

**INFORMACJA DODATKOWA
DO JEDNOSTKOWEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO
ZA II KWARTAŁ 2006 SPÓŁKI MNI S.A.**

1. Zasady przyjęte przy sporządzaniu raportu.

MNI S.A., jako Spółka, której akcje są przedmiotem obrotu na rynku regulowanym, zgodnie z wymogami Ustawy o Rachunkowości z dnia 29.09.1994 roku (z późniejszymi zmianami) sporządza sprawozdanie finansowe zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej „MSSF”.

1. Dane przedstawione w raporcie jednostkowym za II kwartał bieżącego roku są porównywalne z danymi za II kwartał poprzedniego roku.
3. Jednostkowy raport kwartalny został sporządzony z zastosowaniem takich samych zasad wyceny aktywów i pasywów oraz pomiaru wyniku finansowego jak w opublikowanym raporcie za II kwartał 2005 roku, z uwzględnieniem korekt z tytułu odroczonego podatku dochodowego.
4. Emitent sporządza skonsolidowane sprawozdanie finansowe, zgodnie z obowiązującym prawem według MSR/MSSF.

2. Opis istotnych dokonań i niepowodzeń w okresie sprawozdawczym.

Spółka MNI S.A. jest podmiotem medialno-telekomunikacyjnym. Zgodnie z przyjętą strategią Spółka konsekwentnie rozwija swoją działalność w oparciu o trzy podstawowe filary:

- **medialne usługi dodane w oparciu o rynek telekomunikacyjny,**
- **powszechne usługi telekomunikacyjne,**
- **telefoniczny marketing bezpośredni.**

Dzięki dynamicznemu rozwojowi działalności w branży medialnej, jest ona obecnie podstawowym źródłem przychodów ze sprzedaży Spółki i w II kwartale 2006 stanowiła 61.21 % przychodów ze sprzedaży netto

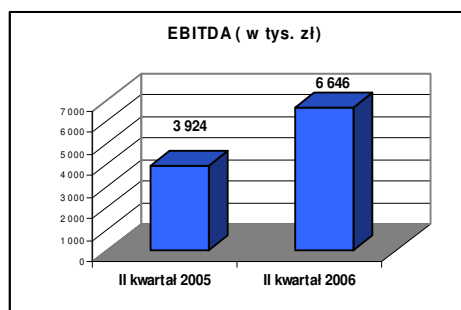
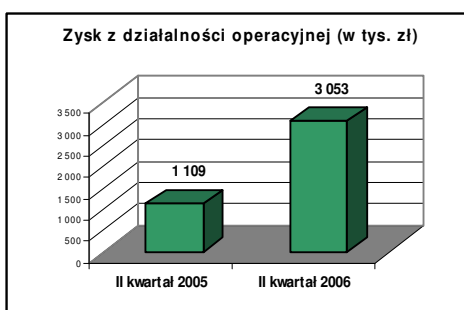
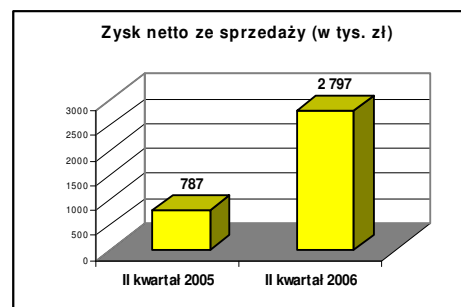
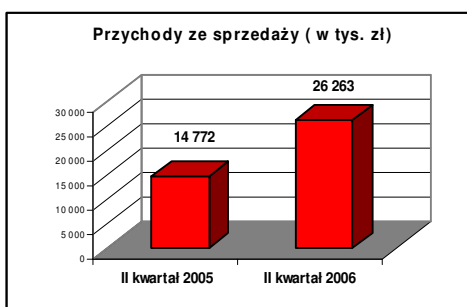
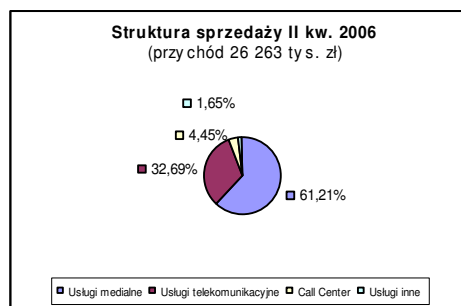
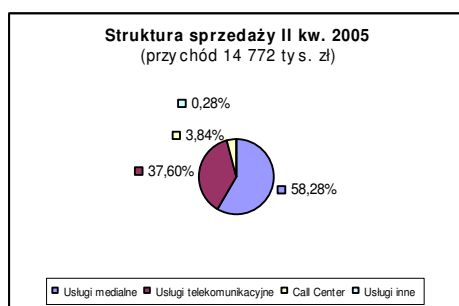
Trwała i zdecydowana przewaga segmentu medialnego w aktywności i wynikach sprzedaży Spółki zadecydowała o przekwalifikowaniu przez GPW S.A. w Warszawie w dniu 9 czerwca 2006 r. spółki MNI S.A. do kategorii „media” z kategorii „telekomunikacja”.

Ze względu na dynamiczny rozwój segmentu usług medialnych pozostanie on najistotniejszym czynnikiem wzrostu wartości sprzedaży oraz uzyskiwanych przychodów i zysku Spółki.

W II kwartale 2006 roku MNI S.A. osiągnęła przychody ze sprzedaży w wysokości 26 263 tys. zł, co w porównaniu do przychodów osiągniętych w analogicznym okresie roku poprzedniego w wysokości 14 772 tys. zł stanowi wzrost o ponad 77 % .

