

GRUPA AGORA

Sprawozdanie
Zarządu z
działalności Grupy
Agora SA

za rok 2010

do
skonsolidowanego
sprawozdania
finansowego

12 kwietnia 2011 r.

SPIS TREŚCI

GRUPA AGORA SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI GRUPY AGORA SA ZA ROK 2010 DO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO	5
I. ISTOTNE ZDARZENIA I CZYNNIKI MAJĄCE WPŁYW NA WYNIKI FINANSOWE GRUPY	5
II. CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE I WEWNĘTRZNE ISTOTNE DLA ROZWOJU GRUPY.....	6
1. CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE	6
1.1. Rynek reklamy [3]	6
2. CZYNNIKI WEWNĘTRZNE	7
2.1. Przychody	7
2.2. Koszty operacyjne	7
3. PERSPEKTYWY	8
3.1. Rynek reklamy	8
3.2. Koszty operacyjne	8
3.2.1 Koszty wynagrodzeń i świadczeń dla pracowników	8
3.2.2 Koszty realizacji planów motywacyjnych rozliczanych w instrumentach finansowych	9
3.2.3 Koszty marketingu i promocji	9
3.2.4 Koszty materiałów i energii	9
3.2.5 Nakłady inwestycyjne	9
3.3. Najważniejsze cele Grupy w 2011 r.	9
III. WYNIKI FINANSOWE	11
1. SPÓŁKI WCHODZĄCE W SKŁAD GRUPY AGORA	11
2. RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT GRUPY AGORA.....	11
2.1. Podstawowe produkty, towary i usługi Grupy Agora	12
2.2. Wyniki wg głównych segmentów Grupy Agora SA za 2010 r.	12
2.3. Przychody i rynki zbytu	13
2.4. Rynki zaopatrzenia.....	13
2.5. Przychody i koszty finansowe	13
3. BILANS GRUPY AGORA	14
3.1. Aktywa trwałe.....	14
3.2. Aktywa obrotowe	14
3.3. Udziały niekontrolujące	14
3.4. Zobowiązania i rezerwy długoterminowe	14
3.5. Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe	15
4. PRZEPŁYWY ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH GRUPY AGORA.....	15
4.1. Działalność operacyjna	15
4.2. Działalność inwestycyjna	15
4.3. Działalność finansowa	16
5. WYBRANE WSKAŹNIKI FINANSOWE [5]	16
IV. WYNIKI OPERACYJNE - GŁÓWNE SEGMENTY GRUPY AGORA	17
IV.A. PRASA CODZIENNA [1]	17
1. GAZETA WYBORCZA.....	18
1.1. Przychody	18
1.1.1. Sprzedaż prasy [4]	18
1.1.2. Czytelność [4]	18
1.1.3. Sprzedaż reklam [3]	18
1.1.4. Projekty Specjalne.....	19
1.1.5. Pozostałe przychody	19
1.2. Koszty.....	19
1.2.1. Koszty druku Gazety Wyborczej.....	19
1.2.2. Koszty reprezentacji i reklamy	19
1.3. Dodatkowe informacje	20
2. PRASA BEZPŁATNA [3], [4]	20

IV.B. INTERNET [1] , [6]	21
1. Przychody.....	21
2. Koszty.....	22
3. Istotne informacje o działalności internetowej	22
IV.C. CZASOPISMA [1] [7].....	23
1. Przychody.....	24
1.1. Sprzedaż czasopism	24
1.2. Sprzedaż reklam.....	24
2. Koszty.....	24
IV.D. REKLAMA ZEWNĘTRZNA (GRUPA AMS).....	25
1. Przychody [8]	25
2. Koszty.....	26
3. Inne zdarzenia.....	26
IV.E. RADIO	27
1. Przychody [3]	27
2. Koszty.....	27
3. Udziały w słuchalności [9].....	28
4. Inne zdarzenia.....	28
IV.F. KINO.....	29
1. Przychody [3]	29
2. Koszty.....	30
3. Udziały w Liczbie sprzedanych biletów [14]	30
4. Inne zdarzenia.....	30
PRZYPISY	31
V. INFORMACJE UZUPEŁNIAJĄCE.....	34
V.A. INFORMACJE O UMOWACH ZNACZĄCYCH DLA DZIAŁALNOŚCI EMITENTA I GRUPY KAPITAŁOWEJ	34
1. Zmiany umowy o linię kredytową.....	34
2. Umowa dotycząca nabycia 84% akcji.....	34
V.B. INFORMACJE O STRUKTURZE, ORGANIZACJI, POWIĄZANIACH ORAZ INWESTYCJACH KAPITAŁOWYCH EMITENTA i grupy kapitałowej A TAKŻE STRUKTURZE AKCJONARIATU	35
1. Struktura powiązań kapitałowych emitenta z jednostkami podporządkowanymi.....	35
2. Zmiany w strukturze i organizacji Grupy Kapitałowej	35
3. Przynależność do branżowych organizacji krajowych i zagranicznych.	37
4. Główne inwestycje krajowe i zagraniczne	37
5. Zmiany w strukturze akcjonariatu Spółki.....	37
V.C. INNE INFORMACJE UZUPEŁNIAJĄCE.....	40
1. Transakcje z podmiotami powiązanymi.....	40
2. Umowy zawarte między Emitentem a osobami zarządzającymi, przewidujące rekompensatę w przypadku rezygnacji lub zwolnienia z zajmowanego stanowiska	40
3. Wartość wynagrodzeń, nagród i korzyści Zarządu i rady nadzorczej emitenta oraz osób zarządzających i nadzorujących spółki od niego zależne	40
4. Stan posiadania akcji Agory SA oraz akcji i udziałów w jednostkach powiązanych Agory SA przez członków Zarządów	41
4.1. Akcje w Agorze SA	41
4.2. Udziały w jednostce powiązanej Agora Holding Sp. z o.o.	41
4.3. Akcje i udziały w jednostkach powiązanych	42
5. Stan posiadania akcji Agory SA oraz akcji i udziałów w jednostkach powiązanych Agory SA przez członków Rad Nadzorczych.....	42
5.1. Akcje w Agorze SA	42
5.2. Udziały w jednostce powiązanej Agora Holding Sp. z o.o.	42
6. Zmiany w podstawowych zasadach zarządzania przedsiębiorstwem Emitenta i jego Grupą Kapitałową.....	42

7. Informacje o zaciągniętych i wypowiedzianych umowach dotyczących kredytów i pożyczek oraz gwarancjach i poręczeniach udzielonych Agorze SA oraz Spółkom od niej zależnym	43
8. Informacje o udzielonych w 2010 r. pożyczkach, poręczeniach i gwarancjach oraz pozycjach pozabilansowych	44
9. Informacje o systemie kontroli programów akcji pracowniczych.....	45
10. Informacje o wyborze i umowach z podmiotem uprawnionym do badania sprawozdań finansowych.....	45
11. Informacja o instrumentach finansowych	46
12. Opis istotnych czynników ryzyka i zagrożeń	46
13. Czynniki i nietypowe zdarzenia mające wpływ na wyniki z działalności za 2010 r. z określeniem stopnia ich wpływu	48
14. Oddziały posiadane przez Spółkę i spółki od niej zależne.....	48
15. Stanowisko Zarządu odnośnie realizacji prognoz finansowych	48
16. Emisja papierów wartościowych.....	48
17. Pozostałe informacje	49
VI. OŚWIADCZENIE I RAPORT O STOSOWANIU ZASAD ŁADU KORPORACYJNEGO PRZEZ AGORĘ SA W 2010 R.....	49
1. Wskazanie zasad ładu korporacyjnego, które nie były przez emitenta stosowane, wraz ze wskazaniem jakie były okoliczności i przyczyny niezastosowania danej zasady oraz w jaki sposób spółka zamierza usunąć ewentualne skutki niezastosowania danej zasady lub jakie kroki zamierza podjąć, by zmniejszyć ryzyko niezastosowania danej zasady w przyszłości	49
2. Opis sposobu działania walnego zgromadzenia i jego zasadniczych uprawnień oraz praw akcjonariuszy i sposobu ich wykonywania	50
3. Skład osobowy i zasady działania organów zarządzających i nadzorujących Spółki oraz ich komitetów.	52
3.1. Zarząd	52
3.2. Rada Nadzorcza	52
3.3. Komitet i komisja działające w ramach Rady Nadzorczej	53
(i) Komitet Audytu:.....	53
(ii) Komisja ds. Osobowych i Wynagrodzeń:	53
4. Opis podstawowych cech stosowanych w spółce systemów kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem w odniesieniu do procesu sporządzania sprawozdań finansowych i skonsolidowanych sprawozdań finansowych.	54
5. Wskazanie akcjonariuszy posiadających znaczne pakiety akcji	55
6. Zasady powoływania i odwoływania osób zarządzających oraz uprawnienia osób zarządzających, w szczególności prawo do podjęcia decyzji o wykupie lub emisji akcji	56
6.1. Powoływanie	56
6.2. Odwoływanie	56
6.3. Uprawnienia osób zarządzających.....	57
7. Posiadacze papierów wartościowych, które dają specjalne uprawnienia kontrolne w stosunku do emitenta	57
8. Ograniczenia dotyczące przenoszenia prawa własności papierów wartościowych emitenta	57
9. Ograniczenia w wykonywaniu prawa głosu	57
10. Zasady zmiany statutu Agory SA	58
VII. Opis podstawowych cech stosowanych w grupie systemów kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem w odniesieniu do procesu sporządzania sprawozdań finansowych i skonsolidowanych sprawozdań finansowych.	58
VIII. OŚWIADCZENIA ZARZĄDU	60
1. Oświadczenie odnośnie przyjętych zasad rachunkowości	60
2. Oświadczenie odnośnie wyboru podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych dokonującego badania rocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego	60

GRUPA AGORA

SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI GRUPY AGORA SA ZA ROK 2010 DO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO

PRZYCHODY 1 116,7 MLN ZŁ,
ZYSK NETTO 71,9 MLN ZŁ,
EBITDA OPERACYJNA 177,6 MLN ZŁ,
GOTÓWKA Z DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ 171,6 MLN ZŁ,
WOLNE PRZEPŁYWY PIENIĘŻNE 120,0 MLN ZŁ

Wszystkie dane (jeżeli nie zostanie wskazane inaczej) obejmują 2010 r., zaś porównania mówią o dynamice w stosunku do 2009 r. Źródła danych zostały przedstawione na końcu części IV niniejszego komentarza.

I. ISTOTNE ZDARZENIA I CZYNNIKI MAJĄCE WPŁYW NA WYNIKI FINANSOWE GRUPY

- Według szacunków Grupy Agora SA („Grupa”), w okresie styczeń – grudzień 2010 r. wydatki reklamowe wyniosły 7,7 mld zł tj. o 4,5% więcej niż w 2009 r. W 2010 r. zwiększyły się wydatki reklamodawców na reklamę w telewizji (o ponad 7%), w kinach (o 8%), w internecie (o ponad 23%) oraz w radio (o 3,5%). Segmentami, w których nastąpiło zmniejszenie wydatków na reklamę były prasa oraz reklama zewnętrzna. W całym 2010 r. wydatki na reklamę w dziennikach skurczyły się o 10,5%, w magazynach o 6% natomiast na reklamę zewnętrzną o ponad 0,5%.
- W dniu 31 sierpnia 2010 r. Agora SA podpisała ostateczną umowę nabycia większościowego pakietu akcji Helios S.A. (dawniej Centrum Filmowe Helios S.A.). W rezultacie, od 1 września 2010 r. skonsolidowany rachunek zysków i strat Grupy Agora zawiera cztery miesiące rachunku zysków i strat skonsolidowanej grupy kapitałowej Helios S.A. (w jej skład wchodzi spółki: Helios S.A. oraz Kinoplex Sp. z o.o.; dalej: „grupa Helios”).
- Przychody Grupy w 2010 r. wyniosły 1 116,7 mln zł (wzrost o 0,6%). Wpływy ze sprzedaży usług reklamowych wyniosły 715,7 mln zł (spadek o 2,5%), a ze sprzedaży wydawnictw 208,9 mln zł (spadek o 15,4%). Pozytywnie na wysokość przychodów w 2010 r., wpłynęły przychody ze sprzedaży biletów do kin w wysokości 40,1 mln zł w okresie wrzesień – grudzień 2010 r. Przychody z pozostałej sprzedaży wzrosły o 17,8% i wyniosły 152,0 mln zł, głównie dzięki wpływom ze sprzedaży barowej w kinach w okresie wrzesień – grudzień 2010 r., które wyniosły 12,1 mln zł oraz wzrostowi przychodów z działalności prowadzonej w ramach Projektów Specjalnych.
- Przychody ze sprzedaży reklam w *Gazecie Wyborczej* wyniosły w 2010 r. 305,9 mln zł i były niższe o 10,8% w porównaniu z 2009 r. Przychody ze sprzedaży egzemplarzy w omawianym okresie były o 2,9% niższe niż w 2009 r. i wyniosły 146,1 mln zł. W tym czasie, średnia sprzedaż egzemplarzowa *Gazety Wyborczej* wyniosła 335 tys. egzemplarzy, a jej udział w wydatkach na reklamę w dziennikach wyniósł 38% i pozostał na niezmiennym poziomie w stosunku do 2009 r. [4].
- W 2010 r. przychody ze sprzedaży reklam w pionie Prasy Bezpłatnej wyniosły 31,4 mln zł i spadły o 2,5%, natomiast wpływy z ogłoszeń wymiarowych w bezpłatnej gazecie *Metro* spadły o 7,3%. W tym okresie udział bezpłatnej gazety Agory w wydatkach na reklamę w dziennikach wyniósł około 4% i pozostał na poziomie zbliżonym do tego z 2009 r. [3].

- ▶ Przychody segmentu Internet w 2010 r. wyniosły 101,8 mln zł i wzrosły o 19,9%. Dzięki dynamicznemu wzrostowi przychodów w całym 2010 r., segment Internet zanotował pozytywny wynik EBIT w wysokości 4,7 mln zł [1]. W grudniu 2010 r. zasięg serwisów grupy *Gazeta.pl* osiągnął poziom 62,9% i uplasował je na trzecim miejscu wśród portali internetowych, a liczba użytkowników wzrosła o 9,5% w stosunku do analogicznego okresu 2009 r. i wyniosła 11,5 mln osób [6].
- ▶ Przychody grupy AMS w 2010 r. wyniosły 164,1 mln zł i zmniejszyły się o 2,3%. Ponadto, dzięki redukcji kosztów o 10,9% w całym 2010 r., grupa AMS osiągnęła pozytywny wynik operacyjny EBIT na poziomie 5,2 mln zł, a EBITDA operacyjna grupy AMS wyniosła 27,3 mln zł i wzrosła o 100,7%. Udział grupy AMS w wydatkach na reklamę zewnętrzną był na poziomie 26,5% [8].
- ▶ Przychody segmentu Czasopism w 2010 r. wyniosły 83,6 mln zł i zmniejszyły się o 9,4%. W tym okresie segment obniżył koszty operacyjne o 9,9% do kwoty 67,7 mln zł. EBITDA operacyjna segmentu wyniosła 16,7 mln zł, natomiast marża EBITDA operacyjna wzrosła w omawianym okresie o 0,4 pkt% do poziomu 20,0% [1].
- ▶ Przychody segmentu Radio wyniosły w 2010 r. 77,6 mln zł i wzrosły o 3,3% w stosunku do 2009 r. Dzięki dynamicznemu wzrostowi przychodów reklamowych w drugiej połowie roku segment poprawił wyniki operacyjne w 2010 r.
- ▶ Przychody grupy Helios w okresie wrzesień – grudzień 2010 r. wyniosły 56,0 mln zł, a zysk operacyjny EBIT grupy Helios wyniósł w tym okresie 0,6 mln zł.
- ▶ Koszty operacyjne netto Grupy wyniosły w 2010 r. 1 031,8 mln zł i spadły o 2,4%. Do spadku kosztów operacyjnych przyczyniły się głównie oszczędności w wydatkach na reprezentację i reklamę (spadek o 12,8%) i w kosztach zużycia materiałów i energii oraz wartości sprzedanych towarów i materiałów (spadek o 8,8%), przede wszystkim w wyniku niższych kosztów zużycia papieru. Należy pamiętać, że w sumie kosztów operacyjnych netto Grupy w 2010 r. uwzględniono 55,4 mln zł kosztów operacyjnych grupy Helios poniesionych w okresie wrzesień - grudzień 2010 r. Dodatkowo, na wzrost tej pozycji kosztowej wpłynęły koszty zakupu towarów do barów działających w sieci kin Helios.
- ▶ EBITDA operacyjna Grupy w 2010 r. wyniosła 177,6 mln zł i wzrosła o 23,4% w stosunku do 2009 r. Poprawiła się również marża EBITDA operacyjna (o 2,9 pkt%) do poziomu 15,9%. Wynik operacyjny EBIT wyniósł 84,9 mln zł i wzrósł o 60,5%, a zysk netto Grupy przypadający na akcjonariuszy jednostki dominującej wzrósł o 87,7% do 71,9 mln zł.
- ▶ Na koniec grudnia 2010 r., Grupa posiadała środki pieniężne w wysokości 337,2 mln zł, na które składały się gotówka i jej ekwiwalenty w wysokości 182,4 mln zł oraz 154,8 mln zł zainwestowane w bezpieczne krótkoterminowe papiery wartościowe.
- ▶ Na koniec grudnia 2010 r. zadłużenie kredytowe Grupy wyniosło 255,2 mln zł. W 2010 r. Agora SA („Spółka”, „Agora”) spłaciła 4 kwartalne raty wykorzystanej w latach ubiegłych linii kredytowej. Od 31 sierpnia 2010 r. wartość zobowiązań z tytułu kredytów i pożyczek obejmuje także zadłużenie kredytowe grupy Helios (w tym: kredyty bankowe, pożyczki i zobowiązania finansowe z tytułu leasingu), które na dzień 31 grudnia 2010 r. wyniosło 98,4 mln zł.

II. CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE I WEWNĘTRZNE ISTOTNE DLA ROZWOJU GRUPY

1. CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE

1.1. Rynek reklamy [3]

W związku z nabyciem większościowego pakietu akcji w spółce Helios S.A., Spółka rozszerzyła opis wydatków reklamowych ogółem o wydatki na reklamę kinową. Dane porównywalne za 2009 r. zostały przekształcone odpowiednio.

Według szacunków Agory, opartych na dostępnych źródłach danych, wydatki na reklamę w 2010 r. wyniosły 7,7 mld zł i wzrosły o 4,5% w stosunku do 2009 r. W 2010 r. najbardziej skurczyły się wydatki na prasę, które zmniejszyły się o 8%, głównie za sprawą ich redukcji o 11,5% w pierwszym kwartale 2010 r. Wydatki na reklamę w czasopiśmie w całym 2010 r. zmniejszyły się o 6%, podczas gdy w dziennikach redukcje wydatków reklamowych w tym okresie wyniosły 10,5%.

Najszybciej rosły wydatki na reklamę w Internecie (wzrost o ponad 23%), głównie za sprawą reklamy w wyszukiwarkach (wzrost o ponad 35%). Wydatki na reklamę graficzną i e-mail marketing wzrosły o ponad 19,5%.

Wydatki na reklamę telewizyjną w 2010 r. wzrosły o ponad 7%. Wydatki na reklamę w kanałach tematycznych rosły szybciej niż w pozostałych.

Po trudnym pierwszym półroczu 2010 r., zwiększenie wydatków na reklamę radiową o prawie 17% w trzecim kwartale 2010 r. oraz o ponad 12,5% w czwartym kwartale 2010 r. sprawiło, że w całym 2010 r. reklamodawcy wydali na reklamę radiową o ponad 3,5% więcej niż w 2009 r.

Dzięki wzrostowi wydatków na reklamę zewnętrzną o prawie 4,5% w drugim półroczu 2010 r., w tym o ponad 7% w czwartym kwartale 2010 r., w całym 2010 r. wartość tych wydatków skurczyła się jedynie o ponad 0,5% w porównaniu z 2009 r.

Wydatki na reklamę kinową cechowały się pozytywną dynamiką przez pierwsze trzy kwartały 2010 r., dzięki czemu pomimo spadku ich wartości o prawie 18,5% w czwartym kwartale 2010 r., w 2010 r. wzrosły one o 8%.

Spółka zwraca uwagę, iż wszystkie szacunki dotyczące udziałów w wydatkach na reklamę mogą być obarczone błędem, co jest związane ze znaczącą presją rabatową ze strony reklamodawców. Wraz z uzyskiwaniem dokładniejszych informacji rynkowych w kolejnych kwartałach, Spółka może skorygować szacunki dotyczące wydatków w poszczególnych mediach.

2. CZYNNIKI WEWNĘTRZNE

2.1. Przychody

W 2010 r. Grupa Agora zanotowała wzrost przychodów ze sprzedaży o 0,6%, do 1 116,7 mln zł. Wartość przychodów Grupy uwzględnia 56,0 mln zł przychodów grupy Helios uzyskanych w okresie wrzesień - grudzień 2010 r.

Główną pozycją przychodową Grupy są wpływy ze sprzedaży usług reklamowych, które w 2010 r. spadły o 2,5% i wyniosły 715,7 mln zł. Wartość przychodów reklamowych uwzględnia 3,3 mln zł przychodów reklamowych grupy Helios, zrealizowanych w okresie wrzesień - grudzień 2010 r.

Segment Internet odnotował wysoką dynamikę wzrostu przychodów ze sprzedaży reklam w 2010 r. (wzrost o 34,4%). Drugim segmentem, który zanotował wzrost przychodów ze sprzedaży reklam w 2010 r. (o 3,6%) był segment Radio.

Pozostałe segmenty Grupy uzyskały niższe niż rok wcześniej wpływy ze sprzedaży reklam. Przychody reklamowe segmentu Reklamy Zewnętrznej były o 2,5% niższe niż przed rokiem.

W *Gazecie* wyniosły one 305,9 mln zł i zmniejszyły się o 10,8%, natomiast przychody reklamowe pionu Prasa Bezpłatna były jedynie o 0,8 mln zł niższe niż przed rokiem.

Przychody reklamowe w segmencie Czasopism wyniosły 45,6 mln zł i spadły o 10,1%.

Drugą istotną kategorię przychodów stanowią wpływy ze sprzedaży wydawnictw, które wyniosły w 2010 r. 208,9 mln zł i spadły o 15,4%. Głównym czynnikiem przyczyniającym się do spadku tej pozycji przychodowej były niższe przychody ze sprzedaży kolekcji wydawniczych.

Dodatkową pozycją przychodową w okresie wrzesień – grudzień 2010 r. są wpływy ze sprzedaży biletów do kin w sieci Helios.

2.2. Koszty operacyjne

Koszty operacyjne netto Grupy w 2010 r. wyniosły 1 031,8 mln zł i spadły o 2,4%. Pamiętać należy, że koszty operacyjne Grupy Agora w tym okresie zawierają już koszty operacyjne segmentu Kino poniesione w okresie wrzesień - grudzień 2010 r. w wysokości 55,4 mln zł. Koszty operacyjne Grupy Agora uległy zmniejszeniu głównie dzięki oszczędnościom na kosztach zużycia materiałów i energii oraz wartości sprzedanych towarów i materiałów, które były niższe o 8,8% oraz na kosztach reprezentacji i reklamy, które zostały zredukowane o 12,8%. Oszczędności na kosztach zużycia materiałów i energii oraz wartości towarów i materiałów wynikają głównie z niższych kosztów zużycia papieru oraz tańszych, realizowanych w ramach działalności Projektów Specjalnych, projektów seryjnych.

Pozycją kosztową, która wzrosła w 2010 r. (o 5,6%) były **koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników**. Wzrost ten jest spowodowany głównie zwiększeniem zatrudnienia w Grupie o 327 etatów wynikającym głównie z nabycia sieci kin Helios, jak i wyższymi zmiennymi składnikami wynagrodzeń oraz wyższymi kosztami umów cywilno -

prawnych. Dodatkowym czynnikiem wpływającym na wysokość tych kosztów było zawiązanie rezerwy na gotówkowe plany motywacyjne realizowane w Grupie, w tym Trzyletni Plan Motywacyjny dla Zarządu i najwyższej kadry kierowniczej.

Zatrudnienie etatowe w Grupie na koniec 2010 r. wyniosło 3 470 etatów, łącznie z 321 etatami grupy Helios. Gdyby wyeliminować wpływ dołączenia spółek grupy Helios, zatrudnienie etatowe w Grupie Agory wyniosłoby 3 149 etatów i byłoby o 6 etatów wyższe niż na koniec grudnia 2009 r.

Łączny szacunkowy niegotówkowy **koszt realizacji planów motywacyjnych** związany z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych (opisanych w nocie 26A do skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy) obciążył w 2010 r. wynik Grupy kwotą 10,4 mln zł.

W Grupie funkcjonują inne systemy motywacyjne (np. gotówkowe plany motywacyjne, systemy motywacyjne w działach sprzedaży itp.), których koszty obciążają pozycję wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników. Począwszy od czwartego kwartału 2010 r. wynik operacyjny Grupy obciążony został kosztami nowego Trzyletniego Planu Motywacyjnego dla Zarządu i najwyższej kadry kierowniczej (opisanego w nocie 26C do skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy) w kwocie 1,7 mln zł.

Koszty reprezentacji i reklamy Grupy wyniosły w 2010 r. 130,9 mln zł i spadły o 12,8%. Spadek ten wynika głównie z niższych cen zakupu usług reklamowych w mediach oraz z ograniczenia intensywności kampanii reklamowych realizowanych przez Grupę. Największe oszczędności w wydatkach na reklamę i reprezentację miały miejsce w pierwszym kwartale 2010 r. (spadek o 32,2%).

Koszty zużycia materiałów i energii oraz wartości sprzedanych towarów i materiałów wyniosły w 2010 r. 203,3 mln zł i spadły o 8,8%, głównie dzięki niższym kosztom zużycia papieru oraz tańszym, realizowanym w ramach działalności Projektów Specjalnych, projektom seryjnym.

3. PERSPEKTYWY

3.1. Rynek reklamy

Według szacunków Agory opartych o prognozy wzrostu gospodarczego w Polsce, całkowite wydatki na reklamę w 2011 r. wzrosną o około 6% - 7%. Spółka zakłada, że najszybciej rozwijającym się segmentem rynku w 2011 r. będzie internet, którego szacunkowe wpływy wzrosną w stosunku do 2010 r. o około 13%-15%. Tym samym, udział internetu w całkowitych wydatkach na reklamę zwiększy się do około 14% - 15%.

Według szacunków Agory w 2011 r. reklamodawcy przeznaczą na reklamę telewizyjną o około 6% - 8% więcej niż przed rokiem. W opinii Spółki w 2011 r. budżety przeznaczone na reklamę w dziennikach będą o około 3% -5% niższe niż przed rokiem, a w magazynach wzrosną o około 0% - 2%.

