

GRUPA AGORA

Raport
za II kw. 2011 r.

12 sierpnia 2011 r.

SPIS TREŚCI

KOMENTARZ ZARZĄDU DO RAPORTU ZA DRUGI KWARTAŁ 2011 R.....	4
I. ISTOTNE ZDARZENIA I CZYNNIKI MAJĄCE WPŁYW NA WYNIKI FINANSOWE GRUPY	4
II. CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE I WEWNĘTRZNE ISTOTNE DLA ROZWOJU GRUPY.....	6
1. CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE.....	6
1.1. Rynek reklamy [3]	6
2. CZYNNIKI WEWNĘTRZNE	6
2.1. Przychody.....	6
2.2. Koszty operacyjne	7
3. PERSPEKTYWY.....	8
3.1. Rynek reklamy.....	8
3.2 Koszty operacyjne	9
3.2.1 Koszty wynagrodzeń i świadczeń dla pracowników.....	9
3.2.2 Koszty marketingu i promocji	9
3.2.3 Koszty materiałów i energii.....	9
3.2.4 Nakłady inwestycyjne	9
III. WYNIKI FINANSOWE	10
1. SPÓŁKI WCHODZĄCE W SKŁAD GRUPY AGORA.....	10
2. RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT GRUPY AGORA	10
2.1. Wyniki wg głównych segmentów Grupy Agora za pierwsze półrocze 2011 r.	11
2.2. Przychody i koszty finansowe	12
3. BILANS GRUPY AGORA.....	12
3.1. Aktywa trwałe	12
3.2. Aktywa obrotowe	12
3.3. Zobowiązania i rezerwy długoterminowe.....	12
3.4. Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe	13
4. PRZEPŁYWY ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH GRUPY AGORA	13
4.1. Działalność operacyjna	13
4.2. Działalność inwestycyjna	13
4.3. Działalność finansowa.....	13
5. WYBRANE WSKAŹNIKI FINANSOWE [5].....	14
IV. WYNIKI OPERACYJNE - GŁÓWNE SEGMENTY GRUPY AGORA	15
IV.A. PRASA CODZIENNA [1]	15
1. GAZETA WYBORCZA.....	16
1.1. Przychody.....	16
1.1.1. Sprzedaż prasy [4].....	16
1.1.2 Czytelnictwo [4]	16
1.1.3. Sprzedaż reklam [3]	16
1.1.4. Projekty Specjalne.....	17
1.1.5. Pozostałe przychody	18
1.2. Koszty.....	18
1.2.1. Koszty druku Gazety Wyborczej.....	18
1.2.2. Koszty reprezentacji i reklamy	18
1.3 Dodatkowe informacje	18
2. PRASA BEZPŁATNA [3], [4]	19
IV.B. INTERNET [1] , [6]	20
1. Przychody	20
2. Koszty.....	21

3. Istotne informacje o działalności internetowej	21
IV.C. CZASOPISMA [1] [7]	22
1. Przychody	22
1.1. Sprzedaż czasopism	23
1.2. Sprzedaż reklam	23
2. Koszty	23
3. Inne zdarzenia	23
IV.D. REKLAMA ZEWNĘTRZNA (GRUPA AMS)	24
1. Przychody [8]	25
2. Koszty	25
3. Inne zdarzenia	25
IV.E. RADIO	26
1. Przychody [3]	26
2. Koszty	27
3. Udziały w słuchalności [9]	27
4. Inne zdarzenia	27
IV.F. KINO	28
1. Przychody [3]	28
2. Koszty	29
3. Inne zdarzenia	29
PRZYPISY	30
V. Informacje uzupełniające	33
1. Zmiany umowy o linię kredytową	33
2. Istotne wydarzenia	33
3. Zmiany w stanie posiadania akcji lub innych uprawnień do nich (opcji) przez członków Zarządu w drugim kwartale 2011 r. i do dnia publikacji raportu	34
4. Zmiany w stanie posiadania akcji lub innych uprawnień do nich (opcji) przez członków Rady Nadzorczej w drugim kwartale 2011 r. i do dnia publikacji raportu	35
5. Akcjonariusze posiadający bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki na dzień przekazania raportu kwartalnego	36
6. Pozostałe informacje	36
SKRÓCONE ŚRÓDROCZNE SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE FINANSOWE	37

GRUPA AGORA

KOMENTARZ ZARZĄDU DO RAPORTU ZA DRUGI KWARTAŁ 2011 R.

PRZYCHODY 615,1 MLN ZŁ,
ZYSK NETTO 28,6 MLN ZŁ,
EBITDA OPERACYJNA 93,3 MLN ZŁ,
GOTÓWKA Z DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ 56,1 MLN ZŁ,
WOLNE PRZEPŁYWY PIENIĘŻNE 28,0 MLN ZŁ.

Wszystkie dane (jeżeli nie zostanie wskazane inaczej) obejmują okres styczeń - czerwiec 2011 r., zaś porównania mówią o dynamice w stosunku do analogicznego okresu 2010 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 S.A. („Grupa”), w drugim kwartale 2011 r. wydatki reklamowe wyniosły około 2,2 mld zł tj. prawie 6,5% więcej niż w drugim kwartale 2010 r. W tym okresie zwiększyły się wydatki reklamodawców we wszystkich mediach z wyjątkiem prasy i reklamy zewnętrznej. Najszybciej rosnącymi segmentami rynku reklamy były internet (wzrost o ponad 25%), kino (wzrost o 18,5%) oraz radio (wzrost o 17%). Na reklamę w telewizji reklamodawcy wydali o 6% więcej niż w analogicznym okresie roku ubiegłego. Budżety reklamowe przeznaczone na nośniki reklamy zewnętrznej skurczyły się o prawie 1,5%. Reklamodawcy ograniczyli wydatki na reklamę w prasie o prawie 5,5%. Wydatki na reklamę w dziennikach skurczyły się o prawie 9%, a w czasopismach o ponad 2,5 %.
- W dniu 31 sierpnia 2010 r. Agora S.A. podpisała ostateczną umowę nabycia większościowego pakietu akcji Helios S.A. (dawniej Centrum Filmowe Helios S.A.). Dane Grupy Agora za drugi kwartał i pierwsze półrocze 2011 r. zawierają rachunek 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”) za pierwszy i drugi kwartał 2011 r., który ze względu na czas nabycia przez Agorę SA grupy Helios nie był uwzględniony w danych za pierwszy i drugi kwartał 2010 r.
- Przychody Grupy w drugim kwartale 2011 r. wyniosły 319,3 mln zł (wzrost o 13,5%), a w pierwszym półroczu 2011 r. 615,1 mln zł (wzrost o 16,2%). Wpływy ze sprzedaży usług reklamowych wyniosły w drugim kwartale 2011 r. 194,3 mln zł (spadek o 0,7%), a w okresie styczeń - czerwiec 2011 r. 352,1 mln zł (spadek o 0,8%). W pierwszym półroczu 2011 r. wpływy ze sprzedaży wydawnictw wyniosły 100,4 mln zł (spadek o 4,3%), w tym w drugim kwartale 2011 r. 49,3 mln zł (spadek o 4,5%). Przychody ze sprzedaży biletów do kin w okresie styczeń - czerwiec 2011 r. wyniosły 69,5 mln zł, a w drugim kwartale 2011 r. 28,1 mln zł i były wyższe niż w analogicznym okresie roku ubiegłego. Przychody z pozostałej sprzedaży wzrosły zarówno w drugim kwartale jak i w pierwszym półroczu 2011 r. o odpowiednio 40,0% i 34,0%, głównie dzięki wpływom ze sprzedaży barowej w kinach sieci Helios, ze sprzedaży gry „Wiedźmin II” oraz usług poligraficznych dla klientów zewnętrznych.
- Przychody ze sprzedaży reklam w *Gazecie Wyborczej* wyniosły w drugim kwartale 2011 r. 70,3 mln zł i były o 17,9% niższe niż w analogicznym okresie roku ubiegłego. W efekcie zmniejszyły się one w pierwszym półroczu 2011 r. o 16,8% do kwoty 132,2 mln zł. Przychody ze sprzedaży egzemplarzy w okresie styczeń - czerwiec 2011 r. były o 10,6% niższe niż rok wcześniej, w tym w drugim kwartale 2011 r. o 10,2% i wyniosły 32,5 mln zł. Średnia sprzedaż egzemplarzowa *Gazety Wyborczej* wyniosła w drugim kwartale 305 tys. egzemplarzy, a w pierwszym półroczu 2011 r. 312 tys. egz. Udział *Gazety Wyborczej* w wydatkach na

reklamę w dziennikach wyniósł zarówno w drugim kwartale jak i w pierwszym półroczu 2011 r. około 37,5% [4].

- W drugim kwartale 2011 r. przychody ze sprzedaży reklam w pionie Prasy Bezpłatnej wyniosły 8,3 mln zł i były jedynie o 0,4 mln zł niższe niż rok wcześniej. W pierwszym półroczu 2011 r. wartość przychodów reklamowych pionu zmniejszyła się o 9,4% do kwoty 14,5 mln zł. Wpływy z ogłoszeń wymiarowych w bezpłatnej gazecie *Metro* spadły w drugim kwartale 2011 r. o 1,5%, natomiast w pierwszym półroczu 2011 r. były one niższe o około 8%. Udział bezpłatnej gazety Agory w wydatkach na reklamę w dziennikach wyniósł w drugim kwartale 2011 r. około 4,5 %, a w pierwszym półroczu 2011 r. około 4% [3].
- Przychody segmentu Internet w okresie kwiecień - czerwiec 2011 r. wyniosły 29,5 mln zł i wzrosły o 13,9% w stosunku do drugiego kwartału 2010 r. W pierwszym półroczu 2011 r. przychody segmentu wzrosły o 17,6% do kwoty 55,4 mln zł. W maju 2011 r. zasięg serwisów grupy *Gazeta.pl* osiągnął poziom 63,6% i uplasował je na trzecim miejscu wśród portali internetowych, a liczba użytkowników wzrosła o 4,2% w stosunku do analogicznego okresu 2010 r. i wyniosła 12,0 mln osób [6].
- Przychody grupy AMS w drugim kwartale 2011 r. wzrosły o 11,6% i wyniosły 50,1 mln zł, natomiast w pierwszym półroczu 2011 r. ich wartość wyniosła 85,9 mln zł (wzrost o 7,5%). Segment osiągnął pozytywny wynik operacyjny EBIT zarówno w drugim kwartale 2011 r. (10 mln zł) jak i w pierwszym półroczu 2011 r. (8,0 mln zł). Udział grupy AMS w wydatkach na reklamę zewnętrzną wzrósł w drugim kwartale 2011 r. o ponad 5 pkt% do 30%, a w pierwszym półroczu 2011 r. o blisko 5pkt% do 31% [8].
- Przychody segmentu Czasopism w drugim kwartale 2011 r. wyniosły 21,0 mln zł i zmniejszyły się o 7,9%, natomiast w pierwszym półroczu 2011 r. wyniosły one 38,8 mln zł (spadek o 10,4%). Segment obniżył koszty operacyjne zarówno w drugim kwartale jak i w pierwszym półroczu 2011 r. o odpowiednio 12,6% oraz 13,4%. W wyniku tych działań segment poprawił wynik operacyjny EBIT zarówno w drugim kwartale jak i w pierwszym półroczu 2011 r. [1].
- Przychody segmentu Radio wzrosły w drugim kwartale 2011 r. o 11,9% do kwoty 22,6 mln zł i o 12,2% w pierwszym półroczu 2011 r. Zarówno w drugim kwartale jak i w pierwszym półroczu 2011 r. segment Radio osiągnął pozytywny wynik operacyjny (EBIT) w wysokości 3,1 mln zł oraz 2,5 mln zł.
- Przychody grupy Helios zarówno w drugim kwartale jak i w pierwszym półroczu 2011 r. były wyższe niż rok wcześniej i wyniosły odpowiednio 39,5 mln zł i 94,8 mln zł. Liczba sprzedanych biletów w kinach grupy Helios w okresie kwiecień - czerwiec wzrosła o 20,0% do około 1,6 mln sztuk, natomiast w okresie styczeń - czerwiec wyniosła ponad 4 mln sztuk (wzrost o 8,5%). Pomimo straty operacyjnej w drugim kwartale 2011 r. na poziomie 0,8 mln zł (m.in. ze względu na sezonowość sprzedaży – drugi kwartał jest z reguły najstarszym kwartałem w skali roku dla biznesu kinowego) segment zakończył pierwsze półrocze 2011 r. z zyskiem operacyjnym na poziomie 7,2 mln zł.
- Koszty operacyjne netto Grupy wyniosły 292,9 mln zł w drugim kwartale 2011 r. oraz 578,5 mln zł w pierwszym półroczu 2011 r. i wzrosły odpowiednio o 13,9% oraz 18,4% w stosunku do analogicznych okresów roku ubiegłego. Wynika to głównie z kosztów operacyjnych poniesionych przez grupę Helios w obu tych okresach (w analogicznym okresie 2010 r. grupa Helios nie była konsolidowana jeszcze w wynikach Grupy Agora).
- EBITDA operacyjna Grupy wzrosła zarówno w drugim kwartale 2011 r. (o 22,2% do 56,6 mln zł) jak i w pierwszym półroczu 2011 r. (o 8,7% do 93,3 mln zł) w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego. Wynik operacyjny EBIT wzrósł w drugim kwartale 2011 r. o 9,5% do poziomu 26,4 mln zł, natomiast na koniec pierwszego półrocza 2011 r. wyniósł on 36,6 mln zł. Analogicznie, zysk netto Grupy przypadający na akcjonariuszy jednostki dominującej w drugim kwartale 2011 r. wzrósł o 7,4% do poziomu 21,7 mln zł, natomiast na koniec pierwszego półrocza 2011 r. wyniósł 27,8 mln zł.
- Pozytywny wpływ na wynik operacyjny Grupy zarówno w drugim kwartale jak i w pierwszym półroczu 2011 r. miała m.in. korekta podatku VAT (o 3,0 mln zł) związanego z nieodpłatnymi wydaniem towarów przez Spółkę w okresie styczeń 2006 r. – marzec 2011 r., dokonana na podstawie otrzymanej przez Spółkę wiążącej interpretacji Ministra Finansów w tym zakresie.
- Na koniec czerwca 2011 r., Grupa posiadała środki pieniężne w wysokości 331,9 mln zł, na które składały się gotówka i jej ekwiwalenty w wysokości 132,3 mln zł oraz 199,6 mln zł zainwestowane w bezpieczne krótkoterminowe papiery wartościowe.

- Na koniec czerwca 2011 r. zadłużenie kredytowe Grupy wyniosło 232,2 mln zł. W drugim kwartale 2011 r. Agora S.A. („Spółka”, „Agora”) spłaciła kolejną ratę 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 30 czerwca 2011 r. wyniosło 96,6 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 okresy ubiegłe zostały przekształcone odpowiednio.

Według szacunków Agory, opartych na dostępnych źródłach danych, w drugim kwartale 2011 r. wartość wydatków reklamowych ogółem wyniosła około 2,2 mld zł, tj. o prawie 6,5% więcej niż w drugim kwartale 2010 r. Dodatnią dynamikę odnotowały wszystkie segmenty rynku poza prasą i reklamą zewnętrzną. Dynamicznie rosły wydatki na reklamę w internecie (wzrost o ponad 25%), głównie dzięki wzrostowi wydatków na reklamę w wyszukiwarkach (wzrost o 35%) oraz w radio (wzrost o 17%). Wydatki na reklamę telewizyjną wzrosły o 6%, głównie dzięki większym wydatkom zrealizowanym w kanałach tematycznych. Wydatki na reklamę kinową zwiększyły się o 18,5%.

W tym okresie reklamodawcy wydali na reklamę zewnętrzną o prawie 1,5% mniej niż w drugim kwartale 2010 r.

Wydatki reklamowe w prasie skurczyły się w drugim kwartale 2011 r. o prawie 5,5%. W dziennikach reklamodawcy ograniczyli budżety reklamowe o prawie 9%, a w magazynach skurczyły się one o ponad 2,5%.

W dziennikach najsilniejsze spadki dotyczyły branż: motoryzacja (o prawie 30%), praca (o prawie 25%) oraz turystyka, w której redukcja wydatków wyniosła około 20%.

W pierwszym półroczu 2011 r. wartość wydatków reklamowych wzrosła o ponad 4,5% w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego do kwoty około 3,9 mld zł.

Najszybciej rosły wydatki na reklamę w internecie (wzrost o ponad 23%), głównie za sprawą szybko rosnącej reklamy w wyszukiwarkach (wzrost o prawie 35%). Drugim segmentem rynku reklamy charakteryzującym się wysoką dynamiką wzrostu wartości wydatków reklamowych było radio (wzrost o prawie 14,5%). Wartość budżetów reklamowych zrealizowanych w telewizji wzrosła o ponad 4%. W okresie styczeń - czerwiec 2011 r. reklamodawcy wydali na reklamę kinową o ponad 9% więcej niż w analogicznym okresie roku ubiegłego.

Segmenty rynku reklamy, które zanotowały spadki wartości wydatków reklamowych w pierwszym półroczu 2011 r. obejmują prasę oraz reklamę zewnętrzną.

Największe spadki wartości wydatków reklamowych (o ponad 9%) dotknęły dzienniki. W czasopiśmie reklamodawcy ograniczyli budżety reklamowe o ponad 3% w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego. Wartość wydatków reklamowych zrealizowanych na nośnikach reklamy zewnętrznej skurczyła się o prawie 3% w porównaniu z pierwszym półroczem 2010 r.

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 oraz brakiem wiarygodnych danych na temat przeciętnej rynkowej wartości udzielanych rabatów. 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 drugim kwartale 2011 r. Grupa Agora zanotowała wzrost przychodów ze sprzedaży o 13,5% do 319,3 mln zł, głównie za sprawą segmentu Kino, którego wartość przychodów wyniosła 39,5 mln zł, a który jest ujmowany w wynikach Grupy Agora od 1 września 2010 r. Ponadto, pozytywnie do wzrostu przychodów Grupy przyczyniły się segmenty Reklama Zewnętrzna, Internet i Radio.

W pierwszym półroczu 2011 r. wartość przychodów Grupy wzrosła o 16,2% do kwoty 615,1 mln zł. Podobnie jak w drugim kwartale br. do tego wzrostu przyczynił się głównie segment Kino (ujmowany w wynikach Grupy Agora od 1 września 2010 r.). We wzroście wartości przychodów uczestniczyły też inne segmenty Grupy: Reklama Zewnętrzna, Internet i Radio.

W drugim kwartale 2011 r. wpływy ze sprzedaży usług reklamowych w Grupie spadły jedynie o 0,7% w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego i wyniosły 194,3 mln zł. Uwzględniając one przychody reklamowe segmentu Kino w wysokości 2,4 mln zł.

W drugim kwartale 2011 r. segment Internet odnotował wysoką dynamikę wzrostu przychodów ze sprzedaży reklam (wzrost o 18,9%). Kolejnymi segmentami, w których wzrosły przychody ze sprzedaży reklam w omawianym okresie, były segment Radio (wzrost o 12,1%) oraz segment Reklamy Zewnętrznej (wzrost o 10,4%).

Segment Prasy Codziennej oraz segment Czasopisma odnotowały spadek wartości przychodów reklamowych. W całym segmencie Prasy Codziennej wartość przychodów reklamowych w okresie kwiecień - czerwiec 2011 r. skurczyła się o 14,6% w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego. Duży spadek (o 17,9%) wpływów reklamowych został odnotowany w *Gazecie Wyborczej*, głównie za sprawą niższych nakładów reklamowych branż: motoryzacja (spadek o ponad 30%) oraz praca (spadek o ponad 25%). Działające w strukturach segmentu Prasa Codzienna bezpłatne *Metro* poradziło sobie lepiej niż większość dzienników i odnotowało niewielki (4,6%) spadek przychodów reklamowych w tym okresie. Po trudnym pierwszym kwartale 2011 r., dynamika spadku przychodów reklamowych w segmencie Czasopisma zmniejszyła się do 5,2% w drugim kwartale 2011 r. przynosząc 12,8 mln zł przychodów ze sprzedaży reklam.

W pierwszym półroczu 2011 r. wartość wpływów ze sprzedaży usług reklamowych w Grupie wyniosła 352,1 mln zł (spadek o 0,8%).

Podobnie jak w drugim kwartale 2011 r., w okresie styczeń - czerwiec 2011 r. wzrost przychodów reklamowych zanotowały segmenty: Internet (wzrost o 25,9%), Radio (wzrost o 12,1%) oraz Reklama Zewnętrzna (wzrost o 6,5%).

Negatywnie na wartość wpływów reklamowych wpłynęły spadki przychodów reklamowych w *Gazecie Wyborczej* (spadek o 16,8%) oraz w *Metrze* (spadek o 9,4%). W pierwszym półroczu 2011 r. segment Czasopisma zanotował spadek przychodów reklamowych o 6,6% do kwoty 22,5 mln zł.

Wpływy ze sprzedaży wydawnictw zmniejszyły się o 4,5% w drugim kwartale 2011 r. do kwoty 49,3 mln zł oraz o 4,3% do kwoty 100,4 mln zł w pierwszym półroczu 2011 r. Głównym czynnikiem przyczyniającym się do spadku tej pozycji przychodowej w obu powyższych okresach były niższe przychody ze sprzedaży egzemplarzowej *Gazety Wyborczej* oraz czasopism.

Odrębną pozycją przychodową zarówno w drugim kwartale, jak i w pierwszym półroczu 2011 r. były przychody ze sprzedaży biletów do kin, które wyniosły odpowiednio 28,1 mln zł oraz 69,5 mln zł i były wyższe niż w analogicznych okresach roku ubiegłego.

Pozostała sprzedaż wzrosła o 40,0% do kwoty 47,6 mln zł w drugim kwartale 2011 r. oraz o 34% do kwoty 93,1 mln zł w pierwszym półroczu 2011 r. W obu przypadkach wzrost ten udało się osiągnąć głównie dzięki przychodom ze sprzedaży barowej w kinach sieci Helios, sprzedaży gry „Wiedźmin II” oraz sprzedaży usług poligraficznych klientom zewnętrznym.

2.2. Koszty operacyjne

Koszty operacyjne netto Grupy w drugim kwartale 2011 r. wyniosły 292,9 mln zł i wzrosły o 13,9%. Wzrost ten wynika głównie z kosztów działalności segmentu Kino, którego koszty operacyjne wyniosły w drugim kwartale 2011 r. 40,3 mln zł. Analogicznie, wzrost kosztów operacyjnych Grupy w pierwszym półroczu 2011 r., o 18,4% do kwoty 578,5 mln zł, wynika głównie z kosztów operacyjnych poniesionych przez segment Kino (w analogicznych okresach 2010 r. wyniki grupy Helios nie były jeszcze konsolidowane w wynikach Grupy Agora). Bez uwzględniania kosztów operacyjnych segmentu kinowego, koszty operacyjne Grupy Agora obniżyłyby się w drugim kwartale 2011 r. o około 2%, natomiast w pierwszym półroczu 2011 r. wzrosłyby o około 0,7% w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego.

Koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników wzrosły o 13,1% oraz 12,9% odpowiednio w drugim kwartale i pierwszym półroczu 2011 r. Wzrost ten jest spowodowany przede wszystkim zwiększeniem zatrudnienia w Grupie o 399 etatów wynikającym głównie z nabycia sieci kin grupy Helios i wyższymi kosztami umów cywilno -

prawnych. Dodatkowym istotnym czynnikiem wpływającym na wysokość tych kosztów było zawiązanie rezerw na plany motywacyjne.

