

GRUPA AGORA

Raport
za III kw. 2011 r.

10 listopada 2011 r.

SPIS TREŚCI

KOMENTARZ ZARZĄDU DO RAPORTU ZA TRZECI 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	7
2.1. Przychody	7
2.2. Koszty operacyjne	8
3. PERSPEKTYWY	9
3.1. Rynek reklamy	9
3.2. Koszty operacyjne	10
3.2.1 Koszty usług obcych	10
3.2.2 Koszty wynagrodzeń i świadczeń dla pracowników	10
3.2.3 Koszty realizacji planów motywacyjnych rozliczanych w instrumentach finansowych	10
3.2.4 Koszty marketingu i promocji	10
3.2.5 Koszty materiałów i energii	10
3.2.6 Nakłady inwestycyjne	10
III. WYNIKI FINANSOWE	11
1. SPÓŁKI WCHODZĄCE W SKŁAD GRUPY AGORA	11
2. RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT GRUPY AGORA	11
2.1. Wyniki wg głównych segmentów Grupy Agora za trzy kwartały narastająco 2011 r.	12
2.2. Przychody i koszty finansowe	13
3. BILANS GRUPY AGORA	13
3.1. Aktywa trwałe	13
3.2. Aktywa obrotowe	13
3.3. Zobowiązania i rezerwy długoterminowe	14
3.4. Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe	14
4. PRZEPŁYWY ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH GRUPY AGORA	14
4.1. Działalność operacyjna	14
4.2. Działalność inwestycyjna	14
4.3. Działalność finansowa	15
5. WYBRANE WSKAŹNIKI FINANSOWE [5]	15
IV. WYNIKI OPERACYJNE - GŁÓWNE SEGMENTY GRUPY AGORA	16
IV.A. PRASA CODZIENNA [1]	16
1. GAZETA WYBORCZA	17
1.1. Przychody	17
1.1.1. Sprzedaż prasy [4]	17
1.1.2. Czytelnictwo [4]	17
1.1.3. Sprzedaż reklam [3]	17
1.1.4. Projekty Specjalne	18
1.1.5. Pozostałe przychody	18
1.2. Koszty	19
1.2.1. Koszty druku Gazety Wyborczej	19
1.2.2. Koszty reprezentacji i reklamy	19
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]	24
2. Koszty.....	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 trzecim kwartale 2011 r. i do dnia publikacji raportu	33
4. Zmiany w stanie posiadania akcji lub innych uprawnień do nich (opcji) przez członków Rady Nadzorczej w trzecim kwartale 2011 r. i do dnia publikacji raportu	34
5. Akcjonariusze posiadający bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki na dzień przekazania raportu kwartalnego	34
6. Pozostałe informacje	36
SKRÓCONE ŚRÓDROCZNE SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE FINANSOWE	37

GRUPA AGORA

KOMENTARZ ZARZĄDU DO RAPORTU ZA TRZECI KWARTAŁ 2011 R.

PRZYCHODY 898,7 MLN ZŁ,
ZYSK NETTO 34,1 MLN ZŁ,
EBITDA OPERACYJNA 123,6 MLN ZŁ,
GOTÓWKA Z DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ 106,0 MLN ZŁ,
WOLNE PRZEPŁYWY PIENIĘŻNE 54,4 MLN ZŁ.

Wszystkie dane (jeżeli nie zostanie wskazane inaczej) obejmują okres styczeń - wrzesień 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 SA („Grupa”), w okresie styczeń – wrzesień 2011 r. wydatki reklamowe wyniosły około 5,6 mld zł tj. o prawie 4% więcej niż w analogicznym okresie 2010 r. W tym okresie zwiększyły się wydatki reklamodawców we wszystkich mediach z wyjątkiem prasy. Wydatki na reklamę w telewizji były wyższe o ponad 2,5%, w internecie o około 22%, w radio o prawie 12,5%, a w kinach o prawie 4%. W wyniku dynamicznego wzrostu wydatków na reklamę zewnętrzną w trzecim kwartale 2011 r., wydatki te w okresie styczeń – wrzesień 2011 r. wzrosły o prawie 2% w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. Wydatki na reklamę w prasie zmniejszyły się o prawie 7% w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego. Na reklamę w dziennikach reklamodawcy wydali o około 10,5% mniej niż w analogicznym okresie roku ubiegłego, natomiast w magazynach były one o około 3,5% niższe. W samym trzecim kwartale 2011 r. sytuacja na rynku reklamy uległa zmianie, a wartość całego rynku reklamy wzrosła o około 2%. Wartość budżetów reklamowych zrealizowanych w okresie lipiec – wrzesień 2011 r, w telewizji, odpowiadającej za ponad 43,5% całego rynku reklamy, skurczyła się o 1%. Ponadto, w okresie lipiec – wrzesień 2011 r. reklamodawcy ograniczyli wydatki w prasie o około 9%. Największe spadki dotknęły dzienniki (około 14%), natomiast w czasopiśmie były one niższe o prawie 5%. Zmniejszyły się także wydatki na reklamę kinową (spadek o prawie 6,5%). Po raz pierwszy w tym roku wzrosły wydatki na reklamę zewnętrzną (o 12%), głównie za sprawą kampanii wyborczej do Parlamentu RP. Dynamicznie rosły wydatki na reklamę w internecie (wzrost o prawie 20%) oraz w stacjach radiowych (wzrost o około 8%).
- 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 trzeci kwartał i okres styczeń - wrzesień 2011 r. zawierają rachunek zysków i strat Helios S.A. (do 31 sierpnia 2011 r. skonsolidowanej grupy kapitałowej Helios S.A.; dalej Helios) za trzeci kwartał i okres styczeń - wrzesień 2011 r. Ze względu na czas nabycia przez Agorę S.A. Heliosa w danych za trzeci kwartał oraz okres styczeń - wrzesień 2010 r. ujęto jedynie wrzesień 2010 r.
- Przychody Grupy w pierwszych trzech kwartałach 2011 r. wyniosły 898,7 mln zł i były o 15,8% wyższe niż w analogicznym okresie ubiegłego roku. W samym trzecim kwartale 2011 r. wyniosły one 283,6 mln zł i wzrosły o 15,0%. Głównym powodem wzrostu przychodów w obu tych okresach jest konsolidacja w wynikach Grupy przychodów segmentu kinowego (w analogicznym okresie 2010 r. w wynikach Grupy Agora konsolidowane były jedynie wyniki osiągnięte z działalności kinowej we wrześniu 2010 r.). Przychody ze sprzedaży biletów do kin w okresie styczeń – wrzesień 2011 r. wyniosły 104,3 mln zł i były niższe niż w analogicznym okresie roku ubiegłego. Wpływy ze sprzedaży usług reklamowych w Grupie wzrosły o 0,3% i wyniosły 514,5 mln zł. Wpływy ze sprzedaży wydawnictw wyniosły 142,7 mln zł i zmniejszyły się o 7,0%.

Przychody z pozostałej sprzedaży wzrosły o 33,5% do kwoty 137,2 mln zł, głównie dzięki wpływom ze sprzedaży barowej w kinach sieci Helios oraz usług poligraficznych dla klientów zewnętrznych.

- ▶ Przychody ze sprzedaży reklam w *Gazecie Wyborczej* wyniosły w pierwszych trzech kwartałach 2011 r. 189,5 mln zł i były o 16,4% niższe niż w analogicznym okresie roku ubiegłego. W tym okresie przychody ze sprzedaży egzemplarzy były o 11,1% niższe niż rok wcześniej i wyniosły 97,3 mln zł. Średnia sprzedaż egzemplarzowa *Gazety Wyborczej* wyniosła w okresie styczeń – wrzesień 2011 r. 307 tys. egzemplarzy. Udział *Gazety Wyborczej* w wydatkach na reklamę w dziennikach wyniósł w tym czasie prawie 37,5% [4].
- ▶ W okresie styczeń - wrzesień 2011 r. przychody ze sprzedaży reklam w pionie Prasy Bezpłatnej wyniosły 21,9 mln zł i były o 3,5% niższe niż rok wcześniej. Wpływy z ogłoszeń wymiarowych w bezpłatnej gazecie *Metro* zmniejszyły się w omawianym okresie o prawie 4%. Udział bezpłatnej gazety Agory w wydatkach na reklamę w dziennikach wyniósł w tym czasie około 4,5 % i wzrósł o 0,5pkt% [3]. W omawianym okresie wynik operacyjny pionu EBIT wyniósł 2,6 mln zł i był o 0,6 wyższy niż przed rokiem. W samym trzecim kwartale 2011 r. wpływy pionu wzrosły aż o 10,4%, a wynik operacyjny EBIT wyniósł 1,3 mln zł i był o 1,3 mln wyższy niż przed rokiem [1].
- ▶ Przychody segmentu Internet w pierwszych trzech kwartałach 2011 r. wyniosły 81,4 mln zł i wzrosły o 15,5%, w tym przychody ze sprzedaży reklam internetowych o 21,6%. W sierpniu 2011 r. zasięg serwisów grupy *Gazeta.pl* osiągnął poziom 59,5% i uplasował je na trzecim miejscu wśród portali internetowych, a liczba użytkowników wzrosła o 1,9% w stosunku do analogicznego okresu 2010 r. i wyniosła 11,2 mln osób [6].
- ▶ Przychody grupy AMS w pierwszych trzech kwartałach 2011 r. wzrosły o 8,8% i wyniosły 126,0 mln zł. Segment poprawił wynik operacyjny EBIT w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego do kwoty 9,0 mln zł. Udział grupy AMS w wydatkach na reklamę zewnętrzną wzrósł w pierwszych trzech kwartałach 2011 r. o prawie 4 pkt% do około 29,5%[8]. Warto podkreślić, że w samym trzecim kwartale 2011 r. wartość przychodów segmentu reklamy zewnętrznej wzrosła o 12%, co przy niewielkim wzroście kosztów (o 4,5%) pozwoliło segmentowi osiągnąć pozytywny wynik EBIT (w wysokości 1,0 mln zł) również w trzecim kwartale 2011 r.
- ▶ Przychody segmentu Czasopisma w pierwszych trzech kwartałach 2011 r. wyniosły 56,4 mln zł i zmniejszyły się o 10,5%. Pomimo niższych o 10,7% kosztów operacyjnych segment zanotował pogorszenie wyniku operacyjnego EBIT do kwoty 11,2 mln zł. [1].
- ▶ Przychody segmentu Radio wzrosły w pierwszych trzech kwartałach 2011 r. o 17,9% do kwoty 62,0 mln zł. Dzięki dynamicznemu wzrostowi przychodów segment osiągnął pozytywny wynik operacyjny EBIT w wysokości 2,2 mln zł. W trzecim kwartale 2011 r. pozytywny wpływ na poziom przychodów segmentu miała organizacja *ARTPOP Festival Złote Przeboje Bydgoszcz 2011*, który rok wcześniej odbył się w drugim kwartale.
- ▶ Przychody segmentu kinowego w okresie styczeń - wrzesień 2011 r. były niższe niż rok wcześniej i wyniosły 143,7 mln zł. Liczba sprzedanych biletów w kinach grupy Helios w tym czasie wzrosła o blisko 3% do około 5,9 mln sztuk. Wynik operacyjny segmentu (EBIT) był lepszy niż w analogicznym okresie 2010 r. i wyniósł 10,2 mln zł.
- ▶ Koszty operacyjne netto Grupy wzrosły w pierwszych trzech kwartałach 2011 r. o 18,4% i wyniosły 854,2 mln zł. Wynika to głównie z kosztów operacyjnych poniesionych przez Helios (w analogicznym okresie 2010 r., koszty Helios były konsolidowane w wynikach Grupy Agora jedynie we wrześniu 2010 r.). Gdyby wyeliminować wpływ Heliosa na poziom kosztów operacyjnych Grupy Agora to byłyby one wyższe o około 2% w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego.
- ▶ EBITDA operacyjna Grupy w pierwszych trzech kwartałach 2011 r. wzrosła o 2,7% w porównaniu z analogicznym okresem 2010 r. do kwoty 123,6 mln zł. Wynik operacyjny EBIT był niższy niż w analogicznym okresie roku ubiegłego i wyniósł 44,5 mln zł, a zysk netto Grupy przypadający na akcjonariuszy jednostki dominującej wyniósł 33,2 mln zł.
- ▶ Na koniec września 2011 r., Grupa posiadała środki pieniężne w wysokości 316,3 mln zł, na które składały się gotówka i jej ekwiwalenty w wysokości 117,0 mln zł oraz 199,3 mln zł zainwestowane w bezpieczne krótkoterminowe papiery wartościowe.

- Na koniec września 2011 r. zadłużenie kredytowe Grupy wyniosło 219,4 mln zł. W trzecim 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 Helios S.A. (w tym: kredyty bankowe, pożyczki i zobowiązania finansowe z tytułu leasingu), które na dzień 30 września 2011 r. wyniosło 94,3 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 trzecim kwartale 2011 r. wartość wydatków reklamowych ogółem wyniosła około 1,6 mld zł, tj. o około 2% więcej niż w trzecim kwartale 2010 r. Po raz pierwszy w tym roku skurczyły się wydatki reklamowe w telewizji (spadek o 1%). W tym czasie wydatki reklamowe w prasie skurczyły się o prawie 9%. W dziennikach reklamodawcy ograniczyli budżety reklamowe o prawie 14%, a w magazynach skurczyły się one o prawie 5%. Dodatkowo, mniejszą popularnością wśród reklamodawców cieszyła się reklama kinowa (spadek o prawie 6,5%).

W dziennikach najsilniejsze spadki dotyczyły branż: praca (o ok. 30%), sieci handlowe (o 30%), turystyka, w której redukcja wydatków wyniosła ponad 35% i motoryzacja (o ponad 15%).

Dynamicznie rosły wydatki na reklamę w internecie (wzrost o prawie 20%), głównie dzięki wzrostowi wydatków na reklamę w wyszukiwarkach (wzrost o około 28%). Trzeci kwartał 2011 r., po raz pierwszy w tym roku, przyniósł wzrost wydatków na reklamę zewnętrzną (wzrost o 12%) m.in. za sprawą kampanii wyborczej do Parlamentu RP.

Wydatki na reklamę w radio wzrosły o około 8% w trzecim kwartale 2011 r. i jak do tej pory jest to najniższa dynamika wzrostu wydatków reklamowych w radio w bieżącym roku.

W okresie styczeń - wrzesień 2011 r. wartość wydatków reklamowych wzrosła w Polsce o prawie 4%, w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego, do kwoty około 5,6 mld zł.

Najszybciej rosły wydatki na reklamę w internecie (wzrost o około 22%), głównie za sprawą szybko rosnącej reklamy w wyszukiwarkach (wzrost o ponad 32%). Drugim segmentem rynku reklamy charakteryzującym się wysoką dynamiką wzrostu wartości wydatków reklamowych było radio (wzrost o prawie 12,5%). Wartość budżetów reklamowych zrealizowanych w telewizji wzrosła o ponad 2,5%. W okresie styczeń - wrzesień 2011 r. reklamodawcy wydali na reklamę kinową o prawie 4% więcej niż w analogicznym okresie roku ubiegłego. Wydatki na reklamę zewnętrzną wzrosły w tym czasie o prawie 2%.

Jedynym segmentem rynku reklamy, który zanotował spadek wartości wydatków reklamowych w okresie styczeń - wrzesień 2011 r. była prasa.

Największe spadki wartości wydatków reklamowych (o około 10,5%) dotknęły dzienniki. W czasopiśmie reklamodawcy ograniczyli budżety reklamowe o około 3,5% w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego.

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 trzecim kwartale 2011 r., Grupa Agora zanotowała wzrost przychodów ze sprzedaży o 15,0% do kwoty 283,6 mln zł, głównie za sprawą segmentu Kino, który jest ujmowany w wynikach Grupy Agora od 1 września 2010 r. Ponadto, do wzrostu przychodów Grupy pozytywnie przyczyniły się segmenty Radio, Reklama Zewnętrzna i Internet.

W trzecim kwartale 2011 r. wpływy ze sprzedaży usług reklamowych w Grupie wzrosły o 2,9% w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego i wyniosły 162,4 mln zł. Wzrost ten wygenerowały głównie segmenty Radio i Reklama Zewnętrzna, przy pozytywnej kontrybucji segmentu Internet. Do wzrostu przychodów reklamowych Grupy przyczyniły się również przychody reklamowe segmentu Kino (w 2010 r. w przychodach Grupy ujmowane były przychody reklamowe tego segmentu jedynie za miesiąc wrzesień).

W trzecim kwartale 2011 r. największy udział we wzroście przychodów reklamowych Grupy miały segmenty Radio i Reklamy Zewnętrznej z przychodami reklamowymi wyższymi o odpowiednio 31,1% oraz 12,0% niż w analogicznym okresie ubiegłego roku. Należy jednak pamiętać, że na wartość przychodów reklamowych segmentu Radio wpływ miały rozliczenia barterowe związane z organizacją *ARTPOP Festival Złote Przeboje Bydgoszcz 2011*, który w 2010 r. odbył się w drugim kwartale. Niemniej jednak warto zauważyć, że nawet po wyeliminowaniu wpływu festiwalu wartość przychodów reklamowych segmentu również wzrosła.

W trzecim kwartale 2011 r. dynamicznie rosły także przychody reklamowe segmentu Internet (wzrost o 13,2%) do kwoty 18,0 mln zł.

Segment Prasy Codziennej oraz segment Czasopisma odnotowały spadek wartości przychodów reklamowych. W całym segmencie Prasy Codziennej wartość przychodów reklamowych w okresie lipiec – wrzesień 2011 r. skurczyła się o 11,7% w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego. Wynika to ze spadku przychodów reklamowych w *Gazecie Wyborczej* (o 15,5%), głównie za sprawą niższych nakładów reklamowych branż: motoryzacja, turystyka oraz praca. Działające w strukturach segmentu Prasa Codzienna bezpłatne *Metro* poradziło sobie lepiej niż większość dzienników i odnotowało wzrost przychodów reklamowych o 10,4%, w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego, do kwoty 7,4 mln zł.