Wydatki reklamodawców na reklamę zewnętrzną wzrosną w 2011 r. o około 5% – 6%, na reklamę radiową o około 3% - 5%, a na reklamę kinową o około 11% - 13%.

Spółka zwraca uwagę, iż wszystkie szacunki dotyczące wzrostu wydatków reklamowych w poszczególnych mediach mogą być obciążone błędem, co jest związane ze znaczącą presją rabatową ze strony reklamodawców oraz zmianami w sposobie korzystania z poszczególnych mediów.

3.2 Koszty operacyjne

W związku z nabyciem pakietu większościowego akcji spółki Helios S.A., Grupa Agora konsoliduje wyniki grupy Helios począwszy od września 2010 r. W konsekwencji podkreślić należy, że na wysokość kosztów operacyjnych netto Grupy Agora w 2011 r. wpływ będą miały koszty nowego segmentu Kino, którego rachunek zysków i strat był konsolidowany w wynikach Grupy od września 2010 r.

3.2.1 Koszty wynagrodzeń i świadczeń dla pracowników

W 2011 r. Agora przewiduje zwiększenie kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników. Wzrost tej pozycji przede wszystkim jest związany ze wzrostem zatrudnienia w wyniku nabycia większościowego pakietu akcji w spółce Helios S.A., realizacją projektów rozwojowych w Grupie, koniecznością przeprowadzenia selektywnych regulacji płacowych z uwagi na zmieniającą się sytuację na rynku pracy oraz rezerwami na plany motywacyjne realizowane w Grupie, w tym Trzyletni Plan Motywacyjny dla Zarządu i najwyższej kadry kierowniczej (opisany w nocie 26C do skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy).

3.2.2 Koszty realizacji planów motywacyjnych rozliczanych w instrumentach finansowych

Łączny szacunkowy niegotówkowy koszt realizacji planów motywacyjnych, który obciąży wynik finansowy Grupy 2011 r. wyniesie nieco ponad 11,0 mln zł. Należy podkreślić, że kwota ta zawiera szacunkowy koszt realizacji planów motywacyjnych, przy czym Spółka w chwili obecnej nie zna liczby certyfikatów, które będą nabywane w ramach tych planów, ani też kursu akcji Agory w okresie księgowania kosztów certyfikatów. Do celów szacunkowych Spółka przyjęła zatem odpowiednie wartości, w wysokości analogicznej do wartości przyjętych dla czwartego kwartału 2010 r. Koszty planów motywacyjnych są ujmowane w rachunku zysków i strat zgodnie z zasadami rachunkowości opisanymi w nocie nr 26A do skonsolidowanego sprawozdania finansowego zamieszczonego w niniejszym raporcie. Zgodnie z tymi zasadami, rozłożenie kosztów w ciągu roku nie jest równomierne. W pierwszym półroczu 2011 r. koszty dotychczas uruchomionych planów motywacyjnych wyniosą około 8,9 mln zł. Nowy plan motywacyjny obciążyć może wyniki czwartego kwartału 2011 r. kosztami w wysokości około 2,1 mln zł.

3.2.3 Koszty marketingu i promocji

Ze względu na sytuację rynkową oraz ograniczenie liczby akcji promocyjnych koszty reprezentacji i reklamy spadły o 12,8% w 2010 r. Grupa nie planuje istotnego zwiększenia intensywności działań marketingowych w 2011 r. Pamiętać jednak należy, że poziom tych wydatków jest uzależniony od dynamiki rozwoju poszczególnych mediów, liczby uruchamianych w danym kwartale projektów, w tym kolekcji wydawniczych, a także rynkowej aktywności i projektów konkurencji.

3.2.4 Koszty materiałów i energii

W 2010 r. koszty materiałów i energii spadły o 9,3%. Na wysokość tych kosztów wpłynęły ceny jednostkowe (w tym ceny zakupu papieru) oraz kurs wymiany euro do złotego. Wysokość tych kosztów w 2011 r. będzie uzależniona głównie od cen papieru, których średnie wartości charakteryzują się obecnie znaczącą tendencją wzrostową, wolumenu produkcji oraz kursu wymiany euro do złotego. Dodatkowo, na wysokość tej pozycji wpłyną koszty związane z działalnością kinową, która w wynikach Grupy za 2010 r. jest ujmowana od września 2010 r.

3.2.5 Nakłady inwestycyjne

Ze względu na prowadzone projekty rozwojowe (w tym związane z inwestycjami technologicznymi, cyfryzacją kin oraz wzbogaceniem portfela nośników reklamy zewnętrznej) Spółka szacuje, że nakłady inwestycyjne Grupy w 2011 r. mogą być wyższe (nawet około dwukrotnie) niż poniesione w 2010 r.

3.3. Najważniejsze cele Grupy w 2011 r.

W 2010 r. Grupa zrealizowała wyznaczone cele. Dzięki kontroli kosztów, które zostały ograniczone o 2,4%, Grupa mogła elastycznie dostosować swoją działalność do dynamicznie zmieniającego się rynku reklamy i poprawić swoją rentowność.

Rozwijanie kompetencji multimedialnych i wzmacnianie efektów synergii pomiędzy poszczególnymi mediami w portfolio Grupy, przyczyniło się do efektywniejszego wykorzystania multimedialnych zasobów Grupy, zarówno w bieżącej działalności, jak i w prowadzonych projektach rozwojowych. Efekty tych prac zostały pozytywnie ocenione zarówno przez odbiorców indywidualnych, jak i w branży medialnej, o czym świadczą nagrody m.in. za innowacyjne projekty realizowane przez media Agory.

W minionym roku Grupa rozpoczęła działalność w nowym segmencie rynku poprzez zakup większościowego pakietu akcji spółki Helios S.A., trzeciego co do wielkości operatora kin wielosalowych w Polsce.

W 2011 r. w ramach swojej działalności Grupa zamierza skoncentrować swoje wysiłki m.in. na:

- (i) wykorzystaniu możliwości oferowanych przez internet do rozwoju nowych form i zakresu działalności w tzw. tradycyjnych mediach;
- (ii) kontroli kosztów w zakresie umożliwiającym dalszy rozwój istniejących przedsięwzięć oraz tworzenia nowych projektów;

- (iii) efektywnym wykorzystaniu kompetencji i multimedialnych zasobów Grupy, w szczególności w zakresie monetyzacji i dystrybucji treści tworzonych w ramach Grupy;
- (iv) dalszym rozwoju obecnych ośrodków kompetencji multimedialnych w ramach Grupy;
- (v) zwiększeniu skali działalności Grupy, także poprzez kolejne akwizycje, wzmacniające pozycję Grupy lub poszerzające źródła przychodów Grupy.

III. WYNIKI FINANSOWE

1. SPÓŁKI WCHODZĄCE W SKŁAD GRUPY AGORA

Skonsolidowane sprawozdanie Grupy Agora za 2010 r. obejmuje konsolidację Agory SA, Agory Poligrafii Sp. z o.o., grupy Art Marketing Syndicate SA („grupa AMS”), Agory TC Sp. z o.o., Trader.com (Polska) Sp. z o.o., AdTaily Sp. z o.o., 4 spółek zależnych działających w branży radiowej, grupy Helios działającej w branży kinowej oraz spółki ukraińskiej LLC Agora Ukraine, a także jednostek współzależnych A2 Multimedia Sp. z o.o. i Business Ad Network Sp. z o.o.

Szczegółowa lista spółek wchodzących w skład Grupy Agora znajduje się w punkcie V.B.1, a przeliczenie wybranych danych finansowych na EURO znajduje się w nocie 41 do skonsolidowanego sprawozdania finansowego zamieszczonego w tym raporcie.

2. RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT GRUPY AGORA

Tab. 1

<i>w mln zł</i>	2010	2009	% zmiany 2010 do 2009
Przychody ze sprzedaży netto (1)	1 116,7	1 110,1	0,6%
<i>Sprzedaż usług reklamowych</i>	715,7	734,3	(2,5%)
<i>Sprzedaż wydawnictw</i>	208,9	246,8	(15,4%)
<i>Sprzedaż biletów do kin (4)</i>	40,1	-	-
<i>Pozostała sprzedaż</i>	152,0	129,0	17,8%
Koszty operacyjne netto, w tym:	(1 031,8)	(1 057,2)	(2,4%)
<i>Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów</i>	(203,3)	(222,8)	(8,8%)
<i>Amortyzacja</i>	(82,4)	(81,2)	1,5%
<i>Wynagrodzenia i świadczenia (2)</i>	(283,2)	(268,1)	5,6%
<i>Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych</i>	(10,4)	(10,2)	2,0%
<i>Reprezentacja i reklama</i>	(130,9)	(150,1)	(12,8%)
<i>Plan poprawy efektywności operacyjnej</i>	-	(2,3)	-
Wynik operacyjny - EBIT	84,9	52,9	60,5%
Przychody i koszty finansowe, netto, w tym:	4,0	2,5	60,0%
<i>Przychody z krótkoterminowych inwestycji</i>	12,8	11,0	16,4%
<i>Koszty kredytów i pożyczek</i>	(8,2)	(8,3)	(1,2%)
<i>Różnice kursowe per saldo</i>	0,4	0,1	300,0%
Udział w jednostkach współkontrolowanych	(1,0)	(1,0)	-
Zysk brutto	87,9	54,4	61,6%
<i>Podatek dochodowy (3)</i>	(16,0)	(17,1)	(6,4%)
Zysk netto	71,9	37,3	92,8%
Przypadający na:			
<i>Akcjonariuszy jednostki dominującej</i>	71,9	38,3	87,7%
<i>Udziały niekontrolujące</i>	-	(1,0)	-
<i>marża EBIT (EBIT/Przychody)</i>	7,6%	4,8%	2,8pkt %
EBITDA	167,2	133,7	25,1%
<i>marża EBITDA (EBITDA/Przychody)</i>	15,0%	12,0%	3,0pkt %
EBITDA operacyjna (2)	177,6	143,9	23,4%
<i>marża EBITDA operacyjna (EBITDA operacyjna/Przychody)</i>	15,9%	13,0%	2,9pkt %

- (1) poszczególne pozycje przychodów ze sprzedaży zawierają przychody ze sprzedaży Projektów Specjalnych (w tym kolekcji wydawniczych), opisane szczegółowo w punkcie IV.A niniejszego raportu;
 (2) z wyłączeniem niegotówkowych kosztów związanych z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych;
 (3) w pierwszym kwartale 2010 r. pozytywny wpływ na tę pozycję miało rozliczenie jednorazowej transakcji (6,6 mln zł) sprzedaży udziałów Inforadio Sp. z o.o. do GRA Sp. z o.o., przeprowadzonej w ramach wewnętrzgrupowej restrukturyzacji kapitałowej;
 (4) dane prezentowane obejmują tylko okres wrzesień-grudzień 2010 r.

2.1. Podstawowe produkty, towary i usługi Grupy Agora

Podstawowe produkty, towary i usługi Grupy oraz ich określenie ilościowe zostały zaprezentowane i omówione w części IV niniejszego sprawozdania („Wyniki operacyjne – główne segmenty Grupy Agora”). Tabela poniżej przedstawia udział procentowy w przychodach ogółem Grupy Agora.

Tab. 2

w mln zł	2010	% udział w przychodach ogółem	2009	% udział w przychodach ogółem	% zmiany w udziale 2010 vs 2009
Przychody ze sprzedaży netto (1)	1 116,7	100,0%	1 110,1	100,0%	-
Sprzedaż usług reklamowych	715,7	64,1%	734,3	66,1%	(2,1%)
Sprzedaż wydawnictw	208,9	18,7%	246,8	22,2%	(3,5%)
Sprzedaż biletów do kin (2)	40,1	3,6%	-	-	3,6%
Pozostała sprzedaż	152,0	13,6%	129,0	11,6%	2,0%

- (1) poszczególne pozycje przychodów ze sprzedaży zawierają przychody ze sprzedaży Projektów Specjalnych (w tym kolekcji wydawniczych), opisane szczegółowo w punkcie IV.A niniejszego raportu;
 (2) dane prezentowane obejmują tylko okres wrzesień-grudzień 2010 r.

2.2. Wyniki wg głównych segmentów Grupy Agora SA za 2010 r.

Podstawowe produkty i usługi oraz przychody i koszty operacyjne Grupy zostały zaprezentowane i omówione w części IV niniejszego komentarza („Wyniki operacyjne – główne segmenty Grupy Agora”).

Tab. 3

w mln zł	Prasa codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Kino (5)	Pozycje uzgadniające (3)	Razem (dane skonsolidowane) 2010
Przychody ze sprzedaży (4)	644,0	101,8	83,6	164,1	77,6	56,0	(10,4)	1 116,7
Udział %	57,7%	9,1%	7,5%	14,7%	6,9%	5,0%	(0,9%)	100,0%
Koszty operacyjne, netto (4)	(496,6)	(97,1)	(67,7)	(158,9)	(73,9)	(55,4)	(82,2)	(1 031,8)
EBIT	147,4	4,7	15,9	5,2	3,7	0,6	(92,6)	84,9
Przychody i koszty finansowe								4,0
Udział w jednostkach współkontrolowanych								(1,0)
Podatek dochodowy								(16,0)
Zysk netto za okres Przypadający na:								71,9

w mln zł	Prasa codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Kino (5)	Pozycje uzgadniające (3)	Razem (dane skonsoli- dowane) 2010
Akcjonariuszy jednostki dominującej								71,9
Udziały niekontrolujące								-
EBITDA	173,1	11,4	16,2	26,4	6,4	6,0	(72,3)	167,2
EBITDA operacyjna (1)	178,2	11,9	16,7	27,3	6,9	6,0	(69,4)	177,6
Wydatki inwestycyjne (2)	(9,7)	(3,3)	-	(8,9)	(1,9)	(13,9)	(17,0)	(54,7)

(1) z wyłączeniem niegotówkowych kosztów związanych z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych;

(2) na podstawie zaksięgowanych w danym okresie faktur; dane segmentu Kino uwzględniają również 10,7 mln zł wydatków poniesionych na rzeczowe aktywa trwałe w leasingu;

(3) pozycje uzgadniające zawierają dane nieujęte w poszczególnych segmentach, m.in. pozostałe przychody i koszty pionów wspomagających oraz Zarządu Agory SA, Agorę TC Sp. z o.o., wyłączenia konsolidacyjne oraz inne korekty uzgadniające dane prezentowane w raportach zarządczych do skonsolidowanych danych finansowych Grupy Agora;

(4) podane kwoty nie zawierają przychodów i pełnych kosztów promocji realizowanej bez wcześniejszej rezerwacji pomiędzy segmentami Grupy Agora; jedyne koszty, które są prezentowane to bezpośrednie koszty zmienne kampanii na nośnikach reklamy zewnętrznej - są one alokowane z segmentu Reklama Zewnętrzna do pozostałych segmentów;

(5) dane prezentowane obejmują tylko okres wrzesień-grudzień 2010 r.

2.3. Przychody i rynki zbytu

Prawie 100% przychodów ogółem Grupy pochodzi ze sprzedaży na rynku krajowym. Sprzedaż na rynkach zagranicznych realizowana jest głównie poprzez sprzedaż wydawnictw (prenumerata zagraniczna).

Grupa nie jest uzależniona od jednego odbiorcy. Największymi odbiorcami towarów Grupy (pod względem wielkości transakcji) są kolporterzy prasy (spółki nie są powiązane z Agorą SA). Udział wartości transakcji netto z żadnym odbiorcą nie przekroczył w 2010 r. 10% przychodów ze sprzedaży Grupy.

2.4. Rynki zaopatrzenia

Grupa nie jest uzależniona od jednego dostawcy. Istotnymi pozycjami w kosztach jest koszt zakupu papieru i usługi druku. Papier do druku jest kupowany od kilku dostawców. Udział wartości transakcji netto z żadnym dostawcą nie przekroczył w 2010 r. 10% przychodów ze sprzedaży Grupy.

2.5. Przychody i koszty finansowe

Na wynik na działalności finansowej Grupy w 2010 r. negatywny wpływ miały głównie prowizje i odsetki związane z kredytami bankowymi.

3. BILANS GRUPY AGORA

Tab. 4

w mln zł	31.12.2010	31.12.2009	% zmiany do 31.12.2009
Aktywa trwałe	1 203,4	1 023,5	17,6%
<i>udział w sumie bilansowej</i>	66,7%	66,5%	0,2pkt %
Aktywa obrotowe	602,1	514,7	17,0%
<i>udział w sumie bilansowej</i>	33,3%	33,5%	(0,2pkt %)
RAZEM AKTYWA	1 805,5	1 538,2	17,4%
Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej	1 221,1	1 196,3	2,1%
<i>udział w sumie bilansowej</i>	67,6%	77,8%	(10,2pkt %)
Udziały niekontrolujące	15,5	(0,2)	-
<i>udział w sumie bilansowej</i>	0,9%	-	0,9pkt %
Zobowiązania i rezerwy długoterminowe	273,5	99,9	173,8%
<i>udział w sumie bilansowej</i>	15,1%	6,5%	8,6pkt %
Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe	295,4	242,2	22,0%
<i>udział w sumie bilansowej</i>	16,4%	15,7%	0,7pkt %
RAZEM PASYWA	1 805,5	1 538,2	17,4%

3.1. Aktywa trwałe

Wzrost wartości aktywów trwałych, w porównaniu do stanu z 31 grudnia 2009 r., wynika głównie z dołączenia wycenionych do wartości godziwej rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych grupy Helios oraz rozpoznania wartości firmy w ramach rozliczenia nabycia grupy Helios.

3.2. Aktywa obrotowe

Na wzrost wartości aktywów obrotowych, w stosunku do 31 grudnia 2009 r., wpływ miał głównie wzrost salda środków pieniężnych, rozumianych jako suma gotówki i jej ekwiwalentów (kasa, rachunki bankowe i depozyty bankowe) oraz krótkoterminowych papierów wartościowych oraz należności krótkoterminowych i rozliczeń międzyokresowych.

3.3. Udziały niekontrolujące

Wzrost udziałów niekontrolujących, w stosunku do 31 grudnia 2009 r., wynika głównie z rozpoznania udziału niekontrolującego w związku z nabyciem grupy Helios.

3.4. Zobowiązania i rezerwy długoterminowe

Na zmianę salda zobowiązań i rezerw długoterminowych, w stosunku do 31 grudnia 2009 r., wpływ miały głównie:

- wzrost o 136,5 mln zł zobowiązań długoterminowych z tytułu kredytów i pożyczek oraz leasingów finansowych wynikający z ujęcia w ramach Grupy Agora zobowiązań grupy Helios oraz uruchomienia transzy kredytu refinansującego zakup udziałów w Helios S.A. przez Agorę SA w październiku 2010 r.,
- rozpoznanie rezerwy na podatek odroczony z tytułu korekty do wartości godziwej nabytych aktywów i przejętych zobowiązań grupy Helios, która na 31 grudnia 2010 r. wynosiła 4,8 mln zł,

- rozpoznanie zobowiązania opcyjnego wobec akcjonariuszy mniejszościowych Helios S.A. które na 31 grudnia 2010 r. wynosiło 29,7 mln zł.

3.5. Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe

Na zmianę salda zobowiązań i rezerw krótkoterminowych, w stosunku do 31 grudnia 2009 r. wpływ miały głównie:

- wzrost o 23,9 mln zł zobowiązań krótkoterminowych z tytułu kredytów i pożyczek oraz leasingów finansowych związany z konsolidacją w ramach Grupy Agora grupy Helios,
- wzrost o 17,8 mln zł zobowiązań krótkoterminowych,
- wzrost o 13,0 mln zł rozliczeń międzyokresowych.

4. PRZEPŁYWY ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH GRUPY AGORA

Tab. 5

<i>w mln zł</i>	2010	2009	% zmiany 2010 do 2009
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	171,6	152,7	12,4%
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(138,1)	(204,1)	(32,3%)
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	24,7	(88,0)	-
Razem przepływy pieniężne netto	58,2	(139,4)	-
Środki pieniężne na koniec okresu	182,4	124,2	46,9%

Na dzień 31 grudnia 2010 r. Grupa dysponowała środkami pieniężnymi w wysokości 337,2 mln zł, na które składały się gotówka i jej ekwiwalenty w wysokości 182,4 mln zł (kasa, rachunki bankowe i depozyty bankowe) oraz 154,8 mln zł zainwestowane w bezpieczne, krótkoterminowe papiery wartościowe.

Agora SA nie jest i nie była w 2010 r. zaangażowana w opcje walutowe, ani żadne inne instrumenty pochodne o charakterze zabezpieczającym lub spekulacyjnym.

Na dzień 31 grudnia 2010 r. Spółka posiadała dostępną linię kredytową, którą częściowo wykorzystwała w dniu 5 października 2010 r. w kwocie 104,9 mln zł refinansując zakup akcji spółki Helios S.A. W 2010 r. Agora SA spłaciła cztery kolejne raty wykorzystanej w latach ubiegłych linii kredytowej.

Biorąc pod uwagę posiadane środki własne oraz dostępną linię kredytową, z której na dzień sporządzenia niniejszego skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy, Grupa może jeszcze wykorzystać 95,1 mln zł, nie przewiduje ona wystąpienia problemów z płynnością finansową w związku z realizacją zamierzeń inwestycyjnych (w tym inwestycji kapitałowych).

Nabycie grupy Helios spowodowało wzrost zadłużenia Grupy Agora z tytułu pożyczek i kredytów bankowych w wyniku skonsolidowania zobowiązań grupy Helios w ramach Grupy Agora. Dodatkowo, grupa Helios jest stroną szeregu umów klasyfikowanych jako leasing finansowy (wyposażenie kin i samochody).

4.1. Działalność operacyjna

W 2010 r. przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej były wyższe głównie ze względu na wypracowany wyższy zysk operacyjny.

4.2. Działalność inwestycyjna

Ujemne przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej w 2010 r., to głównie efekt nabycia akcji Helios S.A. oraz poniesionych nakładów inwestycyjnych na krótkoterminowe papiery wartościowe oraz rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne.

4.3. Działalność finansowa

W 2010 r. przepływy pieniężne z działalności finansowej zawierały głównie zaciągnięcie kredytu przez Agorę SA (refinansowanie nabycia akcji Helios S.A.) oraz spłaty kolejnych rat, wykorzystanej w latach ubiegłych linii kredytowej. Dodatkowo, zawierają one również zaciągnięcie i spłaty kredytów przez grupę Helios, a także płatności z tytułu leasingu finansowego oraz wypłatę dywidendy dla akcjonariuszy Agory SA.

5. WYBRANE WSKAŹNIKI FINANSOWE [5]

Tab. 6

	2010	2009	% zmiany 2010 do 2009
Wskaźniki rentowności			
rentowność sprzedaży netto	6,4%	3,5%	2,9pkt %
rentowność sprzedaży brutto	41,3%	40,1%	1,2pkt %
rentowność kapitału własnego	5,9%	3,2%	2,7pkt %
Wskaźniki efektywności			
szybkość obrotu zapasów	11 dni	9 dni	22,2%
szybkość obrotu należności	67 dni	71 dni	(5,6%)
szybkość obrotu zobowiązań	53 dni	54 dni	(1,9%)
Wskaźnik płynności			
wskaźnik płynności	2,0	2,1	(4,8%)
Wskaźniki finansowania			
stopa zadłużenia (1)	-	-	-
wskaźnik pokrycia odsetek	14,6	8,7	67,8%
kasowy wskaźnik pokrycia odsetek	20,7	16,0	29,4%

(1) na dzień 31 grudnia 2010 r. i 31 grudnia 2009 r. występowała nadwyżka gotówki i aktywów finansowych o wysokim stopniu płynności nad zadłużeniem z tytułu kredytów i pożyczek.

Definicje wskaźników finansowych [5] zostały omówione na końcu części IV niniejszego komentarza („Wyniki operacyjne - główne segmenty Grupy Agora”).

IV. WYNIKI OPERACYJNE - GŁÓWNE SEGMENTY GRUPY AGORA

IV.A. PRASA CODZIENNA [1]

Segment Prasa Codzienna obejmuje skonsolidowane pro-forma dane dotyczące *Gazety Wyborczej*, *Metra*, Projektów Specjalnych, Pionu Druk Agory SA oraz Agory Poligrafii Sp. z o.o.

Tab. 7

w mln zł	2010	2009	% zmiany 2010 do 2009
Łączne przychody	644,0	696,9	(7,6%)
Przychody ze sprzedaży wydawnictw (1)	148,5	151,4	(1,9%)
w tym <i>Gazeta Wyborcza</i>	146,1	150,4	(2,9%)
Przychody ze sprzedaży reklam (1), (2)	345,2	377,6	(8,6%)
w tym <i>Gazeta Wyborcza</i> (3)	305,9	342,8	(10,8%)
w tym <i>Metro</i> (4)	31,4	32,2	(2,5%)
Projekty specjalne (w tym: kolekcje wydawnicze)	58,7	80,1	(26,7%)
Pozostałe przychody	91,6	87,8	4,3%
Razem koszty operacyjne, w tym:	(496,6)	(556,9)	(10,8%)
Materiały, energia, towary i usługi poligraficzne	(196,0)	(234,9)	(16,6%)
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (5)	(130,5)	(129,9)	0,5%
Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych	(5,1)	(4,9)	4,1%
Amortyzacja	(25,7)	(27,1)	(5,2%)
Reprezentacja i reklama (2) (6)	(80,0)	(96,8)	(17,4%)
Plan poprawy efektywności operacyjnej	-	(1,4)	-
EBIT	147,4	140,0	5,3%
marża EBIT	22,9%	20,1%	2,8pkt %
EBITDA	173,1	167,1	3,6%
marża EBITDA	26,9%	24,0%	2,9pkt %
EBITDA operacyjna (4)	178,2	172,0	3,6%
marża EBITDA operacyjna	27,7%	24,7%	3,0pkt %

(1) z wyłączeniem przychodów z tytułu Projektów Specjalnych;

(2) podane kwoty nie zawierają przychodów i pełnych kosztów wzajemnej promocji pomiędzy różnymi segmentami Grupy Agora (jedynie bezpośrednie koszty zmienne kampanii na nośnikach reklamy zewnętrznej), jeżeli taka promocja jest realizowana bez wcześniejszej rezerwacji;

(3) podane kwoty uwzględniają tylko część wpływów z reklamowych ofert dwumedialnych (publikowanych zarówno w tradycyjnej Gazecie jak i wortalach internetowych *GazetaPraca.pl*, *GazetaDom.pl*, *Domiporta.pl*, *Komunikaty.pl* oraz serwisie *Nekrologi.Wyborcza.pl*) przypisaną drukowanemu wydaniu *Gazety*;

(4) podane kwoty zawierają całkowite wpływy pionu *Prasa Bezpłatna* rozumiane jako wpływy z ogłoszeń oraz insertów w bezpłatnym dzienniku *Metro*, przychody z akcji specjalnych realizowanych w ramach projektów specjalnych *Metra* oraz wpływy z akcji realizowanych przez *mTarget*;

(5) z wyłączeniem niegotówkowych kosztów związanych z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych;

(6) podane kwoty zawierają m.in. koszty rozpoczęcia sprzedaży nowych serii wydawniczych (np. koszty promocji w mediach) oraz koszty produkcji i promocji gadżetów dołączanych do *Gazety*.