Struktura sprzedaży oraz inne wyniki finansowe w II kwartale 2006 roku w porównaniu do II kwartału 2005 roku, pokazujące znaczne zmiany, zostały przedstawione w poniższej tabeli i wykresach:

Struktura Sprzedaży	II kw.2005 (w tys. zł)	II kw. 2006 (w tys. zł)	Zmiana(%)
Abonenci usług telekomunikacyjnych	5 555	8 585	+ 54,54
Call Center	567	1 170	+106,35
Usługi medialne	8 609	16 076	+ 86,73
Usługi inne	41	432	+ 953,66
Przychody razem	14 772	26 263	+ 77,78



Odnosząc się do zaprezentowanych powyżej wyników Spółka pragnie podkreślić następujące elementy szczegółowe:

- W II kwartale 2006 roku najwyższą wartościowo pozycją w strukturze przychodów są usługi medialne.
- Wzrost wartości usług medialnych o 86,73 % w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego jest wynikiem sprawnie przeprowadzonych w roku 2005 akwizycji podmiotów wykorzystującego telekomunikacyjne taryfy Premium Rate i ich rozwoju już w strukturach MNI S.A.
- Odnotowano także wzrost o ponad 106 % sprzedaży usług Call Center. Usługi Call Center aktualnie są realizowane z wykorzystaniem nowoczesnego systemu teleinformatycznego firmy Alcatel, umożliwiające pracę na 220 stanowiskach w dwóch lokalizacjach.
- Odnotowano także ponad 54 % wzrost w zakresie sprzedaży tradycyjnych usług telekomunikacyjnych, wskazujący na poprawność zrealizowanej strategii w zakresie telekomunikacji - wprowadzenie rozliczeń interconnect z TP SA według zasad RIO, połączenia z użyciem Prefiksu, szerokopasmowy dostęp do Internetu, wzrost ilości abonentów, obniżka kosztów i element zasadniczy tego wzrostu – wzrost wolumenów w zakresie hurtowej wymiany ruchu telekomunikacyjnego. Ten wynik jest szczególnie satysfakcjonujący dla Spółki, z uwagi na fakt występującej na rynku telefonii stacjonarnej silnej konkurencji, skutkującej stale obniżkami cen usług i de facto powodującej na rynku nie tak znaczące wzrosty przychodów, co pokazują wyniki całego rynku telefonii stacjonarnej.
- Ponad 77 % łączny wzrost wartości sprzedaży usług w II kwartale 2006 roku w odniesieniu do analogicznego okresu ubiegłego roku, potwierdza zasadność przyjętej strategii rozwoju Spółki.

2.1) W okresie sprawozdawczym Zarząd kontynuował i nadzorował:

- realizację strategii Spółki w celu maksymalizacji możliwych do uzyskania przychodów,
- procesy restrukturyzacyjne w ramach Grupy MNI:

W celu zdynamizowania rozwoju Grupy MNI oraz zapewnienia efektywnej struktury jej działania Zarząd Spółki uznał za niezbędne podjęcie kroków mających na celu zmianę struktury grupy spółek zależnych, w wyniku której w MNI S.A. skupiona będzie dotychczasowa działalność medialna i telekomunikacyjna w ramach telefonii mobilnej w modelu MNVO – Operatora Wirtualnego oraz działalność telemarketingowa. Działalność w zakresie tradycyjnej telekomunikacji skupiona będzie w MNI Telecom Sp. z o.o. (d. Pilicka Telefonia Sp. z o.o.). Do tego podmiotu zostaną relokowane zasoby infrastruktury telekomunikacyjnej Grupy MNI,

- przygotowanie do wdrożenia nowej oferty produktowej dla sektora usług medialnych opartej o WAP PREMIUM oraz Video Call dla sieci 3 G,

- analizę rynku pod kątem ewentualnych przyszłych akwizycji podmiotów branży medialnej oraz telekomunikacyjnej, charakteryzujących się dobrymi perspektywami wzrostu i atrakcyjnymi marżami oraz generującymi odpowiedni poziom wolnych środków finansowych,
- prace nad optymalnym wykorzystaniem istniejących zasobów infrastruktury telekomunikacyjnej
- akcję aktywnego pozyskiwania nowych abonentów podstawowej usługi telekomunikacyjnej w oparciu o sieć stacjonarną oraz dostęp radiowy jak też prefix 1042,
- rozbudowę systemu szerokopasmowego dostępu do Internetu w technologii DSL „SZEPKLIK” – ponad 1450 abonentów sieci stacjonarnej korzysta z tej usługi,
- negocjacje z partnerami w zakresie realizacji ogólnie dostępnej telefonii IP na terenie całego kraju .
- realizację szeroko zakrojonej strategii pozyskiwania nowych klientów i kooperantów do współpracy w zakresie medialnych usług dodanych, w szczególności usług Premium Rate
- realizację kilkudziesięciu stałych kontraktów dotyczących świadczenia usług medialnych w zakresie rynku : medialnego, informacyjnego , marketingowego oraz rozrywkowego
- realizację nowego kierunku rozwoju usług dodanych, poprzez tworzenie kanałów promocyjno-sprzedażowych, w zakresie produktów wirtualnych, budowę, integrację oraz zarządzanie biznesowo-administracyjne portalami internetowymi,
- optymalizację rozwiązań organizacyjno – technicznych związanych z segmentem usług dodanych opartych o transmisję danych, przeznaczonych dla sektora finansowo-bankowego
- budowę nowych narzędzi marketingu bezpośredniego, opartych o rozwiązania IVR,

USŁUGI MEDIALNE

Usługi medialne świadczone przez spółki Grupy MNI w formie serwisów interaktywnych dzielą się na:

- usługi dodane dla telefonii stacjonarnej,
- usługi dodane dla telefonii mobilnej.

Usługi dodane o charakterze medialnym to grupa usług telekomunikacyjnych (połączenia głosowe, usługi SMS i MMS wykorzystujące specjalne wyższe taryfy telekomunikacyjne (tzw. Premium Rate), gdzie klient finalny, obok kosztu opłaty telekomunikacyjnej ponosi opłatę za świadczoną tą drogą usługę w zakresie oferowanej treści: dostępu do zasobów (treści), udziału w konkursie, zapłaty, etc).

Usługi medialne opierają się na udostępnianiu mediom czy też innym klientom infrastruktury teleinformatycznej, dostarczaniu treści (contentu), kreacji rozwiązań marketingowych wykorzystujących technologie mobilne i stacjonarne oraz realizacji mikropłatności na rzecz podmiotów medialnych.

MNI S.A. oferuje podmiotom zainteresowanym przeprowadzeniem dowolnego typu akcji promocyjno-marketingowej zintegrowany oraz zindywidualizowany produkt dopasowany do ich potrzeb.

Wyżej opisywane usługi kierowane są do widzów telewizji, słuchaczy radia, czytelników czasopism i dzienników, uczestników programów lojalnościowych i akcji marketingowych, użytkowników Internetu, subskrybentów wyspecjalizowanych usług interaktywnych SMS/MMS, adresatów akcji marketingu bezpośredniego, klientów banków, pasażerów linii lotniczych i autobusowych, osób starających się o wizy itp.

