

# **RAPORT KWARTALNY E-MUZYKA S.A**



**ZA OKRES  
01.07.2009 – 30.09.2009**

Warszawa, 13 listopada 2009r.

## **Wprowadzenie**

Raport kwartalny e-Muzyka S.A. za okres 01.07.2009 – 30.09. 2009 roku zawiera:

- Wybrane dane finansowe
- Sprawozdanie Zarządu z działalności e-Muzyka S.A. za III kwartał 2009 roku

Wybrane dane finansowe z rachunku zysków i strat

		<b>01.07.2009- 30.09.2009</b>	<b>01.01.2009- 30.09.2009</b>	<b>01.07.2008- 30.09.2008</b>	<b>01.01.2008- 30.09.2008</b>
		w zł	w zł	w zł	w zł
I	Przychody netto ze sprzedaży	1 958 378,92	6 358 704,49	2 014 819,75	5 026 210,68
II	Zysk (strata) ze sprzedaży	- 25 372,26	14 371,60	123 712,10	245 205,21
III	Zysk (strata) z działalności operacyjnej	-25 371,05	14 373,24	125 575,72	274 069,60
IV	Zysk (strata) brutto	-39 634,29	-27 947,95	113 865,49	224 605,44
V	Zysk (strata) netto	-39 332,29	91 765,56	81 053,87	205 524,44
VI	Amortyzacja	184 909,20	454 069,84	51 052,76	138 302,38

Wybrane dane finansowe z bilansu

		<b>30.09.2009</b>	<b>30.09.2008</b>
		w zł	w zł
I	Zobowiązania krótkoterminowe	2 533 588,17	2 879 164,53
II	Zobowiązania długoterminowe	0	0
III	Należności krótkoterminowe	1 370 708,85	1 463 911,17
IV	Należności długoterminowe	0	0
V	Kapitał własny	4 385 101,47	2 669 969,85
VI	Środki pieniężne i inne aktywa pieniężne	112 828,34	140 768,42



SPRAWOZDANIE ZARZĄDU  
Z DZIAŁALNOŚCI  
E-MUZYKA SPÓŁKA AKCYJNA  
Z SIEDZIBĄ W WARSZAWIE  
ZA OKRES 01.07.2009 - 30.09.2009

## Spis treści

1. Informacje ogólne o Spółce
  - 1.1. Informacje podstawowe
  - 1.2. Struktura organizacyjna
2. Informacje o działalności Spółki
  - 2.1. Rachunek zysków i strat
  - 2.2. Wielkość i struktura sprzedaży
  - 2.3. Istotne informacje o polityce zaopatrzeniowej
  - 2.4. Informacje o najważniejszych umowach mających wpływ na działalność Spółki
3. Informacje na temat przewidywanych kierunków rozwoju Spółki
  - 3.1. Kierunki rozwoju
  - 3.2. Plany na lata 2009-2010
4. Informacje o zmianach w składzie Zarządu i Rady Nadzorczej Spółki
  - 4.1. Zarząd
  - 4.2. Rada Nadzorcza
5. Informacje na temat akcjonariuszy Spółki