Zatrudnienie etatowe w Grupie na koniec drugiego kwartału 2011 r. wyniosło 3 516 etatów, łącznie z 326 etatami grupy Helios. Gdyby wyeliminować wpływ dołączenia grupy Helios, zatrudnienie etatowe w Grupie Agory na koniec czerwca 2011 r. wyniosłoby 3 190 etatów i byłoby o 73 etaty wyższe niż na koniec czerwca 2010 r. oraz o 41 etatów wyższe niż na koniec grudnia 2010 r.

Łączny szacunkowy niegotówkowy **koszt realizacji planów motywacyjnych** związany z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych (opisanych w nocie 5A do skróconego skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy) obciążył w drugim kwartale 2011 r. wynik Grupy kwotą 4,3 mln zł, a w pierwszym półroczu 2011 r. kwotą 8,8 mln zł.

W Grupie funkcjonują również 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 obciążany jest w każdym kwartale kosztami Trzyletniego Planu Motywacyjnego dla Zarządu i najwyższej kadry kierowniczej (opisanego w nocie 5C do skróconego skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy). W pierwszym półroczu 2011 r. koszt tego planu wyniósł 1,0 mln zł.

Koszty reprezentacji i reklamy Grupy wyniosły w drugim kwartale 2011 r. 28,8 mln zł i zmniejszyły się o 20,2% w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego. Zniwelowało to ich nieznaczny wzrost w pierwszym kwartale 2011 r. przynosząc ich ograniczenie w pierwszym półroczu 2011 r. o 11,5%. Większość segmentów ograniczyła swoje wydatki na reprezentację i reklamę zarówno w drugim kwartale jak i pierwszym półroczu 2011 r. Wzrosły one jedynie w segmencie Internet o odpowiednio 37,5% oraz 21,7% w stosunku do analogicznych okresów roku ubiegłego. Wzrost tych kosztów w segmencie Internet wynika m.in. z nakładów na promocję serwisu zakupów grupowych *HappyDay.pl*.

Koszty zużycia materiałów i energii oraz wartości sprzedanych towarów i materiałów wyniosły w drugim kwartale 2011 r. 64,7 mln zł i wzrosły o 35,4%. W pierwszym półroczu 2011 r. wzrosły one o 36,1% do kwoty 126,6 mln zł. Wzrost ten w obu powyższych okresach wiąże się głównie z wyższymi kosztami materiałów produkcyjnych (w tym papieru) będących w dużej mierze wynikiem przeniesienia produkcji dodatków heatsetowych do *Gazety Wyborczej* do własnej drukarni Agory począwszy od czwartego kwartału 2010 r. (uprzednio koszt ten był ujmowany w pozycji usługi obce). Warto dodać, że wzrost ten jest kompensowany spadkiem kosztów usług obcych. Kolejnym elementem przyczyniającym się do wyższych kosztów zużycia materiałów i energii oraz wartości sprzedanych towarów i materiałów był wzrost cen papieru i wolumenu produkcji dla klientów zewnętrznych. Dodatkowo, do tego wzrostu przyczyniło się uwzględnienie w tej pozycji m.in. kosztów materiałów i energii w sieci kin Helios (zarówno w drugim kwartale jak i w pierwszym półroczu 2010 r. wyniki grupy Helios nie były jeszcze konsolidowane w wynikach Grupy Agora).

3. PERSPEKTYWY

3.1. Rynek reklamy

W drugim kwartale 2011 r. wartość wydatków reklamowych zwiększyła się o prawie 6,5% w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego, a po pierwszym półroczu 2011 r. wartość rynku reklamy wzrosła o ponad 4,5%. W swoich szacunkach na rok bieżący, opublikowanych wraz ze sprawozdaniem za pierwszy kwartał 2011 r. w dniu 13 maja 2011 r., Spółka założyła wzrost wartości rynku reklamy w całym 2011 r. o około 3-5%.

Biorąc po uwagę obecną sytuację na rynku reklamy, Spółka podtrzymuje swoją estymację wzrostu wartości rynku reklamy w 2011 r. na poziomie 3-5%. Ze względu na zmienność sytuacji na rynku reklamy Spółka pragnie zweryfikować swoje założenia co do wartości wydatków na reklamę w radio i internecie.

Po analizie sytuacji na rynku reklamy w pierwszym półroczu 2011 r. Spółka szacuje, że wartość wydatków na reklamę w radio wzrośnie o 7-9% w 2011 r. (poprzedni szacunek zakładał wzrost na poziomie 3-5% w 2011 r.). W przypadku internetu Spółka zdecydowała się poszerzyć przedział możliwego wzrostu wartości budżetów reklamowych realizowanych w internecie w 2011 r. z 13 -15% na 13-17%.

Spółka podtrzymuje swoje szacunki dotyczące dynamiki wydatków na rynku reklamy w pozostałych segmentach rynku reklamowego.

Spółka zwraca uwagę, iż wszystkie szacunki dotyczące wzrostu wydatków reklamowych w poszczególnych mediach mogą być obarczone błędem, co jest związane ze znaczącą presją rabatową ze strony reklamodawców, brakiem wiarygodnych danych na temat średniej rynkowej wartości udzielanych rabatów oraz zmianami w sposobie korzystania z poszczególnych mediów i krótkimi okresami planowania kampanii reklamowych w poszczególnych mediach.

Wraz z uzyskiwaniem dokładniejszych informacji rynkowych w kolejnych kwartałach, Spółka może skorygować szacunki dotyczące wydatków w poszczególnych mediach.

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 trzecim kwartale 2011 r. wpływ będą miały również koszty nowego segmentu Kino, którego zarówno przychody jak i koszty były konsolidowany w wynikach Grupy począwszy od września 2010 r.

3.2.1 Koszty wynagrodzeń i świadczeń dla pracowników

W kolejnych kwartałach 2011 r. Grupa przewiduje zwiększenie kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników w porównaniu z analogicznymi okresami 2010 r. Wzrost tej pozycji jest przede wszystkim związany ze wzrostem zatrudnienia w wyniku nabycia większościowego pakietu akcji w spółce Helios S.A., realizacją projektów rozwojowych w Grupie oraz kosztami rezerwy na Trzyletni Plan Motywacyjny dla Zarządu i najwyższej kadry kierowniczej (opisanych w notce 5C do skróconego skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy).

3.2.2 Koszty marketingu i promocji

Ze względu na sytuację rynkową oraz ograniczenie liczby akcji promocyjnych w większości segmentów Grupy, koszty reprezentacji i reklamy zmniejszyły się zarówno w drugim kwartale 2011 r. (spadek o 20,2%) jak i w pierwszym półroczu 2011 r. (spadek o 11,5%). Grupa nie planuje istotnego zwiększenia intensywności działań marketingowych w kolejnych kwartałach 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.

3.2.3 Koszty materiałów i energii

Zarówno w drugim kwartale jak i w pierwszym półroczu 2011 r. koszty materiałów i energii istotnie wzrosły. Na wysokość tych kosztów wpłynęło głównie przeniesienie produkcji dodatków heatsetowych do *Gazety Wyborczej* do własnej drukarni Agory począwszy od czwartego kwartału 2010 r. skompensowane spadkiem kosztów usług obcych (uprzednio koszt ten był ujmowany w pozycji usługi obce). Dodatkowo, na wzrost tej pozycji wpłynęły ceny jednostkowe (w tym ceny zakupu papieru), wolumen produkcji dla klientów zewnętrznych oraz działalność kinowa (konsolidowana w wynikach Grupy Agora począwszy od września 2010 r.). Wysokość tych kosztów w kolejnych kwartałach 2011 r. będzie uzależniona głównie od cen papieru, których średnie wartości charakteryzują się tendencją wzrostową w stosunku do analogicznego okresu 2010 r., wolumenu produkcji oraz kursu wymiany euro do złotego. Dodatkowo, na wysokość tej pozycji wpłyną koszty związane z działalnością kinową, która w wynikach Grupy jest ujmowana od września 2010 r.

3.2.4 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. W drugim kwartale 2011 r. nakłady inwestycyjne wyniosły 23,8 mln zł, natomiast w pierwszym półroczu 2011 r. 41,5 mln zł.

III. WYNIKI FINANSOWE

1. SPÓŁKI WCHODZĄCE W SKŁAD GRUPY AGORA

Skonsolidowane sprawozdanie Grupy Agora za drugi kwartał 2011 r. obejmuje konsolidację Agory S.A., 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 nocie 12, a przeliczenie wybranych danych finansowych na EURO znajduje się w notach 16 i 17 do sprawozdania finansowego zamieszczonego w tym raporcie.

2. RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT GRUPY AGORA

Tab. 1

w mln zł	II kwartał 2011	II kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010	I półrocze 2011	I półrocze 2010	% zmiany 2011 do 2010
Przychody ze sprzedaży netto (1)	319,3	281,3	13,5%	615,1	529,4	16,2%
<i>Sprzedaż usług reklamowych</i>	194,3	195,7	(0,7%)	352,1	355,0	(0,8%)
<i>Sprzedaż wydawnictw</i>	49,3	51,6	(4,5%)	100,4	104,9	(4,3%)
<i>Sprzedaż biletów do kin</i>	28,1	-	-	69,5	-	-
<i>Pozostała sprzedaż</i>	47,6	34,0	40,0%	93,1	69,5	34,0%
Koszty operacyjne netto, w tym:	(292,9)	(257,2)	13,9%	(578,5)	(488,6)	18,4%
<i>Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów</i>	(64,7)	(47,8)	35,4%	(126,6)	(93,0)	36,1%
<i>Amortyzacja</i>	(25,9)	(19,4)	33,5%	(47,9)	(39,2)	22,2%
<i>Wynagrodzenia i świadczenia (2)</i>	(78,8)	(69,7)	13,1%	(156,1)	(138,3)	12,9%
<i>Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych</i>	(4,3)	(2,8)	53,6%	(8,8)	(5,9)	49,2%
<i>Reprezentacja i reklama</i>	(28,8)	(36,1)	(20,2%)	(54,9)	(62,0)	(11,5%)
Wynik operacyjny - EBIT	26,4	24,1	9,5%	36,6	40,8	(10,3%)
Przychody i koszty finansowe, netto, w tym:	0,3	1,5	(80,0%)	(0,2)	3,9	-
<i>Przychody z krótkoterminowych inwestycji</i>	4,5	3,3	36,4%	7,6	6,9	10,1%
<i>Koszty kredytów i pożyczek</i>	(3,3)	(1,5)	120,0%	(6,5)	(3,1)	109,7%
<i>Różnice kursowe per saldo</i>	(0,2)	-	-	(0,3)	(0,1)	200,0%
Udział w jednostkach współkontrolowanych	0,2	(0,1)	-	-	(0,4)	-
Zysk brutto	26,9	25,5	5,5%	36,4	44,3	(17,8%)
<i>Podatek dochodowy (3)</i>	(5,4)	(5,4)	-	(7,8)	(2,4)	225,0%
Zysk netto	21,5	20,1	7,0%	28,6	41,9	(31,7%)
Przypadający na:						
<i>Akcjonariuszy jednostki dominującej</i>	21,7	20,2	7,4%	27,8	41,9	(33,7%)
<i>Udziały niekontrolujące</i>	(0,2)	(0,1)	100,0%	0,8	-	-
marża EBIT (EBIT/Przychody)	8,3%	8,6%	(0,3pkt %)	6,0%	7,7%	(1,7pkt %)
EBITDA	52,3	43,5	20,2%	84,5	79,9	5,8%
<i>marża EBITDA (EBITDA/Przychody)</i>	<i>16,4%</i>	<i>15,5%</i>	<i>0,9pkt %</i>	<i>13,7%</i>	<i>15,1%</i>	<i>(1,4pkt %)</i>
EBITDA operacyjna (2)	56,6	46,3	22,2%	93,3	85,8	8,7%
<i>marża EBITDA operacyjna (EBITDA operacyjna/Przychody)</i>	<i>17,7%</i>	<i>16,5%</i>	<i>1,2pkt %</i>	<i>15,2%</i>	<i>16,2%</i>	<i>(1,0pkt %)</i>

- (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 półroczu 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 wewnątrzgrupowej restrukturyzacji kapitałowej.

2.1. Wyniki wg głównych segmentów Grupy Agora za pierwsze półrocze 2011 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. 2

w mln zł	Prasa codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Kino	Pozycje uzgadniające (3)	Razem (dane skonsoli- dowane) I półrocze 2011
Przychody ze sprzedaży (4)	303,9	55,4	38,8	85,9	40,6	94,8	(4,3)	615,1
Udział %	49,4%	9,0%	6,3%	14,0%	6,6%	15,4%	(0,7%)	100,0%
Koszty operacyjne, netto (4)	(252,7)	(53,9)	(30,5)	(77,9)	(38,1)	(87,6)	(37,8)	(578,5)
EBIT	51,2	1,5	8,3	8,0	2,5	7,2	(42,1)	36,6
Przychody i koszty finansowe								(0,2)
Udział w jednostkach współkontrolowanych								-
Podatek dochodowy								(7,8)
Zysk netto za okres								28,6
Przypadający na:								
Akcjonariuszy jednostki dominującej								27,8
Udziały niekontrolujące								0,8
EBITDA	67,1	4,7	8,4	17,2	3,8	16,0	(32,7)	84,5
EBITDA operacyjna (1)	71,0	5,3	8,8	17,9	4,3	16,0	(30,0)	93,3
Wydatki inwestycyjne (2)	(7,9)	(2,5)	(0,1)	(6,7)	(0,2)	(15,6)	(8,5)	(41,5)

- (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 8,1 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;

2.2. Przychody i koszty finansowe

Na wynik na działalności finansowej Grupy w okresie styczeń - czerwiec 2011 r. negatywny wpływ miały głównie prowizje i odsetki związane z kredytami bankowymi.

3. BILANS GRUPY AGORA

Tab. 3

w mln zł	30.06.2011	31.03.2011	% zmiany do 31.03.2011	31.12.2010	30.06.2010
Aktywa trwałe	1 196,4	1 200,3	(0,3%)	1 203,4	993,3
udział w sumie bilansowej	66,3%	66,5%	(0,2pkt %)	66,7%	64,3%
Aktywa obrotowe	607,7	604,4	0,5%	602,1	551,4
udział w sumie bilansowej	33,7%	33,5%	0,2pkt %	33,3%	35,7%
RAZEM AKTYWA	1 804,1	1 804,7	(0,03%)	1 805,5	1 544,7
Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej	1 232,2	1 231,4	0,1%	1 221,1	1 216,0
udział w sumie bilansowej	68,3%	68,3%	-	67,6%	78,7%
Udziały niekontrolujące	16,0	16,6	(3,6%)	15,5	1,8
udział w sumie bilansowej	0,9%	0,9%	-	0,9%	0,1%
Zobowiązania i rezerwy długoterminowe	251,2	260,3	(3,5%)	273,5	76,7
udział w sumie bilansowej	13,9%	14,4%	(0,5pkt %)	15,1%	5,0%
Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe	304,7	296,4	2,8%	295,4	250,2
udział w sumie bilansowej	16,9%	16,4%	0,5pkt %	16,4%	16,2%
RAZEM PASYWA	1 804,1	1 804,7	(0,03%)	1 805,5	1 544,7

3.1. Aktywa trwałe

Spadek wartości aktywów trwałych, w porównaniu do stanu z 31 marca 2011 r. jak i do 31 grudnia 2010 r., wynika głównie z odpisów amortyzacyjnych wartości rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych.

3.2. Aktywa obrotowe

Na zmianę stanu wartości aktywów obrotowych, w stosunku do 31 marca 2011 r. jak i do 31 grudnia 2010 r., wpływ miały głównie: zmiana salda należności krótkoterminowych oraz rozliczeń międzyokresowych jak i zmiana salda krótkoterminowych papierów wartościowych oraz środków pieniężnych i ich ekwiwalentów.

3.3. Zobowiązania i rezerwy długoterminowe

Na spadek salda zobowiązań i rezerw długoterminowych, w stosunku do 31 marca 2011 r., wpływ miał głównie spadek o 12,3 mln zł zobowiązań długoterminowych z tytułów kredytów i pożyczek oraz leasingów finansowych (z czego 8,7 mln zł dotyczy Agory S.A.). W stosunku do 31 grudnia 2010 r. zobowiązania długoterminowe z tytułów kredytów i pożyczek oraz leasingów finansowych spadły o 25,1 mln zł (z tego 19,2 mln zł dotyczy Agory S.A.).

3.4. Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe

Na zmianę salda zobowiązań i rezerw krótkoterminowych, w stosunku do 31 marca 2011 r. i do 31 grudnia 2010 r., wpływ miały głównie zmiany salda zobowiązań krótkoterminowych.

4. PRZEPŁYWY ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH GRUPY AGORA

Tab. 4

w mln zł	II kwartał 2011	II kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010	I półrocze 2011	I półrocze 2010	% zmiany 2011 do 2010
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	18,0	27,8	(35,3%)	56,1	71,6	(21,6%)
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(38,7)	(12,5)	209,6%	(67,9)	(23,3)	191,4%
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	(19,7)	(12,7)	55,1%	(38,3)	(25,4)	50,8%
Razem przepływy pieniężne netto	(40,4)	2,6	-	(50,1)	22,9	-
Środki pieniężne na koniec okresu	132,3	147,1	(10,1%)	132,3	147,1	(10,1%)

Na dzień 30 czerwca 2011 r. Grupa dysponowała środkami pieniężnymi w wysokości 331,9 mln zł, na które składały się gotówka i jej ekwiwalenty w wysokości 132,3 mln zł (kasa, rachunki bankowe i depozyty bankowe) oraz 199,6 mln zł zainwestowane w bezpieczne, krótkoterminowe papiery wartościowe.

Agora S.A. nie jest i nie była w pierwszym półroczu 2011 r. zaangażowana w opcje walutowe, ani żadne inne instrumenty pochodne o charakterze zabezpieczającym lub spekulacyjnym.

W dniu 26 maja 2011 r. Spółka zawarła Aneks nr 12 do Umowy kredytowej z Bankiem Polska Kasa Opieki S.A. Zgodnie z jego warunkami, Agora S.A. dysponuje obecnie otwartą linią kredytową w wysokości 150 mln zł, którą może wykorzystać do dnia 31 maja 2012 r. W pierwszym półroczu 2011 r., Spółka spłaciła kolejne dwie raty kredytowe dotyczące linii kredytowej wykorzystanej w latach ubiegłych.

Na dzień sporządzenia niniejszego raportu kwartalnego, biorąc pod uwagę posiadane środki własne oraz dostępną linię kredytową, Grupa Agora nie przewiduje 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 (wypożyczenie kin i samochody).

4.1. Działalność operacyjna

W pierwszym półroczu 2011 r. przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej były niższe głównie ze względu na wypracowany niższy zysk operacyjny. W drugim kwartale 2011 r. zysk operacyjny był na zbliżonym poziomie do analogicznego okresu roku poprzedniego.

4.2. Działalność inwestycyjna

Ujemne przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej w pierwszym półroczu 2011 r. jak i drugim kwartale 2011 r., to głównie efekt poniesionych nakładów inwestycyjnych na krótkoterminowe papiery wartościowe oraz rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne.

4.3. Działalność finansowa

W pierwszym półroczu jak i drugim kwartale 2011 r. przepływy pieniężne z działalności finansowej zawierały głównie spłaty kolejnych rat, wykorzystanej w latach ubiegłych, linii kredytowej przez Agorę S.A. Dodatkowo, zawierają one również spłaty jak i zaciągnięcia kredytów przez grupę Helios, a także płatności z tytułu leasingu finansowego.

5. WYBRANE WSKAŹNIKI FINANSOWE [5]

Tab. 5

	II kwartał 2011	II kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010	I półrocze 2011	I półrocze 2010	% zmiany 2011 do 2010
Wskaźniki rentowności						
rentowność sprzedaży netto	6,8%	7,2%	(0,4pkt %)	4,5%	7,9%	(3,4pkt %)
rentowność sprzedaży brutto	38,2%	46,7%	(8,5pkt %)	36,3%	43,9%	(7,6pkt %)
rentowność kapitału własnego	7,1%	6,7%	0,4pkt %	4,5%	7,0%	(2,5pkt %)
Wskaźniki efektywności						
szybkość obrotu zapasów	11 dni	8 dni	37,5%	11 dni	9 dni	22,2%
szybkość obrotu należności	57 dni	66 dni	(13,6%)	62 dni	71 dni	(12,7%)
szybkość obrotu zobowiązań	45 dni	48 dni	(6,3%)	44 dni	49 dni	(10,2%)
Wskaźnik płynności						
wskaźnik płynności	2,0	2,2	(9,1%)	2,0	2,2	(9,1%)
Wskaźniki finansowania						
stopa zadłużenia (1)	-	-	-	-	-	-
wskaźnik pokrycia odsetek	9,4	27,5	(65,8%)	6,5	21,9	(70,3%)
kasowy wskaźnik pokrycia odsetek	0,6	18,5	(96,8%)	5,0	26,4	(81,1%)

(1) na dzień 30 czerwca 2011 r. i 30 czerwca 2010 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 S.A. oraz Agory Poligrafii Sp. z o.o.

Tab. 6

w mln zł	II kwartał 2011	II kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010	I półrocze 2011	I półrocze 2010	% zmiany 2011 do 2010
Łączne przychody	159,5	170,5	(6,5%)	303,9	326,8	(7,0%)
Przychody ze sprzedaży wydawnictw (1)	34,2	36,6	(6,6%)	68,2	74,3	(8,2%)
w tym <i>Gazeta Wyborcza</i>	32,5	36,2	(10,2%)	65,7	73,5	(10,6%)
Przychody ze sprzedaży reklam (1), (2)	82,2	96,3	(14,6%)	152,2	177,6	(14,3%)
w tym <i>Gazeta Wyborcza</i> (3)	70,3	85,6	(17,9%)	132,2	158,8	(16,8%)
w tym <i>Metro</i> (4)	8,3	8,7	(4,6%)	14,5	16,0	(9,4%)
Projekty specjalne (w tym: kolekcje wydawnicze)	16,1	15,9	1,3%	32,1	30,0	7,0%
Pozostałe przychody	27,0	21,7	24,4%	51,4	44,9	14,5%
Razem koszty operacyjne, w tym:	(130,5)	(127,7)	2,2%	(252,7)	(244,9)	3,2%
Materiały, energia, towary i usługi poligraficzne	(54,1)	(49,4)	9,5%	(104,5)	(96,8)	8,0%
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (5)	(33,9)	(33,3)	1,8%	(67,0)	(65,0)	3,1%
Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych	(1,9)	(1,5)	26,7%	(3,9)	(3,0)	30,0%
Amortyzacja	(9,8)	(6,5)	50,8%	(15,9)	(13,1)	21,4%
Reprezentacja i reklama (2) (6)	(16,3)	(20,9)	(22,0%)	(33,3)	(37,4)	(11,0%)
EBIT	29,0	42,8	(32,2%)	51,2	81,9	(37,5%)
marża EBIT	18,2%	25,1%	(6,9pkt %)	16,8%	25,1%	(8,3pkt %)
EBITDA	38,8	49,3	(21,3%)	67,1	95,0	(29,4%)
marża EBITDA	24,3%	28,9%	(4,6pkt %)	22,1%	29,1%	(7,0pkt %)
EBITDA operacyjna (4)	40,7	50,8	(19,9%)	71,0	98,0	(27,6%)
marża EBITDA operacyjna	25,5%	29,8%	(4,3pkt %)	23,4%	30,0%	(6,6pkt %)

(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 pierwszym półroczu 2011 r., na skutek zmniejszenia wydatków na reklamę prasową oraz spadku sprzedaży egzemplarzowej, EBITDA operacyjna segmentu była niższa niż w analogicznym okresie roku ubiegłego i wyniosła 71,0 mln zł. Marża EBITDA operacyjna osiągnęła poziom 23,4%. W drugim kwartale 2011 r. EBITDA operacyjna segmentu wyniosła 40,7 mln, zaś marża EBITDA operacyjna 25,5%.