W trzecim kwartale 2011 r. wartość przychodów reklamowych segmentu Czasopisma skurczyła się o 1,9% do kwoty 10,1 mln zł.

W okresie lipiec- wrzesień 2011 r. wartość przychodów ze sprzedaży wydawnictw wyniosła 42,3 mln zł i była niższa o 13,0% w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego. Przyczynił się do tego głównie spadek przychodów ze sprzedaży wydawnictw w *Gazecie Wyborczej* (o 12,2%), wynikający z mniejszej sprzedaży egzemplarzowej oraz mniejszej sprzedaży wydań droższych (tzw. oferta dwucenowa). W segmencie Czasopisma wpływy ze sprzedaży wydawnictw skurczyły się o 19,6% do kwoty 7,4 mln zł.

W trzecim kwartale 2011 r. przychody ze sprzedaży biletów do kin w sieci Helios wyniosły 34,8 mln zł i były niższe niż w analogicznym okresie roku ubiegłego. W okresie lipiec – wrzesień 2011 r. w kinach sieci Helios zakupiono prawie 1,9 mln biletów czyli o około 6% mniej niż w analogicznym okresie roku ubiegłego.

Przychody z pozostałej sprzedaży wzrosły o 32,4% do kwoty 44,1 mln zł. Przyczyniły się do tego wyższe o 22,0% przychody ze sprzedaży usług poligraficznych klientom zewnętrznym oraz przychody ze sprzedaży barowej w kinach sieci Helios (w 2010 r. w wynikach Grupy Agora konsolidowane były jedynie wyniki września osiągnięte z działalności kinowej).

W okresie styczeń - wrzesień 2011 r. wartość przychodów Grupy wzrosła o 15,8% do kwoty 898,7 mln zł. Podobnie jak w poprzednich kwartałach 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: Internet, Reklama Zewnętrzna i Radio.

W okresie styczeń – wrzesień 2011 r. przychody reklamowe Grupy Agora wzrosły o 0,3% do kwoty 514,5 mln zł. Podobnie jak w trzecim kwartale 2011 r., w okresie styczeń - wrzesień 2011 r. wzrost przychodów reklamowych zanotowały segmenty: Internet (wzrost o 21,6%), Radio (wzrost o 18,0%) oraz Reklama Zewnętrzna (wzrost o 8,2%).

Negatywnie na wartość wpływów reklamowych w Grupie wpłynęły spadki przychodów reklamowych w *Gazecie Wyborczej* (spadek o 16,4%) oraz w segmencie Czasopisma (spadek o 5,2%).

W pierwszych trzech kwartałach 2011 r. wpływy ze sprzedaży wydawnictw zmniejszyły się o 7,0% do kwoty 142,7 mln zł, m.in. ze względu na ich zmniejszenie się o 13,0% w trzecim kwartale. 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 trzecim kwartale, jak i w okresie styczeń - wrzesień 2011 r. były przychody ze sprzedaży biletów do kin, które wyniosły odpowiednio 34,8 mln zł oraz 104,3 mln zł (w 2010 r. w wynikach Grupy Agora konsolidowane były jedynie wyniki osiągnięte z działalności kinowej we wrześniu).

W pierwszych trzech kwartałach 2011 r. pozostała sprzedaż wzrosła o 33,5% do kwoty 137,2 mln zł. Jest to głównie wynik rosnących o 15,4% przychodów ze sprzedaży usług poligraficznych klientom zewnętrznym oraz uwzględnieniem w tej pozycji przychodów ze sprzedaży barowej w kinach sieci Helios. W analogicznym okresie 2010 r. w przychodach Grupy ujmowane były jedynie przychody osiągnięte przez sieć kin Helios w miesiącu wrześniu.

2.2. Koszty operacyjne

Koszty operacyjne netto Grupy w pierwszych trzech kwartałach 2011 r. wyniosły 854,2 mln zł i wzrosły zarówno w trzecim kwartale jak i w okresie styczeń – wrzesień 2011 r. o 18,4%. Wzrost ten wynika głównie z kosztów działalności segmentu Kino, którego koszty operacyjne wyniosły w trzecim kwartale 2011 r. 45,9 mln zł, a w okresie styczeń – wrzesień 2011 r. 133,5 mln zł. Dla celów porównawczych należy pamiętać, że w analogicznych okresach 2010 r. w wynikach Grupy konsolidowano jedynie wyniki osiągnięte przez Helios w miesiącu wrześniu. Bez uwzględniania kosztów operacyjnych segmentu kinowego, koszty operacyjne Grupy Agora wzrosłyby w trzecim kwartale 2011 r. o około 5%, natomiast w pierwszych trzech kwartałach 2011 r. o około 2% w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego.

Koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników wzrosły o 13,7% oraz 15,5%, odpowiednio, w pierwszych trzech kwartałach i w samym trzecim kwartale 2011 r. Wzrost ten jest spowodowany przede wszystkim zwiększeniem zatrudnienia w Grupie (w wyniku m.in. uwzględnienia wynagrodzeń pracowników Heliosa) i wyższymi kosztami umów cywilno - prawnych.

Zatrudnienie etatowe w Grupie na koniec trzeciego kwartału 2011 r. wyniosło 3 492 etaty, łącznie z 318 etatami Heliosa. Zatrudnienie etatowe w Grupie Agory na koniec września 2011 r. wzrosło o 59 etatów w porównaniu z końcem września 2010 r. Wzrost zatrudnienia w Grupie wynika głównie z prowadzonych projektów rozwojowych.

Łączny szacunkowy niegotówkowy **koszt realizacji planów motywacyjnych** związany z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych (opisanych w nocie 5A do skróconego skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy) obciążył wynik Grupy w pierwszych trzech kwartałach 2011 r. kwotą 8,8 mln zł. W samym trzecim kwartale 2011 r. Grupa nie poniosła niegotówkowych kosztów realizacji planów motywacyjnych związanych z płatnościami w formie papierów wartościowych.

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 pierwszych trzech kwartałach 2011 r. koszt tego planu wyniósł 1,2 mln zł, natomiast w samym trzecim kwartale 2011 r. 0,1 mln zł.

Koszty usług obcych w pierwszych trzech kwartałach 2011 r. wyniosły 256,2 mln zł i wzrosły o 31,8%, głównie w wyniku konsolidacji w wynikach Grupy działalności segmentu kinowego. W samym trzecim kwartale 2011 r. koszty usług obcych wzrosły w Grupie o 26,5% w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego. Największymi składnikami tej pozycji kosztowej są koszty zakupu kopii filmowych oraz koszty czynszów ponoszonych przez sieć kin Helios. W analogicznych okresach 2010 r. w kosztach Grupy ujęte były jedynie koszty usług obcych poniesione przez sieć kin Helios w miesiącu wrześniu. Dodatkowo, istotny wpływ na wysokość kosztów usług obcych ma zakup czasu antenowego oraz koszty pośrednictwa sprzedaży. W skład kosztów usług obcych zalicza się również koszty usług produkcyjnych, które udało się znacząco obniżyć w porównaniu z analogicznymi okresami roku ubiegłego, m.in. dzięki przeniesieniu druku dodatków heatsetowych do *Gazety Wyborczej* do własnej drukarni Agory.

Koszty zużycia materiałów i energii oraz wartości sprzedanych towarów i materiałów wyniosły w pierwszych trzech kwartałach 2011 r. 184,1 mln zł i wzrosły o 34,2%, w samym trzecim kwartale wzrost ten wyniósł 30,1% do kwoty

57,5 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 produkcyjnych. 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 (w analogicznym okresie 2010 r. w wynikach Grupy Agora konsolidowane były jedynie wyniki osiągnięte przez sieć kin Helios we wrześniu).

Koszty reprezentacji i reklamy Grupy wyniosły w pierwszych trzech kwartałach 2011 r. 81,7 mln zł i zmniejszyły się o 10,2% w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego. Do ich ograniczenia przyczyniło się także zmniejszenie o 7,6% kosztów reprezentacji i reklamy w samym trzecim kwartale 2011 r. Większość segmentów ograniczyła swoje wydatki na reprezentację i reklamę zarówno w trzecim kwartale jak i w okresie styczeń - wrzesień 2011 r. Wzrosły one nieznacznie w segmencie Internet ze względu na promocję serwisu zakupów grupowych *HappyDay.pl* uruchomionego w drugim kwartale 2011 r. oraz w segmencie Radio w związku z organizacją *ARTPOP Festival Złote Przeboje Bydgoszcz 2011* w trzecim kwartale 2011 r.

3. PERSPEKTYWY

3.1. Rynek reklamy

W trzecim kwartale 2011 r. wartość wydatków reklamowych zwiększyła się o 2% w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego, a po pierwszych trzech kwartałach 2011 r. wartość rynku reklamy wzrosła o prawie 4%. W swoich szacunkach na rok bieżący Spółka założyła wzrost wartości rynku reklamy w całym 2011 r. o około 3-5%.

Obserwując bieżącą sytuację na rynku reklamy Spółka postanowiła skorygować swoje założenia co do wzrostu wartości rynku reklamy w Polsce w 2011 r. Obecnie, na podstawie dostępnych danych rynkowych oraz biorąc pod uwagę sytuację gospodarczą na świecie, a w szczególności w Europie, oraz dużą zmienność na rynkach finansowych, Spółka szacuje, że wzrost wartości rynku reklamy w Polsce w 2011 r. wyniesie około 2-4%.

Spółka postanowiła skorygować zakładane dynamiki spadku wartości wydatków reklamowych w prasie w 2011 r. W konsekwencji, wartość wydatków reklamowych w dziennikach zmniejszy się o 9-12% (wcześniej Spółka zakładała spadek na poziomie 7-9%). W opinii Spółki reklamodawcy ograniczą budżety reklamowe w czasopiśmie o 4-6% (wcześniej Spółka zakładała ograniczenie budżetów reklamowych w tym segmencie na poziomie 1-3%).

Zgodnie z wcześniej opublikowanymi szacunkami wzrostu wartości rynku reklamy w 2011 r. wydatki na reklamę w internecie wrosną o 13-17%, w radio o 7-9%, w kinie o 6-8%, w telewizji o 3-5%, a w reklamie zewnętrznej o 2-4%.

W opinii Spółki wymienione powyżej segmenty rynku reklamy powinny wzrosnąć zgodnie z podanymi dynamikami. Niemniej jednak, ze względu na dużą wrażliwość rynku reklamy na zmiany w otoczeniu makroekonomicznym i na rynkach finansowych, jest możliwe że w niektórych segmentach rynku reklamy wartość wydatków reklamowych będzie rosła zgodnie z liczbą/cyfrą wyznaczającą górną granicę zakładanego przedziału wzrostu, a w innych będzie to wzrost realizowany w okolicach dolnej granicy takiego przedziału.

W obecnej niespokojnej sytuacji na rynkach finansowych należy pamiętać, że kondycja rynku reklamy w czwartym kwartale 2011 r. zależy w istotnej mierze od stanu polskiej gospodarki, a w szczególności poziomu inwestycji przedsiębiorstw oraz konsumpcji indywidualnej. Na kształt rynku wpływ będzie miała również sytuacja makroekonomiczna Europy oraz zmiany strukturalne w mediach i procesy konsolidacyjne na rynku reklamy, a także stopień realizacji przez przedsiębiorstwa rocznych założeń budżetowych.

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 Heliosa począwszy od września 2010 r.

Czwarty kwartał będzie pierwszym kwartałem dla lat 2010-2011, w którym wyniki działalności kinowej są konsolidowane dla pełnych trzech miesięcy. W związku z tym, dane te będą po raz pierwszy, od czasu zakupu akcji Helios S.A., porównywalne rok do roku zarówno na poziomie Grupy Agora jak i segmentu kinowego.

3.2.1 Koszty usług obcych

W czwartym kwartale 2011 r. koszt usług obcych zależeć będzie w dużej mierze od kosztów odpłatności za kopie filmowe, kursu wymiany euro do złotego oraz wyników osiąganych w usługach pośrednictwa sprzedaży czasu antenowego i powierzchni reklamowych.

3.2.2 Koszty wynagrodzeń i świadczeń dla pracowników

W czwartym kwartale 2011 r. Grupa przewiduje nieznaczne zwiększenie kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników w porównaniu z analogicznym okresem 2010 r. Wzrost tej pozycji jest przede wszystkim związany z realizacją projektów rozwojowych w Grupie oraz kosztami rezerwy na plany motywacyjne opisanej w notce 5 do skróconego skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy.

3.2.3 Koszty realizacji planów motywacyjnych rozliczanych w instrumentach finansowych

Zgodnie z informacją podaną przez Spółkę łączny szacunkowy niegotówkowy koszt realizacji planów motywacyjnych, który obciąży wynik finansowy Grupy 2011 r. wyniesie około 10,0 mln zł. W samym czwartym kwartale 2011 r. może on obciążyć wyniki Grupy kosztami w wysokości około 1,0 mln zł.

3.2.4 Koszty marketingu i promocji

Ze względu na sytuację rynkową oraz ograniczenie liczby akcji promocyjnych w większości segmentów Grupy, koszty reprezentacji i reklamy zmniejszyły się w pierwszych trzech kwartałach 2011 r. o 10,2%, a w samym trzecim kwartale 2011 r. o 7,6% w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego. Grupa nie planuje istotnego zwiększenia intensywności działań marketingowych w czwartym kwartale 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.

3.2.5 Koszty materiałów i energii

W pierwszych trzech kwartałach 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. 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 czwartym kwartale 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.

3.2.6 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 niż poniesione w 2010 r. W pierwszych trzech kwartałach 2011 r. nakłady inwestycyjne wyniosły 62,8 mln zł.

III. WYNIKI FINANSOWE

1. SPÓŁKI WCHODZĄCE W SKŁAD GRUPY AGORA

Skonsolidowane sprawozdanie Grupy Agora za trzeci kwartał 2011 r. obejmuje konsolidację Agory S.A., Agory Poligrafii Sp. z o.o., grupy Art Marketing Syndicate S.A. („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, spółki Helios S.A. 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 notcie 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	III kwartał 2011	III kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010	I-III kwartał 2011	I-III kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010
Przychody ze sprzedaży netto (1)	283,6	246,6	15,0%	898,7	776,0	15,8%
<i>Sprzedaż usług reklamowych</i>	162,4	157,8	2,9%	514,5	512,8	0,3%
<i>Sprzedaż wydawnictw</i>	42,3	48,6	(13,0%)	142,7	153,5	(7,0%)
<i>Sprzedaż biletów do kin (4)</i>	34,8	6,9	-	104,3	6,9	-
<i>Pozostała sprzedaż</i>	44,1	33,3	32,4%	137,2	102,8	33,5%
Koszty operacyjne netto, w tym:	(275,7)	(232,8)	18,4%	(854,2)	(721,4)	18,4%
<i>Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów</i>	(57,5)	(44,2)	30,1%	(184,1)	(137,2)	34,2%
<i>Amortyzacja</i>	(22,4)	(20,7)	8,2%	(70,3)	(59,9)	17,4%
<i>Usługi obce</i>	(84,5)	(66,8)	26,5%	(256,2)	(194,4)	31,8%
<i>Wynagrodzenia i świadczenia (2)</i>	(76,6)	(66,3)	15,5%	(232,7)	(204,6)	13,7%
<i>Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych</i>	-	-	-	(8,8)	(5,9)	49,2%
<i>Reprezentacja i reklama</i>	(26,8)	(29,0)	(7,6%)	(81,7)	(91,0)	(10,2%)
Wynik operacyjny - EBIT	7,9	13,8	(42,8%)	44,5	54,6	(18,5%)
Przychody i koszty finansowe, netto, w tym:	(0,3)	1,1	-	(0,5)	5,0	-
<i>Przychody z krótkoterminowych inwestycji</i>	3,2	2,7	18,5%	10,8	9,6	12,5%
<i>Koszty kredytów, pożyczek oraz leasingu finansowego</i>	(3,9)	(2,0)	95,0%	(11,6)	(5,1)	127,5%
<i>Różnice kursowe per saldo</i>	-	0,4	-	(0,3)	0,3	-
Udział w jednostkach współkontrolowanych	(0,1)	(0,4)	(75,0%)	(0,1)	(0,8)	(87,5%)
Zysk brutto	7,5	14,5	(48,3%)	43,9	58,8	(25,3%)
<i>Podatek dochodowy (3)</i>	(2,0)	(2,8)	(28,6%)	(9,8)	(5,2)	88,5%
Zysk netto	5,5	11,7	(53,0%)	34,1	53,6	(36,4%)
Przypadający na:						
<i>Akcjonariuszy jednostki dominującej</i>	5,4	12,0	(55,0%)	33,2	53,9	(38,4%)
<i>Udziały niekontrolujące</i>	0,1	(0,3)	-	0,9	(0,3)	-
marża EBIT (EBIT/Przychody)	2,8%	5,6%	(2,8pkt %)	5,0%	7,0%	(2,0pkt %)
EBITDA	30,3	34,5	(12,2%)	114,8	114,4	0,3%
marża EBITDA (EBITDA/Przychody)	10,7%	14,0%	(3,3pkt %)	12,8%	14,7%	(1,9pkt %)
EBITDA operacyjna (2)	30,3	34,5	(12,2%)	123,6	120,3	2,7%

w mln zł	III kwartał 2011	III kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010	I-III kwartał 2011	I-III kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010
marża EBITDA operacyjna (EBITDA operacyjna/Przychody)	10,7%	14,0%	(3,3pkt %)	13,8%	15,5%	(1,7pkt %)

(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 pierwszych trzech kwartałach 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;

(4) dane dla trzeciego kwartału 2010 r. oraz dla pierwszych trzech kwartałów 2010 r. obejmują jedynie przychody ze sprzedaży biletów do kin sieci Helios w miesiącu wrześniu 2010 r.