## 1. Informacje ogólne o Spółce.

### 1.1. Informacje podstawowe.

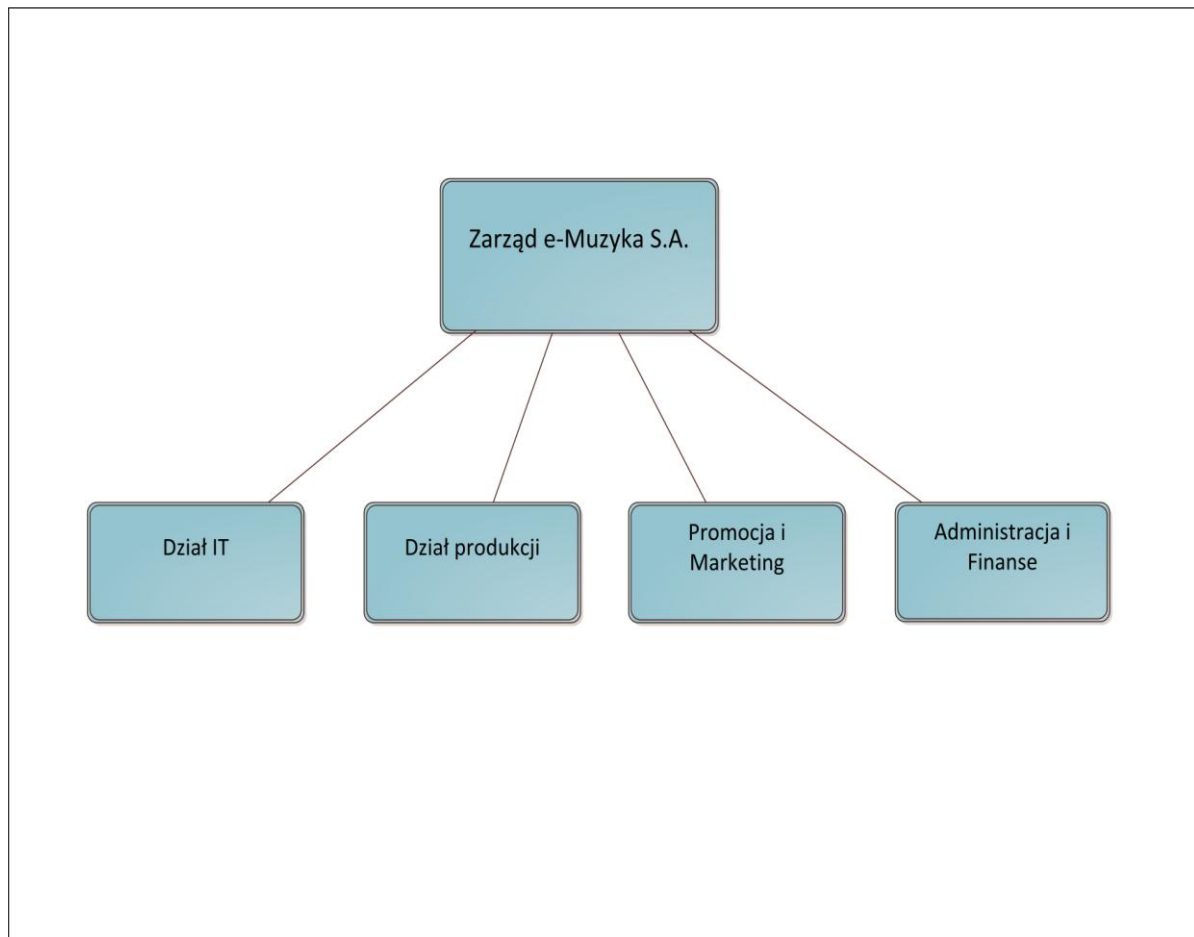
<b>NAZWA</b>	e-Muzyka S.A.
<b>FORMA PRAWNA</b>	Spółka Akcyjna
<b>SIEDZIBA</b>	Warszawa
<b>ADRES</b>	ul. Zwycięzców 18, 03-941 Warszawa
<b>TELEFON</b>	(0 -22) 427 31 90
<b>FAX</b>	(0 -22) 427 31 91
<b>POCZTA ELEKTRONICZNA</b>	<a href="mailto:info@e-muzyka.pl">info@e-muzyka.pl</a>
<b>STRONA INTERNETOWA</b>	<a href="http://www.e-muzyka.pl">www.e-muzyka.pl</a>
<b>REGON</b>	015589685
<b>NIP</b>	525-22-83-968
<b>KRS</b>	0000283018

Przedmiot działalności Spółki obejmuje:

- Działalność wydawnicza; poligrafia i reprodukcja zapisanych nośników informacji
- Handel hurtowy i komisowy, z wyłączeniem handlu pojazdami samochodowymi, motocyklami
- Handel detaliczny, z wyłączeniem sprzedaży pojazdów samochodowych, motocykli; naprawa artykułów użytku osobistego i domowego
- Telekomunikacja
- Obsługa nieruchomości
- Informatyka
- Doradztwo w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej i zarządzania
- Reklama
- Działalność związana z organizacją targów i wystaw
- Działalność komercyjna pozostała, gdzie indziej niesklasyfikowana
- Kształcenie ustawiczne dorosłych i pozostałe formy kształcenia
- Rozpowszechnianie filmów i nagrań wideo
- Działalność galerii i ośrodków wystawienniczych
- Działalność bibliotek innych niż publiczne
- Działalność archiwów

## 1.2. Struktura organizacyjna.

Na dzień 30.09.2009 r. struktura organizacyjna Spółki przedstawiała się następująco:



[schemat organizacyjny Spółki]