1. GAZETA WYBORCZA

1.1. Przychody

1.1.1. Sprzedaż prasy [4]

Zarówno w drugim kwartale jak i w pierwszym półroczu 2011 r. *Gazeta Wyborcza* utrzymała pozycję lidera wśród dzienników opiniotwórczych.

W drugim kwartale 2011 r. średnie rozpowszechnianie płatne *Gazety* wyniosło 305 tys. egzemplarzy i spadło o 12% w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. W tym okresie wpływy ze sprzedaży *Gazety* spadły o 10,2 % w stosunku do drugiego kwartału 2010 r.

W pierwszym półroczu 2011 r. średnie rozpowszechnianie płatne *Gazety* wyniosło 312 tys. egzemplarzy i spadło o 9% w stosunku do analogicznego okresu 2010 r. Spadek ten wynika przede wszystkim z ogólnej tendencji spadku sprzedaży egzemplarzowej prasy codziennej, ze zmniejszenia wpływu sprzedaży wydań w wyższej cenie (w ramach tzw. oferty dwucenowej), a także wysokiej bazy roku 2010 będącej wynikiem wydarzeń związanych z tragedią z dnia 10 kwietnia. W omawianym okresie wpływy ze sprzedaży *Gazety* spadły o 10,6% w stosunku do analogicznego okresu 2010 r.

Średnie rozpowszechnianie płatne *Dziennika Gazety Prawnej* w drugim kwartale 2011 r. wyniosło 92,2 tys. egzemplarzy (spadek o 9,2%), natomiast w pierwszym półroczu 2011 r. 97,6 tys. egzemplarzy. W drugim kwartale 2011 r. rozpowszechnianie płatne razem *Rzeczpospolitej* wyniosło 132 tys. egzemplarzy (spadek o 8,9%), a rozpowszechnianie płatne *Faktu* wyniosło 390 tys. egzemplarzy (spadek o 16,3%). Rozpowszechnianie płatne *Super Expressu* wyniosło w omawianym okresie 171 tys. egzemplarzy (spadek o 10,8%).

W pierwszym półroczu 2011 r. średnie rozpowszechnianie płatne razem *Rzeczpospolitej* wyniosło 135 tys. egzemplarzy (spadek o 6,3%), a rozpowszechnianie płatne *Faktu* wyniosło 402 tys. egzemplarzy (spadek o 11,4%). Rozpowszechnianie płatne *Super Expressu* wyniosło w okresie styczeń – czerwiec 2011 r. 175 tys. egzemplarzy (spadek o 5,8%). Średnia sprzedaż wszystkich tytułów Polskapresse wydawanych pod szyldem *Polska the Times* w drugim kwartale 2011 r. wyniosła 243 tys. egzemplarzy i spadła o 13 %, natomiast w pierwszym półroczu 2011 r. 242 tys. egzemplarzy i spadła o 12,3 % [4] [11].

1.1.2 Czytelnictwo [4]

W drugim kwartale 2011 r. *Gazeta Wyborcza* była najczęściej czytany dziennikiem ogólnopolskim (wg wskaźnika CCS). W ciągu tygodnia *Gazetę* czytało 4,2 mln osób (14,0% zasięgu), czyli o 0,6 mln osób więcej niż *Fakt* (3,6 mln czytelników, 11,9% zasięgu). W tym czasie zasięg czytelniczy *Metra* wynosił 5,9%. Tygodniowy zasięg czytelniczy *Super Expressu* 5,5%, *Rzeczpospolitej* 4,3% a *Dziennika Gazety Prawnej* 2,5%.

W pierwszym półroczu 2011 r. tygodniowy zasięg czytelniczy *Gazety* (czyli wg wskaźnika CCS) wyniósł 14,0% (4,2 mln czytelników). Czytelnictwo tabloidu *Fakt* było na poziomie 13,1%. Czytelnictwo *Super Expressu* osiągnęło średnio w pierwszym półroczu 2011 r. 6,2%. W omawianym okresie *Metro* trafiało do 1,8 mln czytelników (zasięg czytelniczy na poziomie 5,9%). W pierwszym półroczu 2011 r. tygodniowy zasięg czytelniczy *Dziennika Gazety Prawnej* wyniósł 2,6% (0,8 mln czytelników), a *Rzeczpospolitej* 4,2% (1,3 mln czytelników).

1.1.3. Sprzedaż reklam [3]

W drugim kwartale 2011 r. przychody netto *Gazety Wyborczej* z całej działalności reklamowej (zawierającej ogłoszenia wymiarowe, drobne i inserty) wyniosły 70,3 mln zł i były o 17,9% niższe niż w drugim kwartale 2010 r. W pierwszym półroczu 2011 r. przychody netto *Gazety* z całej działalności reklamowej (zawierającej ogłoszenia wymiarowe, drobne i inserty) wyniosły 132,2 mln zł i były o 16,8% niższe niż w analogicznym okresie roku ubiegłego. Dane te uwzględniają 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 drugim kwartale 2011 r. wydatki na reklamę w dziennikach w Polsce spadły o prawie 9%, zaś w pierwszym półroczu 2011 r. o ponad 9%. Zarówno w drugim kwartale jak i pierwszym półroczu 2011 r. spadek wydatków na reklamę wymiarową w *Gazecie Wyborczej* wyniósł prawie 13,5%, a jej szacowany udział w tych wydatkach spadł o prawie 2 pkt% do około 37,5%. Szacowany udział *Dziennika Gazety Prawnej* w wydatkach na reklamę w dziennikach wyniósł zarówno w drugim kwartale jak i w pierwszym półroczu 2011 r. około 4% i utrzymał się na poziomie roku ubiegłego, a *Rzeczpospolitej* około 9,5% i zmniejszył się o prawie 1 pkt% w porównaniu z drugim kwartałem 2010 r. oraz o 0,5pkt% w porównaniu z pierwszym półroczem 2010 r. W drugim kwartale 2011 r. szacowany udział *Faktu* w wydatkach na reklamę w dziennikach wyniósł około 9% (wzrost o prawie 1,5 pkt%), natomiast *Super Expressu* około 3% (wzrost o 0,5 pkt%). W pierwszym półroczu 2011 r. szacowany udział *Faktu* w wydatkach na reklamę w dziennikach wyniósł około 9% (wzrost o około 1 pkt%), natomiast *Super Expressu* prawie 3,5% (wzrost o 0,5 pkt%).

W drugim kwartale 2011 r. udział *Gazety* w wydatkach na reklamę w dziennikach ogólnopolskich wyniósł ponad 42,5% i utrzymał się na poziomie drugiego kwartału 2010 r. W tym okresie *Gazeta* zmniejszyła swój udział o 2,5 pkt% w wydatkach na reklamę w dziennikach stołecznych oraz o prawie 3 pkt% w wydatkach na reklamę w dziennikach lokalnych (pozawarszawskich). W pierwszym półroczu 2011 r. udział *Gazety* w wydatkach na reklamę w dziennikach ogólnopolskich wyniósł 42% i spadł o ponad 0,5 pkt% w stosunku do pierwszego półrocza 2010 r. W tym okresie *Gazeta* zmniejszyła swój udział w wydatkach na reklamę w dziennikach stołecznych o prawie 1 pkt% oraz o prawie 3 pkt% 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 drugim kwartale 2011 r. udział stron ogłoszeniowych w sumie objętości *Gazety* wyniósł około 30,6% (mniej o około 10 pkt% niż w analogicznym okresie 2010 r.), zaś średnia dzienna liczba publikowanych stron ogłoszeniowych płatnych we wszystkich krajowych i lokalnych wydaniach *Gazety* wyniosła około 159 i była niższa o około 19% w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. W pierwszym półroczu 2011 r. udział stron ogłoszeniowych w sumie objętości *Gazety* wyniósł około 32,1% (mniej o około 7,4 pkt% niż w analogicznym okresie 2010 r.), zaś średnia dzienna liczba publikowanych stron ogłoszeniowych płatnych we wszystkich krajowych i lokalnych wydaniach *Gazety* wyniosła około 153 i była niższa o około 16% w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego.

1.1.4. Projekty Specjalne

Tab. 7

w mln zł	I kwartał 2010	II kwartał 2010	III kwartał 2010	IV kwartał 2010	I kwartał 2011	II kwartał 2011
Przychody ze sprzedaży Projektów Specjalnych (w tym kolekcji wydawniczych)	14,1	15,9	8,1	20,6	16,0	16,1

W drugim kwartale 2011 r. Agora realizowała 5 projektów seryjnych oraz 10 wydawnictw jednorazowych. W tym czasie Agora nie wydała nowych projektów seryjnych lecz kontynuowała kolekcje rozpoczęte we wcześniejszych okresach.

Dodatkowo, w omawianym okresie nakładem Agory ukazało się 8 publikacji książkowych w tym:

- *Kuna za kaloryferem* Adama Wajraka i Nurii Selva Fernandez
- *Spacerownik śladami Marii Skłodowskiej – Curie*
- *Lapidarium mistrzów*.

Ponadto, w drugim kwartale 2011 r. Agora wprowadziła na rynek albumy muzyczne m.in.: *Treburnie -Tutki Nuty Wielkiego Pasterza* (projekt realizowany we współpracy z Polskim Radiem).

W drugim kwartale 2011 r. w ramach swojej działalności Projekty Specjalne sprzedały 0,5 mln książek i książek z płytami CD i DVD.

W pierwszym półroczu 2011 r. Agora realizowała 8 projektów seryjnych oraz 15 wydawnictw jednorazowych. W tym okresie Projekty Specjalne sprzedały 1,1 mln książek i książek z płytami CD i DVD.

Istotny wpływ na poziom przychodów oraz wynik operacyjny pionu miały przychody ze sprzedaży gry „Wiedźmin II” na podstawie umowy z CD Projekt Sp. z o.o.

Projekty Specjalne zakończyły drugi kwartał 2011 r. z wynikiem operacyjnym EBIT w wysokości 1,4 mln zł, a pierwsze półrocze 2011 r. z wynikiem operacyjnym na poziomie 0,2 mln zł [1].

1.1.5. Pozostałe przychody

W drugim kwartale 2011 r. przychody ze sprzedaży usług poligraficznych dla klientów zewnętrznych były wyższe o 22,7% w porównaniu z analogicznym okresem 2010 r. Wzrost ten wynika głównie z wyższego wolumenu produkcji tytułów obcych. W pierwszym półroczu 2011 r. przychody ze sprzedaży usług poligraficznych dla klientów zewnętrznych były o 12,2% wyższe w porównaniu z pierwszym półroczem 2010 r.

1.2. Koszty

1.2.1. Koszty druku Gazety Wyborczej

Tab. 8

w mln zł	II kwartał 2011	II kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010	I półrocze 2011	I półrocze 2010	% zmiany 2011 do 2010
Koszty stałe, w tym:	9,9	9,0	10,0%	19,4	17,3	12,1%
Amortyzacja	3,3	3,1	6,5%	6,5	5,9	10,2%
Koszty zmienne, w tym:	21,8	21,8	-	41,5	42,5	(2,4%)
Papier	18,6	16,8	10,7%	35,3	32,5	8,6%
RAZEM koszty stałe i zmienne	31,7	30,8	2,9%	60,9	59,8	1,8%

Począwszy od czwartego kwartału 2010 r. druk większości dodatków heatsetowych do *Gazety Wyborczej* został przeniesiony z drukarni zewnętrznych do drukarni Agory w Pile, co wpłynęło na wyższy poziom kosztów stałych przypisanych do produktów *Gazety Wyborczej* w stosunku do roku poprzedniego kompensowany spadkiem kosztów usług obcych, w których był on poprzednio ujmowany.

W drugim kwartale 2011 r. koszty zmienne ogółem utrzymane zostały na niezmiennym poziomie w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. Ich spadek w pierwszym półroczu 2011 r. wynika z oszczędności dokonanych w pierwszym kwartale 2011 r. Wzrost kosztów zużycia papieru zarówno w drugim kwartale jak i w pierwszym półroczu 2011 r., spowodowany był silnym wzrostem cen papieru.

1.2.2. Koszty reprezentacji i reklamy

W drugim kwartale 2011 r. wydatki na reprezentację i reklamę były niższe o 22% głównie ze względu na mniejsze nakłady na promocję *Gazety Wyborczej*, a także zmianę interpretacji przepisów podatkowych (która miała miejsce w pierwszym kwartale 2011 r.) dotyczącą kwalifikowania książek wydawanych razem z płytą. Zgodnie z tą interpretacją koszty płyty są kwalifikowane jako koszt wytworzenia, a nie jak to było wcześniej zaliczane w koszty reprezentacji i reklamy. W pierwszym półroczu 2011 r. wydatki na reprezentację i reklamę segmentu były o 11% niższe niż w analogicznym okresie 2010 r., głównie za sprawą niższych nakładów na promocję *Gazety Wyborczej*.

1.3 Dodatkowe informacje

Magazyn kulinarny *Palce Lizać* i akcja *Polska Biega* - to projekty *Gazety Wyborczej* nagrodzone w tegorocznej edycji międzynarodowego konkursu INMA Awards, organizowanego przez *International Newsmedia Marketing Association*. *Gazeta Wyborcza* została wyróżniona przez INMA jako jedyna spośród polskich gazet i znalazła się w gronie takich laureatów jak *New York Times*, *Times of India* czy *Sydney Morning Herald*.

2. PRASA BEZPŁATNA [3], [4]

W drugim kwartale 2011 r. *Metro* czytało 1,8 mln czytelników w ciągu tygodnia, co przekłada się na 5,9% zasięgu (wg wskaźnika CCS). W rezultacie *Metro* miało 1,0 mln czytelników więcej niż *Dziennik Gazeta Prawna* oraz o 0,5 mln czytelników więcej niż *Rzeczpospolita*.

Zarówno w drugim kwartale jak i w pierwszym półroczu 2011 r. *Metro* (ex aequo z *Super Expressem*) było trzecim najczęściej czytany dziennikiem ogólnopolskim (5,9% zasięgu i 1,8 mln czytelników). W Warszawie w obu okresach było drugim dziennikiem, po który najczęściej sięgali czytelnicy (28,9% zasięgu i 0,4 mln czytelników).

Wpływy reklamowe *Metra* w drugim kwartale 2011 r. spadły o 4,6%, w tym wpływy z reklam wymiarowych o 1,5%. W omawianym okresie wydatki na ogłoszenia wymiarowe we wszystkich dziennikach spadły o prawie 9%. W tym okresie, *Metro* zwiększyło swój udział w wydatkach na reklamę we wszystkich dziennikach o prawie 0,5 pkt% do około 4,5%. W okresie kwiecień – czerwiec 2011 r. udział *Metra* w wydatkach na reklamę w dziennikach stołecznych zwiększył się (o 2,5pkt%) do prawie 15,5%, a w dziennikach lokalnych (o 1 pkt%) do 3,5%.

Wpływy reklamowe *Metra* w pierwszym półroczu 2011 r. spadły o 9,4%, w tym wpływy z reklam wymiarowych o około 8%. W omawianym okresie wydatki na ogłoszenia wymiarowe we wszystkich dziennikach spadły o ponad 9%. W tym okresie, *Metro* utrzymało swój udział w wydatkach na reklamę we wszystkich dziennikach. W okresie styczeń – czerwiec 2011 r. udział *Metra* w wydatkach na reklamę w dziennikach stołecznych zwiększył się (o prawie 1,5pkt%) do 14%, a w dziennikach lokalnych (o prawie 1 pkt%) do ponad 3%.

W drugim kwartale 2011 r. *Metro* zanotowało zysk operacyjny na poziomie EBITDA operacyjna w wysokości 1,6 mln zł, który był lepszy od zanotowanego w analogicznym okresie roku ubiegłego o 0,3 mln zł [1]. W pierwszym półroczu 2011 r. *Metro* zanotowało zysk operacyjny na poziomie EBITDA operacyjna w wysokości 1,3 mln zł [1]. Wynik ten był gorszy od osiągniętego w analogicznym okresie 2010 r. o 0,7 mln zł [1].

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

Segment Internet zawiera skonsolidowane pro-forma dane Pionu Internet Agory S.A., LLC Agory Ukraine, Trader.com (Polska) Sp. z o.o oraz AdTaily Sp. z o.o.

Tab. 9

w mln zł	II kwartał 2011	II kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010	I półrocze 2011	I półrocze 2010	% zmiany 2011 do 2010
łącznie przychody , w tym:	29,5	25,9	13,9%	55,4	47,1	17,6%
Przychody ze sprzedaży reklam internetowych (1)	21,4	18,0	18,9%	39,4	31,3	25,9%
Przychody ze sprzedaży ogłoszeń w wortalach (2)	6,3	5,8	8,6%	12,6	11,4	10,5%
Razem koszty operacyjne, w tym:	(29,4)	(24,4)	20,5%	(53,9)	(45,7)	17,9%
Koszty łączy i usług komputerowych	(0,8)	(0,5)	60,0%	(1,5)	(1,5)	-
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (3)	(12,1)	(10,7)	13,1%	(23,7)	(21,3)	11,3%
Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych	(0,3)	(0,2)	50,0%	(0,6)	(0,3)	100,0%
Amortyzacja	(1,6)	(1,7)	(5,9%)	(3,2)	(3,5)	(8,6%)
Reprezentacja i reklama (1)	(6,6)	(4,8)	37,5%	(10,1)	(8,3)	21,7%
EBIT	0,1	1,5	(93,3%)	1,5	1,4	7,1%
marża EBIT	0,3%	5,8%	(5,5pkt %)	2,7%	3,0%	(0,3pkt %)
EBITDA	1,7	3,2	(46,9%)	4,7	4,9	(4,1%)
marża EBITDA	5,8%	12,4%	(6,6pkt %)	8,5%	10,4%	(1,9pkt %)
EBITDA operacyjna (3)	2,0	3,4	(41,2%)	5,3	5,2	1,9%
marża EBITDA operacyjna	6,8%	13,1%	(6,3pkt %)	9,6%	11,0%	(1,4pkt %)

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 drugim kwartale 2011 r. przychody ze sprzedaży reklam internetowych segmentu Internet wzrosły o 18,9%, przy rynkowym wzroście wydatków na reklamę graficzną i e-mail marketing o 18,5%. W pierwszym półroczu 2011 r. segment odnotował wzrost przychodów ze sprzedaży reklam internetowych o 25,9% przy rynkowym wzroście wartości wydatków na reklamę graficzną i e-mail marketing o prawie 16,5%.

Sprzedaż ogłoszeń w wortalach wzrosła w drugim kwartale 2011 r. o 8,6%, a w pierwszym półroczu o 10,5%. Przychody z alokacji do działalności internetowej wpływów ze sprzedaży łączonej oferty ogłoszeniowej w prasie i internecie były w pierwszym półroczu niższe o 0,3 mln zł niż w analogicznym okresie 2010 r.

Segment Internet osiągnął pozytywny wynik EBIT w drugim kwartale oraz w pierwszym półroczu 2011 r. w wysokości odpowiednio 0,1 mln zł oraz 1,5 mln zł [1].

W drugim kwartale 2011 r. przychody Trader.com (Polska) Sp. z o.o. wyniosły 5,5 mln zł i wzrosły o 12,2%. W pierwszym półroczu 2011 r. przychody Trader.com (Polska) Sp. z o.o. wyniosły 10,4 mln zł i były o 13,0% wyższe w stosunku do analogicznego okresu 2010 r. Przychody z działalności prasowej wyniosły 1,6 mln zł, a z działalności internetowej 8,8 mln zł. Spółka osiągnęła zysk operacyjny EBIT w wysokości 2,6 mln zł. w pierwszym półroczu 2011 r. oraz 1,6 mln w drugim kwartale 2011 r.

2. KOSZTY

W drugim kwartale 2011 r. koszty operacyjne segmentu Internet wzrosły o 20,5%, m.in. z uwagi na wydatki związane z uruchomieniem serwisu zakupów grupowych *HappyDay.pl* i nowych projektów kontentowych oraz wzrost kosztów pozyskania dodatkowych powierzchni reklamowych (koszty pośrednictwa związane z działalnością sieci reklamy internetowej). W pierwszym półroczu koszty operacyjne wzrosły o 17,9%.

Wzrost kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników (bez niegotówkowych kosztów związanych z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych) o 13,1% w drugim kwartale 2011 r. był wynikiem m.in. wzrostu kosztów umów cywilno-prawnych oraz zatrudnienia w Pionie Internet Agory. Zatrudnienie w segmencie Internet na koniec pierwszego półrocza 2011 r. było wyższe o 9 etatów w porównaniu z tym samym okresem 2010 r.

W drugim kwartale 2011 r. wydatki reklamowe segmentu wzrosły o 37,5% w porównaniu do 2010 r. m.in. z uwagi na uruchomienie serwisu zakupów grupowych *HappyDay.pl*. W pierwszym półroczu 2011 r. wzrost wydatków reklamowych segmentu wyniósł 21,7%.

3. ISTOTNE INFORMACJE O DZIAŁALNOŚCI INTERNETOWEJ

W maju 2011 r. zasięg serwisów grupy *Gazeta.pl*, wśród polskich internautów, wyniósł 63,6% i uplasował grupę *Gazeta.pl* na trzecim miejscu wśród wydawców portali, po grupie *Onet.pl* i grupie *Wirtualna Polska - Orange*. Liczba użytkowników osiągnęła poziom 12,0 mln osób, co oznacza wzrost o 4,2% w porównaniu do analogicznego okresu ubiegłego roku. W maju 2011 r. użytkownicy łączący się z serwisami Agory z terenu Polski wykonali na portalu 1,2 mld odsłon, tj. o 2,4% więcej niż w maju 2010 r. i spędzili na nim średnio 2 godziny i 13 minut, czyli o 7 minut więcej niż w maju 2010 r.

Serwisy tworzone w ramach grupy *Gazeta.pl* zajmują wysokie pozycje w rankingach tematycznych. Według danych Megapanel PBI/Gemius za maj 2011 r., *GazetaDom.pl* jest liderem kategorii *Budownictwo, nieruchomości*, serwisy parentingowe grupy *Gazeta.pl* (m.in. *eDziecko.pl*) zajmują drugie miejsce w kategorii *Dzieci, rodzina*, a fora internetowe grupy *Gazeta.pl* (m.in. *Forum.Gazeta.pl*) zajmują drugą pozycję w kategorii *Fora i grupy dyskusyjne*. Trzecią pozycję zajmują: serwis *GazetaPraca.pl* w kategorii *Praca*, serwisy informacyjne *Gazeta.pl* w kategorii *Informacje i publicystyka*, serwisy sportowe (m.in. *Sport.pl*) w kategorii *Sport* oraz serwisy edukacyjne w kategorii *Edukacja*.

W drugim kwartale Agora uruchomiła nowy serwis zakupowy *HappyDay.pl*, który oferuje atrakcyjne zniżki grupowe na zakup towarów i usług w wybranych miastach Polski. Serwis prowadzony jest przy współpracy z działami sprzedaży lokalnej *Gazety Wyborczej*.