2.1. Wyniki wg głównych segmentów Grupy Agora za trzy kwartały narastająco 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-III kwartał 2011
Przychody ze sprzedaży (4)	436,8	81,4	56,4	126,0	62,0	143,7	(7,6)	898,7
<i>Udział %</i>	48,6%	9,1%	6,3%	14,0%	6,9%	16,0%	(0,8%)	100,0%
Koszty operacyjne, netto (4)	(366,4)	(78,5)	(45,2)	(117,0)	(59,8)	(133,5)	(53,8)	(854,2)
EBIT	70,4	2,9	11,2	9,0	2,2	10,2	(61,4)	44,5
Przychody i koszty finansowe								(0,5)
Udział w jednostkach współkontrolowanych								(0,1)
Podatek dochodowy								(9,8)
Zysk netto za okres								34,1
Przypadający na:								
Akcjonariuszy jednostki dominującej								33,2
Udziały niekontrolujące								0,9
EBITDA	92,9	7,5	11,3	22,7	4,1	23,5	(47,2)	114,8
EBITDA operacyjna (1)	96,8	8,1	11,7	23,4	4,6	23,5	(44,5)	123,6
Wydatki inwestycyjne (2)	(15,2)	(3,8)	(0,1)	(8,9)	(1,7)	(20,6)	(12,4)	(62,8)

- (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 8,7 mln zł wydatków poniesionych na rzeczowe aktywa trwałe w leasingu;
- (3) pozycje uzgadniające zawierają dane nieujęte w poszczególnych segmentach, m.in. pozostałe przychody i koszty pionów wspomagających oraz Zarządu Agory SA, Agorę TC Sp. z o.o., wyłączenia konsolidacyjne oraz inne korekty uzgadniające dane prezentowane w raportach zarządczych do skonsolidowanych danych finansowych Grupy Agora;
- (4) podane kwoty nie zawierają przychodów i pełnych kosztów promocji realizowanej bez wcześniejszej rezerwacji pomiędzy segmentami Grupy Agora; jedyne koszty, które są prezentowane to bezpośrednie koszty zmienne kampanii na nośnikach reklamy zewnętrznej - są one alokowane z segmentu Reklama Zewnętrzna do pozostałych segmentów.

2.2. Przychody i koszty finansowe

Na wynik na działalności finansowej Grupy w okresie styczeń - wrzesień 2011 r. negatywny wpływ miały głównie prowizje i odsetki związane z kredytami bankowymi oraz zobowiązaniami z tytułu leasingu finansowego.

3. BILANS GRUPY AGORA

Tab. 3

w mln zł	30.09.2011	30.06.2011	% zmiany do 30.06.2011	31.12.2010	30.09.2010
Aktywa trwałe	1 193,1	1 196,4	(0,3%)	1 203,4	1 207,0
udział w sumie bilansowej	67,2%	66,3%	0,9pkt %	66,7%	73,0%
Aktywa obrotowe	581,2	607,7	(4,4%)	602,1	446,1
udział w sumie bilansowej	32,8%	33,7%	(0,9pkt %)	33,3%	27,0%
RAZEM AKTYWA	1 774,3	1 804,1	(1,65%)	1 805,5	1 653,1
Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej	1 237,6	1 232,2	0,4%	1 221,1	1 198,4
udział w sumie bilansowej	69,8%	68,3%	1,5pkt %	67,6%	72,5%
Udziały niekontrolujące	16,0	16,0	-	15,5	15,2
udział w sumie bilansowej	0,9%	0,9%	-	0,9%	0,9%
Zobowiązania i rezerwy długoterminowe	226,1	251,2	(10,0%)	273,5	176,8
udział w sumie bilansowej	12,7%	13,9%	(1,2pkt %)	15,1%	10,7%
Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe	294,6	304,7	(3,3%)	295,4	262,7
udział w sumie bilansowej	16,6%	16,9%	(0,3pkt %)	16,4%	15,9%
RAZEM PASYWA	1 774,3	1 804,1	(1,65%)	1 805,5	1 653,1

3.1. Aktywa trwałe

Spadek wartości aktywów trwałych, w porównaniu do stanu z 30 czerwca 2011 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 30 czerwca 2011 r., wpływ miały głównie: zmiana salda krótkoterminowych należności oraz rozliczeń międzyokresowych jak i zmiana salda krótkoterminowych papierów wartościowych oraz środków pieniężnych i ekwiwalentów.

3.3. Zobowiązania i rezerwy długoterminowe

Na spadek salda zobowiązań i rezerw długoterminowych, w stosunku do 30 czerwca 2011 r., wpływ miały głównie spadek o 23,4 mln zł zobowiązań długoterminowych z tytułu kredytów i pożyczek oraz leasingów finansowych (z czego 8,7 mln zł dotyczy Agory S.A.).

3.4. Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe

Na zmianę salda zobowiązań i rezerw krótkoterminowych, w stosunku do 30 czerwca 2011 r., wpływ miały głównie wzrost salda zobowiązań krótkoterminowych (o 20,3 mln zł) oraz zmniejszenie zobowiązań krótkoterminowych z tytułu kredytów i pożyczek (o 10,5 mln zł).

4. PRZEPŁYWY ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH GRUPY AGORA

Tab. 4

w mln zł	III kwartał 2011	III kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010	I-III kwartał 2011	I-III kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	50,0	35,3	41,6%	106,0	106,9	(0,8%)
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(21,4)	(46,7)	(54,2%)	(89,3)	(69,9)	27,8%
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	(43,9)	(33,2)	32,2%	(82,1)	(58,6)	40,1%
Razem przepływy pieniężne netto	(15,3)	(44,6)	(65,7%)	(65,4)	(21,6)	202,8%
Środki pieniężne na koniec okresu	117,0	102,6	14,0%	117,0	102,6	14,0%

Na dzień 30 września 2011 r. Grupa dysponowała środkami pieniężnymi w wysokości 316,3 mln zł, na które składały się gotówka i jej ekwiwalenty w wysokości 117,0 mln zł (kasa, rachunki bankowe i depozyty bankowe) oraz 199,3 mln zł zainwestowane w bezpieczne, krótkoterminowe papiery wartościowe.

Agora S.A. nie jest i nie była w ciągu pierwszych trzech kwartałów 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 ciągu trzech kwartałów 2011 r., Spółka spłaciła kolejne trzy 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 spółki Helios S.A. spowodowało wzrost zadłużenia Grupy Agora z tytułu pożyczek i kredytów bankowych w wyniku skonsolidowania zobowiązań spółki Helios w ramach Grupy Agora. Dodatkowo, Helios jest stroną szeregu umów klasyfikowanych jako leasing finansowy (wyposażenie kin i samochody).

4.1. Działalność operacyjna

W trzecim kwartale 2011 r. przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej były niższe głównie ze względu na wypracowany niższy zysk operacyjny.

4.2. Działalność inwestycyjna

Ujemne przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej w trzecim kwartale 2011 r., to głównie efekt poniesionych nakładów inwestycyjnych na rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne.

4.3. Działalność finansowa

W trzecim 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 Helios S.A., a także płatności z tytułu leasingu finansowego.

5. WYBRANE WSKAŹNIKI FINANSOWE [5]

Tab. 5

	III kwartał 2011	III kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010	I-III kwartał 2011	I-III kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010
Wskaźniki rentowności						
rentowność sprzedaży netto	1,9%	4,9%	(3,0pkt %)	3,7%	6,9%	(3,2pkt %)
rentowność sprzedaży brutto	34,0%	38,0%	(4,0pkt %)	35,6%	42,1%	(6,5pkt %)
rentowność kapitału własnego	1,8%	4,0%	(2,2pkt %)	3,6%	6,0%	(2,4pkt %)
Wskaźniki efektywności						
szybkość obrotu zapasów	12 dni	10 dni	20,0%	12 dni	10 dni	20,0%
szybkość obrotu należności	66 dni	75 dni	(12,0%)	61 dni	70 dni	(12,9%)
szybkość obrotu zobowiązań	44 dni	45 dni	(2,2%)	46 dni	52 dni	(11,5%)
Wskaźnik płynności						
wskaźnik płynności	2,0	1,7	17,6%	2,0	1,7	17,6%
Wskaźniki finansowania						
stopa zadłużenia (1)	-	-	-	-	-	-
wskaźnik pokrycia odsetek	2,0	11,1	(82,0%)	4,2	17,6	(76,1%)
kasowy wskaźnik pokrycia odsetek	6,7	18,8	(64,4%)	5,2	23,3	(77,7%)

(1) na dzień 30 września 2011 r. i 30 września 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	III kwartał 2011	III kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010	I-III kwartał 2011	I-III kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010
Łączne przychody	132,9	143,9	(7,6%)	436,8	470,7	(7,2%)
Przychody ze sprzedaży wydawnictw (1)	32,3	36,8	(12,2%)	100,5	111,1	(9,5%)
w tym <i>Gazeta Wyborcza</i>	31,6	36,0	(12,2%)	97,3	109,5	(11,1%)
Przychody ze sprzedaży reklam (1), (2)	67,8	76,8	(11,7%)	220,0	254,4	(13,5%)
w tym <i>Gazeta Wyborcza</i> (3)	57,3	67,8	(15,5%)	189,5	226,6	(16,4%)
w tym <i>Metro</i> (4)	7,4	6,7	10,4%	21,9	22,7	(3,5%)
Projekty specjalne (w tym: kolekcje wydawnicze)	6,1	8,1	(24,7%)	38,2	38,1	0,3%
Pozostałe przychody	26,7	22,2	20,3%	78,1	67,1	16,4%
Razem koszty operacyjne, w tym:	(113,7)	(113,1)	0,5%	(366,4)	(358,0)	2,3%
Materiały, energia, towary i usługi poligraficzne	(46,0)	(43,0)	7,0%	(150,5)	(139,8)	7,7%
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (5)	(33,1)	(32,4)	2,2%	(100,1)	(97,4)	2,8%
Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych	-	-	-	(3,9)	(3,0)	30,0%
Amortyzacja	(6,6)	(6,3)	4,8%	(22,5)	(19,4)	16,0%
Reprezentacja i reklama (2) (6)	(14,9)	(17,4)	(14,4%)	(48,2)	(54,8)	(12,0%)
EBIT	19,2	30,8	(37,7%)	70,4	112,7	(37,5%)
marża EBIT	14,4%	21,4%	(7,0pkt %)	16,1%	23,9%	(7,8pkt %)
EBITDA	25,8	37,1	(30,5%)	92,9	132,1	(29,7%)
marża EBITDA	19,4%	25,8%	(6,4pkt %)	21,3%	28,1%	(6,8pkt %)
EBITDA operacyjna (4)	25,8	37,1	(30,5%)	96,8	135,1	(28,3%)
marża EBITDA operacyjna	19,4%	25,8%	(6,4pkt %)	22,2%	28,7%	(6,5pkt %)

(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 trzecim kwartale 2011 r., na skutek trwającego spowolnienia na rynku wydatków na reklamę prasową oraz spadku sprzedaży egzemplarzowej, EBITDA operacyjna segmentu była niższa niż w analogicznym okresie roku ubiegłego i wyniosła 25,8 mln zł [1]. Marża EBITDA operacyjna osiągnęła poziom 19,4% [1].

1. GAZETA WYBORCZA

1.1. Przychody

1.1.1. Sprzedaż prasy [4]

W trzecim kwartale 2011 r. *Gazeta Wyborcza* utrzymała pozycję lidera wśród dzienników opiniotwórczych.

W omawianym okresie średnie rozpowszechnianie płatne *Gazety Wyborczej* wyniosło 297 tys. egzemplarzy i spadło o 8,1 % w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. W tym okresie wpływy ze sprzedaży *Gazety Wyborczej* spadły o 12,2% w stosunku do trzeciego kwartału 2010 r.

Średnie rozpowszechnianie płatne *Dziennika Gazety Prawnej* w trzecim kwartale 2011 r. wyniosło 86,2 tys. egzemplarzy (spadek o 11,4%). W tym okresie rozpowszechnianie płatne razem *Rzeczpospolitej* wyniosło 124 tys. egzemplarzy (spadek o 8,9%), *Faktu* 396 tys. egzemplarzy (spadek o 6,7%), a *Super Expressu* 170 tys. egzemplarzy (spadek o 4,6%).

Średnia sprzedaż wszystkich tytułów Polskapresse wydawanych pod szyldem *Polska the Times* w trzecim kwartale 2011 r. wyniosła 235 tys. egzemplarzy i spadła o 6,0%. [4] [11].

1.1.2 Czytelnictwo [4]

W trzecim kwartale 2011 r. tygodniowy zasięg czytelniczy *Gazety Wyborczej* (czyli wg wskaźnika CCS) wyniósł 12,1% (3,63 mln czytelników). Czytelnictwo tabloidu *Fakt* było na poziomie 13,0%. Czytelnictwo *Super Expressu* osiągnęło średnio w trzecim kwartale 2011 r. 5,6%. W omawianym okresie *Metro* trafiało do 1,67 mln czytelników (zasięg czytelniczy na poziomie 5,5%). W trzecim kwartale 2011 r. tygodniowy zasięg czytelniczy *Dziennika Gazety Prawnej* wyniósł 2,0% (0,6 mln czytelników), a *Rzeczpospolitej* 3,6% (1,07 mln czytelników).

1.1.3. Sprzedaż reklam [3]

W trzecim kwartale 2011 r. przychody netto *Gazety Wyborczej* z całej działalności reklamowej (zawierającej ogłoszenia wymiarowe, drobne i inserty) wyniosły 57,3 mln zł i były o 15,5% niższe niż w trzecim kwartale 2010 r. 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 trzecim kwartale 2011 r. wydatki na reklamę w dziennikach w Polsce spadły o prawie 14%. W omawianym okresie spadek wydatków na reklamę wymiarową w *Gazecie Wyborczej* wyniósł 15,5%, a jej szacowany udział w tych wydatkach spadł o ponad 0,5 pkt% do około 36,5%. Szacowany udział *Dziennika Gazety Prawnej* w wydatkach na reklamę w dziennikach wyniósł w trzecim kwartale 2011 r. około 3,5% i utrzymał się na poziomie roku ubiegłego, a *Rzeczpospolitej* około 7,5% i zmniejszył się o 1,5 pkt% w porównaniu z trzecim kwartałem 2010 r. W omawianym okresie szacowany udział *Faktu* w wydatkach na reklamę w dziennikach wyniósł około 8,5% (spadek o prawie 1 pkt%), natomiast *Super Expressu* około 3,5% (wzrost o 0,5 pkt%).

W trzecim kwartale 2011 r. udział *Gazety* w wydatkach na reklamę w dziennikach ogólnopolskich wyniósł prawie 42% i wzrósł o ponad 2 pkt% w porównaniu z trzecim kwartałem 2010 r. W tym okresie *Gazeta* zmniejszyła swój udział o 2,5 pkt% w wydatkach na reklamę w dziennikach stołecznych, choć łączny udział *Gazety* i *Metra* utrzymał się na poziomie analogicznego okresu 2010 r. Udział *Gazety* w wydatkach na reklamę w dziennikach lokalnych (poławarszawskich) zmniejszył się w omawianym okresie o ponad 2,5 pkt%.

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 trzecim kwartale 2011 r. udział stron ogłoszeniowych w sumie objętości *Gazety* wyniósł około 34,0% (mniej o około 2,8 pkt% niż w analogicznym okresie 2010 r.), zaś średnia dzienna liczba publikowanych stron ogłoszeniowych płatnych we wszystkich krajowych i lokalnych wydaniach *Gazety* wyniosła około 143 i była niższa o około 14% 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	III kwartał 2011
Przychody ze sprzedaży Projektów Specjalnych (w tym kolekcji wydawniczych)	14,1	15,9	8,1	20,6	16,0	16,1	6,1

W trzecim kwartale 2011 r. Agora rozpoczęła wydawanie jednej serii książkowej, popularno-naukowej kolekcji *Nauka Extra* poświęconej najważniejszym współczesnym zagadnieniom nauki i techniki oraz 14 wydawnictw jednorazowych.

W omawianym okresie nakładem Agory ukazało się 10 publikacji książkowych, w tym:

- *Przewodnik prawdziwych tropicieli. LATO* Adama Wajraka,
- *Koniec epoki kredy* Aleksandry Pezdy,
- *Ja, Urbanator* Andrzeja Makowieckiego.

W trzecim kwartale 2011 r. w ramach swojej działalności Projekty Specjalne sprzedały 0,1 mln książek i książek z płytami CD i DVD.

Niższe w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego przychody z tej działalności w trzecim kwartale 2011 r. są wynikiem realizacji mniejszej ilości kolekcji wydawniczych. Projekty Specjalne zakończyły trzeci kwartał 2011 r. z negatywnym wynikiem operacyjnym EBIT na poziomie 0,8 mln zł. [1]

W okresie styczeń - wrzesień 2011 r. w ramach swojej działalności Projekty Specjalne sprzedały 1,2 mln książek i książek z płytami CD i DVD. W tym czasie, przychody segmentu wyniosły 38,2 mln zł i były nieznacznie wyższe niż w analogicznym okresie roku ubiegłego. Segment osiągnął negatywny wynik operacyjny EBIT na poziomie 0,6 mln zł, który był gorszy niż w analogicznych miesiącach roku ubiegłego. [1]

1.1.5. Pozostałe przychody

W pierwszych trzech kwartałach 2011 r. przychody ze sprzedaży usług poligraficznych dla klientów zewnętrznych były wyższe o 15,4% w porównaniu analogicznym okresem 2010 r. W trzecim kwartale 2011 r. przychody te wzrosły o 22,0% w porównaniu z trzecim kwartałem 2010 r. Wzrost ten jest wynikiem głównie wyższego wolumenu produkcji tytułów obcych.

