

GRUPA AGORA

Raport
za IV kw. 2011 r.

27 lutego 2012 r.

SPIS TREŚCI

KOMENTARZ ZARZĄDU DO RAPORTU ZA CZWARTY 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	9
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
3.3. Najważniejsze cele Grupy w 2012 r.	11
III. WYNIKI FINANSOWE	12
1. SPÓŁKI WCHODZĄCE W SKŁAD GRUPY AGORA.....	12
2. RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT GRUPY AGORA	12
2.1. Wyniki wg głównych segmentów Grupy Agora narastająco za cztery kwartały 2011 r.....	14
2.2. Przychody i koszty finansowe	14
3. BILANS GRUPY AGORA.....	15
3.1. Aktywa trwałe	15
3.2. Aktywa obrotowe	15
3.3. Zobowiązania i rezerwy długoterminowe.....	15
3.4. Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe	16
4. PRZEPŁYWY ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH GRUPY AGORA	16
4.1. Działalność operacyjna	16
4.2. Działalność inwestycyjna	16
4.3. Działalność finansowa.....	17
5. WYBRANE WSKAŹNIKI FINANSOWE [5].....	17
IV. WYNIKI OPERACYJNE - GŁÓWNE SEGMENTY GRUPY AGORA	18
IV.A. PRASA CODZIENNA [1]	18
1. GAZETA WYBORCZA.....	19
1.1. Przychody.....	19
1.1.1. Sprzedaż prasy [4]	19
1.1.2 Czytelnictwo [4]	19
1.1.3. Sprzedaż reklam [3]	19
1.1.4. Projekty Specjalne.....	20
1.1.5. Pozostałe przychody	21
1.2. Koszty.....	21
1.2.1. Koszty druku Gazety Wyborczej.....	21
1.2.2. Koszty reprezentacji i reklamy	22
1.3 Dodatkowe informacje	22
2. PRASA BEZPŁATNA [3], [4]	22
IV.B. INTERNET [1] , [6]	23

1. Przychody	24
2. Koszty.....	24
3. Istotne informacje o działalności internetowej	24
IV.C. CZASOPISMA [1] [7].....	25
1. Przychody	26
1.1. Sprzedaż czasopism	26
1.2. Sprzedaż reklam.....	26
2. Koszty.....	27
3. Inne zdarzenia.....	27
IV.D. REKLAMA ZEWNĘTRZNA (GRUPA AMS).....	28
1. Przychody [8]	29
2. Koszty.....	29
3. Inne zdarzenia.....	30
IV.E. RADIO	31
1. Przychody [3]	31
2. Koszty.....	32
3. Udziały w słuchalności [9].....	32
4. Inne zdarzenia.....	32
IV.F. KINO.....	33
1. Przychody [3]	34
2. Koszty.....	34
3. Inne zdarzenia.....	34
PRZYPISY	35
V. INFORMACJE UZUPEŁNIAJĄCE.....	38
1. Zmiany umowy o linię kredytową.....	38
2. Istotne wydarzenia	38
3. Zmiany w stanie posiadania akcji lub innych uprawnień do nich (opcji) przez członków Zarządu w czwartym kwartale 2011 r. i do dnia publikacji raportu	39
4. Zmiany w stanie posiadania akcji lub innych uprawnień do nich (opcji) przez członków Rady Nadzorczej w czwartym kwartale 2011 r. i do dnia publikacji raportu.....	40
5. Akcjonariusze posiadający bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki na dzień przekazania raportu kwartalnego	40
6. Pozostałe informacje	43
SKRÓCONE ŚRÓDROCZNE SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE FINANSOWE	44

GRUPA AGORA

KOMENTARZ ZARZĄDU DO RAPORTU ZA CZWARTY KWARTAŁ 2011 R.

PRZYCHODY 1 234,6 MLN ZŁ,
ZYSK NETTO 43,8 MLN ZŁ,
EBITDA OPERACYJNA 154,4 MLN ZŁ,
GOTÓWKA Z DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ 152,2 MLN ZŁ,
WOLNE PRZEPŁYWY PIENIĘŻNE 78,9 MLN ZŁ.

Wszystkie dane (jeżeli nie zostanie wskazane inaczej) obejmują okres styczeń - grudzień 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 2011 r. wydatki reklamowe wyniosły około 7,8 mld zł tj. o ponad 1,5% więcej niż w 2010 r. W tym okresie zwiększyły się wydatki reklamodawców we wszystkich mediach z wyjątkiem prasy oraz reklamy zewnętrznej. Wydatki na reklamę w telewizji były wyższe o około 0,5%, w internecie o prawie 19%, w radio o prawie 6,5%, a w kinach o ponad 6,5%. Wydatki na reklamę w prasie zmniejszyły się o około 8% w porównaniu z 2010 r. Na reklamę w dziennikach reklamodawcy wydali o 12,5% mniej niż w minionym roku, natomiast w magazynach były one o ponad 4,5% niższe w porównaniu z 2010 r. W samym czwartym kwartale 2011 r. wydatki na reklamę w Polsce zmniejszyły się o prawie 4% w stosunku do czwartego kwartału 2010 r. Wartość budżetów reklamowych zrealizowanych w okresie październik – grudzień 2011 r. w telewizji, odpowiadającej za prawie 51,5% całego rynku reklamy, zmniejszyła się o ponad 4%. W czwartym kwartale 2011 r. wzrosły wydatki na reklamę w internecie (wzrost o prawie 11,5%) oraz w kinach (wzrost o ponad 13%). W tym okresie reklamodawcy ograniczyli wydatki w prasie o prawie 11,5%. Największe spadki dotknęły dzienniki (o prawie 17,5%), natomiast w czasopiśmie wyniosły one ponad 7%. Wydatki na reklamę zewnętrzną skurczyły się o ponad 6,5%, natomiast na reklamę w radio o prawie 7,5%.
- ▶ W dniu 31 sierpnia 2010 r. Agora S.A. podpisała ostateczną umowę nabycia większościowego pakietu akcji Helios S.A. (dawniej Centrum Filmowe Helios S.A.). Dane Grupy Agora za czwarty kwartał i cały 2011 r. zawierają rachunek zysków i strat Helios S.A. (do 31 sierpnia 2011 r. skonsolidowanej grupy kapitałowej Helios S.A.; dalej Helios) za czwarty kwartał i cały 2011 r. Ze względu na czas nabycia przez Agorę S.A. Heliosa w danych za okres styczeń - grudzień 2010 r. ujęto jedynie dane za okres wrzesień – grudzień 2010 r.
- ▶ Przychody Grupy w 2011 r. wyniosły 1 234,6 mln zł i były o 10,6% wyższe niż w ubiegłym roku. W samym czwartym kwartale 2011 r. wyniosły one 335,9 mln zł i nieznacznie zmniejszyły się (spadek o 1,4%) w stosunku do analogicznego okresu 2010 r. Pozytywnie na wartość przychodów w obu tych okresach wpłynęła konsolidacja w wynikach Grupy przychodów segmentu kinowego (w analogicznym okresie 2010 r. w wynikach Grupy Agora konsolidowane były jedynie wyniki osiągnięte z działalności kinowej w okresie wrzesień - grudzień 2010 r.). Przychody ze sprzedaży biletów do kin w 2011 r. wyniosły 146,3 mln zł i były wyższe niż w 2010 r. Najwyższy wzrost liczby sprzedanych biletów miał miejsce w czwartym kwartale 2011 r. Wpływy ze sprzedaży usług reklamowych w Grupie w 2011 r. spadły o 1,4% i wyniosły 705,6 mln zł. Wpływy ze sprzedaży wydawnictw wyniosły 192,8 mln zł i zmniejszyły się o 7,7%. Przychody z pozostałej sprzedaży wzrosły o 24,9% do kwoty 189,9 mln zł, głównie dzięki wpływom ze sprzedaży barowej w kinach sieci Helios oraz wyższym o 20,4% wpływom ze sprzedaży usług poligraficznych dla klientów zewnętrznych.

- ▶ Przychody ze sprzedaży reklam w *Gazecie Wyborczej* wyniosły w 2011 r. 256,1 mln zł i były o 16,3% niższe niż w 2010 r. W tym okresie przychody ze sprzedaży egzemplarzy były o 10,1% niższe niż rok wcześniej i wyniosły 131,3 mln zł. Średnia sprzedaż egzemplarzowa *Gazety Wyborczej* wyniosła w 2011 r. 306 tys. egzemplarzy. Udział *Gazety Wyborczej* w wydatkach na reklamę w dziennikach wyniósł w tym czasie 37% [4].
- ▶ W 2011 r. przychody ze sprzedaży reklam w pionie Prasy Bezpłatnej wyniosły 30,4 mln zł i były o 3,2% niższe niż rok wcześniej. Udział bezpłatnej gazety Agory w wydatkach na reklamę w dziennikach wyniósł w tym czasie około 4,5 % i wzrósł o prawie 0,5pkt% [3]. W omawianym okresie wynik operacyjny pionu EBIT wyniósł 4,5 mln zł i był o 0,8 mln zł wyższy niż przed rokiem [1].
- ▶ Przychody segmentu Internet w 2011 r. wyniosły 114,0 mln zł i wzrosły o 12,0%, w tym przychody ze sprzedaży reklam internetowych o 18,3%. W grudniu 2011 r. zasięg serwisów grupy *Gazeta.pl* osiągnął poziom 61,3%, co dało im trzecie miejsce wśród portali internetowych, a liczba użytkowników wzrosła o 1,7% w stosunku do listopada 2010 r. i wyniosła 11,7 mln osób [6].
- ▶ Przychody grupy AMS w 2011 r. wzrosły o 6,6% i wyniosły 175,0 mln zł. Segment poprawił wynik operacyjny EBIT do kwoty 15,0 mln zł. Udział grupy AMS w wydatkach na reklamę zewnętrzną wzrósł w 2011 r. o prawie 4 pkt% do 30% [8]. Warto podkreślić, że w samym czwartym kwartale 2011 r. wartość przychodów ze sprzedaży reklam segmentu reklamy zewnętrznej wzrosła o 1,0% przy spadku wydatków na reklamę zewnętrzną w Polsce w tym okresie o ponad 6,5% [8].
- ▶ Przychody segmentu Czasopisma w 2011 r. wyniosły 75,3 mln zł i zmniejszyły się o 9,9%. Negatywny wpływ na wynik operacyjny segmentu miał odnotowany w czwartym kwartale 2011 r. odpis aktualizujący wartość wybranych tytułów prasowych. W jego rezultacie w czwartym kwartale 2011 r. segment odnotował stratę na poziomie EBITDA operacyjna w wysokości 9,3 mln zł. W 2011 r. EBITDA operacyjna segmentu uległa pogorszeniu do 2,4 mln zł. [1].
- ▶ Przychody segmentu Radio wzrosły w 2011 r. o 11,0% do kwoty 86,1 mln zł. Segment osiągnął pozytywny wynik operacyjny EBIT w wysokości 3,4 mln zł, który był niższy niż w 2010 r., głównie za sprawą wyższych nakładów na poprawę jakości oferty programowej.
- ▶ Przychody segmentu kinowego w 2011 r. były wyższe niż rok wcześniej i wyniosły 203,9 mln zł. Liczba sprzedanych biletów w kinach grupy Helios w tym czasie wzrosła o 8,7% do 8,3 mln sztuk. Wynik operacyjny segmentu (EBIT) był lepszy niż w 2010 r. i wyniósł 15,4 mln zł.
- ▶ Koszty operacyjne netto Grupy wzrosły w 2011 r. o 14,6% i wyniosły 1 182,7 mln zł. Wynika to głównie z kosztów operacyjnych poniesionych przez Helios (w 2010 r. koszty grupy Helios były konsolidowane w wynikach Grupy Agora jedynie od września do grudnia 2010 r.). Gdyby wyeliminować wpływ Heliosa na poziom kosztów operacyjnych Grupy Agora to byłyby one wyższe o około 3% w stosunku do 2010 r.
- ▶ EBITDA operacyjna Grupy w 2011 r. zmniejszyła się o 13,1% w porównaniu z 2010 r. do kwoty 154,4 mln zł. Wynik operacyjny EBIT był niższy niż w roku ubiegłym i wyniósł 51,9 mln zł, a zysk netto Grupy przypadający na akcjonariuszy jednostki dominującej wyniósł 42,2 mln zł.
- ▶ Na koniec grudnia 2011 r. Grupa posiadała środki pieniężne w wysokości 323,4 mln zł, na które składały się gotówka i jej ekwiwalenty w wysokości 125,5 mln zł oraz 197,9 mln zł zainwestowane w bezpieczne krótkoterminowe papiery wartościowe.
- ▶ Na koniec grudnia 2011 r. zadłużenie kredytowe Grupy wyniosło 213,0 mln zł. 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 31 grudnia 2011 r. wyniosło 87,2 mln zł.
- ▶ W wyniku weryfikacji długoterminowych prognoz finansowych poszczególnych segmentów biznesowych Grupy, przeprowadzonych zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej, w Grupie dokonano odpisów aktualizacyjnych w łącznej wysokości 14,3 mln zł, które obciążyły skonsolidowane wyniki Grupy oraz wyniki jednostkowe odpowiednich spółek z Grupy, za czwarty kwartał 2011 r. (odpisy te miały również wpływ na wysokość odroczonego podatku dochodowego).
- ▶ Ponadto, pozytywny wpływ na zysk netto Grupy, zarówno w czwartym kwartale jak i w całym 2011 r., miała aktualizacja wyceny „opcji put” dla udziałowców niekontrolujących spółki Helios S.A. o kwotę 3,3 mln zł

przeprowadzona zgodnie z wymogami Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej. Na dzień 31 grudnia 2011 r. szacowana wartość wykupu „opcji put” wyniosła 26,4 mln zł i została ujęta w skonsolidowanym bilansie Grupy Agora w pozycji pozostałe zobowiązania finansowe. Zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej Spółka będzie rozpoznawać zmiany wartości tego zobowiązania w kolejnych okresach sprawozdawczych poprzez rachunek zysków i strat. Wartość zobowiązania Agory wynikającego z „opcji put” jest wyliczona w oparciu o szacowaną, zdyskontowaną możliwą cenę realizacji opcji, która zależy od szacowanej, przyszłej wartości kapitałów własnych spółki Helios S.A. liczonej na podstawie stałego mnożnika EV/EBITDA określonego w umowach oraz szacowanych, przyszłych wartości EBITDA i zadłużenia netto grupy Helios. Zakres przyszłych wartości tego zobowiązania jest trudny do oszacowania, ponieważ zależy od wzrostu EBITDA w przyszłości. Wzrost EBITDA jest skorelowany ze wzrostem liczby kin wielosalowych, a to z kolei zależy od liczby nowych centrów handlowych budowanych przez deweloperów.

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 czwartym kwartale 2011 r. wartość wydatków reklamowych ogółem wyniosła około 2,3 mld zł i zmniejszyła się o prawie 4% w stosunku do czwartego kwartału 2010 r. Był to jedyny kwartał 2011 r., w którym zmniejszyła się całkowita wartość wydatków reklamowych w Polsce.

Kolejny kwartał z rzędu kurczyły się wydatki reklamodawców na reklamę w prasie (spadek o prawie 11,5%). W dziennikach reklamodawcy ograniczyli budżety reklamowe o prawie 17,5%, natomiast w magazynach o ponad 7%.

Ponadto, reklamodawcy kontynuowali ograniczanie wydatków na reklamę w telewizji, które w czwartym kwartale 2011 r. zmniejszyły się o ponad 4%.

Po zwiększonych wydatkach na reklamę zewnętrzną w trzecim kwartale 2011 r., w okresie październik – grudzień 2011 r. reklamodawcy ponownie zmniejszyli wydatki na reklamę zewnętrzną (spadek o ponad 6,5%).

Po wyższych o prawie 12,5% wydatkach na reklamę radiową w okresie styczeń – wrzesień 2011 r., czwarty kwartał 2011 r. przyniósł ograniczenie wydatków reklamodawców na reklamę radiową o prawie 7,5%.

W ostatnim kwartale 2011 r. nadal rosły wydatki reklamowe w internecie (wzrost o prawie 11,5%), chociaż była to najniższa dynamika wzrostu w tym medium w 2011 r. Do wzrostu wartości wydatków reklamowych w internecie przyczynił się głównie wzrost wydatków na reklamę w wyszukiwarkach (wzrost o około 16%).

W okresie październik – grudzień 2011 r. reklamodawcy zwiększyli wydatki na reklamę w kinie (wzrost o ponad 13%).

W całym 2011 r. wartość wydatków reklamowych wzrosła w Polsce o ponad 1,5%, w porównaniu z 2010 r., do kwoty około 7,8 mld zł.

Najszybciej rosły wydatki na reklamę w internecie (wzrost o prawie 19%), głównie za sprawą szybko rosnącej reklamy w wyszukiwarkach (wzrost o około 26%). Internet był jedynym medium, który odnotował wzrost wartości wydatków reklamowych we wszystkich kwartałach 2011 r.

Drugim segmentem rynku reklamy charakteryzującym się pozytywną dynamiką wzrostu wartości wydatków reklamowych było radio (wzrost o prawie 6,5%). Na tę dynamikę wpłynął wzrost wartości wydatków reklamowych w radio w pierwszych trzech kwartałach 2011 r. o prawie 12,5%, który został częściowo skonsumowany przez ograniczenie budżetów reklamowych w radio w ostatnim kwartale 2011 r.

W 2011 r. wartość budżetów reklamowych zrealizowanych w telewizji wzrosła o ponad 0,5% do 3,9 mld zł.

W okresie styczeń - grudzień 2011 r. reklamodawcy wydali na reklamę kinową o ponad 6,5% więcej niż w 2010 r., głównie dzięki wzrostom odnotowanym w drugim i czwartym kwartale 2011 r.

Wydatki na reklamę zewnętrzną zmniejszyły się w tym czasie o ponad 0,5%. Jedynym kwartałem, w którym reklamodawcy wydali więcej pieniędzy na reklamę zewnętrzną w porównaniu z 2010 r. był trzeci kwartał 2011 r., głównie ze względu na kampanie wyborczą do Parlamentu RP.

Segmentem rynku reklamy, który zanotował najwyższy spadek wartości wydatków reklamowych w 2011 r. była prasa (spadek o około 8%). Największe spadki wartości wydatków reklamowych, o 12,5%, dotknęły dzienniki. W czasopiśmie reklamodawcy ograniczyli budżety reklamowe o ponad 4,5% w porównaniu z 2010 r.

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

2. CZYNNIKI WEWNĘTRZNE

2.1. Przychody

W czwartym kwartale 2011 r., Grupa Agora zanotowała spadek przychodów ze sprzedaży o 1,4% do kwoty 335,9 mln zł, głównie z powodu spadku przychodów w segmencie Prasy Codziennej, którego nie udało się skompensować przychodami w innych segmentach biznesowych Grupy.

W czwartym kwartale 2011 r. wpływy ze sprzedaży usług reklamowych w Grupie zmniejszyły się o 5,8% w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego i wyniosły 191,1 mln zł. Do tego spadku przyczyniły się głównie niższe o 11,7 mln zł przychody ze sprzedaży reklam w segmencie Prasa Codzienna. Niższe przychody reklamowe odnotowały również segment Czasopisma oraz Radio.

W czwartym kwartale 2011 r. wzrost przychodów reklamowych był widoczny w segmentach Internet, Kino oraz Reklama Zewnętrzna. Przychody segmentu Internet ze sprzedaży reklam internetowych wzrosły o 11,5%, przy rynkowym wzroście wydatków na reklamę graficzną i email marketing o około 8,5%. W tym czasie, segment Kino zanotował wzrost przychodów ze sprzedaży reklam z kwoty 2,4 mln zł w czwartym kwartale 2010 r. do kwoty 4,0 mln zł. Pomimo ograniczenia budżetów reklamodawców na reklamę zewnętrzną o ponad 6,5% w czwartym kwartale 2011 r., segment Reklamy Zewnętrznej w Grupie odnotował wzrost przychodów reklamowych o 1,0%.

W czwartym kwartale 2011 r. wartość przychodów reklamowych segmentu Czasopisma skurczyła się o 8,9% do kwoty 10,2 mln zł.

W tym okresie przychody reklamowe segmentu Radio zmniejszyły się o 2,5% do 23,5 mln zł, przy rynkowym ograniczeniu wydatków na reklamę w Radio o prawie 7,5%.

W czwartym kwartale 2011 r. wartość przychodów ze sprzedaży wydawnictw wyniosła 50,1 mln zł i była niższa o 9,6% w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego. Przyczynił się do tego głównie spadek przychodów ze sprzedaży wydawnictw w *Gazecie Wyborczej* (o 7,1%), wynikający z niższej sprzedaży egzemplarzowej oraz niższej sprzedaży wydań droższych (tzw. oferta dwucenowa). W segmencie Czasopisma wpływy ze sprzedaży wydawnictw skurczyły się o 9,7% do kwoty 8,4 mln zł, pomimo wzrostu liczby sprzedanych egzemplarzy o 1,4% w porównaniu z czwartym kwartałem 2010 r.

W czwartym kwartale 2011 r. przychody ze sprzedaży biletów do kin w sieci Helios wyniosły 42,0 mln zł i były wyższe o 26,5% niż w analogicznym okresie roku ubiegłego. W okresie październik – grudzień 2011 r. w kinach sieci Helios zakupiono 2,4 mln biletów czyli o 26% więcej niż w analogicznym okresie roku ubiegłego.

Przychody z pozostałej sprzedaży wzrosły o 7,1% do kwoty 52,7 mln zł. Przyczyniły się do tego wyższe o 34,6% przychody ze sprzedaży usług poligraficznych klientom zewnętrznym oraz wyższe o 16,0% przychody ze sprzedaży barowej w kinach sieci Helios.

W całym 2011 r. wartość przychodów Grupy wzrosła o 10,6% do kwoty 1 234,6 mln zł. Podobnie jak w poprzednich kwartałach 2011 r. 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 2011 r. przychody reklamowe Grupy Agora skurczyły się o 1,4% do kwoty 705,6 mln zł. W tym czasie wzrost przychodów reklamowych zanotowały segmenty: Internet (wzrost o 18,3%), Radio (wzrost o 11,5%), Reklama Zewnętrzna (wzrost o 6,1%) oraz Kino.

Negatywnie na wartość wpływów reklamowych w Grupie wpłynęły spadki przychodów reklamowych w *Gazecie Wyborczej* (spadek o 16,3%) oraz w segmencie Czasopisma (spadek o 6,1%).

