prawa

Uregulowania prawne w Polsce są niestabilne, co zwiększa ryzyko związane z ich stosowaniem. Przepisy prawne związane z działalnością gospodarczą Wind Mobile to przede wszystkim: prawo telekomunikacyjne, prawo podatkowe, prawo pracy i ubezpieczeń społecznych, prawo handlowe, uregulowania dotyczące podmiotów gospodarczych oraz prawa z zakresu papierów wartościowych. Spółka, tak jak i inne podmioty gospodarcze, narażony jest na nieprecyzyjne zapisy w uregulowaniach prawno-podatkowych. Szczególnie częste są zmiany interpretacyjne przepisów podatkowych. Brak jest jednolitości w praktyce organów skarbowych i orzecznictwie sądowym w sferze stosowania ustaw podatkowych. Przyjęcie przez organy podatkowe lub orzecznictwo sądowe interpretacji prawa podatkowego innej niż przyjęta przez Spółkę może mieć negatywny wpływ na jej sytuację finansową, a w efekcie ujemnie wpłynąć na osiągane wyniki i perspektywy rozwoju. Może wystąpić również ryzyko zmian obowiązujących przepisów oraz ich interpretacji w taki sposób, że nowe regulacje okażą się mniej korzystne dla Wind Mobile, jego dostawców lub klientów, co może mieć wpływ na pogorszenie wyników finansowych. Dodatkowo przepisy prawa polskiego podlegają bieżącemu implementowaniu ewentualnych zmian prawa Unii Europejskiej i zmiany te mogą mieć wpływ na otoczenie prawne związane z działalnością gospodarczą Wind Mobile. Opisane powyżej okoliczności mogą mieć istotny negatywny wpływ na perspektywy rozwoju, osiągane wyniki i sytuację finansową Wind Mobile.

8.3. Ryzyko związane z regulacjami prawnymi dotyczącymi rynku telekomunikacyjnego oraz reklamowego

Podmioty prowadzące działalność na krajowym rynku telekomunikacyjnym oraz reklamowym, podlegają dodatkowym, specyficznym regulacjom prawnym. Obecnie nie występują uregulowania, które miałyby niekorzystny wpływ na działalność prowadzoną przez Emitenta. Nie można jednak wykluczyć, iż w przyszłości pojawią się rozwiązania prawne (np. dotyczące komunikacji sms-owej z klientami), które mogą negatywnie wpłynąć na perspektywy rozwoju i wyniki finansowe Emitenta.

8.4. Ryzyko związane z niezrealizowaniem przez Spółkę zakładanej strategii rozwoju oraz prognoz finansowych

Strategia Wind Mobile zakłada zwiększenie skali działalności m.in. poprzez dynamiczny rozwój usług związanych z mobilną rozrywką oraz mobilną reklamą. Strategia zakłada również wzrost rentowności prowadzonej działalności. Istnieje ryzyko, że zakładana przez spółkę strategia nie zostanie zrealizowana w pełni lub jej efekty nie będą zgodne z oczekiwaniami Zarządu i w konsekwencji publikowane prognozy finansowe. Przyczyną niezrealizowania strategii może być np. wpływ działalności konkurencji na rynku lub niekorzystny rozwój sytuacji gospodarczej w Polsce, a także niepozyskanie środków z emisji Akcji w pełnej wysokości. Niezrealizowanie strategii w zakładanej formie może mieć niekorzystny wpływ na perspektywy rozwoju, osiągane wyniki i sytuację finansową Wind Mobile.

9. PODSUMOWANIE

Miniony rok był rokiem przełomowym w historii rozwoju Wind Mobile. Akcje spółki zostały wprowadzone do obrotu na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Pozyskane zostały środki finansowe umożliwiające realizację agresywnego planu rozwoju. Konsekwentna kontynuacji przyjętej strategii dała owoce w postaci istotnego wzrostu zysku netto spółki. Spółka rozpoczyna kolejny rok ze sporą bazą projektów będących w zaawansowanej fazie przygotowań. Zarząd z optymizmem spogląda w przyszłość i dokłada wszelkich starań, by inwestycja w akcje Wind Mobile przyniosła wszystkim inwestorom atrakcyjny zwrot.

PREZES ZARZĄDU



Igor Bokun

CZŁONEK ZARZĄDU



Tomasz Kiser

CZŁONEK ZARZĄDU



Kamil Nagrodzki