## 2. Informacje o działalności Spółki.

### 2.1. Rachunek zysków i strat ( w PLN).

Lp.	Wyszczególnienie	Za okres od dnia 01.01.2008 r. do dnia 30.09.2008 r.	Za okres od dnia 01.01.2009 r. do dnia 30.09.2009 r.
A.	<b>Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów</b>	<b>5 026 210,68</b>	<b>6 358 704,49</b>
I	Przychody ze sprzedaży produktów i usług	4 874 214,36	6 358 704,49
II	Przychody ze sprzedaży towarów i materiałów	151 996,32	0,00
B	<b>Koszty działalności operacyjnej</b>	<b>4 781 005,47</b>	<b>6 344 332,89</b>
C.	<b>Zysk (strata) ze sprzedaży</b>	<b>245 205,21</b>	<b>14 371,60</b>
D.	Pozostałe przychody operacyjne	4 880,92	1,64
E.	Pozostałe koszty operacyjne	3 016,53	0,00
F.	<b>Zysk (strata) z działalności operacyjnej</b>	<b>247 069,60</b>	<b>14 373,24</b>
G.	Przychody finansowe	13 960,85	5 900,35
H.	Koszty finansowe	36 425,01	48 221,54
I.	<b>Zysk (strata) przed opodatkowaniem</b>	<b>224 605,44</b>	<b>-27 947,95</b>
J.	Podatek dochodowy	19 081,00	-119 713,51
K.	Pozostałe obowiązkowe zmniejszenia zysku (zwiększenia straty)	0,00	0,00
L	<b>Zysk (strata) netto</b>	<b>205 524,44</b>	<b>91 765,56</b>



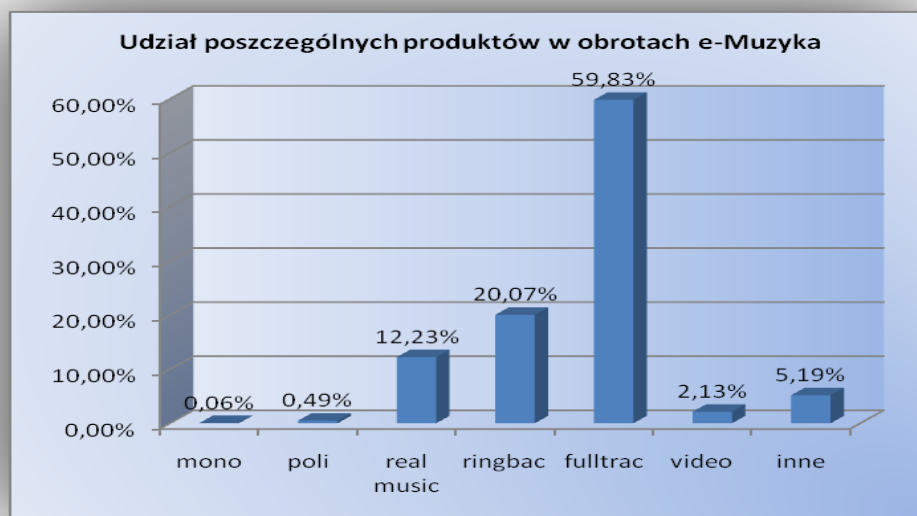
## 2.2. Wielkość i struktura sprzedaży.

A. wielkość sprzedaży w okresie 01.07. - 30.09.2009r.

	01.07.2009- 30.09.2009	01.01.2009- 30.09.2009
	w zł	w zł
Przychody netto ze sprzedaży	1 958 378,92	6 358 704,49

Spółka w okresie od 01.07. do 30.09.2009r. roku osiągnęła przychody ze sprzedaży na podobnym poziomie, jak w III kwartale 2008 roku. Natomiast przychody ze sprzedaży w okresie 01.01-30.09.2009 są wyższe o 27% w stosunku do trzech kwartałów 2008r. Osiągnięte przychody ze sprzedaży należy analizować w kontekście sytuacji makroekonomicznej w kraju i na świecie. Konsumenci w obliczu kryzysu gospodarczego ograniczają wydatki na dobra wyższego rzędu. Dodatkowo Spółka zmagala się z załamaniem sprzedaży dzwonek w tradycyjnych kanałach sprzedaży. Znakomita większość obrotów e-Muzyka jest generowana poprzez sprzedaż do operatorów sieci telefonii komórkowej GSM. Obroty z firmami sprzedającymi produkty multimedialne użytkownikom końcowym poprzez reklamy w prasie systematycznie się zmniejszały. Ponadto należy pamiętać, że czas wakacyjny, jest okresem zmniejszonej aktywności użytkowników usług multimedialnych. Konsumenci rzadziej ścigają dzwonki, pełne utwory oraz rzadziej aktywują usługi muzyczne