IV.C. CZASOPISMA [1] [7]

Segment Czasopisma zawiera skonsolidowane pro – forma dane pionu Czasopism Agory S.A. 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. 10

w mln zł	II kwartał 2011	II kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010	I półrocze 2011	I półrocze 2010	% zmiany 2011 do 2010
łącznie przychody, w tym:	21,0	22,8	(7,9%)	38,8	43,3	(10,4%)
Przychody ze sprzedaży wydawnictw	7,9	9,2	(14,1%)	15,9	19,0	(16,3%)
Przychody ze sprzedaży reklam (1)	12,8	13,5	(5,2%)	22,5	24,1	(6,6%)
Razem koszty operacyjne, w tym:	(16,0)	(18,3)	(12,6%)	(30,5)	(35,2)	(13,4%)
Materiały, energia, towary i usługi poligraficzne	(7,0)	(6,4)	9,4%	(13,2)	(13,0)	1,5%
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (2)	(4,5)	(4,4)	2,3%	(8,7)	(8,5)	2,4%
Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych	(0,2)	(0,2)	-	(0,4)	(0,3)	33,3%
Amortyzacja	-	-	-	(0,1)	(0,1)	-
Reprezentacja i reklama (1)	(3,0)	(4,7)	(36,2%)	(5,8)	(9,3)	(37,6%)
EBIT	5,0	4,5	11,1%	8,3	8,1	2,5%
marża EBIT	23,8%	19,7%	4,1pkt %	21,4%	18,7%	2,7pkt %
EBITDA	5,0	4,5	11,1%	8,4	8,2	2,4%
marża EBITDA	23,8%	19,7%	4,1pkt %	21,6%	18,9%	2,7pkt %
EBITDA operacyjna (2)	5,2	4,7	10,6%	8,8	8,5	3,5%
marża EBITDA operacyjna	24,8%	20,6%	4,2pkt %	22,7%	19,6%	3,1pkt %

(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 drugim kwartale 2011 r., dzięki zmniejszeniu kosztów operacyjnych, EBITDA operacyjna segmentu wzrosła o 10,6% do kwoty 5,2 mln zł. Marża EBITDA operacyjna osiągnęła poziom 24,8% (wzrost o 4,2 pkt% w stosunku do analogicznego okresu 2010 r.) [1]. W pierwszym półroczu 2011 r. redukcja kosztów operacyjnych skompensowała spadek przychodów i przyczyniła się do poprawy marży EBITDA operacyjna o 3,1 pkt% do poziomu 22,7%. EBITDA operacyjna segmentu wyniosła 8,8 mln zł (wzrost o 3,5% w stosunku do analogicznego okresu 2010 r.).

1. PRZYCHODY

Segment zanotował spadek przychodów zarówno w drugim kwartale jak i w pierwszym półroczu 2011 r. o odpowiednio 7,9% oraz 10,4%.

1.1. Sprzedaż czasopism

Tab. 11

w tys. egz.	II kwartał 2011	II kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010	I półrocze 2011	I półrocze 2010	% zmiany 2011 do 2010
Średnie rozpowszechnianie płatne miesięczników	978,5	954,2	2,5%	929,9	956,7	(2,8%)

W drugim kwartale 2011 r. średnie rozpowszechnianie płatne miesięczników Agory zwiększyło się o 2,5% w stosunku do drugiego kwartału 2010 r., natomiast w pierwszym półroczu 2011 r. spadło ono o 2,8% w stosunku do analogicznego okresu 2010 r.

Zarówno w drugim kwartale, jak i pierwszym półroczu 2011 r. segment odnotował zmniejszenie przychodów ze sprzedaży wydawnictw o odpowiednio 14,1% oraz 16,3%. Niższe przychody ze sprzedaży wydawnictw wynikają ze zmian wydawniczych w *Poradniku Domowym* (zrezygnowano z części droższych mutacji z dodatkami, a od marca cenę podstawowej mutacji obniżono do 1,99 zł) i *Dziecku* (od maja zrezygnowano z mutacji z dodatkami w postaci VCD za 6,99 zł, w miejsce której wprowadzono mutację bez gadżetów w cenie 1,00 zł) oraz ogólnorynkowego trendu spadku sprzedaży egzemplarzowej wydawnictw prasowych.

1.2. Sprzedaż reklam

Przychody ze sprzedaży reklam zmniejszyły się o 5,2% w drugim kwartale oraz o 6,6% w pierwszym półroczu 2011 r. W drugim kwartale 2011 r. udział czasopism Agory w wydatkach reklamowych w magazynach ogólnopolskich wyniósł 7,3%, a w wydatkach reklamowych w miesięcznikach 10,6% (według danych cennikowych) [7]. W pierwszym półroczu 2011 r. udział czasopism Agory w wydatkach reklamowych w magazynach ogólnopolskich wyniósł 6,6%, a w wydatkach reklamowych w miesięcznikach 9,9% (według danych cennikowych) [7].

Na spadek przychodów reklamowych segmentu w omawianym okresie wpłynęło głównie ograniczenie budżetów promocyjnych reklamodawców z branż: *wyposażenie wnętrz, budownictwo, motocykle i skutery*.

2. KOSZTY

W pierwszym półroczu 2011 r. koszty operacyjne segmentu zmniejszyły się o 13,4% do 30,5 mln zł. Oszczędność ta wynika głównie z niższych (o 37,6%) kosztów reprezentacji i reklamy (dzięki mniejszej liczbie zrealizowanych kampanii promocyjnych i rezygnacji z części mutacji z dodatkami do *Poradnika Domowego* i *Dziecka*). W samym drugim kwartale 2011 r. koszty operacyjne segmentu wyniosły 16,0 mln zł i były niższe o 12,6% w stosunku do analogicznego okresu roku 2010. Spadek ten wynika głównie z niższych (o 36,2%) kosztów reklamy i reprezentacji, przy jednoczesnym wzroście (o 9,4%) kosztów materiałów i energii, zakupu towarów oraz usług poligraficznych głównie z powodu wzrostu cen papieru.

3. INNE ZDARZENIA

W kwietniu 2011 r. uruchomiony został serwis internetowy *e-ogrody.pl* zawierający materiały o tematyce ogrodniczej, wyselekcjonowane z zasobów wydawanych przez Agorę czasopism *Ogrody*, *Kwietnik* i *Bukiety*.

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. 12

w mln zł	II kwartał 2011	II kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010	I półrocze 2011	I półrocze 2010	% zmiany 2011 do 2010
łącznie przychody, w tym:	50,1	44,9	11,6%	85,9	79,9	7,5%
Przychody ze sprzedaży reklam (1)	48,9	44,3	10,4%	83,9	78,8	6,5%
Razem koszty operacyjne, w tym:	(40,1)	(40,1)	-	(77,9)	(80,1)	(2,7%)
Koszty realizacji kampanii	(8,2)	(6,9)	18,8%	(13,7)	(12,9)	6,2%
Koszty utrzymania systemu	(18,3)	(18,1)	1,1%	(36,9)	(36,8)	0,3%
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (2)	(5,2)	(4,8)	8,3%	(10,0)	(9,4)	6,4%
Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych	(0,3)	(0,3)	-	(0,7)	(0,6)	16,7%
Reprezentacja i reklama	(1,0)	(2,1)	(52,4%)	(2,3)	(3,1)	(25,8%)
Amortyzacja	(4,6)	(5,4)	(14,8%)	(9,2)	(11,0)	(16,4%)
Pozostałe koszty operacyjne netto	0,7	0,6	16,7%	1,0	(0,8)	-
EBIT	10,0	4,8	108,3%	8,0	(0,2)	-
marża EBIT	20,0%	10,7%	9,3pkt %	9,3%	(0,3%)	9,6pkt %
EBITDA (4)	14,6	10,2	43,1%	17,2	10,7	60,7%
marża EBITDA	29,1%	22,7%	6,4pkt %	20,0%	13,4%	6,6pkt %
EBITDA operacyjna (2), (4)	14,9	10,5	41,9%	17,9	11,3	58,4%
marża EBITDA operacyjna	29,7%	23,4%	6,3pkt %	20,8%	14,1%	6,7pkt %
Liczba powierzchni reklamowych (3)	24 009	24 053	(0,2%)	24 009	24 053	(0,2%)

- (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.

Wzrost przychodów segmentu zarówno w drugim kwartale jak i w pierwszym półroczu 2011 r. oraz kontrola kosztów operacyjnych przyczyniły się do poprawy wyników finansowych segmentu Reklamy Zewnętrznej w obu tych okresach. EBITDA operacyjna segmentu wzrosła w drugim kwartale o 41,9% do kwoty 14,9 mln zł, natomiast w pierwszym półroczu 2011 r. o 58,4% do 17,9 mln zł. Segment poprawił także marżę EBITDA operacyjna odpowiednio do poziomu 29,7% w drugim kwartale 2011 r. oraz 20,8% w całym półroczu 2011 r.

1. PRZYCHODY [8]

W drugim kwartale 2011 r., wartość wydatków na rynku reklamy zewnętrznej zmniejszyła się o prawie 1,5%. W pierwszym półroczu 2011 r. wartość wydatków na reklamę zewnętrzną, według szacunków IGRZ, skurczyła się o prawie 3% w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego.

Dynamika przychodów ze sprzedaży reklam grupy AMS pozytywnie odbiegała od dynamiki całego rynku notując wzrosty zarówno w drugim kwartale jak i w całym pierwszym półroczu 2011 r. o odpowiednio 10,4% oraz 6,5%. Dzięki pozytywnej dynamice przychodów ze sprzedaży reklam, szacowany udział AMS w wydatkach na reklamę zewnętrzną, w drugim kwartale 2011 r. wzrósł o ponad 5 pkt% do poziomu 30% natomiast w pierwszym półroczu wzrósł o blisko 5 pkt% do poziomu 31%. [8]

2. KOSZTY

W drugim kwartale 2011 r. koszty operacyjne segmentu pozostały na niezmiennym poziomie. Dzięki oszczędnościom dokonany w pierwszym kwartale 2011 r., w pierwszym półroczu 2011 r. grupa AMS ograniczyła koszty operacyjne o 2,7%.

Do ograniczenia kosztów operacyjnych istotnie przyczynił się spadek pozostałych kosztów operacyjnych netto, który wynika z niższych kosztów jednorazowych odpisów aktualizujących wartości aktywów oraz opłat za zajęcie pasa drogi bez zezwolenia opisanych w nocy nr 8 skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

Niższe o 16,4% koszty amortyzacji w pierwszym półroczu 2011 r. są m.in. wynikiem pełnego zamortyzowania z końcem 2010 r. niektórych nośników reklamowych.

Spadek kosztów reprezentacji i reklamy w drugim kwartale i pierwszym półroczu 2011 r. jest efektem realizacji kampanii z zakresu komunikacji społecznej o mniejszej łącznej wartości niż kampanie zrealizowane w analogicznych okresach 2010 r.

Wzrost kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników zarówno w drugim kwartale jak i pierwszym półroczu 2011 r. wynika głównie z rozwoju struktury sprzedaży regionalnej oraz wyższych wynagrodzeń zmiennych wynikających z wyższych przychodów. Czynnikiem istotnie wpływającym na wysokość tych kosztów było zawiązanie rezerwy na plany motywacyjne realizowane w Grupie.

Wzrost kosztów realizacji kampanii w omawianych okresach jest pochodną wyższych przychodów. Wynika on bezpośrednio z zakupu większej ilości powierzchni reklamowych na autobusach oraz realizacji większej liczby wymiany plakatów.

3. INNE ZDARZENIA

W drugim kwartale 2011 r. grupa AMS rozszerzyła ofertę *CityINFOtv* - telewizji kontentowo-reklamowej o ekrany w 100 autobusach obsługujących miejskie linie w Warszawie. *CityINFOtv* w autobusach i metrze to największa systemowa sieć ekranów LCD w Warszawie, dostarczająca pasażerom informacje i reklamę online w czasie podróży. Po wprowadzeniu *CityINFOtv* w autobusach oferta AMS w tym zakresie obejmuje blisko 1200 ekranów.

Jedenasta, specjalna edycja konkursu *Galerii Plakatu AMS*, została zorganizowana pod hasłem *Dzisiaj Polska!* Zadaniem uczestników konkursu było zaprojektowanie plakatu promującego Polskę podczas naszej prezydencji w Unii Europejskiej. Współorganizatorem 11. edycji konkursu była *Akademia Sztuk Pięknych* w Gdańsku, konkurs odbył się pod patronatem *Narodowego Centrum Kultury* oraz *Polskiej Prezydencji w Radzie Unii Europejskiej 2011*.

IV.E. RADIO

Segment Radio zawiera skonsolidowane pro-forma dane pionu radiowego w Agorze S.A., wszystkich radiostacji lokalnych i stacji ponadregionalnej *TOK FM*, wchodzących w skład Grupy Agora, czyli: 20 stacji lokalnych nadających pod marką *Złote Przeboje* (nowa koncesja w Wolinie od marca 2011 r., stacja nadaje od czerwca 2011 r.), 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. 13

w mln zł	II kwartał 2011	II kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010	I półrocze 2011	I półrocze 2010	% zmiany 2011 do 2010
Łączne przychody, w tym:	22,6	20,2	11,9%	40,6	36,2	12,2%
Przychody ze sprzedaży reklam (1), (3)	22,2	19,8	12,1%	39,9	35,6	12,1%
Razem koszty operacyjne, w tym: (3)	(19,5)	(20,6)	(5,3%)	(38,1)	(35,6)	7,0%
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (2)	(6,2)	(6,0)	3,3%	(12,6)	(12,2)	3,3%
Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych	(0,3)	(0,1)	200,0%	(0,5)	(0,3)	66,7%
Licencje, czynsze i koszty łączności	(2,2)	(2,1)	4,8%	(4,2)	(4,0)	5,0%
Amortyzacja	(0,7)	(0,7)	-	(1,3)	(1,4)	(7,1%)
Reprezentacja i reklama (3)	(3,7)	(7,1)	(47,9%)	(6,8)	(8,9)	(23,6%)
EBIT	3,1	(0,4)	-	2,5	0,6	316,7%
marża EBIT	13,7%	(2,0%)	15,7pkt %	6,2%	1,7%	4,5pkt %
EBITDA	3,8	0,3	1 166,7%	3,8	2,0	90,0%
marża EBITDA	16,8%	1,5%	15,3pkt %	9,4%	5,5%	3,9pkt %
EBITDA operacyjna (2)	4,1	0,4	925,0%	4,3	2,3	87,0%
marża EBITDA operacyjna	18,1%	2,0%	16,1pkt %	10,6%	6,4%	4,2pkt %

(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.

W pierwszym półroczu 2011 r. segment Radio wypracował pozytywny wynik na poziomie EBITDA operacyjna w wysokości 4,3 mln zł (wzrost o 2,0 mln zł w stosunku do 2010 r.), z czego większość wyniku wypracowana została w drugim kwartale 2011 r., kiedy EBITDA operacyjna wyniosła 4,1 mln zł (wzrost o 3,7 mln zł w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego).

1. PRZYCHODY [3]

Przychody segmentu Radio wzrosły w drugim kwartale 2011 r. o 11,9%. Warto podkreślić, że w drugim kwartale 2010 r. przychody segmentu uwzględniały przychody barterowe, związane z organizacją *Smooth Festiwal Złote Przeboje* w Bydgoszczy, który w 2011 r. w zmienionej formule odbył się w lipcu (pod nazwą *ArtPop Festival Bydgoszcz 2011*). Bez uwzględnienia rozliczeń barterowych związanych z organizacją festiwalu, dynamika przychodów segmentu Radio w pierwszym półroczu 2011 r. byłaby wyższa niż dynamika wzrostu wydatków na reklamę radiową w Polsce w tym okresie. Przychody segmentu Radio w pierwszym półroczu 2011 r. wzrosły o 12,2% i wyniosły 40,6 mln zł.

Na wzrost przychodów segmentu w pierwszym półroczu 2011 r. wpłynęła rosnąca dynamika wydatków na reklamę radiową (wzrost o 14,5%) oraz wzrost przychodów z pośrednictwa sprzedaży czasu w stacjach obcych i z transakcji barterowych.

2. KOSZTY

W drugim kwartale 2011 r. koszty operacyjne segmentu zostały zmniejszone o 5,3%, głównie za sprawą niższych wydatków na reprezentację i reklamę. Niższe koszty reprezentacji i reklamy w drugim kwartale 2011 r. wynikają głównie z przesunięcia wydatków na kolejne kwartały.

W pierwszym półroczu 2011 r. koszty operacyjne segmentu wzrosły o 7,0% do kwoty 38,1 mln zł, głównie w wyniku wyższego kosztu zakupu czasu antenowego w stacjach obcych, które są równoważone wyższymi przychodami reklamowymi. Analogicznie do drugiego kwartału 2011 r., w pierwszym półroczu 2011 r. koszty reprezentacji i reklamy zostały ograniczone o 23,6%. W pierwszym półroczu 2010 r. koszty reklamy i reprezentacji były wyższe głównie ze względu na rozliczenie barterowe związane z organizacją *Smooth Festiwal Złote Przeboje* w Bydgoszczy. Bez uwzględnienia kosztów organizacji festiwalu, koszty reprezentacji i reklamy wzrosłyby w tym okresie w wyniku realizacji dużej kampanii reklamowej *Radia Złote Przeboje* prowadzonej głównie w pierwszym i kontynuowanej w drugim kwartale 2011 r.

W 2011 r., w wyniku zmiany formuły, nazwy i terminu (lipiec 2011 r.) organizacji festiwalu nastąpi przesunięcie kosztów barterowych związanych z jego organizacją na trzeci kwartał 2011 r.

3. UDZIAŁY W SŁUCHALNOŚCI [9]

W drugim kwartale 2011 r. udział radiostacji Grupy Agora (łącznie z TOK FM) w słuchalności wyniósł 11,4% i wzrósł o 0,6 pkt% w porównaniu z drugim kwartałem 2010 r. W drugim kwartale 2011 r. udział w czasie słuchania *TOK FM* wyniósł 5,0% we wszystkich miastach nadawania *TOK FM* (5,6% w analogicznym okresie 2010 r.).

W pierwszym półroczu 2011 r. udział radiostacji Grupy Agora (łącznie z TOK FM) w słuchalności wyniósł 11,2% i wzrósł o 0,9 pkt% w porównaniu z pierwszym półroczem 2010 r. W pierwszym półroczu 2011 r. udział w czasie słuchania *TOK FM* wyniósł 5,1% we wszystkich miastach nadawania *TOK FM* (5,0% w analogicznym okresie 2010 r.).

4. INNE ZDARZENIA

W drugim kwartale 2011 r. serwis muzyczny *tuba.FM* wraz z *Samsung Electronics* uruchomił nowszą wersję aplikacji dedykowaną telewizorom z dostępem do internetu. Dzięki niej możliwe jest tworzenie własnych stacji radiowych i słuchanie muzyki. Dodatkowo, w drugim kwartale 2011 r. *tuba.FM* wzbogaciła pakiet swoich aplikacji mobilnych, w skład których wchodziły dotychczas rozwiązania dla użytkowników *iPhone'ów* i aparatów z systemem *Android*, o nową aplikację przygotowaną z myślą o telefonach z systemem *Symbian (Nokia)*.

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. Więcej informacji o transakcji nabycia grupy Helios znajduje się w nocie 13 do skróconego skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Agora.

Tab. 14

w mln zł	II kwartał 2011	I półrocze 2011
Łączne przychody, w tym:	39,5	94,8
Przychody ze sprzedaży biletów do kina	28,1	69,5
Przychody ze sprzedaży barowej	8,7	20,2
Przychody ze sprzedaży reklam	2,4	4,5
Razem koszty operacyjne, w tym:	(40,3)	(87,6)
Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów	(5,5)	(12,0)
Amortyzacja	(4,5)	(8,8)
Wynagrodzenia i świadczenia	(6,0)	(12,1)
Usługi obce	(21,8)	(49,3)
Reprezentacja i reklama	(0,8)	(1,5)
Pozostałe koszty operacyjne netto	(1,7)	(3,9)
EBIT	(0,8)	7,2
marża EBIT	(2,0%)	7,6%
EBITDA	3,7	16,0
marża EBITDA	9,4%	16,9%
EBITDA operacyjna (1)	3,7	16,0
marża EBITDA operacyjna (1)	9,4%	16,9%

(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

1. PRZYCHODY [3]

W drugim kwartale 2011 r. łączne przychody z działalności kinowej wzrosły do kwoty 39,5 mln zł w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. Wyższe przychody są rezultatem wyższej o 20% frekwencji w kinach sieci Helios (1,6 mln widzów) w tym okresie, a co za tym idzie wyższych przychodów ze sprzedaży biletów. Na wzrost frekwencji w kinach w tym okresie wpływ miało okresowe zamknięcie kin w czasie żałoby narodowej w kwietniu 2010 r. [12]

Łączne przychody z działalności kinowej w pierwszym półroczu 2011 r. wyniosły 94,8 mln zł i były wyższe niż w analogicznym okresie 2010 r. Udało się to osiągnąć dzięki wyższym przychodom ze sprzedaży biletów oraz przychodom ze sprzedaży barowej. W pierwszym półroczu 2011 r. kina sieci Helios odwiedziło nieco ponad 4 mln osób, co oznaczało wzrost o 8,5% w porównaniu z analogicznym okresem 2010 r. [12].

W drugim kwartale 2011 r. średnia cena biletu w kinach sieci Helios wyniosła 18,03 zł (netto) i wzrosła w stosunku do analogicznego okresu 2010 r. o blisko 1%. Udział biletów na filmy 3D w całości sprzedanych biletów wyniósł blisko 47% i zwiększył się o ponad 17 pkt% w stosunku do analogicznego okresu 2010 r. Jest to wynik przede wszystkim wejścia na ekrany kin w ostatnich dniach maja 2011 r. kolejnej części *Piratów z Karaibów* w wersji 3D.

W pierwszym półroczu 2011 r. średnia cena biletu w kinach sieci Helios wyniosła 17,27 zł (netto) i spadła w stosunku do analogicznego okresu 2010 r. o blisko 7%, a udział biletów na filmy 3D w całości sprzedanych biletów wyniósł nieco ponad 31% i zmniejszył się o 1,5 pkt% w stosunku do analogicznego okresu 2010 r.

Dane *boxoffice.pl* za drugi kwartał 2011 r. wykazują wzrost liczby biletów do kin sprzedanych w Polsce o 14% w stosunku analogicznego okresu roku poprzedniego oraz wzrost o blisko 16% wpływów ze sprzedaży biletów. Zgodnie z danymi *boxoffice.pl* w pierwszym półroczu 2011 r. liczba biletów do kin sprzedanych w Polsce utrzymała się na poziomie sprzedaży biletów roku poprzedniego, natomiast wpływy ze sprzedaży biletów spadły o blisko 5%.

Wynik operacyjny (EBIT) działalności kinowej w pierwszym półroczu 2011 r. wyniósł 7,2 mln zł, przy stracie operacyjnej na poziomie 0,8 mln zł w drugim kwartale 2011 r.

2. KOSZTY

Koszty operacyjne segmentu zarówno w drugim kwartale jak i w pierwszym półroczu 2011 r. były wyższe niż w analogicznych okresach 2010 r. i wyniosły odpowiednio 40,3 mln zł i 87,6 mln zł. Wzrost kosztów operacyjnych zarówno w drugim kwartale jak i w pierwszym półroczu 2011 r. wynika głównie z wyższego kosztu zakupu kopii filmowych.

3. 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 formacie 3D. Do dnia 30 czerwca 2011 r. zamontowano 60 kolejnych projektorów cyfrowych wyposażonych 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 pierwszym i drugim kwartale 2010 r. oraz w pierwszym kwartale 2011 r.

O ile wyrażnie 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 wyprzedzą 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 S.A.

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 – czerwiec 2011 r. N = 24 550; kwiecień - czerwiec 2011r. N = 12 354; Metro: wielkość próby dla Warszawy - miasta pow. 500 tysięcy mieszkańców, woj. mazowieckie: styczeń – czerwiec 2011 r. N = 1 047; kwiecień - czerwiec 2011r. N = 521.