Aktualnie Spółka realizuje usługi medialne m.in. dla Telewizji Polskiej S.A., Polskiego Radia, Radia Zet, radiowych rozgłośni regionalnych, koncernu medialnego Agora S.A., wydawnictwa Edipresse, wydawnictwa Media Express, Bertelsman Media, wydawnictwa Te-Jot, wydawnictwa Bauer

- **usługi dodane dla telefonii stacjonarnej,**

Podmiotem Grupy MNI odpowiedzialnym za świadczenie usług dodanych dla telefonii stacjonarnej zajmuje się przejęta przez Spółkę w sierpniu 2005 r., spółka Legion Polska Sp. z o.o. Spółka ta jest jedną z najstarszą na polskim rynku firmą świadcząca usługi dodane do telefonii stacjonarnej. Zajmuje się ona obsługą platform teleinformatycznych do odbioru połączeń o podwyższonej płatności, zarówno o charakterze informacyjnym jak i rozrywkowym (charakteryzujących się numerami rozpoczynającymi się od 0-700xx, 0-701xx, 0-708x, 0-300xx, 0-400xx w telefonii stacjonarnej) oraz obsługą połączeń na żywo pomiędzy widzami/słuchaczami a osobami prowadzącymi audycje telewizyjne, charakterystycznych dla coraz większej liczby programów emitowanych przez kanały telewizyjne.

Wybrane serwisy informacyjne obsługiwane przez Legion Polska to:

- linia informacyjna Ambasady Stanów Zjednoczonych,
- linia informacyjna o rozkładzie jazdy PKS,
- linia informacyjna o rozkładzie jazdy PKP.

Legion Polska umożliwia także tanie połączenia międzynarodowe. Marka Legion jest rozpoznawalna na międzynarodowych rynkach, co ułatwia zagraniczną ekspansję Grupy MNI. Przejęcie spółki Legion Polska Sp. z o.o. stworzyło możliwość rozszerzenia oferty o segment usług dodanych dla telefonii stacjonarnej, a połączenie infrastruktury technologicznej w jedną platformę multimedialną wzmacnia przewagę konkurencyjną Grupy MNI. Po akwizycji MNI przejęło automatycznie obsługę wszystkich klientów i kooperantów Legion Polska Sp. z o.o., jak również wszelkie kontrakty medialne dotyczące integracji usług komunikacji interaktywnej oraz promocji usług własnych.

- **usługi dodane dla telefonii mobilnej.**

Usługi dodane w zakresie telefonii komórkowej – świadczone wyłącznie przez MNI S.A. - obejmują usługi medialne zarówno głosowe (Voice Premium), jak i tekstowe (SMS Premium) w ramach serwisów SMS, MMS, WAP i IVR. Można je podzielić można na kilka kategorii:

- **marketing mobilny**, obejmujący np. konkursy, quizy, loterie czy akcje marketingowo-promocyjne typu „massive sending” (polegające na przesyłaniu komunikatów marketingowo-promocyjnych precyzyjnie określonym, dużym grupom użytkowników telefonii komórkowej),

- **usługi informacyjne:** serwisy tematyczne oferujące powiadamianie użytkowników telefonów o wydarzeniach w interesujących ich tematach; produkty dotyczące personalizacji telefonu, czyli dzwonki mono- i polifoniczne oraz loga,
- **rozrywka:** tapety, wygaszacze, gry, w tym gry java itp.
- **mikropłatności:** SMS-y pełniące funkcję drobnych opłat za usługi w Internecie, jak np. dostęp do płatnych zasobów stron www.

USŁUGI TELEKOMUNIKACYJNE

MNI S.A. wraz z podmiotami zależnymi oferuje zaawansowane usługi telekomunikacyjne obejmujące zarówno usługi telefoniczne jak i transmisję danych. Oferta usług telekomunikacyjnych obejmuje:

1. Podstawowe głosowe usługi telekomunikacyjne - telefonii głosowej (w trybie standardowym (tj. komutacji) oraz w technologii VoIP (Voice over IP),
2. Dostęp do Internetu dla abonentów indywidualnych i biznesowych – obejmujący zarówno dostęp wąskopasmowy w ramach usług dial-up, jak i dostęp szerokopasmowy z wykorzystaniem technologii DSL;
3. Usługi transmisji danych, oraz dzierżawy infrastruktury teletransmisyjnej – włókien światłowodowych oraz kanałów cyfrowych - kierowane do klientów instytucjonalnych;
4. Usługi hurtowej wymiany ruchu telekomunikacyjnego głosowego - kierowane do klientów instytucjonalnych (operatorów telekomunikacyjnych) - bazujące na korzystaniu z infrastruktury sieciowej.

Grupa MNI posiada bazę 60 tys. abonentów indywidualnych i biznesowych (w tym 4,5 tys. abonentów usługi szerokopasmowego dostępu do Internetu) i świadczy usługi w siedmiu strefach numeracyjnych w oparciu o sieć MNI (d. Szeptel) oraz sieć przejętej Telefonii Pilickiej, co zapewnia jej czwartą pozycję na rynku polskim wśród operatorów niezależnych (doroczny raport UKE za rok 2005). Obecnie oferowaniem usługi telekomunikacyjnych w ramach Grupy MNI zajmują się:

- MNI S.A. – 20 tys. abonentów w strefie warszawskiej, podlaskiej i łomżyńskiej;
- MNI Telecom Sp. z o.o. (poprzednio Pilicka Telefonía Sp. z o.o.) – 40 tys. abonentów na terenie byłych województw radomskiego, łódzkiego, piotrkowskiego i tarnobrzckiego.

Grupa MNI świadczy także usługi abonentom TPSA poprzez preselekcję (prefiks 1042 w przypadku sieci Szeptel oraz 1043 w przypadku przejętej sieci Telefonii Pilickiej).

MNI rozwija usługi telefonii tradycyjnej w województwie podlaskim i mazowieckim poprzez pozyskiwanie i włączanie do sieci nowych abonentów indywidualnych z sektora małych i średnich przedsiębiorstw. Na bazie zbudowanej sieci Białystok-Warszawa Spółka świadczy usługi dostępu do sieci internetowej i telefonicznej użytku publicznego, radiodostępu oraz dzierżawy łączy w celu zapewnienia stałych połączeń i usługi transmisji danych.

Transmisja danych jest strategicznym ogniwem tradycyjnych usług telekomunikacyjnych, stąd też MNI sukcesywnie realizuje udostępnianie swoim klientom szerokopasmowego dostępu do Internetu.