W 2010 r. segment poprawił wyniki operacyjne. EBITDA operacyjna wzrosła o 3,6% do kwoty 178,2 mln zł, głównie za sprawą redukcji kosztów operacyjnych o 10,8%. Marża EBITDA operacyjna osiągnęła poziom 27,7% i wzrosła o 3,0 pkt% w stosunku do 2009 r.

1. GAZETA WYBORCZA

1.1. Przychody

1.1.1. Sprzedaż prasy [4]

W 2010 r. *Gazeta* utrzymała pozycję lidera wśród dzienników opiniotwórczych. W tym okresie średnie rozpowszechnianie płatne *Gazety* wyniosło 335 tys. egzemplarzy i spadło o 9,4% w stosunku do 2009 r. Spadek ten wynika przede wszystkim ze zmniejszenia wpływu sprzedaży wydań w wyższej cenie (w ramach tzw. oferty dwucenowej) oraz z ogólnej tendencji spadku sprzedaży egzemplarzowej prasy codziennej. W 2010 r. wpływy ze sprzedaży *Gazety* spadły o 2,9% w porównaniu z 2009 r.

Średnie rozpowszechnianie płatne *Dziennika Gazety Prawnej* w 2010 r. wyniosło 99,6 tys. egzemplarzy [10], a *Rzeczpospolitej* - 141 tys. egzemplarzy (spadek o 0,8%). Rozpowszechnianie płatne *Faktu* wyniosło 437 tys. egzemplarzy (spadek o 6,4%). Rozpowszechnianie płatne *Super Expressu* wyniosło w omawianym okresie 184 tys. egzemplarzy (spadek o 4,3%). Średnia sprzedaż wszystkich tytułów Polskapsresse wydawanych pod szyldem *Polska the Times* w 2010 r. wyniosła 266 tys. egzemplarzy i spadła o 12,5% [4] [11].

1.1.2 Czytelnictwo [4]

W 2010 r. tygodniowy zasięg czytelniczy *Gazety* (czyli wg wskaźnika CCS) wyniósł 14,1% (4,3 mln czytelników). Dało to *Gazecie*, razem z *Faktem*, pierwszą pozycję wśród dzienników ogólnopolskich. W omawianym okresie czytelnictwo tabloidu *Fakt* było na poziomie 14,0%, a *Super Expressu* osiągnęło średnio 6,4%. Dobre wyniki czytelnictwa zanotowało *Metro*, które w omawianym okresie trafiało do 1,9 mln czytelników (zasięg czytelniczy na poziomie 6,3%). W 2010 r. tygodniowy zasięg czytelniczy *Dziennika Gazety Prawnej* wyniósł 3,1% (0,9 mln czytelników), a *Rzeczpospolitej* 4,2% (1,3 mln czytelników).

1.1.3. Sprzedaż reklam [3]

W 2010 r. *Gazeta* zanotowała spadek przychodów z działalności reklamowej o 10,8% do poziomu 305,9 mln zł. Dane te uwzględniają tylko część wpływów z reklamowych ofert dwumediálních (publikowanych zarówno w tradycyjnej *Gazecie* jak i wortalach internetowych (*GazetaPraca.pl*, *GazetaDom.pl*, *Domiporta.pl* i *Komunikaty.pl* oraz serwisie *Nekrologi.Wyborcza.pl*)) przypisaną drukowanemu wydaniu *Gazety*.

W omawianym okresie spadek wydatków na reklamę w dziennikach wyniósł 10,5%, głównie z powodu dużej redukcji wydatków (o około 12,5%) w pierwszym półroczu 2010 r.

W 2010 r. spadek wydatków na reklamę wymiarową w *Gazecie Wyborczej* wyniósł 11%, a jej udział w tych wydatkach był na poziomie 38% i nie zmienił się w stosunku do 2009 r. Udział bezpłatnej gazety Agory, *Metra*, w wydatkach na reklamę w dziennikach wyniósł 4% i pozostał na analogicznym poziomie jak w 2009 r.

W omawianym okresie udział *Dziennika Gazety Prawnej* w wydatkach na reklamę w dziennikach wyniósł około 4% i wzrósł o ponad 1 pkt%, a *Rzeczpospolitej* około 10% i wzrósł o prawie 1 pkt% w stosunku do analogicznego okresu 2009 r. W tym czasie udział *Faktu* w wydatkach na reklamę w dziennikach wyniósł około 8,5% (wzrost o ponad 1 pkt%), natomiast *Super Expressu* 3% i utrzymał się na zbliżonym poziomie do 2009 r.

W 2010 r. udział *Gazety* w wydatkach na reklamę w dziennikach ogólnopolskich wyniósł 40,5% i wzrósł o prawie 1 pkt% w porównaniu z 2009 r. W tym okresie *Gazeta* zmniejszyła swój udział w wydatkach na reklamę w dziennikach stołecznych (ogłoszenia wymiarowe bez ogłoszeń drobnych, insertów i nekrologów) o prawie 1,0 pkt% (dziennik *Metro* w omawianym okresie zwiększył swój udział o ponad 2,0 pkt%) oraz zmniejszyła o 1,0 pkt% udział w wydatkach na reklamę w dziennikach lokalnych (pozawarszawskich).

Należy zauważyć, że szacunki dotyczące udziałów w wydatkach na reklamę mogą być obarczone błędem, co jest związane ze znaczącą presją rabatową ze strony ogłoszeniodawców. Wraz z uzyskiwaniem dokładniejszych informacji rynkowych w kolejnych kwartałach, Spółka może skorygować szacunki dotyczące tych udziałów.

W 2010 r. udział stron ogłoszeniowych w sumie objętości *Gazety* wyniósł około 38,4% (mniej o około 0,6 pkt% niż w 2009 r.), zaś średnia dzienna liczba publikowanych stron ogłoszeniowych płatnych we wszystkich krajowych i lokalnych wydaniach *Gazety* wyniosła około 179 i była niższa o około 10% w porównaniu z rokiem poprzednim.

1.1.4. Projekty Specjalne

Tab. 8

w mln zł	I kwartał 2009	II kwartał 2009	III kwartał 2009	IV kwartał 2009	I kwartał 2010	II kwartał 2010	III kwartał 2010	IV kwartał 2010
Przychody ze sprzedaży Projektów Specjalnych (w tym kolekcji wydawniczych)	22,9	29,4	12,6	15,2	14,1	15,9	8,1	20,6

W 2010 r. Agora realizowała 15 projektów seryjnych oraz 59 projektów jednorazowych. W tym okresie Spółka sprzedała około 2,5 mln książek i książek z dołączonymi płytami DVD lub CD.

W 2010 r. kontynuowane były 3 projekty seryjne: kolekcje *Wielcy kompozytorzy filmowi*, *Fryderyk Chopin* (projekt realizowany pod patronatem Narodowego Instytutu Fryderyka Chopina na inaugurację Roku Chopinowskiego) oraz kolekcja filmowa *Woody Allen*, a także realizowano nowe projekty m.in. *Giganci Jazzu*, *Historia sztuki*, *Dynastie Europy*, *Miejsca Święte*.

Agora zrealizowała m.in. następujące projekty jednorazowe: album *Wisława Szymborska*, książki: *Listy na wyczerpanym papierze*, *Listy Agnieszki Osieckiej i Jeremiego Przybory*, *Antologia. Najpiękniejsze śląskie słowo*, *Mężczyźni rozmawiają o wszystkim*, *Kobiety, które igrały z bogami* oraz albumy *Kayah&Royal Quartet*, *Wojciech Gąssowski I wish you love*.

W 2010 r. Projekty Specjalne odnotowały zysk operacyjny (EBIT) w wysokości 1,5 mln zł [1].

1.1.5. Pozostałe przychody

W 2010 r. przychody ze sprzedaży usług poligraficznych klientom zewnętrznym były wyższe o 1,9%, głównie ze względu na większy wolumen zamówień.

1.2. Koszty

1.2.1. Koszty druku *Gazety Wyborczej*

Tab. 9

w mln zł	2010	2009	% zmiany 2010 do 2009
Koszty stałe, w tym:	36,4	38,2	(4,7%)
<i>Amortyzacja</i>	12,4	13,5	(8,1%)
Koszty zmienne, w tym:	83,2	117,9	(29,4%)
<i>Papier</i>	64,6	94,7	(31,8%)
RAZEM koszty stałe i zmienne	119,6	156,1	(23,4%)

Spadek kosztów zużycia papieru w 2010 r. wynika m. in. z mniejszych nakładów oraz mniejszych objętości drukowanych egzemplarzy *Gazety*. Ponadto, na poziom kosztów zakupu papieru wpływ miał poziom kursu wymiany euro do złotego oraz ceny zakupu papieru.

1.2.2. Koszty reprezentacji i reklamy

W 2010 r. wydatki na reprezentację i reklamę segmentu były niższe o 17,4% niż w 2009 r. Spadek ten związany jest przede wszystkim z niższymi wydatkami na promocję *Gazety Wyborczej*.

1.3 Dodatkowe informacje

W 2010 r. biura reklamy *Gazety Wyborczej* i *Metra* po raz kolejny zostały ocenione najwyżej wśród wszystkich zespołów sprzedaży dzienników w corocznym rankingu branżowego magazynu *Media&Marketing Polska*.

Gazeta Wyborcza otrzymała ponadto 4 nagrody w najważniejszym europejskim konkursie projektowania prasowego *European Newspaper Award*, w kategoriach Okładka i Strony informacyjne.

Projekty *Gazety*: *Koniec Akademii i Polacy, odwagi!* zajęły dwa trzecie miejsca w prestiżowym międzynarodowym konkursie *INMA Awards 2010*. Obie akcje zostały również nagrodzone w konkursie *Media Trendy 2010*.

2. PRASA BEZPŁATNA [3], [4]

W 2010 r. *Metro* czytało 1,9 mln czytelników (6,3%) w ciągu tygodnia, czyli wg wskaźnika CCS, tj. o 0,6 mln więcej niż *Rzeczpospolita* i prawie 1,0 mln więcej niż *Dziennik Gazetę Prawną*.

Według wskaźnika czytelnictwa przeciętnego wydania (CPW) w 2010 r. *Metro* było trzecim najczęściej czytany dziennikiem ogólnopolskim (3,4% zasięgu i 1,0 mln czytelników).

Wpływy reklamowe *Metra* w 2010 r. spadły o 2,5%, w tym wpływy z reklam wymiarowych o 7,3%. W tym okresie wydatki na ogłoszenia wymiarowe we wszystkich dziennikach spadły o 10,5%. *Metro* utrzymało swój udział w wydatkach na reklamę w dziennikach na poziomie 4,0%. Udział *Metra* w wydatkach na reklamę w dziennikach stołecznych wyniósł w 2010 r. prawie 13,5% i wzrósł o ponad 2,0 pkt% w stosunku do 2009 r. W 2010 r. biura reklamy *Metra* i *Gazety Wyborczej* po raz kolejny zostały ocenione najwyżej wśród wszystkich zespołów sprzedaży dzienników w corocznym rankingu branżowego magazynu *Media&Marketing Polska*.

W kwietniu 2010 r. dziennik *Metro* został laureatem prestiżowej nagrody *INMA Awards 2010*. Projekt *Metro dla Berlińczyków* zdobył główną nagrodę w kategorii *Marketingowe Rozwiązania dla Reklamodawców*. Jury konkursu doceniło pomysł i realizację akcji poszerzającej dotarcie reklamodawców poza granice Polski.

W czerwcu 2010 r. *Metro* po raz trzeci uzyskało tytuł *Marki Wysokiej Reputacji*, przyznawany w ramach Niezależnego Rankingu Reputacji Marek w Polsce – *Premium Brand*.

We wrześniu 2010 r. dziennik *Metro* zdobył główną nagrodę w prestiżowym konkursie *World Young Reader Prize*, organizowanym przez WAN-IFRA i otrzymał tytuł *Young Reader Newspaper of The Year*. Jednocześnie gazeta zdobyła pierwsze miejsce w kategorii *Public Service* za projekt *Piractwo internetowe - za czy przeciw*.

Ponadto akcja *Adoptuj Zwierzaka* otrzymała wyróżnienie w konkursie *Media Trendy 2010*, w kategorii *CSR* w konkursie poświęconym *Innowacji w Mediach*.

W 2010 r. *Metro* zanotowało zysk operacyjny na poziomie EBITDA operacyjna w wysokości 4,0 mln zł, który był lepszy od osiągniętego w 2009 r. o 4,2 mln zł [1].

IV.B. INTERNET [1], [6]

Segment Internet zawiera skonsolidowane pro-forma dane Pionu Internet Agory SA, LLC Agory Ukraine (od sierpnia 2010 r. połączona ze spółką Agora Press Ltd.), Trader.com (Polska) Sp. z o.o. oraz AdTaily Sp. z o.o. Przyłączenie spółki AdTaily ma wpływ na skonsolidowane wyniki segmentu od trzeciego kwartału 2009 r.

Tab. 10

w mln zł	2010	2009	% zmiany 2010 do 2009
Łączne przychody, w tym:	101,8	84,9	19,9%
Przychody ze sprzedaży reklam internetowych (1)	69,9	52,0	34,4%
Przychody ze sprzedaży ogłoszeń w wortalach (2)	23,3	22,2	5,0%
Razem koszty operacyjne, w tym:	(97,1)	(95,3)	1,9%
Koszty łączny i usług komputerowych	(3,1)	(3,6)	(13,9%)
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (3)	(43,5)	(42,3)	2,8%
Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych	(0,5)	(0,4)	25,0%
Amortyzacja	(6,7)	(7,0)	(4,3%)
Reprezentacja i reklama (1)	(19,9)	(23,4)	(15,0%)
Plan poprawy efektywności operacyjnej	-	(0,4)	-
EBIT	4,7	(10,4)	-
marża EBIT	4,6%	(12,2%)	16,8pkt %
EBITDA	11,4	(3,4)	-
marża EBITDA	11,2%	(4,0%)	15,2pkt %
EBITDA operacyjna (3)	11,9	(3,0)	-
marża EBITDA operacyjna	11,7%	(3,5%)	15,2pkt %

1) podane kwoty nie zawierają pełnych kosztów i przychodów z wzajemnej promocji pomiędzy różnymi działalnościami Grupy Agora (jedynie bezpośrednie koszty zmienne kampanii na nośnikach reklamy zewnętrznej), jeżeli taka promocja jest realizowana bez wcześniejszej rezerwacji. Dane uwzględniają również eliminację wzajemnej sprzedaży pomiędzy Pionem Internet, LLC Agory Ukraine, Trader.com (Polska) Sp. z o.o. oraz AdTaily Sp. z o.o.;

(2) zawierają m.in. alokowane wpływy z reklamowych ofert dwumediálních (publikowanych zarówno w tradycyjnej Gazecie jak i wortalach internetowych GazetaPraca.pl, GazetaDom.pl, Domiporta.pl i Komunikaty.pl oraz w serwisie Nekrologi.Wyborcza.pl);

(3) z wyłączeniem niegotówkowych kosztów związanych z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych.

1. PRZYCHODY

W 2010 r. przychody ze sprzedaży reklam internetowych segmentu Internet wzrosły o 34,4%, przy rynkowym wzroście wydatków na reklamę graficzną i e-mail marketing o ponad 19,5%. Dynamiczny wzrost przychodów i kontrola kosztów pozwoliły na osiągnięcie przez segment pozytywnego wyniku EBIT w wysokości 4,7 mln zł. [1]

Sprzedaż ogłoszeń w wortalach wzrosła w 2010 r. o 5,0%. Niższe przychody z alokacji do działalności internetowej wpływów ze sprzedaży łączonej oferty ogłoszeniowej w prasie i internecie miały istotny wpływ na spowolnienie wzrostu tych przychodów.

W 2010 r. przychody Trader.com (Polska) Sp. z o.o. wyniosły 18,6 mln zł i były wyższe o 11,4% w stosunku do 2009 r. Przychody z działalności prasowej wyniosły 3,4 mln zł, a z działalności internetowej 15,2 mln zł. Spółka osiągnęła zysk operacyjny w wysokości 2,3 mln zł.

2. KOSZTY

W całym 2010 r. koszty operacyjne Segmentu Internet wzrosły o 1,9%, m.in. z powodu wzrostu kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników.

Wzrost kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników (bez niegotówkowych kosztów związanych z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych) o 2,8% w 2010 r. był m.in. wynikiem wzrostu kosztów umów cywilno-prawnych w pionie Internet Agory oraz wzrostu zatrudnienia.

W 2010 r. wydatki reklamowe segmentu ograniczone zostały o 15,0%, a koszty amortyzacji zmniejszyły się o 4,3% z powodu obniżenia nakładów inwestycyjnych ponoszonych przez Pion Internet od czwartego kwartału 2009 r.

3. ISTOTNE INFORMACJE O DZIAŁALNOŚCI INTERNETOWEJ

W grudniu 2010 r. zasięg serwisów *grupy Gazeta.pl*, wśród polskich internautów, wyniósł 62,9% i uplasował *grupę Gazeta.pl* na trzecim miejscu wśród portali, po *grupie Onet.pl* i *grupie Wirtualna Polska*. Liczba użytkowników osiągnęła poziom 11,5 mln osób, co oznacza wzrost o 9,5% w porównaniu do analogicznego okresu ubiegłego roku. W grudniu 2010 r. użytkownicy łączący się z serwisami Agory z terenu Polski wykonali na portalu 1,1 mld odsłon, tj. o 19,6% więcej niż w grudniu 2009 r. i spędzili na nim średnio 2 godziny i 11 minut, czyli o 24 minuty więcej niż w grudniu 2009 r.

Serwisy tworzone w ramach *grupy Gazeta.pl* zajmują wysokie pozycje w rankingach tematycznych. Według danych Megapanel PBI/Gemius za grudzień 2010 r., *GazetaDom.pl* jest liderem kategorii *Budownictwo, nieruchomości*, a *GazetaPraca.pl* zajmuje drugie miejsce w kategorii *Praca*. Serwisy parentingowe *grupy Gazeta.pl* (m.in. *eDziecko.pl*) są liderem w kategorii *Dzieci, rodzina*. Na trzecim miejscu w kategorii *Informacje i publicystyka* znajdują się serwisy informacyjne *Gazeta.pl* a serwisy sportowe (m.in. *Sport.pl*) w kategorii *Sport*.

W 2010 r. uruchomione zostały m.in.: portal muzyczny *Tuba.pl*, internetowa telewizja pod marką *Gazeta.tv*, sieć efektywnościowej reklamy internetowej *PayPer.pl*, sieć reklamy video *AdPlayer* oraz sieć reklamy mobilnej *HandyNet*.

Pod koniec kwietnia 2010 r. Agora została współwłaścicielem spółki Business Ad Network Sp. z o.o. zajmującej się sprzedażą powierzchni reklamowej w serwisach kategorii Premium (np. o tematyce ekonomicznej i biznesowej).

Biuro reklamy *Gazeta.pl* po raz pierwszy zostało wskazane jako najlepszy zespół sprzedaży internetowej - najwyższej oceniono je za wysoki poziom obsługi oraz szybkość i sprawność w reagowaniu na potrzeby reklamodawców.

IV.C. CZASOPISMA [1] [7]

Segment Czasopisma zawiera skonsolidowane pro – forma dane pionu Czasopism Agory SA oraz spółki Agora Press Ltd. (Ukraina) do końca lipca 2010 r. Począwszy od sierpnia 2010 r. Agora Press Ltd. została połączona ze spółką LLC Agora Ukraine, która wchodzi w skład segmentu Internet.

Tab. 11

<i>w mln zł</i>	2010	2009	<i>% zmiany 2010 do 2009</i>
Łączne przychody, w tym:	83,6	92,3	(9,4%)
Przychody ze sprzedaży wydawnictw	37,5	41,3	(9,2%)
Przychody ze sprzedaży reklam (1)	45,6	50,7	(10,1%)
Razem koszty operacyjne, w tym:	(67,7)	(75,1)	(9,9%)
Materiały, energia, towary i usługi poligraficzne	(26,1)	(31,4)	(16,9%)
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (2)	(16,8)	(17,3)	(2,9%)
Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych	(0,5)	(0,5)	-
Amortyzacja	(0,3)	(0,4)	(25,0%)
Reprezentacja i reklama (1)	(17,6)	(18,9)	(6,9%)
Plan poprawy efektywności operacyjnej	-	(0,1)	-
EBIT	15,9	17,2	(7,6%)
marża EBIT	19,0%	18,6%	0,4pkt %
EBITDA	16,2	17,6	(8,0%)
marża EBITDA	19,4%	19,1%	0,3pkt %
EBITDA operacyjna (2)	16,7	18,1	(7,7%)
marża EBITDA operacyjna	20,0%	19,6%	0,4pkt %

(1) podane kwoty nie zawierają przychodów i pełnych kosztów wzajemnej promocji pomiędzy różnymi działalnościami Grupy Agora (jedynie bezpośrednie koszty zmienne kampanii na nośnikach reklamy zewnętrznej), jeżeli taka promocja jest realizowana bez wcześniejszej rezerwacji;

(2) z wyłączeniem niegotówkowych kosztów związanych z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych.

W 2010 r. koszty operacyjne segmentu zostały zredukowane o 9,9%, co skompensowało spadek przychodów i przyczyniło się do poprawy marży EBITDA operacyjna o 0,4 pkt% do poziomu 20,0% [1].

Wpływy ze sprzedaży wydawnictw spadły o 9,2% natomiast przychody ze sprzedaży reklam o 10,1 %, w efekcie czego całkowite przychody segmentu zmniejszyły się o 9,4% w porównaniu do 2009 r. Spadek ten jest związany głównie z ograniczeniem budżetów promocyjnych reklamodawców z branż: higiena i pielęgnacja oraz wyposażenie wnętrz.

1. PRZYCHODY

1.1. Sprzedaż czasopism

Tab. 12

w tys. egz.	2010	2009	% zmiany 2010 do 2009
Średnie rozpowszechnianie płatne miesięczników	948,9	1 040,0	(8,8%)

Średnie rozpowszechnianie płatne miesięczników Agory w 2010 r. zmniejszyło się o 8,8% w stosunku do 2009 r.

1.2. Sprzedaż reklam

W 2010 r. przychody ze sprzedaży reklam w czasopismach Agory spadły o 10,1%. Udział czasopism Agory w wydatkach reklamowych w magazynach ogólnopolskich w tym okresie wyniósł 6,6%, a w wydatkach reklamowych w miesięcznikach 11,6% (według danych cennikowych) [7].

2. KOSZTY

Spadek kosztów w 2010 r. o 9,9% wynika głównie z niższych (o 16,9%) kosztów materiałów i energii, zakupu towarów oraz usług poligraficznych. Oszczędność ta jest w dużej mierze rezultatem niższego poziomu kursu wymiany euro do złotego, niższych niż w 2009 r. cen zakupu papieru oraz redukcji wysokości nakładów i objętości większości tytułów.

Dodatkowym czynnikiem zmniejszającym koszty operacyjne segmentu było ograniczenie liczby i intensywności kampanii promocyjnych, które przełożyło się na spadek kosztów reprezentacji i reklamy o 6,9% w 2010 r.

Negatywnie na wysokość kosztów operacyjnych segmentu wpłynęło jednorazowe obciążenie wyników kwotą 1 mln zł, w wyniku podpisania w czerwcu 2010 r. ugody kończącej spór prawny toczący się od 2002 r.

IV.D. REKLAMA ZEWNĘTRZNA (GRUPA AMS)

Segment Reklama Zewnętrzna zawiera skonsolidowane pro-forma dane spółek: AMS S.A. oraz Adpol Sp. z o.o., wchodzących w skład grupy AMS.

Tab. 13

w mln zł	2010	2009	% zmiany 2010 do 2009
Łączne przychody, w tym:	164,1	168,0	(2,3%)
Przychody ze sprzedaży reklam (1)	161,7	165,8	(2,5%)
Razem koszty operacyjne, w tym:	(158,9)	(178,4)	(10,9%)
Koszty realizacji kampanii	(27,3)	(31,6)	(13,6%)
Koszty utrzymania systemu	(73,5)	(79,8)	(7,9%)
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (2)	(18,7)	(18,4)	1,6%
Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych	(0,9)	(0,8)	12,5%
Reprezentacja i reklama	(6,0)	(5,0)	20,0%
Amortyzacja	(21,3)	(23,6)	(9,7%)
Pozostałe koszty operacyjne netto	(0,0)	(8,6)	(99,9%)
EBIT	5,2	(10,4)	-
marża EBIT	3,2%	(6,2%)	9,4pkt %
EBITDA (4)	26,4	12,8	106,3%
marża EBITDA	16,1%	7,6%	8,5pkt %
EBITDA operacyjna (2), (4)	27,3	13,6	100,7%
marża EBITDA operacyjna	16,6%	8,1%	8,5pkt %
Liczba powierzchni reklamowych (3)	23 841	24 887	(4,2%)

- (1) podane kwoty nie zawierają przychodów i kosztów (bezpośrednich zmiennych) promocji innych działalności Grupy Agora na nośnikach grupy AMS, jeżeli taka promocja jest realizowana bez wcześniejszej rezerwacji;
- (2) z wyłączeniem niegotówkowych kosztów związanych z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych;
- (3) bez nośników reklamowych należących do grupy AMS zainstalowanych na stacjach benzynowych, małoformatowych nośników na wiatkach przystankowych i w metrze warszawskim oraz powierzchni reklamowych na autobusach i tramwajach;
- (4) podane kwoty uwzględniają korektę rekasyfikacyjną amortyzacji wynikającą ze źródeł finansowania środków trwałych należących do grupy AMS.

Dzięki ograniczeniu kosztów o 10,9 % do kwoty 158,9 mln zł grupa AMS poprawiła marżę EBITDA operacyjna o 8,5 pkt%, osiągając wynik EBITDA operacyjna 27,3 mln zł w 2010 r.

1. PRZYCHODY [8]

Według szacunków IGRZ, w 2010 r. wydatki na rynku reklamy zewnętrznej były o ponad 0,5% niższe niż w 2009 r. [8].

Dynamika przychodów ze sprzedaży reklam grupy AMS nieznacznie odbiega od dynamiki całego rynku notując w 2010 r. spadek o 2,5%. W wyniku czego szacowany udział grupy AMS w wydatkach na reklamę zewnętrzną w 2010 r. spadł o 0,2 pkt% i wyniósł 26,5% [8].

2. KOSZTY

W całym 2010 r. koszty operacyjne segmentu zostały ograniczone o 10,9%, głównie dzięki oszczędnościom na kosztach utrzymania systemu (spadek o 7,9%) oraz kosztach realizacji kampanii (spadek o 13,6%).