1.2. Koszty

1.2.1. Koszty druku Gazety Wyborczej

Tab. 8

w mln zł	III kwartał 2011	III kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010	I-III kwartał 2011	I-III kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010
Koszty stałe, w tym:	9,1	8,6	5,8%	28,5	25,9	10,0%
<i>Amortyzacja</i>	3,0	2,9	3,4%	9,5	8,8	8,0%
Koszty zmienne, w tym:	19,9	19,3	3,1%	61,4	61,8	(0,6%)
<i>Papier</i>	17,1	14,8	15,5%	52,4	47,3	10,8%
RAZEM koszty stałe i zmienne	29,0	27,9	3,9%	89,9	87,7	2,5%

Począwszy od czwartego kwartału 2010 r. druk większości dodatków heatsetowych *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.

W trzecim kwartale 2011 r. koszty zmienne ogółem wzrosły o 3,1%. Wzrost kosztów zużycia papieru w pierwszych trzech kwartałach 2011 r., pomimo niższych wolumenów *Gazety Wyborczej*, spowodowany był silnym wzrostem cen papieru.

1.2.2. Koszty reprezentacji i reklamy

W trzecim kwartale 2011 r. wydatki na reprezentację i reklamę segmentu były o 14,4% niższe niż w analogicznym okresie 2010 r. głównie za sprawą niższych nakładów na promocję *Gazety* oraz Projektów Specjalnych.

2. PRASA BEZPŁATNA [3], [4]

W trzecim kwartale 2011 r. *Metro* czytało 1,67 mln czytelników w ciągu tygodnia (5,5% zasięgu czytelniczego wg, wskaźnika CCS), tj. o 1,07 mln czytelników więcej niż *Dziennik Gazetę Prawną* i o 0,6 mln czytelników więcej niż *Rzeczpospolitą*. Oznacza to, że w omawianym okresie pod względem czytelnictwa *Metro* - ex aequo z *Super Expressem* (5,6% zasięgu i 1,69 mln czytelników) - plasowało się na trzecim miejscu wśród dzienników ogólnopolskich i pierwszym (ex aequo z *Gazetą Wyborczą*) wśród dzienników, po które najczęściej sięgali czytelnicy w Warszawie (*Metro*: 29,9% zasięgu i 0,40 mln czytelników; *Gazeta Wyborcza*: 33,8% zasięgu i 0,45 mln czytelników).

Wpływy reklamowe *Metra* w trzecim kwartale 2011 r. wzrosły aż o 10,4%, w tym wpływy z reklam wymiarowych o prawie 6%. W tym samym czasie wydatki na ogłoszenia wymiarowe we wszystkich dziennikach spadły o prawie 14%. Takim wynikiem *Metro* zwiększyło swój udział w wydatkach na reklamę we wszystkich dziennikach o prawie 1 pkt% do ponad 4,5%, w dziennikach stołecznych o ponad 2,5pkt% do prawie 16%, a w dziennikach lokalnych o prawie 1 pkt% do 3%.

Dobre wyniki sprzedaży i skuteczna optymalizacja kosztów zaowocowały w trzecim kwartale 2011 r. zyskiem na poziomie EBITDA operacyjna w wysokości 1,4 mln [1]. Wynik ten jest o 1,4 mln lepszy od zeszłorocznego. W okresie styczeń-wrzesień 2011 r. wynik *Metra* na poziomie EBITDA operacyjna wyniósł 2,7 mln zł i był wyższy od zeszłorocznego 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	III kwartał 2011	III kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010	I-III kwartał 2011	I-III kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010
Łączne przychody, w tym:	26,0	23,4	11,1%	81,4	70,5	15,5%
Przychody ze sprzedaży reklam internetowych (1)	18,0	15,9	13,2%	57,4	47,2	21,6%
Przychody ze sprzedaży ogłoszeń w wortalach (2)	6,0	5,8	3,4%	18,6	17,2	8,1%
Razem koszty operacyjne, w tym:	(24,6)	(22,9)	7,4%	(78,5)	(68,6)	14,4%
Koszty łączny i usług komputerowych	(0,7)	(0,8)	(12,5%)	(2,2)	(2,3)	(4,3%)
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (3)	(12,5)	(10,8)	15,7%	(36,2)	(32,1)	12,8%
Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych	-	-	-	(0,6)	(0,3)	100,0%
Amortyzacja	(1,4)	(1,6)	(12,5%)	(4,6)	(5,1)	(9,8%)
Reprezentacja i reklama (1)	(3,2)	(4,5)	(28,9%)	(13,3)	(12,8)	3,9%
EBIT	1,4	0,5	180,0%	2,9	1,9	52,6%
marża EBIT	5,4%	2,1%	3,3pkt %	3,6%	2,7%	0,9pkt %
EBITDA	2,8	2,1	33,3%	7,5	7,0	7,1%
marża EBITDA	10,8%	9,0%	1,8pkt %	9,2%	9,9%	(0,7pkt %)
EBITDA operacyjna (3)	2,8	2,1	33,3%	8,1	7,3	11,0%
marża EBITDA operacyjna	10,8%	9,0%	1,8pkt %	10,0%	10,4%	(0,4pkt %)

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.

W trzecim kwartale 2011 r. Segment Internet osiągnął wynik EBIT w wysokości 1,4 mln zł i poprawił go w stosunku do analogicznego okresu 2010 r. [1]

1. PRZYCHODY

Całkowite przychody segmentu Internet wzrosły w trzecim kwartale 2011 r. o 11,1% do kwoty 26,0 mln zł.

Przychody ze sprzedaży reklam internetowych wzrosły o 13,2% do kwoty 18,0 mln zł, tj. na poziomie zbliżonym do szacowanego na 14% rynkowego wzrostu wydatków na reklamę graficzną i e-mail marketing w trzecim kwartale 2011 r.

Sprzedaż ogłoszeń w wortalach wzrosła w trzecim kwartale 2011 r. o 3,4%. Na niższą niż w poprzednich kwartałach dynamikę wzrostu przychodów z ogłoszeń w wortalach wpływ miały niższe o 0,2 mln przychody ze sprzedaży łączonej oferty ogłoszeniowej w prasie i internecie.

W trzecim kwartale 2011 r. przychody Trader.com (Polska) Sp. z o.o. wyniosły 5,1 mln zł i wzrosły o 15,9%. Przychody z działalności internetowej wyniosły 4,4 mln zł, a z działalności prasowej 0,7 mln zł. Spółka osiągnęła zysk operacyjny EBIT w wysokości 1,0 mln zł.

2. KOSZTY

W trzecim kwartale 2011 r. koszty operacyjne segmentu Internet wzrosły o 7,4%, m.in. z uwagi na wydatki związane z uruchomieniem serwisu zakupów grupowych *HappyDay.pl* oraz wzrost kosztów pozyskania dodatkowych powierzchni reklamowych (koszty pośrednictwa związane z działalnością sieci reklamy internetowej).

Wzrost kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników (bez niegotówkowych kosztów związanych z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych) wyniósł w trzecim kwartale 2011 r. 15,7% i był wynikiem m.in. wzrostu kosztów umów cywilno-prawnych oraz wzrostu zatrudnienia w Pionie Internet Agory. Zatrudnienie w segmencie Internet na koniec trzeciego kwartału 2011 r. było wyższe o 22 etaty w porównaniu z tym samym okresem 2010 r.

W trzecim kwartale 2011 r. wydatki reklamowe segmentu Internet zmniejszyły się o 28,9% w porównaniu do 2010 r. m.in. w wyniku ograniczenia wydatków marketingowych w portalu *Gazeta.pl*.

3. ISTOTNE INFORMACJE O DZIAŁALNOŚCI INTERNETOWEJ

W sierpniu 2011 r. zasięg serwisów grupy *Gazeta.pl*, wśród polskich internautów, wyniósł 59,5% i uplasował grupę *Gazeta.pl* na trzecim miejscu wśród wydawców portali, po grupie *Onet.pl* i grupie *Wirtualna Polska - Orange*. Liczba użytkowników osiągnęła poziom 11,2 mln osób, co oznacza wzrost o 1,9% w porównaniu do analogicznego okresu ubiegłego roku. W sierpniu 2011 r. użytkownicy łączący się z serwisami Agory z terenu Polski wykonali na portalu 1,1 mld odsłon, tj. o 6,8% więcej niż w sierpniu 2010 r. i spędzili na nim średnio 2 godziny i 3 minuty, czyli o 4 minuty więcej niż w sierpniu 2010 r.

Serwisy tworzone w ramach grupy *Gazeta.pl* zajmują wysokie pozycje w rankingach tematycznych. Według danych Megapanel PBI/Gemius za sierpień 2011 r., *GazetaDom.pl* jest liderem kategorii *Budownictwo, nieruchomości*, natomiast fora internetowe grupy *Gazeta.pl* kategorii *Fora i grupy dyskusyjne*. Serwisy parentingowe grupy *Gazeta.pl* (m.in. *eDziecko.pl*) zajmują drugie miejsce w kategorii *Dzieci, rodzina*. Trzecie pozycje w swoich kategoriach tematycznych zajmują: serwisy informacyjne *Gazeta.pl* (w kategorii *Informacje i publicystyka*), serwisy sportowe (m.in. *Sport.pl*) w kategorii *Sport*, serwisy społecznościowe (m.in. *Blox.pl*) w kategorii *Społeczności* oraz serwisy edukacyjne (w kategorii *Edukacja*). W kategoriach *Styl Życia i Praca* serwisy grupy *Gazeta.pl* są na czwartym miejscu, a w kategoriach: *Motoryzacja, Biznes, Nowe Technologie* – na piątym.

Latem 2011 r. *Gazeta.pl* przeprowadziła kampanię reklamową swoich serwisów mobilnych. Liczba odsłon wykonanych z urządzeń mobilnych na serwisach grupy *Gazeta.pl* wyniosła w sierpniu 27,9 mln.

W sierpniu 2011 r. serwis internetowy *Wyborcza.biz* uruchomił nowe płatne narzędzie dla przedsiębiorców - bazę informacji z Krajowego Rejestru Sądowego. Można w niej znaleźć aktualne dane o osobach, firmach i stowarzyszeniach w Polsce zarejestrowanych w KRS.

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	III kwartał 2011	III kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010	I-III kwartał 2011	I-III kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010
Łączne przychody, w tym:	17,6	19,7	(10,7%)	56,4	63,0	(10,5%)
Przychody ze sprzedaży wydawnictw	7,4	9,2	(19,6%)	23,3	28,2	(17,4%)
Przychody ze sprzedaży reklam (1)	10,1	10,3	(1,9%)	32,6	34,4	(5,2%)
Razem koszty operacyjne, w tym:	(14,7)	(15,4)	(4,5%)	(45,2)	(50,6)	(10,7%)
Materiały, energia, towary i usługi poligraficzne	(6,2)	(6,5)	(4,6%)	(19,4)	(19,5)	(0,5%)
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (2)	(4,3)	(4,1)	4,9%	(13,0)	(12,6)	3,2%
Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych	-	-	-	(0,4)	(0,3)	33,3%
Amortyzacja	-	(0,1)	-	(0,1)	(0,2)	(50,0%)
Reprezentacja i reklama (1)	(3,1)	(3,7)	(16,2%)	(8,9)	(13,0)	(31,5%)
EBIT	2,9	4,3	(32,6%)	11,2	12,4	(9,7%)
marża EBIT	16,5%	21,8%	(5,3pkt %)	19,9%	19,7%	0,2pkt %
EBITDA	2,9	4,4	(34,1%)	11,3	12,6	(10,3%)
marża EBITDA	16,5%	22,3%	(5,8pkt %)	20,0%	20,0%	-
EBITDA operacyjna (2)	2,9	4,4	(34,1%)	11,7	12,9	(9,3%)
marża EBITDA operacyjna	16,5%	22,3%	(5,8pkt %)	20,7%	20,5%	0,2pkt %

(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.

EBITDA operacyjna segmentu wyniosła 2,9 mln zł, natomiast marża EBITDA operacyjna osiągnęła poziom 16,5% (spadek o 5,8 pkt% w stosunku do analogicznego okresu 2010 r.) [1].

1. PRZYCHODY

W trzecim kwartale 2011 r. przychody segmentu były o 10,7% niższe niż w analogicznym okresie roku ubiegłego. Wpływ na to miały głównie niższe o 19,6% przychody ze sprzedaży wydawnictw. Spadek przychodów ze sprzedaży wydawnictw wynika z obniżenia ceny egzemplarzowej podstawowych wydań *Poradnika Domowego* i *Dziecka* (odpowiednio w marcu i maju 2011 r.) oraz ogólnorynkowego trendu spadku sprzedaży egzemplarzowej wydawnictw prasowych. Przychody ze sprzedaży reklam były jedynie o 0,2 mln zł niższe niż w analogicznym okresie roku ubiegłego. Na spadek przychodów reklamowych segmentu wpłynęło głównie ograniczenie budżetów promocyjnych reklamodawców z branż: wyposażenie wnętrz, budownictwo, higiena i pielęgnacja.

1.1. Sprzedaż czasopism

Tab. 11

w tys. egz.	III kwartał 2011	III kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010	I-III kwartał 2011	I-III kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010
Średnie rozpowszechnianie płatne miesięczników	902,7	918,2	(1,7%)	921,5	944,1	(2,4%)

Średnie rozpowszechnianie płatne miesięczników Agory w trzecim kwartale roku 2011 zmniejszyło się o 1,7% w stosunku do trzeciego kwartału 2010 r. Największe spadki sprzedaży egzemplarzowej dotknęły tytuły z segmentu miesięczników lifestylowych i wnętrzarskich.

1.2. Sprzedaż reklam

W trzecim kwartale 2011 r. przychody ze sprzedaży reklam w czasopismach Agory spadły o 1,9%. Udział czasopism Agory w wydatkach reklamowych w magazynach ogólnopolskich w tym okresie wyniósł 6,0%, a w wydatkach reklamowych w miesięcznikach 10,0% (według danych cennikowych) [7].

2. KOSZTY

W trzecim kwartale 2011 r. koszty operacyjne segmentu zmniejszyły się o 4,5% do 14,7 mln zł. Oszczędność ta wynika głównie z redukcji (o 16,2%) kosztów reprezentacji i reklamy (dzięki mniejszej liczbie zrealizowanych kampanii promocyjnych i rezygnacji z części mutacji z dodatkami do *Poradnika Domowego* i *Dziecka*).

3. INNE ZDARZENIA

We wrześniu 2011 r. uruchomiony został nowy serwis *Poradnikdomowy.pl* z nowym układem strony oraz odświeżoną grafiką, który oferuje użytkownikom m.in. możliwość tworzenia społeczności internetowej.

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

<i>w mln zł</i>	III kwartał 2011	III kwartał 2010	<i>% zmiany 2011 do 2010</i>	I-III kwartał 2011	I-III kwartał 2010	<i>% zmiany 2011 do 2010</i>
Łączne przychody, w tym:	40,1	35,8	12,0%	126,0	115,8	8,8%
Przychody ze sprzedaży reklam (1)	39,3	35,1	12,0%	123,2	113,9	8,2%
Razem koszty operacyjne, w tym:	(39,1)	(37,4)	4,5%	(117,0)	(117,5)	(0,4%)
Koszty realizacji kampanii	(6,1)	(6,3)	(4,0%)	(19,7)	(19,2)	2,6%
Koszty utrzymania systemu	(18,1)	(17,3)	4,6%	(55,0)	(54,1)	1,7%
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (2)	(5,0)	(4,4)	13,6%	(15,0)	(13,8)	8,7%
Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych	-	-	-	(0,7)	(0,6)	16,7%
Reprezentacja i reklama (1)	(1,1)	(1,5)	(26,7%)	(3,4)	(4,6)	(26,1%)
Amortyzacja	(4,5)	(5,4)	(16,7%)	(13,7)	(16,3)	(16,0%)
Pozostałe koszty operacyjne netto	(0,1)	0,3	-	0,9	(0,5)	-
EBIT	1,0	(1,6)	-	9,0	(1,7)	-
marża EBIT	2,5%	(4,5%)	7,0pkt %	7,1%	(1,5%)	8,6pkt %
EBITDA (4)	5,5	3,7	48,6%	22,7	14,4	57,6%
marża EBITDA	13,7%	10,3%	3,4pkt %	18,0%	12,4%	5,6pkt %
EBITDA operacyjna (2), (4)	5,5	3,7	48,6%	23,4	15,0	56,0%
marża EBITDA operacyjna	13,7%	10,3%	3,4pkt %	18,6%	13,0%	5,6pkt %
Liczba powierzchni reklamowych (3)	23 831	23 893	(0,3%)	23 831	23 893	(0,3%)

- (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.*

W trzecim kwartale 2011 r. segment Reklamy Zewnętrznej wypracował pozytywny zysk operacyjny EBIT w wysokości 1,0 mln zł, a EBITDA operacyjna wzrosła o 48,6 % do poziomu 5,5 mln zł.

1. PRZYCHODY [8]

Według szacunków IGRZ wartość wydatków na reklamę zewnętrzną, w trzecim kwartale 2011 r., wzrosła o 12,0% w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego.

Wzrost przychodów ze sprzedaży reklam grupy AMS w trzecim kwartale był zgodny z dynamiką rynku i wyniósł 12,0%. Szacowany udział AMS w wydatkach na reklamę zewnętrzną w trzecim kwartale 2011 r. wyniósł ponad 27%.

2. KOSZTY

Spadek kosztów realizacji kampanii o 4,0% w omawianym okresie jest konsekwencją realizacji mniejszej ilości usług poligraficznych dla klientów zewnętrznych.

Wyższe o 4,6% koszty utrzymania systemu to w głównej mierze efekt wzrostu liczby nośników typu billboard 18 m2 oraz citylight w porównaniu z trzecim kwartałem 2010 r.

