

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

1. Zasady przyjęte przy sporządzaniu raportu.

1. Od 1 stycznia 2005 roku 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”.
2. Dane przedstawione w raporcie jednostkowym za I kwartał bieżącego roku są porównywalne z danymi za I 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 I 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.

Wyniki uzyskane w I kwartale 2006 roku są kontynuacją poprzednio publikowanych przez Spółkę danych finansowych. Potwierdzają one pozytywne tendencje znaczącego wzrostu przychodów Spółki.

MNI S.A., konsekwentnie realizując przyjętą strategię rozwoju pozycjonuje się wyraźnie jako podmiot o zdecydowanym charakterze medialnym. Wynika to przede wszystkim z faktu zdecydowanej przewagi przychodów realizowanych dla szeroko pojętego sektora medialnego (ponad 60%).

Zgodnie z przyjętą strategią Spółka konsekwentnie rozwija swoją działalność w oparciu o trzy podstawowe filary:

- **usługi medialne,**
- **powszechne usługi telekomunikacyjne,**
- **telefoniczny marketing bezpośredni.**

I. Usługi medialne

Usługi medialne realizowane są w formie serwisów interaktywnych skierowane są do widzów TV, słuchaczy radia, czytelników czasopism i dzienników, uczestników programów lojalnościowych i akcji marketingowych, użytkowników Internetu, subskrybentów specjalizowanych usług interaktywnych SMS/MMS, adresatów akcji marketingu bezpośredniego, klientów banków, pasażerów linii lotniczych i linii autobusowych, osób starających się o wizy itp.

II. Telekomunikacja stacjonarna

W wyniku nabycia w grudniu 2005 roku udziałów w spółce Telefonii Pilicka MNI S.A. uzyskała możliwość rozszerzenia swojej oferty w pełnym zakresie usług telekomunikacyjnych kierowanych do abonentów telefonii stacjonarnej w siedmiu strefach numeracyjnych na obszarach województw: mazowieckiego, podlaskiego, świętokrzyskiego i łódzkiego.

Włączenie Pilickiej Telefonii do struktury telekomunikacyjnej MNI S.A. pozwoli w najbliższym czasie na znaczącą obniżkę kosztów oferowanych produktów telekomunikacyjnych, optymalizację wielu procesów oraz podniesie konkurencyjność oferty rynkowej Operatora.

Połączone sieci telekomunikacyjne obu Operatorów liczą ok. 60 tys. abonentów w siedmiu strefach numeracyjnych kraju, w tym kilka tysięcy abonentów usługi szerokopasmowego dostępu do Internetu.

W ramach konsekwentnie realizowanej strategii rozwoju segmentu powszechnych usług telekomunikacyjnych Spółka osiągnęła ponad średnio-rynkowe poziomy wzrostu ich sprzedaży.

Ten pozytywny skutek jest wynikiem wykorzystywania w znacznie szerszym zakresie możliwości, jakie przyniosło zawarcie umowy o połączeniu sieci z TP oraz rozbudowa w szerokim zakresie infrastruktury punktów styku sieci, na najniższym poziomie sieci, o najniższym poziomie stawek rozliczeniowych. Taki model zapewnia MNI konkurencyjne w stosunku do pozostałych uczestników rynku zasady rozliczeń z tytułu ruchu telekomunikacyjnego i pozwala na utrzymanie roli kluczowego Operatora Alternatywnego w dwóch strefach numeracyjnych na Podlasiu, oraz istotnego dystrybutora ruchu telekomunikacyjnego w obrębie strefy warszawskiej.

Na znaczący wzrost sprzedaży usług telekomunikacyjnych miał wpływ wzrost sprzedaży usług internetowych oraz stabilna baza abonencka. Nie bez znaczenia na uzyskany wynik finansowy pozostaje stosunkowo niewielka zmiana ilości tzn. linii dzwoniących, oraz pozytywne zmiany przeprowadzane w modelu abonamentowo-stawkowym, w zakresie cen usług.

III. Usługi marketingu bezpośredniego

MNI SA konsekwentnie buduje i rozwija segment usług marketingu bezpośredniego, jako jeden z bardziej przyszłościowych filarów swojej działalności. 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, do portali głosowych włącznie. Z usług marketingu bezpośredniego świadczonych przez MNI SA korzystają między innymi firmy telekomunikacyjne, renomowane firmy wydawnicze, wydawnictwa prasowe, agencje reklamowe, koncerny segmentu FMCG.

Z kwartału na kwartał MNI SA odnotowuje wysoką dynamikę wzrostu usług marketingu bezpośredniego, znacznie przewyższającą średnią dynamikę ich rozwoju na krajowym rynku.