Do ograniczenia kosztów operacyjnych przyczynił się istotnie spadek pozostałych kosztów operacyjnych netto w 2010 r., który wynika z niższych jednorazowych odpisów aktualizujących wartości aktywów oraz zakończenia niektórych postępowań sankcyjnych za zajęcie pasa drogi bez zezwolenia.

Wzrost kosztów reprezentacji i reklamy w 2010 r. jest spowodowany przeprowadzeniem większej liczby kampanii z zakresu komunikacji społecznej oraz kampanii patronacko – komercyjnych, których część patronacka rozliczana jest w formie kompensaty i obciąża koszty reprezentacji i reklamy.

3. INNE ZDARZENIA

AMS po raz kolejny został wyróżniony przez agencje reklamowe i domy mediowe w corocznym prestiżowym rankingu obsługi biur reklamy w branżowym tygodniku Media i Marketing Polska, które przyznały działowi sprzedaży spółki pierwsze miejsce, spośród firm reklamy zewnętrznej. Badanie przeprowadzone na zlecenie Millward Brown SMG/KRC oceniało poziom satysfakcji klientów z obsługi działów handlowych spółek reklamy zewnętrznej. Wyróżnienie to jest ukoronowaniem zmian w polityce sprzedażowej i w jakości realizacji usług, wprowadzonych w spółce w ostatnim okresie.

W ramach trzeciej edycji programu Bramy Kraju poświęconej małej architekturze i meblom miejskim, AMS i Miasto Gdańsk ogłosiły konkurs na koncepcję zagospodarowania przestrzeni publicznej Placu Wałowego. Bramy Kraju to program marketingu miejskiego poświęcony tworzeniu marki i wizerunku miejsc, w szczególności poprzez kształtowanie przestrzeni publicznej. Corocznie, w ramach kolejnych edycji programu, organizowane są konferencje dla samorządów, konkursy na najlepsze rozwiązania w zakresie szeroko rozumianego marketingu miejskiego oraz wydawane są publikacje z serii Biblioteka Wizerunku Miasta. Rozwój mebli miejskich jest elementem konsekwentnie realizowanej strategii rozwoju spółki docenianej zarówno przez reklamodawców, jak i władze miast.

Z dniem 31 grudnia 2010 r. dobiegł końca umowny okres obsługi przez firmę Adpol, wchodzącą w skład grupy AMS, 530 wiat przystankowych w Warszawie. W związku z nie zakończonym postępowaniem o udzielenie nowej koncesji na budowę i utrzymanie wiat przystankowych w Warszawie w dniu 31 stycznia 2011 r. spółka Adpol podpisała aneks do umowy z m.st. Warszawa regulujący funkcjonowanie wiat w okresie przejściowym do końca 2011 r.

IV.E. RADIO

Segment Radio zawiera skonsolidowane pro-forma dane pionu radiowego w Agorze SA, wszystkich radiostacji lokalnych i stacji ponadregionalnej *TOK FM*, wchodzących w skład Grupy Agora, czyli: 19 stacji lokalnych nadających pod marką *Złote Przeboje* (w Zamościu od lipca 2010 nowa koncesja, a nadaje od października), 7 stacji lokalnych nadających pod marką *Roxy FM*, jednej radiostacji lokalnej oferującej muzykę w formacie AC (Adult Contemporary) oraz ponadregionalnej stacji *TOK FM* obejmującej 9 największych obszarów miejskich.

Tab. 14

w mln zł	2010	2009	% zmiany 2010 do 2009
Łączne przychody, w tym:	77,6	75,1	3,3%
Przychody ze sprzedaży reklam (1), (3)	75,8	73,2	3,6%
Razem koszty operacyjne, w tym: (3)	(73,9)	(73,9)	-
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (2)	(24,5)	(25,1)	(2,4%)
Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych	(0,5)	(0,6)	(16,7%)
Licencje, czynsze i koszty łączności	(8,3)	(8,3)	-
Amortyzacja	(2,7)	(2,9)	(6,9%)
Reprezentacja i reklama (3)	(17,1)	(16,2)	5,6%
EBIT	3,7	1,2	208,3%
marża EBIT	4,8%	1,6%	3,2pkt %
EBITDA	6,4	4,1	56,1%
marża EBITDA	8,2%	5,5%	2,7pkt %
EBITDA operacyjna (2)	6,9	4,7	46,8%
marża EBITDA operacyjna	8,9%	6,3%	2,6pkt %

(1) przychody ze sprzedaży reklam obejmują sprzedaż własnego i obcego czasu antenowego związanego ze świadczonymi usługami pośrednictwa;

(2) z wyłączeniem niegotówkowych kosztów związanych z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych;

(3) podane kwoty nie zawierają przychodów i pełnych kosztów wzajemnej promocji pomiędzy różnymi działalnościami Grupy Agora (jedynie bezpośrednie koszty zmienne kampanii na nośnikach reklamy zewnętrznej), jeżeli taka promocja jest realizowana bez wcześniejszej rezerwacji.

Dzięki wyższym o 3,3% przychodom oraz utrzymaniu kosztów na poziomie z 2009 r., segment Radio wypracował w 2010 r. pozytywny wynik operacyjny EBIT w wysokości 3,7 mln zł (wzrost o 2,5 mln zł w stosunku do 2009 r.).

1. PRZYCHODY [3]

W 2010 r. przychody segmentu Radio wzrosły o 3,3% i wyniosły 77,6 mln zł, w tym przychody ze sprzedaży reklam wyniosły 75,8 mln zł i wzrosły o 3,6%. W tym czasie reklamodawcy zwiększyli wydatki na reklamę radiową o niecałe 4%.

2. KOSZTY

W 2010 r. koszty operacyjne segmentu utrzymały się na podobnym poziomie, co w 2009 r. Udało się to osiągnąć dzięki ograniczeniu prawie wszystkich pozycji kosztowych. Kategorie kosztów, które wzrosły to koszty reprezentacji i reklamy (wzrost o 5,6%) oraz koszty związane z zakupem czasu antenowego od stacji obcych, co jest kompensowane wyższymi przychodami ze sprzedaży usług reklamowych.

3. UDZIAŁY W SŁUCHALNOŚCI [9]

W 2010 r. udział radiostacji Grupy Agora (łącznie z *TOK FM*) w słuchalności (w miastach nadawania) wyniósł 10,8% i wzrósł o 0,6 pkt% w porównaniu z 2009 r.

W 2010 r., *TOK FM* osiągnęło najlepsze wyniki słuchalności w swojej historii: 8,1% udziału w słuchalności stacji radiowych w Warszawie (6,3% w analogicznym okresie 2009 r.) oraz 5,1% we wszystkich miastach nadawania *TOK FM* (4,0% w analogicznym okresie 2009 r.).

4. INNE ZDARZENIA

W styczniu 2010 r. wystartował portal informacyjny *Tokfm.pl*. Portal oferuje własne materiały informacyjne: polityczne, biznesowe, sportowe, kulturalne i rozrywkowe, jak również wybór najciekawszych informacji z innych mediów. *Tokfm.pl* został zaprojektowany i przygotowany przez zespół segmentu Internet Agory. Jego redakcją zajmuje się zespół zintegrowanego, multimedialnego newsroomu segmentu Radio i portalu *Gazeta.pl*.

W pierwszym kwartale 2010 r. odbyły się cztery koncerty w ramach akcji radia *Roxy: Najmniejsze Koncerty Świata*. Przed dwudziestoosobową widownią zebraną w Alvernia Studio pod Krakowem wystąpili: *Voo Voo* i *Haydamaky* zespół *Pustki* wraz z gośćmi: Katarzyną Nosowską i Arturem Rojkiem Tilt z Tomkiem Lipińskim oraz Muniek Staszczuk. Wszystkie koncerty były rejestrowane i jesienią 2010 r. ukazały się na płytach DVD, wydawanych przez pion Projektów Specjalnych w Grupie Agora.

Stworzony we współpracy z segmentem Internet projekt *Moja Tuba.FM* - aplikacja do tworzenia kanałów radiowych, otrzymała nagrodę w konkursie Media Trendy 2010 - jury uznało ją za najbardziej "Innowacyjną zmianę w mediach".

W kwietniu 2010 r. Agora zmodyfikowała, stworzony wspólnie z segmentem Internet, serwis *Tuba.FM* będący pierwszym w Polsce serwisem radiowo-społecznościowym. Obecnie jest to platforma do tworzenia własnych stacji radiowych, która pozwala podzielić się stworzonym na niej kanałem muzycznym z internautami. Do końca 2010 r. użytkownicy platformy założyli już ponad 15 000 własnych stacji radiowych.

W maju 2010 r. odbyła się druga edycja *Smooth Festiwal Złote Przeboje* Bydgoszcz. Wystąpili na nim artyści zagraniczni (*Vaya Con Dios*, *Ive Mendez*, *Emmanuelle Seigner*) i polscy (m.in. *Maciej Maleńczuk*, *Natalia Kukulska*, *Maria Peszek*). Impreza zgromadziła wielotysięczną publiczność. Była też retransmitowana na antenie *Telewizji Polsat*. Festiwal był poprzedzony miesięczną kampanią na nośnikach reklamy zewnętrznej i prasową. Był on także wspierany intensywnymi działaniami radiowymi (m.in. konkursami, i specjalnymi dedykowanymi programami).

Tytuł *Człowieka Mediów Briefu 2010* otrzymała Ewa Wanat, redaktor naczelna *Radia TOK FM*. Redakcja *Briefu* w uzasadnieniu wyróżnienia podkreśliła, że Ewa Wanat *rozwija opiniotwórcze radio do słuchania, czytania i oglądania, tworząc jednocześnie warunki do synergii różnego rodzaju mediów*.

Radio *Złote Przeboje* decyzją Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z lipca 2010 r., wygrało konkurs na częstotliwość radiową w Wolinie, będzie to 20 miasto, w którym nadawać będzie sieć *Złote Przeboje*.

W październiku 2010 r. Radio *Złote Przeboje* rozpoczęło nadawanie programu radia w Zamościu (dziewiętnaste miasto, w którym nadaje sieć *Złote Przeboje*).

W grudniu 2010 r. ogłoszone zostały wyniki Ogólnopolskiego badania inwestorów przeprowadzonego przez Stowarzyszenie Inwestorów Indywidualnych, z których wynika, że Radio *TOK FM* jest najpopularniejszym źródłem informacji dla inwestorów indywidualnych spośród wszystkich stacji radiowych w Polsce. Radio *TOK FM* było najczęściej wymieniane jako źródło radiowe, z którego osoby zainteresowane rynkami akcji czerpią wiadomości o ekonomii i gospodarce.

Dziennikarki Centralnego Newsroomu segmentu Radio dostały dwie nominacje do nagrody *Grand Press* w kategorii reportaż radiowy. Jedną z nich, Anna Gmiterek – Zabłocka, zdobyła nagrodę *Grand Press*.

IV.F. KINO

Segment Kino zawiera skonsolidowane pro-forma dane spółek: Helios S.A. oraz Kinoplex Sp. z o.o., wchodzących w skład grupy Helios. Dane grupy Helios są konsolidowane z wynikami Grupy Agora począwszy od 1 września 2010 r. Poniższa tabela przedstawia dane grupy Helios od momentu przyłączenia do Grupy Agora. Więcej informacji o transakcji nabycia grupy Helios znajduje się w nocie 32 do skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Agora.

Tab. 15

w mln zł	wrzesień - grudzień 2010
Łączne przychody, w tym:	56,0
Przychody ze sprzedaży biletów do kina	40,1
Przychody ze sprzedaży barowej	12,1
Przychody ze sprzedaży reklam	3,3
Razem koszty operacyjne, w tym:	(55,4)
Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów	(7,7)
Amortyzacja	(5,4)
Wynagrodzenia i świadczenia	(8,5)
Usługi obce	(31,1)
Reprezentacja i reklama	(1,3)
Pozostałe koszty operacyjne netto	(1,4)
EBIT	0,6
marża EBIT	1,1%
EBITDA	6,0
marża EBITDA	10,7%
EBITDA operacyjna (1)	6,0
marża EBITDA operacyjna (1)	10,7%

(1) w przypadku grupy Helios wskaźniki EBITDA i EBITDA operacyjna są tożsame, ponieważ w omawianym okresie nie wystąpiły niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych

W dniu 31 sierpnia 2010 r. Agora SA podpisała ostateczną umowę nabycia większościowego pakietu akcji Helios S.A. W rezultacie od 1 września 2010 r. skonsolidowany rachunek zysków i strat Grupy Agora zawiera cztery miesiące rachunku zysków i strat skonsolidowanej grupy kapitałowej Helios S.A. (w jej skład wchodzi spółki: Helios S.A. oraz Kinoplex Sp. z o.o.; dalej: „grupa Helios”).

1. PRZYCHODY [3]

W 2010 r. w Polsce sprzedano 37,5 mln sztuk biletów do kin i było to o 4,4% mniej niż w 2009 r. [13]. W kinach należących do grupy Helios spadek sprzedaży biletów wyniósł 3,0%. Udział biletów na filmy 3D w całości sprzedanych biletów w polskich kinach w 2010 r. wyniósł 34,0% i zwiększył się o prawie 17 pkt% w stosunku do 2009 r. [14].

W okresie wrzesień – grudzień 2010 r. przychody segmentu Kino wyniosły 56,0 mln zł, na ich wysokość wpływ miały głównie niższe przychody ze sprzedaży biletów, które wyniosły 40,1 mln zł. Wynik operacyjny EBIT wyniósł w tym okresie 0,6 mln zł.

2. KOSZTY

Koszty operacyjne segmentu wyniosły w okresie wrzesień-grudzień 2010 r. 55,4 mln zł. Największą kategorią kosztową w tym okresie były koszty usług obcych, w których ujmowane są m.in. koszty zakupu kopii filmowych oraz koszty czynszów za wynajem powierzchni w centrach handlowych.

3. UDZIAŁY W LICZBIE SPRZEDANYCH BILETÓW [14]

W 2010 r. liczba biletów sprzedanych w sieci kin grupy Helios wyniosła 7,7 mln sztuk i była o 3,0% niższa niż roku 2009 r. We wszystkich kinach w Polsce w tym czasie sprzedano 37,5 mln biletów, co oznacza spadek o 4,4% w stosunku do roku poprzedniego.

4. INNE ZDARZENIA

Trwa proces cyfryzacji istniejących kin. W dniu nabycia przez Agorę większościowego udziału w sieci kin grupy Helios sale kinowe wyposażone były w 24 projektory cyfrowe z możliwością wyświetlania filmów w systemie 3D. Do dnia 31 marca 2011 r. zamontowano 43 kolejne projektory cyfrowe wyposażone w system do wyświetlania filmów w technologii 3D.

PRZYPISY

[1] EBITDA operacyjna = EBITDA + niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych.

EBIT, EBITDA oraz EBITDA operacyjna dla Prasy Codziennej, Internetu i Czasopism wyliczane są po kosztach bezpośrednio przypisanych do danego segmentu operacyjnego Grupy, bez alokacji kosztów ogólnofirmowych Spółki (np. kosztów zarządu, większości kosztów pionów wspomagających Spółki), które są zawarte w pozycjach uzgadniających.

[2] Wynik netto Grupy oznacza „wynik netto przypadający na akcjonariuszy jednostki dominującej”.

[3] Dane dotyczą reklam i ogłoszeń w sześciu mediach (prasa, radio, telewizja, reklama zewnętrzna, internet, kino). W niniejszym sprawozdaniu Agora skorygowała dane dotyczące rynku reklamy w 2010 r. oraz w czwartym kwartale 2009 r. O ile wyraźnie nie zaznaczono inaczej, w treści niniejszego komentarza dane dotyczące poziomu rynkowych wydatków na reklamę w prasie i radiu są szacowane przez Agorę z uwzględnieniem poziomu średniego rabatu i podawane są w cenach bieżących. Z tego też względu, biorąc pod uwagę presję rabatową i wyprzedaż przez media czasów/powierzchni reklamowej, dane te mogą być obciążone pewnymi błędami, które będą korygowane na bieżąco.

Dane dla prasy dotyczą jedynie ogłoszeń wymiarowych, z pominięciem insertów, ogłoszeń drobnych i nekrologów. Jako podstawę do szacunków użyto wydatków cennikowych z następujących źródeł: monitoring Kantar Media (poprzednio: Expert Monitor), monitoring Agory SA.

Wydatki na reklamę w telewizji, kinie i w internecie oparte są na szacunkach domu mediowego Starlink; szacunki rynku telewizyjnego obejmują kwoty związane z emisją regularnej reklamy oraz sponsoringu, nie zawierają natomiast kwot związanych z telezakupami, product placement lub innymi formami.

Szacunki rynku internetowego obejmują, oprócz wydatków na reklamę graficzną (display), także wydatki na reklamy w wyszukiwarkach (Search Engine Marketing), e-mail marketing oraz marketing afiliacyjny.

Szacunki rynku reklamy zewnętrznej pochodzą z danych Izby Gospodarczej Reklamy Zewnętrznej [8]

[4] Dane dotyczące liczby rozpowszechnianych egzemplarzy dzienników prezentowane są według informacji Związku Kontroli i Dystrybucji Prasy (ZKDP). Używane w niniejszym komentarzu pojęcie "sprzedaż" oznacza "rozpowszechnianie płatne razem" z deklaracji składanych przez wydawców do Związku Kontroli i Dystrybucji Prasy. Natomiast "średni dzienny nakład" jest tożsamy ze "średnim nakładem jednorazowym" również zawartym w deklaracji dla ZKDP.

Dane o czytelnictwie dzienników pochodzą z Polskich Badań Czytelnictwa, badania realizowanego przez firmę MillwardBrown SMG/KRC na losowej, ogólnopolskiej próbie Polaków powyżej 15 roku życia. Użyto wskaźników: CCS - Czytelnictwa Cyklu Sezonowego, informującego o odsetku respondentów deklarujących czytanie przynajmniej jednego wydania tytułu w ciągu 7 dni poprzedzających wywiad oraz wskaźnika CPW – Czytelnictwo Przeciętnego Wydania informujące o liczbie lub odsetku osób z populacji badanej, która wg deklaracji czytała lub przeglądała przeciętne wydanie tytułu. Dla dzienników średnią oblicza się na podstawie czytelnictwa wydań w cyklu sezonowym tj. średnią ze wskaźników CDT, czyli czytelnictwa dni tygodnia. Wielkość próby ogólnopolskiej: styczeń – grudzień 2010 r. N = 48 445.

[5] Definicje wskaźników:

$$\text{Rentowność sprzedaży netto} = \frac{\text{Zysk netto przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej}}{\text{Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów}}$$

$$\text{Rentowność sprzedaży brutto} = \frac{\text{Zysk brutto ze sprzedaży}}{\text{Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów}}$$

$$\text{Rentowność kapitału} = \frac{\text{Zysk netto przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej}}{(\text{Kapitał własny przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej na początek okresu} + \text{Kapitał własny przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej na koniec okresu}) / 2 / 1 \text{ dla danych rocznych}}$$

$$\text{Szybkość obrotu należności} = \frac{(\text{Należności z tytułu dostaw i usług brutto na początek okresu} + \text{Należności z tytułu dostaw i usług brutto na koniec okresu}) / 2}{\text{Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów} / \text{liczba dni}}$$

$$\text{Szybkość obrotu zobowiązań} = \frac{(\text{Zobowiązania z tytułu dostaw i usług na początek okresu} + \text{Zobowiązania z tytułu dostaw i usług na koniec okresu}) / 2}{\text{Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów} / \text{liczba dni}}$$

$$\text{Szybkość obrotu zapasów} = \frac{(\text{Zapasy na początek okresu} + \text{Zapasy na koniec okresu}) / 2}{\text{Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów} / \text{liczba dni}}$$

$$\text{Wskaźnik płynności I} = \frac{\text{Aktywa obrotowe}}{\text{Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe}}$$

$$\text{Stopa zadłużenia} = \frac{\text{Zobowiązania krótkoterminowe i długoterminowe z tytułu kredytów i pożyczek – środki pieniężne i inne aktywa pieniężne – aktywa finansowe o wysokim stopniu płynności}}{\text{Suma pasywów}}$$

$$\text{Wskaźnik pokrycia odsetek I} = \frac{\text{Zysk / (strata) na działalności operacyjnej}}{\text{Koszty odsetek}}$$

$$\text{Kasowy wskaźnik pokrycia odsetek} = \frac{\text{Wolne przepływy pieniężne*}}{\text{Koszty odsetek}}$$

* Wolne przepływy pieniężne = Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej + Wydatki inwestycyjne na rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne.

[6] Grupa *Gazeta.pl* obejmuje serwisy internetowe udostępniane pod domenami, których abonentem jest Agora, w tym serwisy partnerskie. Dane dotyczące liczby użytkowników (real users), odsłon oraz czasu spędzonego przez użytkowników pochodzą z badania Megapanel PBI/Gemius. Dane obejmują użytkowników w wieku 7 lub więcej lat, łączących się z serwerów znajdujących się na terenie Polski i dotyczą domen zarejestrowanych na Agorę SA. Dane dotyczące ilości użytkowników w serwisach Grupy *Gazeta.pl* audytowane są przez Gemius SA.

[7] Dane dotyczące średniego rozpowszechniania płatnego miesięczników są danymi własnymi wydawcy. Dane cennikowe dotyczące czasopism pochodzą z monitoring Kantar Media (poprzednio Expert Monitor); reklama komercyjna brandowa; pominięto miesięczniki specjalistyczne; uwzględniono 128 tytułów w okresie styczeń – grudzień 2010 r.

[8] Źródło: raport IGRZ o wielkości przychodów wybranych spółek reklamy zewnętrznej m.in.: AMS SA, Cityboard Media, Clear Channel Poland, Stroeer Out of Home Media, News Outdoor Poland, Gigaboard Polska, Mini Media/Publiprox, Business Consulting, CAM Media, Defi Poland, BP Media, Warexpo, Wadwicz i Headz Marketing Partner. Raport ten jest opracowany przez IGRZ w oparciu o faktyczne dane finansowe przekazywane przez podmioty współtworzące Izbę i dotyczą rynku reklamy zewnętrznej definiowanego jako rynek out-of-home, obejmującego reklamę stacjonarną, mobilną i cyfrową.

[9] Dane o udziałach w słuchalności pochodzą z badania RadioTrack, przeprowadzanego przez firmę MillwardBrown SMG/KRC (wszystkich miejsc słuchania, wszystkich dni słuchania i wszystkich kwadransów); dla radiostacji Grupy Agory: w miastach nadawania stacji Agory i grupie wiekowej 15+ za okres 2009 (próba dla styczeń-grudzień: 42 786), za okres 2010 (dla okresu styczeń-grudzień: 41 693); dla TOK FM: miasto nadawania Warszawa w grupie wiekowej 15+ za okres 2009 (próba dla okresu styczeń-grudzień: 5 282), za okres 2010 (próba dla okresu styczeń-grudzień: 5 073); miasta nadawania TOK FM w grupie wiekowej 15+ za okres 2009 (próba dla okresu styczeń-grudzień: 31 363), za okres 2010 (próba dla okresu dla okresu styczeń-grudzień: 30 976).

[10] W wyniku podpisanego porozumienia pomiędzy Axel Springer Polska Sp. z o.o. (wydawcą gazety codziennej *Dziennik Polska Europa Świat*) i INFOR PL S.A. (wydawcą *Gazety Prawnej*), Infor Biznes Sp. z o.o. został wydawcą *Dziennika Polska, Europa, Świat*. W dniu 14 września 2009 r. na rynku ukazał się, powstały z połączenia obu tytułów, *Dziennik Gazeta Prawna*. Nowy tytuł ukazuje się od poniedziałku do piątku, wydawca zrezygnował z wydań sobotnich.

[11] Od marca 2009 r. zredukowana została liczba tytułów wydawanych pod szyldem *Polska the Times*. W wyniku decyzji podjętej przez wydawcę, zlikwidowano 9 z 18 wydań *Polski*. Tytuły, które przestały się ukazywać to: *Polska Białystok*, *Polska Gazeta Opolska*, *Polska Kielce*, *Polska Koszalin*, *Polska Kujawy*, *Polska Lubuskie*, *Polska Olsztyn*, *Polska Rzeszów* oraz *Polska Szczecin*.

Średnia sprzedaż wszystkich tytułów *Polskapresse* wydawanych pod szyldem *Polska The Times* = suma sprzedaży wszystkich tytułów / liczba dni wydawniczych.

[12] rynek kin w Polsce obejmuje wszystkie obiekty kinowe zarówno multipleksy (kina wielosalowe) jak i kina tradycyjne (najczęściej jedno- lub dwusalowe).

[13] dane dotyczące sprzedaży biletów we wszystkich kinach w Polsce pochodzą od *Boxoffice.pl* i są sporządzane na podstawie danych przekazywanych od dystrybutorów kopii filmowych. Dane te nie oddają pełnego obrazu rynku kinowego w Polsce i są raportowane w okresach, które nie są tożsame z kalendarzowym miesiącem kwartałem czy rokiem. Liczba sprzedanych biletów w danym okresie mierzona jest począwszy od pierwszego piątku danego miesiąca, kwartału czy roku do pierwszego czwartku przypadającego w następnym miesiącu, kwartale czy roku raportowym.

[14] dane dotyczące sprzedaży biletów w kinach należących do grupy *Helios* są danymi księgowymi, raportowanymi zgodnie z okresami i zasadami sprawozdawczości giełdowej. Ze względu na powyższe różnice w sposobie podawania danych dotyczących sprzedaży biletów w kinach w całej Polsce i sieci kin *Helios* dane te nie są porównywalne.

V. INFORMACJE UZUPEŁNIAJĄCE

V.A. INFORMACJE O UMOWACH ZNACZĄCYCH DLA DZIAŁALNOŚCI EMITENTA I GRUPY KAPITAŁOWEJ

1. ZMIANY UMOWY O LINIĘ KREDYTOWĄ

W raporcie bieżącym z dnia 2 marca 2010 r., Spółka poinformowała o zawarciu w dniu 2 marca 2010 r. Aneksu nr 10 („Aneks 10”) do Umowy kredytowej z Bankiem Polska Kasa Opieki S.A. zawartej 5 kwietnia 2002 r. Na mocy podpisanego Aneksu 10, Spółka dysponuje linią kredytową w wysokości 200 mln zł, którą może wykorzystać do dnia 31 maja 2011 r.

W raporcie bieżącym z dnia 29 marca 2010 r., Spółka poinformowała, że w wykonaniu postanowień Aneksu 10, w dniu 29 marca 2010 r., Agora podpisała dokumenty dotyczące w szczególności przedłużenia okresu, w ciągu którego bank może skorzystać z zabezpieczeń linii kredytowej przyznanej Spółce.