Wzrost o 13,6% kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników wynika m.in. z rozwoju struktury sprzedaży regionalnej oraz wyższych wynagrodzeń zmiennych w efekcie wyższych przychodów. Czynnikiem istotnie wpływającym na wysokość tych kosztów było również zawiązanie rezerwy na plany motywacyjne realizowane w Grupie.

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

Niższe o 16,7% koszty amortyzacji są m.in. wynikiem pełnego zamortyzowania z końcem 2010 r. niektórych nośników reklamowych.

Wzrost pozostałych kosztów operacyjnych netto w trzecim kwartale 2011 r. w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego wynika głównie z wyższych odpisów aktualizujących wartość należności.

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*, 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	III kwartał 2011	III kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010	I-III kwartał 2011	I-III kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010
Łączne przychody, w tym:	21,4	16,4	30,5%	62,0	52,6	17,9%
Przychody ze sprzedaży reklam (1), (3)	21,1	16,1	31,1%	61,0	51,7	18,0%
Razem koszty operacyjne, w tym: (3)	(21,7)	(16,1)	34,8%	(59,8)	(51,7)	15,7%
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (2)	(6,1)	(5,8)	5,2%	(18,7)	(18,0)	3,9%
Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych	-	-	-	(0,5)	(0,3)	66,7%
Licencje, czynsze i koszty łączności	(2,0)	(2,0)	-	(6,2)	(6,0)	3,3%
Amortyzacja	(0,6)	(0,7)	(14,3%)	(1,9)	(2,1)	(9,5%)
Reprezentacja i reklama (3)	(5,9)	(3,3)	78,8%	(12,7)	(12,2)	4,1%
EBIT	(0,3)	0,3	-	2,2	0,9	144,4%
marża EBIT	(1,4%)	1,8%	(3,2pkt %)	3,5%	1,7%	1,8pkt %
EBITDA	0,3	1,0	(70,0%)	4,1	3,0	36,7%
marża EBITDA	1,4%	6,1%	(4,7pkt %)	6,6%	5,7%	0,9pkt %
EBITDA operacyjna (2)	0,3	1,0	(70,0%)	4,6	3,3	39,4%
marża EBITDA operacyjna	1,4%	6,1%	(4,7pkt %)	7,4%	6,3%	1,1pkt %

(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 trzecim kwartale 2011 r. segment Radio wypracował pozytywny wynik na poziomie EBITDA operacyjna w wysokości 0,3 mln zł (spadek o 0,7 mln zł w stosunku do 2010 r.).

1. PRZYCHODY [3]

Przychody segmentu Radio w trzecim kwartale 2011 r. wzrosły o 30,5% i wyniosły 21,4 mln zł. Na wzrost przychodów segmentu wpłynęła rosnąca dynamika wydatków na reklamę radiową (wzrost o około 8%) oraz wzrost przychodów z pośrednictwa sprzedaży czasu w stacjach obcych i z transakcji barterowych.

Dodatkowo, przychody segmentu w trzecim kwartale 2011 r. były powiększone o przychody barterowe związane z organizacją *ARTPOP Festival Złote Przeboje Bydgoszcz 2011*, który w 2010 r. miał miejsce w drugim kwartale. Po wyeliminowaniu powyższych rozliczeń barterowych dynamika wzrostu przychodów segmentu Radio w trzecim kwartale 2011 r. jest także wyższa niż dynamika wzrostu wydatków na reklamę radiową w Polsce.

2. KOSZTY

W trzecim kwartale 2011 r. koszty operacyjne segmentu wzrosły o 34,8% do kwoty 21,7 mln zł, głównie w wyniku wzrostu kosztu zakupu czasu antenowego w stacjach obcych, które są równoważone wyższymi przychodami reklamowymi.

Koszty reprezentacji i reklamy w trzecim kwartale 2011 r. były wyższe ze względu na rozliczenie barterowe związane z organizacją *ARTPOP Festival Złote Przeboje Bydgoszcz 2011*. Gdyby wyeliminować z tej pozycji koszty powiązane z festiwalem, koszty reprezentacji i reklamy byłyby niższe niż w analogicznym okresie roku ubiegłego.

Wzrost kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników w trzecim kwartale 2011 r. wynika głównie ze wzrostu zatrudnienia, kosztów odpraw pracowniczych oraz mniejszego rozwiązania rezerwy urlopowej w porównaniu do trzeciego kwartału 2010 r.

3. UDZIAŁY W SŁUCHALNOŚCI [9]

W trzecim kwartale 2011 r. udział stacji muzycznych Grupy Agora w słuchalności wyniósł 7,1% i był identyczny jak w trzecim kwartale 2010 r.

W tym okresie udział w czasie słuchania *TOK FM* wyniósł 4,2% we wszystkich miastach nadawania *TOK FM* (5,1% w analogicznym okresie 2010 r.).

W okresie styczeń-wrzesień 2011 r. udział stacji muzycznych Grupy Agora w słuchalności wyniósł 7,1% i wzrósł o 0,6 pkt% w porównaniu z rokiem 2010 r.

W okresie styczeń-wrzesień 2011 r. udział w czasie słuchania *TOK FM* wyniósł 4,8% we wszystkich miastach nadawania *TOK FM* (5,1% w analogicznym okresie 2010 r.).

4. INNE ZDARZENIA

W lipcu 2011 r. odbył się *ARTPOP Festival Złote Przeboje Bydgoszcz 2011*. Była to trzecia edycja festiwalu, którego współorganizatorami są miasto Bydgoszcz oraz *Sony BMG Polska*. Gwiazdami zagranicznymi festiwalu byli: *Grace Jones*, *The Killers* i *I Blame Coco*.

W trzecim kwartale 2011 r. serwis muzyczny *tuba.fm* uruchomił kolejną wersję aplikacji *Tuby* na smartfony z systemami *Android* oraz *iOS*. Nowa wersja została uzupełniona o możliwość zakładania konta przy pomocy *Facebook connect* oraz wszystkie funkcjonalności, które do tej pory były dostępne jedynie z poziomu wersji *www*, w tym: zakładanie własnych kanałów radiowych z możliwością dopasowania profilu muzycznego do indywidualnych oczekiwań użytkownika oraz dzielenie się ulubionymi stacjami z przyjaciółmi.

IV.F. KINO

Segment Kino zawiera dane spółki Helios S.A. (31 sierpnia 2011 r. Helios S.A. połączył się z Kinoplex Sp. z o.o.). Dane segmentu Kino są konsolidowane z wynikami Grupy Agora począwszy od 1 września 2010 r. Więcej informacji o połączeniu spółek i transakcji nabycia grupy Helios znajduje się w nocie 13 do skróconego skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Agora.

Tab. 14

w mln zł	III kwartał 2011	wrzesień 2010	I-III kwartał 2011	wrzesień 2010
Łączne przychody, w tym:	48,9	9,9	143,7	9,9
Przychody ze sprzedaży biletów do kina	34,8	6,9	104,3	6,9
Przychody ze sprzedaży barowej	10,3	2,1	30,5	2,1
Przychody ze sprzedaży reklam (2)	3,2	0,9	7,7	0,9
Razem koszty operacyjne, w tym:	(45,9)	(11,4)	(133,5)	(11,4)
Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów	(6,3)	(1,7)	(18,3)	(1,7)
Amortyzacja	(4,5)	(1,4)	(13,3)	(1,4)
Wynagrodzenia i świadczenia	(6,0)	(1,8)	(18,1)	(1,8)
Usługi obce	(26,2)	(5,9)	(75,5)	(5,9)
Reprezentacja i reklama (2)	(1,2)	(0,2)	(2,7)	(0,2)
Pozostałe koszty operacyjne netto	(1,7)	(0,4)	(5,6)	(0,4)
EBIT	3,0	(1,5)	10,2	(1,5)
marża EBIT	6,1%	(15,2%)	7,1%	(15,2%)
EBITDA	7,5	(0,1)	23,5	(0,1)
marża EBITDA	15,3%	(1,0%)	16,4%	(1,0%)
EBITDA operacyjna (1)	7,5	(0,1)	23,5	(0,1)
marża EBITDA operacyjna (1)	15,3%	(1,0%)	16,4%	(1,0%)

- (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;
- (2) 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.

1. PRZYCHODY [3]

Łączne przychody z działalności kinowej w trzecim kwartale 2011 r. były nieznacznie niższe niż w analogicznym okresie roku ubiegłego i wyniosły 48,9 mln zł. Do spadku przychodów segmentu przyczyniły się niższe przychody ze sprzedaży biletów oraz ze sprzedaży barowej, które częściowo skompensowały wyższe przychody ze sprzedaży reklam.

W trzecim kwartale 2011 r. kina sieci Helios odwiedziło blisko 1,9 mln osób co oznaczało spadek o 6% w porównaniu z analogicznym okresem 2010 r. [12]. Natomiast w okresie styczeń - wrzesień 2011 r. liczba widzów, którzy odwiedzili kina sieci Helios wzrosła o blisko 3%.

W trzecim kwartale 2011 r. średnia cena biletu w kinach sieci Helios wyniosła 18,84 zł (netto) i wzrosła w stosunku do analogicznego okresu 2010 r. o blisko 5%. W tym czasie udział biletów na filmy 3D w całości sprzedanych biletów wyniósł blisko 59% i zwiększył się o 10,5 pkt% w stosunku do analogicznego okresu 2010 r.

W okresie styczeń – wrzesień 2011 r. średnia cena biletu w kinach sieci Helios wyniosła 17,77 zł (netto) i spadła w stosunku do analogicznego okresu 2010 r. o 3%, a udział biletów na filmy 3D w całości sprzedanych biletów wyniósł ponad 40% i zwiększył się o ponad 1,7 pkt% w stosunku do analogicznego okresu 2010 r.

Zgodnie z danymi *boxoffice.pl* w trzecim kwartale 2011 r. zarówno liczba biletów do kin sprzedanych w Polsce (8,9 mln sztuk) jak i wpływy ze sprzedaży biletów odnotowały 3% spadek w porównaniu do analogicznego okresu roku poprzedniego. Zgodnie z danymi *boxoffice.pl* w okresie styczeń – wrzesień 2011 r. liczba biletów do kin sprzedanych w Polsce zmniejszyła się o 1%, natomiast wpływy ze sprzedaży biletów zmniejszyły się o blisko 4% w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego.

Wynik operacyjny (EBIT) działalności kinowej w trzecim kwartale 2011 r. wyniósł 3,0 mln zł, natomiast w okresie styczeń – wrzesień 2011 r. wynik ten wyniósł 10,2 mln zł. W obu tych okresach wynik ten był lepszy niż w analogicznym okresie 2010 r.

2. KOSZTY

W trzecim kwartale 2011 r. koszty operacyjne segmentu wyniosły 45,9 mln zł i były na poziomie zbliżonym do analogicznego okresu 2010 r.

3. INNE ZDARZENIA

W dniu 31 sierpnia 2011 r. Helios S.A. połączył się ze swoją spółką zależną Kinoplex Sp. z o.o., w której posiadał 100% udziałów.

Trwa proces cyfryzacji istniejących kin. W dniu nabycia przez Agorę większościowego udziału w sieci kin Helios sale kinowe wyposażone były w 24 projektory cyfrowe z możliwością wyświetlania filmów w formacie 3D. Do dnia 30 września 2011 r. zamontowano 76 kolejnych projektorów cyfrowych (w tym 62 wyposażone w system do wyświetlania filmów w technologii 3D).

PRZYPISY

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

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

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

[3] Dane dotyczą reklam i ogłoszeń w sześciu mediach (prasa, radio, telewizja, reklama zewnętrzna, internet, kino). W niniejszym sprawozdaniu Agora skorygowała dane dotyczące rynku reklamy w trzecim kwartale 2010 r. .

O ile wyraźnie nie zaznaczono inaczej, w treści niniejszego komentarza dane dotyczące poziomu rynkowych wydatków na reklamę w prasie i radiu są szacowane przez Agorę z uwzględnieniem poziomu średniego rabatu i podawane są w cenach bieżących. Z tego też względu, biorąc pod uwagę presję rabatową i wyprzedaż przez media czasów/powierzchni reklamowej, dane te mogą być obciążone pewnymi błędami, które będą korygowane na bieżąco. Dane dla prasy dotyczą jedynie ogłoszeń wymiarowych, z pominięciem insertów, ogłoszeń drobnych i nekrologów. Jako podstawę do szacunków użyto wydatków cennikowych z następujących źródeł: monitoring Kantar Media (poprzednio: Expert Monitor), monitoring Agory 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 wskaźnika CCS - Czytelnictwa Cyklu Sezonowego, informującego o odsetku respondentów deklarujących czytanie przynajmniej jednego wydania tytułu w ciągu 7 dni poprzedzających. Wielkość próby ogólnopolskiej lipiec – wrzesień 2011 r.: N = 12 124 ; Metro: wielkość próby dla Warszawy: N = 537.

[5] Definicje wskaźników:

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

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

$$\text{Rentowność kapitału} = \frac{\text{Zysk netto przypadający na akcjonariuszy jednostki dominującej}}{(\text{Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej na początek okresu} + \text{Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej na koniec okresu}) / 2 / (1,33 \text{ dla danych trzech kwartałów oraz } 4 \text{ dla danych kwartalnych})}$$

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

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

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

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

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

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

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

* 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 monitoringu Kantar Media (poprzednio Expert Monitor); reklama komercyjna brandowa; pominięto miesięczniki specjalistyczne; uwzględniono 129 tytułów w okresie lipiec – wrzesień 2011 r.

[8] Źródło: raport IGRZ o wielkości przychodów wybranych spółek reklamy zewnętrznej m.in.: AMS S.A., Cityboard Media, Clear Channel Poland, Stroeer Out of Home Media, Gigaboard Polska, Mini Media, 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 muzycznych Grupy Agory w miastach nadawania stacji Agory i grupie wiekowej 15+ za okres lipiec-wrzesień: (próba dla 2010: 10 419 oraz dla 2011: 10 451, za okres styczeń-wrzesień: próba dla 2010: 31 343 oraz dla 2011: 31 412); dla TOK FM: miasta nadawania za okres lipiec-wrzesień w grupie wiekowej 15+ (próba dla 2010: 7 735 oraz dla 2011: 7 747, za okres styczeń-wrzesień: próba dla 2010: 23 247 oraz dla 2011: 23 295).

[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 sieci 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 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.

W raporcie bieżącym z dnia 17 października 2011 r., Spółka poinformowała, że w dniu 17 października 2011 r. otrzymała od Banku Polska Kasa Opieki S.A. pismo potwierdzające spełnienie warunków wstępnych dla udzielenia Spółce dostępnej transzy Kredytu z Umowy kredytowej z Bankiem Polska Kasa Opieki S.A.

2. ISTOTNE WYDARZENIA

► Zmiany w spółkach zależnych

W dniu 31 sierpnia 2011 r., Sąd Rejonowy dla Łodzi-Śródmieścia w Łodzi, XX Wydział Gospodarczy KRS zarejestrował połączenie Kinoplex Sp. z o.o. z Helios S.A. (Helios). Połączenie zostało przeprowadzone zgodnie z art. 516 § 6 Kodeksu spółek handlowych (uproszczone połączenie poprzez przejęcie), tj. z uwagi na fakt, iż spółka przejmowana była jednoosobowa i jej jedynym wspólnikiem był Helios połączenie nastąpiło bez podjęcia uchwały walnego zgromadzenia Akcjonariuszy spółki Helios poprzez przeniesienie całego majątku wyżej wymienionej spółki przejmowanej na spółkę przejmującą - Helios. Połączenie odbyło się bez podwyższenia kapitału zakładowego Helios.

W dniu 29 września 2011 r. Sąd Rejonowy dla Krakowa-Śródmieścia w Krakowie, XI Wydział Gospodarczy KRS w Krakowie zarejestrował podwyższenie kapitału zakładowego w AdTaily Sp. z o.o. o 28 nowoutworzonych udziałów o wartości nominalnej 50 zł każdy (razem 1,4 tys. zł), które 4 osoby fizyczne objęły za wkład pieniężny w wysokości łącznej 1,4 tys. zł. Wysokość kapitału zakładowego po podwyższeniu wynosi 34 750 zł i składa się z 695 udziałów, po 50 zł każdy. W wyniku tej transakcji, Agora S.A. posiada obecnie 487 udziałów w kapitale zakładowym, które dają jej 70,07% udziału w kapitale zakładowym spółki i odpowiednio 70,07% na zgromadzeniu wspólników.

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

Tab. 15

a. akcje	stan na 30.09.2011	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	1 000	0	1 000	0
Grzegorz Kossakowski	44 451	0	0	44 451

b. prawa do akcji	stan na 30.09.2011	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

c. akcje	stan na 10.11.2011	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 30.09.2011
Piotr Niemczycki	1 548 373	0	0	1 548 373
Zbigniew Bąk	68 006	0	0	68 006
Tomasz Józefacki	1 000	0	0	1 000
Grzegorz Kossakowski	44 451	0	0	44 451

d. prawa do akcji	stan na 10.11.2011	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 30.09.2011
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 TRZECIM KWARTALE 2011 R. I DO DNIA PUBLIKACJI RAPORTU

Tab. 16

a. akcje	stan na 30.09.2011	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

b. akcje	stan na 10.11.2011	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 30.09.2011
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 12 sierpnia 2011 r. uległa istotnym zmianom w odniesieniu do dnia przekazania niniejszego raportu.

Na podstawie powyższych zawiadomień, na dzień 12 sierpnia 2011 r. następujący akcjonariusze mogli wykonywać ponad 5% głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki:

Tab. 17

	liczba akcji	% udział w kapitale zakładowym	liczba głosów na WZ	% udział w liczbie głosów na WZ
Agora-Holding Sp. z o.o. (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 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

► Istotne zmiany struktury akcjonariatu

W raporcie bieżącym z dnia 7 września 2011 r., Zarząd Agory S.A. poinformował o powzięciu informacji od BZ WBK Asset Management S.A. (BZ WBK), o zmniejszeniu posiadanego przez klientów BZ WBK, których rachunki objęte są umowami o zarządzanie (klienci BZ WBK), udziału w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu Agory S.A. W wyniku sprzedaży akcji Spółki w dniu 1 września 2011 r., klienci BZ WBK stali się posiadaczami 14 210 951 akcji, co stanowiło 27,90% kapitału zakładowego Spółki, dających prawo do 14 210 951 głosów, co stanowiło 20,88% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki.