Spółka planuje położenie szczególnego nacisku na rozwój nowego masowego produktu - „Voice Mailing”, wykorzystującego zaawansowane platformy IVR.

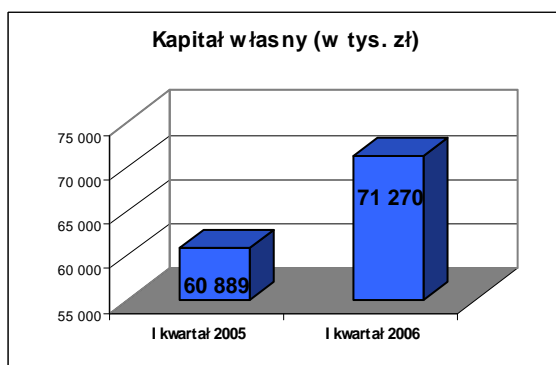
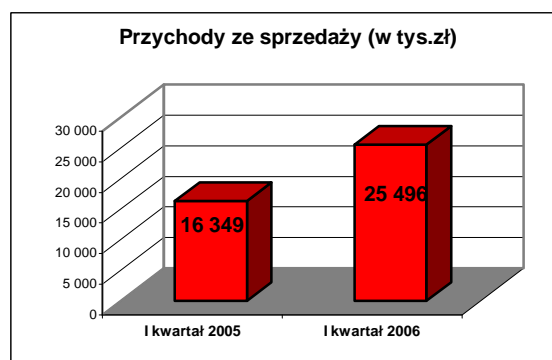
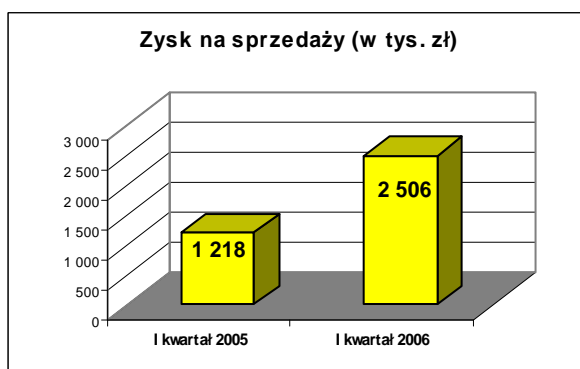
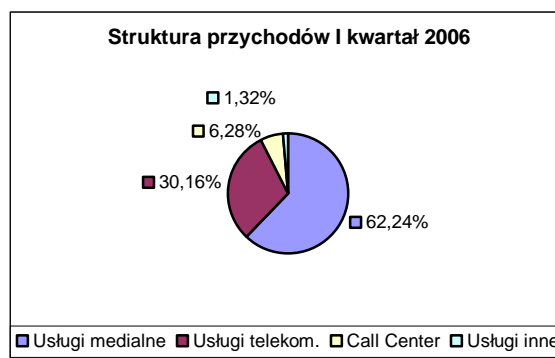
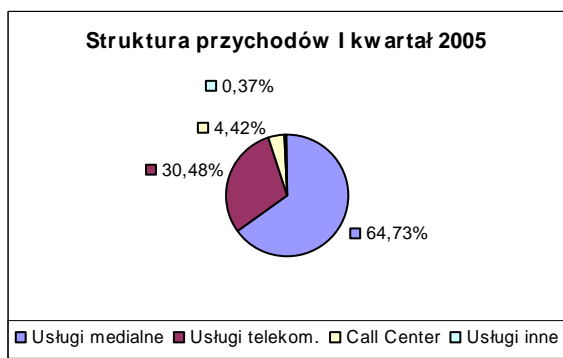
Usługi multimedialne i usługi marketingu bezpośredniego charakteryzują się wysoką dynamiką rozwoju i przychodów. MNI S.A. wykorzystuje do realizacji tych usług narzędzia telekomunikacyjne, pozwalające w stosunkowo prosty sposób „docierać” z tymi usługami do „całej” populacji posiadaczy dowolnego urządzenia telefonicznego. Promocję usług zapewniają współpracujące media o charakterze ogólnopolskim takie jak telewizja, radio, wydawnictwa i.t.p.

W ramach **usług dodanych** zdecydowaną przewagę uzyskują usługi multimedialne adresowane dla posiadaczy telefonów mobilnych. Rynek telefonii komórkowej przeżywa obecnie okres naturalnego rozwoju, z uwagi na dynamiczny wzrost ilości abonentów, oraz wprowadzanie bardziej zaawansowanych technologicznie terminali, pozwalających na oferowanie bardziej zaawansowanych, ale i droższych w sprzedaży usług.