W raporcie bieżącym z dnia 16 września 2010 r., Spółka poinformowała, że w dniu 16 września 2010 r. otrzymała od Banku Polska Kasa Opieki S.A. pismo potwierdzające spełnienie warunków wstępnych dla udzielenia Spółce dostępnej transzy kredytu z Umowy kredytowej z Bankiem Polska Kasa Opieki S.A., o którym Spółka informowała w raporcie bieżącym nr 9/2002 z dnia 5 kwietnia 2002 r. Dodatkowo w dniu 16 września 2010 roku Spółka zawarła Aneks nr 11 („Aneks”) do Umowy kredytowej. Na mocy Aneksu strony obniżyły marżę banku w odniesieniu do części kredytu przeznaczonej na refinansowanie transakcji zakupu większościowego pakietu akcji spółki Helios S.A.

2. UMOWA DOTYCZĄCA NABYCIA 84% AKCJI

W raporcie bieżącym z dnia 31 sierpnia 2010 r., Spółka poinformowała, że w dniu 31 sierpnia 2010 r. zawarła przyrzeczoną umowę („Umowa”) dotyczącą nabycia 84% akcji (dających prawo do wykonywania 84% głosów na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy) spółki Centrum Filmowe Helios S.A. z siedzibą w Łodzi („Helios”) w wykonaniu przedwstępnej umowy z 30 marca 2010 r., o której Spółka informowała w raporcie bieżącym nr 8/2010 z dnia 30 marca 2010 r. Sprzedawcami akcji Helios były spółki Nova Polonia Private Equity Fund LLC, spółka z ograniczoną odpowiedzialnością utworzona zgodnie z prawem stanu Delaware, z siedzibą przy 1209 Orange Street, Wilmington, Delaware, USA oraz Nederlandse Financierings-Maatschappij voor Ontwikkelingslanden N.V., spółka akcyjna utworzona zgodnie z prawem holenderskim, z siedzibą w Anna van Saksenlaan 71, 2593 HW Haga, Holandia, a ich doradcą był Krokus PE.

Ponadto, Spółka zawarła również 31 sierpnia 2010 r. umowę dotyczącą nabycia dodatkowych 0,44% akcji Helios od osoby fizycznej będącej dotychczas jednym z akcjonariuszy mniejszościowych Helios.

W wyniku zawarcia ww. umów, Spółka nabyła łącznie 84,44% akcji Helios dających prawo do wykonywania 84,44% głosów na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy Helios. Pozostałe 15,56% akcji należy do czterech osób fizycznych, w tym do dwóch członków zarządu Helios. Łączna cena nabycia 84,44% akcji Helios wyniosła 26.200.128,24 EUR.

Dodatkowo, z akcjonariuszami mniejszościowymi Helios posiadającymi łącznie 12,36% akcji Helios, Spółka zawarła 31 sierpnia 2010 r. umowy dotyczące między innymi warunkowego prawa nabycia („opcja call”), a także warunkowego zobowiązania do nabycia („opcja put”) tych akcji przez Spółkę. Ponadto, Spółka zobowiązała się do głosowania na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy Helios za uchwałą dotyczącą emisji (po cenie emisyjnej równej wartości nominalnej) 2% łącznej liczby akcji istniejących w dacie podpisania Umowy, tj. 200.264 akcji, skierowanej do kilku osób z najwyższej kadry menadżerskiej Helios, które nie są obecnie jego akcjonariuszami. Udział Agory w efekcie tej emisji w kapitale Heliosa spadł z 84,44% do 82,78%.

V.B. INFORMACJE O STRUKTURZE, ORGANIZACJI, POWIĄZANIACH ORAZ INWESTYCJACH KAPITAŁOWYCH EMITENTA I GRUPY KAPITAŁOWEJ A TAKŻE STRUKTURZE AKCJONARIATU

1. STRUKTURA POWIĄZAŃ KAPITAŁOWYCH EMITENTA Z JEDNOSTKAMI PODPORZĄDKOWANYMI

Wykaz spółek wchodzących w skład Grupy Kapitałowej:

Tab. 16

		% posiadanych akcji / udziałów (efektywnie)	
		31 grudnia 2010	31 grudnia 2009
Spółki zależne konsolidowane			
1	Agora Poligrafia Sp. z o.o., Tychy	100,0%	100,0%
2	Art Marketing Syndicate SA (AMS), Warszawa	100,0%	100,0%
3	IM 40 Sp. z o.o., Warszawa (1)	72,0%	72,0%
4	Grupa Radiowa Agory Sp. z o.o., Warszawa	100,0%	100,0%
5	Agencja Reklamowa Jowisz Sp. z o.o., Warszawa (1), (7)	-	100,0%
6	Adpol Sp. z o.o., Warszawa (2),	100,0%	100,0%
7	Inforadio Sp. z o.o., Warszawa (1)	66,1%	66,1%
8	Agora TC Sp. z o.o., Warszawa	100,0%	100,0%
9	Radiowe Doradztwo Reklamowe Sp. z o.o., Warszawa (1)	100,0%	100,0%
10	LLC Agora Ukraine, Kijów, Ukraina	100,0%	100,0%
11	Trader.com (Polska) Sp. z o.o., Warszawa	100,0%	100,0%
12	Agora Press Ltd., Kijów, Ukraina (3)	-	100,0%
13	AdTaily Sp. z o.o., Kraków	70,9%	50,3%
14	Helios S.A., Łódź (4)	82,78%	-
15	Kinoplex Sp. z o.o., Łódź (5)	82,78%	-
Jednostki współzależne konsolidowane metodą praw własności			
16	A2 Multimedia Sp. z o.o., Warszawa	50,0%	50,0%
17	Business Ad Network Sp. z o.o., Wrocław (6)	50,0%	-
Spółki nie objęte konsolidacją i wyceną praw własności			
18	Polskie Badania Internetu Sp. z o.o., Warszawa	20,0%	20,0%
19	Projekt Inwestycyjny Sp. z o.o., Warszawa	100,0%	100,0%
20	Polskie Badania Outdooru Sp. z o.o., Warszawa (2)	41,0%	41,0%

(1) pośrednio przez GRA Sp. z o.o.

(2) pośrednio przez AMS S.A.

(3) spółka połączona w dniu 4 sierpnia 2010 r. z LLC Agora Ukraine.

(4) spółka nabyta w dniu 31 sierpnia 2010 r.

(5) pośrednio przez Helios S.A.

(6) zakup udziałów w dniu 28 kwietnia 2010 r.

(7) spółka połączona z GRA Sp. z o.o. w dniu 20 grudnia 2010 r.

2. ZMIANY W STRUKTURZE I ORGANIZACJI GRUPY KAPITAŁOWEJ

W dniu 5 stycznia 2010 r. nastąpiła zmiana źródeł finansowania Inforadio Sp. z o.o. („Inforadio”). Każdy ze współników Inforadio (tj. Agora SA i POLITYKA Spółdzielnia Pracy („Polityka”)) objął udziały w podwyższonym kapitale zakładowym Inforadio, a wierzytelności Inforadio z tytułu pokrycia tych udziałów uległy umorzeniu przez

potrącenie z wierzytelnościami wspólników z tytułu pożyczek. W wyniku tej transakcji nastąpiła całkowita spłata zadłużenia Inforadio wobec wspólników. Wysokość kapitału zakładowego Inforadio po podwyższeniu wynosi 15 480 tys. zł i składa się z 516 udziałów, po 30 tys. zł każdy. W wyniku transakcji Agora SA posiadała 341 udziałów o łącznej wartości nominalnej 10 230 tys. zł (udział w kapitale zakładowym 66,09%), a Polityka 175 udziałów o łącznej wartości nominalnej 5 250 tys. zł (udział w kapitale zakładowym 33,91%). Następnie, w dniu 28 stycznia 2010 r. nastąpiła sprzedaż wszystkich udziałów posiadanych przez Agorę SA Grupie Radiowej Agory Sp. z o.o. („GRA”). Transakcja sprzedaży udziałów Inforadio pomiędzy Agorą SA a GRA jest zgodna z przyjętym planem działań zmierzających do zwiększenia efektywności funkcjonowania Grupy Agora. W efekcie działań restrukturyzacyjnych prowadzonych od 2004 r. doprowadzono do uproszczenia struktury właścicielskiej w ramach Grupy Agora, gdzie GRA, w której Agora SA ma 100% udziału w kapitale zakładowym, jest udziałowcem wszystkich spółek prowadzących działalność radiową.

W dniu 5 marca 2010 r. Sąd Rejonowy dla Krakowa-Śródmieścia w Krakowie, XI Wydział Gospodarczy KRS w Krakowie zarejestrował podwyższenie kapitału zakładowego w AdTaily Sp. z o.o. o 112 nowoutworzonych udziałów o wartości nominalnej 50 zł każdy (razem 5,6 tys. zł), które Agora SA objęła za wkład pieniężny w wysokości łącznej 504 tys. zł. Nadwyżka wartości wkładu na udziały do ich wartości nominalnej została przelana na kapitał zapasowy spółki. Wysokość kapitału zakładowego po podwyższeniu wynosiła 23 700 zł i składała się z 474 udziałów, po 50 zł każdy. W wyniku tej transakcji, Agora SA posiadała 294 udiały w kapitale zakładowym, które dawały jej 62,03% udziału w kapitale zakładowym spółki i odpowiednio 62,03% na walnym zgromadzeniu wspólników.

W dniu 28 kwietnia 2010 r. Agora SA, Money.pl Sp. z o.o. ("Money.pl") oraz Business Ad Network Sp. o.o. ("BAN") zawarły umowę inwestycyjną, na mocy której Agora SA objęła 120 nowoutworzonych udziałów o wartości nominalnej 50 zł każdy (o wartości łącznej 6 tys. zł) w kapitale zakładowym BAN. Udziały w BAN zostały objęte za wkład pieniężny w wysokości łącznej 306 tys. zł. W wyniku tej transakcji Agora SA posiada 50% udziału w kapitale zakładowym i odpowiednio 50% udziału w głosach na zgromadzeniu wspólników BAN. BAN jest siecią reklamy internetowej oferującą powierzchnie reklamowe w serwisach prezentujące jakościowe treści, w tym o tematyce ekonomicznej i biznesowej. Obecnie sieć obejmuje powierzchnie reklamowe serwisów biznesowych Grupy Money.pl oraz serwisów należących do Agory SA: *Wyborcza.pl*, *Wyborcza.biz*, *Gospodarka.Gazeta.pl* czy *Komunikaty.pl*.

W dniu 21 czerwca 2010 r. Sąd Rejonowy dla Krakowa-Śródmieścia w Krakowie, XI Wydział Gospodarczy KRS w Krakowie zarejestrował podwyższenie kapitału zakładowego w AdTaily Sp. z o.o. o 145 nowoutworzonych udziałów o wartości nominalnej 50 zł każdy (razem 7,25 tys. zł), które Agora SA objęła za wkład pieniężny w wysokości łącznej 652,5 tys. zł. Nadwyżka wartości wkładu na udziały nad ich wartością nominalną została przelana na kapitał zapasowy spółki. Wysokość kapitału zakładowego po podwyższeniu wynosiła 30 950 zł i składał się z 619 udziałów, po 50 zł każdy. W wyniku tej transakcji, Agora SA posiadała 439 udziałów w kapitale zakładowym, które dawały jej 70,92% udziału w kapitale zakładowym spółki i odpowiednio 70,92% na zgromadzeniu wspólników.

W dniu 4 sierpnia 2010 r., nastąpiło połączenie dwóch spółek ukraińskich należących do Grupy Agora, LLC Agora Ukraine oraz Agora Press Ltd., poprzez przeniesienie całego majątku i zobowiązań Agora Press Ltd. na spółkę LLC Agora Ukraine w zamian za udziały, które Agora SA objęła w podwyższonym kapitale zakładowym LLC Agora Ukraine.

W dniu 31 sierpnia 2010 r. Spółka zawarła przyrzeczoną umowę dotyczącą nabycia 84,44% akcji spółki Helios S.A., o której mowa w rozdziale V.A. pkt 2.

W dniu 17 grudnia 2010 r., na podstawie umów sprzedaży udziałów spółka Grupa Radiowa Agory Sp. z o.o. stała się jedynym wspólnikiem spółki Projekt Inwestycyjny Sp. z o.o.

W dniu 20 grudnia 2010 r., nastąpiło połączenie dwóch spółek należących do Grupy Agora: Grupa Radiowa Agory Sp. z o.o. oraz Agencja Reklamowa Jowisz Sp. z o.o., poprzez przeniesienie całego majątku i zobowiązań spółki Agencja Reklamowa Jowisz Sp. z o.o. na spółkę Grupa Radiowa Agory Sp. z o.o. (spółka przejmująca) bez podwyższenia kapitału zakładowego oraz innych zmian umowy spółki przejmującej.

W dniu 24 lutego 2011 r. Sąd Rejonowy dla Krakowa-Śródmieścia w Krakowie, XI Wydział Gospodarczy KRS w Krakowie zarejestrował podwyższenie kapitału zakładowego w AdTaily Sp. z o.o. o 48 nowoutworzonych udziałów o wartości nominalnej 50 zł każdy (razem 2,4 tys. zł), które Agora SA objęła za wkład pieniężny w wysokości łącznej 252 tys. zł. Nadwyżka wartości wkładu na udziały nad ich wartością nominalną została przelana na kapitał zapasowy spółki. Wysokość kapitału zakładowego po podwyższeniu wynosi 33 350 zł i składa się z 667 udziałów, po 50 zł każdy. W wyniku tej transakcji, Agora SA posiada obecnie 487 udziałów w kapitale zakładowym, które dają jej 73,01% udziału w kapitale zakładowym spółki i odpowiednio 73,01% na zgromadzeniu wspólników.

3. PRZYNALEŻNOŚĆ DO BRANŻOWYCH ORGANIZACJI KRAJOWYCH I ZAGRANICZNYCH.

Grupa chce aktywnie kształtować otoczenie, w którym na co dzień funkcjonuje. Dlatego też jej spółki są aktywnym uczestnikami organizacji skupiających specjalistów z branż istotnych dla jej działalności. Główne organizacje, w pracach których uczestniczą przedstawiciele spółek Grupy:

- polskie:

- PKPP Lewiatan,
- Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych,
- Izba Wydawców Prasy,
- Związek Kontroli Dystrybucji Prasy,
- Polskie Badania Internetu,
- IAB Polska – *Internet Advertising Bureau Polska*,
- IAA Polska – *International Advertising Association Polska*,
- IGRZ – Izba Gospodarcza Reklamy Zewnętrznej,
- Stowarzyszenie ReproPol,
- Stowarzyszenie Kina Polskie,
- Polskie Stowarzyszenie Nowe Kina.

- zagraniczne:

- WAN - IFRA – *World Association of Newspapers and News Publishers*,
- OPA Europe – *Online Publishers Association*,
- NAB – *National Association of Broadcasters*,
- INMA – *International Newsmedia Marketing Association*,
- EPC – *European Publishers Council*,
- FAEP – *The European Federation of Magazine Publishers*.

Ponadto Spółka prowadzi działalność charytatywną i społeczną m.in. poprzez Fundację Agory.

4. GŁÓWNE INWESTYCJE KRAJOWE I ZAGRANICZNE

Wartość netto wartości niematerialnych Grupy (prawa związane z wydawaniem czasopism, koncesje, licencje, patenty, pozostałe) wzrosły w 2010 r. o 33,2 mln zł (wartość brutto: wzrost o 46,3 mln zł, umorzenie i odpis z tytułu utraty wartości za okres zwiększenie o 13,2 mln zł). Szczegółowe informacje dotyczące wartości niematerialnych znajdują się w notce 3 do skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

Wartość głównych inwestycji kapitałowych dokonanych poza Grupę Agora (w tym spółki wyłączone z konsolidacji) ze środków własnych (inwestycje w akcje i udziały w spółkach, dopłaty do kapitału i pożyczki) w 2010 r. nie uległa istotnej zmianie.

Szczegółowe informacje na ten temat zawiera nota 5 do skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

W 2010 r. Spółka inwestowała poza grupą kapitałową, lokując nadwyżkę środków pieniężnych głównie w bezpieczne krótkoterminowe papiery wartościowe. Kwota ta na koniec 2010 r. wynosiła 154,8 mln zł.

5. ZMIANY W STRUKTURZE AKCJONARIATU SPÓŁKI

Zgodnie z formalnymi zawiadomieniami otrzymanymi od akcjonariuszy, w szczególności na podstawie art. 69 Ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych, na dzień przekazania raportu rocznego za rok 2009 następujący akcjonariusze mogli wykonywać ponad 5% głosów na walnym zgromadzeniu Spółki:

Tab. 17

	liczba akcji	% udział w kapitale zakładowym	liczba głosów na WZ	% udział w liczbie głosów na WZ
Agora-Holding Sp. z o.o. (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 11 stycznia 2010 r.)	6 646 955	13,05	23 773 355	34,93
BZ WBK AIB Asset Management S.A., w tym: (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 29 grudnia 2009 r.)	18 851 516	37,01	18 851 516	27,70
BZ WBK AIB Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A. (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 29 grudnia 2009 r.)	12 749 373	25,03	12 749 373	18,73
Arka BZ WBK FIO (liczba akcji i głosów została podana zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 30 maja 2008 r., natomiast udział w kapitale zakładowym i liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu został przeliczony przez Spółkę przy uwzględnieniu skutków obniżenia kapitału zakładowego Spółki)	3 629 448	7,13	3 629 448	5,33

Informacje przekazywane przez BZ WBK AIB Asset Management S.A., BZ WBK AIB Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A. oraz Arka BZ WBK Zrównoważony Fundusz Inwestycyjny Otwarty:

W raporcie bieżącym z dnia 20 września 2010 r., Zarząd Agory SA poinformował o powzięciu informacji o zmniejszeniu posiadanego przez BZ WBK AIB Asset Management S.A, z siedzibą w Poznaniu (zwane dalej BZ WBK), udziału w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu Agory SA o więcej niż 2 %. W wyniku przeprowadzonych transakcji sprzedaży akcji Spółki, w dniu 14 września 2010 r. klienci BZ WBK, których rachunki są objęte umowami o zarządzanie posiadali 25,29% głosów na walnym zgromadzeniu Agory SA

W raporcie bieżącym z dnia 29 września 2010 r., Zarząd Agory SA poinformował o powzięciu informacji o zejściu poniżej progu 25%, w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu Agory SA, posiadanego przez BZ WBK. W wyniku przeprowadzonych transakcji sprzedaży akcji Spółki, w dniu 23 września 2010 r. klienci BZ WBK, których rachunki są objęte umowami o zarządzanie posiadali 24,98% głosów na walnym zgromadzeniu Agory SA.

W raporcie bieżącym z dnia 16 grudnia 2010 r., Zarząd Agory SA poinformował o powzięciu informacji od BZ WBK AIB Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A. (Towarzystwo), że w wyniku przekształcenia następujących funduszy: Arka BZ WBK Akcji Funduszu Inwestycyjnego Otwartego, Arka BZ WBK Rozwoju Nowej Europy Funduszu Inwestycyjnego Otwartego, Arka BZ WBK Stabilnego Wzrostu Funduszu Inwestycyjnego Otwartego, Arka BZ WBK Zrównoważony Funduszu Inwestycyjnego Otwartego, Arka BZ WBK Energii Funduszu Inwestycyjnego Otwartego, Arka BZ WBK Obligacji Funduszu Inwestycyjnego Otwartego, Arka BZ WBK Ochrony Kapitału Funduszu Inwestycyjnego Otwartego, w subfundusze funduszu Arka BZ WBK Fundusz Inwestycyjny Otwarty (Fundusz), w dniu 26 listopada 2010 r. wymieniony Fundusz stał się posiadaczem akcji zapewniających więcej niż 5%, 10% oraz 15% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Agory SA.

Towarzystwo poinformowało również, że Fundusz powstał w dniu przekształcenia w związku z czym nie posiadał akcji spółki Agora SA przed tym dniem oraz że w dniu 26 listopada 2010 r. w posiadaniu Funduszu znajdowało się łącznie 10 250 251 akcji, co stanowi 20,12% w kapitale zakładowym. Z akcji tych przysługiwało 10 250 251 głosów, co stanowi 15,06% udziału w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu Agory SA. Akcje posiadane przez przekształcone fundusze w dniu przekształcenia weszły w skład aktywów Funduszu.

W raporcie bieżącym z dnia 14 lutego 2011 r., Zarząd Agory SA poinformował o powzięciu informacji o zmniejszeniu posiadanego przez Arka BZ WBK Fundusz Inwestycyjny Otwarty udziału w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu Agory SA. W wyniku sprzedaży akcji Spółki w dniu 8 lutego 2011 r., Fundusz stał się posiadaczem 10 118 356 akcji, co stanowiło 19,86% kapitału zakładowego Spółki, dających prawo do 10 118 356 głosów, co stanowiło 14,87% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki.

W raporcie bieżącym z dnia 22 lutego 2011 r., Zarząd Agory SA poinformował o powzięciu informacji od BZ WBK AIB Asset Management S.A. (BZ WBK), o zmniejszeniu posiadanego przez klientów BZ WBK, których rachunki objęte są umowami o zarządzanie (klienci BZ WBK), udziału w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu Agory SA. W wyniku sprzedaży akcji Spółki w dniu 16 lutego 2011 r., klienci BZ WBK stali się posiadaczami 15 632 682 akcji, co stanowiło 30,69% kapitału zakładowego Spółki, dających prawo do 15 632 682 głosów, co stanowiło 22,97% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki.

Informacja przekazana przez Agorę - Holding Sp. z o.o.

W raporcie bieżącym z dnia 11 stycznia 2010 r., Zarząd Agory SA poinformował, iż w nawiązaniu do raportu bieżącego nr 71/2005 z dnia 16 września 2005 r. o planie motywacyjnym, w dniu 11 stycznia 2010 r. otrzymał od Agory-Holding zawiadomienie o przeniesieniu przez Agorę-Holding, w wykonaniu umowy darowizny, 595 435 akcji zwykłych Spółki na rzecz Partycypacyjnego Funduszu Inwestycyjnego Zamkniętego zarządzanego przez Skarbiec Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A. W wyniku powyższego zbycia akcji udział Agory-Holding w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu Agory SA zmniejszył się o 0,875% i wynosi 34,93% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki.

W raporcie bieżącym z dnia 23 grudnia 2010 r., Zarząd Agory SA poinformował o powzięciu informacji o zmniejszeniu posiadanego przez Agora-Holding sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie udziału w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu Agory SA o 1pkt%. W wyniku przeniesienia 684 777 akcji zwykłych na podstawie umowy darowizny na rzecz Partycypacyjnego Funduszu Inwestycyjnego Zamkniętego z siedzibą w Warszawie, zarządzany przez spółkę pod firmą Skarbiec Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie, Agora-Holding sp. z o.o. posiadała 34,03% głosów na walnym zgromadzeniu Agory SA. Przeniesienie akcji nastąpiło w celu realizacji planu motywacyjnego Agory SA oraz jej spółek zależnych.

Zgodnie z formalnymi zawiadomieniami otrzymanymi od akcjonariuszy, w szczególności na podstawie art. 69 Ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych, na dzień przekazania niniejszego raportu rocznego następujący akcjonariusze mogą wykonywać ponad 5% głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki:

Tab. 18

	liczba akcji	% udział w kapitale zakładowym	liczba głosów na WZ	% udział w liczbie głosów na WZ
Agora-Holding Sp. z o.o. (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 23 grudnia 2010 r.)	6 032 025	11,84	23 158 425	34,03
BZ WBK AIB Asset Management S.A. w tym: (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 22 lutego 2011 r.)	15 632 682	30,69	15 632 682	22,97
BZ WBK AIB Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A. (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 29 grudnia 2009 r.)	12 749 373	25,03	12 749 373	18,73
Arka BZ WBK FIO (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 14 lutego 2011 r.)	10 118 356	19,86	10 118 356	14,87

Zarząd Agory SA nie posiada informacji o umowach, w wyniku których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy, z wyjątkiem umów realizacji planów partycypacyjnych powiązanych z planami motywacyjnymi, o których Spółka informowała w dniu 18 grudnia 2000 r.,

a także aneksów do jednej z ww. umów, których główne postanowienia podano do publicznej wiadomości w raportach bieżących z dnia 14 kwietnia 2003 r. oraz 9 lipca 2003 r.

V.C. INNE INFORMACJE UZUPEŁNIAJĄCE

1. TRANSAKCJE Z PODMIOTAMI POWIĄZANYMI

W ramach Grupy Agora występują głównie następujące transakcje:

- świadczenie usług reklamowych i poligraficznych,
- dzierżawa maszyn, urządzeń, pomieszczeń, oraz innych środków trwałych,
- świadczenie usług typu: prawne, finansowe, administracyjne, pośrednictwa handlowego, udostępniania wyników badań rynkowych, usługi o charakterze outsourcingu,
- udzielanie i spłata pożyczek oraz koszty / przychody związane z obsługą tych pożyczek,
- wypłaty dywidendy.

Wszystkie transakcje z podmiotami powiązanymi są zawierane na warunkach rynkowych w ramach normalnej działalności prowadzonej przez podmioty Grupy Agora. Szczegółowe informacje o transakcjach z podmiotami powiązanymi znajdują się w nocie 39 skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

2. UMOWY ZAWARTE MIĘDZY EMITENTEM A OSOBAMI ZARZĄDZAJĄCYMI, PRZEWIDUJĄCE REKOMPENSATĘ W PRZYPADKU REZYGNACJI LUB ZWOLNIENIA Z ZAJMOWANEGO STANOWISKA

Obowiązujące umowy o pracę zawarte z członkami Zarządu Agory SA przewidują, że w okresie 18 miesięcy od dnia, w którym ze statutu Agory SA zostanie usunięte uprawnienie akcjonariuszy akcji serii A do wskazywania kandydatów do Zarządu tej Spółki, lub od dnia w którym jeden podmiot lub grupa podmiotów działających w porozumieniu przekroczy próg 50% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Agory SA, w przypadku wypowiedzenia umowy o pracę przez Spółkę, Członek Zarządu otrzyma odprawę w takiej wysokości, aby suma dodatkowej odprawy (sześciomiesięcznej) i kwoty wynagrodzenia za okres wypowiedzenia (za 6 miesięcy) odpowiadała dwunastu miesięcznym wynagrodzeniom tego Członka Zarządu. Odprawa, o której mowa w zdaniu poprzednim, nie przysługuje w przypadku rozwiązania umowy o pracę z przyczyn wskazanych w przepisach art. 52 § 1 Kodeksu pracy.

3. WARTOŚĆ WYNAGRODZEŃ, NAGRÓD I KORZYŚCI ZARZĄDU I RADY NADZORCZEJ EMITENTA ORAZ OSÓB ZARZĄDZAJĄCYCH I NADZORUJĄCYCH SPÓŁKI OD NIEGO ZALEŻNE

Wynagrodzenie członków Zarządu i Rady Nadzorczej Agora SA:

		Tab. 19	
<i>w mln zł</i>		2010 r.	2009 r.
Zarząd			
Piotr Niemczycki		0,60	0,67
Zbigniew Bąk		0,53	0,77
Tomasz Józefacki		0,48	0,50
Grzegorz Kossakowski		0,48	0,52
		2,09	2,46
Rada Nadzorcza			
Wanda Rapaczynski (1)		0,07	0,04
Andrzej Szlęzak		0,11	0,11
Sanford Schwartz (2)		-	0,03
Tomasz Sielicki		0,07	0,07
Sławomir Sikora		0,07	0,07
Richard Bruce Rabb (2)		-	0,00
Marcin Hejka (4)		0,07	0,07
		0,39	0,39

(1) członek Rady Nadzorczej od 23 czerwca 2009 r.