B. struktura sprzedaży w okresie 01.07. - 30.09.2009r.



Na strukturę asortymentową sprzedaży produktów w 59,83 % złożyły się fulltracki (pełne utwory muzyczne) Ringback'i (muzyka, zamiast zwykłego sygnału oczekiwania) stanowiły 20,07%. Z kolei sprzedaż dzwonek Real Music wygenerowała 12,23 % obrotów Spółki. Przychody ze sprzedaży dzwonek mono- i polifonicznych podlegały dalszej marginalizacji. Spółka ostatecznie zrezygnowała z produkcji tych dzwonek. Osiągnięte przychody z tytułu ich sprzedaży to pochodzą z historycznych dostaw do dystrybutorów. Największy udział w przychodach ze sprzedaży stanowi sprzedaż do operatorów sieci GSM (Polkomtel S.A., PTC Sp. z o.o., PTK - Centertel Sp. z o.o.)

### 2.3. Istotne informacje o polityce zaopatrzeniowej.

Zakupy realizowane są w oparciu o indywidualne umowy handlowe z dostawcami. Terminy płatności uzależnione są od kontrahenta, wynoszą od 45 do 60 dni od daty sprzedaży.

Pierwsze miejsca na liście dostawców licencji, z którymi e-Muzyka S.A. współpracowała w III kwartale 2009, zajął Universal Music Polska, z wynikiem 37% całości zamówień Spółki.

Główni dostawcy e-Muzyka S.A.:

Lp.	nazwa dostawcy	udział w całości zamówień Spółki
1.	Universal Music Polska	37 %
2.	Magic Records	32 %
3.	MY Music	9 %

Wymienieni powyżej dostawcy zrealizowali w III kwartale 2009r. 78 proc. całości zakupów Spółki. Pozostali dostawcy zrealizowali 22 proc. całości zakupów Spółki.

### 2.4. Informacje o najważniejszych umowach mających wpływ na działalność Spółki.

#### a) z odbiorcami

**25.09.2009r.** – umowę pomiędzy PTC Sp. z o.o. a e-Muzyka S.A. i FM Solutions Sp. z o.o. Przedmiotem umowy jest współpraca w zakresie uruchomienia nowego serwisu muzycznego z milionami plików multimedialnych do pobierania dla abonentów sieci Era, Tak Tak oraz Heyah. e-Muzyka S.A. odpowiedzialna jest za dostarczenie utworów muzycznych i słowno-muzycznych czyli tzw. "kontentu muzycznego", wraz ze stosownymi licencjami w zakresie praw pokrewnych oraz za zarządzanie serwisem m.in.: zarządzanie kontentem muzycznym (prawa, licencje, produkcja kontentu), zarządzanie kontentem niemuzycznym (teksty i fotografie na portalu), analizowanie sprzedaży i raportowanie oraz prowadzenie działań promocyjnych i aktywujących sprzedaż.

b) *z dostawcami*

**11.09.2009r.** - umowy z:

- Fonografika Jacek Caba Spółka jawna z siedzibą w Warszawie
- Revolution 9 Mariusz Szypura z siedzibą w Warszawie
- 2.47 Production Bogusław Pezda z siedzibą w Warszawie.

Przedmiotem umów jest udzielenie e-Muzyce licencji pozwalającej na ucyfrowienie i opracowanie utworów z katalogu Licencjodawców oraz dystrybucję treści multimedialnych (dzwońków muzycznych, pełnych utworów muzycznych, ringbacków- muzyka zamiast sygnału oczekiwania na połączenie).

**17.09.2009r.** - umowa z Big Blue sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, Przedmiotem umowy jest udzielenie e-Muzyce licencji pozwalającej na digitalizację i opracowanie utworów z katalogu Licencjodawcy oraz dystrybucję treści multimedialnych (dzwońków muzycznych, pełnych utworów muzycznych, ringbacków- muzyka zamiast sygnału oczekiwania na połączenie). Big Blue sp. z o.o. reprezentuje szeroki katalog (ok. 30 000 utworów) muzyki bluesowej, progresywnej i alternatywnej.