Docelowo MNI Telecom Sp. z o.o. stanie się podmiotem, w którym skupiono będzie całość tradycyjnej działalności telekomunikacyjnej Grupy MNI.

USŁUGI TELEFONICZNEGO MARKETINGU BEZPOŚREDNIEGO (usługi call center)

Usługi te polegają na wykorzystaniu infrastruktury telekomunikacyjnej oraz pracujących „agentów-operatorów” wykonujących zlecenia powierzone przez kontrahentów Spółki. MNI świadczy usługi marketingu bezpośredniego prowadzone są w oparciu o własne call center wyposażone w najnowsze technologie telefoniczne marki Alcatel, technologie nowoczesne technologie www, SMS oraz narzędzia monitorujące a także w nowoczesną platformę multimedialną oraz platformę IVR dla masowych usług typu „Voice mailing”.

W call center należącym do MNI znajduje się 220 stanowisk w dwóch lokalizacjach: Warszawie i Szepietowie.

Spółka konsekwentnie buduje i rozwija segment usług marketingu bezpośredniego, jako jeden z bardziej przyszłościowych filarów swojej działalności, pozwalający na osiągnięcie wysokich marż. Usługi marketingu bezpośredniego wykorzystują różnorodne narzędzia i usługi telekomunikacyjne, od podstawowych po bardziej zaawansowane, takie jak usługi interaktywne i multimedialne. Usługi te obejmują proste rozwiązania, jak również zaawansowane akcje telefonicznego telemarketingu, infolinie itp., i polegają na realizacji określonych zleceń sprzedażowych lub informacyjnych przez „agentów” lub automatyczne systemy IVR (Interactive Voice Response) do portali głosowych włącznie. Usługi call center tym różnią się od usług dodanych dla telefonii stacjonarnej, że nie są automatyczne, a polegają na rzeczywistej rozmowie z operatorem. Oferują jednak również oszczędność kosztów dla firm, które nie muszą organizować własnej infolinii, a dodatkowo mogą czerpać korzyści, tym większe, im większe jest zainteresowanie infolinią.

Z usług marketingu bezpośredniego świadczonych przez MNI korzystają m.in.:

- firmy telekomunikacyjne,
- renomowane firmy wydawnicze, np. Verlag Dashofer, Bertelsman, Bauer, Wiedza i Praktyka,
- wydawnictwa prasowe, np. AGORA, Media Express,
- agencje reklamowe, np. Corporates Profile,
- koncerny segmentu FMCG, np. Philipp Morris, Fritto Lay, Bahlsen,
- komitety wyborcze partii politycznych.

Usługi pozostałe

Do usług pozostałych świadczonych przez Emitenta należy przede wszystkim dzierżawa infrastruktury telekomunikacyjnej nie wykorzystywanej przez MNI S.A.

2.2) Istotne zdarzenia, które wystąpiły w Spółce w okresie sprawozdawczym:

1. Podpisanie w dniu 18 kwietnia 2006 roku umowy z Biurem Miss Polonia Sp. z o.o., Organizatorem Światowego Finału Konkursu Miss World 2006, który zorganizowany zostanie w Polsce we wrześniu br.

Przedmiotem zawartej umowy jest realizacja wszystkich projektów związanych z wykorzystaniem narzędzi i usług interaktywnych, które użyte będą do obsługi organizowanych plebiscytów, głosowań, sondaży, a także do zaoferowania użytkownikom Internetu oraz telefonii mobilnej i stacjonarnej pełnej gamy produktów multimedialnych, związanych z Finałem Konkursu Miss World 2006.

MNI S.A. na zasadzie wyłączności przygotuje i przeprowadzi promowane we wszystkich mediach projekty interaktywne, w szczególności o charakterze komercyjnym, wykorzystując do tego celu narzędzia telekomunikacyjne z zakresu usług dodanych, oparte na tzw. taryfach Premium Rate.

Zawarta Umowa daje MNI S.A. prawo do eksploatacji materiałów związanych z Finałem Konkursu Miss World 2006 przez okres 18 miesięcy.

Światowy Finał Konkursu Miss World będzie największym i najbardziej prestiżowym wydarzeniem medialnym, jakie miało miejsce w Polsce na przestrzeni lat, które tak szeroko wykorzysta interaktywne usługi telekomunikacyjne.

2. Zmiana z dniem 9 czerwca 2006 roku sektora notowań Spółki na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie z sektora „telekomunikacja” na sektor „media”, formalizująca sposób postrzegania działalności MNI S.A., zarówno w kontekście przyjętej i realizowanej strategii rozwoju, obszaru na którym realizowana jest aktywność biznesowa Spółki, jak też struktury realizowanych przychodów. (Raport bieżący nr 12/2006 z dnia 22 maja 2006).
3. Opublikowanie w dniu 21 czerwca 2006 prognozy skonsolidowanego wyniku finansowego Grupy MNI na lata 2006-2008 (pkt. 4 niniejszej informacji).
4. Podjęcie w dniu 22 czerwca 2006 przez Zarząd Spółki uchwały w sprawie skierowania wniosku do Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki ws. podwyższenia kapitału zakładowego Spółki, z prawem poboru dla dotychczasowych akcjonariuszy, do kwoty 90.286.232,00 (dziewięćdziesiąt milionów dwieście osiemdziesiąt sześć tysięcy dwieście trzydzieści dwa 00/100) złotych poprzez emisję do 67.714.674 (sześćdziesiąt siedem milionów siedemset czternaście tysięcy sześćset siedemdziesiąt cztery) akcji zwykłych na okaziciela serii L, o wartości nominalnej 1,00 złoty każda akcja, o wartości emisyjnej 1,00 złoty każda akcja oraz ustalenie 15 września 2006 roku dniem prawa poboru.

W uzasadnieniu wniosku Zarząd Spółki:

- a) ocenił sytuację rynkową Spółki w świetle prezentowanej strategii rozwoju,
- b) określił cele emisji,
- c) rekomendował emisję akcji w celu sfinansowania realizacji strategii rozwoju Spółki

ad.a)

Dobre wyniki Grupy Kapitałowej MNI S.A. zarówno w 2005 roku, jak i w I kwartale 2006 roku potwierdziły trafność przyjętej przez Zarząd strategii. W I kwartale 2006 roku Spółka osiągnęła skonsolidowany przychód ze sprzedaży na poziomie 40,06 mln zł. Ich poprawa to w dużej mierze zasługa ujęcia w raporcie skonsolidowanym wyników przejętych w ubiegłym roku spółek Legion Polska Sp. z o.o. i Pilicka Telefonía Sp. z o.o. jak również dynamiczny wzrost usług medialnych.