W 2011 r. wpływy ze sprzedaży wydawnictw zmniejszyły się o 7,7% do kwoty 192,8 mln zł głównie ze względu na niższe przychody ze sprzedaży egzemplarzowej *Gazety Wyborczej* oraz czasopism.

W 2011 r. przychody ze sprzedaży biletów do kin wyniosły 146,3 mln zł i były wyższe niż w całym 2010 r. (w 2010 r. w wynikach Grupy Agora konsolidowane były jedynie wyniki osiągnięte z działalności kinowej w okresie wrzesień – grudzień 2010 r.).

W 2011 r. pozostała sprzedaż wzrosła o 24,9% do kwoty 189,9 mln zł. Jest to głównie wynik rosnących o 20,4% przychodów ze sprzedaży usług poligraficznych klientom zewnętrznym oraz uwzględnienia w tej pozycji przychodowej 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 okresie od września do grudnia 2010 r.

2.2. Koszty operacyjne

Koszty operacyjne netto Grupy w 2011 r. wyniosły 1 182,7 mln zł i wzrosły o 14,6%. W czwartym kwartale 2011 r. wzrosły one o 5,8% do kwoty 328,5 mln zł. W całym 2011 r. wzrost ten wynika głównie z kosztów działalności segmentu Kino, którego koszty operacyjne wzrosły w czwartym kwartale 2011 r. o 25,0%, a w 2011 r. wyniosły 188,5 mln zł. Dla celów porównawczych należy pamiętać, że w 2010 r. w wynikach Grupy konsolidowano jedynie wyniki osiągnięte przez Helios w okresie wrzesień - grudzień. Bez uwzględniania kosztów operacyjnych segmentu kinowego, koszty operacyjne Grupy Agora wzrosłyby w 2011 r. o około 3% w stosunku do 2010 r.

Koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników (bez niegotówkowych kosztów związanych z płatnościami w formie papierów wartościowych) wzrosły o 1,7% oraz 10,4%, odpowiednio w czwartym kwartale i w całym 2011 r. Wzrost ten w skali roku 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 czwartego kwartału 2011 r. wyniosło 3 481 etatów, łącznie z 321 etatami Heliosa. Zatrudnienie etatowe w Grupie Agory na koniec grudnia 2011 r. wzrosło o 11 etatów w porównaniu z końcem grudnia 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 rozliczanych w instrumentach finansowych (opisanych w nocie 5A do skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy) obciążył wynik Grupy w 2011 r. kwotą 9,7 mln zł. W samym czwartym kwartale 2011 r. koszt ten wyniósł 0,9 mln zł.

W Grupie funkcjonują również inne systemy motywacyjne (np. gotówkowe plany motywacyjne, systemy motywacyjne w działach sprzedaży itp.), których koszty obciążają pozycję wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników. Począwszy od czwartego kwartału 2010 r. wynik operacyjny Grupy obciążany jest w każdym kwartale kosztami Trzyletniego Planu Motywacyjnego dla Zarządu i najwyższej kadry kierowniczej (opisanego w nocie 5C do skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy). W 2011 r. koszt tego planu wyniósł 1,1 mln zł.

Koszty usług obcych w 2011 r. wyniosły 355,4 mln zł i wzrosły o 24,1%, głównie w wyniku konsolidacji w wynikach Grupy działalności segmentu kinowego. W analogicznym okresie 2010 r. w kosztach Grupy ujęte były jedynie koszty usług obcych poniesione przez sieć kin Helios w miesiącach wrzesień – grudzień. W samym czwartym kwartale 2011 r. koszty usług obcych wzrosły w Grupie o 7,9% 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. 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 2011 r. 250,6 mln zł i wzrosły o 23,3%, w samym czwartym kwartale wzrost ten wyniósł zaledwie 0,6% do kwoty 66,5 mln zł. Wzrost ten w całym 2011 r. 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, zarówno w czwartym kwartale, jak i w całym 2011 r. był wzrost cen papieru i wolumenu usług poligraficznych 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 w okresie wrzesień – grudzień 2010 r.).

Koszty reprezentacji i reklamy Grupy wyniosły w 2011 r. 115,1 mln zł i zmniejszyły się o 12,1% w porównaniu z 2010 r. Do ich ograniczenia przyczyniło się także zmniejszenie kosztów reprezentacji i reklamy o 16,3% w samym czwartym kwartale 2011 r. Większość segmentów ograniczyła swoje wydatki na reprezentację i reklamę zarówno w czwartym kwartale jak i w całym 2011 r. Największe oszczędności na kosztach reprezentacji i reklamy miały miejsce w segmencie Prasa Codzienna. Wzrost tych kosztów w czwartym kwartale 2011 r. w segmencie Reklama Zewnętrzna związany był z uruchomieniem pierwszej na rynku polskim aplikacji do planowania kampanii reklamowych na nośnikach reklamy zewnętrznej - AMS Metrics.

3. PERSPEKTYWY

3.1. Rynek reklamy

W 2011 r. wartość wydatków reklamowych zwiększyła się o ponad 1,5% w porównaniu z 2010 r.

Obserwując bieżącą sytuację makroekonomiczną i na rynku reklamy Spółka szacuje, że wzrost wartości rynku reklamy w Polsce w 2012 r. wyniesie około 0-3%. Należy pamiętać, że na wartość rynku reklamy w Polsce w 2012 r. mogą wpływać decyzje o wydatkach reklamowych podejmowane przez międzynarodowe koncerny w oparciu o niepewną sytuację gospodarczą w innych częściach Europy lub świata w oderwaniu od wyników polskiej gospodarki.

W opinii Spółki Internet pozostanie medium charakteryzującym się najwyższą dynamiką wzrostu na poziomie około 9-12%. Wydatki na reklamę kinową będą rosły o około 3-6%. Wartość budżetów reklamowych realizowanych na nośnikach reklamy zewnętrznej, według szacunków Spółki, wzrośnie o około 0-3%. Podobnie wydatki na reklamę zarówno w telewizji jak i radio mogą też wzrosnąć o około 0-3%.

Według szacunków Spółki, reklamodawcy nadal będą ograniczali swoje budżety reklamowe w prasie w 2012 r. Wartość wydatków reklamowych w dziennikach może zmniejszyć się o około 14-17%, natomiast w czasopiśmie o około 6-9%.

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 2012 r. Grupa nie planuje istotnego wzrostu kosztów operacyjnych. Ze względu na zmienną sytuację na rynku reklamy Grupa planuje elastyczne zarządzanie bazą kosztową w celu dopasowania się do warunków rynkowych w poszczególnych segmentach. Niemniej jednak pamiętać należy, że istotnym celem Grupy jest rozwój, dlatego też w przypadku pojawiających się możliwości poszerzenia zakresu kompetencji lub skali działalności w atrakcyjnych dla Grupy segmentach rynku będą one priorytetem.

3.2.1 Koszty usług obcych

W 2012 r. koszt usług obcych 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. Dodatkowo, na wzrost tej pozycji kosztowej mogą wpłynąć planowane otwarcia nowych obiektów kinowych.

3.2.2 Koszty wynagrodzeń i świadczeń dla pracowników

W 2012 r. Grupa przewiduje nieznaczne zwiększenie kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników w porównaniu z 2011 r. Wzrost tej pozycji jest przede wszystkim związany z realizacją projektów rozwojowych w Grupie, w tym otwarciem nowych obiektów kinowych, oraz kosztami rezerwy na plany motywacyjne opisanej w nocie 5 do skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy.

3.2.3 Koszty realizacji planów motywacyjnych rozliczanych w instrumentach finansowych

Łączny szacunkowy niegotówkowy koszt realizacji planów motywacyjnych, który obciąży wynik finansowy Grupy 2012 r. wyniesie 2,6 mln zł. Należy podkreślić, że kwota ta zawiera szacunkowy koszt realizacji planów motywacyjnych, przy czym Spółka w chwili obecnej nie zna liczby certyfikatów, które będą nabywane w ramach tych planów, ani też kursu akcji Agory w okresie księgowania kosztów certyfikatów. Do celów szacunkowych Spółka przyjęła zatem odpowiednie wartości, w wysokości analogicznej do wartości przyjętych dla czwartego kwartału 2011 r. Koszty planów motywacyjnych są ujmowane w rachunku zysków i strat zgodnie z zasadami rachunkowości opisanymi w nocie nr 5A do skonsolidowanego sprawozdania finansowego zamieszczonego w niniejszym raporcie. Zgodnie z tymi zasadami, rozłożenie kosztów w ciągu roku nie jest równomierne. W pierwszym półroczu 2012 r. koszty dotychczas uruchomionych planów motywacyjnych wyniosą 1,8 mln zł. Nowy plan motywacyjny obciążyć może wyniki czwartego kwartału 2012 r. kosztami w wysokości 0,8 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 2011 r. o 12,1%, a w samym czwartym kwartale 2011 r. o 16,3% w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego. Grupa nie planuje zwiększenia intensywności działań marketingowych w 2012 r. Pamiętać jednak należy, że poziom tych wydatków jest uzależniony od dynamiki rozwoju poszczególnych mediów, liczby uruchamianych projektów, w tym kolekcji wydawniczych, a także rynkowej aktywności i projektów konkurencji.

3.2.5 Koszty materiałów i energii

W 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 2012 r. będzie uzależniona głównie od cen papieru, wolumenu produkcji oraz kursu wymiany euro do złotego.

3.3. Najważniejsze cele Grupy w 2012 r.

W 2011 r. Grupa aktywnie realizowała wyznaczone cele i zamierza kontynuować te działania także w bieżącym roku.

Rozwój kompetencji multimedialnych i wzmacnianie efektów synergii pomiędzy poszczególnymi mediami w portfolio Grupy przyczyniły się do efektywniejszego wykorzystania multimedialnych zasobów Grupy, zarówno w bieżącej działalności, jak i w prowadzonych projektach rozwojowych. Dzięki możliwościom oferowanym przez Internet, Grupa zaoferowała dostęp do swoich produktów nowym grupom odbiorców np. poprzez wdrożenie nowych funkcjonalności w *Tuba.fm*. Oprócz rozwoju w internecie, tzw. media tradycyjne, uruchomiły z sukcesem nowe projekty. Przykładem takich działań były m.in. zmiany przeprowadzone w sobotnim wydaniu *Gazety Wyborczej* (*Magazyn Świąteczny*) czy wydanie czasopisma *Książki. Magazyn do czytania*.

Dodatkowo, zgodnie z zapowiedziami, Grupa uzupełniła i wzbogaciła swoją ofertę reklamową i produktową, m.in. poprzez akwizycje (np. *GoldenLine.pl*). Miniony rok, był również pierwszym pełnym rokiem, w którym Grupa prowadziła działalność na rynku operatorów kin wielosalowych. Był to okres integracji nowego segmentu biznesowego w strukturach Grupy i testowania różnych modeli współpracy z innymi segmentami Grupy Agora.

W 2012 r. w ramach swojej działalności Grupa zamierza, oprócz kontynuowania działań z 2011 r., skoncentrować swoje wysiłki m.in. na:

- (i) Dostosowaniu funkcjonowania i organizacji Grupy do sytuacji na rynku reklamy i zmian zachodzących w mediach;
- (ii) Zintensyfikowaniu działań wzmacniających synergie pomiędzy poszczególnymi segmentami w portfolio Grupy oraz wykorzystujących możliwości oferowane przez internet do rozwoju nowych form i zakresu działalności również w tradycyjnych mediach;
- (iii) Intensywnym rozwoju zarówno segmentu Internet jak i szeroko rozumianego internetu w Grupie;
- (iv) Rozwoju na rynku operatorów kinowych poprzez otwarcie nowych obiektów kinowych;
- (v) Zwiększeniu skali działalności Grupy, także poprzez kolejne akwizycje, wzmacniające pozycję Grupy lub poszerzające źródła przychodów Grupy.

III. WYNIKI FINANSOWE

1. SPÓŁKI WCHODZĄCE W SKŁAD GRUPY AGORA

Skonsolidowane sprawozdanie Grupy Agora za czwarty 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., Sport4People 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 jednostki współzależnej Business Ad Network Sp. z o.o. oraz jednostek stowarzyszonych A2 Multimedia Sp. z o.o. i GoldenLine Sp. z o.o.

Szczegółowa lista spółek wchodzących w skład Grupy Agora znajduje się w nocie 12, a przeliczenie wybranych danych finansowych na EURO znajduje się w notach 16 i 18 do sprawozdania finansowego zamieszczonego w tym raporcie.

2. RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT GRUPY AGORA

Tab. 1

w mln zł	IV kwartał 2011	IV kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010	I-IV kwartał 2011	I-IV kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010
Przychody ze sprzedaży netto (1)	335,9	340,7	(1,4%)	1 234,6	1 116,7	10,6%
<i>Sprzedaż usług reklamowych</i>	191,1	202,9	(5,8%)	705,6	715,7	(1,4%)
<i>Sprzedaż wydawnictw</i>	50,1	55,4	(9,6%)	192,8	208,9	(7,7%)
<i>Sprzedaż biletów do kin (4)</i>	42,0	33,2	26,5%	146,3	40,1	264,8%
<i>Pozostała sprzedaż</i>	52,7	49,2	7,1%	189,9	152,0	24,9%
Koszty operacyjne netto, w tym:	(328,5)	(310,4)	5,8%	(1 182,7)	(1 031,8)	14,6%
<i>Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów</i>	(66,5)	(66,1)	0,6%	(250,6)	(203,3)	23,3%
<i>Amortyzacja</i>	(22,5)	(22,5)	-	(92,8)	(82,4)	12,6%
<i>Usługi obce</i>	(99,2)	(91,9)	7,9%	(355,4)	(286,3)	24,1%
<i>Wynagrodzenia i świadczenia (2)</i>	(79,9)	(78,6)	1,7%	(312,6)	(283,2)	10,4%
<i>Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych</i>	(0,9)	(4,5)	(80,0%)	(9,7)	(10,4)	(6,7%)
<i>Reprezentacja i reklama</i>	(33,4)	(39,9)	(16,3%)	(115,1)	(130,9)	(12,1%)
<i>Zdarzenia jednorazowe (5)</i>	(14,3)	-	-	(14,3)	-	-
Wynik operacyjny - EBIT	7,4	30,3	(75,6%)	51,9	84,9	(38,9%)
Przychody i koszty finansowe netto, w tym:	3,6	(1,0)	-	3,1	4,0	(22,5%)
<i>Przychody z krótkoterminowych inwestycji</i>	4,3	3,2	34,4%	15,1	12,8	18,0%
<i>Koszty kredytów, pożyczek oraz leasingu finansowego</i>	(4,1)	(3,8)	7,9%	(15,7)	(8,9)	76,4%
<i>Różnice kursowe per saldo</i>	(0,5)	0,1	-	(0,8)	0,4	-
<i>Aktualizacja wyceny opcji put (6)</i>	3,3	-	-	3,3	-	-
Udział w jednostkach współkontrolowanych	0,1	(0,2)	-	-	(1,0)	-
Zysk brutto	11,1	29,1	(61,9%)	55,0	87,9	(37,4%)
<i>Podatek dochodowy (3)</i>	(1,4)	(10,8)	(87,0%)	(11,2)	(16,0)	(30,0%)
Zysk netto	9,7	18,3	(47,0%)	43,8	71,9	(39,1%)
Przypadający na:						
<i>Akcjonariuszy jednostki dominującej</i>	9,0	18,0	(50,0%)	42,2	71,9	(41,3%)
<i>Udziały niekontrolujące</i>	0,7	0,3	133,3%	1,6	-	-

w mln zł	IV kwartał 2011	IV kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010	I-IV kwartał 2011	I-IV kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010
marża EBIT (EBIT/Przychody)	2,2%	8,9%	(6,7pkt %)	4,2%	7,6%	(3,4pkt %)
EBITDA	29,9	52,8	(43,4%)	144,7	167,2	(13,5%)
marża EBITDA (EBITDA/Przychody)	8,9%	15,5%	(6,6pkt %)	11,7%	15,0%	(3,3pkt %)
EBITDA operacyjna (2)	30,8	57,3	(46,2%)	154,4	177,6	(13,1%)
marża EBITDA operacyjna (EBITDA operacyjna/Przychody)	9,2%	16,8%	(7,6pkt %)	12,5%	15,9%	(3,4pkt %)
EBIT po eliminacji zdarzeń jednorazowych (5)	21,7	30,3	(28,4%)	66,2	84,9	(22,0%)
marża EBIT po eliminacji zdarzeń jednorazowych (5)	6,5%	8,9%	(2,4pkt %)	5,4%	7,6%	(2,2pkt %)
EBITDA po eliminacji zdarzeń jednorazowych (5)	44,2	52,8	(16,3%)	159,0	167,2	(4,9%)
marża EBITDA po eliminacji zdarzeń jednorazowych (5)	13,2%	15,5%	(2,3pkt %)	12,9%	15,0%	(2,1pkt %)
EBITDA operacyjna (2), (5) po eliminacji zdarzeń jednorazowych	45,1	57,3	(21,3%)	168,7	177,6	(5,0%)
marża EBITDA operacyjna po eliminacji zdarzeń jednorazowych (5)	13,4%	16,8%	(3,4pkt %)	13,7%	15,9%	(2,2pkt %)
Zysk netto po eliminacji zdarzeń jednorazowych i aktualizacji wyceny opcji put (5), (6)	18,0	18,3	(1,6%)	52,1	71,9	(27,5%)

(1) poszczególne pozycje przychodów ze sprzedaży zawierają przychody ze sprzedaży Projektów Specjalnych (w tym kolekcji wydawniczych), opisane szczegółowo w części IV.A niniejszego raportu;

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

(3) w 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 prezentowane obejmują okres styczeń-grudzień 2011 r. oraz wrzesień-grudzień 2010 r.;

(5) Powyższe zdarzenia jednorazowe obejmują odpisy aktualizujące wartość wybranych tytułów prasowych w segmencie Czasopisma oraz wartości rzeczowych aktywów trwałych w jednym z obiektów kinowych wchodzącego w skład sieci kin Helios.

Podkreślić należy, że zgodnie z wymogami Międzynarodowych Standardów Rachunkowości, Grupa przeprowadza testy na utratę wartości aktywów poszczególnych ośrodków generujących przepływy pieniężne ("cash generating unit"). W efekcie, testy te dokonywane są odrębnie m.in. w odniesieniu do poszczególnych tytułów czasopism oraz poszczególnych obiektów kinowych. Zgodnie z powyższym wymogiem nie jest możliwe kompensowanie nadwyżki wartości odzyskiwalnej zidentyfikowanej na jednym tytule (odpowiednio obiekcie kinowym) z niedoborem na innym tytule (obiekcie kinowym) w ramach tego samego segmentu biznesowego. W konsekwencji, odpisy na poszczególnych ośrodkach generujących przepływy pieniężne są dokonywane nawet jeśli nie ma konieczności dokonywania takich odpisów z punktu widzenia łącznej wartości całości segmentu biznesowego (w tym wypadku Czasopism oraz Kin);

(6) aktualizacja wyceny „opcji put” dla udziałowców niekontrolujących spółki Helios S.A. w kwocie 3,3 mln zł przeprowadzona zgodnie z wymogami Międzynarodowych Standardów Rachunkowości. Na dzień 31 grudnia 2011 r. szacowana wartość wykupu „opcji put” wyniosła 26,4 mln zł i została ujęta w skonsolidowanym bilansie Grupy Agora w pozycji pozostałe zobowiązania finansowe.

2.1. Wyniki wg głównych segmentów Grupy Agora narastająco za cztery kwartały 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-IV kwartał 2011
Przychody ze sprzedaży (4)	594,5	114,0	75,3	175,0	86,1	203,9	(14,2)	1 234,6
<i>Udział %</i>	48,2%	9,2%	6,1%	14,2%	7,0%	16,5%	(1,2%)	100,0%
Koszty operacyjne, netto (4)	(500,7)	(107,7)	(73,4)	(160,0)	(82,7)	(188,5)	(69,7)	(1 182,7)
EBIT	93,8	6,3	1,9	15,0	3,4	15,4	(83,9)	51,9
Przychody i koszty finansowe								3,1
Udział w jednostkach współkontrolowanych								-
Podatek dochodowy								(11,2)
Zysk netto za okres								43,8
Przypadający na:								
Akcjonariuszy jednostki dominującej								42,2
Udziały niekontrolujące								1,6
EBITDA	122,8	12,2	2,0	33,3	6,0	33,4	(65,0)	144,7
EBITDA operacyjna (1)	127,1	12,8	2,4	34,1	6,5	33,4	(61,9)	154,4
Wydatki inwestycyjne (2)	(23,7)	(6,3)	(0,2)	(13,8)	(3,0)	(21,4)	(28,6)	(97,0)

(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 9,8 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 2011 r. negatywny wpływ miały głównie prowizje i odsetki związane z kredytami bankowymi oraz zobowiązaniami z tytułu leasingu finansowego. Dodatkowo, w czwartym kwartale 2011 r. pozytywnie na wartość tej pozycji wpłynęła aktualizacja wyceny „opcji put” dla udziałowców niekontrolujących spółki Helios S.A. w kwocie 3,3 mln zł.

3. BILANS GRUPY AGORA

Tab. 3

<i>w mln zł</i>	31.12.2011	30.09.2011	% zmiany do 30.09.2011	31.12.2010	% zmiany do 31.12.2010
Aktywa trwałe	1 203,3	1 193,1	0,9%	1 203,4	(0,01%)
<i>udział w sumie bilansowej</i>	<i>66,7%</i>	<i>67,2%</i>	<i>(0,5pkt %)</i>	<i>66,7%</i>	<i>-</i>
Aktywa obrotowe	600,4	581,2	3,3%	602,1	(0,3%)
<i>udział w sumie bilansowej</i>	<i>33,3%</i>	<i>32,8%</i>	<i>0,5pkt %</i>	<i>33,3%</i>	<i>-</i>
RAZEM AKTYWA	1 803,7	1 774,3	1,7%	1 805,5	(0,1%)
Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej	1 246,1	1 237,6	0,7%	1 221,1	2,0%
<i>udział w sumie bilansowej</i>	<i>69,1%</i>	<i>69,8%</i>	<i>(0,7pkt %)</i>	<i>67,6%</i>	<i>1,5pkt %</i>
Udziały niekontrolujące	17,3	16,0	8,1%	15,5	11,6%
<i>udział w sumie bilansowej</i>	<i>1,0%</i>	<i>0,9%</i>	<i>0,1pkt %</i>	<i>0,9%</i>	<i>0,1pkt %</i>
Zobowiązania i rezerwy długoterminowe	221,3	226,1	(2,1%)	273,5	(19,1%)
<i>udział w sumie bilansowej</i>	<i>12,3%</i>	<i>12,7%</i>	<i>(0,4pkt %)</i>	<i>15,1%</i>	<i>(2,8pkt %)</i>
Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe	319,0	294,6	8,3%	295,4	8,0%
<i>udział w sumie bilansowej</i>	<i>17,6%</i>	<i>16,6%</i>	<i>1,0pkt %</i>	<i>16,4%</i>	<i>1,2pkt %</i>
RAZEM PASywa	1 803,7	1 774,3	1,7%	1 805,5	(0,1%)

3.1. Aktywa trwałe

Zmiana wartości aktywów trwałych, w porównaniu do stanu z 30 września 2011 r., wynika głównie z odpisów amortyzacyjnych rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych jak również nabycia nowych rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych oraz długoterminowych inwestycji w Sport4People Sp. z o.o. (rozpoznanie wartości firmy) oraz GoldenLine Sp. z o.o. (inwestycja wyceniana metodą praw własności). W porównaniu do 31 grudnia 2010 r. – pomimo opisanych powyżej czynników – saldo aktywów trwałych pozostało na zbliżonym poziomie.