[5] Definicje wskaźników:

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

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

$$\text{Rentowność kapitału} = \frac{\text{Zysk netto przypadający na akcjonariuszy jednostki dominującej}}{(\text{Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej na początek okresu} + \text{Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej na koniec okresu}) / (2 \text{ dla danych półrocznych i } 4 \text{ dla danych kwartalnych)}}$$

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

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

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

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

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

$$\text{Wskaźnik pokrycia odsetek} = \frac{\text{Zysk na działalności operacyjnej}}{\text{Koszty odsetek}}$$

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

* 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 S.A. 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 – czerwiec 2011 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. Raport ten jest opracowany przez IGRZ w oparciu o faktyczne dane finansowe przekazywane przez podmioty współtworzące Izbę i dotyczące 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 kwiecień-czerwiec: (próba dla 2010: 10 466 oraz dla 2011: 10 490, za okres styczeń-czerwiec: próba dla 2010: 20 924 oraz dla 2011: 20 961); dla TOK FM: miasta nadawania za okres kwiecień-czerwiec w grupie wiekowej 15+ (próba dla 2010: 7 765 oraz dla 2011: 7 784, za okres styczeń-czerwiec: próba dla 2010: 15 512 oraz dla 2011: 15 548).

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

[11] dane dotyczące sprzedaży biletów we wszystkich kinach w Polsce pochodzą od Boxoffice.pl i są sporządzane na podstawie danych przekazywanych przez 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.

[12] 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

1. ZMIANY UMOWY O LINIĘ KREDYTOWĄ

W raporcie bieżącym z dnia 26 maja 2011 r., Spółka poinformowała o zawarciu w dniu 26 maja 2011 r. Aneksu nr 12 („Aneks 12”) do Umowy kredytowej z Bankiem Polska Kasa Opieki S.A. zawartej 5 kwietnia 2002 r. Na mocy podpisanego Aneksu 12, Spółka dysponuje linią kredytową w wysokości 150 mln zł, którą może wykorzystać do dnia 31 maja 2012 r.

W raporcie bieżącym z dnia 1 lipca 2011 r., Spółka poinformowała, że w wykonaniu Aneksu 12, w dniu 1 lipca 2011 r., Agora podpisała dokumenty dotyczące w szczególności przedłużenia okresu, w ciągu którego Bank może skorzystać z zabezpieczeń linii kredytowej przyznanej Spółce.

2. ISTOTNE WYDARZENIA

► Rekomendacja Zarządu Agory S.A. w sprawie podziału zysku za rok obrotowy 2010

W dniu 12 maja 2011 r. Spółka poinformowała, że Zarząd Agory S.A. z siedzibą w Warszawie podjął decyzję o zarekomendowaniu Walnemu Zgromadzeniu Akcjonariuszy wypłaty dywidendy za rok obrotowy 2010 w wysokości 0,50 zł na akcję.

Proponowany dzień ustalenia prawa do dywidendy to 15 lipca 2011 r., a dzień wypłaty dywidendy to 3 sierpnia 2011 r.

W opinii organów Spółki, wyniki finansowe osiągnięte przez Spółkę w 2010 r. dają możliwość wypłaty dywidendy za rok obrotowy 2010 w wysokości 0,50 zł na akcję.

Powyższa rekomendacja Zarządu Agory S.A. jest zgodna z polityką dywidendową ogłoszoną w dniu 14 lutego 2005 r. i wynika z analizy sytuacji finansowej Spółki oraz struktury jej bilansu w kontekście realizacji najważniejszych celów na najbliższe lata, w tym dalszych działań rozwojowych realizowanych zarówno poprzez potencjalne akwizycje jak i rozwój organiczny.

Powyższy wniosek uzyskał pozytywną opinię Rady Nadzorczej.

Od dnia ogłoszenia polityki dywidendowej w dniu 14 lutego 2005 r., Agora wypłaciła pięciokrotnie dywidendę (w sumie: 191,3 mln zł) oraz trzykrotnie przeprowadziła skup akcji własnych (łącznie koszt zrealizowanych, do dnia przekazania tego raportu, programów nabywania akcji własnych: 210 mln zł).

► Walne Zgromadzenie Agory

W raporcie bieżącym z dnia 27 maja 2011 r., Zarząd Agory poinformował o zwołaniu na dzień 22 czerwca 2011 r. na godz. 11.00 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Agory S.A. („Walne Zgromadzenie”).

W raporcie bieżącym z dnia 27 maja 2011 r., opublikowane zostały projekty uchwał, które Zarząd przedłożył Walnemu Zgromadzeniu.

W raporcie bieżącym z dnia 22 czerwca 2011 r., Zarząd Agory S.A. przekazał do publicznej wiadomości treść uchwał powziętych przez Walne Zgromadzenie.

W raporcie bieżącym z dnia 22 czerwca 2011 r., Zarząd Agory S.A. przekazał do publicznej wiadomości informację o wypłacie dywidendy w wysokości 25,5 mln zł tj. 0,50 złotych na jedną akcję uchwalonej przez Walne Zgromadzenie wskazującej jako dzień dywidendy 15 lipca 2011 r. i dzień wypłaty dywidendy 3 sierpnia 2011 r.

W raporcie bieżącym z dnia 22 czerwca 2011 r. Zarząd poinformował, że na Walnym Zgromadzeniu w dniu 22 czerwca 2011 r. następujący akcjonariusze posiadali ponad 5% liczby głosów na tym zgromadzeniu:

Agora-Holding Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie: 23 158 425 głosów, tj. 57,12 % głosów na tym zgromadzeniu i 34,02 % ogólnej liczby głosów;

ARKA BZ WBK FIO z siedzibą w Poznaniu: 6 800 000 głosów tj. 16,77% głosów na tym Zgromadzeniu i 9,99% ogólnej liczby głosów poprzez następujące subfundusze:

- ARKA BZ WBK FIO SUBFUNDUSZ ARKA BZ WBK AKCJI FIO: 4 000 000, tj. 9,87% głosów na tym Zgromadzeniu i 5,88% ogólnej liczby głosów,
- ARKA BZ WBK FIO SUBFUNDUSZ ARKA BZ STABILNEGO WZROSTU: 800 000, tj. 1,97% głosów na tym Zgromadzeniu i 1,18% ogólnej liczby głosów,
- ARKA BZ WBK FIO SUBFUNDUSZ ARKA BZ ZRÓWNOWAŻONY FIO: 2 000 000, tj. 4,93% głosów na tym Zgromadzeniu i 2,94% ogólnej liczby głosów.

Rejestracja zmian w statucie i ustalenie tekstu jednolitego statutu

W raporcie z dnia 11 sierpnia 2011 r., Zarząd Agory poinformował, że Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy Wydział XIII Gospodarczy w dniu 27 lipca 2011 r. wpisał do rejestru przedsiębiorców KRS zmianę Statutu Spółki poprzez nadanie nowego brzmienia par. 5 ust. 1 wprowadzonego uchwałą nr 17 Walnego Zgromadzenia Agory SA z dnia 22 czerwca 2011 r.

3. ZMIANY W STANIE POSIADANIA AKCJI LUB INNYCH UPRAWNIEŃ DO NICH (OPCJI) PRZEZ CZŁONKÓW ZARZĄDU W DRUGIM KWARTALE 2011 R. I DO DNIA PUBLIKACJI RAPORTU

Tab. 15

a. akcje	stan na 30.06.2011	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 31.03.2011
Piotr Niemczycki	1 548 373	0	0	1 548 373
Zbigniew Bąk	68 006	0	0	68 006
Tomasz Józefacki	0	0	0	0
Grzegorz Kossakowski	44 451	0	0	44 451
b. prawa do akcji	stan na 30.06.2011	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 31.03.2011
Piotr Niemczycki	0	0	0	0
Zbigniew Bąk	0	0	0	0
Tomasz Józefacki	0	0	0	0
Grzegorz Kossakowski	0	0	0	0
c. akcje	stan na 12.08.2011	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 30.06.2011
Piotr Niemczycki	1 548 373	0	0	1 548 373
Zbigniew Bąk	68 006	0	0	68 006
Tomasz Józefacki	0	0	0	0
Grzegorz Kossakowski	44 451	0	0	44 451
d. prawa do akcji	stan na 12.08.2011	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 30.06.2011
Piotr Niemczycki	0	0	0	0
Zbigniew Bąk	0	0	0	0
Tomasz Józefacki	0	0	0	0
Grzegorz Kossakowski	0	0	0	0

Członkowie Zarządu uczestniczą również w programie motywacyjnym dla kadry kierowniczej, omówionym w nocie nr 5 do skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

4. ZMIANY W STANIE POSIADANIA AKCJI LUB INNYCH UPRAWNIEŃ DO NICH (OPCJI) PRZEZ CZŁONKÓW RADY NADZORCZEJ W DRUGIM KWARTALE 2011 R. I DO DNIA PUBLIKACJI RAPORTU

Tab. 16

a. akcje	stan na 30.06.2011	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 31.03.2011
Sławomir S. Sikora	0	0	0	0
Tomasz Sielicki	33	0	0	33
Andrzej Szlęzak	0	0	0	0
Marcin Hejka	0	0	0	0
Wanda Rapaczynski	924 616	0	0	924 616

b. akcje	stan na 12.08.2011	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 30.06.2011
Sławomir S. Sikora	0	0	0	0
Tomasz Sielicki	33	0	0	33
Andrzej Szlęzak	0	0	0	0
Marcin Hejka	0	0	0	0
Wanda Rapaczynski	924 616	0	0	924 616

Członkowie Rady Nadzorczej nie posiadali w raportowanych okresach innych uprawnień do akcji (np. opcji).

5. AKCJONARIUSZE POSIADAJĄCY BEZPOŚREDNIO LUB POŚREDNIO PRZEZ PODMIOTY ZALEŻNE CO NAJMNIEJ 5% OGÓLNEJ LICZBY GŁOSÓW NA WALNYM ZGROMADZENIU SPÓŁKI NA DZIEŃ PRZEKAZANIA RAPORTU KWARTALNEGO

Struktura akcjonariatu uaktualniana jest na podstawie formalnych zawiadomień od akcjonariuszy posiadających co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu 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, struktura akcjonariatu aktualna na dzień przekazania poprzedniego raportu kwartalnego, tj. na 25 lutego 2011 r. nie uległa istotnym zmianom w odniesieniu do dnia przekazania niniejszego raportu.

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 23 grudnia 2010 r.)	6 032 025	11,84	23 158 425	34,02
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

6. POZOSTAŁE INFORMACJE

■ Stanowisko Zarządu odnośnie realizacji prognoz finansowych

Zarząd Agory S.A. nie publikował wcześniej prognoz wyników finansowych i dlatego raport nie zawiera stanowiska Zarządu odnośnie możliwości zrealizowania takich prognoz.

■ Zmiany w zobowiązaniach warunkowych

Zmiany zobowiązań warunkowych, które nastąpiły od czasu zakończenia ostatniego roku obrotowego zostały opisane w nocy 8 do skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

■ 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 2011 r. 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.

GRUPA AGORA

SKRÓCONE ŚRÓDROCZNE SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE FINANSOWE

na 30 czerwca 2011 r. oraz za 3 i 6 miesięcy zakończonych
30 czerwca 2011 r.

SKONSOLIDOWANY BILANS NA 30 CZERWCA 2011 R.

	30 czerwca 2011 niebadane	31 marca 2011 niebadane	31 grudnia 2010 zbadane	30 czerwca 2010 niebadane
Aktywa				
Aktywa trwałe:				
Wartości niematerialne	425 591	427 192	427 337	391 872
Rzeczowe aktywa trwałe	755 764	757 691	763 047	584 920
Długoterminowe aktywa finansowe	251	244	201	217
Inwestycje rozliczane metodą praw własności	241	45	235	1 152
Należności długoterminowe i inne rozliczenia międzyokresowe	10 499	10 786	9 640	7 991
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	4 005	4 320	2 954	7 099
	1 196 351	1 200 278	1 203 414	993 251
Aktywa obrotowe:				
Zapasy	23 442	23 387	22 552	14 474
Należności krótkoterminowe i rozliczenia międzyokresowe	251 901	233 240	239 351	229 336
Należności z tytułu podatku dochodowego	421	933	2 973	1 248
Krótkoterminowe aktywa finansowe	199 610	174 161	154 828	159 277
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	132 279	172 663	182 358	147 106
	607 653	604 384	602 062	551 441
Aktywa razem	1 804 004	1 804 662	1 805 476	1 544 692

Załączone noty stanowią integralną część niniejszego skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

SKONSOLIDOWANY BILANS NA 30 CZERWCA 2011 R. (C.D.)

	Nota	30 czerwca 2011 niebadane	31 marca 2011 niebadane	31 grudnia 2010 zbadane	30 czerwca 2010 niebadane
Pasywa					
Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej:					
Kapitał zakładowy		50 937	50 937	50 937	50 937
Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej		147 192	147 192	147 192	147 192
Kapitał z przeliczenia sprawozdań finansowych spółek zagranicznych		(87)	(307)	(130)	(379)
Zyski z lat ubiegłych i roku bieżącego		1 034 147	1 033 574	1 023 053	1 018 292
		1 232 189	1 231 396	1 221 052	1 216 042
Udziały niekontrolujące		15 963	16 550	15 500	1 806
Kapitał własny		1 248 152	1 247 946	1 236 552	1 217 848
Zobowiązania długoterminowe:					
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego		51 725	47 696	49 376	43 846
Długoterminowe kredyty i pożyczki	3	163 662	175 979	188 833	30 714
Pozostałe zobowiązania finansowe		29 882	29 924	30 050	-
Rezerwa na świadczenia emerytalne		2 079	1 865	1 865	1 634
Rezerwy na zobowiązania		-	-	-	163
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe		3 802	4 863	3 373	262
		251 150	260 327	273 497	76 619
Zobowiązania krótkoterminowe:					
Rezerwa na świadczenia emerytalne		68	138	138	119
Zobowiązania krótkoterminowe		171 208	159 408	164 366	144 677
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego		2 246	1 627	874	73
Krótkoterminowe kredyty i pożyczki	3	68 541	69 542	66 369	42 423
Rezerwy na zobowiązania		7 115	8 181	10 143	12 950
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe		55 524	57 493	53 537	49 983
		304 702	296 389	295 427	250 225
Pasywa razem		1 804 004	1 804 662	1 805 476	1 544 692
Średnia ważona liczba akcji					
		50 937 386	50 937 386	50 937 386	50 937 386

Załączone noty stanowią integralną część niniejszego skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

SKONSOLIDOWANY RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT ZA TRZY I SZEŚĆ MIESIĘCY ZAKOŃCZONYCH 30 CZERWCA 2011 R.

	Nota	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2011 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011 niebadane	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2010 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010 niebadane
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	4	319 279	615 108	281 300	529 413
Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów		(197 393)	(391 712)	(149 867)	(296 738)
Zysk brutto ze sprzedaży		121 886	223 396	131 433	232 675
Koszty sprzedaży		(67 065)	(126 514)	(69 255)	(123 465)
Koszty ogólnego zarządu		(28 762)	(60 572)	(27 783)	(56 615)
Pozostałe przychody operacyjne		4 343	9 934	4 179	12 101
Pozostałe koszty operacyjne		(4 027)	(9 690)	(14 482)	(23 939)
Zysk z działalności operacyjnej	4	26 375	36 554	24 092	40 757
Przychody finansowe		4 347	8 228	3 325	7 482
Koszty finansowe		(4 033)	(8 362)	(1 792)	(3 513)
Udział w zyskach (stratach) netto jednostek rozliczanych metodą praw własności		203	6	(106)	(396)
Zysk brutto		26 892	36 426	25 519	44 330
Podatek dochodowy		(5 362)	(7 786)	(5 383)	(2 436)
Zysk netto		21 530	28 640	20 136	41 894
Przypadający na:					
Akcjonariuszy jednostki dominującej		21 713	27 841	20 254	41 924
Udziały niekontrolujące		(183)	799	(118)	(30)
		21 530	28 640	20 136	41 894
Podstawowy / rozwodniony zysk przypadający na jedną akcję (w zł)		0,43	0,55	0,40	0,82

Załączone noty stanowią integralną część niniejszego skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z CAŁKOWITYCH DOCHODÓW ZA TRZY I SZEŚĆ MIESIĘCY ZAKOŃCZONYCH 30 CZERWCA 2011 R.

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2011 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011 niebadane	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2010 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010 niebadane
Zysk netto za okres	21 530	28 640	20 136	41 894
Różnice kursowe z przeliczenia sprawozdań finansowych spółek zagranicznych	220	43	242	103
Inne całkowite dochody ogółem	220	43	242	103
Całkowite dochody ogółem za okres	21 750	28 683	20 239	41 997
Przypadające na:				
Akcjonariuszy jednostki dominującej	21 933	27 884	20 496	42 027
Udziały niekontrolujące	(183)	799	(118)	(30)
	21 750	28 683	20 378	41 997

Załączone noty stanowią integralną część niniejszego skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

SKONSOLIDOWANE ZESTAWIENIE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM ZA TRZY I SZEŚĆ MIESIĘCY ZAKOŃCZONYCH 30 CZERWCA 2011 R.

	Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej							
	Kapitał zakładowy	Akcje własne	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	Kapitał z przeliczenia sprawozdań finansowych spółek zagranicznych	Zyski z lat ubiegłych i roku bieżącego	Razem	Udziały niekontrolujące	Kapitał własny razem
Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2011 r.								
Stan na 31 marca 2011 r. niebadane	50 937	-	147 192	(307)	1 033 574	1 231 396	16 550	1 247 946
Całkowite dochody za okres sprawozdawczy								
Zysk / (strata) netto okresu	-	-	-	-	21 713	21 713	(183)	21 530
Inne całkowite dochody ogółem	-	-	-	220	-	220	-	220
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	-	220	21 713	21 933	(183)	21 750
Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym								
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli								
Koszt płatności w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych	-	-	-	-	4 329	4 329	-	4 329
Dywidendy uchwalone	-	-	-	-	(25 469)	(25 469)	-	(25 469)
Dywidendy spółek zależnych	-	-	-	-	-	-	(404)	(404)
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli ogółem	-	-	-	-	(21 140)	(21 140)	(404)	(21 544)
Transakcje z właścicielami ogółem	-	-	-	-	(21 140)	(21 140)	(404)	(21 544)
Stan na 30 czerwca 2011 r. niebadane	50 937	-	147 192	(87)	1 034 147	1 232 189	15 963	1 248 152

Załączone noty stanowią integralną część niniejszego skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

SKONSOLIDOWANE ZESTAWIENIE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM ZA TRZY I SZEŚĆ MIESIĘCY ZAKOŃCZONYCH 30 CZERWCA 2011 R. (C. D.)

Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej

	Kapitał zakładowy	Akcje własne	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	Kapitał z przeliczenia sprawozdań finansowych spółek zagranicznych	Zyski z lat ubiegłych i roku bieżącego	Razem	Udziały niekontrolujące	Kapitał własny razem
Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011 r.								
Stan na 31 grudnia 2010 r. zbadane	50 937	-	147 192	(130)	1 023 053	1 221 052	15 500	1 236 552
Całkowite dochody za okres sprawozdawczy								
Zysk netto okresu	-	-	-	-	27 841	27 841	799	28 640
Inne całkowite dochody ogółem	-	-	-	43	-	43	-	43
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	-	43	27 841	27 884	799	28 683
Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym								
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli								
Koszt płatności w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych	-	-	-	-	8 789	8 789	-	8 789
Dywidendy uchwalone	-	-	-	-	(25 469)	(25 469)	-	(25 469)
Dywidendy spółek zależnych	-	-	-	-	-	-	(404)	(404)
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli ogółem	-	-	-	-	(16 680)	(16 680)	(404)	(17 084)
Zmiany w udziale własnościowym w jednostkach podporządkowanych, które nie skutkują utratą kontroli								
Nabywanie udziałów niekontrolujących	-	-	-	-	(67)	(67)	67	-
Pozostałe	-	-	-	-	-	-	1	1
Zmiany w udziale własnościowym w jednostkach podporządkowanych ogółem	-	-	-	-	(67)	(67)	68	1
Transakcje z właścicielami ogółem	-	-	-	-	(16 747)	(16 747)	(336)	(17 083)
Stan na 30 czerwca 2011 r. niebadane	50 937	-	147 192	(87)	1 034 147	1 232 189	15 963	1 248 152

Załączone noty stanowią integralną część niniejszego skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

SKONSOLIDOWANE ZESTAWIENIE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM ZA TRZY I SZEŚĆ MIESIĘCY ZAKOŃCZONYCH 30 CZERWCA 2011 R. (C. D.)

Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej

	Kapitał zakładowy	Akcje własne	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	Kapitał z przeliczenia sprawozdań finansowych spółek zagranicznych	Zyski z lat ubiegłych i roku bieżącego	Razem	Udziały niekontrolujące	Kapitał własny razem
Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2010 r.								
Stan na 31 grudnia 2009 r. zbadane	50 937	-	147 192	(482)	998 634	1 196 281	(206)	1 196 075
Całkowite dochody za okres sprawozdawczy								
Zysk / (Strata) netto okresu	-	-	-	-	71 894	71 894	(25)	71 869
Inne całkowite dochody za okres	-	-	-	352	-	352	-	352
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	-	352	71 894	72 246	(25)	72 221
Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym								
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli								
Koszt płaćności w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych	-	-	-	-	10 371	10 371	-	10 371
Dywidendy uchwalone	-	-	-	-	(25 469)	(25 469)	-	(25 469)
Dywidendy spółek zależnych	-	-	-	-	-	-	(666)	(666)
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli ogółem	-	-	-	-	(15 098)	(15 098)	(666)	(15 764)
Zmiany w udziale własnościowym w jednostkach podporządkowanych, które nie skutkują utratą kontroli								
Nabycie udziałów niekontrolujących	-	-	-	-	(2 708)	(2 708)	2 708	-
Nabycie jednostki zależnej	-	-	-	-	-	-	13 689	13 689
Ujęcie zobowiązania z tytułu opcji put przyznanych udziałowcom niekontrolującym	-	-	-	-	(29 669)	(29 669)	-	(29 669)
Zmiany w udziale własnościowym w jednostkach podporządkowanych ogółem	-	-	-	-	(32 377)	(32 377)	16 397	(15 980)
Transakcje z właścicielami ogółem	-	-	-	-	(47 475)	(47 475)	15 731	(31 744)
Stan na 31 grudnia 2010 r. zbadane	50 937	-	147 192	(130)	1 023 053	1 221 052	15 500	1 236 552

Załączone noty stanowią integralną część niniejszego skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

SKONSOLIDOWANE ZESTAWIENIE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM ZA TRZY I SZEŚĆ MIESIĘCY ZAKOŃCZONYCH 30 CZERWCA 2011 R. (C. D.)

Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej

	Kapitał zakładowy	Akcje własne	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	Kapitał z przeliczenia sprawozdań finansowych spółek zagranicznych	Zyski z lat ubiegłych i roku bieżącego	Razem	Udziały niekontrolujące	Kapitał własny razem
Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010 r.								
Stan na 31 grudnia 2009 r. zbadane	50 937	-	147 192	(482)	998 634	1 196 281	(206)	1 196 075
Całkowite dochody za okres sprawozdawczy								
Zysk /(strata) netto okresu	-	-	-	-	41 924	41 924	(30)	41 894
Inne całkowite dochody za okres	-	-	-	103	-	103	-	103
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	-	103	41 924	42 027	(30)	41 997
Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym								
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli								
Koszt płaćności w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych	-	-	-	-	5 911	5 911	-	5 911
Dywidendy uchwalone	-	-	-	-	(25 469)	(25 469)	-	(25 469)
Dywidendy spółek zależnych	-	-	-	-	-	-	(666)	(666)
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli ogółem	-	-	-	-	(19 558)	(19 558)	(666)	(20 224)
Zmiany w udziale własnościowym w jednostkach podporządkowanych, które nie skutkują utratą kontroli								
Nabycie udziałów niekontrolujących	-	-	-	-	(2 708)	(2 708)	2 708	-
Zmiany w udziale własnościowym w jednostkach podporządkowanych ogółem	-	-	-	-	(2 708)	(2 708)	2 708	-
Transakcje z właścicielami ogółem	-	-	-	-	(22 266)	(22 266)	2 042	(20 224)
Stan na 30 czerwca 2010 r. niebadane	50 937	-	147 192	(379)	1 018 292	1 216 042	1 806	1 217 848

Załączone noty stanowią integralną część niniejszego skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

SKONSOLIDOWANY RACHUNEK PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH ZA TRZY I SZEŚĆ MIESIĘCY ZAKOŃCZONYCH 30 CZERWCA 2011 R.