(2) członek Rady Nadzorczej do 23 czerwca 2009 r.

- (3) członek Rady Nadzorczej do 22 stycznia 2009 r.
- (4) członek Rady Nadzorczej od 22 stycznia 2009 r.

Członkowie Zarządu i Rady Nadzorczej Agory SA nie otrzymywali żadnych wynagrodzeń z tytułu pełnienia funkcji we władzach jednostek zależnych, współzależnych i stowarzyszonych.

Ponadto, w 2010 r. wynagrodzenia z tytułu pełnienia funkcji osób wchodzących w skład organów zarządzających i nadzorujących spółki zależne w Grupie Agora wyniosły 3,06 mln zł (w 2009 r. 3,04 mln zł).

W Grupie Agory realizowane są plany motywacyjne oparte o instrumenty finansowe. Informacje o nabytych przez członków Zarządu i Rady Nadzorczej Agory SA akcjach i certyfikatach znajdują się w notce 26 do skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

W 2010 r. członkom zarządów i rad nadzorczych spółek zależnych (innym niż członkowie Zarządu Agory SA) przyznano 42 696 certyfikatów serii K (2009: 38 957 serii I) a łączny koszt certyfikatów serii K i I, który obciążył wyniki Grupy Agora wyniósł 680 tys. zł (2009: serii I i G: 535 tys. zł).

Zgodnie z najlepszą wiedzą Spółki, członkom zarządów i rad nadzorczych spółek Grupy nie przysługiwały inne od opisanych wyżej wynagrodzenia, nagrody ani korzyści, wypłacone, należne lub potencjalnie należne.

4. STAN POSIADANIA AKCJI AGORY SA ORAZ AKCJI I UDZIAŁÓW W JEDNOSTKACH POWIĄZANYCH AGORY SA PRZEZ CZŁONKÓW ZARZĄDÓW

Członkowie zarządów jednostek zależnych Agory SA ani też Zarządu Agory SA nie posiadali udziałów ani akcji w jednostkach powiązanych ze Spółką, z wyjątkiem udziałów i akcji opisanych poniżej.

4.1. Akcje w Agorze SA

Tab. 20

	stan na 31.12.2010	Wartość nominalna (zł)
Piotr Niemczycki	1 548 373	1 548 373
Zbigniew Bąk	68 006	68 006
Tomasz Józefacki	0	0
Grzegorz Kossakowski	44 451	44 451

Stan posiadania akcji na okaziciela Agory SA jest znany wyłącznie dla tych osób zarządzających i nadzorujących spółki zależne, które jednocześnie są członkami zarządu Agory SA i taki stan został przedstawiony w tabeli 20.

4.2. Udziały w jednostce powiązanej Agora Holding Sp. z o.o.

Tab. 21

	stan na 31.12.2010 (liczba udziałów)	Wartość nominalna (zł)
Piotr Niemczycki	1	10 427,84
Zbigniew Bąk	1	10 427,84

Udział posiadany przez każdego z członków Zarządu stanowi 16,67% kapitału zakładowego i uprawnia do wykonywania 16,67% głosów na zgromadzeniu wspólników Agory Holding Sp. z o.o.

4.3. Akcje i udziały w jednostkach powiązanych

Stan posiadania akcji i udziałów w spółkach zależnych przez członków Zarządów spółek zależnych wobec Agory SA na 31 grudnia 2010 r. przedstawia tabela poniżej

Tab. 22

	stan na 31.12.2010 (liczba akcji/udziałów)	Wartość nominalna (zł)	% kapitału zakładowego = %głosów na walnym zgromadzeniu/zgromadzeniu wspólników
Członkowie Zarządu Helios S.A.			
Tomasz Jagiełło	809 000	80 900,00	7,921%
Marek Palpuchowski	384 600	38 460,00	3,766%
Katarzyna Borkowska	68 264	6 826,40	0,668%
Jan Tadeusz Bogdan	44 000	4 400,00	0,431%
Grzegorz Komorowski	44 000	4 400,00	0,431%
Członkowie Zarządu AdTaily Sp. z o.o.			
Marcin Ekiert	90	4 500	14,54%
Jakub Krzych	90	4 500	14,54%

5. STAN POSIADANIA AKCJI AGORY SA ORAZ AKCJI I UDZIAŁÓW W JEDNOSTKACH POWIĄZANYCH AGORY SA PRZEZ CZŁONKÓW RAD NADZORCZYCH

Członkowie rad nadzorczych jednostek zależnych Agory SA ani też Rady Nadzorczej Agory SA nie posiadali udziałów ani akcji w jednostkach powiązanych ze Spółką, z wyjątkiem określonym w pkt. 5.2 poniżej. Stan posiadania przez nich akcji Agory SA jest opisany poniżej.

5.1. Akcje w Agorze SA

Tab. 23

	stan na 31.12.2010	Wartość nominalna (zł)
Sławomir S. Sikora	0	0
Tomasz Sielicki	33	33
Andrzej Szlęzak	0	0
Marcin Hejka	0	0
Wanda Rapaczynski	924 616	924 616

Członkowie Rady Nadzorczej nie posiadali żadnych uprawnień do akcji (opcji).

5.2. Udziały w jednostce powiązanej Agora Holding Sp. z o.o.

Tab. 24

	stan na 31.12.2010 (liczba udziałów)	Wartość nominalna (zł)
Wanda Rapaczynski	1	10 427,84

Udział posiadany przez członka Rady Nadzorczej stanowi 16,67% kapitału zakładowego i uprawnia do wykonywania 16,67% głosów na zgromadzeniu wspólników Agory Holding Sp. z o.o.

6. ZMIANY W PODSTAWOWYCH ZASADACH ZARZĄDZANIA PRZEDSIĘBIORSTWEM EMITENTA I JEGO GRUPĄ KAPITAŁOWĄ.

W 2010 r. nie dokonano zmian w podstawowych zasadach zarządzania przedsiębiorstwem Agory i jej grupą kapitałową.

7. INFORMACJE O ZACIĄGNIĘTYCH I WYPOWIEDZIANYCH UMOWACH DOTYCZĄCYCH KREDYTÓW I POŻYCZEK ORAZ GWARANCJACH I PORĘCZENIACH UDZIELONYCH AGORZE SA ORAZ SPÓŁKOM OD NIEJ ZALEŻNYM

W 2010 r. Agorze SA ani żadnej ze spółek od niej zależnych nie została wypowiedziana żadna umowa kredytu ani pożyczki ani sama Spółka oraz spółki od niej zależne takich umów nie wypowiedziały.

a) Agora SA

Agora SA na dzień 31 grudnia 2010 r. posiadała dostępną linię kredytową, opisaną poniżej (stan wg Aneksu nr 10):

Tab. 25

Kredytodawca	Kwota linii kredytowej	Waluta	Oprocentowanie (%)	Data umowy	Data wymagalności (lub spłaty)
Bank Polska Kasa Opieki S.A.	339,5 mln zł	PLN	WIBOR 1M lub 3M + marża banku	5 kwi 02	Kredyt A od 31 marca 2009 r. lub Kredyt B od 30 czerwca 2012 r.

Do 31 grudnia 2010 r. Spółka wykorzystwała 139,5 mln zł linii kredytowej (Kredyt A), z czego spłaciła 4 raty kwartalne. Kredyt B stanowiła otwarta linia kredytowa do wysokości 200 mln zł, którą Spółka częściowo wykorzystwała w dniu 5 października 2010 r. w kwocie 104,9 mln zł refinansując zakup akcji spółki Helios S.A. Poręczycielem tego kredytu jest Agora Poligrafia Sp. z o.o. (spółka zależna od Agory SA).

b) spółki zależne

Inforadio Sp. z o.o.

W styczniu 2010 r. nastąpiła zmiana źródeł finansowania Inforadio Sp. z o.o. Każdy ze współników Inforadio (tj. Agora SA i POLITYKA Spółdzielnia Pracy) objął udziały w podwyższonym kapitale zakładowym Inforadio, a wierzytelności Inforadio z tytułu pokrycia tych udziałów uległy umorzeniu przez potrącenie z wierzytelnościami współników z tytułu pożyczek. W wyniku tej transakcji nastąpiła całkowita spłata zadłużenia Inforadio wobec współników.

AMS S.A.

Na dzień 31 grudnia 2010 r. AMS S.A. posiadał otwarty kredyt w rachunku bieżącym zgodnie z umową o limit wierzytelności z Raiffeisen Bank Polska S.A., z którego nie skorzystał.

Helios S.A.

Tab. 26

Kredytodawca / Pożyczkodawca	Kwota kredytu lub pożyczki wg umowy (w tys. zł)	Waluta	Oprocentowanie (%)	Data umowy	Data wymagalności (lub spłaty)
HSBC Bank POLSKA S.A.	3 000,0	PLN	WIBOR 1M + marża banku	08-wrz-09	07-wrz-12
Kredyt BANK S.A.	9 040,0	PLN	WIBOR 1M + marża banku	06-lip-07	30-lis-13
Kredyt BANK S.A.	11 500,0	PLN	WIBOR 1M + marża banku	06-lip-07	30-lis-13
Kredyt BANK S.A.	2 000,0	PLN	WIBOR 1M + marża banku	09-wrz-08	31-sie-14
Kredyt BANK S.A.	16 406,9	PLN	WIBOR 1M + marża banku	05-paź-10	31-sie-15
Kredyt BANK S.A.	6 400,0	PLN	WIBOR O/N + marża banku	29-lis-06	25-lis-11
Tomasz Jagiełło	400,0	PLN	WIBOR 1M + 1,5%	14-paź-02	31-gru-13

Kredytodawca /Pożyczkodawca	Kwota kredytu lub pożyczki wg umowy (w tys. zł)	Waluta	Oprocentowanie (%)	Data umowy	Data wymagalności (lub spłaty)
Tomasz Jagiełło	222,3	PLN	WIBOR 1M + 1,5%	20-maj-04	31-gru-13
Marek Palpuchowski	600,0	PLN	WIBOR 1M + 1,5%	14-paź-02	31-gru-13
Marek Palpuchowski	70,1	PLN	WIBOR 1M + 1,5%	20-maj-04	31-gru-13
Katarzyna Borkowska	80,0	PLN	WIBOR 1M + 1,5%	26-kwi-05	31-gru-11

Tab. 27

Kinoplex Sp. z o.o.

Kredytodawca	Kwota kredytu lub pożyczki wg umowy (w tys. zł)	Waluta	Oprocentowanie (%)	Data umowy	Data wymagalności (lub spłaty)
Raiffeisen Bank Polska S.A.	30 000,0	PLN	WIBOR 1M + marża banku	18-paź-02	31-gru-20
Raiffeisen Bank Polska S.A.	1 500,0	PLN	WIBOR 1M + marża banku	18-paź-02	31-gru-20
Raiffeisen Bank Polska S.A.	10 000,0	PLN	WIBOR 1M + marża banku	28-kwi-03	31-gru-20

Bardziej szczegółowe informacje na powyższe tematy znajdują się w notce 13 do skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

Na dzień 31 grudnia 2010 r. Agora SA była również beneficjentem dwóch gwarancji rękojmi na łączną kwotę 680 tys. zł wystawionych na zlecenie wykonawcy głównej siedziby Spółki.

8. INFORMACJE O UDZIELONYCH W 2010 R. POŻYCZKACH, PORĘCZENIACH I GWARANCJACH ORAZ POZYCJACH POZABILANSOWYCH

Agora udzieliła poręczenia dla Banku Polska Kasa Opieki S.A. na łączną kwotę 911 tys. zł w związku z kredytami na zakup sprzętu przez pracowników Agory. Na dzień bilansowy wartość zobowiązań pozabilansowych w związku z wystawionymi wekslami przez AMS S.A. wynosiła 26 146 tys. zł. Dodatkowo, Helios S.A. i Kinoplex Sp. o.o. wystawiły weksle in blanco jako zabezpieczenie wierzytelności z tytułu umów kredytowych i leasingów finansowych oraz gwarancji czynszowych.

Informacje o udzielonych przez Agorę SA i spółki od niej zależne pożyczkach długo- i krótkoterminowych w 2010 r. znajdują się poniżej (stan wg umów obowiązujących na 31 grudnia 2010 r.):

Tab. 28

Lp.	Nazwa spółki	Kwota pożyczki (w tys.)	Waluta	Oprocentowanie (%)	Data umowy	Data wymagalności (lub spłaty)
Pożyczki udzielone w 2010 r. przez Agorę SA						
1	LLC Agora Ukraine	60	EUR	6	01-paź-09	09-paź-2014
2	LLC Agora Ukraine	15	EUR	6	01-paź-09	09-paź-2014
3	LLC Agora Ukraine	15	EUR	6	01-paź-09	09-paź-2014
4	LLC Agora Ukraine	60	EUR	6	01-paź-09	09-paź-2014
5	LLC Agora Ukraine	25	EUR	6	01-paź-09	09-paź-2014
6	AMS S.A.	75 000	PLN	5	23-cze-10	spłacona 26-cze-10
7	AMS S.A.	50 000	PLN	5	22-lip-10	wg postanowień umowy
Pożyczki udzielone w 2010 r. (okres wrzesień-grudzień) przez Kinoplex Sp. z o.o.						
1	Helios S.A.	1 000	PLN	WIBOR 1M +2%	23-wrz-10	31-gru-11
2	Helios S.A.	1 000	PLN	WIBOR 1M +2%	30-wrz-10	31-gru-11
3	Helios S.A.	1 000	PLN	WIBOR 1M +2%	29-gru-10	31-gru-11

Łączną wartość udzielonych pożyczek przez Agorę SA spółkom zależnym wraz z naliczonymi odsetkami prezentuje tabela poniżej.

Tab. 29

Nazwa spółki	wartość udzielonych pożyczek (w tys. zł)	splata do	splata do	splata do	splata po
	na 31.12.10	31.12.2011	31.12.2012	31.12.2013	31.12.2014
RAZEM SPÓŁKI	95 854	53 188	3 160	4 714	34 792
w tym powiązane kapitałowo:	95 854	53 188	3 160	4 714	34 792
RDR Sp. z o.o.	3 657	0	0	0	3 657
GRA Sp. z o.o.	21 955	2 000	3 000	3 000	13 955
LLC Agora Ukraine	12 545	0	160	1 714	10 671
Trader.com (Polska) Sp. z o.o.	6 509	0	0	0	6 509
AMS S.A.	51 188	51 188	0	0	0

9. INFORMACJE O SYSTEMIE KONTROLI PROGRAMÓW AKCJI PRACOWNICZYCH

Obecnie w Grupie Agory realizowane są plany motywacyjne oparte o akcje Agory. Do 2004 r. w ramach planów motywacyjnych pracownicy mogli nabyć akcje Agory SA, od 2005 r. obowiązuje w Spółce i Grupie Agora zmodyfikowany plan motywacyjny w ramach którego pracownicy są uprawnieni do objęcia certyfikatów inwestycyjnych w Partycypacyjnym Funduszu Inwestycyjnym Zamkniętym zarządzanym przez Skarbiec Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A. o czym Spółka informowała raportem bieżącym nr 71/2005 z 16 września 2005 r.

Akcje na plany motywacyjne dla pracowników Grupy Agory przeznacza Agora Holding Sp. z o.o., istotny akcjonariusz Agory SA. Zarząd zainteresowanej spółki może przedstawić Agorze Holding Sp. z o.o. rekomendacje dotyczące liczby osób oraz przyznawanych im akcji/certyfikatów. Wszystkie ostateczne decyzje dotyczące planów motywacyjnych (liczby uczestniczących, przydziału akcji/certyfikatów i warunków ich wykonania) podejmuje Agora Holding Sp. z o.o. według swojego wyłącznego uznania.

10. INFORMACJE O WYBORZE I UMOWACH Z PODMIOTEM UPRAWNIONYM DO BADANIA SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH

25 września 2008 r. Rada Nadzorcza wskazała KPMG Audyt Sp. z o.o. jako biegłego rewidenta Spółki, który zbada sprawozdania finansowe za rok 2008, 2009 i 2010. Umowy na badanie i przegląd sprawozdania finansowego są podpisywane na okres roku i dotyczą badania i przeglądu sprawozdań finansowych w danym roku obrotowym.

Informacje o umowach i wartościach umów zawartych z podmiotem uprawnionym do badania znajdują się w tabeli poniżej (kwoty netto w tys. zł) :

Tab. 30

w tys. zł	Rok obrotowy kończący się 31 grudnia 2010 r.	Rok obrotowy kończący się 31 grudnia 2009 r.
Badanie rocznego sprawozdania finansowego (1)	250,0	230,0
Inne usługi poświadczające, w tym przegląd sprawozdania finansowego (1)	157,0	145,0
Usługi doradztwa podatkowego	120,0	100,0
Pozostałe usługi (2)	72,0	107,5

- (1) Wynagrodzenia obejmują kwoty wypłacone i należne KPMG Audyt Sp. z o.o. za profesjonalne usługi związane z badaniem oraz przeglądem jednostkowego oraz skonsolidowanego sprawozdania finansowego jednostki

dominującej za dany rok (umowa z dnia 15 lipca 2010 r. dotycząca 2010 r. oraz umowa z dnia 15 lipca 2009 r. dotycząca 2009 r.);

- (2) Wynagrodzenia za pozostałe usługi obejmują pozostałe kwoty wypłacone i należne KPMG Audyt Sp. z o.o. Obejmują one usługi związane z badaniem lub przeglądem sprawozdań finansowych, ale nieuwzględnione w punktach pozostałych.

11. INFORMACJA O INSTRUMENTACH FINANSOWYCH

Informacje o instrumentach finansowych w zakresie:

- ▀ ryzyka: zmiany cen, kredytowego, istotnych zakłóceń przepływów środków pieniężnych oraz utraty płynności finansowej, na jakie narażona jest Spółka, oraz
- ▀ przyjętych przez Spółkę celach i metodach zarządzania ryzykiem finansowym

przedstawiono w notach 33 i 34 do skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

12. OPIS ISTOTNYCH CZYNNIKÓW RYZYKA I ZAGROŻEŃ

▀ Ryzyko makroekonomiczne

Wielkość przychodów reklamowych jest uzależniona od ogólnej koniunktury gospodarczej w Polsce. W czasie spowolnienia gospodarczego ulegają one znacznemu obniżeniu podczas gdy w trakcie poprawy sytuacji gospodarczej mają one tendencję do zwiększania się. Szacujemy, iż w 2010 r. reklamodawcy zwiększyli swoje budżety reklamowe o 4,5%. Obecne szacunki wskaźników makroekonomicznych wskazują na poprawę sytuacji gospodarczej w kraju w 2011 r. Jeśli szacunki wskaźników makroekonomicznych zrealizują się to wedle naszych przewidywań wartość wydatków na reklamę w 2011 r. wzrośnie między 6% a 7%. Pamiętać należy, że wartość wpływów reklamowych zależy nie tylko od wolumenu reklam i ogłoszeń, ale również cen uzyskiwanych przez media, co utrudnia oszacowanie jak rozłożą się wydatki na poszczególnych rynkach reklamowych. Dodatkowo, nawet przy wzroście całego rynku reklamowego, niektóre segmenty, a w szczególności prasa, mogą nadal odnotowywać spadki.

▀ Sezonowość wydatków reklamowych

Przychody Grupy ze sprzedaży charakteryzują się sezonowością. W pierwszym i trzecim kwartale są one zwykle niższe od tych uzyskiwanych w drugim i czwartym kwartale danego roku obrotowego. Przychody z działalności kinowej charakteryzują się sezonowością, w ten sposób, że przychody w drugim i trzecim kwartale są zwykle niższe niż w pierwszym i czwartym kwartale danego roku.

▀ Struktura rynku reklamowego i pozycja poszczególnych mediów na rynku czytelnictwa, oglądalności i słuchalności

Przychody reklamowe Grupy generowane są przez następujące media: prasa codzienna, reklama zewnętrzna, radiostacje, czasopisma, Internet i kina. Nasze media konkurują o wpływy reklamowe nie tylko z konkurentami ze swoich branż, ale również z nadawcami telewizyjnymi, którzy stanowią połowę rynku reklamowego. Istnieje ryzyko, że udziały poszczególnych mediów w łącznym rynku reklamy będą się zmieniać, co może mieć wpływ na pozycję Grupy i jej przychody.

Dodatkowo, przychody reklamowe zależą od pozycji na rynku czytelnictwa, słuchalności i oglądalności. Ze względu na proces strukturalnych zmian zachodzących w sposobie konsumpcji mediów, rynek zmienia się dynamicznie i jedne segmenty mogą zyskiwać, a inne tracić swoją pozycję na tym rynku. Nie ma pewności, że pozycja Grupy w poszczególnych segmentach mediów nie ulegnie zmianie.

▀ Dystrybucja prasy

Głównym kanałem dystrybucji prasy, z którego korzystają wszyscy wydawcy prasy w Polsce, są sieci punktów sprzedaży gazet zlokalizowane w miejscach o dużym natężeniu ruchu. Rynek dystrybucji w Polsce jest skoncentrowany – dwóch największych dystrybutorów ma ponad 80% udział w kolportażu prasy. Dlatego istotne problemy finansowe lub operacyjne któregośkolwiek z dwóch największych kolporterów mogą mieć negatywny wpływ na sprzedaż oraz wyniki Grupy.

▀ Prasa

Rynek prasy płatnej doświadcza obecnie globalnego trendu spadku sprzedaży egzemplarzowej. Tytuły prasowe wydawane przez Grupę, podobnie jak konkurencyjne tytuły prasowe, nie są odporne na zmiany zachodzące na

rynku. Następuje również migracja ogłoszeń drobnych z prasy do internetu. Dynamika powyższych procesów może mieć negatywny wpływ na sprzedaż egzemplarzy prasy i osiągnięte przez Grupę przychody. Grupa jest również wydawcą bezpłatnej gazety *Metro*. Nie wiemy, jak globalne zmiany zachodzące na rynku prasy przełożą się na pozycję prasy bezpłatnej, a w konsekwencji na przychody i wyniki Grupy.

► Internet

Polski rynek internetowych usług reklamowych jest niezwykle konkurencyjny. Liczba użytkowników internetu w Polsce stale rośnie, co powoduje coraz większe zainteresowanie reklamodawców tym medium. Wysokość wydatków na reklamę w internecie również podlega sezonowości. Najniższe przychody z tytułu sprzedaży reklam internetowych Spółka osiąga zwykle w pierwszym i trzecim kwartale roku obrotowego, zaś najwyższe w czwartym kwartale. Działalność internetowa jest w dużej mierze uzależniona od postępu technologicznego i liczby użytkowników, a utrzymanie silnej pozycji na tym rynku jest możliwe dzięki inwestycjom w nowoczesne i innowacyjne rozwiązania technologiczne. Na tak konkurencyjnym rynku, nie ma pewności, że pozycja Grupy w tym segmencie rynku oraz wpływy z reklam i ogłoszeń internetowych nie ulegną zmianie.

Dodatkowo, sposób wdrożenia dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych, w szczególności zmiany w ustawie o radiofonii i telewizji, jak i ewentualne zmiany w innych przepisach prawa, mogą mieć wpływ na kształt rynku internetowego w Polsce, a tym samym na wynik Grupy z tego typu działalności.

► Reklama zewnętrzna

Rynek reklamy zewnętrznej w Polsce jest bardzo konkurencyjny. AMS S.A. konkuruje na tym rynku zarówno z polskimi spółkami, jak i dużymi międzynarodowymi koncernami. Również w tym segmencie wydatki na reklamę podlegają sezonowości. Najwyższe przychody uzyskiwane są w tym segmencie zazwyczaj w drugim i czwartym kwartale. Rynek reklamy zewnętrznej obciążony jest dużym ryzykiem prawnym związanym z możliwością zmian zasad korzystania z przestrzeni publicznej i wprowadzaniu ograniczeń w prowadzeniu działalności reklamowej w centrach dużych aglomeracji miejskich, a także zasad i wysokości opłat i podatków, związanych z prowadzoną działalnością, co może mieć wpływ na wynik Grupy.

► Ryzyko związane z prowadzeniem działalności koncesjonowanej

W skład Grupy Kapitałowej wchodzi lokalne stacje muzyczne nadające pod marką *Złote Przeboje* i *Roxy FM* oraz ponadregionalna stacja *TOK FM*. Działalność radiowa w Polsce podlega koncesjonowaniu, a zapisy koncesyjne określają zakres i formy prowadzonej działalności w okresie, na który nadawca radiowy otrzymuje koncesję. Istnieje więc ryzyko, że zapotrzebowanie słuchaczy na dany format radiowy będzie maleć, a zapisy koncesyjne mogą w znacznym stopniu ograniczyć możliwość dostosowania się Grupy do zapotrzebowania słuchaczy na dany format radiowy.

► Radiostacje

Rynek reklamy radiowej w Polsce jest bardzo konkurencyjny i radiostacje Agory walczą o wyniki słuchalności i przychody z reklam z innymi stacjami radiowymi, w tym stacjami o zasięgu ogólnopolskim, a także z innymi mediami: telewizją, prasą, internetem i reklamą zewnętrzną. Nie ma pewności czy obecna pozycja radiostacji Grupy na rynku słuchalności nie ulegnie zmianie. Konkurując na rynku reklamowym, poszczególne radiostacje, w tym należące do różnych grup medialnych, tworzą pakiety reklamowe, których popularność wśród reklamodawców może istotnie wpływać na pozycję rynkową poszczególnych radiostacji w rynku reklamowym.

► Projekty Specjalne

Pion Projektów Specjalnych w Grupie zajmuje się głównie wydawaniem lub dystrybucją kolekcji książek oraz książek z dołączanymi do nich płytami CD lub DVD. Występują znaczące różnice pomiędzy poszczególnymi kolekcjami w zakresie zdolności do generowania przez nie przychodów i zysków, co przyczynia się do zmienności przychodów i zysków generowanych przez Pion Projektów Specjalnych w poszczególnych okresach sprawozdawczych. Każda kolekcja jest odrębnym projektem i nie można założyć, że uda się utrzymać w przyszłości obecny poziom przychodów i zysków z wydawania lub dystrybucji poszczególnych kolekcji. Wynik każdego okresu zależy od tego, jakie kolekcje są realizowane w tym czasie i jak dużym uznaniem nabywców się one cieszyły.

► **Kino**

Grupa Helios otwiera nowe obiekty kinowe głównie centrach handlowych. Dalszy rozwój sieci zależny jest od tempa budowy takich obiektów w polskich miastach oraz skutecznego konkurowania z pozostałymi operatorami kinowymi na polskim rynku o powierzchnie w danym centrum handlowym. Zarówno tempo rozwoju infrastruktury w polskich miastach, jak i kondycja rynku nieruchomości (m.in. wysokość cen najmu), mogą wpływać na wyniki osiągnięte przez kina.

