

Szanowni Państwo,

Oddajemy w Państwa ręce Raport Roczny Grupy Agora za 2010 r. W tym okresie, pomimo stopniowej poprawy na rynku reklamy, strukturalne zmiany zachodzące w mediach oraz postępująca fragmentacja ofert medialnych przyczyniły się do wzmożonej walki o budżety reklamowe oraz sprzyjały narastającej presji rabatowej.

Niemniej jednak, nawet w tak trudnej sytuacji wyniki operacyjne Grupy uległy poprawie. Udało się to osiągnąć dzięki kontynuacji polityki kontroli kosztów oraz systematycznemu rozwojowi istniejących przedsięwzięć. Dodatkowo, dzięki akwizycji sieci kin Helios, trzeciego co do wielkości w Polsce operatora kinowego Grupa Agora zwiększyła swoją obecność na rynku rozrywki i przyspieszyła proces dywersyfikacji źródeł przychodów zmniejszając swoją zależność od przychodów reklamowych.

Zespół Grupy Agora udowodnił, że dzięki konsekwentnej realizacji celów potrafi utrzymać pozycję rynkową i odnosić sukcesy nawet w tak trudnym okresie.

2010 r. był rokiem trudnym zarówno dla całego rynku prasowego jak i działalności wydawniczej Agory. Dlatego też cieszymy się, że treści redakcyjne oraz pomysły wydawnicze oferowane przez *Gazetę Wyborczą* pozwoliły jej zachować tytuł najpopularniejszego dziennika opiniotwórczego w Polsce. Dzięki ciekawym inicjatywom sprzedażowym i marketingowym *Gazeta Wyborcza* utrzymała również swoją pozycję w wydatkach reklamowych w dziennikach. *Metro* - nasza bezpłatna gazeta - poprawiło swoje wyniki operacyjne w porównaniu z rokiem poprzednim i utrzymało zarówno swój udział w wydatkach na reklamę w dziennikach jak i tytuł trzeciego najpoczytniejszego dziennika w Polsce według średniego dziennego czytelnictwa. Czasopisma utrzymały swoją pozycję rynkową chociaż nie ominął ich globalny trend spadku sprzedaży prasy oraz ograniczenie budżetów reklamowych. Dzięki dobrze dobranej ofercie sprzedażowej i jakościowym treściom nasze główne tytuły cieszyły się uznaniem czytelników i reklamodawców. Dodatkowo, treści tworzone na potrzeby wszystkich tytułów prasowych wzbogacają zawartość naszych serwisów internetowych.

2010 r. był też trudnym okresem dla naszej działalności wydawniczej w ramach Projektów Specjalnych i choć osiągnięty wynik jest gorszy od ubiegłorocznego to w dalszym ciągu jest on pozytywny na poziomie EBIT. Sukces tego przedsięwzięcia zależy od doboru rodzaju i liczby projektów w danym okresie oraz ich popularności wśród odbiorców.

Radiostacje lekko umocniły swoją pozycję rynkową głównie dzięki wynikom osiągniętym w drugiej połowie roku. Nasza radiowa oferta reklamowa cieszyła się popularnością dzięki czemu wzrosły przychody i poprawiły się wyniki operacyjne. Kontynuowaliśmy rozwój internetowej platformy radiowej w celu zwiększenia zasięgu naszych marek radiowych i tworzenia nowych źródeł przychodów.

AMS również poprawił wyniki operacyjne. Miniony rok przyniósł konsolidację na rynku reklamy zewnętrznej, stawiając przed AMS potencjalnie nowe wyzwania. Segment reklamy zewnętrznej pozostaje istotnym elementem naszej działalności i wierzymy, że wraz ze wzrostem rynku reklamy będzie wzmacniał pozycję finansową i rynkową Grupy Agora.

Internet jest coraz ważniejszym medium w portfelu Grupy Agora. Serwisy tworzące grupę *Gazeta.pl* zajmują trzecią pozycję wśród portali w Polsce. Jesteśmy zadowoleni z poprawy wyników operacyjnych działalności internetowej osiągniętej dzięki konsekwentnie realizowanej strategii internetowej. Wykorzystując multimedialne zasoby Grupy wzbogaciliśmy naszą ofertę o treści audiowizualne a poszukując nowych źródeł przychodów zbudowaliśmy sami oraz we współpracy z naszymi partnerami efektywną ofertę internetowych sieci reklamowych.

Według naszych szacunków wartość całego rynku reklamy w 2011 r. powinna rosnąć w tempie 6-7%. We wzroście tym, w różnym stopniu, partycypować powinna większość mediów. Według naszych szacunków jedynym medium, które w 2011 r. ominie wzrost wartości wydatków reklamowych będzie prasa. Głównym powodem tego są zmiany zachodzące w sposobie konsumpcji mediów, które wydają się trwale zmieniać strukturę rynku. Prasa natomiast stanowi istotny element działalności Grupy Agora.

Zdajemy sobie sprawę z wyzwań jakie stawiają przed nami zachodzące zmiany zarówno rynkowe jak i cywilizacyjne. Naszym celem jest dopasowanie działalności Grupy do zmieniających się warunków jak również przeprowadzenie kolejnych projektów rozwojowych.

Dziękujemy wszystkim akcjonariuszom za zainteresowanie,



Piotr Niemczycki