W raporcie bieżącym z dnia 7 września 2011 r., Zarząd Agory S.A. poinformował o powzięciu informacji o zmniejszeniu posiadanego udziału przez BZ WBK Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A. z siedzibą w Poznaniu, działającego w imieniu Arka BZ WBK Funduszu Inwestycyjnego Otwartego, Arka BZ WBK Akcji Środkowej i Wschodniej Europy Funduszu Inwestycyjnego Zamkniętego, Arka Prestiż Specjalistycznego Funduszu Inwestycyjnego Otwartego oraz Lukas Funduszu Inwestycyjnego Otwartego (zwanym dalej Funduszami) w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu Agory S.A. o więcej niż 2%. W wyniku sprzedaży akcji Spółki w dniu 1 września Fundusze stały się posiadaczami 11 380 852 akcji, co stanowiło 22,34% kapitału zakładowego Spółki, dających prawo do 11 380 852 głosów, co stanowiło 16,72% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki.

W raporcie bieżącym z dnia 28 września 2011 r., Zarząd Agory S.A. poinformował o powzięciu informacji od BZ WBK o zmniejszeniu posiadanego przez klientów BZ WBK udziału w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu Agory S.A. W wyniku sprzedaży akcji Spółki w dniu 21 września 2011 r., klienci BZ WBK stali się posiadaczami 13 098 845 akcji, co stanowiło 25,72% kapitału zakładowego Spółki, dających prawo do 13 098 845 głosów, co stanowiło 19,24% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki.

W raporcie bieżącym z dnia 28 września 2011 r., Zarząd Agory S.A. poinformował o powzięciu informacji o zmniejszeniu posiadanego udziału przez BZ WBK Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A. z siedzibą w Poznaniu, działającego w imieniu Arka BZ WBK Funduszu Inwestycyjnego Otwartego (zwanego dalej Funduszem) w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu Agory S.A. o więcej niż 2%. W wyniku sprzedaży akcji Spółki w dniu 21 września 2011 r. Fundusz stał się posiadaczem 8 605 202 akcji, co stanowiło 16,89% kapitału zakładowego Spółki, dających prawo do 8 605 202 głosów, co stanowiło 12,64% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki.

W raporcie bieżącym z dnia 29 września 2011 r., Zarząd Agory S.A. poinformował o powzięciu informacji o przekroczeniu progu 5% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki przez ING Otwarty Fundusz Emerytalny (zwany dalej Funduszem ING). W wyniku nabycia akcji Spółki w dniu 26 września 2011 r. Fundusz stał się posiadaczem 3 758 637 akcji, co stanowiło 7,38% kapitału zakładowego Spółki, dających prawo do 3 758 637 głosów, co stanowiło 5,52% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki.

W raporcie bieżącym z dnia 18 października 2011 r., Zarząd Agory S.A. poinformował o powzięciu informacji o zmniejszeniu posiadanego udziału przez BZ WBK Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A. z siedzibą w Poznaniu, działającego w imieniu Arka BZ WBK Funduszu Inwestycyjnego Otwartego, Arka BZ WBK Akcji Środkowej i Wschodniej Europy Funduszu Inwestycyjnego Zamkniętego, Arka Prestiż Specjalistycznego Funduszu Inwestycyjnego Otwartego oraz Credit Agricole Funduszu Inwestycyjnego Otwartego (zwanym dalej Funduszami) w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu Agory S.A. poniżej 15%. W wyniku sprzedaży akcji Spółki w dniu 12 października Fundusze stały się posiadaczami 9 249 444 akcji, co stanowiło 18,16% kapitału zakładowego Spółki, dających prawo do 9 249 444 głosów, co stanowiło 13,59% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki.

W raporcie bieżącym z dnia 4 listopada 2011 r., Zarząd Agory S.A. poinformował o powzięciu informacji od BZ WBK o zmniejszeniu posiadanego przez klientów BZ WBK udziału w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu Agory S.A. W wyniku sprzedaży akcji Spółki w dniu 28 października 2011 r., klienci BZ WBK stali się posiadaczami 11 321 996 akcji, co stanowiło 22,23% kapitału zakładowego Spółki, dających prawo do 11 321 996 głosów, co stanowiło 16,63% 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 roku o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych, na dzień przekazania niniejszego raportu kwartalnego następujący akcjonariusze mogą wykonywać ponad 5% głosów na walnym zgromadzeniu Spółki:

Tab. 18

	liczba akcji	% udział w kapitale zakładowym	liczba głosów na WZ	% udział w liczbie głosów na WZ
Agora-Holding Sp. z o.o. (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 23 grudnia 2010 r.)	6 032 025	11,84	23 158 425	34,02
BZ WBK Asset Management S.A., w tym (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 4 listopada 2011 r.)	11 321 996	22,23	11 321 996	16,63
BZ WBK Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A. (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 18 października 2011 r.)	9 249 444	18,16	9 249 444	13,59
Arka BZ WBK FIO (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 4 listopada 2011 r.)	7 054 883	13,85	7 054 883	10,37
ING Otwarty Fundusz Emerytalny (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 29 września 2011 r.)	3 758 637	7,38	3 758 637	5,52

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.

■ Rejestracja zmian w statucie i ustalenie tekstu jednolitego statutu

W raporcie z dnia 11 sierpnia 2011 r., Zarząd Agory S.A. 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 S.A. z dnia 22 czerwca 2011 r.

GRUPA AGORA

SKRÓCONE ŚRÓDROCZNE SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE FINANSOWE

na 30 września 2011 r. oraz za 3 i 9 miesięcy zakończonych
30 września 2011 r.

SKONSOLIDOWANY BILANS NA 30 WRZEŚNIA 2011 R.

	30 września 2011 niebadane	30 czerwca 2011 niebadane	31 grudnia 2010 zbadane	30 września 2010 niebadane
Aktywa				
Aktywa trwałe:				
Wartości niematerialne	424 174	425 591	427 337	429 102
Rzeczowe aktywa trwałe	755 488	755 764	763 047	760 926
Długoterminowe aktywa finansowe	251	251	201	166
Inwestycje rozliczane metodą praw własności	170	241	235	724
Należności długoterminowe i inne rozliczenia międzyokresowe	10 043	10 499	9 640	8 138
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	2 967	4 005	2 954	7 970
	1 193 093	1 196 351	1 203 414	1 207 026
Aktywa obrotowe:				
Zapasy	27 620	23 442	22 552	18 061
Należności krótkoterminowe i rozliczenia międzyokresowe	236 580	251 901	239 351	226 051
Należności z tytułu podatku dochodowego	531	421	2 973	488
Krótkoterminowe aktywa finansowe	199 488	199 610	154 828	98 903
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	117 001	132 279	182 358	102 590
	581 220	607 653	602 062	446 093
Aktywa razem	1 774 313	1 804 004	1 805 476	1 653 119

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

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

	Nota	30 września 2011 niebadane	30 czerwca 2011 niebadane	31 grudnia 2010 zbadane	30 września 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		(65)	(87)	(130)	(269)
Zyski z lat ubiegłych i roku bieżącego		1 039 598	1 034 147	1 023 053	1 000 582
		1 237 662	1 232 189	1 221 052	1 198 442
Udziały niekontrolujące		16 010	15 963	15 500	15 228
Kapitał własny		1 253 672	1 248 152	1 236 552	1 213 670
Zobowiązania długoterminowe:					
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego		49 699	51 725	49 376	50 654
Długoterminowe kredyty i pożyczki	3	140 250	163 662	188 833	91 410
Pozostałe zobowiązania finansowe		29 888	29 882	30 050	30 209
Rezerwa na świadczenia emerytalne		2 079	2 079	1 865	1 693
Rezerwy na zobowiązania		-	-	-	760
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe		4 125	3 802	3 373	1 985
		226 041	251 150	273 497	176 711
Zobowiązania krótkoterminowe:					
Rezerwa na świadczenia emerytalne		68	68	138	119
Zobowiązania krótkoterminowe		150 938	171 208	164 366	128 399
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego		2 437	2 246	874	3 971
Krótkoterminowe kredyty i pożyczki	3	79 085	68 541	66 369	66 277
Rezerwy na zobowiązania		7 190	7 115	10 143	12 117
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe		54 882	55 524	53 537	51 855
		294 600	304 702	295 427	262 738
Pasywa razem		1 774 313	1 804 004	1 805 476	1 653 119
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 DZIEWIĘĆ MIESIĘCY ZAKOŃCZONYCH 30 WRZEŚNIA 2011 R.

	Nota	Trzy miesiące zakończone 30 września 2011 niebadane	Dziewięć miesięcy zakończone 30 września 2011 niebadane	Trzy miesiące zakończone 30 września 2010 niebadane	Dziewięć miesięcy zakończone 30 września 2010 niebadane
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	4	283 596	898 704	246 563	775 976
Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów		(187 310)	(579 022)	(152 752)	(449 490)
Zysk brutto ze sprzedaży		96 286	319 682	93 811	326 486
Koszty sprzedaży		(59 759)	(186 273)	(58 362)	(181 827)
Koszty ogólnego zarządu		(27 376)	(87 948)	(22 061)	(78 676)
Pozostałe przychody operacyjne		3 142	13 076	4 569	16 670
Pozostałe koszty operacyjne		(4 314)	(14 004)	(4 127)	(28 066)
Zysk z działalności operacyjnej	4	7 979	44 533	13 830	54 587
Przychody finansowe		3 790	12 018	3 207	10 689
Koszty finansowe		(4 170)	(12 532)	(2 175)	(5 688)
Udział w zyskach (stratach) netto jednostek rozliczanych metodą praw własności		(71)	(65)	(427)	(823)
Zysk brutto		7 528	43 954	14 435	58 765
Podatek dochodowy		(2 031)	(9 817)	(2 743)	(5 179)
Zysk netto		5 497	34 137	11 692	53 586
Przypadający na:					
Akcjonariuszy jednostki dominującej		5 440	33 281	11 959	53 883
Udziały niekontrolujące		57	856	(267)	(297)
		5 497	34 137	11 692	53 586
Podstawowy/rozwodniony zysk przypadający na jedną akcję (w zł)		0,11	0,65	0,23	1,06

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

SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z CAŁKOWITYCH DOCHODÓW ZA TRZY I DZIEWIĘĆ MIESIĘCY ZAKOŃCZONYCH 30 WRZEŚNIA 2011 R.

	Trzy miesiące zakończone 30 września 2011 niebadane	Dziewięć miesięcy zakończone 30 września 2011 niebadane	Trzy miesiące zakończone 30 września 2010 niebadane	Dziewięć miesięcy zakończone 30 września 2010 niebadane
Zysk netto za okres	5 497	34 137	11 692	53 586
Różnice kursowe z przeliczenia sprawozdań finansowych spółek zagranicznych	22	65	110	213
Inne całkowite dochody ogółem	22	65	110	213
Całkowite dochody ogółem za okres	5 519	34 202	11 802	53 799
Przypadające na:				
Akcjonariuszy jednostki dominującej	5 462	33 346	12 069	54 096
Udziały niekontrolujące	57	856	(267)	(297)
	5 519	34 202	11 802	53 799

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

SKONSOLIDOWANE ZESTAWIENIE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM ZA TRZY I DZIEWIĘĆ MIESIĘCY ZAKOŃCZONYCH 30 WRZEŚNIA 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
Trzy miesiące zakończone 30 września 2011 r.								
Stan na 30 czerwca 2011 r. niebadane	50 937	-	147 192	(87)	1 034 147	1 232 189	15 963	1 248 152
Całkowite dochody za okres sprawozdawczy								
Zysk netto okresu	-	-	-	-	5 440	5 440	57	5 497
Inne całkowite dochody ogółem	-	-	-	22	-	22	-	22
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	-	22	5 440	5 462	57	5 519
Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym								
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli								
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli ogółem	-	-	-	-	-	-	-	-
Zmiany w udziale własnościowym w jednostkach podporządkowanych, które nie skutkują utratą kontroli								
Nabycie udziałów niekontrolujących	-	-	-	-	11	11	(11)	-
Pozostałe	-	-	-	-	-	-	1	1
Transakcje z właścicielami ogółem	-	-	-	-	11	11	(10)	1
Stan na 30 września 2011 r. niebadane	50 937	-	147 192	(65)	1 039 598	1 237 662	16 010	1 253 672

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

SKONSOLIDOWANE ZESTAWIENIE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM ZA TRZY I DZIEWIĘĆ MIESIĘCY ZAKOŃCZONYCH 30 WRZEŚNIA 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
Dziewięć miesięcy zakończone 30 września 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	-	-	-	-	33 281	33 281	856	34 137
Inne całkowite dochody ogółem	-	-	-	65	-	65	-	65
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	-	65	33 281	33 346	856	34 202
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								
Nabycie udziałów niekontrolujących	-	-	-	-	(56)	(56)	56	-
Pozostałe	-	-	-	-	-	-	2	2
Zmiany w udziale własnościowym w jednostkach podporządkowanych ogółem	-	-	-	-	(56)	(56)	58	2
Transakcje z właścicielami ogółem	-	-	-	-	(16 736)	(16 736)	(346)	(17 082)
Stan na 30 września 2011 r. niebadane	50 937	-	147 192	(65)	1 039 598	1 237 662	16 010	1 253 672

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

SKONSOLIDOWANE ZESTAWIENIE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM ZA TRZY I DZIEWIĘĆ MIESIĘCY ZAKOŃCZONYCH 30 WRZEŚNIA 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 DZIEWIĘĆ MIESIĘCY ZAKOŃCZONYCH 30 WRZEŚNIA 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
Dziewięć miesięcy zakończone 30 września 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	-	-	-	-	53 883	53 883	(297)	53 586
Inne całkowite dochody za okres	-	-	-	213	-	213	-	213
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	-	213	53 883	54 096	(297)	53 799
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	-
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	-	-	-	-	(51 935)	(51 935)	15 731	(36 204)
Stan na 30 września 2010 r. niebadane	50 937	-	147 192	(269)	1 000 582	1 198 442	15 228	1 213 670

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

SKONSOLIDOWANY RACHUNEK PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH ZA TRZY I DZIEWIĘĆ MIESIĘCY ZAKOŃCZONYCH 30 WRZEŚNIA 2011 R.

	Trzy miesiące zakończone 30 września 2011 niebadane	Dziewięć miesięcy zakończone 30 września 2011 niebadane	Trzy miesiące zakończone 30 września 2010 niebadane	Dziewięć miesięcy zakończone 30 września 2010 niebadane
Działalność operacyjna				
Zysk brutto	7 528	43 954	14 435	58 765
Korekty o pozycje:				
Udział w zyskach (stratach) netto jednostek rozliczanych metodą praw własności	71	65	427	823
Amortyzacja rzeczowych aktywów trwałych	18 984	57 188	17 051	49 123
Amortyzacja wartości niematerialnych	3 316	13 062	3 598	10 787
(Zyski) /Straty z tytułu różnic kursowych	-	(5)	-	-
Odsetki, netto	3 573	10 737	1 064	2 924
(Zysk)/ strata z tytułu działalności inwestycyjnej	(1 522)	(5 580)	(1 290)	2 847
Zmiana stanu rezerw	75	(2 809)	(996)	(791)
Zmiana stanu zapasów	(4 178)	(5 068)	(2 220)	(530)
Zmiana stanu należności i czynnych rozliczeń międzyokresowych	16 186	(1 855)	13 829	2 712
Zmiana stanu zobowiązań	7 873	(9 022)	(2 474)	(25 130)
Zmiana stanu biernych rozliczeń międzyokresowych	(634)	1 923	(8 284)	1 205
Inne korekty (1)	67	9 302	1 036	8 117
Przepływy środków pieniężnych brutto	51 339	111 892	36 176	110 852
Podatek dochodowy zapłacony	(1 372)	(5 874)	(833)	(3 959)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej	49 967	106 018	35 343	106 893
Działalność inwestycyjna				
Przychody ze sprzedaży rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych	118	384	6	82
Przychody z tytułu odsetek	638	1 441	2 210	2 210
Sprzedaż krótkoterminowych papierów wartościowych	19 411	80 084	61 790	61 790
Wydatki inwestycyjne na rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne	(23 542)	(51 574)	(11 947)	(34 379)
Wydatki netto na nabycie podmiotów zależnych, stowarzyszonych i współkontrolowanych	-	(50)	(96 714)	(97 640)
Nabycie krótkoterminowych papierów wartościowych	(18 014)	(119 344)	(2 000)	(2 000)
Pożyczki udzielone	-	(200)	-	-
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności inwestycyjnej	(21 389)	(89 259)	(46 655)	(69 937)

	Trzy miesiące zakończone 30 września 2011 niebadane	Dziewięć miesięcy zakończone 30 września 2011 niebadane	Trzy miesiące zakończone 30 września 2010 niebadane	Dziewięć miesięcy zakończone 30 września 2010 niebadane
Działalność finansowa				
Wpływy z tytułu kredytów i pożyczek	2 100	4 600	21 003	21 003
Dywidendy wypłacone akcjonariuszom jednostki dominującej	(25 469)	(25 469)	(25 469)	(25 469)
Dywidendy wypłacone udziałowcom niekontrolującym	-	(404)	-	(666)
Spłata kredytów i pożyczek	(14 002)	(41 964)	(26 233)	(47 691)
Płatności zobowiązań z tytułu umów leasingu finansowego	(2 876)	(7 658)	(490)	(490)
Odsetki	(3 519)	(10 649)	(1 230)	(3 090)
Pozostałe	(90)	(572)	(785)	(2 188)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności finansowej	(43 856)	(82 116)	(33 204)	(58 591)
Zmiana stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	(15 278)	(65 357)	(44 516)	(21 635)
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty				
Na początek okresu obrotowego	132 279	182 358	147 106	124 225
Na koniec okresu obrotowego	117 001	117 001	102 590	102 590

(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 WRZEŚNIA 2011 R. ORAZ ZA TRZY I DZIEWIĘĆ MIESIĘCY ZAKOŃCZONYCH 30 WRZEŚNIA 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 września 2011 r. grupę kapitałową Agory („Grupa”) stanowiły: Agora S.A., 13 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 dziewięć miesięcy zakończone 30 września 2011 r., z danymi porównywalnymi na dzień oraz za trzy i dziewięć miesięcy zakończone 30 września 2010 r.