**21.09.2009r.** – aneks do umowy z Sony Music Entertainment Poland Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie Przedmiotem aneksu jest rozszerzenie wykazu partnerów dystrybucyjnych o Polską Telefonię Cyfrową Sp. z o.o. (operatora sieci Era) oraz P4 Sp. z o.o. (operator sieci Play) do których e-Muzyka S.A. ma prawo dystrybuować treści multimedialne (dzwońki muzyczne, pełne utwory muzyczne oraz ringbacki - muzyka zamiast zwykłego sygnału oczekiwania).

### **3. Informacje na temat przewidywanych kierunków rozwoju Spółki.**

#### **3.1. Kierunki rozwoju**

##### **Rozwój sieci dystrybucji muzyki poprzez pozyskanie klientów spoza klasycznego obecnie rynku:**

- Rozpoczęcie współpracy z operatorami telefonii stacjonarnej
- Rozszerzenie współpracy z portalami internetowymi
- Rozpoczęcie współpracy ze sklepami internetowymi sprzedające muzykę w wersjach klasycznych (plyty CD)
- Rozpoczęcie współpracy ze stacjonarnymi sieciami sklepów sprzedających muzykę
- Uruchomienie usługi WHITE LABEL –umożliwienie sprzedaży kontentu muzycznego przez partnera w dowolnej cyfrowej formie dystrybucji. e-Muzyka udostępnia cały pakiet usług technologicznych dla klienta

##### **Rozwój i rozbudowa platformy technologicznej**

- Stały rozwój platformy –analiza sprzedaży telefonów komórkowych, rozbudowa profili sprzedażowych
- Rozwój form sprzedaży/dystrybucji w oparciu o bieżące potrzeby firm współpracujących
- Rozbudowa technologii związanych z raportowaniem sprzedaży

- Połączenie platformy e-Muzyka z platformami organizacji zbiorowego zarządzania
- Pozyskanie nowych źródeł przychodu ze sprzedaży usług technologicznych (zarządzanie, dystrybucja, rozliczanie dowolnego kontentu cyfrowego)

### **3.2. Plany na lata 2009-2010**

- Stały rozwój sklepu Muzodajnia we współpracy z Polkomtel S.A. –rozszerzanie bazy kontetnu, nowe usługi.
- Rozwój serwisu muzycznego uruchomionego we wrześniu 2009 r. wspólnie z PTC Sp. z o.o.
- Uruchomienie alternatywnego sklepu z muzyką z konsorcjum firm –model subskrypcyjny (portale społecznościowe, banki, sieć sklepów, kawiarnie)
- Zagregowanie około 1,8 mln utworów z wszystkich baz wytwórni
- Podpisanie umów wyłącznościowych z pozostałymi niezależnymi wytwórniami w Polsce i Europie Środkowo Wschodniej
- Zintensyfikowanie sprzedaży produktów przy pomocy SMS MT (Short Messaging Service Mobile Terminated, wiadomość SMS, wysyłana do użytkownika na podstawie złożonego przez niego zamówienia, zawierają zamówioną treść, przy czym za otrzymanie takiej wiadomości użytkownik obciążany jest opłatą zgodnie z cennikiem dla danego numeru serwisu, z którego wysyłane są SMS MT)
- Rozbudowa bazy plików video (rozszerzenie dystrybucji plików video)
- Rozpoczęcie dystrybucji audiobooków –współpraca z wszystkimi podmiotami posiadającymi prawa do dystrybucji audiobooków. Stworzenie sklepu subskrypcyjnego z szerokim asortymentem audiobooków.
- Sprzedaż produktów na rynkach Europy Środkowo-Wschodniej –wstępne uzgodnienia i rozmowy Białoruś, Ukraina. Plany uruchomienia III kw. 2010.
- Stworzenie sklepów profilowanych z muzyką dla określonych grup odbiorców –muzyka klasyczna, jazz.Rozwój usług związanych z „ad-supported mobile music”, czyli muzyką rozdawaną za darmo – sponsorowaną przez firmy w ramach akcji reklamowych
- Zarchiwizowanie polskich zasobów muzycznych (m.in. Polskie Nagrania, MTJ, Polskie Radio)
- Pozyskanie środków pochodzących z funduszy europejskich na część projektów technologicznych realizowanych przez Spółkę

#### **4. Informacje o zmianach w składzie Zarządu i Rady Nadzorczej Spółki**

##### **4.1. Zarząd**

Na dzień 30.09.2009 roku w skład Zarządu e-Muzyka S.A. wchodził:

- 1/ Prezes Zarządu – Robert Knaż
- 2/ Wiceprezes Zarządu – Grzegorz Samborski

W III kwartale 2009 roku nie zaszły jakiegokolwiek zmiany w składzie Zarządu Spółki.