3.2. Aktywa obrotowe

Na wzrost stanu wartości aktywów obrotowych, w stosunku do 30 września 2011 r., wpływ miały głównie: wzrost salda krótkoterminowych należności krótkoterminowych jak i wzrost środków pieniężnych i ekwiwalentów. W stosunku do 31 grudnia 2010 r. saldo wartości aktywów obrotowych pozostało na zbliżonym poziomie.

3.3. Zobowiązania i rezerwy długoterminowe

Na spadek salda zobowiązań i rezerw długoterminowych, w stosunku do 30 września 2011 r., wpływ miał głównie spadek o 4,0 mln zł rezerwy na podatek odroczony oraz pozostałych zobowiązań finansowych (w tym zobowiązań z tytułu „opcji put” dla udziałowców niekontrolujących – więcej w nocie 13 do skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego). Saldo zobowiązań i rezerw długoterminowych, w stosunku do 31 grudnia 2010 r. zmniejszyło się głównie na skutek reklasyfikacji i spadku zobowiązań długoterminowych z tytułu kredytów i pożyczek (o 46,4 mln zł).

3.4. Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe

Na zmianę salda zobowiązań i rezerw krótkoterminowych, w stosunku do 30 września 2011 r. i do 31 grudnia 2010 r., wpływ miały głównie: wzrost salda zobowiązań krótkoterminowych (odpowiednio o 31,8 mln zł i o 18,4 mln zł) oraz zmiana salda zobowiązań krótkoterminowych z tytułu kredytów i pożyczek (odpowiednio spadek o 8,6 mln zł i wzrost o 4,2 mln zł).

4. PRZEPŁYWY ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH GRUPY AGORA

Tab. 4

w mln zł	IV kwartał 2011	IV kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010	I-IV kwartał 2011	I-IV kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	46,2	64,7	(28,6%)	152,2	171,6	(11,3%)
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(26,3)	(68,2)	(61,4%)	(115,6)	(138,1)	(16,3%)
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	(11,4)	83,3	-	(93,5)	24,7	-
Razem przepływy pieniężne netto	8,5	79,8	(89,3%)	(56,9)	58,2	-
Środki pieniężne na koniec okresu	125,5	182,4	(31,2%)	125,5	182,4	(31,2%)

Na dzień 31 grudnia 2011 r. Grupa dysponowała środkami pieniężnymi w wysokości 323,4 mln zł, na które składały się gotówka i jej ekwiwalenty w wysokości 125,5 mln zł (kasa, rachunki bankowe i depozyty bankowe) oraz 197,9 mln zł zainwestowane w bezpieczne, krótkoterminowe papiery wartościowe.

Agora S.A. nie jest i nie była w ciągu 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. Ratę kredytu za czwarty kwartał 2011 r. wraz z należnymi odsetkami i prowizjami bank pobrał 2 stycznia 2012 r.

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 2011 r. jak i w czwartym 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 2011 r. jak i w czwartym kwartale 2011 r., to głównie efekt poniesionych nakładów inwestycyjnych na rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne oraz na nabycie podmiotów zależnych i stowarzyszonych.

4.3. Działalność finansowa

W czwartym kwartale 2011 r. przepływy pieniężne z działalności finansowej zawierały głównie spłaty jak i zaciągnięcia kredytów przez Helios S.A., a także płatności z tytułu leasingu finansowego, a w całym 2011 r. również spłaty kredytu przez Agorę S.A.

5. WYBRANE WSKAŹNIKI FINANSOWE [5]

Tab. 5

	IV kwartał 2011	IV kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010	I-IV kwartał 2011	I-IV kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010
Wskaźniki rentowności						
rentowność sprzedaży netto	2,6%	5,3%	(2,7pkt %)	3,4%	6,4%	(3,0pkt %)
rentowność sprzedaży brutto	36,9%	39,4%	(2,5pkt %)	35,9%	41,3%	(5,4pkt %)
rentowność kapitału własnego	2,9%	6,0%	(3,1pkt %)	3,4%	5,9%	(2,5pkt %)
Wskaźniki efektywności						
szybkość obrotu zapasów	12 dni	9 dni	33,3%	12 dni	11 dni	9,1%
szybkość obrotu należności	55 dni	54 dni	1,9%	61 dni	67 dni	(9,0%)
szybkość obrotu zobowiązań	43 dni	40 dni	7,5%	48 dni	53 dni	(9,4%)
Wskaźnik płynności						
wskaźnik płynności	1,9	2,0	(5,0%)	1,9	2,0	(5,0%)
Wskaźniki finansowania						
stopa zadłużenia (1)	-	-	-	-	-	-
wskaźnik pokrycia odsetek	2,2	9,0	(75,6%)	3,7	12,7	(70,9%)
kasowy wskaźnik pokrycia odsetek	7,2	14,1	(48,9%)	5,7	18,0	(68,3%)

(1) na dzień 31 grudnia 2011 r. i 31 grudnia 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	IV kwartał 2011	IV kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010	I-IV kwartał 2011	I-IV kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010
Łączne przychody	157,7	173,3	(9,0%)	594,5	644,0	(7,7%)
Przychody ze sprzedaży wydawnictw (1)	35,4	37,4	(5,3%)	135,9	148,5	(8,5%)
w tym <i>Gazeta Wyborcza</i>	34,0	36,6	(7,1%)	131,3	146,1	(10,1%)
Przychody ze sprzedaży reklam (1), (2)	79,1	90,8	(12,9%)	299,1	345,2	(13,4%)
w tym <i>Gazeta Wyborcza</i> (3)	66,6	79,3	(16,0%)	256,1	305,9	(16,3%)
w tym <i>Metro</i> (4)	8,5	8,7	(2,3%)	30,4	31,4	(3,2%)
Projekty specjalne (w tym: kolekcje wydawnicze)	11,2	20,6	(45,6%)	49,4	58,7	(15,8%)
Pozostałe przychody	32,0	24,5	30,6%	110,1	91,6	20,2%
Razem koszty operacyjne, w tym:	(134,3)	(138,6)	(3,1%)	(500,7)	(496,6)	0,8%
Materiały, energia, towary i usługi poligraficzne	(56,0)	(56,2)	(0,4%)	(206,5)	(196,0)	5,4%
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (5)	(33,7)	(33,1)	1,8%	(133,8)	(130,5)	2,5%
Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych	(0,4)	(2,1)	(81,0%)	(4,3)	(5,1)	(15,7%)
Amortyzacja	(6,5)	(6,3)	3,2%	(29,0)	(25,7)	12,8%
Reprezentacja i reklama (2) (6)	(20,9)	(25,2)	(17,1%)	(69,1)	(80,0)	(13,6%)
EBIT	23,4	34,7	(32,6%)	93,8	147,4	(36,4%)
marża EBIT	14,8%	20,0%	(5,2pkt %)	15,8%	22,9%	(7,1pkt %)
EBITDA	29,9	41,0	(27,1%)	122,8	173,1	(29,1%)
marża EBITDA	19,0%	23,7%	(4,7pkt %)	20,7%	26,9%	(6,2pkt %)
EBITDA operacyjna (5)	30,3	43,1	(29,7%)	127,1	178,2	(28,7%)
marża EBITDA operacyjna	19,2%	24,9%	(5,7pkt %)	21,4%	27,7%	(6,3pkt %)

(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 czwartym 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 30,3 mln zł. Marża EBITDA operacyjna osiągnęła poziom 19,2%. W całym 2011 r. EBITDA operacyjna segmentu wyniosła 127,1 mln, zaś marża EBITDA operacyjna 21,4%[1].

1. GAZETA WYBORCZA

1.1. Przychody

1.1.1. Sprzedaż prasy [4]

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

W omawianym okresie średnie rozpowszechnianie płatne *Gazety Wyborczej* wyniosło 302 tys. egzemplarzy i spadło o 9,3% w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. W tym okresie wpływy ze sprzedaży *Gazety Wyborczej* spadły o 7,1% w stosunku do czwartego kwartału 2010 r.

W 2011 r. średnie rozpowszechnianie płatne *Gazety Wyborczej* wyniosło 306 tys. egzemplarzy i spadło o 8,8% w porównaniu z 2010 r. Wpływy ze sprzedaży *Gazety Wyborczej* były niższe o 10,1% w porównaniu z 2010 r.

Średnie rozpowszechnianie płatne *Dziennika Gazety Prawnej* w czwartym kwartale 2011 r. wyniosło 85,2 tys. egzemplarzy (spadek o 8,0%). W tym okresie rozpowszechnianie płatne razem *Rzeczpospolitej* wyniosło 123 tys. egzemplarzy (spadek o 12,3 %), *Faktu* 378 tys. egzemplarzy (spadek o 9,2%), a *Super Expressu* 177 tys. egzemplarzy (spadek o 4,9%).

Średnia sprzedaż wszystkich tytułów Polskapresse wydawanych pod szyldem *Polska the Times* w czwartym kwartale 2011 r. wyniosła 239 tys. egzemplarzy i spadła o 9,4%.

W 2011 r. średnie rozpowszechnianie płatne razem *Rzeczpospolitej* wyniosło 129 tys. egzemplarzy (spadek o 8,4%), a rozpowszechnianie płatne *Faktu* wyniosło 394 tys. egzemplarzy (spadek o 9,7%). Rozpowszechnianie płatne *Super Expressu* wyniosło w okresie styczeń – grudzień 2011 r. 174 tys. egzemplarzy (spadek o 5,3 %). Średnia sprzedaż wszystkich tytułów Polskapresse wydawanych pod szyldem *Polska the Times* w 2011 r. 240 tys. egzemplarzy i spadła o 10,1%. *Dziennik Gazeta Prawna* sprzedał w 2011 r. 91,6 tys. egzemplarzy (spadek o 8,0 %) [4].

1.1.2 Czytelnictwo [4]

W czwartym kwartale 2011 r. tygodniowy zasięg czytelniczy *Gazety Wyborczej* (czyli wg wskaźnika CCS) wyniósł 13,4% (4 mln czytelników) i tym samym *Gazeta Wyborcza* była najpoczytniejszym dziennikiem w Polsce. Czytelnictwo tabloidu *Fakt* było na poziomie 12,1% (3,7 miliona czytelników). Czytelnictwo *Super Expressu* osiągnęło średnio w czwartym kwartale 2011 r. 5,6%. W omawianym okresie *Metro* trafiało do 1,8 mln czytelników (zasięg czytelniczy na poziomie 6,1%). W czwartym kwartale 2011 r. tygodniowy zasięg czytelniczy *Dziennika Gazety Prawnej* wyniósł 2,5% (0,8 mln czytelników), a *Rzeczpospolitej* 3,9% (1,2 mln czytelników).

W 2011 r. tygodniowy zasięg czytelniczy *Gazety* (czyli wg wskaźnika CCS) wyniósł 13,3% (4 mln czytelników). Czytelnictwo tabloidu *Fakt* było na poziomie 12,8%. Czytelnictwo *Super Expressu* osiągnęło średnio 5,9%. W 2011 r. *Metro* trafiało do 1,8 mln czytelników (zasięg czytelniczy na poziomie 5,8%), zaś tygodniowy zasięg czytelniczy *Dziennika Gazety Prawnej* wyniósł 2,4% (0,7 mln czytelników), a *Rzeczpospolitej* 4% (1,2 mln czytelników).

1.1.3. Sprzedaż reklam [3]

W czwartym kwartale 2011 r. przychody netto *Gazety Wyborczej* z całej działalności reklamowej (zawierającej ogłoszenia wymiarowe, drobne i inserty) wyniosły 66,6 mln zł i były o 16,0% niższe niż w czwartym kwartale 2010 r. W całym 2011 r. przychody netto *Gazety* z całej działalności reklamowej (zawierającej ogłoszenia wymiarowe, drobne i inserty) wyniosły 256,1 mln zł i były o 16,3% niższe niż w 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 czwartym kwartale 2011 r. wydatki na reklamę w dziennikach w Polsce spadły o prawie 17,5%. W omawianym okresie spadek wydatków na reklamę wymiarową w *Gazecie Wyborczej* wyniósł 17,0%, a jej szacowany udział w tych wydatkach utrzymał się na tym samym poziomie co w analogicznym okresie 2010 r. i wyniósł 36%. Łącznie z *Metrem* udział dzienników Agory w wydatkach na reklamę w dziennikach wzrósł w tym okresie o 1 pkt%. Szacowany udział *Dziennika Gazety Prawnej* w wydatkach na reklamę w dziennikach wyniósł w czwartym kwartale 2011 r. około 4% i spadł o 0,5 pkt%, a *Rzeczpospolitej* około 10% i zmniejszył się o ponad 0,5 pkt% w porównaniu z czwartym kwartałem 2010 r. W omawianym okresie szacowany udział *Faktu* w wydatkach na reklamę w dziennikach wyniósł około 9% (spadek o 0,5 pkt%), natomiast *Super Expressu* około 3,5% i utrzymał się na poziomie z czwartego kwartału 2010 r.

W czwartym kwartale 2011 r. udział *Gazety* w wydatkach na reklamę w dziennikach ogólnopolskich wyniósł ponad 39% i wzrósł o ponad 1 pkt% w porównaniu z czwartym kwartałem 2010 r. W tym okresie *Gazeta* zwiększyła o ponad 1 pkt% swój udział w wydatkach na reklamę w dziennikach stołecznych, a łączny udział *Gazety* i *Metra* w tych wydatkach wzrósł o ponad 2,5 pkt% w stosunku do analogicznego okresu 2010 r. Udział *Gazety* w wydatkach na reklamę w dziennikach lokalnych (pozawarszawskich) zmniejszył się w omawianym okresie o prawie 1 pkt%.

W całym 2011 r. wydatki na reklamę w dziennikach w Polsce spadły o 12,5%. W omawianym okresie spadek wydatków na reklamę wymiarową w *Gazecie Wyborczej* wyniósł 14,8%, a jej szacowany udział w tych wydatkach zmniejszył się o 1 pkt% w stosunku do 2010 r. i wyniósł 37%. Szacowany udział *Dziennika Gazety Prawnej* w wydatkach na reklamę w dziennikach wyniósł w 2011 r. około 4% i utrzymał się na poziomie roku ubiegłego, a *Rzeczpospolitej* około 9% i zmniejszył się o prawie 1 pkt% w porównaniu z 2010 r. W 2011 r. udział *Faktu* w wydatkach na reklamę w dziennikach wyniósł około 9% (wzrost udziału o niespełna 0,5 pkt%), natomiast *Super Expressu* około 3,5% (wzrost udziału o niespełna 0,5 pkt%).

W 2011 r. udział *Gazety* w wydatkach na reklamę w dziennikach ogólnopolskich wyniósł ponad 41% i wzrósł o ponad 0,5 pkt% w porównaniu z 2010 r. W tym okresie *Gazeta* zmniejszyła swój udział o ponad 0,5 pkt% w wydatkach na reklamę w dziennikach stołecznych, a łączny udział *Gazety* i *Metra* wzrósł w stosunku do 2010 r. o ponad 1 pkt%. Udział *Gazety* w wydatkach na reklamę w dziennikach lokalnych (pozawarszawskich) zmniejszył się w omawianym okresie o ponad 2 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 czwartym kwartale 2011 r. udział stron ogłoszeniowych w sumie objętości *Gazety* wyniósł około 35,4% (spadek o około 2,3 pkt% w stosunku do analogicznego okresu 2010 r.), zaś średnia dzienna liczba publikowanych stron ogłoszeniowych płatnych we wszystkich krajowych i lokalnych wydaniach *Gazety* wyniosła około 155 i była niższa o około 16% w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. W 2011 r. udział stron ogłoszeniowych w sumie objętości *Gazety* wyniósł około 34,5% (spadek o około 3,9 pkt% w stosunku do analogicznego okresu 2010 r.), zaś średnia dzienna liczba publikowanych stron ogłoszeniowych płatnych we wszystkich krajowych i lokalnych wydaniach *Gazety* wyniosła około 152 i była niższa o około 15% w porównaniu z 2010 r.

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	IV 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	11,2

W czwartym kwartale 2011 r. Agora rozpoczęła wydawanie jednej siedemnastotomowej kolekcji *Literatura czeska*, prezentującej klasykę literatury czeskiej oraz jej najlepsze ekranizacje, oraz 30 wydawnictw jednorazowych, w tym 22 publikacje książkowe.

W czwartym kwartale 2011 r. w ramach swojej działalności Projekty Specjalne sprzedały 0,4 mln książek i książek z płytami CD i DVD.

Niższe w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego przychody z tej działalności w czwartym kwartale 2011 r. są wynikiem realizacji mniejszej liczby kolekcji wydawniczych. Projekty Specjalne zakończyły czwarty kwartał 2011 r. wynikiem operacyjnym EBIT na poziomie 2,2 mln zł, który był lepszy niż w czwartym kwartale 2010 r. o 1,9 mln zł [1]. Pozytywny wpływ na wynik czwartego kwartału 2011 r. miały przychody ze sprzedaży biletów do kina na film Marka Koterskiego *Baby są jakieś inne*, którego współproducentem jest Agora.

W całym 2011 r. Projekty Specjalne wydały 7 nowych kolekcji oraz kontynuowały wydawanie 3 z 2010 r. Dodatkowo, nakładem Projektów Specjalnych na rynku ukazało się 59 projektów jednorazowych, w tym 42 książkowych i 17 muzycznych.

W całym 2011 r. w ramach swojej działalności Projekty Specjalne sprzedały 1,6 mln książek i książek z płytami CD i DVD. W tym czasie przychody pionu wyniosły 49,4 mln zł i były niższe o 15,8% w porównaniu z 2010 r. Pion Projektów Specjalnych osiągnął wynik operacyjny EBIT na poziomie 1,6 mln zł, który był o 0,1 mln zł lepszy niż w 2010 r. [1].

Wydana przez pion Projektów Specjalnych w czwartym kwartale 2011 r. autobiografia Marka Niedźwieckiego *Nie wierzę w życie pozaradiowe* została nagrodzona tytułem *Bestseller Empiku 2011* w kategorii „Projekty specjalne”. Agora otrzymała aż trzy nominacje do tegorocznej nagrody Bestseller Empiku. Wśród najlepiej sprzedających się książek 2011 r. znalazły się także: *Listy na wyczerpanym papierze* - niepublikowana nigdy wcześniej korespondencja Agnieszki Osieckiej i Jeremiego Przybory - oraz *Kuna za kaloryferem* autorstwa Adama Wajraka i Nurii Selvy Fernandez - dowcipna i pełna ciepła opowieść o ratowaniu zwierząt.

1.1.5. Pozostałe przychody

W 2011 r. przychody ze sprzedaży usług poligraficznych dla klientów zewnętrznych były o 20,4% wyższe w porównaniu z 2010 r. W czwartym kwartale 2011 r. przychody te wzrosły o 34,6% w porównaniu z czwartym kwartałem 2010 r. Wzrost ten jest głównie wynikiem wyższego wolumenu produkcji tytułów obcych.

1.2. Koszty

1.2.1. Koszty druku Gazety Wyborczej

Tab. 8

w mln zł	IV kwartał 2011	IV kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010	I-IV kwartał 2011	I-IV kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010
Koszty stałe, w tym:	9,2	10,5	(12,4%)	37,7	36,4	3,6%
<i>Amortyzacja</i>	3,1	3,6	(13,9%)	12,6	12,4	1,6%
Koszty zmienne, w tym:	22,9	21,4	7,0%	84,3	83,2	1,3%
<i>Papier</i>	19,4	17,3	12,1%	71,8	64,6	11,1%
RAZEM koszty stałe i zmienne	32,1	31,9	0,6%	122,0	119,6	2,0%

Począwszy od czwartego kwartału 2010 r. druk większości dodatków heatsetowych do *Gazety Wyborczej* został przeniesiony z drukarni zewnętrznych do drukarni Agory w Pile, co wpłynęło w 2011 r. na wyższy poziom kosztów stałych przypisanych do produktów *Gazety Wyborczej* w stosunku do roku poprzedniego. W samym czwartym kwartale 2011 r. poziom kosztów stałych przypisanych do *Gazety Wyborczej* był niższy ze względu na mniejsze niż rok wcześniej nakłady i objętości drukowanych produktów.

W czwartym kwartale 2011 r. koszty zmienne ogółem wzrosły o 7,0%. Wzrost kosztów zużycia papieru w 2011 r., pomimo niższych wolumenów *Gazety Wyborczej*, spowodowany był silnym wzrostem cen papieru oraz wyższym niż rok wcześniej kursem wymiany EUR/PLN.

1.2.2. Koszty reprezentacji i reklamy

W czwartym kwartale 2011 r. wydatki na reprezentację i reklamę segmentu były o 17,1% niższe niż w analogicznym okresie 2010 r. głównie za sprawą niższych nakładów na promocję *Gazety Wyborczej* oraz Projektów Specjalnych. W całym 2011 r. wydatki na reprezentację i reklamę segmentu były o 13,6% niższe niż w 2010 r.

1.3 Dodatkowe informacje

W 2011 r. biura reklamy *Gazety Wyborczej* i *Metra* uzyskały wyróżnienie i zostały kolejny raz wybrane najlepszymi zespołami sprzedaży dzienników w corocznym rankingu *Media&Marketing Polska*. Zebrały najwyższe noty w 4 spośród 6 ocenianych kategorii i zostały opisane w raporcie jako wzorcowe.