Sprawozdanie finansowe zostało zatwierdzone do publikacji przez Zarząd Agory S.A. w dniu 10 listopada 2011 r.

2. PODSTAWA SPORZĄDZENIA SKRÓCONEGO ŚRÓDROCZNEGO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO

Skonsolidowany bilans na 30 września 2011 r., skonsolidowany rachunek zysków i strat, skonsolidowane sprawozdanie z całkowitych dochodów, skonsolidowany rachunek przepływów pieniężnych oraz skonsolidowane zestawienie zmian w kapitale własnym za trzy i dziewięć miesięcy zakończone 30 września 2011 r. nie zostały zbadane 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 września 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 września 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 Helios S.A. tj. wykorzystała część dostępnej linii kredytowej w wysokości 104 900 tys. zł. W pierwszych trzech kwartałach 2011 r. Spółka spłaciła trzy raty kredytu bankowego zaciągniętego w latach poprzednich. Na 30 września 2011 r. zadłużenie z tego tytułu wynosiło 125 018 tys. zł, z tego 86 521 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 września 2011 r., zadłużenie Helios S.A. wynosiło 94 339 tys. zł i składały się na nie:

- kredyty bankowe i pożyczki w spółce Helios S.A. w łącznej wysokości 56 973 tys. zł (z tego 37 787 tys. zł jest prezentowane w zobowiązaniach długoterminowych),
- leasingi: w spółce Helios S.A., w wysokości 37 366 tys. zł (z tego 26 693 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 AdTailly 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, obejmującego nowoczesne kina wielosalowe, jak i kina tradycyjne w ramach spółki Helios S.A. (do 31 sierpnia 2011 r. skonsolidowane dane dwóch spółek: Helios S.A. oraz Kinoplex Sp. z o.o.). 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 S.A. (więcej o rozliczeniu tej transakcji w nocie 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 nieujęte 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 dziewięć miesięcy zakończone 30 września 2011 r. i 30 września 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 września 2011 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Kino	Pozycje uzgadniające	Razem
Sprzedaż klientom zewnętrznym	131 647	24 784	17 536	38 928	20 744	47 919	2 038	283 596
Sprzedaż do innych segmentów (2)	1 308	1 163	57	1 181	750	992	(5 451)	-
Przychody ogółem	132 955	25 947	17 593	40 109	21 494	48 911	(3 413)	283 596
Koszty ogółem (1), (2), (3)	(113 726)	(24 607)	(14 654)	(39 124)	(21 817)	(45 949)	(15 740)	(275 617)
Zysk / (strata) operacyjny (a) (1)	19 229	1 340	2 939	985	(323)	2 962	(19 153)	7 979
Koszty i przychody finansowe							(380)	(380)
Udział w zyskach (stratach) netto jednostek podporządkowanych wycenionych metodą praw własności		(71)						(71)
Podatek dochodowy							(2 031)	(2 031)
Zysk netto								5 497

(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. (34 495 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 września 2011 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Kino (3)	Pozycje uzgadniające	Razem
Amortyzacja operacyjna	(6 607)	(1 338)	(29)	(4 522)	(633)	(4 524)	(3 900)	(21 553)
Amortyzacja konsolidacyjna (1)	-	(664)	-	-	(12)	(134)	62	(748)
Odpisy aktualizujące	(1 493)	(174)	(209)	(895)	(407)	(15)	(50)	(3 243)
Odwrocenie odpisów aktualizujących	751	63	103	193	266	17	10	1 403
Koszt płatności w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych	-	-	-	-	-	-	-	-
Nakłady inwestycyjne (2)	7 338	1 278	2	2 218	1 496	4 982	3 916	21 230

(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 659 tys. zł.

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

Dziewięć miesięcy zakończone 30 września 2011 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Kino	Pozycje uzgadniające	Razem
Sprzedaż klientom zewnętrznym	432 862	79 317	56 277	123 136	60 017	142 211	4 884	898 704
Sprzedaż do innych segmentów (2)	3 952	2 036	150	2 871	2 030	1 521	(12 560)	-
Przychody ogółem	436 814	81 353	56 427	126 007	62 047	143 732	(7 676)	898 704
Koszty ogółem (1), (2), (3)	(366 394)	(78 478)	(45 199)	(117 024)	(59 853)	(133 525)	(53 698)	(854 171)
Zysk / (strata) operacyjny (a) (1)	70 420	2 875	11 228	8 983	2 194	10 207	(61 374)	44 533
Koszty i przychody finansowe							(514)	(514)
Udział w zyskach (stratach) netto jednostek podporządkowanych wycenionych metodą praw własności		(65)						(65)
Podatek dochodowy							(9 817)	(9 817)
Zysk netto								34 137

(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. (80 414 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.)

Dziewięć miesięcy zakończone 30 września 2011 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Kino (3)	Pozycje uzgadniające	Razem
Amortyzacja operacyjna	(22 472)	(4 574)	(106)	(13 690)	(1 914)	(13 321)	(11 853)	(67 930)
Amortyzacja konsolidacyjna (1)	-	(1 990)	-	-	(118)	(403)	191	(2 320)
Odpisy aktualizujące	(3 447)	(617)	(329)	(3 463)	(931)	(107)	(93)	(8 987)
Odwrocenie odpisów aktualizujących	2 085	242	178	2 009	640	99	177	5 430
Koszt płatności w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych	(3 934)	(561)	(385)	(735)	(493)	-	(2 681)	(8 789)
Nakłady inwestycyjne (2)	15 246	3 785	125	8 942	1 731	20 568	12 363	62 760

Stan na 30 września 2011 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Kino (3)	Pozycje uzgadniające	Razem
Rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne (4)	289 039	72 931	73 313	263 135	64 455	238 679	178 110	1 179 662
Inwestycje w spółki stowarzyszone i współzależne wyceniane metodą praw własności	-	170	-	-	-	-	-	170

(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 8 723 tys. zł;

(4) pozycje uzgadniające zawierają głównie wartość siedziby Spółki (137 539 tys. zł) oraz pozostałe rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne pionów wspomagających Agory S.A. i Agory TC Sp. z o.o., nieujęte w poszczególnych segmentach oraz korekty konsolidacyjne.

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

Trzy miesiące zakończone 30 września 2010 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Kino (4)	Pozycje uzgadniające	Razem
Sprzedaż klientom zewnętrznym	142 947	22 980	19 733	32 737	15 521	9 874	2 771	246 563
Sprzedaż do innych segmentów (2)	908	399	3	3 078	850	29	(5 267)	-
Przychody ogółem	143 855	23 379	19 736	35 815	16 371	9 903	(2 496)	246 563
Koszty ogółem (1), (2), (3)	(113 092)	(22 895)	(15 378)	(37 388)	(16 079)	(11 388)	(16 513)	(232 733)
Zysk / (strata) operacyjny (a) (1)	30 763	484	4 358	(1 573)	292	(1 485)	(19 009)	13 830
Koszty i przychody finansowe							1 032	1 032
Udział w zyskach (stratach) netto jednostek podporządkowanych wycenionych metodą praw własności		(427)						(427)
Podatek dochodowy							(2 743)	(2 743)
Zysk netto								11 692

(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. (20 136 tys. zł), wyłączenia konsolidacyjne oraz inne korekty uzgadniające dane prezentowane w raportach zarządczych do skonsolidowanych danych finansowych Grupy Agora.

(4) dane prezentowane za okres od momentu wejścia do Grupy Agora tj. od 31 sierpnia 2010 r.; dla rachunku zysków i strat obejmują tylko wrzesień 2010 r.

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

Trzy miesiące zakończone 30 września 2010 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Kino (3)	Pozycje uzgadniające	Razem
Amortyzacja operacyjna	(6 369)	(1 620)	(54)	(5 324)	(675)	(1 345)	(4 412)	(19 799)
Amortyzacja konsolidacyjna (1)	-	(1 326)	-	-	(401)	(45)	127	(1 645)
Odpisy aktualizujące	(1 248)	(2 167)	(46)	(1 741)	(822)	(28)	(34)	(6 086)
Odwrócenie odpisów aktualizujących	1 173	1 879	264	450	818	-	(21)	4 563
Koszt płatności w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych	-	-	-	-	-	-	-	-
Nakłady inwestycyjne (2)	2 860	934	14	2 663	350	407	2 079	9 307

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

(2) na podstawie zaksięgowanych w danym okresie faktur.

(3) dane prezentowane za okres od momentu wejścia do Grupy Agora tj. od 31 sierpnia 2010 r.; dla rachunku zysków i strat obejmują tylko wrzesień 2010 r.

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

Dziewięć miesięcy zakończone 30 września 2010 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Kino (4)	Pozycje uzgadniające	Razem
Sprzedaż klientom zewnętrznym	467 359	69 447	62 916	109 483	50 138	9 874	6 759	775 976
Sprzedaż do innych segmentów (2)	3 336	1 003	108	6 281	2 447	29	(13 204)	-
Przychody ogółem	470 695	70 450	63 024	115 764	52 585	9 903	(6 445)	775 976
Koszty ogółem (1), (2), (3)	(358 037)	(68 608)	(50 603)	(117 508)	(51 693)	(11 388)	(63 552)	(721 389)
Zysk / (strata) operacyjny (a) (1)	112 658	1 842	12 421	(1 744)	892	(1 485)	(69 997)	54 587
Koszty i przychody finansowe							5 001	5 001
Udział w zyskach (stratach) netto jednostek podporządkowanych wycenionych metodą praw własności		(823)						(823)
Podatek dochodowy							(5 179)	(5 179)
Zysk netto								53 586

(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. (77 151 tys. zł), wyłączenia konsolidacyjne oraz inne korekty uzgadniające dane prezentowane w raportach zarządczych do skonsolidowanych danych finansowych Grupy Agora.

(4) dane prezentowane za okres od momentu wejścia do Grupy Agora tj. od 31 sierpnia 2010 r.; dla rachunku zysków i strat obejmują tylko wrzesień 2010 r.

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

Dziewięć miesięcy zakończone 30 września 2010 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Kino (4)	Pozycje uzgadniające	Razem
Amortyzacja operacyjna	(19 444)	(5 128)	(204)	(16 292)	(2 077)	(1 345)	(12 971)	(57 461)
Amortyzacja konsolidacyjna (1)	-	(1 990)	-	-	(602)	(45)	191	(2 446)
Odpisy aktualizujące	(4 615)	(3 259)	(327)	(7 547)	(2 398)	(28)	(7 774)	(25 948)
Odwroćenie odpisów aktualizujących	3 108	2 386	146	2 068	1 489	-	222	9 418
Koszt płatności w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych	(3 046)	(258)	(267)	(560)	(260)	-	(1 520)	(5 911)
Nakłady inwestycyjne (2)	7 023	2 751	36	5 463	807	407	11 189	27 676

Stan na 30 września 2010 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Kino	Pozycje uzgadniające	Razem
Rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne (3)	299 665	77 166	73 345	274 215	64 372	217 746	183 518	1 190 028
Inwestycje w spółki stowarzyszone i współzależne wyceniane metodą praw własności	-	724	-	-	-	-	-	724

(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 (145 075 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) dane prezentowane za okres od momentu wejścia do Grupy Agora tj. od 31 sierpnia 2010 r.; dla rachunku zysków i strat obejmują tylko wrzesień 2010 r.

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 oparty 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.

Szczegółowe informacje o nowym programie motywacyjnym 2011 r., który zostanie wyceniony i wpłynie na wyniki Grupy Agora w przyszłych okresach, zostaną podane w czwartym kwartale 2011 r.

Wpływ płatności w papierach wartościowych na sprawozdanie finansowe Grupy Agora:

	Trzy miesiące zakończone 30 września 2011	Dziewięć miesięcy zakończone 30 września 2011	Trzy miesiące zakończone 30 września 2010	Dziewięć miesięcy zakończone 30 września 2010
Rachunek zysków i strat – koszty świadczeń na rzecz pracowników	-	8 789	-	5 911
Kapitały własne	-	8 789	-	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 września 2011	Dziewięć miesięcy zakończone 30 września 2011	Trzy miesiące zakończone 30 września 2010	Dziewięć miesięcy zakończone 30 września 2010
Na początek okresu	-	680 355	-	591 835
Przyznane	-	-	-	-
Utracone	-	(3 300)	-	(21 160)
Nabyte uprawnienia	-	(677 055)	-	(570 675)
Na koniec okresu	-	-	-	-

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

	Stan na 30 września 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 trzecim kwartale 2011 r. i 2010 r. nie było niegotówkowego kosztu certyfikatów nabytych przez Członków Zarządu, do ujęcia zgodnie ze standardem MSSF 2. Narastająco, w pierwszych trzech kwartałach 2011 r. koszt ten wyniósł 876 tys. zł (pierwsze trzy kwartały 2010 r.: 354 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 września 2011	Dziewięć miesięcy zakończone 30 września 2011	Trzy miesiące zakończone 30 września 2010	Dziewięć miesięcy zakończone 30 września 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 wycenieniu 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	13,00
zmienność kursu akcji Agory S.A. w okresie ostatnich dwunastu miesięcy	%	33,91
kurs bazowy	zł	23,09
stopa wolna od ryzyka	%	4,22-5,01 (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 82,5%.

	Trzy miesiące zakończone 30 września 2011	Dziewięć miesięcy zakończone 30 września 2011
Rachunek zysków i strat - koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników	118	1 154
Rachunek zysków i strat – podatek odroczony	(22)	(219)
Zobowiązania długoterminowe: rozliczenia międzyokresowe - stan na koniec okresu	2 883	2 883
Aktywo z tytułu podatku odroczonego - stan na koniec okresu	548	548

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

	Trzy miesiące zakończone 30 września 2011	Dziewięć miesięcy zakończone 30 września 2011
Piotr Niemczycki	17	153
Zbigniew Bąk	26	181
Tomasz Józefacki	11	125
Grzegorz Kossakowski	11	125
RAZEM	65	584

6. REZERWY I ODPISY AKTUALIZUJĄCE AKTYWA

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

- odpisy na należności: spadek o 2 573 tys. zł (wzrost o 456 tys. zł),
- odpisy na zapasy: spadek o 2 213 tys. zł (spadek o 3 060 tys. zł),
- odpisy aktualizujące wartość rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych: spadek o 115 tys. zł (spadek o 29 tys. zł).

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

- zmniejszono rezerwę na straty pewne i prawdopodobne o kwotę 2 894 tys. zł (wzrost o 75 tys. zł),
- wykorzystano rezerwę na reorganizację kwotę 29 tys. zł (bez ruchu),
- zwiększono rezerwę na odprawy emerytalne o kwotę 144 tys. zł (bez ruchu).

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 września 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 września 2011	31 grudnia 2010	
Udzielone przez Agora SA					
Bank Pekao SA	Pracownicy Agory	30.11.2011 - 30.08.2014	670	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. wystawił 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.

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. zawiązano na dzień 30 września 2011 r. rezerwy z tego tytułu w wysokości 3 883 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 września 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

Wynagrodzenia wypłacone przez Agorę S.A. Członkom Zarządu wynosiły 2 148 tys. zł (dziewięć miesięcy zakończone 30 września 2010 r.: 1 521 tys. zł).

Wynagrodzenia wypłacone przez Agorę S.A. Radzie Nadzorczej wynosiły 297 tys. zł (dziewięć miesięcy zakończone 30 września 2010 r.: 297 tys. zł).

Jeden z Członków Zarządu Agory S.A. nabył akcje Agory S.A. w okresie 3 ostatnich miesięcy 2011 (więcej w tabeli 15 w części V Komentarza Zarządu do raportu za III kwartał 2011 r.) Pozostali Członkowie Zarządu oraz członkowie Rady Nadzorczej Agory S.A. nie nabyli akcji Agory w okresie trzech i dziewięciu miesięcy zakończonych 30 września 2011 r. i odpowiednio 30 września 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 września 2011	Dziewięć miesięcy zakończone 30 września 2011	Trzy miesiące zakończone 30 września 2010	Dziewięć miesięcy zakończone 30 września 2010
Spółki powiązane				
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	313	2 113	573	741
Zakupy dóbr i usług	(146)	(731)	(116)	(706)
Przychody finansowe z tytułu odsetek od pożyczek udzielonych	-	8	-	-
Pozostałe przychody operacyjne	-	-	-	63

	30 września 2011	30 czerwca 2011	31 grudnia 2010	30 września 2010
Spółki powiązane				
Należności	454	894	340	48
Zobowiązania z tytułu dywidend	-	3 016	-	-
Zobowiązania	55	64	49	45
Pożyczki udzielone	208	204	-	-

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 września 2011	30 czerwca 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	70,1%	73,0%
12	Helios S.A. , Łódź	82,78%	82,78%
13	Kinoplex Sp. z o.o., Łódź (3)	-	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 SA;

(3) spółka połączona 31 sierpnia 2011 r. z Helios S.A.