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2011 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011 niebadane	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2010 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010 niebadane
Działalność operacyjna				
Zysk brutto	26 892	36 426	25 519	44 330
Korekty o pozycje:				
Udział w zyskach (stratach) netto jednostek rozliczanych metodą praw własności	(203)	(6)	106	396
Amortyzacja rzeczowych aktywów trwałych	19 247	38 204	15 925	32 072
Amortyzacja wartości niematerialnych	6 719	9 746	3 566	7 189
(Zyski) /Straty z tytułu różnic kursowych	-	(5)	-	-
Odsetki, netto	3 590	7 164	875	1 860
(Zysk)/ strata z tytułu działalności inwestycyjnej	(2 495)	(4 058)	6 260	4 137
Zmiana stanu rezerw	(922)	(2 884)	146	205
Zmiana stanu zapasów	(55)	(890)	(889)	1 690
Zmiana stanu należności i czynnych rozliczeń międzyokresowych	(20 892)	(18 041)	(7 906)	(11 117)
Zmiana stanu zobowiązań	(14 173)	(16 895)	(18 323)	(22 656)
Zmiana stanu biernych rozliczeń międzyokresowych	(2 697)	2 557	1 454	9 489
Inne korekty (1)	4 790	9 235	3 648	7 081
Przepływy środków pieniężnych brutto	19 801	60 553	30 381	74 676
Podatek dochodowy zapłacony	(1 825)	(4 502)	(2 604)	(3 126)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej	17 976	56 051	27 777	71 550
Działalność inwestycyjna				
Przychody ze sprzedaży rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych	164	266	29	76
Przychody z tytułu odsetek	686	803	-	-
Sprzedaż krótkoterminowych papierów wartościowych	34 347	60 673	-	-
Wydatki inwestycyjne na rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne	(16 220)	(28 032)	(11 593)	(22 432)
Wydatki netto na nabycie podmiotów zależnych, stowarzyszonych i współkontrolowanych	-	(50)	(906)	(926)
Nabycie krótkoterminowych papierów wartościowych	(57 672)	(101 330)	-	-
Pożyczki udzielone	-	(200)	-	-
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności inwestycyjnej	(38 695)	(67 870)	(12 470)	(23 282)
Działalność finansowa				
Wpływy z tytułu kredytów i pożyczek	1 781	2 500	-	-

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2011 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011 niebadane	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2010 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010 niebadane
Dywidendy wypłacone udziałowcom niekontrolującym	(404)	(404)	(666)	(666)
Spłata kredytów i pożyczek	(14 664)	(27 962)	(10 729)	(21 458)
Płatności zobowiązań z tytułu umów leasingu finansowego	(2 541)	(4 782)	-	-
Odsetki	(3 572)	(7 130)	(875)	(1 860)
Pozostałe	(265)	(482)	(448)	(1 403)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności finansowej	(19 665)	(38 260)	(12 718)	(25 387)
Zmiana stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	(40 384)	(50 079)	2 589	22 881
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty				
Na początek okresu obrotowego	172 663	182 358	144 517	124 225
Na koniec okresu obrotowego	132 279	132 279	147 106	147 106

(1) pozycja „inne korekty” zawiera głównie niegotówkowe koszty płatności w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych.

Załączone noty stanowią integralną część niniejszego skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

NOTY DO SKRÓCONEGO ŚRÓDROCZNEGO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO NA 30 CZERWCA 2011 R. ORAZ ZA TRZY I SZEŚĆ MIESIĘCY ZAKOŃCZONYCH 30 CZERWCA 2011 R.

1. INFORMACJE OGÓLNE

Podstawowym przedmiotem działalności Agory S.A. z siedzibą w Warszawie, ul. Czerska 8/10 („Spółka”), jest wydawanie dzienników (w tym *Gazety Wyborczej*), czasopism, wydawnictw periodycznych oraz działalność internetowa. Dodatkowo Spółka kontroluje 5 spółek radiowych. Spółka jest także obecna w segmencie reklamy zewnętrznej poprzez spółkę zależną Art Marketing Syndicate S.A. („AMS”) oraz w segmencie kin poprzez spółkę zależną Helios S.A. („Helios”).

Na dzień 30 czerwca 2011 r. grupę kapitałową Agory („Grupa”) stanowiły: Agora S.A., 14 spółek zależnych oraz dwie jednostki współzależne A2 Multimedia Sp. z o.o. i Business Ad Network Sp. z o.o. Grupa prowadzi działalność we wszystkich głównych miastach Polski, a także na Ukrainie poprzez spółkę LLC Agora Ukraine. Sprawozdanie finansowe zostało przygotowane na dzień oraz za trzy i sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011 r., z danymi porównywalnymi na dzień oraz za trzy i sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010 r.

Sprawozdanie finansowe zostało zatwierdzone do publikacji przez Zarząd Agory S.A. w dniu 12 sierpnia 2011 r.

2. PODSTAWA SPORZĄDZENIA SKRÓCONEGO ŚRÓDROCZNEGO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO

Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe na 30 czerwca 2011 r. oraz za trzy i sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011 r. nie podlegało badaniu przez biegłego rewidenta. Skonsolidowane sprawozdanie finansowe na 31 grudnia 2010 r. oraz za dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2010 r. podlegało badaniu przez biegłego rewidenta, który wydał opinię bez zastrzeżeń.

Skrócone śródroczne sprawozdanie finansowe zostało przygotowane według Międzynarodowego Standardu Rachunkowości 34 „Śródroczna sprawozdawczość finansowa”, zgodnie z art. 55 ust. 5 oraz art. 45 ust. 1a-1c ustawy o rachunkowości (Dz. U. z 2009 r., nr 152, poz. 1223 z późniejszymi zmianami) i wydanych na jej podstawie przepisów wykonawczych oraz zgodnie z wymogami określonymi w rozporządzeniu Ministra Finansów z dnia 19 lutego 2009 r. w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim (Dz. U. z 2009 r., Nr 33, poz. 259 z późniejszymi zmianami).

Przygotowując skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe, Grupa stosowała te same zasady rachunkowości, co opisane w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym na 31 grudnia 2010 r., za wyjątkiem zmian opisanych poniżej. Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe na 30 czerwca 2011 r. powinno być czytane razem ze zbadanym skonsolidowanym sprawozdaniem finansowym na 31 grudnia 2010 r.

Dla sprawozdań finansowych Grupy za rok obrotowy rozpoczynający się z dniem 1 stycznia 2011 r. efektywne są następujące nowe standardy, zmiany i interpretacje do istniejących standardów, które zostały zatwierdzone przez Unię Europejską:

- 1) Zmiany do *MSSF 1 Ograniczone zwolnienia dotyczące ujawnień zgodnych z MSSF 7 dla jednostek stosujących MSSF po raz pierwszy*,
- 2) Zaktualizowany *MSR 24 Ujawnianie Informacji na temat podmiotów powiązanych*,
- 3) Zmiany do *MSR 32 Klasyfikacja praw poboru*,
- 4) Zmiany do *KIMSF 14: Przedpłaty z tytułu minimalnych wymogów finansowania*,
- 5) *KIMSF 19 Regulowanie zobowiązań finansowych przy pomocy instrumentów kapitałowych*,
- 6) *Zmiany do Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej 2010*.

Zastosowanie zmienionych standardów i nowych interpretacji nie miało istotnego wpływu na prezentowane wcześniej sprawozdania finansowe.

3. ZOBOWIĄZANIA Z TYTUŁU KREDYTÓW I POŻYCZEK

Na 30 czerwca 2011 r., Spółka dysponowała otwartą linią kredytową, zgodnie z umową z Bankiem Pekao S.A. z 5 kwietnia 2002 r. (z późniejszymi aneksami). Zgodnie z aneksem nr 12 wysokość linii kredytowej uległa zmianie i teraz wynosi: 297 817 tys. zł. W dniu 5 października 2010 r. Spółka zrefinansowała zakup Centrum Filmowego Helios S.A. (obecnie Helios S.A.) tj. wykorzystała część dostępnej linii kredytowej w wysokości 104 900 tys. zł. W pierwszym półroczu 2011 r. Spółka spłaciła dwie raty kredytu bankowego zaciągniętego w latach poprzednich. Na 30 czerwca 2011 r. zadłużenie z tego tytułu wynosiło 135 614 tys. zł, z tego 95 173 tys. zł jest prezentowane w zobowiązaniach długoterminowych. Spółka może, do dnia 31 maja 2012 r., skorzystać z niewykorzystanej linii kredytowej w wysokości do 150 000 tys. zł.

Na dzień 30 czerwca 2011 r., zadłużenie spółek z grupy Helios wynosiło łącznie 96 589 tys. zł i składały się na nie:

- kredyty bankowe i pożyczki w spółce Helios S.A. w łącznej wysokości 33 537 tys. zł (z tego 18 548 tys. zł jest prezentowane w zobowiązaniach długoterminowych) oraz kredyty bankowe w spółce Kinoplex Sp. z o.o. w wysokości 24 590 tys. zł (z tego 22 003 tys. zł jest prezentowane w zobowiązaniach długoterminowych);
- leasingi: w spółce Helios S.A., w wysokości 34 338 tys. zł (z tego 24 653 tys. zł jest prezentowane w zobowiązaniach długoterminowych) oraz w Kinoplex Sp. z o.o. w wysokości 4 124 tys. zł (z tego 3 286 tys. zł jest prezentowane w zobowiązaniach długoterminowych) – dotyczą one głównie samochodów oraz wyposażenia kin.

4. PRZYCHODY I INFORMACJE O SEGMENTACH OPERACYJNYCH

Zgodnie z *MSSF 8 Segmenty operacyjne* w niniejszym skróconym śródrocznym sprawozdaniu finansowym ujmowane są informacje o segmentach w oparciu o elementy składowe jednostki, które zarządzający monitorują w zakresie podejmowania decyzji operacyjnych. Segmenty operacyjne to elementy składowe jednostki, dla których dostępna jest oddzielna informacja finansowa, regularnie oceniana przez osoby podejmujące kluczowe decyzje odnośnie alokacji zasobów i oceniające działalność Grupy.

Dla celów zarządczych, Grupa została podzielona na segmenty w oparciu o wytwarzane produkty i świadczone usługi. Wydzielono sześć głównych segmentów sprawozdawczych. Są to:

- 1) Segment *Prasa Codzienna* obejmuje działalność Grupy dotyczącą działań realizowanych w ramach pionu Projektów Specjalnych (m.in. kolekcje wydawnicze) oraz wydawania *Gazety Wyborczej*, *Metra*, w tym funkcjonowania Pionu Druk Agory S.A. oraz Agory Poligrafii Sp. z o.o., których działalność operacyjna dotyczy głównie produkcji tych dzienników,
- 2) Segment *Internet* obejmuje funkcjonowanie Grupy w zakresie oferowania produktów i usług internetowych oraz multimedialnych, na co składa się działalność Pionu Internet Agory S.A., Trader.com (Polska) Sp. z o.o., LLC Agora Ukraine oraz AdTaily Sp. z o.o.,
- 3) Segment *Czasopisma* obejmuje funkcjonowanie Grupy w zakresie wydawania czasopism, na co składa się działalność w ramach Pionu Czasopism Agory S.A. (a do końca lipca 2010 r. również spółki Agory Press Ltd.),
- 4) Segment *Reklama Zewnętrzna* obejmuje działalność spółek grupy AMS, które oferują usługi reklamowe na różnego rodzaju nośnikach reklamy zewnętrznej,
- 5) Segment *Radio* obejmuje działalność Grupy w zakresie funkcjonowania radiostacji lokalnych oraz ponadregionalnego radia *TOK FM*, w skład jej wchodzi również Pion Radio w Agorze SA,
- 6) Segment *Kino* obejmuje działalność Grupy w zakresie zarządzania obiektami kinowymi, w ramach grupy Helios (skonsolidowane dane dwóch spółek: Helios S.A. oraz Kinoplex Sp. z o.o.) obejmujących nowoczesne kina wielosalowe, jak i kina tradycyjne. Grupa zdecydowała się na wyodrębnienie nowego segmentu ze względu na specyfikę tej działalności biznesowej od 31 sierpnia 2010 r., tj. od momentu sfinalizowania transakcji nabycia kontrolującego pakietu akcji spółki Helios SA (więcej o rozliczeniu tej transakcji w nocy 13).

Zasady rachunkowości segmentów operacyjnych są takie same jak zasady rachunkowości Grupy Agora, poza kwestiami opisanymi poniżej.

Dane dla danego segmentu są dla celów zarządczych konsolidowane pro-forma. Zarząd monitoruje oddzielnie głównie wyniki operacyjne segmentów w celu podejmowania decyzji dotyczących alokacji zasobów, oceny skutków tej alokacji oraz wyników działalności. Ocena poszczególnych segmentów jest dokonywana do poziomu zysku/straty na działalności operacyjnej.

Wyniki operacyjne poszczególnych segmentów nie zawierają:

- a) 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,
- b) amortyzacji konsolidacyjnej (opis poniżej).

Finansowanie Grupy (łącznie z kosztami i przychodami finansowymi) oraz podatek dochodowy są monitorowane na poziomie Grupy i nie podlegają alokacji. Ceny transakcyjne stosowane przy transakcjach pomiędzy segmentami operacyjnymi są ustalane na zasadach rynkowych, podobnie jak przy transakcjach ze stronami niepowiązanymi.

Pozycje uzgadniające zawierają dane nieuwjęte w poszczególnych segmentach, m.in. pozostałe przychody i koszty pionów wspomagających oraz Zarządu Agory S.A., Agorę TC Sp. z o.o., wyłączenia konsolidacyjne oraz inne korekty uzgadniające dane prezentowane w raportach zarządczych do skonsolidowanych danych finansowych Grupy Agora.

Amortyzacja operacyjna obejmuje amortyzację wartości niematerialnych oraz rzeczowych aktywów trwałych przypisanych bezpośrednio do danego segmentu.

Amortyzacja konsolidacyjna obejmuje korekty konsolidacyjne m.in. dotyczące wartości niematerialnych oraz zwiększeń rzeczowych aktywów trwałych rozpoznanych bezpośrednio na konsolidacji.

Odpisy aktualizujące oraz odwrócenie odpisów aktualizujących dotyczy odpisów prezentowanych w pozostałych kosztach i przychodach operacyjnych.

Nakłady finansowe w spółkach stowarzyszonych i współzależnych wycenianych metodą praw własności obejmują: wartości udzielonych w danym okresie sprawozdawczym pożyczek, wniesionych dopłat do kapitału, zakupionych i wniesionych udziałów przez Agorę SA. Prezentowane dane za trzy i sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011 r. i 30 czerwca 2010 r. dotyczą A2 Multimedia Sp. z o.o., a od 28 kwietnia 2010 r. również Business Ad Network Sp. z o.o.

Nakłady inwestycyjne to wydatki określone na podstawie zaksięgowanych w danym okresie sprawozdawczym faktur dotyczących zakupu rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych.

Grupa nie raportuje segmentów w ujęciu geograficznym, gdyż działalność, którą obecnie prowadzi na Ukrainie nie ma znaczącego wpływu na wyniki Grupy jako całości.

4. PRZYCHODY I INFORMACJE O SEGMENTACH OPERACYJNYCH (C.D.)

Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2011 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Kino	Pozycje uzgadniające	Razem
Sprzedaż klientom zewnętrznym	157 856	28 973	20 959	49 222	21 680	39 204	1 385	319 279
Sprzedaż do innych segmentów (2)	1 527	492	50	868	877	330	(4 144)	-
Przychody ogółem	159 383	29 465	21 009	50 090	22 557	39 534	(2 759)	319 279
Koszty ogółem (1), (2), (3)	(130 431)	(29 345)	(16 037)	(40 074)	(19 363)	(40 258)	(17 396)	(292 904)
Zysk / (strata) operacyjny (a) (1)	28 952	120	4 972	10 016	3 194	(724)	(20 155)	26 375
Koszty i przychody finansowe							314	314
Udział w zyskach (stratach) netto jednostek podporządkowanych wycenionych metodą praw własności		203						203
Podatek dochodowy							(5 362)	(5 362)
Zysk netto								21 530

(1) na poziomie segmentów nie zawiera amortyzacji konsolidacyjnej, która jest uwzględniona w pozycjach uzgadniających;

(2) 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;

(3) *pozycje uzgadniające* zawierają dane nieuwjęte w poszczególnych segmentach, m.in. koszty operacyjne oraz wynik na pozostałej działalności operacyjnej pionów wspomagających oraz Zarządu Agory S.A. i Agorę TC Sp. z o.o. (22 150 tys. zł), wyłączenia konsolidacyjne oraz inne korekty uzgadniające dane prezentowane w raportach zarządczych do skonsolidowanych danych finansowych Grupy Agora.

4. PRZYCHODY I INFORMACJE O SEGMENTACH OPERACYJNYCH (C.D.)

Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2011 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Kino (3)	Pozycje uzgadniające	Razem
Amortyzacja operacyjna	(9 763)	(1 640)	(33)	(4 566)	(639)	(4 506)	(4 043)	(25 190)
Amortyzacja konsolidacyjna (1)	-	(662)	-	-	(44)	(134)	64	(776)
Odpisy aktualizujące	(1 226)	(219)	(107)	(480)	(230)	(44)	(9)	(2 315)
Odwrocenie odpisów aktualizujących	916	121	24	350	140	14	162	1 727
Koszt płatności w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych	(1 926)	(281)	(192)	(367)	(246)	-	(1 317)	(4 329)
Nakłady inwestycyjne (2)	6 360	1 671	35	3 446	163	6 607	5 483	23 765

(1) nie jest uwzględniona na poziomie zysku / (straty) operacyjnej poszczególnych segmentów;

(2) na podstawie zaksięgowanych w danym okresie faktur;

(3) kwota nakładów inwestycyjnych zawiera również wartość rzeczowych aktywów trwałych w leasingu w kwocie 2 680 tys. zł.

4. PRZYCHODY I INFORMACJE O SEGMENTACH OPERACYJNYCH (C.D.)

Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Kino	Pozycje uzgadniające	Razem
Sprzedaż klientom zewnętrznym	301 215	54 534	38 741	84 207	39 272	94 292	2 847	615 108
Sprzedaż do innych segmentów (2)	2 644	873	93	1 690	1 281	528	(7 109)	-
Przychody ogółem	303 859	55 407	38 834	85 897	40 553	94 820	(4 262)	615 108
Koszty ogółem (1), (2), (3)	(252 668)	(53 871)	(30 546)	(77 900)	(38 036)	(87 576)	(37 957)	(578 554)
Zysk / (strata) operacyjny (a) (1)	51 191	1 536	8 288	7 997	2 517	7 244	(42 219)	36 554
Koszty i przychody finansowe							(134)	(134)
Udział w zyskach (stratach) netto jednostek podporządkowanych wycenionych metodą praw własności		6						6
Podatek dochodowy							(7 786)	(7 786)
Zysk netto								28 640

(1) na poziomie segmentów nie zawiera amortyzacji konsolidacyjnej, która jest uwzględniona w pozycjach uzgadniających;

(2) 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;

(3) *pozycje uzgadniające* zawierają dane nieujęte w poszczególnych segmentach, m.in. koszty operacyjne oraz wynik na pozostałej działalności operacyjnej pionów wspomagających oraz Zarządu Agory S.A. i Agorę TC Sp. z o.o. (45 919 tys. zł), wyłączenia konsolidacyjne oraz inne korekty uzgadniające dane prezentowane w raportach zarządczych do skonsolidowanych danych finansowych Grupy Agora.

4. PRZYCHODY I INFORMACJE O SEGMENTACH OPERACYJNYCH (C.D.)

Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Kino (3)	Pozycje uzgadniające	Razem
Amortyzacja operacyjna	(15 865)	(3 236)	(77)	(9 168)	(1 281)	(8 798)	(7 953)	(46 378)
Amortyzacja konsolidacyjna (1)	-	(1 326)	-	-	(106)	(269)	129	(1 572)
Odpisy aktualizujące	(1 954)	(443)	(120)	(2 568)	(524)	(92)	(43)	(5 744)
Odwroćenie odpisów aktualizujących	1 333	179	75	1 817	374	83	166	4 027
Koszt płatności w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych	(3 934)	(561)	(385)	(735)	(493)	-	(2 681)	(8 789)
Nakłady inwestycyjne (2)	7 909	2 507	122	6 724	235	15 586	8 446	41 529

Stan na 30 czerwca 2011 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Kino (3)	Pozycje uzgadniające	Razem
Rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne (4)	288 302	73 593	73 340	265 974	63 604	238 382	178 159	1 181 354
Inwestycje w spółki stowarzyszone i współzależne wyceniane metodą praw własności	-	241	-	-	-	-	-	241

(1) nie jest uwzględniona na poziomie zysku / (straty) operacyjnej poszczególnych segmentów;

(2) na podstawie zaksięgowanych w danym okresie faktur.

(3) kwota nakładów inwestycyjnych zawiera również wartość rzeczowych aktywów trwałych w leasingu w kwocie 8 064 tys. zł;

(4) pozycje uzgadniające zawierają głównie wartość siedziby Spółki (139 838 tys. zł) oraz pozostałe rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne pionów wspomagających Agory S.A. i Agory TC Sp. z o.o., nieuwjęte w poszczególnych segmentach oraz korekty konsolidacyjne.

4. PRZYCHODY I INFORMACJE O SEGMENTACH OPERACYJNYCH (C.D.)

Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2010 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Kino	Pozycje uzgadniające	Razem
Sprzedaż klientom zewnętrznym	168 957	25 515	22 803	43 509	19 167	-	1 349	281 300
Sprzedaż do innych segmentów (2)	1 580	359	26	1 444	1 001	-	(4 410)	-
Przychody ogółem	170 537	25 874	22 829	44 953	20 168	-	(3 061)	281 300
Koszty ogółem (1), (2), (3)	(127 787)	(24 380)	(18 331)	(40 081)	(20 574)	-	(26 055)	(257 208)
Zysk / (strata) operacyjny (a) (1)	42 750	1 494	4 498	4 872	(406)	-	(29 116)	24 092
Koszty i przychody finansowe							1 533	1 533
Udział w zyskach (stratach) netto jednostek podporządkowanych wycenionych metodą praw własności		(106)						(106)
Podatek dochodowy							(5 383)	(5 383)
Zysk netto								20 136

(1) na poziomie segmentów nie zawiera amortyzacji konsolidacyjnej, która jest uwzględniona w pozycjach uzgadniających;

(2) 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;

(3) *pozycje uzgadniające* zawierają dane nieujęte w poszczególnych segmentach, m.in. koszty operacyjne oraz wynik na pozostałej działalności operacyjnej pionów wspomagających oraz Zarządu Agory S.A. i Agorę TC Sp. z o.o. (31 729 tys. zł), wyłączenia konsolidacyjne oraz inne korekty uzgadniające dane prezentowane w raportach zarządczych do skonsolidowanych danych finansowych Grupy Agora.

4. PRZYCHODY I INFORMACJE O SEGMENTACH OPERACYJNYCH (C.D.)

Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2010 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Kino	Pozycje uzgadniające	Razem
Amortyzacja operacyjna	(6 516)	(1 668)	(73)	(5 371)	(680)	-	(4 387)	(18 695)
Amortyzacja konsolidacyjna (1)	-	(662)	-	-	(200)	-	65	(797)
Odpisy aktualizujące	(2 125)	(843)	(120)	(2 409)	(1 307)	-	(7 719)	(14 523)
Odwrócenie odpisów aktualizujących	1 319	340	(205)	1 442	266	-	238	3 400
Koszt płaćności w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych	(1 523)	(129)	(133)	(280)	(46)	-	(745)	(2 856)
Nakłady inwestycyjne (2)	2 717	948	25	2 096	318	-	6 337	12 441

(1) nie jest uwzględniona na poziomie zysku / (straty) operacyjnej poszczególnych segmentów;

(2) na podstawie zaksięgowanych w danym okresie faktur.