W I kwartale 2006 roku MNI S.A. osiągnęła przychody ze sprzedaży w wysokości **25 496 tys. zł**, co w porównaniu do przychodów osiągniętych w analogicznym okresie roku poprzedniego w wysokości **16 349 tys. zł** stanowi wzrost o **55,95 %**.

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

Struktura Sprzedaży	I kw.2005 (w tys. zł)	I kw. 2006 (w tys. zł)	Zmiana(%)
Usługi medialne	10578	15 867	+ 50,00
Call Center	723	1603	+121,71
Usługi telekomunikacyjne	4984	7691	+54,31
Usługi inne	64	335	+423
Przychody razem	16 349	25 496	+ 55.95



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

- W I kwartale 2006 roku w strukturze przychodów MNI S.A., najwyższą wartościowo pozycją są usługi medialne (62,24%)
- Wzrost wartości usług medialnych o 50% 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 dynamiczny wzrost o ponad 122% sprzedaży usług Call Center. Usługi Call Center aktualnie są realizowane z wykorzystaniem nowoczesnego systemu teleinformatycznego firmy Alcatel, umożliwiającego pracę na 220 stanowiskach w dwóch lokalizacjach.
- Ponad 54 % wzrost w zakresie sprzedaży tradycyjnych szeroko rozumianych usług telekomunikacyjnych, wskazuje na poprawność zrealizowanej strategii wprowadzania rozliczeń interconnect z TP SA według zasad RIO, odchodząc od rozliczeń „bill and keep”. Wzrost w tym segmencie działalności osiągnięto dzięki wprowadzeniu nowych usług m.in. (połączenia z użyciem Prefiksu, szerokopasmowy dostęp do Internetu, wzrost ilości abonentów, obniżka kosztów i wzrost konkurencyjności usługi interconnect). 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 powodujący na rynku nie tak znaczące wzrosty przychodów, co pokazują wyniki całego rynku telefonii stacjonarnej.
- Ponad 55 % łączny wzrost wartości sprzedaży usług w I 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 szerokiej oferty usług medialnych w formie serwisów interaktywnych, skierowanych są do widzów TV, słuchaczy radia, czytelników czasopism i dzienników, uczestników programów lojalnościowych i akcji marketingowych, użytkowników Internetu, subskrybentów specjalizowanych usług interaktywnych SMS/MMS, adresatów akcji marketingu bezpośredniego, klientów banków, pasażerów linii lotniczych i linii autobusowych, osób starających się o wize (kilkadziesiąt stałych kontraktów)
- rozwój i rozbudowę produktową oferty usług medialnych skierowaną do dotychczasowych i nowych partnerów,
- przygotowanie nowych produktów multimedialnych dla segmentu mobilnego, w szczególności dotyczące dzwonków polifonicznych, gier JAVA oraz plików muzycznych,
- rozszerzenie formuły usług medialnych dla wiodących mediów, w tym TVP, opartych o znane światowe standardy komercyjne,
- realizację szeroko zakrojonej strategii pozyskiwania nowych klientów i kooperantów do współpracy w zakresie medialnych usług dodanych, w szczególności usług Premium Rate

- 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 oraz wprowadzenie indywidualnych standardów usług.
- realizację strategii Spółki w celu maksymalizacji możliwych do uzyskania przychodów,
- 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 tysiąc dwustu pięćdziesięciu abonentów sieci stacjonarnej korzysta z tej usługi,
- integrację infrastruktury technicznej z infrastrukturą dostawców usług z którymi MNI na stałe współpracuje, oraz innych kooperantów,
- negocjacje z partnerami w zakresie realizacji ogólnie dostępnej telefonii IP na terenie całego kraju .
- realizację połączenia sieci telekomunikacyjnych MNI S.A. oraz Pilickiej Telefonii w związku z nabyciem 100% udziałów tego Operatora Telekomunikacyjnego
- prowadzenie prac studyjnych w zakresie rozwiązań powszechnego dostępu do Internetu poprzez sieci standardu Wimax.