Edukacja w finansach, wspólny projekt *Gazety Wyborczej*, portalu *Gazeta.pl* i *Deutsche Bank PBC* otrzymał prestiżową nagrodę *European Excellence Award* w kategorii *komunikacja finansowa* na grudniowej *Gali Europejskich Nagród Komunikacyjnych* w Amsterdamie.

2. PRASA BEZPŁATNA [3], [4]

W czwartym kwartale 2011 r. *Metro* czytało 1,8 mln czytelników w ciągu tygodnia (6,1% zasięgu czytelniczego wg, wskaźnika CCS), tj. o ponad 1 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 1,7 mln czytelników) - plasowało się na trzecim miejscu wśród dzienników ogólnopolskich. *Metro* było też pierwszym tytułem (ex aequo z *Gazetą Wyborczą*) wśród dzienników, po które najczęściej sięgali czytelnicy w Warszawie (36,7% zasięgu; 0,47 mln czytelników).

W całym 2011 r. tygodniowy zasięg czytelnicy *Metra* (czyli wg wskaźnika CCS) wyniósł 5,8% (1,8 mln czytelników), co oznacza, że *Metro* miało o 1,0 mln czytelników więcej niż *Dziennik Gazetę Prawną* i o prawie 0,6 mln czytelników więcej niż *Rzeczpospolita*. Oznacza to, że w omawianym okresie pod względem czytelnictwa *Metro* - ex aequo z *Super Expressem* (5,9% zasięgu i 1,8 mln czytelników) - plasowało się na trzecim miejscu wśród dzienników ogólnopolskich. Tytuł ten był też drugim dziennikiem, po które najczęściej sięgali czytelnicy w Warszawie (31,0% zasięgu i 0,4 mln czytelników); pierwsza *Gazeta Wyborcza* miała: 37,0% zasięgu i 0,48 mln czytelników).

Wpływy reklamowe *Metra* w czwartym kwartale 2011 r. były niższe o 2,3%, w tym wpływy z reklam wymiarowych o około 1,5%. W tym samym czasie wydatki na ogłoszenia wymiarowe we wszystkich dziennikach spadły o prawie 17,5%. Takim wynikiem *Metro* zwiększyło swój udział w wydatkach na reklamę we wszystkich dziennikach o prawie 1 pkt% do ponad 4,5%. W omawianym okresie *Metro* zwiększyło swój udział w wydatkach na reklamę w dziennikach ogólnopolskich o 1 pkt% do ponad 4%, w dziennikach stołecznych o 1,5 pkt% do 16%, a w dziennikach lokalnych o 0,5 pkt% do ponad 3%. W całym 2011 r. wpływy reklamowe *Metra* były niższe o 3,2%, w tym wpływy z reklam wymiarowych o ponad 3%. W okresie tym wydatki na ogłoszenia wymiarowe we wszystkich dziennikach spadły o 12,5% w porównaniu z 2010 r. W 2011 r. *Metro* zwiększyło swój udział w wydatkach na reklamę we wszystkich dziennikach o prawie 0,5 pkt% do prawie 4,5%, w dziennikach stołecznych o ponad 1,5 pkt% do 15%, a w dziennikach lokalnych o ponad 0,5 pkt% do ponad 3%.

W czwartym kwartale 2011 r. dobre wyniki sprzedaży i skuteczna optymalizacja kosztów umożliwiły osiągnięcie zysku na poziomie EBITDA operacyjna w wysokości 2,0 mln zł. Wynik ten utrzymał się na tym samym poziomie co w czwartym kwartale 2010 r. W 2011 r. wynik *Metra* na poziomie EBITDA operacyjna wyniósł 4,7 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., AdTaily Sp. z o.o. oraz Sport4People Sp. z o.o.

Tab. 9

w mln zł	IV kwartał 2011	IV kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010	I-IV kwartał 2011	I-IV kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010
Łączne przychody, w tym:	32,6	31,3	4,2%	114,0	101,8	12,0%
Przychody ze sprzedaży reklam internetowych (1)	25,3	22,7	11,5%	82,7	69,9	18,3%
Przychody ze sprzedaży ogłoszeń w wortalach (2)	5,7	6,1	(6,6%)	24,3	23,3	4,3%
Razem koszty operacyjne, w tym:	(29,2)	(28,5)	2,5%	(107,7)	(97,1)	10,9%
Koszty łączny i usług komputerowych	(0,8)	(0,8)	-	(3,0)	(3,1)	(3,2%)
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (3)	(12,2)	(11,4)	7,0%	(48,4)	(43,5)	11,3%
Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych	-	(0,2)	-	(0,6)	(0,5)	20,0%
Amortyzacja	(1,3)	(1,6)	(18,8%)	(5,9)	(6,7)	(11,9%)
Reprezentacja i reklama (1)	(5,4)	(7,1)	(23,9%)	(18,7)	(19,9)	(6,0%)
EBIT	3,4	2,8	21,4%	6,3	4,7	34,0%
marża EBIT	10,4%	8,9%	1,5pkt %	5,5%	4,6%	0,9pkt %
EBITDA	4,7	4,4	6,8%	12,2	11,4	7,0%
marża EBITDA	14,4%	14,1%	0,3pkt %	10,7%	11,2%	(0,5pkt %)
EBITDA operacyjna (3)	4,7	4,6	2,2%	12,8	11,9	7,6%
marża EBITDA operacyjna	14,4%	14,7%	(0,3pkt %)	11,2%	11,7%	(0,5pkt %)

1) podane kwoty nie zawierają pełnych kosztów i przychodów z wzajemnej promocji pomiędzy różnymi działalnościami Grupy Agora (jedynie bezpośrednio 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., AdTaily Sp. z o.o. oraz Sport4People 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 czwartym kwartale 2011 r. segment Internet poprawił wynik operacyjny EBIT o 21,4% do kwoty 3,4 mln zł [1], głównie za sprawą wyższych przychodów ze sprzedaży reklam internetowych. Analogicznie, w całym 2011 r. wynik operacyjny segmentu był lepszy o 34,0% w porównaniu z 2010 r. i wyniósł 6,3 mln zł [1].

1. PRZYCHODY

Całkowite przychody segmentu Internet wzrosły w czwartym kwartale 2011 r. o 4,2% do kwoty 32,6 mln zł, a w całym 2011 r. wyniosły one 114,0 mln zł i były wyższe o 12,0% w stosunku do 2010 r. W obu tych okresach wynika to głównie ze wzrostu przychodów ze sprzedaży reklam internetowych.

W czwartym kwartale 2011 r. przychody ze sprzedaży reklam internetowych wzrosły o 11,5% do kwoty 25,3 mln zł, przy rynkowym wzroście wydatków na reklamę graficzną i e-mail marketing o około 8,5%. W całym 2011 r. przychody ze sprzedaży reklam internetowych w segmencie Internet wzrosły o 18,3%.

Przychody ze sprzedaży ogłoszeń w wortalach zmniejszyły się w czwartym kwartale 2011 r. o 6,6%. Na spadek przychodów z ogłoszeń istotny wpływ miały niższe o 0,3 mln przychody ze sprzedaży łączonej oferty ogłoszeniowej w prasie i internecie oraz niższe wpływy ze sprzedaży ogłoszeń w serwisach nieruchomości. Pomimo tego, w całym 2011 r. przychody ze sprzedaży ogłoszeń w wortalach wzrosły o 4,3% do kwoty 24,3 mln zł.

W czwartym kwartale 2011 r. przychody Trader.com (Polska) Sp. z o.o. wyniosły 5,0 mln zł i były na poziomie analogicznego okresu 2010 r. Przychody z działalności internetowej wyniosły 4,3 mln zł, a z działalności prasowej 0,7 mln zł. Spółka osiągnęła w czwartym kwartale 2011 r. zysk operacyjny EBIT w wysokości 1,2 mln zł, a w całym 2011 r. zysk operacyjny wyniósł 4,8 mln zł.

2. KOSZTY

W czwartym kwartale 2011 r. koszty operacyjne segmentu Internet wzrosły o 2,5%, 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). W całym 2011 r. koszty operacyjne wzrosły o 10,9% do kwoty 107,7 mln zł.

Wzrost kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników (bez niegotówkowych kosztów związanych z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych) wyniósł w czwartym kwartale 2011 r. 7,0% i był wynikiem m.in. wzrostu kosztów umów cywilno-prawnych oraz wzrostu zatrudnienia w pionie Internet Agory. Zatrudnienie w segmencie Internet na koniec czwartego kwartału 2011 r. było wyższe o 20 etatów w porównaniu z tym samym okresem 2010 r.

W czwartym kwartale 2011 r. wydatki reklamowe segmentu Internet zmniejszyły się o 23,9% w porównaniu do czwartego kwartału 2010 r., m.in. w wyniku ograniczenia wydatków marketingowych w portalu *Gazeta.pl*. W całym 2011 r. wartość wydatków reklamowych segmentu została ograniczona o 6,0% do kwoty 18,7 mln zł.

3. ISTOTNE INFORMACJE O DZIAŁALNOŚCI INTERNETOWEJ

W grudniu 2011 r. zasięg serwisów grupy *Gazeta.pl*, wśród polskich internautów, wyniósł 61,3% i uplasował grupę *Gazeta.pl* na trzecim miejscu wśród wydawców portali, po grupie *Onet.pl* i grupie *Wirtualna Polska - Orange*. Liczba użytkowników osiągnęła poziom 11,7 mln osób, co oznacza wzrost o 1,7% w porównaniu do analogicznego okresu ubiegłego roku. W grudniu 2011 r. użytkownicy łączący się z serwisami Agory z terenu Polski wykonali na portalu 1,1 mld odsłon, tj. o 1,0% mniej wobec grudnia 2010 r. i spędzili na nim średnio 2 godziny i 10 minut, czyli o 1 minutę mniej niż w grudniu 2010 r.[6].

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

W listopadzie 2011 r. Agora nabyła większościowe udziały w spółce Sport4People Sp. z o.o., która jest właścicielem portalu społecznościowego poświęconego piłce nożnej - *Futbolowo.pl*. W grudniu 2011 r. Agora została mniejszościowym udziałowcem GoldenLine Sp. z o.o., która jest właścicielem portalu społecznościowego poświęconego rozwojowi kariery zawodowej - *GoldenLine.pl*.

W czwartym kwartale 2011 r. uruchomiona została nowa wersja serwisu *wiadomosci.gazeta.pl* - największego serwisu informacyjnego grupy *Gazeta.pl*, którego specjalnością są relacje na żywo z najważniejszych wydarzeń dnia.

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	IV kwartał 2011	IV kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010	I-IV kwartał 2011	I-IV kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010
Łączne przychody, w tym	18,9	20,6	(8,3%)	75,3	83,6	(9,9%)
Przychody ze sprzedaży wydawnictw	8,4	9,3	(9,7%)	31,7	37,5	(15,5%)
Przychody ze sprzedaży reklam (1)	10,2	11,2	(8,9%)	42,8	45,6	(6,1%)
Razem koszty operacyjne, w tym:	(28,2)	(17,1)	64,9%	(73,4)	(67,7)	8,4%
Materiały, energia, towary i usługi poligraficzne	(7,2)	(6,6)	9,1%	(26,6)	(26,1)	1,9%
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (2)	(4,3)	(4,2)	2,4%	(17,3)	(16,8)	3,0%
Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych	-	(0,2)	-	(0,4)	(0,5)	(20,0%)
Amortyzacja	-	(0,1)	-	(0,1)	(0,3)	(66,7%)
Reprezentacja i reklama (1)	(4,3)	(4,6)	(6,5%)	(13,2)	(17,6)	(25,0%)
Zdarzenie jednorazowe (3)	(11,2)	-	-	(11,2)	-	-
EBIT	(9,3)	3,5	-	1,9	15,9	(88,1%)
marża EBIT	(49,2%)	17,0%	(66,2pkt %)	2,5%	19,0%	(16,5pkt %)
EBITDA	(9,3)	3,6	-	2,0	16,2	(87,7%)
marża EBITDA	(49,2%)	17,5%	(66,7pkt %)	2,7%	19,4%	(16,7pkt %)
EBITDA operacyjna (2)	(9,3)	3,8	-	2,4	16,7	(85,6%)
marża EBITDA operacyjna	(49,2%)	18,4%	(67,6pkt %)	3,2%	20,0%	(16,8pkt %)
EBIT po eliminacji zdarzenia jednorazowego (3)	1,9	3,5	(45,7%)	13,1	15,9	(17,6%)
marża EBIT po eliminacji zdarzenia jednorazowego (3)	10,1%	17,0%	(6,9pkt %)	17,4%	19,0%	(1,6pkt %)
EBITDA po eliminacji zdarzenia jednorazowego (3)	1,9	3,6	(47,2%)	13,2	16,2	(18,5%)
marża EBITDA po eliminacji zdarzenia jednorazowego (3)	10,1%	17,5%	(7,4pkt %)	17,5%	19,4%	(1,9pkt %)
EBITDA operacyjna (2), (3) po eliminacji zdarzenia jednorazowego	1,9	3,8	(50,0%)	13,6	16,7	(18,6%)
marża EBITDA operacyjna po eliminacji zdarzenia jednorazowego (3)	10,1%	18,4%	(8,3pkt %)	18,1%	20,0%	(1,9pkt %)

(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;

(3) Powyższe zdarzenie jednorazowe obejmuje odpisy aktualizujące wartość wybranych tytułów prasowych w segmencie Czasopisma.

Podkreślić należy, że zgodnie z wymogami Międzynarodowych Standardów Rachunkowości, Grupa przeprowadza testy na utratę wartości aktywów poszczególnych ośrodków generujących przepływy pieniężne ("cash generating unit"). W efekcie, testy te dokonywane są odrębnie m.in. w odniesieniu do poszczególnych tytułów czasopism. Zgodnie z powyższym wymogiem nie jest możliwe kompensowanie nadwyżki wartości odzyskiwalnej zidentyfikowanej na jednym tytule z niedoborem na innym tytule w ramach tego samego segmentu biznesowego. W konsekwencji, odpisy na poszczególnych ośrodkach generujących przepływy pieniężne są dokonywane nawet jeśli nie ma konieczności dokonywania takich odpisów z punktu widzenia łącznej wartości całości segmentu biznesowego (w tym wypadku Czasopism).

W związku z odpisami aktualizującymi wybranych tytułów prasowych, w czwartym kwartale 2011 r., strata operacyjna EBITDA segmentu wyniosła 9,3 mln zł. W całym 2011 r. EBITDA operacyjna segmentu wyniosła 2,4 mln zł, natomiast marża EBITDA operacyjna osiągnęła poziom 3,2% [1]. Gdyby wyeliminować wpływ powyższych odpisów aktualizujących wartość wybranych tytułów prasowych, segment odnotowałby zysk na poziomie EBITDA operacyjna zarówno w czwartym kwartale jak i w całym 2011 r. w wysokości, odpowiednio: 1,9 mln zł i 13,6 mln zł.

1. PRZYCHODY

W 2011 r. wpływy ze sprzedaży wydawnictw spadły o 15,5% natomiast przychody ze sprzedaży reklam o 6,1 %, w efekcie czego całkowite przychody segmentu zmniejszyły się o 9,9% w porównaniu do 2010 r. W samym czwartym kwartale 2011 r. przychody segmentu były o 8,3% niższe niż w analogicznym okresie roku ubiegłego. Wpływ na to miały głównie niższe o 9,7% przychody ze sprzedaży wydawnictw oraz niższe o 8,9% przychody ze sprzedaży reklam. Spadek przychodów ze sprzedaży wydawnictw wynika z obniżenia ceny egzemplarzowej podstawowych wydań *Poradnika Domowego* i *Dziecka* (odpowiednio w marcu i maju 2011 r.) oraz z ogólnorynkowego trendu spadku sprzedaży egzemplarzowej wydawnictw prasowych. Na spadek przychodów reklamowych segmentu wpłynęło głównie ograniczenie budżetów promocyjnych reklamodawców z branż: wyposażenie wnętrz, budownictwo, higiena i pielęgnacja oraz żywność.

1.1. Sprzedaż czasopism

Tab. 11

w tys. egz.	IV kwartał 2011	IV kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010	I-IV kwartał 2011	I-IV kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010
Średnie rozpowszechnianie płatne miesięczników	976,5	963,2	1,4%	935,5	948,9	(1,4%)

Średnie rozpowszechnianie płatne miesięczników Agory w całym 2011 r. zmniejszyło się o 1,4% w stosunku do 2010 r. Natomiast w samym czwartym kwartale 2011 r. średnie rozpowszechnianie płatne wzrosło o 1,4% w stosunku do czwartego kwartału 2010 r. Istotne wzrosty sprzedaży egzemplarzowej odnotowały tytuły: *Poradnik Domowy*, *Avanti* i *Dziecko*.

1.2. Sprzedaż reklam

W czwartym kwartale 2011 r. przychody ze sprzedaży reklam w czasopismach Agory spadły o 8,9%. W całym 2011 r. spadek ten wyniósł 6,1%. Udział czasopism Agory w wydatkach reklamowych w magazynach ogólnopolskich zarówno w czwartym kwartale jak i w całym 2011 r. wyniósł 6,5%, natomiast w wydatkach reklamowych w miesięcznikach 10,4% w czwartym kwartale 2011 r. oraz 10,0% w całym 2011 r. (według danych cennikowych) [7].

2. KOSZTY

W czwartym kwartale 2011 r. koszty operacyjne segmentu wzrosły o 64,9% do 28,2 mln zł, głównie za sprawą odpisów aktualizacyjnych o charakterze jednorazowym. Dodatkowo wyższe (o 9,1%) były koszty materiałów i energii, zakupu towarów oraz usług poligraficznych, wynikające głównie ze wzrostu kursu wymiany euro do złotego. Nieznacznie wzrosły, w stosunku do czwartego kwartału 2010 r., wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników, co jest związane głównie ze zwiększeniem zmiennych składników wynagrodzenia.

W czwartym kwartale 2011 r. niższe (o 6,5%) były koszty reprezentacji i reklamy (dzięki mniejszej liczbie zrealizowanych kampanii promocyjnych i rezygnacji z części mutacji z dodatkami do *Poradnika Domowego* i *Dziecka*).

Wzrost kosztów w całym 2011 r. o 8,4% wynika głównie ze wspomnianych wcześniej odpisów aktualizacyjnych. Dodatkowo wyższe były (o 1,9%) koszty materiałów i energii, zakupu towarów oraz usług poligraficznych. Wzrost ten wynika głównie z wyższego poziomu kursu wymiany euro do złotego, który nie został skompensowany redukcją wysokości nakładów i objętości większości tytułów.

Czynnikiem zmniejszającym koszty operacyjne segmentu było ograniczenie liczby i intensywności kampanii promocyjnych, które przełożyło się na spadek kosztów reprezentacji i reklamy (o 25,0%) w 2011 r.

3. INNE ZDARZENIA

W grudniu 2011 r. uruchomiony został nowy serwis *magazyn-kuchnia.pl* prezentujący treści kulinarne.

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>	IV kwartał 2011	IV kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010	I-IV kwartał 2011	I-IV kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010
Łączne przychody, w tym:	49,0	48,3	1,4%	175,0	164,1	6,6%
Przychody ze sprzedaży reklam (1)	48,3	47,8	1,0%	171,5	161,7	6,1%
Razem koszty operacyjne, w tym:	(43,0)	(41,4)	3,9%	(160,0)	(158,9)	0,7%
Koszty realizacji kampanii	(8,1)	(8,1)	-	(27,8)	(27,3)	1,8%
Koszty utrzymania systemu	(18,9)	(19,4)	(2,6%)	(73,9)	(73,5)	0,5%
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (2)	(4,7)	(4,9)	(4,1%)	(19,7)	(18,7)	5,3%
Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych	(0,1)	(0,3)	(66,7%)	(0,8)	(0,9)	(11,1%)
Reprezentacja i reklama	(2,0)	(1,4)	42,9%	(5,4)	(6,0)	(10,0%)
Amortyzacja	(4,6)	(5,0)	(8,0%)	(18,3)	(21,3)	(14,1%)
Pozostałe koszty operacyjne netto	(0,2)	0,5	-	0,7	-	-
EBIT	6,0	6,9	(13,0%)	15,0	5,2	188,5%
marża EBIT	12,2%	14,3%	(2,1pkt %)	8,6%	3,2%	5,4pkt %
EBITDA (4)	10,6	11,9	(10,9%)	33,3	26,4	26,1%
marża EBITDA	21,6%	24,6%	(3,0pkt %)	19,0%	16,1%	2,9pkt %
EBITDA operacyjna (2), (4)	10,7	12,2	(12,3%)	34,1	27,3	24,9%
marża EBITDA operacyjna	21,8%	25,3%	(3,5pkt %)	19,5%	16,6%	2,9pkt %
Liczba powierzchni reklamowych (3)	23 821	23 841	(0,1%)	23 821	23 841	(0,1%)

- (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 czwartym kwartale 2011 r. segment Reklamy Zewnętrznej wypracował zysk operacyjny EBIT w wysokości 6,0 mln zł. Przychody reklamowe wzrosły o 1,0%, przy rynkowym spadku wydatków na reklamę zewnętrzną o ponad 6,5%.

Wzrost przychodów segmentu o 6,6% w całym 2011 r. oraz kontrola kosztów operacyjnych przyczyniły się do poprawy wyników finansowych segmentu Reklamy Zewnętrznej. W 2011 r. EBIT segmentu wzrósł o 188,5% do kwoty 15,0 mln zł, a marża EBITDA operacyjna wzrosła o 2,9 pkt% do poziomu 19,5%.

1. PRZYCHODY [8]

W czwartym kwartale 2011 r. wartość wydatków na reklamę zewnętrzną, według szacunków IGRZ, spadła o ponad 6,5% w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. W całym 2011 r. wydatki na rynku reklamy zewnętrznej były o ponad 0,5% niższe niż w 2010 r. [8].

Dynamika przychodów ze sprzedaży reklam grupy AMS pozytywnie odbiegała od dynamiki całego rynku notując wzrosty zarówno w czwartym kwartale jak i w całym 2011 r. o odpowiednio 1% oraz 6,1%.

Dzięki pozytywnej dynamice przychodów ze sprzedaży reklam, szacowany udział AMS w wydatkach na reklamę zewnętrzną, w czwartym kwartale 2011 r. jak i całym 2011 r. wzrósł o blisko 4 pkt% do poziomu odpowiednio: 32% i 30%. [8]

2. KOSZTY

W czwartym kwartale 2011 r. koszty operacyjne w grupie AMS wzrosły o 3,9% głównie na skutek wyższych kosztów reprezentacji i reklamy oraz pozostałych kosztów operacyjnych netto.