13. POŁĄCZENIA, ZAKUP I SPRZEDAŻ JEDNOSTEK GOSPODARCZYCH

► **W dniu 31 sierpnia 2011 r.**, Sąd Rejonowy dla Łodzi-Śródmieścia w Łodzi, XX Wydział Gospodarczy KRS zarejestrował połączenie Kinoplex Sp. z o.o. z Helios S.A. (Helios). Połączenie zostało przeprowadzone zgodnie z art. 516 § 6 Kodeksu spółek handlowych (uproszczone połączenie poprzez przejęcie), tj. z uwagi na fakt, iż spółka przejmowana była jednoosobowa i jej jedynym wspólnikiem był Helios połączenie nastąpiło bez podjęcia uchwały walnego zgromadzenia Akcjonariuszy spółki Helios poprzez przeniesienie całego majątku wyżej wymienionej spółki przejmowanej na spółkę przejmującą - Helios. Połączenie odbyło się bez podwyższenia kapitału zakładowego Helios.

► **W dniu 29 września 2011 r.** Sąd Rejonowy dla Krakowa-Śródmieścia w Krakowie, XI Wydział Gospodarczy KRS w Krakowie zarejestrował podwyższenie kapitału zakładowego w AdTaily Sp. z o.o. o 28 nowoutworzonych udziałów o wartości nominalnej 50 zł każdy (razem 1,4 tys. zł), które 4 osoby fizyczne objęły za wkład pieniężny w wysokości łącznej 1,4 tys. zł. Wysokość kapitału zakładowego po podwyższeniu wynosi 34 750 zł i składa się z 695 udziałów, po 50 zł każdy. W wyniku tej transakcji, Agora S.A. posiada obecnie 487 udziałów w kapitale zakładowym, które dają jej 70,07% udziału w kapitale zakładowym spółki i odpowiednio 70,07% na zgromadzeniu wspólników.

► 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 ww. osobami Agora również podpisała umowy dotyczące między innymi warunkowego prawa nabycia ("opcja call"), a także warunkowego zobowiązania do nabycia ("opcja put") posiadanych przez nich akcji Helios.

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 miała 12 miesięcy od dnia nabycia na ostateczne ustalenie różnicy pomiędzy kosztem nabycia a wartością godziwą netto możliwych do zidentyfikowania nabytych aktywów i przejętych zobowiązań. Zakończenie procesu identyfikacji i wyceny nie skutkowało korektami do wartości godziwych wykazanych wartości aktywów i zobowiązań oraz rozpoznaniem dodatkowych aktywów i zobowiązań, nie ujętych dotychczas, co mogło wpłynąć na wykazaną wartość firmy.

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 września 2011 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

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 trzy kwartały 2011 r. (za trzy kwartały 2010 r.) przeliczono według kursu stanowiącego średnią arytmetyczną średnich kursów ogłaszanych przez NBP obowiązujących na ostatni dzień każdego miesiąca trzech kwartałów. Kurs ten wyniósł 1 EURO = 4,0414 zł (1 EURO = 4,0027 zł).
- Pozycje bilansowe przeliczono według średniego kursu ogłoszonego przez NBP, obowiązującego na dzień bilansowy. Kurs ten wyniósł na 30 września 2011 r. 1 EURO = 4,4112 zł, na 31 grudnia 2010 r. 1 EURO = 3,9603 zł, na 30 września 2010 r. 1 EURO = 3,9870 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		
	Dziewięć miesięcy zakończonych 30 września 2011 niebadane	31 grudnia 2010 zbadane	Dziewięć miesięcy zakończonych 30 września 2010 niebadane	Dziewięć miesięcy zakończonych 30 września 2011 niebadane	31 grudnia 2010 zbadane	Dziewięć miesięcy zakończonych 30 września 2010 niebadane
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	898 704		775 976	222 374		193 863
Zysk z działalności operacyjnej	44 533		54 587	11 019		13 638
Zysk brutto	43 954		58 765	10 876		14 681
Zysk netto akcjonariuszy jednostki dominującej	33 281		53 883	8 235		13 462
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej	106 018		106 893	26 233		26 705
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności inwestycyjnej	(89 259)		(69 937)	(22 086)		(17 472)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności finansowej	(82 116)		(58 591)	(20 319)		(14 638)
Zmiana stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	(65 357)		(21 635)	(16 172)		(5 405)
Aktywa razem	1 774 313	1 805 476	1 653 119	402 229	455 894	414 627
Zobowiązania długoterminowe	226 041	273 497	176 711	51 243	69 060	44 322
Zobowiązania krótkoterminowe	294 600	295 427	262 738	66 785	74 597	65 899
Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej	1 237 662	1 221 052	1 198 442	280 573	308 323	300 587
Kapitał zakładowy	50 937	50 937	50 937	11 547	12 862	12 776
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)	0,65		1,06	0,16		0,26
Wartość księgowa na jedną akcję (w zł / EURO)	24,30	23,97	23,53	5,51	6,05	5,90

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

Jednostkowy bilans na 30 września 2011 r.

	30 września 2011 niebadane	30 czerwca 2011 niebadane	31 grudnia 2010 zbadane	30 września 2010 niebadane
Aktywa				
Aktywa trwałe:				
Wartości niematerialne	86 437	87 883	87 332	88 364
Rzeczowe aktywa trwałe	361 043	357 522	362 974	363 983
Długoterminowe aktywa finansowe	498 657	498 157	497 496	551 734
Należności długoterminowe i inne rozliczenia międzyokresowe	47 025	42 796	50 523	51 626
	993 162	986 358	998 325	1 055 707
Aktywa obrotowe:				
Zapasy	17 546	17 218	15 595	12 114
Należności krótkoterminowe i rozliczenia międzyokresowe	178 292	186 349	178 845	175 336
Należności z tytułu podatku dochodowego	-	-	1 929	-
Krótkoterminowe aktywa finansowe	215 071	231 738	205 975	96 887
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	30 628	38 458	80 745	15 740
	441 537	473 763	483 089	300 077
Aktywa razem	1 434 699	1 460 121	1 481 414	1 355 784

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

	30 września 2011 niebadane	30 czerwca 2011 niebadane	31 grudnia 2010 zbadane	30 września 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	112 117	104 669	100 879
Zysk z lat ubiegłych i roku bieżącego	820 971	813 121	829 018	820 558
	1 131 217	1 123 367	1 131 816	1 119 566
Zobowiązania długoterminowe:				
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	36 624	36 486	38 191	40 153
Długoterminowe kredyty i pożyczki	86 521	95 173	114 421	20 118
Rezerwa na świadczenia emerytalne	1 682	1 682	1 505	1 407
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	2 611	2 505	1 564	258
Pozostałe zobowiązania długoterminowe	62	62	234	173
	127 500	135 908	155 915	62 109
Zobowiązania krótkoterminowe:				
Rezerwa na świadczenia emerytalne	42	42	117	110
Zobowiązania krótkoterminowe	99 980	121 243	114 051	93 645
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego	1 681	1 733	-	2 743
Krótkoterminowe kredyty i pożyczki	38 497	40 442	42 414	42 425
Rezerwy na zobowiązania	2 265	2 066	2 066	1 961
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	33 517	35 320	35 035	33 225
	175 982	200 846	193 683	174 109
Pasywa razem	1 434 699	1 460 121	1 481 414	1 355 784
Średnia ważona liczba akcji	50 937 386	50 937 386	50 937 386	50 937 386

Jednostkowy rachunek zysków i strat za trzy i dziewięć miesięcy zakończonych 30 września 2011 r.

	Trzy miesiące zakończone	Dziewięć miesięcy zakończone	Trzy miesiące zakończone	Dziewięć miesięcy zakończone
	30 września 2011 niebadane	30 września 2011 niebadane	30 września 2010 niebadane	30 września 2010 niebadane
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	172 921	562 247	184 484	592 867
Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów	(100 768)	(320 218)	(101 384)	(313 308)
Zysk brutto ze sprzedaży	72 153	242 029	83 100	279 559
Koszty sprzedaży	(52 090)	(171 245)	(55 905)	(169 341)
Koszty ogólnego zarządu	(18 434)	(58 284)	(15 227)	(56 764)
Pozostałe przychody operacyjne	1 448	3 704	4 108	7 498
Pozostałe koszty operacyjne	(2 342)	(5 450)	(3 853)	(18 220)
Zysk z działalności operacyjnej	735	10 754	12 223	42 732
Przychody finansowe	13 027	19 115	2 996	24 765
Koszty finansowe	(3 873)	(7 135)	(9 954)	(6 424)
Zysk brutto	9 889	22 734	5 265	61 073
Podatek dochodowy	(2 040)	(5 313)	(902)	(5 559)
Zysk netto	7 849	17 421	4 363	55 514
Podstawowy/rozwodniony zysk przypadający na jedną akcję	0,15	0,34	0,09	1,09

Jednostkowe sprawozdanie z całkowitych dochodów za trzy i dziewięć miesięcy zakończonych 30 września 2011 r.

	Trzy miesiące zakończone	Dziewięć miesięcy zakończone	Trzy miesiące zakończone	Dziewięć miesięcy zakończone
	30 września 2011 niebadane	30 września 2011 niebadane	30 września 2010 niebadane	30 września 2010 niebadane
Zysk netto	7 849	17 421	4 363	55 514
Inne całkowite dochody ogółem	-	-	-	-
Całkowite dochody ogółem za okres	7 849	17 421	4 363	55 514

Jednostkowe zestawienie zmian w kapitale własnym za trzy i dziewięć miesięcy zakończonych 30 września 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 września 2011r.						
Stan na 30 czerwca 2011 r. niebadane	50 937	-	147 192	112 117	813 121	1 123 367
Całkowite dochody za okres sprawozdawczy						
Zysk netto za okres	-	-	-	-	7 849	7 849
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	-	-	7 849	7 849
Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym						
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli						
Koszt płaćności w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych	-	-	-	-	-	-
Dywidendy uchwalone	-	-	-	-	-	-
Pozostałe	-	-	-	-	1	1
Całkowite dopłaty od i wypłaty do właścicieli	-	-	-	-	1	1
Stan na 30 września 2011 r. niebadane	50 937	-	147 192	112 117	820 971	1 131 217

Jednostkowe zestawienie zmian w kapitale własnym za trzy i dziewięć miesięcy zakończonych 30 września 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
Dziewięć miesięcy zakończone 30 września 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	-	-	-	-	17 421	17 421
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	-	-	17 421	17 421
Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym						
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli						
Koszt płatności w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych	-	-	-	7 448	-	7 448
Dywidendy uchwalone	-	-	-	-	(25 469)	(25 469)
Pozostałe	-	-	-	-	1	1
Całkowite dopłaty od i wypłaty do właścicieli	-	-	-	7 448	(25 468)	(18 020)
Stan na 30 września 2011 r. niebadane	50 937	-	147 192	112 117	820 971	1 131 217

Jednostkowe zestawienie zmian w kapitale własnym za trzy i dziewięć miesięcy zakończonych 30 września 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 dziewięć miesięcy zakończonych 30 września 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
Dziewięć miesięcy zakończone 30 września 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	-	-	-	-	55 514	55 514
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	-	-	55 514	55 514
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)
Pozostałe	-	-	-	-	(1)	(1)
Całkowite dopłaty od i wypłaty do właścicieli	-	-	-	5 016	(25 470)	(20 454)
Stan na 30 września 2010 r. niebadane	50 937	-	147 192	100 879	820 558	1 119 566

Jednostkowy rachunek przepływów pieniężnych za trzy i dziewięć miesięcy zakończonych 30 września 2011 r.

	Trzy miesiące zakończone 30 września 2011 niebadane	Dziewięć miesięcy zakończone 30 września 2011 niebadane	Trzy miesiące zakończone 30 września 2010 niebadane	Dziewięć miesięcy zakończone 30 września 2010 niebadane
Działalność operacyjna				
Zysk brutto	9 889	22 734	5 265	61 073
Korekty o pozycje:				
Amortyzacja rzeczowych aktywów trwałych	7 877	23 986	8 267	25 178
Amortyzacja wartości niematerialnych	2 033	9 129	2 159	6 393
(Zyski) / Straty z tytułu różnic kursowych	(9 958)	(4 700)	9 625	(2 718)
Odsetki, netto	752	2 656	(9)	880
(Zysk) / strata z tytułu działalności inwestycyjnej	344	(5 206)	(1 889)	1 322
Przychody z tytułu dywidend	-	(3 880)	-	(8 212)
Zmiana stanu rezerw	199	301	(349)	(585)
Zmiana stanu zapasów	(328)	(1 950)	(1 962)	(522)
Zmiana stanu należności i czynnych rozliczeń międzyokresowych	10 038	2 669	13 260	(2 388)
Zmiana stanu zobowiązań	5 911	(9 831)	6 133	(11 605)
Zmiana stanu biernych rozliczeń międzyokresowych	(1 666)	(510)	(5 179)	3 404
Inne korekty (1)	87	8 081	533	6 588
Przepływy środków pieniężnych brutto	25 178	43 479	35 854	78 808
Podatek dochodowy zapłacony	(1 952)	(5 205)	(268)	(2 588)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej	23 226	38 274	35 586	76 220
Działalność inwestycyjna				
Przychody ze sprzedaży rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych	10	104	3	22
Przychody ze sprzedaży jednostek zależnych, stowarzyszonych i współzależnych	-	-	-	2 165
Dywidendy otrzymane	1 880	2 880	2 212	5 212
Splata udzielonych pożyczek	-	-	-	85 000
Przychody z tytułu odsetek	926	2 301	2 619	3 642
Sprzedaż krótkoterminowych papierów wartościowych	19 411	80 084	61 790	61 790
Wpływy ze spłaty należności z tytułu leasingu finansowego	2 370	6 817	2 363	6 843
Wydatki inwestycyjne na rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne	(15 898)	(32 528)	(9 214)	(26 834)
Wydatki na nabycie podmiotów zależnych, stowarzyszonych i współkontrolowanych oraz inwestycje w podmioty zależne i stowarzyszone i współkontrolowane	-	(252)	(105 978)	(108 061)
Wydatki na nabycie krótkoterminowych papierów wartościowych	(1 014)	(82 344)	-	-

	Trzy miesiące zakończone 30 września 2011 niebadane	Dziewięć miesięcy zakończone 30 września 2011 niebadane	Trzy miesiące zakończone 30 września 2010 niebadane	Dziewięć miesięcy zakończone 30 września 2010 niebadane
Udzielone pożyczki	(585)	(1 546)	(50 000)	(125 621)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności inwestycyjnej	7 100	(24 484)	(96 205)	(95 842)
Działalność finansowa				
Dywidendy wypłacone	(25 469)	(25 469)	(25 469)	(25 469)
Splata kredytów i pożyczek	(10 730)	(32 188)	(10 730)	(32 188)
Odsetki	(1 835)	(5 697)	(771)	(2 631)
Inne	(122)	(553)	(461)	(1 877)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności finansowej	(38 156)	(63 907)	(37 431)	(62 165)
Zmiana stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	(7 830)	(50 117)	(98 050)	(81 787)
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty				
Na początek okresu obrotowego	38 458	80 745	113 790	97 527
Na koniec okresu obrotowego	30 628	30 628	15 740	15 740

(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 września 2011 r. przedstawiały się następująco (w nawiasach kwota zmiany za trzeci kwartał 2011 r.):

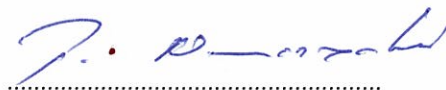
- odpisy na należności: spadek o 782 tys. zł (wzrost o 200 tys. zł),
- odpisy na aktywa finansowe: wzrost o kwotę 1 531 tys. zł (wzrost o 2 396 tys. zł),
- odpis na zapasy: spadek o kwotę 2 070 tys. zł (spadek o 3 024 tys. zł),
- zwiększono rezerwę na straty pewne i prawdopodobne o kwotę 199 tys. zł (wzrost o 199 tys. zł),
- zwiększono rezerwę na odprawy emerytalne o kwotę 102 tys. zł (bez ruchu).

Wybrane jednostkowe dane finansowe wraz z przeliczeniem na EURO

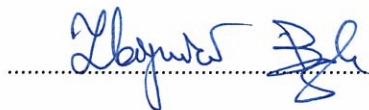
	Dziewięć miesięcy zakończonych 30 września 2011 niebadane	31 grudnia 2010 zbadane	Dziewięć miesięcy zakończonych 30 września 2010 niebadane	Dziewięć miesięcy zakończonych 30 września 2011 niebadane	31 grudnia 2010 zbadane	Dziewięć miesięcy zakończonych 30 września 2010 niebadane
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	562 247		592 867	139 122		148 117
Zysk z działalności operacyjnej	10 754		42 732	2 661		10 676
Zysk brutto	22 734		61 073	5 625		15 258
Zysk netto	17 421		55 514	4 311		13 869
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej	38 274		76 220	9 470		19 042
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności inwestycyjnej	(24 484)		(95 842)	(6 058)		(23 944)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności finansowej	(63 907)		(62 165)	(15 813)		(15 531)
Zmiana stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	(50 117)		(81 787)	(12 401)		(20 433)
Aktywa razem	1 434 699	1 481 414	1 355 784	325 240	374 066	340 051
Zobowiązania długoterminowe	127 500	155 915	62 109	28 904	39 369	15 578
Zobowiązania krótkoterminowe	175 982	193 683	174 109	39 894	48 906	43 669
Kapitał własny	1 131 217	1 131 816	1 119 566	256 442	285 790	280 804
Kapitał zakładowy	50 937	50 937	50 937	11 547	12 862	12 776
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)	0,34		1,09	0,08		0,27
Wartość księgowa na jedną akcję (w zł / EURO)	22,21	22,22	21,98	5,03	5,61	5,51

Warszawa, 10 listopada 2011

Piotr Niemczycki – Prezes Zarządu



Zbigniew Bąk – Wiceprezes Zarządu



Tomasz Józefacki – Członek Zarządu



Grzegorz Kossakowski – Członek Zarządu