##### **4.2. Rada Nadzorcza**

Na dzień 30.09.2009 roku w skład Rady Nadzorczej e-Muzyka S.A. wchodził:

- 1/ Maciej Górski
- 2/ Maciej Hazubski
- 3/ Andrzej Puczyński
- 4/ Piotr Kabaj
- 5/ Marek Tysper

W III kwartale 2009 roku nie zaszły jakiegokolwiek zmiany w składzie Rady Nadzorczej Spółki.

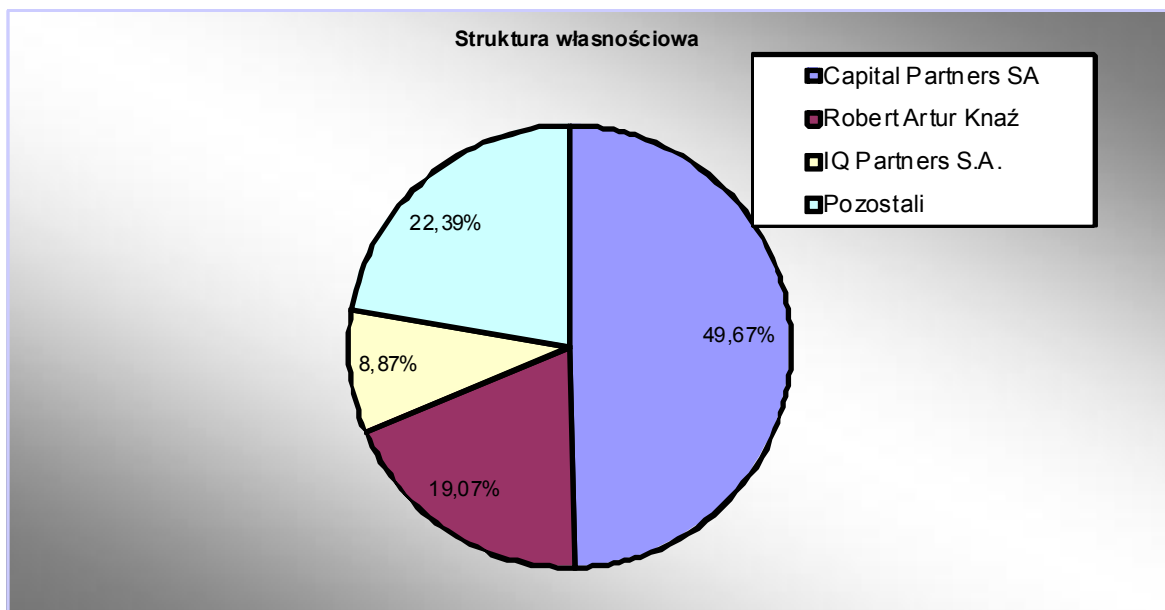
## 5. Informacje na temat akcjonariuszy Spółki

Kapitał zakładowy Spółki wynosił na dzień 30.09.2009 roku 751 666,60 zł i dzieli się na 7 516 666 akcji o wartości nominalnej 0,10 (dziesięć groszy) zł każda.

Lista akcjonariuszy e-Muzyka S.A. na dzień 30 września 2009 roku.

Lp.	oznaczenie akcjonariusza	liczba posiadanych akcji	udział posiadanych akcji w kapitale zakładowym (w proc.)	liczba posiadanych głosów na Walnym Zgromadzeniu	udział posiadanych głosów na Walnym Zgromadzeniu (w proc.)
1	Capital Partners SA*	3 733 332	49,67%	3 733 332	49,67%
2	Robert Artur Knaż	1 433 333	19,07%	1 433 333	19,07%
3	IQ Partners S.A.	666 666	8,87%	666 666	8,87%
4	Pozostali	1 683 335	22,39%	1 683 335	22,39%

\* razem z podmiotem zależnym, Domem Maklerskim Capital Partners SA,



Warszawa 13.11.2009r.

Prezes Zarządu

Robert Knaż

Wiceprezes Zarządu

Grzegorz Samborski