Osiągnięta przez MNI rentowność w pierwszym kwartale 2006 roku. na poziomie zysku operacyjnego w wysokości 10,7% oraz zysku netto 8,3% stawia spółkę w czołówce firm notowanych na GPW w Warszawie.

Pełne odzyskanie zaufania rynku, słuszność dotychczasowej strategii, znakomite wyniki finansowe MNI oraz korzystna sytuacja na rynku medialnym to znakomity punkt wyjścia do rozpoczęcia realizacji dalszej części strategii rozwoju, gwarantującej na kolejne lata wzrost wartości sprzedaży i osiąganych zysków.

Zarząd MNI S.A. przygotowany jest do realizacji kolejnych etapów rozwoju Spółki. W oparciu o przygotowane perspektywiczne plany inwestycyjne prowadzi zaawansowane rozmowy w sprawie przejęcia kilku podmiotów branży medialnej oraz telekomunikacyjnej. Planu te są konsekwencją przyjętej przez MNI S.A. strategii, która zakłada budowę silnej grupy medialnej pracującej na rzecz rynku medialnego oraz telekomunikacyjnego.

Strategia rozwoju MNI S.A. zakłada w szczególności skupienie całej aktywności na rozbudowę istniejących oraz budowę nowych możliwości technologicznych, organizacyjnych oraz kooperacyjnych, które pozwolą na :

- A) *Poszerzenie mobilnej oferty produktowej skierowanej do końcowych odbiorców usług medialnych w zakresie usług realizowanych za pośrednictwem Internetu i mobilnej transmisji danych oraz wprowadzenie jej do komercyjnej eksploatacji.*
- B) *Wprowadzenie komercyjnych usług związanych z formatami video do telefonów komórkowych.*
- C) *Przygotowanie i komercyjne wprowadzenie do sprzedaży całego wachlarza usług dla odbiorców korzystających z sieci 3G, takich jak Mobil TV czyli telewizja w telefonie komórkowym, czy VioD czyli programy TV na życzenie.*
- D) *Przygotowanie i rozpoczęcie komercyjnej eksploatacji oferty produktów mobilnych związanych z nowymi funkcjonalnościami, jak obsługa mikropłatności, mobilna elektroniczna portmonetka, itp.*
- E) *Przygotowanie i komercyjne uruchomienie rozwiązań pozwalających skierować ofertę produktową MNI i jej kooperantów do odbiorców „nowych mediów” – Telewizji Internetowej oraz Interaktywnej Cyfrowej Telewizji Kablowej, to jest mediów zbudowanych na tradycyjnej infrastrukturze telekomunikacyjnej. W szczególności dotyczy to budowy produktów analogicznych do oferty mobilnej a skierowanej do posiadaczy Interaktywnych Odbiorników (Set-Top-Box) Operatora Telewizji Kablowej lub Operatora Telekomunikacyjnego np. TP S.A., Dialog.*

Cele strategii realizowane będą w szczególności poprzez:

1. *Podjęcie działalności jako Mobilny Operator Wirtualny (MVNO) w oparciu o sieć jednego z działających Operatorów Mobilnych w kilku modelach rynkowych.*
2. *Rozwinięcie i rozbudowę pod względem oferowanych treści oferty multimedialnej przeznaczonej dla abonentów sieci mobilnych w oparciu o rozwiązania SMS, MMS, Mobilnej Transmisji Danych oraz specjalnie dla Trzeciej Generacji w oparciu o rozwiązania szybkiej transmisji danych.*
3. *Rozbudowę istniejącej platformy usług interaktywnych o rozwiązania dedykowane dla sieci Cyfrowej Telewizji Kablowej oraz Telewizji Internetowej, np. TP, Dialog, itp.*
4. *Rozbudowę infrastruktury dostępowej dla abonentów, w szczególności o rozwiązania dostępu do Internetu w standardzie WiMax oraz rozwijanie tych projektów w kierunku nowych obszarów operowania Sieci Telekomunikacyjnych Grupy MNI.*
5. *Przejęcia innych podmiotów z branży medialno-telekomunikacyjnej, spełniających warunki pełnej synergii produktowej z ofertą MNI i generujących wolne środki finansowe pozwalające m.in. na stosowne do ich potrzeb inwestycje rozwojowe.*
6. *Przejmowanie od TP Lokalnych Pętli Abonenckich i uruchamianie alternatywnych od TP usług telefonii głosowej oraz szerokopasmowego dostępu do Internetu, na obszarze całego kraju. W pierwszej kolejności dotyczyć to będzie obszarów operowania Sieci Telekomunikacyjnych Grupy MNI.*

ad.b)

Celem emisji jest wzrost wyników osiąganych przez Spółkę. Ich parametry zostały opublikowane przez Zarząd MNI S.A. w postaci prognozy finansowej skonsolidowanego wyniku finansowego netto Grupy MNI na lata 2006-2008. (pkt. 4 niniejszej informacji)

ad.c)

Pozyskana w wyniku emisji kwota kapitału pozwoli na zrealizowanie zakładanych inwestycji jak również umożliwi w razie konieczności pozyskanie długu w sytuacji gdyby ilość projektów inwestycyjnych o określonej przez Zarząd MNI rentowności przekroczyła wartość płynnych środków finansowych, którymi będzie dysponował Zarząd.

Zarząd Spółki szacuje, że około 80% pozyskanych środków zostanie przeznaczona na planowane akwizycje, a pozostała część na inwestycje w infrastrukturę.

Przeprowadzenie emisji, pozwoli więc na realizację projektów zapewniających kolejny skokowy wzrost przychodów i zysków realizowanych przez Grupę.

Zarząd Spółki jest zdania, iż osiągnięcie prognozowanych wyników przy założeniu utrzymania się pozytywnych trendów na rynku kapitałowym będzie również oznaczało wzrost kapitalizacji Grupy o kwotę znacznie przekraczającą wartość wyemitowanego kapitału.