Wydatki na reprezentację i reklamę segmentu były wyższe o 42,9% głównie za sprawą kosztów promocji nowo zdefiniowanych przez AMS kanałów komunikacji marketingowej: *Street Matrix* i *Digital Matrix* oraz aplikacji do planowania kampanii: *AMS Metrics*. Dodatkowo, w czwartym kwartale 2011 r. segment zrealizował kampanie z zakresu komunikacji społecznej o większej łącznej wartości niż kampanie zrealizowane w analogicznym okresie roku ubiegłego.

Pozostałe koszty operacyjne netto w czwartym kwartale 2011 r. wyniosły 0,2 mln zł i były związane głównie z kosztami likwidacji nośników.

Niższe koszty utrzymania systemu w czwartym kwartale 2011 r. to głównie efekt weryfikacji portfela nośników oraz działań optymalizujących koszty energii.

Koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników spadły w czwartym kwartale 2011 r. w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego o 4,1%, w efekcie zawiązania niższych rezerw na niewykorzystane urlopy oraz na gotówkowe plany motywacyjne realizowane w Grupie.

Niższe o 8,0% koszty amortyzacji w czwartym kwartale 2011 r., w porównaniu do czwartego kwartału 2010 r., są m.in. wynikiem pełnego zamortyzowania z końcem 2010 r. niektórych nośników reklamowych.

W całym 2011 r. AMS utrzymał koszty operacyjne na poziomie zbliżonym do roku ubiegłego (wzrost o 0,7%) przy równoczesnym wzroście przychodów o 6,6%.

Wzrost o 5,3% kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników w 2011 r. 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 gotówkowe plany motywacyjne realizowane w Grupie.

Do ograniczenia wzrostu kosztów operacyjnych istotnie przyczynił się spadek pozostałych kosztów operacyjnych netto w 2011 r., który wynika głównie z zakończenia niektórych postępowań sankcyjnych za zajęcie pasa drogi bez zezwolenia oraz mniejszej niż w roku ubiegłym liczby zlikwidowanych nośników.

Dodatkowo, w 2011 r. segment ograniczył koszty reprezentacji i reklamy o 10,0% dzięki przeprowadzeniu, w drugim i trzecim kwartale 2011 r., mniejszej liczby kampanii z zakresu komunikacji społecznej oraz kampanii patronacko – komercyjnych, których część patronacka rozliczana jest w formie kompensaty i obciąża koszty reprezentacji i reklamy.

3. INNE ZDARZENIA

AMS uruchomił pierwszą na rynku aplikację do obliczania efektywności kampanii reklamowych na nośnikach reklamy zewnętrznej - *AMS Metrics*. Dzięki temu narzędziu, po raz pierwszy dla kampanii realizowanych na nośnikach reklamy zewnętrznej możliwe jest dostarczenie podstawowych wskaźników wykorzystywanych w innych mediach m.in. zasięg, liczba kontaktów, koszt dotarcia. *AMS Metrics* pozwala określić powyższe parametry w reklamie zewnętrznej dla wszystkich nośników w największych miastach Polski.

Dział sprzedaży AMS został najlepiej ocenianym przez klientów biurem reklamy zewnętrznej 2011, w corocznym prestiżowym rankingu branżowego tygodnika *Media i Marketing Polska*.

W ramach programu marketingu miejskiego *Bramy Kraju* AMS, przygotował siódmą konferencję dla samorządów pt. *Miasto po EURO. Jak wykorzystać dużą imprezę sportową do rozwoju miasta*. Podczas spotkania zaprezentowane zostały głosy ekspertów z Polski oraz doświadczenia RPA z *Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej* w 2010 r. Podjęto próbę odpowiedzi na główne pytanie konferencji - jak wykorzystać EURO 2012 do rozwoju miasta - w aspekcie architektury i urbanistyki miasta, społeczeństwa, transportu publicznego oraz promocji.

W uznaniu działań spółki wspierających kulturę AMS trzeci raz z rzędu uzyskał tytuł *Mecenasa Kultury Krakowa* w kategorii *Patron Medialny* oraz dodatkowo wyróżnienie w kategorii *Sponsor*.

IV.E. RADIO

Segment Radio zawiera skonsolidowane pro-forma dane pionu radiowego w Agorze S.A., wszystkich radiostacji lokalnych i stacji ponadregionalnej *TOK FM*, wchodzących w skład Grupy Agora, czyli: 20 stacji lokalnych nadających pod marką *Złote Przeboje* (nowa koncesja w Wolinie od marca 2011 r., a radiostacja nadaje od czerwca 2011 r.), 7 stacji lokalnych nadających pod marką *Roxy FM*, jednej radiostacji lokalnej oferującej muzykę w formacie AC (Adult Contemporary) oraz ponadregionalnej stacji *TOK FM* obejmującej 9 największych obszarów miejskich.

Tab. 13

w mln zł	IV kwartał 2011	IV kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010	I-IV kwartał 2011	I-IV kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010
Łączne przychody, w tym:	24,1	25,0	(3,6%)	86,1	77,6	11,0%
Przychody ze sprzedaży reklam (1), (3)	23,5	24,1	(2,5%)	84,5	75,8	11,5%
Razem koszty operacyjne, w tym: (3)	(22,9)	(22,2)	3,2%	(82,7)	(73,9)	11,9%
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (2)	(6,3)	(6,5)	(3,1%)	(25,0)	(24,5)	2,0%
Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych	-	(0,2)	-	(0,5)	(0,5)	-
Licencje, czynsze i koszty łączności	(2,3)	(2,3)	-	(8,5)	(8,3)	2,4%
Amortyzacja	(0,7)	(0,6)	16,7%	(2,6)	(2,7)	(3,7%)
Reprezentacja i reklama (3)	(3,9)	(4,9)	(20,4%)	(16,6)	(17,1)	(2,9%)
EBIT	1,2	2,8	(57,1%)	3,4	3,7	(8,1%)
marża EBIT	5,0%	11,2%	(6,2pkt %)	3,9%	4,8%	(0,9pkt %)
EBITDA	1,9	3,4	(44,1%)	6,0	6,4	(6,3%)
marża EBITDA	7,9%	13,6%	(5,7pkt %)	7,0%	8,2%	(1,2pkt %)
EBITDA operacyjna (2)	1,9	3,6	(47,2%)	6,5	6,9	(5,8%)
marża EBITDA operacyjna	7,9%	14,4%	(6,5pkt %)	7,5%	8,9%	(1,4pkt %)

(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 czwartym kwartale 2011 r. segment Radio wypracował pozytywny wynik na poziomie EBITDA operacyjna w wysokości 1,9 mln zł. Ze względu na spadek przychodów oraz wzrost kosztów wynik ten był gorszy niż odnotowany w analogicznym okresie roku ubiegłego. W całym 2011 r. segment Radio wypracował pozytywny wynik EBITDA operacyjna w wysokości 6,5 mln zł.

1. PRZYCHODY [3]

Przychody segmentu Radio w czwartym kwartale 2011 r. zmniejszyły się o 3,6% do kwoty 24,1 mln zł. Na spadek przychodów segmentu wpłynęły głównie niższe o 2,5% przychody ze sprzedaży reklam. Warto podkreślić, że w tym czasie wartość wydatków na reklamę radiową spadła o prawie 7,5% w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego.

W całym 2011 r. przychody segmentu wzrosły o 11,0% do kwoty 86,1 mln zł, w tym przychody ze sprzedaży reklam wzrosły o 11,5% i wyniosły 84,5 mln zł. W tym czasie całkowite wydatki na reklamę radiową wzrosły o prawie 6,5%.

2. KOSZTY

W czwartym kwartale 2011 r. koszty operacyjne segmentu wzrosły o 3,2% do kwoty 22,9 mln zł, głównie w wyniku wzrostu kosztu zakupu czasu antenowego w stacjach należących do innych nadawców w związku ze świadczoną usługą pośrednictwa w zakupie reklamy. Wzrost kosztów z tego tytułu równoważony jest przychodami reklamowymi uzyskiwanymi z tej działalności.

Koszty reprezentacji i reklamy w czwartym kwartale 2011 r. były niższe o 1,0 mln zł w porównaniu do tego samego okresu poprzedniego roku ze względu na przeprowadzone wówczas duże akcje patronackie *Radia Żółte Przeboje*.

W całym 2011 r. koszty operacyjne segmentu wzrosły o 11,9% do kwoty 82,7 mln zł, głównie w wyniku wzrostu kosztu zakupu czasu antenowego w stacjach należących do innych nadawców. Wzrost kosztów z tego tytułu równoważony jest wyższymi przychodami reklamowymi.

3. UDZIAŁY W SŁUCHALNOŚCI [9]

W czwartym kwartale 2011 r. udział stacji muzycznych Grupy Agora w słuchalności wyniósł 7,2% i wzrósł o 0,1 pkt% w porównaniu do czwartego kwartału 2010 r.

W tym okresie udział w czasie słuchania ponadregionalnej stacji *TOK FM* wyniósł 5,5% we wszystkich miastach nadawania *TOK FM* i wzrósł o 0,4 pkt% w porównaniu z analogicznym okresem 2010 r.

W całym 2011 r. udział stacji muzycznych Grupy Agora w słuchalności wzrósł o 0,4 pkt% w porównaniu z rokiem 2010 r. i wyniósł 7,1%.

W całym 2011 r. udział w czasie słuchania *TOK FM* wyniósł 5,0% we wszystkich miastach nadawania *TOK FM* (5,1% w analogicznym okresie 2010 r.).

4. INNE ZDARZENIA

W czwartym kwartale 2011 r. *Tuba.fm* uruchomiła aplikację na *Facebooku* umożliwiającą przygotowanie własnej stacji na *Tuba.fm* w oparciu o informacje z profilu użytkownika.

Zwiększona została także dostępność *Tuba.fm* poprzez wdrożenie zaawansowanych aplikacji mobilnych na iPad'a oraz na telefony Nokia N9.

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 śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Agora.

Tab. 14

w mln zł	IV kwartał 2011	IV kwartał 2010	% zmiany 2011 do 2010	I-IV kwartał 2011	wrzesień - grudzień 2010
Łączne przychody, w tym:	60,2	46,1	30,6%	203,9	56,0
Przychody ze sprzedaży biletów do kina	42,0	33,2	26,5%	146,3	40,1
Przychody ze sprzedaży barowej	11,6	10,0	16,0%	42,1	12,1
Przychody ze sprzedaży reklam (2)	4,0	2,4	66,7%	11,7	3,3
Razem koszty operacyjne, w tym:	(55,0)	(44,0)	25,0%	(188,5)	(55,4)
Usługi obce	(30,2)	(25,2)	19,8%	(105,7)	(31,1)
Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów	(6,3)	(6,0)	5,0%	(24,6)	(7,7)
Wynagrodzenia i świadczenia	(6,9)	(6,7)	3,0%	(25,0)	(8,5)
Amortyzacja	(4,7)	(4,0)	17,5%	(18,0)	(5,4)
Reprezentacja i reklama (2)	(2,2)	(1,1)	100,0%	(4,9)	(1,3)
Zdarzenie jednorazowe (3)	(3,1)	-	-	(3,1)	-
Pozostałe koszty operacyjne netto	(1,6)	(1,0)	60,0%	(7,2)	(1,4)
EBIT	5,2	2,1	147,6%	15,4	0,6
marża EBIT	8,6%	4,6%	4,0pkt %	7,6%	1,1%
EBITDA	9,9	6,1	62,3%	33,4	6,0
marża EBITDA	16,4%	13,2%	3,2pkt %	16,4%	10,7%
EBITDA operacyjna (1)	9,9	6,1	62,3%	33,4	6,0
marża EBITDA operacyjna (1)	16,4%	13,2%	3,2pkt %	16,4%	10,7%
EBIT po eliminacji zdarzenia jednorazowego (3)	8,3	2,1	295,2%	18,5	0,6
marża EBIT po eliminacji zdarzenia jednorazowego (3)	13,8%	4,6%	9,2pkt %	9,1%	1,1%
EBITDA po eliminacji zdarzenia jednorazowego (3)	13,0	6,1	113,1%	36,5	6,0
marża EBITDA po eliminacji zdarzenia jednorazowego (3)	21,6%	13,2%	8,4pkt %	17,9%	10,7%
EBITDA operacyjna po eliminacji zdarzenia jednorazowego (1), (3)	13,0	6,1	113,1%	36,5	6,0
marża EBITDA operacyjna po eliminacji zdarzenia jednorazowego (1), (3)	21,6%	13,2%	8,4pkt %	17,9%	10,7%

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

- (3) Powyższe zdarzenie jednorazowe obejmuje odpisy aktualizujące wartości rzeczowych aktywów trwałych w jednym z obiektów kinowych wchodzącym w skład sieci kin Helios.

Podkreślić należy, że zgodnie z wymogami Międzynarodowych Standardów Rachunkowości, Grupa przeprowadza testy na utratę wartości aktywów poszczególnych ośrodków generujących przepływy pieniężne ("cash generating unit"). W efekcie, testy te dokonywane są odrębnie m.in. w odniesieniu do poszczególnych obiektów kinowych. Zgodnie z powyższym wymogiem nie jest możliwe kompensowanie nadwyżki wartości odzyskiwalnej zidentyfikowanej na jednym obiekcie kinowym z niedoborem na innym obiekcie kinowym w ramach tego samego segmentu biznesowego. W konsekwencji, odpisy na poszczególnych ośrodkach generujących przepływy pieniężne są dokonywane nawet jeśli nie ma konieczności dokonywania takich odpisów z punktu widzenia łącznej wartości całości segmentu biznesowego (w tym wypadku Kino).

1. PRZYCHODY [3]

Łączne przychody z działalności kinowej w czwartym kwartale 2011 r. były o 30,6% wyższe niż w analogicznym okresie roku ubiegłego i wyniosły 60,2 mln zł. Do wzrostu przychodów segmentu przyczyniły się przede wszystkim wyższe o 26,5% przychody ze sprzedaży biletów, w związku z 26% wzrostem liczby widzów w kinach sieci Helios, których liczba w czwartym kwartale 2011 r. wyniosła 2,4 mln osób.

W całym 2011 r. liczba widzów, którzy odwiedzili kina sieci Helios wzrosła o 8,7% w porównaniu z 2010 r. i wyniosła 8,3 mln osób.

W czwartym kwartale 2011 r. średnia cena biletu w kinach sieci Helios wyniosła 17,25 zł (netto) i wzrosła nieznacznie w stosunku do analogicznego okresu 2010 r. (o 0,5%). W tym czasie udział biletów na filmy 3D w całości sprzedanych biletów wyniósł ponad 27% i utrzymał się na tym samym poziomie co w analogicznym okresie 2010 r.

W całym 2011 r. średnia cena biletu w kinach sieci Helios wyniosła 17,62 zł (netto) i spadła o ponad 2% w stosunku do 2010 r., a udział biletów na filmy 3D w całości sprzedanych biletów wyniósł blisko 36,5% i wzrósł o blisko 1 pkt% w stosunku do 2010 r.

Zgodnie z danymi *boxoffice.pl* w czwartym kwartale 2011 r. zarówno liczba biletów do kin sprzedanych w Polsce (11,2 mln sztuk) jak i wpływy ze sprzedaży biletów odnotowały wzrost odpowiednio o 14% i 15% w porównaniu do analogicznego okresu roku poprzedniego. W całym 2011 r. liczba biletów do kin sprzedanych w Polsce wzrosła o ponad 3%, natomiast wpływy ze sprzedaży biletów wzrosły o ponad 1% w stosunku do 2010 r.

Wynik operacyjny (EBIT) działalności kinowej w czwartym kwartale 2011 r. wyniósł 5,2 mln zł, a w całym 2011 r. 15,4 mln zł. W obu tych okresach wynik ten był lepszy niż w analogicznych okresach 2010 r.

2. KOSZTY

W czwartym kwartale 2011 r., w efekcie weryfikacji długoterminowych prognoz finansowych, dokonano odpisów aktualizacyjnych w segmencie Kino w łącznej wysokości 3,1 mln zł. Na powyższą kwotę składają się odpisy aktualizujące wartości rzeczowych aktywów trwałych w jednym z obiektów kinowych wchodzącym w skład sieci kin Helios.

W tym okresie koszty operacyjne segmentu wyniosły 55 mln zł i były o 25% wyższe niż w czwartym kwartale 2010 r.

W całym 2011 r. koszty operacyjne segmentu Kino wyniosły 188,5 mln zł i były wyższe niż w 2010 r. Wzrost ten głównie wynika z wyższych kosztów usług obcych, w których księgowane są koszty zakupu kopii filmowych oraz koszty czynszów w centrach handlowych.

3. INNE ZDARZENIA

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 31 grudnia 2011 r. zamontowano 86 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). 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: styczeń - grudzień 2011 r. N= 48 757 wielkość próby dla Warszawy: N=2091, oraz październik – grudzień 2011 r.: N = 12 083; wielkość próby dla Warszawy: N = 508.

[5] Definicje wskaźników:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

[7] Dane dotyczące średniego rozpowszechniania płatnego miesięczników są danymi własnymi wydawcy. Dane cennikowe dotyczące czasopism pochodzą z monitoringu Kantar Media (poprzednio Expert Monitor); reklama komercyjna brandowa; pominięto miesięczniki specjalistyczne; uwzględniono 129 tytułów w okresie październik – grudzień 2011 r. oraz w całym 2011r.

[8] Źródło: raport IGRZ o wielkości przychodów wybranych spółek reklamy zewnętrznej: AMS S.A., BP Media, Business Consulting, CAM Media, Cityboard Media, Clear Channel Poland, Defi Poland, Gigaboard Polska, Mini Media, Ströer Out of Home oraz Warexpo. Raport ten jest opracowany przez IGRZ w oparciu o faktyczne dane finansowe przekazywane przez wymienione podmioty 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 październik-grudzień: (próba dla 2010: 10 450 oraz dla 2011: 10 477, za okres styczeń-grudzień: próba dla 2010: 41 869 oraz dla 2011: 41 982); dla TOK FM: miasta nadawania za okres październik-grudzień w grupie wiekowej 15+ (próba dla 2010: 7 729 oraz dla 2011: 7 755, za okres styczeń-grudzień: próba dla 2010: 30 976 oraz dla 2011: 31 050).

[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 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

► Nabycie udziałów GoldenLine Sp. z o.o.

W dniu 29 grudnia 2011 r., Spółka poinformowała, że w dniu 29 grudnia 2011 r. zawarła umowę sprzedaży udziałów oraz umowę wspólników spółki GoldenLine Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie. W wyniku zawartych umów Agora nabyła 72 udziały w GoldenLine Sp. z o.o. stanowiące 36% kapitału zakładowego spółki oraz dające prawo do 72 głosów, stanowiących 36% głosów na zgromadzeniu wspólników (dalej "Udziały"). Łączna cena nabycia Udziałów wyniosła 11 520 tys. zł.

► Zmiany w spółkach zależnych

W dniu 25 listopada 2011 r., Spółka, w wyniku zakupu części udziałów od właścicieli Sport4People Sp. z o.o. oraz objęcia nowych udziałów na skutek podwyższenia kapitału zakładowego, stała się posiadaczem 93 udziałów Sport4People Sp. z o.o., które dają jej 51,67% udziału w kapitale zakładowym spółki i odpowiednio 51,67% na zgromadzeniu wspólników.

W dniu 24 listopada 2011 r. wspólnicy spółki A2 Multimedia Sp. z o.o. podjęli uchwałę o podwyższeniu kapitału zakładowego spółki o 7 200 nowoutworzonych udziałów o wartości nominalnej 500 zł każdy (razem 3 600 tys. zł), z których Agora S.A. objęła 3 600 udziałów za wkład pieniężny w wysokości łącznej 1 800 tys. zł. Ponadto, w dniu 29 grudnia 2011 r. Agora S.A. dokonała sprzedaży 3 900 udziałów A2Multimedia Sp. z o.o. W wyniku powyższych transakcji, po dniu zarejestrowania przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy, XII Wydział Gospodarczy KRS w Warszawie, co nastąpiło w dniu 25 stycznia 2012 r. Agora S.A. posiadała 3 700 udziałów w kapitale zakładowym spółki, które dają jej 24,34% udziału w kapitale zakładowym spółki i odpowiednio 24,34% głosów na zgromadzeniu wspólników.

W dniu 31 stycznia 2012 r., Spółka dokonała sprzedaży 3 700 udziałów A2Multimedia Sp. z o.o. W wyniku tej transakcji, Agora S.A. nie posiada już udziałów w A2 Multimedia Sp. z o.o.

► Zmiany w składzie Zarządu

W raporcie bieżącym z dnia 29 grudnia 2011 r., Spółka poinformowała, że w dniu 29 grudnia 2011 r., członek zarządu Tomasz Józefacki złożył rezygnację z uczestnictwa w zarządzie Spółki ze skutkiem na dzień 31 stycznia 2012 r.

W raporcie bieżącym z dnia 4 stycznia 2012 r., Spółka poinformowała, że stosownie do par. 28 ust. 3 Statutu Spółki Zarząd powołał w drodze kooptacji do swojego grona Marka Jackiewicza i Stanisława Turnaua.

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

Tab. 15

a. akcje	stan na 31.12.2011	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)	1 000	0	0	1 000
Grzegorz Kossakowski	44 451	0	0	44 451
b. prawa do akcji	stan na 31.12.2011	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 30.09.2011
Piotr Niemczycki	0	0	0	0
Zbigniew Bąk	0	0	0	0
Tomasz Józefacki (1)	0	0	0	0
Grzegorz Kossakowski	0	0	0	0
c. akcje	stan na 27.02.2012	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 31.12.2011
Piotr Niemczycki	1 548 373	0	0	1 548 373
Zbigniew Bąk	68 006	0	0	68 006
Tomasz Józefacki (1)	1 000	0	0	1 000
Grzegorz Kossakowski	44 451	0	0	44 451
Marek Jackiewicz (2)	100 000	-	-	-
Stanisław Turnau (3)	119 292	-	-	-
d. prawa do akcji	stan na 27.02.2012	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 31.12.2011
Piotr Niemczycki	0	0	0	0
Zbigniew Bąk	0	0	0	0
Tomasz Józefacki (1)	0	0	0	0
Grzegorz Kossakowski	0	0	0	0
Marek Jackiewicz (2)	0	0	0	0
Stanisław Turnau (3)	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.