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

1. Opublikowanie w dniu 10 stycznia 2006 Komunikatu Zarządu MNI SA dotyczącego działalności spółki, realizowanej strategii i prognoz rozwoju.
2. Podjęcie w dniu 10 stycznia 2006 na podstawie art. 270 pkt. 2 w związku z art. 246 § 2 ustawy z dnia 15 września 2000 roku Kodeks spółek handlowych przez Zwyczajne Zgromadzenie Wspólników spółki BIA-NET Sp. z o.o. (spółki zależnej od MNI S.A.) z siedzibą w Białymstoku uchwały o rozwiązaniu spółki BIA-NET Sp. z o.o. po przeprowadzeniu jej likwidacji. Powodem, dla którego podjęto niniejszą decyzję, było stanowisko MNI S.A. jako większościowego udziałowca Spółki BIA - NET. Strategia współpracy i kooperacji MNI S.A. ze spółką BIA – NET, od dnia nabycia udziałów w Spółce BIA-NET, zakładała stopniowe przeniesienie aktywności gospodarczej do MNI S.A. Odkonano to przez sprzedaż posiadanej przez BIA-NET infrastruktury telekomunikacyjnej do Spółki MNI. Podobny proces został przeprowadzony

w odniesieniu do umów z abonentami i kooperantami BIA – NET-u. Przeprowadzone procesy podyktowane były względami oszczędnościowymi i koniecznością uniknięcia zjawiska konkurencji pomiędzy MNI S.A. i jej Spółką zależną, w zakresie oferowania takich samych produktów telekomunikacyjnych na „wspólnym” rynku podlaskim. W związku z zakończeniem wskazanych wyżej procesów, dalsze funkcjonowanie BIA – NET Sp. z o.o. jako samodzielnego podmiotu było, z punktu widzenia interesów MNI S.A. bezcelowe i spowodowało zajęcie stanowiska o wnioskowaniu likwidacji i rozwiązania Spółki.

3. Rozpoczęcie testów pilotażowej instalacji systemu BreezeMax pracującego w technologii WiMax w oparciu o sprzęt firmy Alvarion. Nowoczesne systemy technologii WiMax pozwolą na rozszerzenie oferty produktowej kierowanej do dotychczasowych abonentów Pilickiej Telefonii oraz MNI, o szerokopasmowy dostęp do Internetu i wynikające z tego produkty pochodne takie jak telewizja internetowa aż do rozwiązań telefonii VoIP. Jednocześnie wprowadzane rozwiązania pozwolą na znaczne rozszerzenie bazy abonentów indywidualnych oraz pozyskanie wielu nowych abonentów biznesowych.

3. Zdarzenia, które wystąpiły po 31.03.2006 mogące znacząco wpłynąć na przyszłe wyniki finansowe

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 przygotowuje 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.

Działania dotyczące pełnego spektrum rozbudowanego projektu rozpoczną się jeszcze w kwietniu bieżącego roku, a ich kulminacja przypadnie na miesiące wakacyjne, bezpośrednio przed Światową Galą Finałową, planowaną na 30 września br.

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.

4. Prognozy wyników

Spółka nie publikowała prognozy wyników na rok 2006.

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.	8.861.590	39,26	8.861.590	39,21
2.	Andrzej Piechocki wraz z DEDAL Inwestycje Sp. z o.o.	2.963.144	13,13	2.963.144	13,11
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 19 stycznia 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 3/2006)
- 2) W dniu 19 stycznia 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, że w dniu 19 stycznia 2006 roku na rachunku papierów wartościowych Spółki Inwest Logistics Sp. z o.o. zapisanych zostało 60.000 akcji Spółki MNI S.A.. (raport bieżący nr 4/2006)
- 3) W dniu 31 marca 2006 roku do Spółki wpłynęło zawiadomienie Pana Andrzeja Piechockiego, Przewodniczącego Rady Nadzorczej spółki MNI S.A. o zbyciu 400.000 akcji spółki MNI S.A. (raport bieżący nr 8/2006)
- 4) 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)
- 5) 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)

Zgodnie z posiadanymi przez MNI S.A 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 1.128.808 akcji, oraz pośrednio, jako Prezes Zarządu Spółki DEDAL Inwestycje Sp. z o.o., 1.834.336 akcji.
- Członek Rady Nadzorczej Pan Piotr König posiada pośrednio, jako Prezes Zarządu Spółki com.Investment Sp. z o.o. 8.861.590 akcji.
- Pozostali Członkowie Rady Nadzorczej nie posiadają akcji MNI S.A.

Zarząd

- Prezes 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.
- Wiceprezes Zarządu Pan Leszek Kułak nie posiada akcji MNI S.A.
- Członek Zarządu Pan Zdzisław Wójcik 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 I 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 I kwartał 2006 roku	- 3,8310
Średni kurs za I kwartał 2005 roku	- 4,0153
Na dzień 31.12.2006	- 3,9357
Na dzień 31.12.2005	- 4,0837