5. Zatwierdzenie w dniu 30 czerwca 2006 przez Zwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki jednostkowego sprawozdania finansowego MNI S.A. i skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej MNI S.A. za rok 2005 oraz sprawozdań Zarządu z działalności Spółki i Grupy Kapitałowej MNI S.A. za rok obrotowy 2005, jak też podjęcie uchwały o przeznaczeniu całego wypracowanego zysk netto za rok obrotowy 2005 w wysokości 12.612.887,68 /dwanaście milionów sześćset dwanaście tysięcy osiemset osiemdziesiąt siedem złotych sześćdziesiąt osiem groszy/ złotych w całości na kapitał zapasowy Spółki.
6. Podjęcie w dniu 30 czerwca 2006 roku przez Zwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki uchwały ws. podwyższenia kapitału zakładowego MNI S.A (pełna treść przedmiotowej uchwały poniżej)

"Uchwała nr 8/2006

Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia spółki MNI S.A.

Działając na podstawie art. 430 i art. 431 oraz art. 431 § 7 w zw. z art. 310 § 2 Kodeksu spółek handlowych oraz § 16 ust. 2 pkt d) i k) Statutu Spółki uchwała się, co następuje:

§ 1

1. Zwyczajne Walne Zgromadzenie spółki pod firmą „MNI” Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie postanawia podwyższyć kapitał zakładowy Spółki dotychczas wynoszący 22.571.558,- /dwadzieścia dwa miliony pięćset siedemdziesiąt jeden tysięcy pięćset pięćdziesiąt osiem/ złotych do kwoty 90.286.232,- /dziewięćdziesiąt milionów dwieście osiemdziesiąt sześć tysięcy dwieście trzydzieści dwa/ złote poprzez emisję do 67.714.674 /sześćdziesięciu siedmiu milionów siedemset czternaście tysięcy sześćset siedemdziesięciu czterech/ akcji serii L zwykłych na okaziciela o wartości nominalnej 1,- /jeden/ złotych każda akcja, tj. o kwotę nie wyższą niż 67.714.674,- /sześćdziesiąt siedem milionów siedemset czternaście tysięcy sześćset siedemdziesiąt cztery/ złote, z zachowaniem prawa poboru dla dotychczasowych akcjonariuszy.
2. Podwyższenie kapitału zakładowego zostanie dokonane niezależnie od liczby akcji serii L objętych w granicach limitu określonego w pkt. 1 niniejszej Uchwały, w wysokości odpowiadającej liczbie akcji objętych. Upoważnia się i zobowiązuje Zarząd do złożenia w formie aktu notarialnego oświadczenia o wysokości objętego w ramach podwyższenia kapitału zakładowego i o dookreśleniu wysokości podwyższenia kapitału zakładowego w statucie przed zgłoszeniem podwyższenia kapitału zakładowego do rejestru.
3. Z akcjami serii L nie są związane żadne szczególne uprawnienia ani obowiązki, ponad wynikające z przepisów prawa, w szczególności Kodeksu Spółek Handlowych.
4. Cena emisyjna akcji wynosi 1,- /jeden/ złoty.
5. Akcje zostaną wydane wyłącznie w zamian za wkłady pieniężne, wniesione w całości przed zarejestrowaniem podwyższenia kapitału zakładowego.
6. Akcjom przyznaje się prawo uczestnictwa w dywidendzie za rok obrotowy 2006 /dwa tysiące sześć/.

7. Dzień poboru, tj. dzień, według którego określa się akcjonariuszy, którym przysługuje prawo poboru akcji emisji serii L, zostaje ustalony na dzień 15 /piętnasty/ września 2006 /dwa tysiące szóstego/ roku.
8. Dotychczasowemu akcjonariuszowi za 1 /jedną/ posiadaną akcję przysługiwać będą 3 /trzy/ akcje serii L.
9. Upoważnia się Radę Nadzorczą do określenia szczegółowych warunków emisji Akcji serii L; tj:
 - określenia terminu rozpoczęcia oraz zamknięcia subskrypcji na Akcje serii L;
 - określenia terminu wykonywania prawa poboru Akcji serii L;
 - określenia szczegółowych zasad przydziału Akcji serii L zgodnie z art. 436 Kodeksu Spółek Handlowych.
10. Wykonanie niniejszej Uchwały, a w szczególności dokonanie wszelkich innych czynności organizacyjnych i prawnych, związanych z realizacją niniejszej uchwały należy do kompetencji Zarządu Spółki. W szczególności Zarząd jest upoważniony do:
 - i. przydziału Akcji w trybie art. 436 § 4 Kodeksu Spółek Handlowych;
 - ii. zawarcia z Krajowym Depozytem Papierów Wartościowych Spółką Akcyjną z siedzibą w Warszawie umowy, o której mowa w art. 5 ustawy o obrocie instrumentami finansowymi.

§ 2

Zwyczajne Walne Zgromadzenie spółki pod firmą „MNI” Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie postanawia wprowadzić akcje serii L, prawa poboru akcji serii L oraz prawa do akcji serii L do obrotu giełdowego na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie oraz decyduje, iż akcje i prawa do akcji serii L będą miały formę zdematerializowaną i tym samym upoważnia Zarząd do podjęcia wszelkich wymaganych przez prawo czynności niezbędnych do dopuszczenia i wprowadzenia do obrotu tymi papierami wartościowymi na rynku regulowanym oraz ich dematerializacji.

§ 3

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia, z tym, iż zmiana statutu dokonana niniejszą uchwałą następuje z chwilą jej rejestracji przez sąd."

7. Powołanie w dniu 30 czerwca 2006 przez Zwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki Rady Nadzorczej MNI S.A. w składzie:
 - Pan Robert Gwiazdowski,
 - Pan Tomasz Karasiński,
 - Pan Andrzej Jerzy Piechocki,
 - Pan Michał Jakub Tomczak,
 - Pan Stanisław Marian Widera,

8. Powołanie w dniu 30 czerwca 2006 przez Radę Nadzorczą MNI S.A. Zarządu Spółki w składzie:

- Pan Piotr König - Prezes Zarządu,
- Pan Mariusz Piotr Pilewski - Członek Zarządu,
- Pan Leszek Wojciech Kułak - Członek Zarządu