4. PRZYCHODY I INFORMACJE O SEGMENTACH OPERACYJNYCH (C.D.)

Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Kino	Pozycje uzgadniające	Razem
Sprzedaż klientom zewnętrznym	324 413	46 467	43 183	76 746	34 617	-	3 987	529 413
Sprzedaż do innych segmentów (2)	2 428	603	105	3 203	1 597	-	(7 936)	-
Przychody ogółem	326 841	47 070	43 288	79 949	36 214	-	(3 949)	529 413
Koszty ogółem (1), (2), (3)	(244 945)	(45 714)	(35 225)	(80 119)	(35 614)	-	(47 039)	(488 656)
Zysk / (strata) operacyjny (a) (1)	81 896	1 356	8 063	(170)	600	-	(50 988)	40 757
Koszty i przychody finansowe							3 969	3 969
Udział w zyskach (stratach) netto jednostek podporządkowanych wycenionych metodą praw własności		(396)						(396)
Podatek dochodowy							(2 436)	(2 436)
Zysk netto								41 894

(1) na poziomie segmentów nie zawiera amortyzacji konsolidacyjnej, która jest uwzględniona w pozycjach uzgadniających;

(2) 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;

(3) *pozycje uzgadniające* zawierają dane nieujęte w poszczególnych segmentach, m.in. koszty operacyjne oraz wynik na pozostałej działalności operacyjnej pionów wspomagających oraz Zarządu Agory S.A. i Agorę TC Sp. z o.o. (57 014 tys. zł), wyłączenia konsolidacyjne oraz inne korekty uzgadniające dane prezentowane w raportach zarządczych do skonsolidowanych danych finansowych Grupy Agora.

4. PRZYCHODY I INFORMACJE O SEGMENTACH OPERACYJNYCH (C.D.)

Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Kino	Pozycje uzgadniające	Razem
Amortyzacja operacyjna	(13 075)	(3 509)	(150)	(10 968)	(1 401)	-	(8 558)	(37 661)
Amortyzacja konsolidacyjna (1)	-	(1 326)	-	-	(401)	-	129	(1 598)
Odpisy aktualizujące	(3 367)	(1 092)	(281)	(5 806)	(1 575)	-	(7 740)	(19 861)
Odwroćenie odpisów aktualizujących	1 935	507	(117)	1 618	671	-	243	4 857
Koszt płatności w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych	(3 046)	(258)	(267)	(560)	(260)	-	(1 520)	(5 911)
Nakłady inwestycyjne (2)	4 163	1 816	22	2 800	457	-	9 110	18 368

Stan na 30 czerwca 2010 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Kino	Pozycje uzgadniające	Razem
Rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne (3)	303 176	78 420	73 507	278 416	64 902	-	178 371	976 792
Inwestycje w spółki stowarzyszone i współzależne wyceniane metodą praw własności	-	1 152	-	-	-	-	-	1 152

(1) nie jest uwzględniona na poziomie zysku / (straty) operacyjnej poszczególnych segmentów;

(2) na podstawie zaksięgowanych w danym okresie faktur.

(3) *pozycje uzgadniające* zawierają głównie wartość siedziby Spółki (146 803 tys. zł) oraz pozostałe rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne pionów wspomagających Agory S.A. i Agory TC Sp. z o.o., nieuwjęte w poszczególnych segmentach oraz korekty konsolidacyjne.

5. PLANY MOTYWACYJNE OPARTE O INSTRUMENTY FINANSOWE

W okresach objętych niniejszym sprawozdaniem przeprowadzono w Grupie następujące, opisane poniżej, plany motywacyjne:

A - Plan motywacyjny oparty o płatności w papierach wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych;

B - Plan motywacyjny oparty o akcje Agory S.A. realizowany w Grupie do 2004 r. (program rozszerzenia akcjonariatu i program motywacyjny dla kadry kierowniczej);

C - Plan motywacyjny oparty o stopień realizacji celu wynikowego oraz aprecjacji ceny akcji – realizowany w Grupie od 2010 r.

A. Plan motywacyjny o płatności w papierach wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych (od 2005 r.)

Uprawnieni pracownicy Grupy uczestniczą w programie motywacyjnym opartym o certyfikaty inwestycyjne w Partycypacyjnym Funduszu Inwestycyjnym Zamkniętym (PFIZ) powołanym do obsługi programu, zarządzanym przez Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych Skarbiec SA.

Liczba certyfikatów przyznanych uprawnionym pracownikom zależy od spełnienia ich indywidualnych celów, nie zależy natomiast od warunków rynkowych.

Szczegółowe informacje o programach 2009 r. i 2010 r. znajdują się w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym Grupy Agora odpowiednio za 2009 r. i 2010 r.

Wpływ płatności w papierach wartościowych na sprawozdanie finansowe Grupy Agora:

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2011	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2010	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010
Rachunek zysków i strat – koszty świadczeń na rzecz pracowników	4 329	8 789	2 856	5 911
Kapitały własne	4 329	8 789	2 856	5 911

Zaprezentowany powyżej wpływ niegotówkowych płatności w papierach wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych na sprawozdania finansowe Grupy za 2010 r. wynika z ujęcia planów motywacyjnych 2009, a za 2011 r. wynika z ujęcia planów motywacyjnych 2010.

Poniższa tabela przedstawia liczby certyfikatów objętych przez pracowników Grupy w ramach planów motywacyjnych (w sztukach, łącznie z certyfikatami przyznanymi członkom Zarządu Agory S.A.):

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2011	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2010	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010
Na początek okresu	677 055	680 355	583 535	591 835
Przyznane	-	-	-	-
Utracone	-	(3 300)	(12 860)	(21 160)
Nabyte uprawnienia	(677 055)	(677 055)	(570 675)	(570 675)
Na koniec okresu	-	-	-	-

Certyfikaty inwestycyjne nabyte przez Członków Zarządu Agory S.A. (sztuki):

	Stan na 30 czerwca 2011	Nabyte uprawnienia w 2011	Utracone w 2011	Przyznane w 2011	Stan na 31 grudnia 2010
Plan motywacyjny 2010 r. (seria K)					
Piotr Niemczycki	-	(16 560)	-	-	16 560
Zbigniew Bąk	-	(19 320)	-	-	19 320
Tomasz Józefacki	-	(15 548)	-	-	15 548
Grzegorz Kossakowski	-	(15 748)	-	-	15 748
	-	(67 176)	-	-	67 176

Szczegóły dotyczące nabycia uprawnień dla nabytych certyfikatów:

Certyfikaty serii	Data nabycia uprawnień	Okres nabycia	Przedział czasowy	Liczba certyfikatów (w szt.)
I	25 czerwca 2010 r.	9 miesięcy	październik 2009 r. – czerwiec 2010 r.	34 443
K	25 czerwca 2011 r.	9 miesięcy	październik 2010 r. – czerwiec 2011 r.	67 176

W pierwszym półroczu 2011 r. niegotówkowy koszt certyfikatów nabytych przez Członków Zarządu, do ujęcia zgodnie ze standardem MSSF 2 wyniósł 876 tys. zł (pierwsze półrocze 2010 r.: 354 tys. zł). W samym drugim kwartale 2011 r. koszt ten wyniósł 438 tys. zł (drugi kwartał 2010 r.: 177 tys. zł).

B. Plan motywacyjny oparty o akcje Agory S.A. realizowany w Grupie Agora do 2004 r. (program rozszerzenia akcjonariatu i program motywacyjny dla kadry kierowniczej)

W ramach planów realizowanych do 2004 r., Agora Holding Sp. z o.o. sprzedawała uprawnionym pracownikom akcje Agory S.A., po cenie 1 zł za sztukę, z następującymi ograniczeniami: były to akcje imienne, nie dopuszczone do obrotu giełdowego, z ograniczeniem zbywalności i okresem nabywania uprawnień do 10 lat.

W okresie nabywania uprawnień, Agora Holding Sp. z o.o. posiadała nieodwołalne prawo do odkupu akcji po cenie 1 zł w przypadku niespełnienia przez pracownika wymogów zawartych w regulaminie planów motywacyjnych.

Liczba akcji przyznawanych kierownikom była uzależniona od spełnienia przez nich kryteriów określonych w indywidualnych planach motywacyjnych. Liczba akcji przyznawanych nie była uzależniona od ceny rynkowej akcji.

Poniższa tabela przedstawia liczby akcji w ramach tego planu motywacyjnego (łączenie z akcjami przyznanymi członkom Zarządu Agory S.A.):

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2011	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2010	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010
Na początek okresu	-	-	152 881	152 881
Przyznane	-	-	-	-
Utracone	-	-	-	-
Nabyte uprawnienia	-	-	(152 881)	(152 881)
Na koniec okresu	-	-	-	-

Akcje przyznawane posiadają okres nabywania uprawnień (z obowiązkiem odsprzedaży) i ograniczenie zbywalności od 5 do 10 lat.

Akcje, do których nie nabyto uprawnień, według stanu na 31 grudnia 2004 r., były przyznane przed 7 listopada 2002 r. i zgodnie ze standardem MSSF 2 są wyłączone z jego zakresu (nie podlegają wycenie i ujmowaniu w księgach) i dlatego nie mają wpływu na wyniki finansowe oraz kapitał własny Grupy.

Wszystkie akcje posiadają pełne prawa do dywidendy i prawa głosu.

Zmiany stanu akcji Agory S.A., nabytych przez członków Zarządu Agory, przedstawione są w punkcie V.3 Komentarza Zarządu.

C - Plan motywacyjny oparty o stopień realizacji celu wynikowego oraz aprecjacji ceny akcji – realizowany w Grupie od 2010 r.

Uprawnieni pracownicy Grupy (członkowie Zarządu oraz najwyższa kadra kierownicza) uczestniczą w programie motywacyjnym opartym o dwa komponenty, których podstawowy opis został przedstawiony poniżej („Trzyletni Plan Motywacyjny”):

- (i) stopień realizacji celu odnoszącego się do wyniku EBITDA operacyjna Grupy Agora („Cel EBITDA”). Cel EBITDA określony został jako skumulowana wartość wyniku EBITDA operacyjna (po eliminacji ewentualnych korekt, np. związanych z przejęciami spółek itp.) do osiągnięcia w latach 2010 – 2012. Wartość potencjalnej premii w tym elemencie zależna będzie od stopnia realizacji Celu EBITDA i będzie ona określona w oparciu o zaudytowane skonsolidowane sprawozdania finansowe Grupy za lata 2010 – 2012. W przypadku gdyby Cel EBITDA został zrealizowany w stopniu poniżej 70%, Cel EBITDA uznaje się za niezrealizowany i premia w tym elemencie Trzyletniego Planu Motywacyjnego nie zostanie przyznana,
- (ii) stopień aprecjacji ceny giełdowej akcji Spółki („Cel Wzrostu Wartości Akcji”). Wartość potencjalnej premii w tym elemencie Trzyletniego Planu Motywacyjnego, zależna będzie od stopnia aprecjacji kursu w przyszłości, wyliczanego jako różnica pomiędzy średnią z kursów zamknięcia notowań akcji Spółki w okresie 1.01.2010 r. – 31.03.2010 r., wynoszącą 23,09 zł („Kurs Bazowy”), a średnią z kursów zamknięcia notowań akcji Spółki w okresie 1.01.2013 r. – 31.03.2013 r., lecz nie więcej niż 35 zł („Kurs Odniesienia”), skorygowaną o: (i) sumę dywidend na 1 akcję Spółki, do których akcjonariusze nabyli prawo w okresie 1.04.2010 r. – 31.03.2013 r. oraz (ii) korektę z tytułu ewentualnego skup akcji własnych w celu umorzenia w okresie 1.04.2010 r. – 31.03.2013 r. („Cena Akcji do Wyliczenia Premii”). W przypadku gdyby Cena Akcji do Wyliczenia Premii była niższa niż 25,41 zł, Cel Wzrostu Wartości Akcji uznaje się za niezrealizowany i premia w tym elemencie Trzyletniego Planu Motywacyjnego nie zostanie przyznana.

Przyznanie premii z Trzyletniego Planu Motywacyjnego uzależnione będzie również od spełnienia innych warunków, które nie mają charakteru warunków rynkowych (np. pozostawanie uprawnionego pracownika w stosunku pracy w Grupie, niezaprzestanie pełnienia określonej funkcji).

Zasady, cele, korekty i warunki rozliczenia Trzyletniego Planu Motywacyjnego dla członków Zarządu Spółki zostały określone w uchwale Rady Nadzorczej, a dla najwyższej kadry kierowniczej w uchwale Zarządu Spółki.

Wartości godziwa potencjalnej premii z tytułu realizacji Celu EBITDA, oszacowana została w oparciu o najlepszy szacunek przewidywanej wartości realizacji Celu EBITDA i odnoszona ona jest w rachunek zysków i strat przez cały okres trwania Planu, proporcjonalnie do udziału rzeczywistego wyniku EBITDA operacyjnego Grupy (po eliminacji korekt) osiągniętego w okresie od 1 stycznia 2010 r. do dnia bilansowego danego sprawozdania finansowego w przewidywanej wartości realizacji Celu EBITDA.

Wartość godziwa rezerwy na koszty potencjalnej premii z tytułu realizacji Celu Wzrostu Wartości Akcji, oszacowana została przy wykorzystaniu modelu dwumianowego (model *Cox, Ross, Rubinstein*), biorącego pod uwagę m.in.: bieżącą wysokość kursu akcji Spółki (na dzień bilansowy, którego dotyczy sprawozdanie finansowe) oraz zmienność kursu akcji Spółki z okresu 12 miesięcy poprzedzających dzień bilansowy, na który jest sporządzane sprawozdanie finansowe. Wartość ta odnoszona jest w rachunek zysków i strat proporcjonalnie przez cały okres rozliczenia Trzyletniego Planu Motywacyjnego, tj. od 1 grudnia 2010 r. (dzień przyznania) do 30 czerwca 2013 r. (dzień rozliczenia). Podstawowe parametry modelu dwumianowego służącego kalkulacji wartości godziwej potencjalnej premii z tytułu realizacji Celu Wzrostu Wartości Akcji oraz kosztu do uwzględnienia w rachunku zysków i strat Grupy Agora za dany okres, zostały przedstawione poniżej:

kurs akcji Agory S.A. na dzień bilansowy, którego dotyczy sprawozdanie finansowe	zł	18,01
zmienność kursu akcji Agory S.A. w okresie ostatnich dwunastu miesięcy	%	25,81
kurs bazowy	zł	23,09
stopa wolna od ryzyka	%	4,37 – 5,14 (w terminach zapadalności)

Na potrzeby szacunku obu powyższych wartości godziwych przyjęto również wskaźnik prawdopodobieństwa wypełnienia przez uprawnionych pracowników warunków nierynkowych, o których mowa powyżej, na poziomie 80,0%.

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2011*	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011*
Rachunek zysków i strat - koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników	(466)	1 036
Rachunek zysków i strat – podatek odroczony	88	(197)
Zobowiązania długoterminowe: rozliczenia międzyokresowe - stan na koniec okresu	2 765	2 765
Aktywo z tytułu podatku odroczonego - stan na koniec okresu	525	525

* w drugim kwartale 2011 r. część rezerwy na plan motywacyjny uległa rozwiązaniu na skutek zmiany kursu akcji Agory S.A. (w stosunku do poprzedniego okresu sprawozdawczego), który jest podstawą do wyliczenia jednego z komponentów tego planu „Celu Wzrostu Wartości Akcji”.

Koszt Trzyletniego Planu Motywacyjnego związany z udziałem w tym programie Członków Zarządu Agory S.A.:

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2011*	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011*
Piotr Niemczycki	(55)	136
Zbigniew Bąk	(44)	155
Tomasz Józefacki	(67)	114
Grzegorz Kossakowski	(67)	114
RAZEM	(233)	519

* w drugim kwartale 2011 r. część rezerwy na plan motywacyjny uległa rozwiązaniu na skutek zmiany kursu akcji Agory S.A. (w stosunku do poprzedniego okresu sprawozdawczego), który jest podstawą do wyliczenia jednego z komponentów tego planu „Celu Wzrostu Wartości Akcji”.

6. REZERWY I ODPISY AKTUALIZUJĄCE AKTYWA

W okresie od 1 stycznia 2011 r. do 30 czerwca 2011 r. skorygowano salda odpisów aktualizujących składniki majątkowe o następujące kwoty (w nawiasach kwota zmiany za drugi kwartał 2011 r.):

- odpisy na należności: spadek o 3 029 tys. zł (spadek o 980 tys. zł),

- odpisy na zapasy: wzrost o 847 tys. zł (spadek o 334 tys. zł),
- odpisy aktualizujące wartość rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych: spadek o 85 tys. zł (spadek o 67 tys. zł).

Ponadto w okresie od 1 stycznia 2011 r. do 30 czerwca 2011 r. zmieniono salda następujących rezerw:

- zmniejszono rezerwę na straty pewne i prawdopodobne o kwotę 2 969 tys. zł (spadek o 1 066 tys. zł),
- wykorzystano rezerwę na reorganizację kwotę 29 tys. zł (bez ruchu),
- zwiększono rezerwę na odprawy emerytalne o kwotę 144 tys. zł (wzrost o 144 tys. zł).

7. KAPITAŁY WŁASNE

Gospodarka polska zgodnie z zapisami MSR 29 „Sprawozdawczość finansowa w warunkach hiperinflacji” była uważana za gospodarkę hiperinflacyjną do końca 1996 r.

Przepisy MSR 29 dotyczące sprawozdań Grupy wymagają przeszacowania kapitału zakładowego Grupy w okresie hiperinflacji wskaźnikiem ogólnego wzrostu cen w tym okresie.

Retrospektywne zastosowanie MSR 29 odnośnie kapitału własnego oznaczałoby konieczność ujęcia zwiększenia wysokości kapitału zakładowego Grupy w korespondencji z obniżeniem o tę samą wartość wysokości salda zysków z lat ubiegłych.

W związku z powyższym, korekta z tytułu hiperinflacji kapitału własnego nie wpływa na wartość kapitału własnego Grupy a jedynie na wysokość poszczególnych jego elementów.

Polskie przepisy, w szczególności kodeksu spółek handlowych, nie regulują w żaden sposób przeprowadzania tego typu korekt, w szczególności sposobów ujmowania wynikających z nich zmian kapitałów spółek handlowych.

Wobec wymienionych powyżej: braku wpływu korekty z tytułu hiperinflacji na wartość kapitału własnego Grupy oraz braku regulacji w polskich przepisach dotyczących ujmowania tego typu zmian kapitałów spółek handlowych, Grupa nie dokonała reklasyfikacji w ramach kapitałów własnych w związku z hiperinflacją.

8. ZOBOWIĄZANIA POZABILANSOWE

Na 30 czerwca 2011 r. stan zobowiązań pozabilansowych (m.in. udzielone gwarancje oraz poręczenia), z których nie powstaną zobowiązania inne niż wymienione poniżej przedstawiał się następująco:

Beneficjent	Dłużnik	Okres ważności	Kwota		Utworzona rezerwa
			30 czerwca 2011	31 grudnia 2010	
Udzielone przez Agora SA					
Bank Pekao SA	Pracownicy Agory	30.11.2011 - 30.06.2014	649	911	-
Grupa Allegro S.A.	BAN Sp. z o.o.	31.03.2012	1 015	-	-
Weksle wystawione przez AMS SA					
Gmina Wrocław	AMS S.A.	31.12.2012	156	156	-
Przedsiębiorstwo Komunikacji Miejskiej, Katowice	AMS S.A.	31.12.2011	100	100	-
Gmina Miasto Szczecin	AMS S.A.	czas nieokreślony	90	90	-
BRE Bank SA	AMS S.A.	16.12.2015	5 000	25 800	-

Łączna wartość istniejących zobowiązań pozabilansowych (w tym poręczeń lub gwarancji) jest mniejsza od równowartości 10% kapitałów własnych.

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.

Nośniki reklamowe grupy AMS zlokalizowane w pasie drogi

AMS SA zakończył w Warszawie proces przenoszenia nośników wielkoformatowych na lokalizacje znajdujące się poza pasem drogi. Montaż nośników typu Backlight 18 m2, Backlight 32 m2, Billboard 18 m2 oraz Cityscroll 9 m2 pozwolił na powiększenie potencjału sprzedażowego w segmencie Premium i Superpremium oraz całkowite uniezależnienie się od polityki miejskiej w zakresie gospodarowania pasem drogowym.

W związku z procesem redukcji nośników w pasie drogowym AMS otrzymał szereg decyzji sankcyjnych za zajęcie pasa drogi pod reklamę, od których prowadzona jest procedura odwoławcza przed Samorządowym Kolegium Odwoławczym lub Wojewódzkim Sądem Administracyjnym. Zgodnie z przyjętym trybem zawartym w uchwale zarządu AMS SA z dnia 31 marca 2007 r. zawiązywano rezerwy z tego tytułu, które na dzień 30 czerwca 2011 r. wynosiły 3 883 tys. zł (na dzień 31 grudnia 2010 r.: 6 390 tys. zł). Biorąc pod uwagę dotychczasowe doświadczenia z zakresu skutków prowadzonych postępowań odwoławczych oraz możliwości wystąpienia ich w przyszłości Zarząd AMS-u nie widzi konieczności zmiany trybu zawiązywania rezerw z tego tytułu.

9. INFORMACJA O SPRAWACH SPORNYCH

Na dzień 30 czerwca 2011 r. Grupa nie była stroną postępowań, przed sądem lub innym organem, o zobowiązania lub wierzytelności o łącznej wartości co najmniej 10% kapitałów własnych.

10. SEZONOWOŚĆ

Przychody z działalności reklamowej charakteryzują się sezonowością, w ten sposób, że przychody w pierwszym i trzecim kwartale są niższe niż w drugim i czwartym kwartale danego roku.

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.

11. TRANSAKCJE Z PODMIOTAMI POWIĄZANYMI

(a) wynagrodzenia Członków Zarządu i Rady Nadzorczej oraz zobowiązanie z tytułu dywidendy wobec Członków Zarządu i Rady Nadzorczej

Wynagrodzenia wypłacone przez Agorę SA Członkom Zarządu wynosiły 1 553 tys. zł (sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010 r.: 1 102 tys. zł).

Wynagrodzenia wypłacone przez Agorę SA Radzie Nadzorczej wynosiły 198 tys. zł (sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010 r.: 198 tys. zł).

Na dzień 30 czerwca 2011 r. Agora S.A. miała zobowiązania z tytułu uchwalonej dywidendy wobec członków Zarządu i Rady Nadzorczej Agory S.A., odpowiednio w wysokości 830 tys. zł (30 czerwca 2010 r.: 830 tys. zł) i 462 tys. zł (30 czerwca 2010 r.: 462 tys. zł).

Członkowie Zarządu i Rady Nadzorczej Agory S.A. nie nabyli akcji Agory w okresie trzech i sześciu miesięcy zakończonych 30 czerwca 2011 r. i odpowiednio 30 czerwca 2010 r.