- (1) Tomasz Józefacki pełnił funkcję członka zarządu do dnia 31 stycznia 2012 r. Stan posiadania akcji i praw do akcji jest stanem obowiązującym do dnia 31 stycznia 2012 r.
- (2) Marek Jackiewicz jest członkiem zarządu od 4 stycznia 2012 r. Stan posiadania akcji i praw do akcji jest stanem obowiązującym od dnia 4 stycznia 2012 r.
- (3) Stanisław Turnau jest członkiem zarządu od 4 stycznia 2012 r. Stan posiadania akcji i praw do akcji jest stanem obowiązującym od dnia 4 stycznia 2012 r.

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

Tab. 16

a. akcje	stan na 31.12.2011	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

b. akcje	stan na 27.02.2012	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 31.12.2011
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 10 listopada 2011 r. uległa istotnym zmianom w odniesieniu do dnia przekazania niniejszego raportu.

Na podstawie powyższych zawiadomień, na dzień 10 listopada 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 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

► Istotne zmiany struktury akcjonariatu

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 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 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.

W raporcie bieżącym z dnia 4 listopada 2011 r., Zarząd Agory S.A. poinformował o powzięciu informacji od BZ WBK Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A. (zwane dalej Towarzystwem), działającego w imieniu Arka BZ WBK Funduszu Inwestycyjnego Otwartego (zwanego dalej Funduszem), o zmniejszeniu posiadanego przez Fundusz udziału w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu Agory S.A. W wyniku przeprowadzonych transakcji sprzedaży akcji Spółki w dniu 28 października 2011 roku, Fundusz stał się posiadaczem 7 054 883 akcji Spółki, co stanowiło 13,85% kapitału zakładowego Spółki, dających prawo do 7 054 883 głosów, co stanowiło 10,37% w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu Spółki.

W raporcie bieżącym z dnia 3 stycznia 2012 r., Zarząd Agory S.A. poinformował, iż w nawiązaniu do raportu bieżącego nr 71/2005 z dnia 16 września 2005 r. o planie motywacyjnym, w dniu 3 stycznia 2012 r. otrzymał od Agory-Holding Sp. z o.o. ("Agora-Holding") zawiadomienie o przeniesieniu przez Agorę-Holding, w wykonaniu umowy darowizny, 339 605 akcji zwykłych Spółki na rzecz Partycypacyjnego Funduszu Inwestycyjnego Zamkniętego ("Partycypacyjny Fundusz") zarządzanego przez Skarbiec Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A. Partycypacyjny Fundusz został utworzony w celu realizacji planu motywacyjnego Agory S.A. oraz jej spółek zależnych. W wyniku zbycia akcji, o którym mowa powyżej, udział Agory-Holding w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu Agory SA zmniejszył się o 0,499% i wynosi 33,53% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki.

W raporcie bieżącym z dnia 4 stycznia 2012 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 grudnia 2011 r., klienci BZ WBK stali się posiadaczami 9 318 618 akcji, co stanowiło 18,29% kapitału zakładowego Spółki, dających prawo do 9 318 618 głosów, co stanowiło 13,69% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki.

W raporcie bieżącym z dnia 4 stycznia 2012 r., Zarząd Agory S.A. poinformował o powzięciu informacji od Towarzystwa, działającego w imieniu Funduszu, o zmniejszeniu posiadanego przez Fundusz udziału w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu Agory S.A. W wyniku przeprowadzonych transakcji sprzedaży akcji Spółki w dniu 28 grudnia 2011 roku, Fundusz stał się posiadaczem 5 585 522 akcji Spółki, co stanowiło 10,97% kapitału zakładowego Spółki, dających prawo do 5 585 522 głosów, co stanowiło 8,21% w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu Spółki.

W raporcie bieżącym z dnia 4 stycznia 2012 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. W wyniku sprzedaży akcji Spółki w dniu 28 grudnia 2011 roku Fundusze stały się posiadaczami 6 870 685 akcji, co stanowiło 13,49% kapitału zakładowego Spółki, dających prawo do 6 870 685 głosów, co stanowiło 10,09% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki.

W raporcie bieżącym z dnia 4 stycznia 2012 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 10%. W wyniku sprzedaży akcji Spółki w dniu 29 grudnia 2011 roku Fundusze stały się posiadaczami 6 570 685 akcji, co stanowiło 12,90% kapitału zakładowego Spółki, dających prawo do 6 570 685 głosów, co stanowiło 9,65% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki.

W raporcie bieżącym z dnia 5 stycznia 2012 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 30 grudnia 2011 r., klienci BZ WBK stali się posiadaczami 7 938 618 akcji, co stanowiło 15,59% kapitału zakładowego Spółki, dających prawo do 7 938 618 głosów, co stanowiło 11,66% 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 3 stycznia 2012 r.)	5 692 420	11,18	22 818 820	33,53
BZ WBK Asset Management S.A. w tym: (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 5 stycznia 2012 r.)	7 938 618	15,59	7 938 618	11,66
BZ WBK Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A. (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 4 stycznia 2012 r.)	6 570 685	12,90	6 570 685	9,65
Arka BZ WBK FIO (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 4 stycznia 2012 r.)	5 585 522	10,97	5 585 522	8,21
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

- **W raporcie bieżącym z dnia 20 stycznia 2012 r.** Zarząd Agory S.A. poinformował, iż zgodnie z wymogami Międzynarodowych Standardów Rachunkowości, Grupa Agora ("Grupa") przeprowadziła testy na utratę wartości aktywów. W efekcie weryfikacji długoterminowych prognoz finansowych poszczególnych segmentów biznesowych Grupy, dokonano odpisów aktualizacyjnych w łącznej wysokości 14,3 mln zł. Na powyższą kwotę składają się odpisy aktualizujące wartość wybranych tytułów prasowych w segmencie Czasopisma oraz wartości rzeczowych aktywów trwałych w jednym z obiektów kinowych wchodzącego w skład sieci kin Helios.
- **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.

GRUPA AGORA

SKRÓCONE ŚRÓDROCZNE SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE FINANSOWE

na 31 grudnia 2011 r. oraz za 3 i 12 miesięcy zakończonych
31 grudnia 2011 r.

SKONSOLIDOWANY BILANS NA 31 GRUDNIA 2011 R.

	31 grudnia 2011 niebadane	30 września 2011 niebadane	31 grudnia 2010 zbadane
Aktywa			
Aktywa trwałe:			
Wartości niematerialne	419 236	424 174	427 337
Rzeczowe aktywa trwałe	760 157	755 488	763 047
Długoterminowe aktywa finansowe	251	251	201
Inwestycje rozliczane metodą praw własności	11 881	170	235
Należności długoterminowe i inne rozliczenia międzyokresowe	7 934	10 043	9 640
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	3 840	2 967	2 954
	1 203 299	1 193 093	1 203 414
Aktywa obrotowe:			
Zapasy	29 209	27 620	22 552
Należności krótkoterminowe i rozliczenia międzyokresowe	246 411	236 580	239 351
Należności z tytułu podatku dochodowego	1 424	531	2 973
Krótkoterminowe aktywa finansowe	197 872	199 488	154 828
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	125 505	117 001	182 358
	600 421	581 220	602 062
Aktywa razem	1 803 720	1 774 313	1 805 476

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

SKONSOLIDOWANY BILANS NA 31 GRUDNIA 2011 R. (C.D.)

	Nota	31 grudnia 2011 niebadane	30 września 2011 niebadane	31 grudnia 2010 zbadane
Pasywa				
Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej:				
Kapitał zakładowy		50 937	50 937	50 937
Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej		147 192	147 192	147 192
Kapitał z przeliczenia sprawozdań finansowych spółek zagranicznych		(114)	(65)	(130)
Zyski z lat ubiegłych i roku bieżącego		1 048 049	1 039 598	1 023 053
		1 246 064	1 237 662	1 221 052
Udziały niekontrolujące		17 253	16 010	15 500
Kapitał własny		1 263 317	1 253 672	1 236 552
Zobowiązania długoterminowe:				
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego		45 270	49 699	49 376
Długoterminowe kredyty i pożyczki	3	142 459	140 250	188 833
Pozostałe zobowiązania finansowe		27 691	29 888	30 050
Rezerwa na świadczenia emerytalne		1 914	2 079	1 865
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe		4 007	4 125	3 373
		221 341	226 041	273 497
Zobowiązania krótkoterminowe:				
Rezerwa na świadczenia emerytalne		195	68	138
Zobowiązania krótkoterminowe		182 729	150 938	164 366
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego		3 222	2 437	874
Krótkoterminowe kredyty i pożyczki	3	70 527	79 085	66 369
Rezerwy na zobowiązania		6 786	7 190	10 143
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe		55 603	54 882	53 537
		319 062	294 600	295 427
Pasywa razem		1 803 720	1 774 313	1 805 476
Średnia ważona liczba akcji		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 DWANAŚCIE MIESIĘCY ZAKOŃCZONYCH 31 GRUDNIA 2011 R.

		Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2011 niebadane	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2011 niebadane	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2010 niebadane	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2010 zbadane
	Nota				
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	4	335 849	1 234 553	340 766	1 116 742
Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów		(211 772)	(790 794)	(206 334)	(655 824)
Zysk brutto ze sprzedaży		124 077	443 759	134 432	460 918
Koszty sprzedaży		(68 339)	(254 612)	(70 600)	(252 427)
Koszty ogólnego zarządu		(31 268)	(119 216)	(33 644)	(112 320)
Pozostałe przychody operacyjne		5 826	18 902	8 664	25 334
Pozostałe koszty operacyjne		(22 945)	(36 949)	(8 551)	(36 617)
Zysk z działalności operacyjnej	4	7 351	51 884	30 301	84 888
Przychody finansowe		7 668	19 686	3 425	14 114
Koszty finansowe		(4 034)	(16 566)	(4 459)	(10 147)
Udział w zyskach (stratach) netto jednostek rozliczanych metodą praw własności		76	11	(157)	(980)
Zysk brutto		11 061	55 015	29 110	87 875
Podatek dochodowy		(1 409)	(11 226)	(10 827)	(16 006)
Zysk netto		9 652	43 789	18 283	71 869
Przypadający na:					
Akcjonariuszy jednostki dominującej		8 890	42 171	18 011	71 894
Udziały niekontrolujące		762	1 618	272	(25)
		9 652	43 789	18 283	71 869
Podstawowy/rozwodniony zysk przypadający na jedną akcję (w zł)		0,17	0,83	0,35	1,41

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

SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z CAŁKOWITYCH DOCHODÓW ZA TRZY I DWANAŚCIE MIESIĘCY ZAKOŃCZONYCH 31 GRUDNIA 2011 R.

	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2011 niebadane	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2011 niebadane	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2010 niebadane	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2010 zbadane
Zysk netto za okres	9 652	43 789	18 283	71 869
Różnice kursowe z przeliczenia sprawozdań finansowych spółek zagranicznych	(49)	16	139	352
Inne całkowite dochody ogółem	(49)	16	139	352
Całkowite dochody ogółem za okres	9 603	43 805	18 422	72 221
Przypadające na:				
Akcjonariuszy jednostki dominującej	8 841	42 187	18 887	72 246
Udziały niekontrolujące	762	1 618	(465)	(25)
	9 603	43 805	18 422	72 221

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

SKONSOLIDOWANE ZESTAWIENIE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM ZA TRZY I DWANAŚCIE MIESIĘCY ZAKOŃCZONYCH 31 GRUDNIA 2011 R.

	Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej							
	Kapitał zakładowy	Akcje własne	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	Kapitał z przeliczenia sprawozdań finansowych spółek zagranicznych	Zyski z lat ubiegłych i roku bieżącego	Razem	Udziały niekontrolujące	Kapitał własny razem
Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2011 r.								
Stan na 30 września 2011 r. niebadane	50 937	-	147 192	(65)	1 039 598	1 237 662	16 010	1 253 672
Całkowite dochody za okres sprawozdawczy								
Zysk netto okresu	-	-	-	-	8 890	8 890	762	9 652
Inne całkowite dochody ogółem	-	-	-	(49)	-	(49)	-	(49)
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	-	(49)	8 890	8 841	762	9 603
Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym								
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli								
Koszt płatności w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych	-	-	-	-	917	917	-	917
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli ogółem	-	-	-	-	917	917	-	917
Zmiany w udziale własnościowym w jednostkach podporządkowanych, które nie skutkują utratą kontroli								
Nabycie udziałów niekontrolujących	-	-	-	-	(230)	(230)	230	-
Nabycie jednostki zależnej (nota 13)	-	-	-	-	-	-	252	252
Ujęcie zobowiązania z tytułu opcji put przyznanych udziałowcom niekontrolującym (nota 13)	-	-	-	-	(1 126)	(1 126)	-	(1 126)
Dodatkowe zaangażowania udziałowca niekontrolującego	-	-	-	-	-	-	-	-
Pozostałe	-	-	-	-	-	-	(1)	(1)
Zmiany w udziale własnościowym w jednostkach podporządkowanych ogółem	-	-	-	-	(1 356)	(1 356)	481	(875)
Transakcje z właścicielami ogółem	-	-	-	-	(439)	(439)	481	42
Stan na 31 grudnia 2011 r. niebadane	50 937	-	147 192	(114)	1 048 049	1 246 064	17 253	1 263 317

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

SKONSOLIDOWANE ZESTAWIENIE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM ZA TRZY I DWANAŚCIE MIESIĘCY ZAKOŃCZONYCH 31 GRUDNIA 2011 R.
(C. D.)

	Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej					Razem	Udziały niekontrolujące	Kapitał własny razem
	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			
Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 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	-	-	-	-	42 171	42 171	1 618	43 789
Inne całkowite dochody ogółem	-	-	-	16	-	16	-	16
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	-	16	42 171	42 187	1 618	43 805
Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym								
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli								
Koszt płatności w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych	-	-	-	-	9 706	9 706	-	9 706
Dywidendy uchwalone	-	-	-	-	(25 469)	(25 469)	-	(25 469)
Dywidendy spółek zależnych	-	-	-	-	-	-	(404)	(404)
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli ogółem	-	-	-	-	(15 763)	(15 763)	(404)	(16 167)
Zmiany w udziale własnościowym w jednostkach podporządkowanych, które nie skutkują utratą kontroli								
Nabycie udziałów niekontrolujących	-	-	-	-	(286)	(286)	286	-
Nabycie jednostki zależnej (nota 13)	-	-	-	-	-	-	252	252
Ujęcie zobowiązania z tytułu opcji put przyznanych udziałowcom niekontrolującym (nota 13)	-	-	-	-	(1 126)	(1 126)	-	(1 126)
Dodatkowe zaangażowanie udziałowca niekontrolującego	-	-	-	-	-	-	1	1
Zmiany w udziale własnościowym w jednostkach podporządkowanych ogółem	-	-	-	-	(1 412)	(1 412)	539	(873)
Transakcje z właścicielami ogółem	-	-	-	-	(17 175)	(17 175)	135	(17 040)
Stan na 31 grudnia 2011 r. niebadane	50 937	-	147 192	(114)	1 048 049	1 246 064	17 253	1 263 317

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

SKONSOLIDOWANE ZESTAWIENIE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM ZA TRZY I DWANAŚCIE MIESIĘCY ZAKOŃCZONYCH 31 GRUDNIA 2011 R.
(C. D.)

	Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej						Udziały niekontrolujące	Kapitał własny razem
	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		
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 płatności 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.

SKONSOLIDOWANY RACHUNEK PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH ZA TRZY I DWANAŚCIE MIESIĘCY ZAKOŃCZONYCH 31 GRUDNIA 2011 R.

	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2011 niebadane	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2011 niebadane	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2010 niebadane	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2010 zbadane
Działalność operacyjna				
Zysk brutto	11 061	55 015	29 110	87 875
Korekty o pozycje:				
Udział w zyskach (stratach) netto jednostek rozliczanych metodą praw własności	(76)	(11)	157	980
Amortyzacja rzeczowych aktywów trwałych	19 377	76 565	18 998	68 121
Amortyzacja wartości niematerialnych	3 159	16 222	3 557	14 344
(Zyski) /Straty z tytułu różnic kursowych	321	316	5	5
Odsetki, netto	3 427	14 164	3 743	6 667
(Zysk)/ strata z tytułu działalności inwestycyjnej	12 059	6 479	(391)	2 456
Zmiana stanu rezerw	(442)	(3 251)	(2 543)	(3 334)
Zmiana stanu zapasów	(1 589)	(6 657)	(4 491)	(5 021)
Zmiana stanu należności i czynnych rozliczeń międzyokresowych	(10 596)	(12 451)	(10 968)	(8 256)
Zmiana stanu zobowiązań	17 698	8 676	32 048	6 918
Zmiana stanu biernych rozliczeń międzyokresowych	851	2 774	2 884	4 089
Inne korekty (1)	(2 370)	6 932	4 939	13 056
Przepływy środków pieniężnych brutto	52 880	164 773	77 048	187 900
Podatek dochodowy zapłacony	(6 658)	(12 532)	(12 387)	(16 346)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej	46 222	152 241	64 661	171 554
Działalność inwestycyjna				
Przychody ze sprzedaży rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych	3 510	3 894	3 050	3 132
Spłata udzielonych pożyczek	200	200	-	-
Przychody z tytułu odsetek	1 586	3 027	-	2 210
Sprzedaż krótkoterminowych papierów wartościowych	62 478	142 562	-	61 790
Wydatki inwestycyjne na rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne	(21 733)	(73 307)	(17 217)	(51 596)
Wydatki netto na nabycie podmiotów zależnych, stowarzyszonych i współkontrolowanych	(12 565)	(12 615)	-	(97 640)
Nabycie krótkoterminowych papierów wartościowych	(59 766)	(179 110)	(54 000)	(56 000)
Pożyczki udzielone	-	(200)	-	-
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności inwestycyjnej	(26 290)	(115 549)	(68 167)	(138 104)
Działalność finansowa				
Wpływy z tytułu kredytów i pożyczek	5 000	9 600	104 900	125 903

	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2011 niebadane	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2011 niebadane	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2010 niebadane	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2010 zbadane
Dywidendy wypłacone akcjonariuszom jednostki dominującej	-	(25 469)	-	(25 469)
Dywidendy wypłacone udziałowcom niekontrolującym	-	(404)	-	(666)
Spłata kredytów i pożyczek	(10 793)	(52 757)	(15 169)	(62 860)
Płatności zobowiązań z tytułu umów leasingu finansowego	(2 734)	(10 392)	(2 539)	(3 029)
Odsetki	(2 847)	(13 496)	(3 628)	(6 718)
Pozostałe	(55)	(627)	(290)	(2 478)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności finansowej	(11 429)	(93 545)	83 274	24 683
Zmiana stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	8 503	(56 853)	79 768	58 133
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty				
Na początek okresu obrotowego	117 001	182 358	102 590	124 225
Na koniec okresu obrotowego	125 505	125 505	182 358	182 358

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

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

NOTY DO SKRÓCONEGO ŚRÓDROCZNEGO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO NA 31 GRUDNIA 2011 R. ORAZ ZA TRZY I DWANAŚCIE MIESIĘCY ZAKOŃCZONYCH 31 GRUDNIA 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 31 grudnia 2011 r. grupę kapitałową Agory („Grupa”) stanowiły: Agora S.A., 14 spółek zależnych, jedna spółka współzależna Business Ad Network Sp. z o.o. oraz dwie spółki stowarzyszone A2 Multimedia Sp. z o.o. oraz GoldenLine 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 dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2011 r., z danymi porównywalnymi na dzień oraz za trzy i dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2010 r.

Sprawozdanie finansowe zostało zatwierdzone do publikacji przez Zarząd Agory S.A. w dniu 27 lutego 2012 r.

2. PODSTAWA SPORZĄDZENIA SKRÓCONEGO ŚRÓDROCZNEGO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO

Skonsolidowany bilans na 31 grudnia 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 dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 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 31 grudnia 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 31 grudnia 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 ciągu roku Spółka spłaciła trzy raty kredytu bankowego zaciągniętego w latach poprzednich. Czwarta, kwartalna rata kredytu bankowego przypadająca na czwarty kwartał 2011 r. została pobrana przez bank w dniu 2 stycznia 2012 r. Na 31 grudnia 2011 r. zadłużenie z tego tytułu wynosiło 125 823 tys. zł, z tego 77 869 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 31 grudnia 2011 r., zadłużenie Helios S.A. wynosiło 87 163 tys. zł i składały się na nie:

- kredyty bankowe i pożyczki w łącznej wysokości 51 206 tys. zł (z tego 39 066 tys. zł jest prezentowane w zobowiązaniach długoterminowych),
- zobowiązania z tytułu leasingu finansowego wysokości 35 957 tys. zł (z tego 25 524 tys. zł jest prezentowane w zobowiązaniach długoterminowych) – dotyczą one głównie samochodów oraz wyposażenia kin.

4. PRZYCHODY I INFORMACJE O SEGMENTACH OPERACYJNYCH

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

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

- 1) Segment *Prasa Codzienna* obejmuje działalność Grupy dotyczącą działań realizowanych w ramach pionu Projektów Specjalnych (m.in. kolekcje wydawnicze) oraz wydawania *Gazety Wyborczej*, *Metra*, w tym funkcjonowania Pionu Druk Agory S.A. oraz Agory Poligrafii Sp. z o.o., których działalność operacyjna dotyczy głównie produkcji tych dzienników,
- 2) Segment *Internet* obejmuje funkcjonowanie Grupy w zakresie oferowania produktów i usług internetowych oraz multimedialnych, na co składa się działalność Pionu Internet Agory S.A., Trader.com (Polska) Sp. z o.o., LLC Agora Ukraine oraz AdTaily Sp. z o.o., a od 30 listopada 2011 r. Sport4People 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 S.A.,
- 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.

Wartość inwestycji w spółki stowarzyszone i współzależne wyceniane metodą praw własności obejmuje: wartości udzielonych w danym okresie sprawozdawczym pożyczek, wniesionych dopłat do kapitału, zakupionych i wniesionych udziałów przez Agorę SA. Prezentowane dane za trzy i dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2011 r. i 31 grudnia 2010 r. dotyczą A2 Multimedia Sp. z o.o., Business Ad Network Sp. z o.o. (od 28 kwietnia 2010 r.), oraz GoldenLine Sp. z o.o. (od 29 grudnia 2011 r.).