3. Zdarzenia, które wystąpiły po 30.06.2006 mogące znacząco wpłynąć na przyszłe wyniki finansowe

1. Zawarcie w dniu 13 lipca 2006 roku przez podmiot zależny MNI Telecom Sp. z o.o. (dawniej: Pilicka Telefonía Sp. z o.o.) ze spółką JUPITER Narodowy Fundusz Inwestycyjny Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie (zwaną dalej Funduszem) umowę sprzedaży akcji spółki dataCOM Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie. Powyżej wskazana umowa dotyczy nabycia przez MNI Telecom 2.570.566 akcji zwykłych imiennych spółki dataCOM o wartości nominalnej 7,00 złotych każda stanowiących łącznie 76,49 procent jej kapitału zakładowego i głosów na walnym zgromadzeniu, za łączną cenę w wysokości 19.000.000,00 złotych, przy czym cena powyższa zostanie zapłacona w dwóch ratach: pierwsza rata w wysokości 18.000.000,00 złotych płatna w terminie 3 dni od dnia spełnienia się ostatniego z warunków zawieszających oraz druga rata w wysokości 1.000.000,00 złotych płatna w terminie do 31 lipca 2007 roku, o ile wskaźnik marży brutto liczona za okres od czerwca 2006 roku do maja 2007 roku będzie nie mniejszy niż ten wskaźnik liczony za okres od czerwca 2005 do maja 2006 roku. Powyższa umowa została zawarta pod warunkiem zawieszającym, że: (1) żaden z pozostałych akcjonariuszy spółki dataCOM nie skorzysta z przysługującego mu prawa pierwokupu akcji, (2) Kupujący złoży pozostałym akcjonariuszom oferty nabycia posiadanych przez nich akcji, (3) Fundusz uzyska zgodę Rady Nadzorczej na sprzedaż akcji na warunkach określonych w powyżej wskazanej umowie, (4) Kupujący uzyska zgodę BRE Banku na zawarcie powyżej wskazanej umowy, (5) Kupujący uzyska zgodę własnej Rady Nadzorczej na zawarcie powyżej wskazanej umowy oraz (6) Kupujący zapłaci I ratę ceny za akcje oraz zdeponuje na rachunku zastrzeżonym otwartym w Banku będącym Powiernikiem kwotę II raty ceny za akcje. Zakup powyżej wskazanych akcji nastąpi z środków własnych spółki MNI Telecom. Natomiast powyżej wskazana umowa jest istotną ze względu na fakt, iż jej wartość przekracza 10 procent wartości kapitału zakładowego jednostki dominującej - spółki MNI S.A.

2. Zawarcie w dniu 1 sierpnia 2006 roku umowy sprzedaży, na podstawie której MNI S.A. zbyła 100% udziałów w kapitale zakładowym spółki Media Personel Service Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie („Media Personel Service Sp. z o.o.”) na rzecz osoby fizycznej, tj. Pana Wiesława Jana Kułaka, będącego też dotychczas jedynym członkiem zarządu – Prezesem Zarządu tej spółki.. Zbyte aktywa finansowe to 1.000 (tysiąc) udziałów w spółce Media Personel Service Sp. z o.o. o wartości nominalnej 50 (pięćdziesiąt) złotych każdy tj. o łącznej wartości nominalnej 50.000 (pięćdziesiąt tysięcy) złotych, co stanowi 100% kapitału zakładowego spółki Media Personel Service Sp. z o.o. Przedmiotowa transakcja zbycia udziałów w spółce Media Personel Service nastąpiła w wyniku realizacji strategii rozwoju spółki MNI S.A. oraz

podjętego w ramach tej strategii zadania uporządkowania struktury organizacyjnej grupy kapitałowej MNI i wyeliminowania z tej grupy spółek, których działalność nie jest bezpośrednio związana z działalnością podstawową spółki MNI S.A. (Raport bieżący nr 14/2006 z dnia 24 maja 2006 roku).

3. Podjęcie działań w zakresie logistycznego przygotowania Grupy MNI do technologicznego rozwoju w obszarze usług medialnych poprzez:
 - a) Budowę otwartej na potrzeby własne i całego rynku usług medialnych struktury – Centrum Przygotowywania Treści i Zawartości Usług, (gry Java, dzwonki polifoniczne, muzyka, tapety, video, filmy, gry wielouczestnikowe, konkursy, aplikacje komunikacyjne, serwisy rozrywkowe, etc.
 - b) Przygotowanie oferty uniwersalnych usług i treści, zarówno dla odbiorców usług mobilnych, jak i Telewizji Internetowej, Interaktywnej Telewizji Cyfrowej, a także w formie dedykowanych aplikacji dla publicznych nadawców telewizyjnych i portali internetowych
 - c) Zbudowanie własnych kanałów dystrybucji produktów multimedialnych elektronicznych i tradycyjnych oraz wyspecjalizowanych narzędzi do wykorzystania w kanałach już istniejących
 - d) Integrację nowoczesnych technologii interaktywnych i mobilnych pozwalająca na szybkie przygotowywanie i wdrażanie zaawansowanych aplikacji dla usług medialnych dla potrzeb własnych, partnerów medialnych, podmiotów zewnętrznych z obszaru telekomunikacyjnego (MVNO) i innych klientów zewnętrznych.
 - e) Rozwinięcie aktywności na rynkach międzynarodowych jako dostawcy multimedialnych treści, usług i rozwiązań, aż do przygotowywania i wdrażania interaktywnych rozwiązań medialnych w modelu „pod klucz” – z dostawą aplikacji, technologii oraz podłączeniem do lokalnych Operatorów mobilnych i stacjonarnych, dla lokalnych kanałów telewizyjnych i portali internetowych

Wdrożenie tego fragmentu strategii realizowane będzie poprzez uruchomienie własnych projektów rozwojowych, zakupy zaawansowanej technologii na rynkach krajowym i zewnętrznym oraz przygotowywanie akwizycji kilku podmiotów z obszaru budowy technologii, tworzenia oraz dystrybuowania treści i zawartości usług.

4. Ogłoszenie w dniu 11 sierpnia 2006 komunikatu Zarządu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. o kwartalnej korekcie list uczestników indeksów WIG 20 i MIDWIG po sesji w dniu 15 września br., zgodnie z którym MNI S.A. będzie nowym uczestnikiem indeksu MIDWIG.

4. Prognozy wyników

W dniu 14 czerwca 2006 roku w raporcie bieżącym Spółka opublikowała prognozę skonsolidowanego wyniku finansowego Grupy MNI na lata 2006-2008, dokonaną na podstawie prognoz rozwoju rynku usług medialnych oraz telekomunikacyjnych na koniec roku 2006 oraz na lata 2007 i 2008.