Dodatkowo, na wyniki osiągnięte przez Helios wpływa różnorodność repertuaru oraz liczba filmów wyświetlanych w technologii 3D.

Ponadto, operatorzy kinowi konkurują z innymi technologiami odtwarzania filmów m.in. z telewizjami kablowymi, Internetem, kinem domowym czy DVD, które mogą wpłynąć na spadek zainteresowania ofertą kinową.

► **Testy na utratę wartości aktywów**

Zgodnie z *Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej* Spółka przeprowadza testy na utratę wartości aktywów. W przeszłości w kilku przypadkach, gdy wyniki testów były negatywne, dokonywaliśmy stosownych odpisów, które obciążały rachunek zysków i strat (jednostkowy lub skonsolidowany). Nie ma pewności, że wyniki testów na utratę wartości aktywów przeprowadzone w przyszłości dadzą pozytywne rezultaty.

► **Ryzyko walutowe**

Osiągane przez Grupę przychody są wyrażone w złotych polskich. Część kosztów operacyjnych Grupy związana głównie z usługami druku, kosztami oprogramowania, zakupem materiałów produkcyjnych, głównie papieru oraz gadżetów dołączanych do czasopism, a także kosztami czynszów w kinach powiązana jest z kursami wymiany walut obcych. Wahania kursów wymiany walut mogą mieć wpływ na poziom kosztów i osiągnięte przez Grupę wyniki.

► **Ryzyko utraty kluczowych pracowników**

Sukcesy osiągnięte przez Grupę zależą m.in. od zaangażowania i umiejętności kluczowych pracowników. Kadra menadżerska zatrudniona w Grupie w istotnym stopniu przyczyniła się zarówno do rozwoju Grupy jak i skutecznej optymalizacji jej procesów operacyjnych. Ze względu na konkurencję o wysoko wykwalifikowany personel, Grupa Agora nie ma pewności czy będzie w stanie zatrzymać wszystkich kluczowych pracowników.

13. CZYNNIKI I NIETYPOWE ZDARZENIA MAJĄCE WPŁYW NA WYNIKI Z DZIAŁALNOŚCI ZA 2010 R. Z OKREŚLENIEM STOPNIA ICH WPŁYWU

Wpływ na wyniki Grupy Agora w 2010 r. miało nabycie pakietu większościowego akcji spółki Helios S.A., który jest ujmowany w wynikach Grupy od września 2010 r.

Ponadto, negatywnie na wyniki Grupy wpłynęło dalsze ograniczenie budżetów reklamowych w prasie, które dotknęło zarówno dzienniki, jak i czasopisma. Przychody reklamowe, stanowiły 64,1% wszystkich przychodów Grupy. Negatywnie na poziom przychodów Grupy wpłynął ogólnosiwiatowy trend spadku sprzedaży egzemplarzy prasy, który dotknął również *Gazetę Wyborczą* i czasopisma wydawane przez Agorę.

14. ODDZIAŁY POSIADANE PRZEZ SPÓŁKĘ I SPÓŁKI OD NIEJ ZALEŻNE

Agora SA posiada 19 oddziałów oraz zakład główny w Warszawie. Pozostałe spółki z Grupy nie posiadają oddziałów.

15. STANOWISKO ZARZĄDU ODNOŚNIE REALIZACJI PROGNOZ FINANSOWYCH

Zarząd Agory SA nie publikował wcześniej prognoz wyników finansowych i dlatego raport nie zawiera stanowiska Zarządu odnośnie możliwości zrealizowania takich prognoz ani różnic pomiędzy wynikami finansowymi a ich prognozami.

16. EMISJA PAPIERÓW WARTOŚCIOWYCH

Spółka nie emitowała w 2010 r. papierów wartościowych.

17. POZOSTAŁE INFORMACJE

▶ Wprowadzenie akcji Spółki do obrotu

W dniu 12 lutego 2010 r. Spółka wprowadziła do obrotu na rynku podstawowym Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie 595 435 akcji nabytych przez Partycypacyjny Fundusz Inwestycyjny Zamknięty zarządzany przez Skarbiec Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A.

W dniu 6 lipca 2010 r. Spółka wprowadziła do obrotu na rynku podstawowym Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie 163 283 akcji nabytych przez pracowników w ramach planów motywacyjnych.

W dniu 18 lutego 2011 r. Spółka wprowadziła do obrotu na rynku podstawowym Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie 684 777 akcji nabytych przez Partycypacyjny Fundusz Inwestycyjny Zamknięty z siedzibą w Warszawie.

▶ Zakończenie notowania Globalnych Kwitów Depozytowych („GDR”)

W nawiązaniu do raportu bieżącego nr 55/2009 z dnia 20 października 2009 r., w dniu 20 stycznia 2010 r., Zarząd Spółki poinformował, że w związku z zakończeniem programu GDR-ów Spółki z dniem 19 stycznia 2010 r., wskutek rozwiązania umowy depozytowej z Deutsche Bank Trust Company Americas GDR-y Spółki zostały wycofane z listy papierów wartościowych dopuszczonych do obrotu na Londyńskiej Giełdzie Papierów Wartościowych (London Stock Exchange) z dniem 20 stycznia 2010 r.

▶ Wybór biegłego rewidenta przeprowadzającego badanie sprawozdań finansowych Spółki za następne lata obrotowe

W raporcie bieżącym z dnia 11 kwietnia 2011r., Spółka poinformowała, że uchwałą Rady Nadzorczej z dnia 11 kwietnia 2011r. spółka KPMG Audyt Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością spółka komandytowa została wybrana jako biegły rewident przeprowadzający badanie sprawozdań finansowych Spółki za lata obrotowe 2011, 2012 i 2013.

VI. OŚWIADCZENIE I RAPORT O STOSOWANIU ZASAD ŁADU KORPORACYJNEGO PRZEZ AGORĘ SA W 2010 R.

Agora SA stosuje zasady ładu korporacyjnego w zakresie zawartym w załączniku do Uchwały Rady Giełdy Nr 12/1170/2007 z dnia 4 lipca 2007 r., zatytułowane Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW zmienionym Uchwałą Nr 17/1249/2010 z dnia 19 maja 2010 r. Zbiór powyższych zasad jest dostępny publicznie na stronie internetowej <http://www.corp-gov.gpw.pl/>.

Agora SA doceniając znaczenie zasad ładu korporacyjnego oraz ich rolę w umacnianiu transparentności spółek giełdowych dokłada wszelkich starań, aby zasady te były stosowane w codziennym funkcjonowaniu Spółki. Starania Spółki do zapewnienia pełnej transparentności znalazły wyraz w stosowaniu dobrych praktyk spółek giełdowych poczynając od wejścia w życie Dobrych Praktyk w spółkach publicznych 2002.

Spółka przekazuje do publicznej wiadomości raporty bieżące i okresowe, które publikuje na stronie korporacyjnej. Tutaj też znajduje się kalendarium najważniejszych wydarzeń, prezentacje wyników finansowych Spółki oraz relacje z telekonferencji, poświęconych omówieniu tych wyników, jak i informacje o bieżących wydarzeniach w Spółce.

Spółka opracowuje kwartalne prezentacje swoich wyników finansowych, które omawia z uczestnikami rynku podczas telekonferencji lub spotkań ułatwiając w ten sposób dostęp do informacji o Spółce oraz spotkanie z kadrą zarządzającą Spółką.

Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom uczestników rynku kapitałowego, w 2004 r. Agora, jako jedna z pierwszych spółek notowanych na warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych, wdrożyła zasadę ograniczenia komunikacji z rynkiem kapitałowym przed publikacją wyników finansowych. W myśl tej zasady przedstawiciele Spółki nie prowadzą rozmów i nie uczestniczą w spotkaniach z analitykami i inwestorami na dwa tygodnie przed publikacją wyników kwartalnych. Zasada ta ma na celu zwiększenie przejrzystości i zapewnienie równego dostępu do informacji o Spółce przed publikacją jej wyników finansowych.

1. WSKAZANIE ZASAD ŁADU KORPORACYJNEGO, KTÓRE NIE BYŁY PRZEZ EMITENTA STOSOWANE, WRAZ ZE WSKAZANIEM JAKIE BYŁY OKOLICZNOŚCI I PRZYCZYNY NIEZASTOSOWANIA DANEJ ZASADY ORAZ W JAKI SPOSÓB SPÓŁKA ZAMIERZA USUNĄĆ EWENTUALNE SKUTKI NIEZASTOSOWANIA DANEJ ZASADY LUB JAKIE KROKI ZAMIERZA PODJĄĆ, BY ZMNIEJSZYĆ RYZYKO NIEZASTOSOWANIA DANEJ ZASADY W PRZYSZŁOŚCI

Spółka nie odstąpiła od stosowania żadnego z postanowień zbioru zasad ładu korporacyjnego.

W zakresie rekomendacji dotyczącej polityki wynagradzania w Spółce zasady ustalania wynagrodzeń pracowników Spółki, z wyjątkiem członków Zarządu i Rady Nadzorczej, ustalane są zgodnie z wewnętrznymi regulaminami wynagradzania. Wynagrodzenia członków Zarządu Spółki ustalane są przez Radę Nadzorczą w oparciu o rekomendację Komisji ds. Osobowych i Wynagrodzeń, działającej w ramach Rady Nadzorczej. Rada Nadzorcza ustala cele oraz kryteria premiowania dla poszczególnych członków Zarządu za dany rok obrotowy oraz okresy trzyletnie.

W Grupie Agora realizowany jest Trzyletni Plan Motywacyjny (2010 - 2012) dla Zarządu i najwyższej kadry kierowniczej oparty o stopień realizacji celu odnoszącego się do wyniku EBITDA operacyjna Grupy Agora oraz o stopień wzrostu wartości akcji Spółki. Zasady, cele i warunki rozliczenia Trzyletniego Planu Motywacyjnego dla członków Zarządu zostały określone w uchwale Rady Nadzorczej, a dla najwyższej kadry kierowniczej w uchwale Zarządu. Opis Trzyletniego Planu Motywacyjnego został przedstawiony w nocy 26.C do skonsolidowanego sprawozdania finansowego za rok obrotowy 2010.

Dodatkowo, członkowie Zarządu Spółki uczestniczą również w planie motywacyjnym opartym o instrumenty finansowe. Spółka informowała o tym planie raportem bieżącym nr 71/2005 z dnia 16 września 2005 r. Opis planów motywacyjnych opartych o instrumenty finansowe został przedstawiony w nocy 26.A do skonsolidowanego sprawozdania finansowego za rok obrotowy 2010.

Wynagrodzenie członków Zarządu i Rady Nadzorczej oraz inne świadczenia należne osobom zasiadającym w tych organach Spółki podawane są w rocznym sprawozdaniu finansowym.

Wysokość wynagradzania członków Rady Nadzorczej jest ustalana przez Walne Zgromadzenie Agory SA.

W zakresie rekomendacji dotyczącej zrównoważonego udziału kobiet i mężczyzn we władzach spółek Zarząd Spółki pragnie podkreślić, że przy wyborze kandydatów na wszystkie stanowiska w Spółce decydujące znaczenie odgrywają takie kryteria jak wiedza, doświadczenie i umiejętności niezbędne do piastowania danej funkcji. Stosowanie tych zasad w odniesieniu do wszystkich pracowników Spółki i Grupy jak i członków najwyższych organów Spółki zapewnia zdrowe funkcjonowanie Spółki i Grupy i pokonywanie nowych wyzwań biznesowych.

Poniżej Agora SA wskazuje sposób stosowania przez Spółkę zasad ładu korporacyjnego.

2. OPIS SPOSOBU DZIAŁANIA WALNEGO ZGROMADZENIA I JEGO ZASADNICZYCH UPRAWNIEŃ ORAZ PRAW AKCJONARIUSZY I SPOSOBU ICH WYKONYWANIA

Walne Zgromadzenie Agory („WZ”) działa w oparciu o przepisy kodeksu spółek handlowych oraz Statutu Agory („Statut”). Paragraf 16 Statutu przewiduje możliwość uchwalenia przez WZ Regulaminu Walnego Zgromadzenia określającego zasady jego funkcjonowania. Uchwalenie, zmiana albo uchylenie regulaminu wymaga dla swej ważności trzech czwartych głosów oddanych. Regulamin WZ znajduje się pod adresem URL: http://www.agora.pl/agora_pl/1,67005,1647307.html. WZA zwoływane jest zgodnie z przepisami kodeksu spółek handlowych.

O ile przepisy kodeksu spółek handlowych lub Statutu nie stanowią inaczej, uchwały WZ podejmowane są bezwzględną większością głosów oddanych. Zgodnie z §15 Statutu, uchwały dotyczące połączenia Spółki z innym podmiotem, innych form konsolidacji, jakie są lub będą dopuszczone przez przepisy prawa, podziału Spółki, a także ustalania zasad wynagradzania członków Rady Nadzorczej, w tym także osobnego wynagrodzenia dla członków, którzy zostali oddelegowani do stałego indywidualnego wykonywania nadzoru, podejmowane są bezwzględną większością trzech czwartych głosów oddanych. Bezwzględnej większości trzech czwartych głosów oddanych, przy obecności akcjonariuszy reprezentujących przynajmniej 50% kapitału zakładowego Spółki, wymagają dla swojej ważności uchwały dotyczące usunięcia spraw spod obrad Walnego Zgromadzenia objętych wcześniej porządkiem dziennym. Natomiast, gdy o usunięcie spraw z porządku dziennego wnosi Zarząd Spółki, uchwała wymaga bezwzględnej większości głosów oddanych. Uchwały WZ nie wymaga nabycie oraz zbycie nieruchomości, użytkowania wieczystego, a także udziału w nieruchomości.

Zgodnie z §15 ust. 4 Statutu, usunięcie spraw umieszczonych w porządku obrad Walnego Zgromadzenia na żądanie zgłoszone - na podstawie art. 400 lub art. 401 Kodeksu spółek handlowych - przez akcjonariusza reprezentującego co najmniej taką część kapitału jaka jest wskazana w tych przepisach wymaga zgody akcjonariusza, który zgłosił takie żądanie. Podjęcie uchwały dotyczącej odpowiedzialności akcjonariusza wobec Spółki z jakiegokolwiek tytułu wymaga

bezwzględnej większości trzech czwartych głosów oddanych przy obecności akcjonariuszy reprezentujących co najmniej 50% wszystkich akcji Spółki uprawniających do głosowania przy podjęciu takiej uchwały.

Według §17 Statutu żaden akcjonariusz nie może wykonywać więcej niż 20% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu, przy czym przy ustalaniu obowiązków nabywców znacznych pakietów akcji, przewidzianych w Ustawie o ofercie publicznej, takie ograniczenie prawa głosu nie istnieje. Wspomnianego ograniczenia prawa głosu nie stosuje się również do:

- ▶ akcjonariuszy posiadających uprzywilejowane akcje serii A,
- ▶ banku depozytowego, który na podstawie umowy ze Spółką wyemitował w związku z akcjami Spółki kwity depozytowe, w przypadku wykonywania przez taki podmiot prawa głosu z akcji, które stanowiły podstawę do wyemitowania kwitów depozytowych,
- ▶ akcjonariusza, który posiadając akcje uprawniające do nie więcej niż 20% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu ogłosił zgodnie z przepisami Ustawy o ofercie publicznej wezwanie do zapisywania się na sprzedaż lub zamianę wszystkich akcji Spółki i w ramach takiego wezwania nabył akcje uprawniające, łącznie z dotychczas posiadanymi przez niego akcjami Spółki, do wykonywania co najmniej 75% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu. Przy obliczaniu udziałów akcjonariusza w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu, o których mowa w zdaniu poprzednim, przyjmuje się, że wspomniane (20-procentowe) ograniczenie prawa głosu nie istnieje.

Zgodnie z §17 ust. 5 Statutu udział głosów podmiotów zagranicznych i podmiotów kontrolowanych przez podmioty zagraniczne na Walnym Zgromadzeniu nie może przekroczyć 49%. Ograniczenie to nie ma zastosowania w odniesieniu do podmiotów mających siedzibę lub miejsce zamieszkania w państwie członkowskim Europejskiego Obszaru Gospodarczego.

Przy podejmowaniu uchwały o wycofaniu akcji Spółki z obrotu publicznego na każdą akcję, bez względu na jej uprzywilejowanie, przypada jeden głos.

Zgodnie z §7 Statutu, poza akcjami imiennymi serii A, na kapitał zakładowy Spółki składają się akcje zwykłe serii B i D, imienne i na okaziciela. Akcje imienne serii A uprzywilejowane są w ten sposób, przy uwzględnieniu wyżej wspomnianych zastrzeżeń, że każda z nich uprawnia do pięciu głosów na Walnym Zgromadzeniu.

Zgodnie z §11 Statutu zbycie lub zamiana uprzywilejowanych akcji serii A na akcje na okaziciela wymaga pisemnej zgody właścicieli co najmniej 50% uprzywilejowanych akcji serii A wpisanych do księgi akcyjnej w dniu złożenia wniosku o wyrażenie zgody na zbycie lub zamianę uprzywilejowanych akcji serii A na akcje na okaziciela. W ciągu 14 dni od dnia otrzymania wniosku, Zarząd jest obowiązany doręczyć odpis wniosku każdemu z właścicieli uprzywilejowanych akcji serii A, którzy są uprawnieni do wyrażenia zgody, na adres akcjonariusza wpisany w księdze akcyjnej.

Kandydatów na członków Rady Nadzorczej mają prawo zgłaszać akcjonariusze posiadający uprzywilejowane akcje serii A lub akcjonariusze, którzy na ostatnim Walnym Zgromadzeniu, przed zgłoszeniem kandydatur, udokumentowali prawo do nie mniej niż 5% głosów i posiadają w chwili zgłoszenia kandydatur nie mniej niż 5% kapitału zakładowego Spółki (§ 21 ust. 1 lit. a Statutu). W przypadku złożenia rezygnacji przez członka Rady Nadzorczej pozostali członkowie organu mogą w drodze kooptacji powołać nowego członka, który swoje czynności będzie sprawować do czasu wyboru członka Rady Nadzorczej przez Walne Zgromadzenie, nie dłużej jednak niż do dnia upływu kadencji jego poprzednika. Odwołanie (usunięcie) członka Rady Nadzorczej przed upływem jego kadencji może nastąpić uchwałą Walnego Zgromadzenia podjętą zwykłą większością głosów, z zastrzeżeniem że do czasu ustania przywilejów akcji serii A, za przyjęciem takiej uchwały oddanych zostanie 80% głosów przypadających na wszystkie uprzywilejowane akcje serii A.

Informacje na temat uprawnień Walnego Zgromadzenia i praw akcjonariuszy odnośnie do powoływania i odwoływania członków Zarządu są zawarte w dalszej części niniejszego dokumentu.

Zamiana akcji na okaziciela na akcje imienne jest niedopuszczalna.

Prawa akcjonariuszy Spółki, w tym prawa akcjonariuszy mniejszościowych, wykonywane są w zakresie i w sposób zgodny z przepisami kodeksu spółek handlowych.

Realizując zasadę przejrzystości, efektywnej polityki informacyjnej oraz starając się zapewnić wszystkim akcjonariuszom równy dostęp do informacji o Spółce, Agora SA prowadzi transmisję obrad WZ przez internet, w języku polskim i angielskim. W trakcie Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia odbytego w 2010 r. Spółka nie

zdecydowała się, ze względów bezpieczeństwa, na udostępnienie akcjonariuszom możliwości dwustronnej komunikacji w czasie rzeczywistym oraz wykonywania osobiście lub przez pełnomocnika prawa głosu w toku posiedzenia przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej. Spółka dołoży starań aby dostosować się do zaleceń Dobrych Praktyk w tym zakresie, pod warunkiem, że oferowane systemy informatyczne będą gwarantowały przeprowadzenie WZ w sposób bezpieczny i efektywny przy rozproszonej strukturze akcjonariatu Spółki.

Agora SA umożliwia także obecność na posiedzeniu WZ przedstawicielom mediów.

W 2010 r. WZ Agory obradowało w dniu 25 czerwca 2010 r. jako Zwyczajne Walne Zgromadzenie Agory SA (ZWZ).

W obradach Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia ("ZWZ") Spółki uczestniczą zawsze przedstawiciele Zarządu, Rady Nadzorczej oraz biegłego rewidenta Spółki.

ZWZ w dniu 25 czerwca 2010 r. zostało zwołane na wniosek Zarządu Spółki. Jego przebieg był zgodny z przepisami kodeksu spółek handlowych oraz regulaminem WZ. Członkowie Zarządu i Rady Nadzorczej oraz przedstawiciel biegłego rewidenta obecni na ZWZ, byli gotowi do udzielania wyjaśnień w zakresie swoich kompetencji i przepisów prawa. W związku ze zmianami przepisów Kodeksu spółek handlowych Spółka przygotowała projekty uchwał ze stosownymi zmianami w regulacjach Spółki (Statut i regulamin walnego zgromadzenia), które ZWZ uchwaliło.

3. SKŁAD OSOBOWY I ZASADY DZIAŁANIA ORGANÓW ZARZĄDZAJĄCYCH I NADZORUJĄCYCH SPÓŁKI ORAZ ICH KOMITETÓW.

3.1. Zarząd

Zarząd Spółki działa w oparciu o przepisy kodeksu spółek handlowych oraz Statutu. Zgodnie ze Statutem, Zarząd składa się z od trzech do sześciu członków, których dokładna liczbę określają akcjonariusze posiadający większość uprzywilejowanych akcji serii A, a po ustaniu przywilejów w stosunku do tych akcji, Rada Nadzorcza. Na dzień przedstawienia niniejszego raportu w skład Zarządu Spółki wchodzi:

- Piotr Niemczycki – Prezes Zarządu,
- Zbigniew Bąk – Wiceprezes Zarządu,
- Tomasz Józefacki – Członek Zarządu,
- Grzegorz Kossakowski – Członek Zarządu.

Kadencja Zarządu trwa 5 lat (§29 ust. 1 Statutu). Rada Nadzorcza ustala wynagrodzenie oraz inne świadczenia dla Członków Zarządu. Zgodnie z §27 Statutu Spółki, Zarząd kieruje działalnością Spółki oraz reprezentuje ją na zewnątrz. Do zakresu działania Zarządu należą wszelkie sprawy związane z prowadzeniem spraw Spółki, niezastrzeżone do kompetencji innych władz Spółki. Uchwały Zarządu zapadają zwykłą większością głosów (§34 Statutu). Do składania oświadczeń woli w zakresie praw i obowiązków majątkowych Spółki oraz podpisywania w jej imieniu upoważniony jest każdy członek Zarządu jednoosobowo. Organizację i sposób działania Zarządu określa szczegółowo regulamin.

Zgodnie z §35 Statutu, członków Zarządu obejmuje zakaz konkurencji. W szczególności nie mogą oni zajmować się interesami w podmiocie konkurencyjnym oraz uczestniczyć w takim podmiocie jako jego członek, wspólnik, akcjonariusz lub członek władz. Zakaz ten nie obejmuje uczestnictwa członków Zarządu w organach nadzorczych i zarządzających podmiotów konkurencyjnych, z którymi Spółka jest bezpośrednio lub pośrednio powiązana kapitałowo oraz nabywania przez nich nie więcej niż 1% papierów wartościowych spółek publicznych prowadzących działalność konkurencyjną.

Spółka komunikuje wszystkie zmiany w składzie Zarządu za pomocą raportów bieżących. Życiorysy zawodowe członków Zarządu są dostępne na stronie korporacyjnej Spółki i są na bieżąco aktualizowane.

3.2. Rada Nadzorcza

Rada Nadzorcza Spółki działa w oparciu o przepisy kodeksu spółek handlowych oraz Statutu. Zgodnie z §18 Statutu, Rada Nadzorcza Spółki składa się z pięciu członków. Przewodniczącego Rady Nadzorczej powołuje Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy, członkowie Rady Nadzorczej mogą wybrać spośród siebie zastępcę przewodniczącego lub osoby pełniące inne funkcje (§18 ust. 2 Statutu).

Na dzień przedstawienia niniejszego raportu w skład Rady Nadzorczej Spółki wchodzi:

- Andrzej Szlęzak – Przewodniczący Rady Nadzorczej,

- Marcin Hejka – Członek Rady Nadzorczej,
- Wanda Rapaczynski – Członek Rady Nadzorczej,
- Tomasz Sielicki – Członek Rady Nadzorczej,
- Sławomir S. Sikora – Członek Rady Nadzorczej.

Na mocy uchwały Walnego Zgromadzenia z dnia 25 czerwca 2010 r. zmieniony został Statut Spółki w zakresie kadencyjności Rady Nadzorczej. Po wprowadzonej zmianie członkowie Rady Nadzorczej powoływani są na wspólną trzyletnią kadencję. W związku z powyższym, na podstawie uchwał Walnego Zgromadzenia z dnia 25 czerwca 2010 r. Przewodniczący Rady Nadzorczej Andrzej Szlęzak oraz członkowie Rady Nadzorczej: Marcin Hejka, Wanda Rapaczynski, Tomasz Sielicki, Sławomir S. Sikora, w dniu 15 lipca 2010 r. zostali odwołani, a następnie zostali powołani na wspólną trzyletnią kadencję, która wygaśnie z dniem odbycia Walnego Zgromadzenia Spółki zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za 2012 rok.

Zgodnie z §20 ust.4 Statutu, zawsze przynajmniej trzech członków Rady Nadzorczej to członkowie niezależni. Obecnie w Radzie Nadzorczej Spółki większość członków Rady Nadzorczej ma status niezależnych członków. Do wyłącznych kompetencji Rady Nadzorczej Agory należy m. in. ustalanie, w porozumieniu z Prezesem Zarządu, wynagrodzenia członków Zarządu, wybór biegłego rewidenta i wyrażanie zgody na warunki istotnych transakcji Spółki z podmiotami powiązanymi (§19 Statutu). Uchwały Rady Nadzorczej w sprawach wyrażenia zgody na powyższe transakcje wymagają głosowania za ich przyjęciem przez większość niezależnych członków Rady. Zgodnie z §23 ust.4 Statutu, posiedzenia Rady Nadzorczej zwoływane są przynajmniej raz na kwartał. Przewodniczący zwołuje także posiedzenia Rady Nadzorczej na żądanie Zarządu Spółki, wyrażone w formie uchwały, lub na żądanie każdego członka Rady Nadzorczej. Posiedzenia Rady Nadzorczej mogą być prowadzone przy wykorzystaniu środków bezpośredniego porozumiewania się na odległość, w sposób umożliwiający porozumienie się wszystkich uczestniczących w nim członków. Za miejsce posiedzenia przeprowadzonego przy wykorzystaniu środków bezpośredniego porozumiewania się na odległość uznaje się miejsce pobytu prowadzącego posiedzenie.

Zgodnie z §24 Statutu, uchwały Rady Nadzorczej zapadają bezwzględną większością głosów przy obecności co najmniej trzech członków Rady Nadzorczej.