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 31 grudnia 2011 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Kino	Pozycje uzgadniające	Razem
Sprzedaż klientom zewnętrznym	155 466	31 379	18 834	47 703	22 082	58 830	1 555	335 849
Sprzedaż do innych segmentów (2)	2 195	1 218	22	1 327	1 949	1 386	(8 097)	-
Przychody ogółem	157 661	32 597	18 856	49 030	24 031	60 216	(6 542)	335 849
Koszty ogółem (1), (2), (3)	(134 295)	(29 172)	(28 230)	(42 980)	(22 769)	(54 978)	(16 074)	(328 498)
Zysk / (strata) operacyjny (a) (1)	23 366	3 425	(9 374)	6 050	1 262	5 238	(22 616)	7 351
Koszty i przychody finansowe							3 634	3 634
Udział w zyskach (stratach) netto jednostek podporządkowanych wycenionych metodą praw własności		76						76
Podatek dochodowy							(1 409)	(1 409)
Zysk netto								9 652

(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. (12 453 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 31 grudnia 2011 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Kino (3)	Pozycje uzgadniające	Razem
Amortyzacja operacyjna	(6 533)	(1 365)	(29)	(4 586)	(641)	(4 646)	(3 837)	(21 637)
Amortyzacja konsolidacyjna (1)	-	(845)	-	-	-	(134)	63	(916)
Odpisy aktualizujące	(3 249)	(1 151)	(11 289)	(943)	(653)	(3 056)	(250)	(20 591)
Odwrocenie odpisów aktualizujących	1 729	155	22	461	287	3	13	2 670
Koszt płatności w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych	(406)	(83)	(33)	(69)	(51)	-	(275)	(917)
Nakłady inwestycyjne (2)	8 435	2 481	95	4 849	1 271	812	16 251	34 194

(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 1 030 tys. zł.

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

Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2011 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Kino	Pozycje uzgadniające	Razem
Sprzedaż klientom zewnętrznym	588 328	110 696	75 111	170 839	82 099	201 041	6 439	1 234 553
Sprzedaż do innych segmentów (2)	6 147	3 254	173	4 198	3 979	2 907	(20 658)	-
Przychody ogółem	594 475	113 950	75 284	175 037	86 078	203 948	(14 219)	1 234 553
Koszty ogółem (1), (2), (3)	(500 689)	(107 650)	(73 429)	(160 004)	(82 622)	(188 503)	(69 772)	(1 182 669)
Zysk / (strata) operacyjny (a) (1)	93 786	6 300	1 855	15 033	3 456	15 445	(83 991)	51 884
Koszty i przychody finansowe							3 120	3 120
Udział w zyskach (stratach) netto jednostek podporządkowanych wycenionych metodą praw własności		11						11
Podatek dochodowy							(11 226)	(11 226)
Zysk netto								43 789

(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. (92 867 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.)

Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2011 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnątrzna	Radio	Kino (3)	Pozycje uzgadniające	Razem
Amortyzacja operacyjna	(29 005)	(5 939)	(135)	(18 276)	(2 556)	(17 967)	(15 672)	(89 550)
Amortyzacja konsolidacyjna (1)	-	(2 835)	-	-	(118)	(538)	254	(3 237)
Odpisy aktualizujące	(6 696)	(1 768)	(11 618)	(4 406)	(1 583)	(3 163)	(351)	(29 585)
Odwrocenie odpisów aktualizujących	3 814	396	200	2 471	926	102	40	7 949
Koszt płatności w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych	(4 340)	(644)	(418)	(803)	(544)	-	(2 957)	(9 706)
Nakłady inwestycyjne (2)	23 681	6 265	219	13 791	3 001	21 381	28 614	96 952

Stan na 31 grudnia 2011 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnątrzna	Radio	Kino (3)	Pozycje uzgadniające	Razem
Rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne (4)	290 856	74 016	62 153	262 497	65 072	233 920	190 879	1 179 393
Inwestycje w spółki stowarzyszone i współzależne wyceniane metodą praw własności	-	11 881	-	-	-	-	-	11 881

(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 9 753 tys. zł;

(4) pozycje uzgadniające zawierają głównie wartość siedziby Spółki (136 531 tys. zł) oraz pozostałe rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne pionów wspomagających Agory S.A. i Agory TC Sp. z o.o., nieuwjęte w poszczególnych segmentach oraz korekty konsolidacyjne.

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

Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2010 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Kino	Pozycje uzgadniające	Razem
Sprzedaż klientom zewnętrznym	171 535	30 630	20 507	46 856	23 522	46 025	1 691	340 766
Sprzedaż do innych segmentów (2)	1 753	723	66	1 455	1 503	86	(5 586)	-
Przychody ogółem	173 288	31 353	20 573	48 311	25 025	46 111	(3 895)	340 766
Koszty ogółem (1), (2), (3)	(138 576)	(28 454)	(17 073)	(41 396)	(22 210)	(44 011)	(18 745)	(310 465)
Zysk / (strata) operacyjny (a) (1)	34 712	2 899	3 500	6 915	2 815	2 100	(22 640)	30 301
Koszty i przychody finansowe							(1 034)	(1 034)
Udział w zyskach (stratach) netto jednostek podporządkowanych wycenionych metodą praw własności		(157)						(157)
Podatek dochodowy							(10 827)	(10 827)
Zysk netto								18 283

(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. (25 033 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 31 grudnia 2010 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Kino	Pozycje uzgadniające	Razem
Amortyzacja operacyjna	(6 241)	(1 560)	(49)	(5 008)	(649)	(4 025)	(4 258)	(21 790)
Amortyzacja konsolidacyjna (1)	-	(664)	-	-	(34)	(134)	63	(769)
Odpisy aktualizujące	(1 692)	(247)	(64)	(1 907)	(631)	(66)	(93)	(4 700)
Odwrócenie odpisów aktualizujących	1 851	185	90	1 180	558	126	369	4 359
Koszt płaćności w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych	(2 008)	(281)	(192)	(367)	(246)	-	(1 365)	(4 459)
Nakłady inwestycyjne (2)	2 704	533	6	3 452	1 117	13 494	5 832	27 138

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

(2) na podstawie zaksięgowanych w danym okresie faktur.

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

Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2010 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Kino (4)	Pozycje uzgadniające	Razem
Sprzedaż klientom zewnętrznym	638 894	100 078	83 423	156 340	73 659	55 899	8 449	1 116 742
Sprzedaż do innych segmentów (2)	5 089	1 726	174	7 736	3 950	115	(18 790)	-
Przychody ogółem	643 983	101 804	83 597	164 076	77 609	56 014	(10 341)	1 116 742
Koszty ogółem (1), (2), (3)	(496 612)	(97 062)	(67 676)	(158 904)	(73 903)	(55 399)	(82 298)	(1 031 854)
Zysk / (strata) operacyjny (a) (1)	147 371	4 742	15 921	5 172	3 706	615	(92 639)	84 888
Koszty i przychody finansowe							3 967	3 967
Udział w zyskach (stratach) netto jednostek podporządkowanych wycenionych metodą praw własności		(980)						(980)
Podatek dochodowy							(16 006)	(16 006)
Zysk netto								71 869

(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. (102 183 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-grudzień 2010 r.

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

Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2010 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Kino (4)	Pozycje uzgadniające	Razem
Amortyzacja operacyjna	(25 685)	(6 689)	(253)	(21 300)	(2 725)	(5 370)	(17 228)	(79 250)
Amortyzacja konsolidacyjna (1)	-	(2 654)	-	-	(636)	(179)	254	(3 215)
Odpisy aktualizujące	(6 307)	(3 506)	(391)	(5 993)	(3 029)	(94)	(7 867)	(27 187)
Odwroćenie odpisów aktualizujących	4 959	2 571	236	3 248	2 047	126	591	13 778
Koszt płatności w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych	(5 054)	(539)	(459)	(927)	(507)	-	(2 885)	(10 371)
Nakłady inwestycyjne (2)	9 727	3 284	42	8 915	1 924	13 901	17 021	54 814

Stan na 31 grudnia 2010 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Kino	Pozycje uzgadniające	Razem
Rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne (3)	296 199	75 527	73 300	271 018	64 757	206 774	202 809	1 190 384
Inwestycje w spółki stowarzyszone i współzależne wyceniane metodą praw własności	-	235	-	-	-	-	-	235

(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 (143 347 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-grudzień 2010 r.; kwota nakładów inwestycyjnych zawiera również wartość rzeczowych aktywów trwałych w leasingu w kwocie 10 662 tys. zł

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.

W 2011 r. został uruchomiony kolejny program motywacyjny oparty o instrumenty finansowe (certyfikaty inwestycyjne).

Podsumowanie danych nt. nowego programu 2011 r. :

	Plan motywacyjny 2011 r. (certyfikaty serii M)
Dzień przyznania (grant date):	14 grudnia 2011 r.
Miesiąc nabycia certyfikatów przez uprawnionych	wrzesień 2011 r.
Łączna liczba certyfikatów nabytych przez pracowników Grupy	339 605 szt.
Data nabycia uprawnień (vesting date) i okres nabywania uprawnień (vesting period):	25 czerwca 2012 r., 9 miesięcy (październik 2011 r. – czerwiec 2012 r.) Na każdy certyfikat serii M przypada 1,0 akcji Agory SA.
Warunki nabycia uprawnień	określone w regulaminie planu, w tym zatrudnienie w spółkach Grupy Agora SA na dzień nabycia uprawnień
Cena nabycia 1 certyfikatu inwestycyjnego	1 zł
Typ planu	rozliczany w instrumentach kapitałowych (equity settled)
W okresie nabywania uprawnień, Agora Holding Sp. z o.o. posiada nieodwołalne i bezwarunkowe prawo do odkupu certyfikatów po cenie ich nabycia.	

Wartość godziwa przyznanych certyfikatów ustalana jest przy użyciu modelu wyceny, biorącego pod uwagę następujące czynniki: wartość giełdową akcji Agory zbytych na rzecz funduszu, specyfikę i koszty działania funduszu, rodzaj przekazanych akcji oraz prawa i ograniczenia wynikające z posiadania certyfikatów. W konsekwencji, w modelu wyceny przyjęto dyskonto w wysokości 23,6% (szczegółowy opis modelu wyceny przedstawiono poniżej).

Wartość godziwa certyfikatów jest ustalana na dzień przyznania i ujmowana od miesiąca następnego po miesiącu, w którym nastąpiło objęcie certyfikatów przez uprawnionych pracowników przez okres nabywania uprawnień.

Historyczny wskaźnik utraty certyfikatów (FR, opisany poniżej), wskutek niespełnienia warunków nabycia uprawnień do przyznanych certyfikatów (w szczególności obowiązku zatrudnienia w Grupie Agora SA), koryguje liczbę instrumentów przyjętych do wyceny kosztów realizacji planu motywacyjnego.

Wartość godziwa certyfikatów inwestycyjnych i łączny koszt do alokowania w koszty Spółki na dzień przyznania zostały obliczone wg następującego modelu wyceny:

$$FMV = (B-S@grant\ date) \times (1-CD),$$

$$Koszt = FMV \times IC \times (1-FR)$$

gdzie:

1. FMV – wartość rynkowa certyfikatu na dzień przyznania,
2. B-S@grant date – wartość certyfikatów na dzień przyznania, obliczona wg modelu Blacka – Scholesa (dalej wg B-S) , przy następujących założeniach:
 - a. wartość certyfikatów na dzień przyznania została oszacowana jako wartość 6 miesięcznej opcji europejskiej typu call na akcje Agory SA na ten dzień,
 - b. parametry modelu B-S przyjęte dla ww. obliczeń:

		Plan motywacyjny 2011 r. (certyfikaty serii M)
Wartość rynkowa instrumentu bazowego (akcja Agory SA)	zł	11,9
Zmienność dla opcji 6 miesięcznej	%	25,7
Cena wykonania opcji	zł	1,0
Stopa wolna od ryzyka	%	4,6
Wartości opcji 6 miesięcznej	zł	10,9

3. CD - dyskonto dla zamkniętego funduszu inwestycyjnego, odzwierciedlające:
 - a. wycenę aktywów w funduszach zamkniętych,
 - b. prawa posiadaczy certyfikatów PFIZ,
 - c. koszty działania PFIZ,
4. IC – łączna liczba certyfikatów inwestycyjnych w PFIZ objętych przez pracowników w ramach planu,
5. FR - wskaźnik korygujący liczbę certyfikatów inwestycyjnych o historyczny procent pracowników, którzy nie spełnili warunków nabycia uprawnień w poprzednio realizowanych programach,
6. Kalkulacja wyceny:

		Plan motywacyjny 2011 r. (certyfikaty serii M)
B-S@grant date	zł	10,9
CD	%	23,6
Wartość rynkowa certyfikatów na dzień przyznania	zł	8,3
FR	%	2,7
IC	szt.	339 605
łączny koszt	tys. zł	2 750

Wpływ płatności opartych o instrumenty finansowe na sprawozdanie finansowe Grupy Agora:

	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2011	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2011	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2010	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2010
Rachunek zysków i strat – koszty świadczeń na rzecz pracowników	917	9 706	4 460	10 371
Kapitały własne	917	9 706	4 460	10 371

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

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 31 grudnia 2011	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2011	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2010	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2010
Na początek okresu	-	680 355	-	591 835
Przyznane	339 605	339 605	684 777	684 777
Utracone	(6 504)	(9 804)	(4 422)	(17 282)
Nabyte uprawnienia	-	(677 055)	-	(578 975)
Na koniec okresu	333 101	333 101	680 355	680 355

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

	Stan na 31 grudnia 2011	Nabyte uprawnienia w 2011	Utracone w 2011	Przyznane w 2011	Stan na 31 grudnia 2010
Plan motywacyjny 2011 r. (seria M i K)					
Piotr Niemczycki	8 569	(16 560)	-	8 569	16 560
Zbigniew Bąk	9 997	(19 320)	-	9 997	19 320
Tomasz Józefacki (1)	6 855	(15 548)	-	6 855	15 548
Grzegorz Kossakowski	6 855	(15 748)	-	6 855	15 748
	32 276	(67 176)	-	32 276	67 176

(1) Tomasz Józefacki pełnił funkcję członka Zarządu Agory S.A. do 31 stycznia 2012 r.

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
M	25 czerwca 2012 r.	9 miesięcy	październik 2011 r. – czerwiec 2012 r.	32 276

W czwartym kwartale 2011 r. koszt niegotówkowego kosztu certyfikatów nabytych przez Członków Zarządu, do ujęcia zgodnie ze standardem MSSF 2 wyniósł 87 tys. zł (czwarty kwartał 2010 r.: 438 tys. zł). Narastająco, w 2011 r. koszt ten wyniósł 963 tys. zł (2010 r.: 792 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 31 grudnia 2011	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2011	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2010	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2010
Na początek okresu	-	-	-	152 881
Przyznane	-	-	-	-
Utracone	-	-	-	-
Nabyte uprawnienia	-	-	-	(152 881)
Na koniec okresu	-	-	-	-

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

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

Wszystkie akcje posiadają pełne prawa do dywidendy i prawa głosu.

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

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

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

- (i) stopień realizacji celu odnoszącego się do wyniku EBITDA operacyjna Grupy Agora („Cel EBITDA”). Cel EBITDA określony został jako skumulowana wartość wyniku EBITDA operacyjna (po eliminacji ewentualnych korekt, np. związanych z przejęciami spółek itp.) do osiągnięcia w latach 2010 – 2012. Wartość potencjalnej premii w tym elemencie zależna będzie od stopnia realizacji Celu EBITDA i będzie ona określona w oparciu o zaudytowane skonsolidowane sprawozdania finansowe Grupy za lata 2010 – 2012. W przypadku gdyby Cel EBITDA został zrealizowany w stopniu poniżej 70%, Cel EBITDA uznaje się za niezrealizowany i premia w tym elemencie Trzyletniego Planu Motywacyjnego nie zostanie przyznana,

(ii) stopień aprecjacji ceny giełdowej akcji Spółki („Cel Wzrostu Wartości Akcji”). Wartość potencjalnej premii w tym elemencie Trzyletniego Planu Motywacyjnego, zależna będzie od stopnia aprecjacji kursu w przyszłości, wyliczanego jako różnica pomiędzy średnią z kursów zamknięcia notowań akcji Spółki w okresie 1.01.2010 r. – 31.03.2010 r., wynoszącą 23,09 zł („Kurs Bazowy”), a średnią z kursów zamknięcia notowań akcji Spółki w okresie 1.01.2013 r. – 31.03.2013 r., lecz nie więcej niż 35 zł („Kurs Odniesienia”), skorygowaną o: (i) sumę dywidend na 1 akcję Spółki, do których akcjonariusze nabyli prawo w okresie 1.04.2010 r. – 31.03.2013 r. oraz (ii) korektę z tytułu ewentualnego skup akcji własnych w celu umorzenia w okresie 1.04.2010 r. – 31.03.2013 r. („Cena Akcji do Wyliczenia Premii”). W przypadku gdyby Cena Akcji do Wyliczenia Premii była niższa niż 25,41 zł, Cel Wzrostu Wartości Akcji uznaje się za niezrealizowany i premia w tym elemencie Trzyletniego Planu Motywacyjnego nie zostanie przyznana.

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

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

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

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

kurs akcji Agory S.A. na dzień bilansowy, którego dotyczy sprawozdanie finansowe	zł	11,10
zmienność kursu akcji Agory S.A. w okresie ostatnich dwunastu miesięcy	%	37,20
kurs bazowy	zł	23,09
stopa wolna od ryzyka	%	3,94 – 4,68 (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 85,0%.

Łączny wpływ Trzyletniego Planu Motywacyjnego na skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy Agora:

	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2011	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2011	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2010	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2010
Rachunek zysków i strat - koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników	(103)	1 051	1 729	1 729
Rachunek zysków i strat – podatek odroczony	19	(200)	(329)	(329)
Zobowiązania długoterminowe: rozliczenia międzyokresowe - stan na koniec okresu	2 780	2 780	1 729	1 729
Aktywo z tytułu podatku odroczonego - stan na koniec okresu	528	528	329	329

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

	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2011	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2011	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2010	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2010
Piotr Niemczycki	(11)	142	227	227
Zbigniew Bąk	(10)	171	257	257
Tomasz Józefacki (1)	(13)	112	190	190
Grzegorz Kossakowski	(13)	112	190	190
RAZEM	(47)	537	864	864

(1) Tomasz Józefacki pełnił funkcję członka Zarządu Agory S.A. do 31 stycznia 2012 r.

6. REZERWY I ODPISY AKTUALIZUJĄCE AKTYWA

W okresie od 1 stycznia 2011 r. do 31 grudnia 2011 r. skorygowano salda odpisów aktualizujących składniki majątkowe o następujące kwoty (w nawiasach kwota zmiany za czwarty kwartał 2011 r.):

- odpisy na należności: spadek o 1 134 tys. zł (wzrost o 1 438 tys. zł),
- odpisy na zapasy: spadek o 2 418 tys. zł (spadek o 205 tys. zł),
- odpisy aktualizujące wartość rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych: wzrost o 14 429 tys. zł (wzrost o 14 544 tys. zł).

Ponadto w okresie od 1 stycznia 2011 r. do 31 grudnia 2011 r. zmieniono salda następujących rezerw (w nawiasach kwota zmiany za czwarty kwartał 2011 r.):

- zmniejszono rezerwę na straty pewne i prawdopodobne o kwotę 3 186 tys. zł (spadek o 292 tys. zł),
- rozwiązano rezerwę na wyrok konstytucyjny w sprawie świadczeń chorobowych w wysokości 662 tys. zł (rozwiązano 662 tys. zł),
- zawiązano rezerwę na koszty wynagrodzeń i odprawy dla byłych członków Zarządu w wysokości 521 tys. zł (zawiązano 521 tys. zł),

- zwiększono rezerwę na odprawy emerytalne o kwotę 107 tys. zł (spadek o 37 tys. zł).

7. KAPITAŁY WŁASNE

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

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

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

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

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

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

8. ZOBOWIĄZANIA POZABILANSOWE

Na 31 grudnia 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
			31 grudnia 2011	31 grudnia 2010	
Udzielone przez Agora S.A.					
Bank Pekao S.A.	Pracownicy Agory	20.04.2012 - 30.10.2014	623	911	-
Grupa Allegro S.A.	BAN Sp. z o.o.	31.03.2012	1 015	-	-
Weksle wystawione przez AMS S.A.					
Gmina Wrocław	AMS S.A.	31.12.2012	156	156	-
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 31 grudnia 2011 r. rezerwy z tego tytułu w wysokości 3 598 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 31 grudnia 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 2 743 tys. zł (dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2010 r.: 2 086 tys. zł).

Wynagrodzenia wypłacone przez Agorę S.A. Radzie Nadzorczej wynosiły 396 tys. zł (dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2010 r.: 396 tys. zł).

Członkowie Zarządu oraz członkowie Rady Nadzorczej Agory S.A. nie nabyli akcji Agory w okresie trzech i dwunastu miesięcy zakończonych 31 grudnia 2011 r. i odpowiednio 31 grudnia 2010 r., z wyjątkiem jednego z członków Zarządu, który nabył akcje Agory S.A. w trzecim kwartale 2011 r. (więcej w tabeli 15 w części V Komentarza Zarządu do raportu za trzeci kwartał 2011 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 31 grudnia 2011	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2011	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2010	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2010
Spółki powiązane				
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	1 111	3 224	1 408	2 149
Zakupy dóbr i usług	(180)	(911)	(251)	(957)
Przychody finansowe z tytułu odsetek od pożyczek udzielonych	3	11	-	-
Zysk ze sprzedaży udziałów	122	122	-	-
Pozostałe przychody operacyjne	-	-	-	63

	31 grudnia 2011	30 września 2011	31 grudnia 2010
Spółki powiązane			
Należności krótkoterminowe	1 006	454	340
Zobowiązania krótkoterminowe	316	55	49
Pożyczki udzielone	-	208	-

Wszystkie transakcje pomiędzy podmiotami Grupy są transakcjami typowymi.

12. OPIS ORGANIZACJI GRUPY KAPITAŁOWEJ

Wykaz spółek wchodzących w skład Grupy Kapitałowej:

	% posiadanych akcji / udziałów (efektywnie)	
	31 grudnia 2011	30 września 2011
Spółki zależne konsolidowane		
1 Agora Poligrafia Sp. z o.o., Tychy	100,0%	100,0%
2 Art Marketing Syndicate S.A. (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 (6)	75,2%	70,1%
12 Helios S.A., Łódź	82,78%	82,78%
13 Sport4People Sp. z o.o., Kraków (3)	51,7%	-
Jednostki współzależne i stowarzyszone wyceniane metodą praw własności		
14 A2 Multimedia Sp. z o.o., Warszawa (5)	24,3%	50,0%
15 Business Ad Network Sp. z o.o., Wrocław	50,0%	50,0%
16 GoldenLine Sp. z o.o., Warszawa (4)	36,0%	-
Spółki nie objęte konsolidacją i wyceną praw własności		
17 Polskie Badania Internetu Sp. z o.o., Warszawa	15,8%	25,0%
18 Projekt Inwestycyjny Sp. z o.o., Warszawa (1)	100,0%	100,0%
19 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) zakup udziałów w dniu 25 listopada 2011 r.;

(4) zakup udziałów w dniu 29 grudnia 2011 r.;

(5) sąd zarejestrował tę zmianę w dniu 25 stycznia 2012 r.