	Rok 2006	Rok 2007	Rok 2008
Wartość sprzedanych usług (w tys. zł)	140.000	180.000	225.000
EBITDA (w tys. zł)	35.000	50.000	65.000

Prognoza uzyskania powyższych skonsolidowanych wyników finansowych przez Spółki z Grupy MNI oparta została na analizie aktualnie uzyskiwanych wyników oraz prognozach i analizach rozwoju poszczególnych elementów rynku, sporządzanych między innymi przez: IDC, Reaserch Pyramid, Instytut Gold Media, TNS OBOP, Yankee Group oraz w świetle planowanych przez Spółkę działań w ramach realizacji strategii rozwoju.

Osiągnięcie prognozowanych wzrostów wyników finansowych będzie możliwe dzięki:

- prognozowanemu wzrostowi rynku w obszarze usług medialnych,
- akwizycjom innych podmiotów z sektora medialnego oraz telekomunikacyjnego,
- rozbudowie własnej infrastruktury pozwalającej na dostarczanie usług medialnych, w tym MVNO (Operator Wirtualny), usług dla sieci 3G.

Z uwagi na długi okres objęty prognozą, Zarząd MNI będzie dokonywał kwartalnej oceny możliwości realizacji prognozowanych wyników.

5. Akcjonariusze Spółki

Na dzień sporządzenia raportu stan akcjonariatu MNI S.A. posiadającego ponad 5% akcji lub ponad 5% głosów na WZA przedstawia się następująco:

Lp.	Akcjonariusz	Liczba akcji	% akcji	Liczba głosów	% głosów
1.	com.Investment Sp. z o.o.	7.357.590	32,60	7.357.590	32,56
2.	Andrzej Piechocki wraz z DEDAL Inwestycje Sp. z o.o.	3.063.144	13,57	3.063.144	13,55
3.	CATHERHAM FINANCIAL MANAGEMENT Ltd.	1.250.000	5,54	1.250.000	5,53

6. Zmiany w stanie posiadania akcji lub uprawnień do nich przez osoby zarządzające i nadzorujące

- 1) W dniu 7 kwietnia 2006 roku do Spółki wpłynęło zawiadomienie Pana Piotra Königa, Członka Rady Nadzorczej spółki MNI S.A. pełniącego również funkcję Członka Zarządu Spółki com.Investment.Sp. z o.o. informujące o zbyciu przez spółkę com.Investment Sp. z o.o. 330.000 akcji spółki MNI S.A. (raport bieżący nr 9/2006)

- 2) W dniu 7 kwietnia 2006 roku do Spółki wpłynęło zawiadomienie Pana Mariusza Pilewskiego, Prezesa Zarządu MNI S.A., pełniącego również funkcję Prezesa Zarządu Spółki Inwest Logistics Sp. z o.o. informujące o nabyciu przez Spółkę Inwest Logistics Sp. o.o. 40.000 akcji spółki MNI S.A. (raport bieżący nr 10/2006)
- 3) W dniu 2 czerwca 2006 roku do Spółki wpłynęło zawiadomienie Pana Andrzeja Piechockiego, Przewodniczącego Rady Nadzorczej spółki MNI S.A. o nabyciu 50.000 akcji spółki MNI S.A. (raport bieżący nr 15/2006)
- 4) W dniu 19 czerwca 2006 roku do Spółki wpłynęło zawiadomienie Pana Andrzeja Piechockiego, Przewodniczącego Rady Nadzorczej spółki MNI S.A. o nabyciu 50.000 akcji spółki MNI S.A. (raport bieżący nr 19/2006)
- 5) W dniu 10 lipca 2006 roku do Spółki wpłynęło zawiadomienie Pana Piotra Königa, Prezesa Zarządu spółki MNI S.A. pełniącego również funkcję Członka Zarządu Spółki com.Investment.Sp. z o.o. informujące o zbyciu przez spółkę com.Investment Sp. z o.o. 1.250.000 akcji spółki MNI S.A. (raport bieżący nr 26/2006)

Zgodnie z posiadanymi przez Spółkę informacjami stan posiadania akcji MNI S.A. przez osoby zarządzające lub nadzorujące MNI S.A. na dzień sporządzenia raportu jest następujący:

Rada Nadzorcza

- Przewodniczący Rady Nadzorczej Pan Andrzej Piechocki posiada bezpośrednio 1.228.808 akcji, oraz pośrednio, jako Prezes Zarządu Spółki DEDAL Inwestycje Sp. z o.o., 1.834.336 akcji.
- Pozostali Członkowie Rady Nadzorczej nie posiadają akcji MNI S.A.

Zarząd

- Prezes Zarządu Pan Piotr König posiada pośrednio, jako Członek Zarządu Spółki com.Investment Sp. z o.o. 7.357.590 akcji MNI S.A., które stanowią 32,60 % kapitału zakładowego Spółki.
- Członek Zarządu Pan Mariusz Piotr Pilewski posiada pośrednio, jako Prezes Zarządu Spółki Inwest Logistics 704.264 akcje MNI S.A., które stanowią 3,12 % kapitału zakładowego Spółki
- Członek Zarządu Pan Leszek Kułak nie posiada akcji MNI S.A.

7. Postępowania przed sądami lub innymi organami

Przed w/w instytucjami nie toczyły się żadne postępowania, których wartość jednorazowa stanowiłaby, co najmniej 10% kapitałów własnych Spółki.

8. Transakcje z podmiotami powiązаныmi, poręczenia i kredyty

Spółka i jednostki zależne nie zawierały z podmiotami powiązаныmi transakcji przekraczających łącznie 500 tys. EUR. Spółka i jednostki zależne nie udzielały poręczeń kredytu lub pożyczki oraz gwarancji - łącznie jednemu podmiotowi lub jednostce od niego zależnej przekraczających 10% kapitałów własnych emitenta.

9. Inne informacje

W II kwartale 2006 roku spółka terminowo regulowała zobowiązania z tytułu kredytów, podatków, ZUS, zobowiązania wynikające z zatwierdzonego postępowania układowego oraz wobec dostawców.

10. Przyjęte wartości kursu

Przy prezentowaniu danych przyjęto kurs EURO:

Średni kurs za II kwartał 2006 roku	- 3,9433
Średni kurs za II kwartał 2005 roku	- 4,0801
Na dzień 31.06.2006	- 4,0434
Na dzień 31.06.2005	- 4,0401