Spółka komunikuje wszystkie zmiany w składzie Rady Nadzorczej za pomocą raportów bieżących. Życiorysy zawodowe członków Rady Nadzorczej są dostępne na stronie korporacyjnej Spółki i są na bieżąco aktualizowane.

3.3 Komitet i komisja działające w ramach Rady Nadzorczej

W ramach Rady Nadzorczej działają: Komitet Audytu oraz Komisja ds. Osobowych i Wynagrodzeń, powołane zgodnie ze Statutem Spółki, które pełnią funkcje doradcze dla Rady Nadzorczej. Kompetencje i tryb działania Komitetu Audytu oraz Komisji ds. osobowych i Wynagrodzeń zostały określone regulaminami tych ciał przyjętych uchwałami Rady Nadzorczej. Na dzień przedstawienia niniejszego Raportu skład komitetu i komisji kształtuje się w następujący sposób:

(i) Komitet Audytu:

- Marcin Hejka – Przewodniczący Komitetu Audytu,
- Wanda Rapaczynski,
- Tomasz Sielicki.

(ii) Komisja ds. Osobowych i Wynagrodzeń:

- Wanda Rapaczynski – Przewodnicząca Komisji ds. Osobowych i Wynagrodzeń,
- Sławomir Sikora,
- Andrzej Szlęzak.

Do kompetencji Komitetu Audytu należy sprawowanie czynności nadzorczych w zakresie monitorowania sprawozdawczości finansowej Spółki i Grupy Agora oraz czynności rewizji finansowej, sprawowanie czynności nadzorczych w zakresie monitorowania systemów kontroli wewnętrznej, audytu wewnętrznego oraz zarządzania

ryzykiem oraz sprawowanie czynności nadzorczych w zakresie monitorowania niezależności audytorów zewnętrznych.

Komitet Audytu w celu realizacji przyznaných kompetencji może żądać przedłożenia przez Spółkę określonej informacji z zakresu księgowości, finansów, audytu wewnętrznego i zarządzania ryzykiem, niezbędnych do wykonywania czynności Komitetu Audytu oraz badać dokumenty Spółki.

Komitet Audytu odbywa posiedzenia, w miarę potrzeb, co najmniej cztery razy w roku.

Posiedzenia Komitetu Audytu są zwoływane przez jego Przewodniczącego z własnej inicjatywy lub na wniosek członka Komitetu Audytu, a także na wniosek Zarządu, wewnętrznego lub zewnętrznego audytora. Posiedzenia Komitetu Audytu mogą zostać zwołane także przez Przewodniczącego Rady Nadzorczej.

Komitet Audytu przedkłada Radzie Nadzorczej swoje wnioski, stanowiska i rekomendacje w terminie umożliwiającym podjęcie przez Radę Nadzorczą odpowiednich działań, jak również roczne i półroczne sprawozdania ze swojej działalności w danym roku obrotowym oraz ocenę sytuacji Spółki w obszarach będących w zakresie jego kompetencji.

Na mocy uchwały Rady Nadzorczej z dnia 25 września 2008 r., oraz zgodnie z postanowieniami Statutu, spółka KPMG Audyt Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie przy ulicy Chłodnej 51, wpisana na listę podmiotów uprawnionych do badania sprawozdań finansowych z numerem 458, ponownie została wybrana na biegłego rewidenta Spółki, który zbada sprawozdania finansowe za lata 2008, 2009 i 2010.

Zgodnie z Regulaminem Komisji ds. Osobowych i Wynagrodzeń do jej zadań należy okresowa ocena zasad wynagradzania członków Zarządu i przekazywanie Radzie Nadzorczej odpowiednich rekomendacji w tym zakresie, sporządzanie rekomendacji co do wysokości wynagrodzeń oraz przyznawanie dodatkowych świadczeń dla poszczególnych członków Zarządu w celu ich rozpatrzenia przez Radę Nadzorczą. Komisja ds. Osobowych i Wynagrodzeń przekazując Radzie Nadzorczej powyższe rekomendacje, powinna określać wszystkie formy wynagrodzenia, w szczególności wynagrodzenie stałe, system wynagradzania za wyniki oraz odprawy. Dodatkowo do kompetencji Komisji ds. Osobowych i Wynagrodzeń należy doradzanie Radzie Nadzorczej w zakresie kryteriów wyboru i procedur powoływania członków Zarządu w przypadkach przewidzianych w statucie Spółki, doradzanie Radzie Nadzorczej w zakresie procedur umożliwiających zapewnienie właściwej sukcesji członków Zarządu w przypadkach przewidzianych w statucie Spółki, doradzanie Radzie Nadzorczej na temat potencjalnych kandydatów na członków Zarządu w przypadkach przewidzianych w statucie Spółki. Posiedzenia Komisji ds. Osobowych i wynagrodzeń odbywają się tak często, jak jest to niezbędne dla jej prawidłowego funkcjonowania, co najmniej raz w roku.

Posiedzenia Komisji są zwoływane przez jej Przewodniczącego z własnej inicjatywy lub na wniosek członka Komisji, członka Rady Nadzorczej lub prezesa Zarządu Spółki. Posiedzenia Komisji mogą zostać zwołane także przez Przewodniczącego Rady Nadzorczej.

Komisja przedkłada Radzie Nadzorczej swoje wnioski, stanowiska i rekomendacje w terminie umożliwiającym podjęcie przez Radę Nadzorczą odpowiednich działań oraz coroczne sprawozdanie ze swojej działalności w danym roku obrotowym oraz ocenę sytuacji Spółki w obszarach będących w zakresie jej kompetencji.

4. OPIS PODSTAWOWYCH CECH STOSOWANYCH W SPÓŁCE SYSTEMÓW KONTROLI WEWNĘTRZNEJ I ZARZĄDZANIA RYZYKIEM W ODNIESIENIU DO PROCESU SPORZĄDZANIA SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH I SKONSOLIDOWANYCH SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH.

Zarząd Spółki jest odpowiedzialny za system kontroli wewnętrznej w Spółce i skuteczność jego funkcjonowania w procesie sporządzania sprawozdań finansowych i raportów okresowych przygotowywanych i publikowanych zgodnie z zasadami Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 19 lutego 2009 r. z późniejszymi zmianami w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim.

Nadzór merytoryczny nad procesem przygotowania sprawozdań finansowych i raportów okresowych Spółki sprawuje Dyrektor Finansowy - członek Zarządu. Za organizację prac związanych z przygotowaniem rocznych i śródrocznych sprawozdań finansowych odpowiedzialny jest dział Sprawozdawczości Finansowej, funkcjonujący w pionie finansowo-administracyjnym. Spółka na bieżąco śledzi zmiany wymagane przez przepisy i regulacje zewnętrzne odnoszące się do wymogów sprawozdawczości giełdowej i przygotowuje się do ich wprowadzenia ze znacznym wyprzedzeniem czasowym.

Co miesiąc, po zamknięciu ksiąg, wśród członków Zarządu Spółki oraz kadry kierowniczej dystrybuowane są raporty z informacją zarządczą analizujące kluczowe dane finansowe i wskaźniki operacyjne segmentów biznesowych. W trybie miesięcznym organizowane są również spotkania Zarządu z kadrą kierowniczą, w celu omówienia wyników Spółki w podziale na poszczególne segmenty oraz pionu.

Dane finansowe będące podstawą sprawozdań finansowych i raportów okresowych pochodzą z systemu księgowo-finansowego, w którym rejestrowane są transakcje zgodnie z polityką rachunkową Spółki (zatwierdzoną przez Zarząd) opartą na Międzynarodowych Standardach Sprawozdawczości Finansowej. Sprawozdania wg. Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej (dawniej: Międzynarodowych Standardów Rachunkowości) Spółka przygotowuje od 1992 r.

Sporządzone sprawozdanie finansowe jest przekazywane Dyrektorowi Finansowemu do wstępnej weryfikacji, a następnie Zarządowi do ostatecznej weryfikacji. Sprawozdania finansowe przed ich publikacją przekazywane są również do członków Komitetu Audytu.

Przynajmniej raz na kwartał odbywają się posiedzenia Rady Nadzorczej, w trakcie których, w zależności od zapytań przedstawianych przez członków Rady Nadzorczej, Zarząd udziela informacji dotyczących kluczowych danych finansowych i wskaźników operacyjnych segmentów biznesowych.

Roczne i półroczne sprawozdania finansowe podlegają odpowiednio niezależnemu badaniu oraz przeglądowi przez biegłego rewidenta Spółki. Wyniki badania i przeglądu prezentowane są przez biegłego rewidenta kierownictwu pionu finansowego Spółki (w tym Dyrektorowi Finansowemu - członkowi Zarządu) oraz publikowane w raporcie biegłego rewidenta.

Wnioski z badania i przeglądu sprawozdania finansowego przedstawiane są Komitetowi Audytu. Przedstawiciele Komitetu Audytu analizują wyniki badania i przeglądu na zamkniętych posiedzeniach z biegłym rewidentem Spółki, także bez udziału Zarządu Spółki.

Biegły rewident dodatkowo przekazuje Komitetowi Audytu rekomendacje dotyczące usprawnień systemu kontroli wewnętrznej w Spółce, które zostały zidentyfikowane podczas audytu sprawozdań finansowych.

Dodatkowo w Spółce funkcjonuje Dział Audytu Wewnętrznego, którego jednym z głównych zadań jest identyfikacja ryzyk i słabości kontroli wewnętrznej. Komitet Audytu na swoich posiedzeniach omawia wyniki pracy Audytu Wewnętrznego z jego kierownikiem, także bez udziału Zarządu Spółki.

Otrzymane rekomendacje biegłego rewidenta i Audytu Wewnętrznego są omawiane przez Komitet Audytu z Zarządem Spółki.

5. WSKAZANIE AKCJONARIUSZY POSIADAJĄCYCH ZNACZNE PAKIETY AKCJI

Zgodnie z najlepszą wiedzą Spółki, na dzień przekazywania raportu rocznego za 2010 r. następujący akcjonariusze mogli wykonywać ponad 5% głosów na walnym zgromadzeniu Spółki:

	liczba akcji	% udział w kapitale zakładowym	liczba głosów na WZ	% udział w liczbie głosów na WZ
Agora-Holding Sp. z o.o. (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 23 grudnia 2010 r.)	6 032 025	11,84	23 158 425	34,03
BZ WBK AIB Asset Management S.A., w tym: (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 22 lutego 2011 r.)	15 632 682	30,69	15 632 682	22,97
BZ WBK AIB Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A. (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 29 grudnia 2009 r.)	12 749 373	25,03	12 749 373	18,73
Arka BZ WBK FIO	10 118 356	19,86	10 118 356	14,87

(zgodnie z ostatnim zawiadomieniem
z dnia 14 lutego 2011 r.)

6. ZASADY POWOŁYWANIA I ODWOŁYWANIA OSÓB ZARZĄDZAJĄCYCH ORAZ UPRAWNIENIA OSÓB ZARZĄDZAJĄCYCH, W SZCZEGÓLNOŚCI PRAWO DO PODJĘCIA DECYZJI O WYKUPIE LUB EMISJI AKCJI

6.1. Powoływanie

Zgodnie z § 28 Statutu Zarząd powoływany jest przez Walne Zgromadzenie, z wyjątkiem powołania dodatkowych członków Zarządu w drodze kooptacji.

Z zastrzeżeniem sytuacji, w której następuje kooptacja dodatkowych członków Zarządu, Zarząd składa się z od trzech do sześciu członków, przy czym dokładna liczba członków określana jest przez akcjonariuszy posiadających większość uprzywilejowanych akcji serii A, a po ustaniu przywilejów wszystkich akcji serii A - przez Radę Nadzorczą.

W toku kadencji Zarząd może w drodze kooptacji powołać nie więcej niż dwóch dodatkowych członków; kooptacja dodatkowych członków następuje uchwałą Zarządu. W przypadku powołania członka Zarządu w drodze kooptacji, Zarząd jest obowiązany na najbliższym zwyczajnym walnym zgromadzeniu umieścić w porządku obrad punkt dotyczący zatwierdzenia powołania nowego członka Zarządu w drodze kooptacji i przedstawić stosowny projekt uchwały. Jeżeli walne zgromadzenie nie zatwierdzi powołania nowego członka Zarządu w drodze kooptacji, mandat tego członka Zarządu wygasa z momentem zakończenia tego walnego zgromadzenia.

Zgodnie ze Statutem członkami Zarządu muszą być w większości obywatele polscy zamieszkali w Polsce.

Zgodnie z § 30 Statutu Agory SA kandydatów na członków Zarządu mają prawo zgłaszać wyłącznie akcjonariusze posiadający uprzywilejowane akcje serii A, a po ustaniu przywilejów w stosunku do wszystkich tych akcji, Rada Nadzorcza.

W przypadku, gdy osoby uprawnione do określenia liczby członków Zarządu i zgłoszenia kandydatów na członków Zarządu nie skorzystają z jednego albo obydwu z tych uprawnień, wówczas uprawnienie, z którego nie skorzystano, przysługiwać będzie odpowiednio: dla określenia liczby członków Zarządu - Walnemu Zgromadzeniu, a w przypadku zgłaszania kandydatów - każdemu akcjonariuszowi w trakcie Walnego Zgromadzenia.

6.2. Odwoływanie

Zgodnie z § 31 Statutu odwołanie (usunięcie) poszczególnych lub wszystkich członków Zarządu przed upływem kadencji może nastąpić z ważnych powodów uchwałą Walnego Zgromadzenia podjętą zwykłą większością głosów, z zastrzeżeniem że do czasu ustania przywilejów akcji serii A, za przyjęciem takiej uchwały oddanych zostanie 80% głosów przypadających na wszystkie uprzywilejowane akcje serii A. Uchwała o odwołaniu (usunięciu) członków Zarządu powinna określać przyczyny, z powodu których odwołanie następuje.

Członkowie Zarządu powołani w drodze kooptacji mogą być odwołani w sposób przewidziany powyżej, albo uchwałą Zarządu, przy czym osoby zainteresowane nie mogą głosować w tej sprawie.

W przypadku odwołania części członków Zarządu lub wygaśnięcia mandatu z innych przyczyn w toku kadencji, wybory uzupełniające będą przeprowadzone dopiero wówczas, gdy liczba członków Zarządu sprawujących swoje funkcje wyniesie mniej niż trzy osoby lub gdy wymóg by większość w składzie Zarządu stanowili obywatele polscy zamieszkali w Polsce przestanie być spełniany.

Jeżeli liczba członków Zarządu będzie niższa od wymaganej zgodnie z ustępem poprzedzającym, Zarząd zobowiązany będzie bezzwłocznie zwołać nadzwyczajne Walne Zgromadzenie w celu przeprowadzenia wyborów uzupełniających. Wybory uzupełniające mogą odbyć się także w trakcie zwyczajnego Walnego Zgromadzenia, jeżeli zgodnie z obowiązującymi przepisami termin jego odbycia powinien nastąpić w nieodległym czasie, a zwołanie nadzwyczajnego Zgromadzenia byłoby w takim przypadku niecelowe.

Przy wyborach uzupełniających stosować się będzie zasady obowiązujące przy powoływaniu członków Zarządu na pełną jego kadencję.

Zgodnie z § 33 Statutu członkowie Zarządu mogą wybrać ze swego składu prezesa lub osoby pełniące inne funkcje.

6.3. Uprawnienia osób zarządzających

Zgodnie z § 27 Statutu Spółki Zarząd kieruje działalnością Spółki i reprezentuje ją na zewnątrz.

Do zakresu działania Zarządu należą wszelkie sprawy związane z prowadzeniem spraw Spółki niezastrzeżone do kompetencji innych władz Spółki.

Prawo do podjęcia decyzji o emisji lub wykupie akcji pozostaje w gestii Walnego Zgromadzenia Spółki.

7. POSIADACZE PAPIERÓW WARTOŚCIOWYCH, KTÓRE DAJĄ SPECJALNE UPRAWNIENIA KONTROLNE W STOSUNKU DO EMITENTA

Akcje serii A

Jedynym posiadaczem akcji serii A jest Agora Holding Sp. z o.o. Do przedmiotowych akcji przypisany jest szereg znaczących przywilejów, odnoszących się przede wszystkim do prawa głosu, ustalania liczby członków Zarządu, możliwości przedstawiania kandydatów na członków Zarządu i Rady Nadzorczej, odwoływania ich, a także udzielanie zgody na zbycie akcji serii A bądź zamianę ich na akcje na okaziciela. Każda z akcji serii A uprawnia do 5 głosów na Walnym Zgromadzeniu.

Akcjonariusze posiadający uprzywilejowane akcje serii A mają wyłączne prawo zgłaszania kandydatów na członków Zarządu oraz znajdują się wśród ograniczonej liczby podmiotów posiadających wyłączne prawo zgłaszania kandydatów na członków Rady Nadzorczej Spółki Agora SA. Mogą także określać dokładną liczbę członków Zarządu.

Kolejne uprawnienie łączące się z posiadaniem akcji serii A dotyczy odwoływania członka Zarządu i Rady Nadzorczej przed upływem jego kadencji. Może ono nastąpić w drodze podjęcia uchwały przez Walne Zgromadzenie. Wymagana jest wtedy zwykła większość głosów, z zastrzeżeniem że do czasu ustania przywilejów akcji serii A, za przyjęciem takiej uchwały oddanych musi zostać 80% głosów przypadających na wszystkie uprzywilejowane akcje serii A.

W Statucie Spółki Agora SA znajduje się zastrzeżenie, iż żaden akcjonariusz nie może wykonywać więcej niż 20% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu, przy czym przy ustalaniu obowiązków nabywców znacznych pakietów akcji przewidzianych w Ustawie o publicznym obrocie papierami wartościowymi takie ograniczenie prawa głosu nie istnieje. Powyższego ograniczenia prawa głosu nie stosuje się również do akcjonariuszy posiadających uprzywilejowane akcje serii A.

Przy podejmowaniu uchwały o wycofaniu akcji Spółki z obrotu publicznego na każdą akcję, bez względu na jej uprzywilejowanie, przypada jeden głos.

8. OGRANICZENIA DOTYCZĄCE PRZENOSZENIA PRAWA WŁASNOŚCI PAPIERÓW WARTOŚCIOWYCH EMITENTA

Zgodnie ze Statutem Agory SA zbycie lub zamiana akcji serii A na akcje na okaziciela wymaga pisemnej zgody właścicieli co najmniej 50% uprzywilejowanych akcji serii A wpisanych do księgi akcyjnej w dniu złożenia wniosku o wyrażenie takiej zgody. Dodatkowe ograniczenia w zakresie rozporządzania papierami wartościowymi emitenta dotyczą również akcji objętych przez pracowników w ramach planów motywacyjnych opisanych w notce 26.B do skonsolidowanego sprawozdania finansowego za rok obrotowy 2010.

9. OGRANICZENIA W WYKONYWANIU PRAWA GŁOSU

Zgodnie z zapisami Statutu Spółki, żaden akcjonariusz nie może wykonywać więcej niż 20% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu. Przy ustalaniu obowiązków nabywców znacznych pakietów akcji przewidzianych w Ustawie o publicznym obrocie papierami wartościowymi takie ograniczenie prawa głosu nie istnieje. Ograniczenie prawa głosu, o którym mowa w zdaniu powyżej nie stosuje się do:

- a) akcjonariuszy posiadających uprzywilejowane akcje serii A;
- b) banku depozytowego, który na podstawie umowy ze Spółką wyemitował w związku z akcjami Spółki kwity depozytowe, w przypadku wykonywania przez taki podmiot prawa głosu z akcji, które stanowiły podstawę do wyemitowania kwitów depozytowych; oraz

c) akcjonariusza, który posiadając akcje uprawniające do nie więcej niż 20% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu ogłosił zgodnie z przepisami Ustawy o publicznym obrocie papierami wartościowymi wezwanie do zapisywania się na sprzedaż lub zamianę wszystkich akcji Spółki i w ramach takiego wezwania nabył akcje uprawniające, łącznie z dotychczas posiadanymi przez niego akcjami Spółki, do wykonywania co najmniej 75% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu. Przy obliczaniu udziałów akcjonariusza w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu, o których mowa w zdaniu poprzednim, przyjmuje się, że ograniczenie prawa głosu przewidziane w § 17 ust. 1 Statutu Spółki nie istnieje.

Udział głosów podmiotów zagranicznych i podmiotów kontrolowanych przez podmioty zagraniczne na Walnym Zgromadzeniu nie może przekroczyć 49%. Ograniczenie to nie ma zastosowania w odniesieniu do podmiotów mających siedzibę lub miejsce zamieszkania w państwie członkowskim Europejskiego Obszaru Gospodarczego.

Przy podejmowaniu uchwały o wycofaniu akcji Spółki z obrotu publicznego na każdą akcję, bez względu na jej uprzywilejowanie, przypada jeden głos.

10. ZASADY ZMIANY STATUTU AGORY SA

Statut Agory SA nie zawiera postanowień odmiennych od przepisów Kodeksu spółek handlowych w zakresie zmiany statutu Spółki.

VII. OPIS PODSTAWOWYCH CECH STOSOWANYCH W GRUPIE SYSTEMÓW KONTROLI WEWNĘTRZNEJ I ZARZĄDZANIA RYZYKIEM W ODNIESIENIU DO PROCESU SPORZĄDZANIA SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH I SKONSOLIDOWANYCH SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH.

Zarządy spółek z Grupy są odpowiedzialne za systemy kontroli wewnętrznej funkcjonujące w poszczególnych spółkach i skuteczność ich funkcjonowania w procesie sporządzania sprawozdań finansowych i raportów okresowych przygotowywanych i publikowanych zgodnie z zasadami Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 19 lutego 2009 r. z późniejszymi zmianami w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim.

Nadzór merytoryczny nad procesem przygotowania sprawozdań finansowych i raportów okresowych w poszczególnych spółkach Grupy sprawuje Dyrektor Finansowy - członek Zarządu spółki dominującej. Za organizację prac związanych z przygotowaniem rocznych i śródrocznych sprawozdań finansowych odpowiedzialny jest dział Sprawozdawczości Finansowej, funkcjonujący w pionie finansowo-administracyjnym Spółki. Grupa na bieżąco śledzi zmiany wymagane przez przepisy i regulacje zewnętrzne odnoszące się do wymogów sprawozdawczości giełdowej i przygotowuje się do ich wprowadzenia ze znacznym wyprzedzeniem czasowym.

Co miesiąc, po zamknięciu ksiąg, wśród członków Zarządu Spółki dominującej oraz kadry kierowniczej dystrybuowane są raporty z informacją zarządczą analizujące kluczowe dane finansowe i wskaźniki operacyjne segmentów biznesowych. W trybie miesięcznym organizowane są również spotkania Zarządu z kadrą kierowniczą, w celu omówienia wyników Spółki i Grupy w podziale na poszczególne segmenty oraz piony.

Dane finansowe będące podstawą skonsolidowanych sprawozdań finansowych i raportów okresowych pochodzą z systemu księgowo-finansowego, w którym rejestrowane są transakcje zgodnie z polityką rachunkową Spółki i Grupy (zatwierdzoną przez Zarząd) opartą na Międzynarodowych Standardach Sprawozdawczości Finansowej. Sprawozdania wg. Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej (dawniej: Międzynarodowych Standardów Rachunkowości) Spółka przygotowuje od 1992 r.

Sporządzone skonsolidowane i jednostkowe sprawozdanie finansowe jest przekazywane Dyrektorowi Finansowemu do wstępnej weryfikacji, a następnie Zarządowi do ostatecznej weryfikacji. Skonsolidowane i jednostkowe sprawozdania finansowe przed ich publikacją przekazywane są również do członków Komitetu Audytu.

Przynajmniej raz na kwartał odbywają się posiedzenia Rady Nadzorczej, w trakcie których, w zależności od zapytań przedstawianych przez członków Rady Nadzorczej, Zarząd udziela informacji dotyczących kluczowych danych finansowych i wskaźników operacyjnych segmentów biznesowych.

Skonsolidowane i jednostkowe roczne i półroczne sprawozdania finansowe podlegają odpowiednio niezależnemu badaniu oraz przeglądowi przez biegłego rewidenta Spółki. Wyniki badania i przeglądu prezentowane są przez biegłego rewidenta kierownictwu pionu finansowego Spółki dominującej (w tym Dyrektorowi Finansowemu - członkowi Zarządu) oraz publikowane w raporcie biegłego rewidenta.

Wnioski z badania i przeglądu skonsolidowanego i jednostkowego sprawozdania finansowego przedstawiane są Komitetowi Audytu. Przedstawiciele Komitetu Audytu analizują wyniki badania i przeglądu na zamkniętych posiedzeniach z biegłym rewidentem Spółki, także bez udziału Zarządu Spółki.

Biegły rewident dodatkowo przekazuje Komitetowi Audytu rekomendacje dotyczące usprawnień systemu kontroli wewnętrznej w Spółce i Grupie, które zostały zidentyfikowane podczas audytu sprawozdań finansowych.

Dodatkowo w Spółce funkcjonuje Dział Audytu Wewnętrznego, którego jednym z głównych zadań jest identyfikacja ryzyk i słabości kontroli wewnętrznej. Komitet Audytu na swoich posiedzeniach omawia wyniki pracy Audytu Wewnętrznego z jego kierownikiem, także bez udziału Zarządu Spółki.

Otrzymane rekomendacje biegłego rewidenta i Audytu Wewnętrznego są omawiane przez Komitet Audytu z Zarządem Spółki.

VIII. OŚWIADCZENIA ZARZĄDU

1. OŚWIADCZENIE ODNOŚNIE PRZYJĘTYCH ZASAD RACHUNKOWOŚCI

Zarząd Agory potwierdza, że zgodnie z jego najlepszą wiedzą, roczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe i dane porównywalne sporządzone zostały zgodnie z obowiązującymi zasadami rachunkowości oraz, że odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową Grupy Kapitałowej emitenta oraz jej wynik finansowy.

Roczne sprawozdanie Zarządu z działalności Grupy zawiera prawdziwy obraz rozwoju i osiągnięć oraz sytuacji Grupy Kapitałowej emitenta, w tym opis podstawowych ryzyk i zagrożeń.

2. OŚWIADCZENIE ODNOŚNIE WYBORU PODMIOTU UPRAWNIONEGO DO BADANIA SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH DOKONUJĄCEGO BADANIA ROCZNEGO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO

Zarząd Agory potwierdza, że podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych dokonujący badania rocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego został wybrany zgodnie z przepisami prawa oraz że podmiot ten oraz biegli rewidenci dokonujący badania tego sprawozdania finansowego spełniali warunki do wyrażenia bezstronnej i niezależnej opinii o badanym rocznym skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym, zgodnie z obowiązującymi przepisami i normami zawodowymi.

Warszawa, 12 kwietnia 2011 r.

Piotr Niemczycki – Prezes Zarządu



Zbigniew Bąk – Wiceprezes Zarządu



Tomasz Józefacki – Członek Zarządu



Grzegorz Kossakowski – Członek Zarządu