(b) spółki powiązane z Grupą Agora (nie objęte konsolidacją metodą pełną)

Nie było istotnych transakcji i sald w stosunku do spółek powiązanych innych niż wskazane poniżej:

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2011	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2010	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010
Spółki powiązane				
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	1 067	1 800	129	168
Zakupy dóbr i usług	(399)	(585)	(513)	(590)
Przychody finansowe z tytułu odsetek od pożyczek udzielonych	-	5	-	-
Pozostałe przychody operacyjne	-	-	-	63

	30 czerwca 2011	31 marca 2011	31 grudnia 2010	30 czerwca 2010
Spółki powiązane				
Należności	894	683	340	79
Zobowiązania z tytułu dywidend	3 016	-	-	3 349
Zobowiązania	64	68	49	41
Pożyczki udzielone	204	152	-	-

Wszystkie transakcje pomiędzy podmiotami Grupy są transakcjami typowymi.

12. OPIS ORGANIZACJI GRUPY KAPITAŁOWEJ

Wykaz spółek wchodzących w skład Grupy Kapitałowej:

		% posiadanych akcji / udziałów (efektywnie)	
		30 czerwca 2011	31 marca 2011
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. (GRA), Warszawa	100,0%	100,0%
5	Adpol Sp. z o.o., Warszawa (2)	100,0%	100,0%
6	Inforadio Sp. z o.o., Warszawa (1)	66,1%	66,1%
7	Agora TC Sp. z o.o., Warszawa	100,0%	100,0%
8	Radiowe Doradztwo Reklamowe Sp. z o.o., Warszawa (1)	100,0%	100,0%
9	LLC Agora Ukraine, Kijów, Ukraina	100,0%	100,0%
10	Trader.com (Polska) Sp. z o.o., Warszawa	100,0%	100,0%
11	AdTaily Sp. z o.o., Kraków	73,0%	73,0%
12	Helios S.A., Łódź	82,78%	82,78%
13	Kinoplex Sp. z o.o., Łódź (3)	82,78%	82,78%
Jednostki współzależne konsolidowane metodą praw własności			
14	A2 Multimedia Sp. z o.o., Warszawa	50,0%	50,0%
15	Business Ad Network Sp. z o.o., Wrocław	50,0%	50,0%
Spółki nie objęte konsolidacją i wyceną praw własności			
16	Polskie Badania Internetu Sp. z o.o., Warszawa	25,0%	25,0%
17	Projekt Inwestycyjny Sp. z o.o., Warszawa (1)	100,0%	100,0%
18	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) pośrednio przez Helios S.A.

13. POŁĄCZENIA, ZAKUP I SPRZEDAŻ JEDNOSTEK GOSPODARCZYCH

► Nabycie Grupy Kapitałowej Helios S.A.

31 sierpnia 2010 r. Agora S.A. nabyła 84,44% akcji (dających prawo do wykonywania 84,44% głosów na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy) spółki Helios S.A. z siedzibą w Łodzi ("Helios"). W wyniku tej transakcji Spółka stała się jednocześnie pośrednio udziałowcem w spółce zależnej w 100% od Helios: Kinoplex Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi. Obydwie te spółki tworzą Grupę Kapitałową Helios S.A. („grupa Helios”). Pozostałe 15,56% akcji należało na dzień nabycia akcji Helios przez Agorę do czterech osób fizycznych, w tym do dwóch członków zarządu Helios. W listopadzie 2010 r. nastąpiła emisja 2% akcji dla wyższej kadry menedżerskiej, w wyniku czego udział Agory w kapitale Helios spadł z 84,44% do 82,78%. Z akcjonariuszami niekontrolującymi Helios posiadającymi łącznie 14,08% akcji Helios (po emisji 2% akcji), Spółka podpisała umowy dotyczące między innymi warunkowego prawa nabycia ("opcja call"), a także warunkowego zobowiązania do nabycia ("opcja put") tych akcji przez Spółkę.

Rozliczenie nabycia

Grupa Helios została objęta konsolidacją metodą pełną od dnia 31 sierpnia 2010 r.

Rozliczenie transakcji nabycia grupy Helios zostało dokonane zgodnie z najlepszą wiedzą Spółki na dzień publikacji niniejszego raportu i nie uległo zmianie od momentu publikacji raportu za trzeci kwartał 2010 r. Według MSSF 3, Spółka ma 12 miesięcy od dnia nabycia na ostateczne ustalenie różnicy pomiędzy kosztem nabycia a wartością godziwą netto możliwych do zidentyfikowania nabytych aktywów i przejętych zobowiązań.

Ujęcie w skonsolidowanym sprawozdaniu opcji put.

Przyznane akcjonariuszom niekontrolującym „opcje put” spełniają definicję zobowiązania finansowego zgodnie z MSR 32 *Instrumenty finansowe: Prezentacja* i zostały rozpoznane w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym Grupy Agora.

Oszacowana wartość wykupu „opcji put” zaklasyfikowanej jako zobowiązanie finansowe jest ujęta w skonsolidowanym bilansie Grupy Agora i przy początkowym ujęciu pomniejszyła pozycję pozostałych kapitałów (pozycja skonsolidowanego bilansu Grupy Agora: zyski zatrzymane i bieżącego okresu). Na dzień 30 czerwca 2011 r. i na 31 grudnia 2010 r. jej wartość wyniosła 29 669 tys. zł (pozycja skonsolidowanego bilansu Grupy Agora: pozostałe zobowiązania finansowe).

14. WALUTA FUNKCJONALNA I WALUTA PREZENTACJI SKRÓCONEGO ŚRÓDROCZNEGO SKONSOLIDOWANEGO ORAZ SKRÓCONEGO JEDNOSTKOWEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO AGORY S.A. ORAZ ZASADY PRZYJĘTE DO PRZELICZENIA DANYCH FINANSOWYCH

Walutą funkcjonalną Agory S.A. oraz pozostałych spółek i walutą prezentacji niniejszego skonsolidowanego sprawozdania finansowego jest złoty polski. Na dzień 30 czerwca 2011 r. w skład Grupa Agora wchodziła jedna spółka zależna – LLC Agora Ukraine, której walutą funkcjonalną jest hrywna (UAH). Sprawozdanie finansowe tej spółki dla celów konsolidacji przeliczono na walutę złoty polski.

Wybrane dane finansowe prezentowane w sprawozdaniu finansowym przeliczono na walutę Euro w następujący sposób:

- Pozycje dotyczące rachunku zysków i strat oraz rachunku przepływów pieniężnych za dwa kwartały 2011 r. (za dwa kwartały 2010 r.) przeliczono według kursu stanowiącego średnią arytmetyczną średnich kursów ogłaszanych przez NBP obowiązujących na ostatni dzień każdego miesiąca dwóch kwartałów. Kurs ten wyniósł 1 EURO = 3,9673 zł (1 EURO = 4,0042 zł).
- Pozycje bilansowe przeliczono według średniego kursu ogłoszonego przez NBP, obowiązującego na dzień bilansowy. Kurs ten wyniósł na 30 czerwca 2011 r. 1 EURO = 3,9866 zł, na 31 grudnia 2010 r. 1 EURO = 3,9603 zł, na 30 czerwca 2010 r. 1 EURO = 4,1458 zł.

15. PODZIAŁ ZYSKU 2010

Zysk netto Agory SA za rok obrotowy 2010, który wyniósł 63 973 tys. zł, na mocy uchwały Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy (WZA) z 22 czerwca 2011 r. został przeznaczony na: po części na wypłatę dywidendy w kwocie 25 469 tys. zł, a jego pozostała część została przeniesiona na kapitał zapasowy. Dywidenda wyniosła 0,50 zł na jedną akcję Spółki, a uprawnieni do niej byli akcjonariusze, którym przysługiwały akcje Spółki w dniu 15 lipca 2011 r. Wypłata nastąpiła w dniu 3 sierpnia 2011 r.

16. WYBRANE SKONSOLIDOWANE DANE Z PRZELICZENIEM NA EURO

	w tys. zł			w tys. EURO		
	Sześć miesięcy zakończonych 30 czerwca 2011 niebadane	31 grudnia 2010 zbadane	Sześć miesięcy zakończonych 30 czerwca 2010 niebadane	Sześć miesięcy zakończonych 30 czerwca 2011 niebadane	31 grudnia 2010 zbadane	Sześć miesięcy zakończonych 30 czerwca 2010 niebadane
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	615 108		529 413	155 044		132 214
Zysk z działalności operacyjnej	36 554		40 757	9 214		10 179
Zysk brutto	36 426		44 330	9 182		11 071
Zysk netto akcjonariuszy jednostki dominującej	27 841		41 924	7 018		10 470
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej	56 051		71 550	14 128		17 869
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności inwestycyjnej	(67 870)		(23 282)	(17 107)		(5 814)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności finansowej	(38 260)		(25 387)	(9 644)		(6 340)
Zmiana stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	(50 079)		22 881	(12 623)		5 714
Aktywa razem	1 804 004	1 805 476	1 544 692	452 517	455 894	372 592
Zobowiązania długoterminowe	251 150	273 497	76 619	62 999	69 060	18 481
Zobowiązania krótkoterminowe	304 702	295 427	250 225	76 432	74 597	60 356
Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej	1 232 189	1 221 052	1 216 042	309 083	308 323	293 319
Kapitał zakładowy	50 937	50 937	50 937	12 777	12 862	12 286
Średnia ważona liczba akcji (w szt.)	50 937 386	50 937 386	50 937 386	50 937 386	50 937 386	50 937 386
Zysk przypadający na jedną akcję (w zł / EURO)	0,55		0,82	0,14		0,21
Wartość księgowa na jedną akcję (w zł / EURO)	24,19	23,97	23,87	6,07	6,05	5,76

17. SKRÓCONE ŚRÓDROCZNE JEDNOSTKOWE SPRAWOZDANIE FINANSOWE AGORY S.A.

Jednostkowy bilans na 30 czerwca 2011 r.

	30 czerwca 2011 niebadane	31 marca 2011 niebadane	31 grudnia 2010 zbadane	30 czerwca 2010 niebadane
Aktywa				
Aktywa trwałe:				
Wartości niematerialne	87 883	88 411	87 332	89 836
Rzeczowe aktywa trwałe	357 522	357 419	362 974	367 071
Długoterminowe aktywa finansowe	498 157	497 748	497 496	395 383
Należności długoterminowe i inne rozliczenia międzyokresowe	42 796	46 052	50 523	61 700
	986 358	989 630	998 325	913 990
Aktywa obrotowe:				
Zapasy	17 218	16 323	15 595	10 152
Należności krótkoterminowe i rozliczenia międzyokresowe	186 349	177 232	178 845	190 401
Należności z tytułu podatku dochodowego	-	-	1 929	639
Krótkoterminowe aktywa finansowe	231 738	205 864	205 975	159 277
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	38 458	81 149	80 745	113 790
	473 763	480 568	483 089	474 259
Aktywa razem	1 460 121	1 470 198	1 481 414	1 388 249

Jednostkowy bilans na 30 czerwca 2011 r. (c.d.)

	30 czerwca 2011 niebadane	31 marca 2011 niebadane	31 grudnia 2010 zbadane	30 czerwca 2010 niebadane
Pasywa				
Kapitał własny:				
Kapitał zakładowy	50 937	50 937	50 937	50 937
Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	147 192	147 192	147 192	147 192
Pozostałe kapitały rezerwowe	112 117	108 459	104 669	100 879
Zysk z lat ubiegłych i roku bieżącego	813 121	827 136	829 018	816 196
	1 123 367	1 133 724	1 131 816	1 115 204
Zobowiązania długoterminowe:				
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	36 486	34 722	38 191	42 902
Długoterminowe kredyty i pożyczki	95 173	103 825	114 421	30 714
Rezerwa na świadczenia emerytalne	1 682	1 505	1 505	1 407
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	2 505	2 929	1 564	2
Pozostałe zobowiązania długoterminowe	62	62	234	173
	135 908	143 043	155 915	75 198
Zobowiązania krótkoterminowe:				
Rezerwa na świadczenia emerytalne	42	117	117	110
Zobowiązania krótkoterminowe	121 243	109 397	114 051	114 344
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego	1 733	752	-	-
Krótkoterminowe kredyty i pożyczki	40 442	42 438	42 414	42 423
Rezerwy na zobowiązania	2 066	2 016	2 066	2 310
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	35 320	38 711	35 035	38 660
	200 846	193 431	193 683	197 847
Pasywa razem	1 460 121	1 470 198	1 481 414	1 388 249
Średnia ważona liczba akcji	50 937 386	50 937 386	50 937 386	50 937 386

Jednostkowy rachunek zysków i strat za trzy i sześć miesięcy zakończonych 30 czerwca 2011 r.

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2011 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011 niebadane	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2010 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010 niebadane
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	205 603	389 326	213 318	408 383
Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów	(113 589)	(219 450)	(107 125)	(211 924)
Zysk brutto ze sprzedaży	92 014	169 876	106 193	196 459
Koszty sprzedaży	(62 946)	(119 155)	(61 967)	(113 436)
Koszty ogólnego zarządu	(18 845)	(39 850)	(19 720)	(41 537)
Pozostałe przychody operacyjne	1 459	2 256	1 949	3 390
Pozostałe koszty operacyjne	(1 851)	(3 108)	(12 467)	(14 367)
Zysk z działalności operacyjnej	9 831	10 019	13 988	30 509
Przychody finansowe	8 160	11 728	23 778	30 670
Koszty finansowe	(3 780)	(8 902)	(3 483)	(5 371)
Zysk brutto	14 211	12 845	34 283	55 808
Podatek dochodowy	(2 757)	(3 273)	(5 309)	(4 657)
Zysk netto	11 454	9 572	28 974	51 151
Podstawowy / rozwodniony zysk przypadający na jedną akcję	0,22	0,19	0,57	1,00

Jednostkowe sprawozdanie z całkowitych dochodów za trzy i sześć miesięcy zakończonych 30 czerwca 2011 r.

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2011 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011 niebadane	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2010 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010 niebadane
Zysk netto	11 454	9 572	28 974	51 151
Inne całkowite dochody ogółem	-	-	-	-
Całkowite dochody ogółem za okres	11 454	9 572	28 974	51 151

Jednostkowe zestawienie zmian w kapitale własnym za trzy i sześć miesięcy zakończonych 30 czerwca 2011 r.

	Kapitał zakładowy	Akcje własne	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	Pozostałe kapitały rezerwowe	Zysk z lat ubiegłych i roku bieżącego	Razem
Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2011r.						
Stan na 31 marca 2011 r. niebadane	50 937	-	147 192	108 459	827 136	1 133 724
Całkowite dochody za okres sprawozdawczy						
Zysk netto za okres	-	-	-	-	11 454	11 454
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	-	-	11 454	11 454
Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym						
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli						
Koszt płaćności w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych	-	-	-	3 658	-	3 658
Dywidendy uchwalone	-	-	-	-	(25 469)	(25 469)
Całkowite dopłaty od i wypłaty do właścicieli	-	-	-	3 658	(25 469)	(21 811)
Stan na 30 czerwca 2011 r. niebadane	50 937	-	147 192	112 117	813 121	1 123 367

Jednostkowe zestawienie zmian w kapitale własnym za trzy i sześć miesięcy zakończonych 30 czerwca 2011 r. (c.d.)

	Kapitał zakładowy	Akcje własne	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	Pozostałe kapitały rezerwowe	Zysk z lat ubiegłych i roku bieżącego	Razem
Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011r.						
Stan na 31 grudnia 2010 r. zbadane	50 937	-	147 192	104 669	829 018	1 131 816
Całkowite dochody za okres sprawozdawczy						
Zysk netto za okres	-	-	-	-	9 572	9 572
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	-	-	9 572	9 572
Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym						
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli						
Koszt płaćności w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych	-	-	-	7 448	-	7 448
Dywidendy uchwalone	-	-	-	-	(25 469)	(25 469)
Całkowite dopłaty od i wypłaty do właścicieli	-	-	-	7 448	(25 469)	(18 021)
Stan na 30 czerwca 2011 r. niebadane	50 937	-	147 192	112 117	813 121	1 123 367

Jednostkowe zestawienie zmian w kapitale własnym za trzy i sześć miesięcy zakończonych 30 czerwca 2011 r. (c.d.)

	Kapitał zakładowy	Akcje własne	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	Pozostałe kapitały rezerwowe	Zysk z lat ubiegłych i roku bieżącego	Razem
Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2010 r.						
Stan na 31 grudnia 2009 r. zbadane	50 937	-	147 192	95 863	790 514	1 084 506
Całkowite dochody za okres sprawozdawczy						
Zysk netto za okres	-	-	-	-	63 973	63 973
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	-	-	63 973	63 973
Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym						
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli						
Koszt płatności w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych	-	-	-	8 806	-	8 806
Dywidendy uchwalone	-	-	-	-	(25 469)	(25 469)
Całkowite dopłaty od i wypłaty do właścicieli	-	-	-	8 806	(25 469)	(16 663)
Stan na 31 grudnia 2010 r. zbadane	50 937	-	147 192	104 669	829 018	1 131 816

Jednostkowe zestawienie zmian w kapitale własnym za trzy i sześć miesięcy zakończonych 30 czerwca 2011 r. (c.d.)

	Kapitał zakładowy	Akcje własne	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	Pozostałe kapitały rezerwowe	Zysk z lat ubiegłych i roku bieżącego	Razem
Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010r.						
Stan na 31 grudnia 2009 r. zbadane	50 937	-	147 192	95 863	790 514	1 084 506
Całkowite dochody za okres sprawozdawczy						
Zysk netto za okres	-	-	-	-	51 151	51 151
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	-	-	51 151	51 151
Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym						
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli						
Koszt płatności w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych	-	-	-	5 016	-	5 016
Dywidendy uchwalone	-	-	-	-	(25 469)	(25 469)
Całkowite dopłaty od i wypłaty do właścicieli	-	-	-	5 016	(25 469)	(20 453)
Stan na 30 czerwca 2010 r. niebadane	50 937	-	147 192	100 879	816 196	1 115 204

Jednostkowy rachunek przepływów pieniężnych za trzy i sześć miesięcy zakończonych 30 czerwca 2011 r.

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2011 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011 niebadane	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2010 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010 niebadane
Działalność operacyjna				
Zysk brutto	14 211	12 845	34 283	55 808
Korekty o pozycje:				
Amortyzacja rzeczowych aktywów trwałych	8 110	16 109	8 443	16 911
Amortyzacja wartości niematerialnych	5 413	7 096	2 105	4 234
(Zyski) / Straty z tytułu różnic kursowych	1 310	5 258	(11 886)	(12 343)
Odsetki, netto	918	1 904	307	889
(Zysk) / strata z tytułu działalności inwestycyjnej	(2 527)	(5 550)	7 766	3 211
Przychody z tytułu dywidend	(3 880)	(3 880)	(8 212)	(8 212)
Zmiana stanu rezerw	152	102	118	(236)
Zmiana stanu zapasów	(895)	(1 622)	(875)	1 440
Zmiana stanu należności i czynnych rozliczeń międzyokresowych	(8 710)	(7 369)	(6 520)	(15 648)
Zmiana stanu zobowiązań	(12 717)	(15 742)	(16 292)	(17 738)
Zmiana stanu biernych rozliczeń międzyokresowych	(3 885)	1 156	872	8 583
Inne korekty (1)	3 893	7 994	3 017	6 055
Przepływy środków pieniężnych brutto	1 393	18 301	13 126	42 954
Podatek dochodowy zapłacony	(1 952)	(3 253)	(2 297)	(2 320)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej	(559)	15 048	10 829	40 634
Działalność inwestycyjna				
Przychody ze sprzedaży rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych	77	94	3	19
Przychody ze sprzedaży jednostek zależnych, stowarzyszonych i współzależnych	-	-	50	2 165
Dywidendy otrzymane	1 000	1 000	3 000	3 000
Splata udzielonych pożyczek	-	-	75 000	85 000
Przychody z tytułu odsetek	957	1 375	457	1 023
Sprzedaż krótkoterminowych papierów wartościowych	34 347	60 673	-	-
Wpływy ze spłaty należności z tytułu leasingu finansowego	2 160	4 447	2 346	4 480
Wydatki inwestycyjne na rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne	(9 569)	(16 630)	(9 749)	(17 620)
Wydatki na nabycie podmiotów zależnych i stowarzyszonych i współkontrolowanych oraz inwestycje w podmioty zależne i stowarzyszone i współkontrolowane	-	(252)	(1 559)	(2 083)

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2011 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011 niebadane	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2010 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010 niebadane
Wydatki na nabycie krótkoterminowych papierów wartościowych	(57 672)	(81 330)	-	-
Udzielone pożyczki	(601)	(961)	(75 312)	(75 621)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności inwestycyjnej	(29 301)	(31 584)	(5 764)	363
Działalność finansowa				
Splata kredytów i pożyczek	(10 729)	(21 458)	(10 729)	(21 458)
Odsetki	(1 904)	(3 862)	(875)	(1 860)
Inne	(198)	(431)	(459)	(1 416)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności finansowej	(12 831)	(25 751)	(12 063)	(24 734)
Zmiana stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	(42 691)	(42 287)	(6 998)	16 263
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty				
Na początek okresu obrotowego	81 149	80 745	120 788	97 527
Na koniec okresu obrotowego	38 458	38 458	113 790	113 790

(1) pozycja „inne korekty” zawiera głównie niegotówkowe koszty płatności w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych.

Informacje dodatkowe dotyczące sprawozdania jednostkowego Agory S.A.

Zmiany odpisów i rezerw w sprawozdaniu jednostkowym Agory SA w okresie od 1 stycznia 2011 r. do 30 czerwca 2011 r. przedstawiały się następująco (w nawiasach kwota zmiany za drugi kwartał 2011 r.):

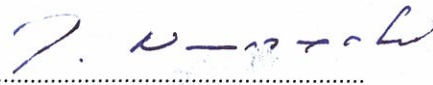
- odpisy na należności: spadek o 982 tys. zł (spadek o 764 tys. zł),
- odpisy na aktywa finansowe: spadek o kwotę 865 tys. zł (wzrost o 274 tys. zł),
- odpis na zapasy: wzrost o kwotę 954 tys. zł (spadek o 301 tys. zł),
- rezerwa na straty pewne i prawdopodobne bez ruchu (wzrost o 50 tys. zł),
- zwiększono rezerwę na odprawy emerytalne o kwotę 102 tys. zł (wzrost o 102 tys. zł).

Wybrane jednostkowe dane finansowe wraz z przeliczeniem na EURO

	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011 niebadane	31 grudnia 2010 zbadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011 niebadane	31 grudnia 2010 zbadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010 niebadane
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	389 326		408 383	98 134		101 989
Zysk z działalności operacyjnej	10 019		30 509	2 525		7 619
Zysk brutto	12 845		55 808	3 238		13 937
Zysk netto	9 572		51 151	2 413		12 774
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej	15 048		40 634	3 793		10 148
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności inwestycyjnej	(31 584)		363	(7 961)		91
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności finansowej	(25 751)		(24 734)	(6 491)		(6 177)
Zmiana stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	(42 287)		16 263	(10 659)		4 061
Aktywa razem	1 460 121	1 481 414	1 388 249	366 257	374 066	334 857
Zobowiązania długoterminowe	135 908	155 915	75 198	34 091	39 369	18 138
Zobowiązania krótkoterminowe	200 846	193 683	197 847	50 380	48 906	47 722
Kapitał własny	1 123 367	1 131 816	1 115 204	281 786	285 790	268 996
Kapitał zakładowy	50 937	50 937	50 937	12 777	12 862	12 286
Średnia ważona liczba akcji (w szt.)	50 937 386	50 937 386	50 937 386	50 937 386	50 937 386	50 937 386
Zysk/ (Strata) przypadający na jedną akcję (w zł / EURO)	0,19		1,00	0,05		0,25
Wartość księgowa na jedną akcję (w zł / EURO)	22,05	22,22	21,89	5,53	5,61	5,28

Warszawa, 12 sierpnia 2011 r.

Piotr Niemczycki – Prezes Zarządu


.....

Zbigniew Bąk – Wiceprezes Zarządu


.....

Tomasz Józefacki – Członek Zarządu


.....

Grzegorz Kossakowski – Członek Zarządu


.....