(6) do czasu publikacji raportu kwartalnego zmiana ta nie została zarejestrowana.

13. POŁĄCZENIA, ZAKUP I SPRZEDAŻ JEDNOSTEK GOSPODARCZYCH

W dniu 24 listopada 2011 r. wspólnicy spółki A2 Multimedia Sp. z o.o. podjęli uchwałę o podwyższeniu kapitału zakładowego spółki o 7 200 nowoutworzonych udziałów o wartości nominalnej 500 zł każdy (razem 3 600 tys. zł), z których Agora S.A. objęła 3 600 udziałów za wkład pieniężny w wysokości łącznej 1 800 tys. zł. Ponadto, w dniu 29 grudnia 2011 r. Agora S.A. dokonała sprzedaży 3 900 udziałów A2Multimedia Sp. z o.o. W wyniku powyższych transakcji, po dniu zarejestrowania przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy, XII Wydział Gospodarczy KRS w Warszawie, co nastąpiło w dniu 25 stycznia 2012 r. Agora S.A. posiadała 3 700 udziałów w kapitale zakładowym spółki, które dają jej 24,34% udziału w kapitale zakładowym spółki i odpowiednio 24,34% głosów na zgromadzeniu wspólników.

W dniu 15 grudnia 2011 r. wspólnicy AdTaily Sp z o.o. podjęli uchwałę o podwyższeniu kapitału zakładowego spółki o 145 nowoutworzonych udziałów o wartości nominalnej 50 zł każdy (razem 7,25 tys. zł), które w całości objęła Agora za wkład pieniężny w wysokości łącznej 761,25 tys. zł. Nadwyżka wartości wkładu na udziały nad ich wartością nominalną została przelana na kapitał zapasowy spółki. Wysokość kapitału zakładowego po podwyższeniu wynosi 42 tys. zł i składa się z 840 udziałów, po 50 zł każdy. W wyniku tej transakcji, Agora S.A. posiada obecnie 632 udziałów w kapitale zakładowym, które dają jej 75,24% udziału w kapitale zakładowym spółki i odpowiednio 75,24% na zgromadzeniu wspólników. Powyższa transakcja do czasu publikacji raportu kwartalnego nie została zarejestrowana.

W dniu 29 grudnia 2011 r. Spółka zawarła umowę sprzedaży udziałów oraz umowę wspólników spółki GoldenLine Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie. W wyniku zawartych umów Agora nabyła 72 udziały w GoldenLine Sp. z o.o. stanowiące 36% kapitału zakładowego spółki oraz dające prawo do 72 głosów, stanowiących 36% głosów na zgromadzeniu wspólników (dalej "Udziały"). Łączna cena nabycia udziałów wyniosła 11 520 tys. zł. Spółka jest konsolidowana metodą praw własności.

Na mocy zmienionej umowy spółki oraz umowy wspólników podpisanej przez dotychczasowych wspólników spółki ("Wspólnicy") i Agorę, Agora otrzymała szereg uprawnień typowych dla udziałowca niekontrolującego.

Umowa wspólników przewiduje również możliwość skorzystania przez Wspólników z prawa zbycia swoich udziałów Agorze oraz przez Agorę z prawa nabycia udziałów Wspólników, ale nie są to bezwzględne zobowiązania i każda ze stron może się zwolnić z tych zobowiązań poprzez głosowanie na zgromadzeniu wspólników spółki za realizacją alternatywnych scenariuszy upłynnienia udziałów spółki.

► Nabycie spółki Sport4People Sp. z o.o.

W dniu 25 listopada 2011 r. Agora w wyniku zakupu części udziałów od dotychczasowych właścicieli spółki Sport4People sp. z o.o. („Sport4People”) oraz objęcia nowych udziałów na skutek podwyższenia kapitału zakładowego stała się posiadaczem 93 udziałów spółki, które dają jej 51,67% udziału w kapitale zakładowym spółki i odpowiednio 51,67% głosów na zgromadzeniu wspólników. Agora podpisała również z dotychczasowymi właścicielami umowę inwestycyjną dotyczącą między innymi warunkowego prawa nabycia ("opcja call"), a także warunkowego zobowiązania do nabycia ("opcja put") pozostających w ich posiadaniu udziałów Sport4People.

Rozliczenie nabycia

Rozliczenie transakcji nabycia Sport4People zostało dokonane zgodnie z MSSF 3. Grupa zdecydowała się na wycenę udziałów niekontrolujących w nabytej spółce wg proporcjonalnego udziału w możliwych do zidentyfikowania aktywach netto jednostki przejmowanej. Spółka została objęta konsolidacją metodą pełną od dnia 30 listopada 2011 r.

W okresie od dnia nabycia do 31 grudnia 2011 r. przychody oraz strata netto Sport4People ujęte w przychodach oraz wyniku netto Grupy Agora wyniosły odpowiednio 33 tys. zł i 3 tys. zł. Gdyby połączenie miało miejsce na początku roku, to przychody Grupy Agora za okres kończący się 31 grudnia 2011 r. wyniosłyby 1 235,0 mln zł a zysk netto 43,9 mln zł.

Koszty bezpośrednio związane z transakcją nabycia wyniosły 11 tys. zł i zostały ujęte w kosztach ogólnego zarządu rachunku zysków i strat Grupy Agora.

Wartość godziwa aktywów i zobowiązań Sport4People na dzień nabycia kształtowała się następująco:

	Wartość bilansowa na dzień nabycia	Wartość godziwa na dzień nabycia
dane w tys. zł		
Aktywa		
Aktywa trwałe		
Wartości niematerialne	26	26
Aktywa obrotowe		
Należności krótkoterminowe i rozliczenia międzyokresowe	102	102
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	434	434
Aktywa razem	562	562
Zobowiązania		
Zobowiązania krótkoterminowe		
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług	(22)	(22)
Pozostałe zobowiązania krótkoterminowe	(18)	(18)
Zobowiązania razem	(40)	(40)
Możliwe do zidentyfikowania aktywa netto w wartości godziwej		521
Udziały niekontrolujące		(252)
Wartość firmy na moment nabycia		1 095
Cena nabycia		1 364

Wartość firmy

Wartość firmy odzwierciedla m.in. umiejętności, doświadczenia i wiedzę zespołu. Nie przewiduje się, aby jakkolwiek część ujętej wartości firmy podlegała odliczeniu dla celów podatkowych.

Ujęcie w skonsolidowanym sprawozdaniu opcji put

Przyznane dla udziałowców niekontrolujących „opcje put” spełniają definicję zobowiązania finansowego zgodnie z MSR 32 *Instrumenty finansowe: Prezentacja* i zostały rozpoznane w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym Grupy Agora. Udziałowcy niekontrolujący objęci „opcjami put” utrzymali swoje prawa do korzyści ekonomicznych związanych z posiadanymi udziałami.

Oszacowana wartość wykupu „opcji put” zaklasyfikowanej jako zobowiązanie finansowe na dzień 31 grudnia 2011 r. ujęta w skonsolidowanym bilansie Grupy Agora wyniosła 1 126 tys. zł (pozycja skonsolidowanego bilansu Grupy Agora: pozostałe zobowiązania finansowe) i pomniejszyła pozycję pozostałych kapitałów (pozycja skonsolidowanego bilansu Grupy Agora: zyski zatrzymane i bieżącego okresu). Spółka będzie rozpoznawać zmiany wartości tego zobowiązania w kolejnych okresach sprawozdawczych poprzez rachunek zysków i strat. Wartość zobowiązania Agory wynikającego z opcji put jest wyliczona w oparciu o szacowaną, możliwą cenę realizacji opcji, która zależy od szacowanej, przyszłej wartości kapitałów własnych Sport4People liczonej na podstawie stałego mnożnika EV/wynik netto określonego w umowie inwestycyjnej oraz szacowanych, przyszłych wartości wyniku netto. Zakres przyszłych wartości tego zobowiązania jest trudny do oszacowania, ponieważ zależy od wzrostu wyniku netto w przyszłości.

► 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 tworzyły 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.

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. Połączenie odbyło się bez podwyższenia kapitału zakładowego Helios S.A.

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 31 grudnia 2011 r. jej wartość wyniosła 26 409 tys. zł (31 grudnia 2010 r.: 29 669 tys. zł) - pozycja skonsolidowanego bilansu Grupy Agora: pozostałe zobowiązania finansowe.

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

Walutą funkcjonalną Agory SA oraz pozostałych spółek i walutą prezentacji niniejszego skonsolidowanego sprawozdania finansowego jest złoty polski. Na dzień 31 grudnia 2011 r. w skład Grupa Agora wchodziła jedna zagraniczna spółka zależna – LLC Agora Ukraine, której walutą funkcjonalną jest hrywna (UAH). Sprawozdanie finansowe tej spółki dla celów konsolidacji przeliczono na walutę złoty polski.

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

- Pozycje dotyczące rachunku zysków i strat oraz rachunku przepływów pieniężnych za cztery kwartały 2011 r. (za cztery kwartały 2010 r.) przeliczono według kursu stanowiącego średnią arytmetyczną średnich kursów ogłaszanych przez NBP obowiązujących na ostatni dzień każdego miesiąca czterech kwartałów. Kurs ten wyniósł 1 EURO = 4,1401 zł (1 EURO = 4,0044 zł).
- Pozycje bilansowe przeliczono według średniego kursu ogłoszonego przez NBP, obowiązującego na dzień bilansowy. Kurs ten wyniósł na 31 grudnia 2011 r. 1 EURO = 4,4168 zł, na 31 grudnia 2010 r. 1 EURO = 3,9603 zł.

15. PODZIAŁ ZYSKU ZA 2010 R.

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	
	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2011 niebadane	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2010 zbadane	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2011 niebadane	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2010 zbadane
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	1 234 553	1 116 742	298 194	278 879
Zysk z działalności operacyjnej	51 884	84 888	12 532	21 199
Zysk brutto	55 015	87 875	13 288	21 945
Zysk netto akcjonariuszy jednostki dominującej	42 171	71 894	10 186	17 954
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej	152 241	171 554	36 772	42 841
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności inwestycyjnej	(115 549)	(138 104)	(27 910)	(34 488)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności finansowej	(93 545)	24 683	(22 595)	6 164
Zmiana stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	(56 853)	58 133	(13 732)	14 517
Aktywa razem	1 803 720	1 805 476	408 377	455 894
Zobowiązania długoterminowe	221 341	273 497	50 113	69 060
Zobowiązania krótkoterminowe	319 062	295 427	72 238	74 597
Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej	1 246 064	1 221 052	282 119	308 323
Kapitał zakładowy	50 937	50 937	11 533	12 862
Średnia ważona liczba akcji (w szt.)	50 937 386	50 937 386	50 937 386	50 937 386
Zysk przypadający na jedną akcję (w zł / EURO)	0,83	1,41	0,20	0,35
Wartość księgowa na jedną akcję (w zł / EURO)	24,46	23,97	5,54	6,05

17. WYDARZENIA PO DACIE BILANSU

W dniu 31 stycznia 2012 r. Agora S.A. dokonała sprzedaży 3 700 udziałów A2 Multimedia Sp. z o.o. W wyniku tej transakcji, Agora S.A. nie posiada już udziałów w A2 Multimedia Sp. z o.o.

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

Jednostkowy bilans na 31 grudnia 2011 r.

	31 grudnia 2011 niebadane	30 września 2011 niebadane	31 grudnia 2010 zbadane
Aktywa			
Aktywa trwałe:			
Wartości niematerialne	80 027	86 437	87 332
Rzeczowe aktywa trwałe	370 074	361 043	362 974
Długoterminowe aktywa finansowe	512 429	498 657	497 496
Należności długoterminowe i inne rozliczenia międzyokresowe	46 431	47 025	50 523
	1 008 961	993 162	998 325
Aktywa obrotowe:			
Zapasy	17 072	17 546	15 595
Należności krótkoterminowe i rozliczenia międzyokresowe	184 597	178 292	178 845
Należności z tytułu podatku dochodowego	-	-	1 929
Krótkoterminowe aktywa finansowe	206 035	215 071	205 975
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	39 918	30 628	80 745
	447 622	441 537	483 089
Aktywa razem	1 456 583	1 434 699	1 481 414

Jednostkowy bilans na 31 grudnia 2011 r. (c.d.)

	31 grudnia 2011 niebadane	30 września 2011 niebadane	31 grudnia 2010 zbadane
Pasywa			
Kapitał własny:			
Kapitał zakładowy	50 937	50 937	50 937
Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	147 192	147 192	147 192
Pozostałe kapitały rezerwowe	112 904	112 117	104 669
Zysk z lat ubiegłych i roku bieżącego	823 796	820 971	829 018
	1 134 829	1 131 217	1 131 816
Zobowiązania długoterminowe:			
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	33 551	36 624	38 191
Długoterminowe kredyty i pożyczki	77 869	86 521	114 421
Rezerwa na świadczenia emerytalne	1 569	1 682	1 505
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	2 512	2 611	1 564
Pozostałe zobowiązania długoterminowe	62	62	234
	115 563	127 500	155 915
Zobowiązania krótkoterminowe:			
Rezerwa na świadczenia emerytalne	140	42	117
Zobowiązania krótkoterminowe	120 712	99 980	114 051
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego	1 849	1 681	-
Krótkoterminowe kredyty i pożyczki	47 954	38 497	42 414
Rezerwy na zobowiązania	2 361	2 265	2 066
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	33 175	33 517	35 035
	206 191	175 982	193 683
Pasywa razem	1 456 583	1 434 699	1 481 414
Średnia ważona liczba akcji	50 937 386	50 937 386	50 937 386

Jednostkowy rachunek zysków i strat za trzy i dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2011 r.

	Trzy miesiące zakończone	Dwanaście miesięcy zakończone	Trzy miesiące zakończone	Dwanaście miesięcy zakończone
	31 grudnia 2011 niebadane	31 grudnia 2011 niebadane	31 grudnia 2010 niebadane	31 grudnia 2010 zbadane
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	204 031	766 278	220 161	813 028
Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów	(114 407)	(434 625)	(115 652)	(428 960)
Zysk brutto ze sprzedaży	89 624	331 653	104 509	384 068
Koszty sprzedaży	(65 219)	(236 464)	(67 928)	(237 269)
Koszty ogólnego zarządu	(20 256)	(78 540)	(22 936)	(79 700)
Pozostałe przychody operacyjne	2 833	6 537	2 637	10 135
Pozostałe koszty operacyjne	(16 922)	(22 372)	(3 477)	(21 697)
Zysk/(Strata) z działalności operacyjnej	(9 940)	814	12 805	55 537
Przychody finansowe	16 539	35 654	6 403	31 168
Koszty finansowe	(4 075)	(11 210)	(6 593)	(13 017)
Zysk brutto	2 524	25 258	12 615	73 688
Podatek dochodowy	301	(5 012)	(4 156)	(9 715)
Zysk netto	2 825	20 246	8 459	63 973
Podstawowy/rozwodniony zysk przypadający na jedną akcję	0,06	0,40	0,17	1,26

Jednostkowe sprawozdanie z całkowitych dochodów za trzy i dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2011 r.

	Trzy miesiące zakończone	Dwanaście miesięcy zakończone	Trzy miesiące zakończone	Dwanaście miesięcy zakończone
	31 grudnia 2011 niebadane	31 grudnia 2011 niebadane	31 grudnia 2010 niebadane	31 grudnia 2010 zbadane
Zysk netto	2 825	20 246	8 459	63 973
Inne całkowite dochody ogółem	-	-	-	-
Całkowite dochody ogółem za okres	2 825	20 246	8 459	63 973

Jednostkowe zestawienie zmian w kapitale własnym za trzy i dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 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 31 grudnia 2011r.						
Stan na 30 września 2011 r. niebadane	50 937	-	147 192	112 117	820 971	1 131 217
Całkowite dochody za okres sprawozdawczy						
Zysk netto za okres	-	-	-	-	2 825	2 825
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	-	-	2 825	2 825
Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym						
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli						
Koszt płaćności w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych	-	-	-	787	-	787
Dywidendy uchwalone	-	-	-	-	-	-
Pozostałe	-	-	-	-	-	-
Całkowite dopłaty od i wypłaty do właścicieli	-	-	-	787	-	787
Stan na 31 grudnia 2011 r. niebadane	50 937	-	147 192	112 904	823 796	1 134 829

Jednostkowe zestawienie zmian w kapitale własnym za trzy i dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 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 2011 r.						
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	-	-	-	-	20 246	20 246
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	-	-	20 246	20 246
Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym						
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli						
Koszt płatności w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych	-	-	-	8 235	-	8 235
Dywidendy uchwalone	-	-	-	-	(25 469)	(25 469)
Pozostałe	-	-	-	-	1	1
Całkowite dopłaty od i wypłaty do właścicieli	-	-	-	8 235	(25 468)	(17 233)
Stan na 31 grudnia 2011 r. niebadane	50 937	-	147 192	112 904	823 796	1 134 829

Jednostkowe zestawienie zmian w kapitale własnym za trzy i dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 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

Jednostkowy rachunek przepływów pieniężnych za trzy i dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2011 r.

	Trzy miesiące zakończone	Dwanaście miesięcy zakończone	Trzy miesiące zakończone	Dwanaście miesięcy zakończone
	31 grudnia 2011 niebadane	31 grudnia 2011 niebadane	31 grudnia 2010 niebadane	31 grudnia 2010 zbadane
Działalność operacyjna				
Zysk brutto	2 524	25 258	12 615	73 688
Korekty o pozycje:				
Amortyzacja rzeczowych aktywów trwałych	8 082	32 068	8 075	33 253
Amortyzacja wartości niematerialnych	1 682	10 811	2 048	8 441
(Zyski) / Straty z tytułu różnic kursowych	(2 701)	(7 401)	(721)	(3 439)
Odsetki, netto	(970)	1 686	819	1 699
(Zysk) / strata z tytułu działalności inwestycyjnej	3 139	(2 067)	181	1 503
Przychody z tytułu dywidend	-	(3 880)	-	(8 212)
Zmiana stanu rezerw	81	382	210	(375)
Zmiana stanu zapasów	473	(1 477)	(3 482)	(4 004)
Zmiana stanu należności i czynnych rozliczeń międzyokresowych	(7 157)	(4 488)	(4 251)	(6 639)
Zmiana stanu zobowiązań	7 923	(1 908)	18 283	6 678
Zmiana stanu biernych rozliczeń międzyokresowych	(401)	(911)	3 116	6 520
Inne korekty (1)	882	8 963	4 122	10 710
Przepływy środków pieniężnych brutto	13 557	57 036	41 015	119 823
Podatek dochodowy zapłacony	(2 602)	(7 807)	(10 788)	(13 376)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej	10 955	49 229	30 227	106 447
Działalność inwestycyjna				
Przychody ze sprzedaży rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych	46	150	11	33
Przychody ze sprzedaży jednostek zależnych, stowarzyszonych i współzależnych	-	-	-	2 165
Przychody ze zbycia aktywów finansowych	1 835	1 835	-	-
Dywidendy otrzymane	1 000	3 880	3 000	8 212
Splata udzielonych pożyczek	3 208	3 208	-	85 000
Przychody z tytułu odsetek	2 705	5 006	345	3 987
Sprzedaż krótkoterminowych papierów wartościowych	62 478	142 562	-	61 790
Wpływy ze spłaty należności z tytułu leasingu finansowego	2 648	9 465	2 213	9 056
Wydatki inwestycyjne na rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne	(10 898)	(43 426)	(8 642)	(35 476)

	Trzy miesiące zakończone	Dwanaście miesięcy zakończone	Trzy miesiące zakończone	Dwanaście miesięcy zakończone
	31 grudnia 2011 niebadane	31 grudnia 2011 niebadane	31 grudnia 2010 niebadane	31 grudnia 2010 zbadane
Wydatki na nabycie podmiotów zależnych, stowarzyszonych i współkontrolowanych oraz inwestycje w podmioty zależne i stowarzyszone i współkontrolowane	(15 572)	(15 824)	-	(108 061)
Wydatki na nabycie krótkoterminowych papierów wartościowych	(47 766)	(130 110)	(54 000)	(54 000)
Udzielone pożyczki	(182)	(1 728)	(102)	(125 723)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności inwestycyjnej	(498)	(24 982)	(57 175)	(153 017)
Działalność finansowa				
Wpływy z kredytów i pożyczek	-	-	104 900	104 900
Dywidendy wypłacone	-	(25 469)	-	(25 469)
Spłata kredytów i pożyczek	-	(32 188)	(10 729)	(42 917)
Odsetki	(1 134)	(6 831)	(1 980)	(4 611)
Inne	(33)	(586)	(238)	(2 115)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności finansowej	(1 167)	(65 074)	91 953	29 788
Zmiana stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	9 290	(40 827)	65 005	(16 782)
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty				
Na początek okresu obrotowego	30 628	80 745	15 740	97 527
Na koniec okresu obrotowego	39 918	39 918	80 745	80 745

(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 31 grudnia 2011 r. przedstawiały się następująco (w nawiasach kwota zmiany za czwarty kwartał 2011 r.):

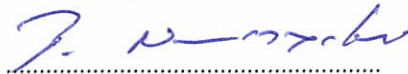
- odpisy na należności: wzrost o 880 tys. zł (wzrost o 1 662 tys. zł),
- odpisy na aktywa finansowe: spadek o kwotę 7 608 tys. zł (spadek o 9 139 tys. zł),
- odpis na zapasy: spadek o kwotę 2 323 tys. zł (spadek o 253 tys. zł),
- odpisy aktualizujący wartość rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych: wzrost o kwotę 11 230 tys. zł (wzrost o 11 230 tys. zł),
- rezerwa na straty pewne i prawdopodobne: wzrost o kwotę 365 tys. zł (wzrost o 166 tys. zł),
- rozwiązano rezerwę na wyrok konstytucyjny w sprawie świadczeń chorobowych w wysokości 591 tys. zł (rozwiązano 591 tys. zł),
- zawiązano rezerwę na koszty wynagrodzeń i odprawy dla byłych członków Zarządu w wysokości 521 tys. zł (zawiązano 521 tys. zł),
- zwiększono rezerwę na odprawy emerytalne o kwotę 87 tys. zł (spadek o 15 tys. zł).

Wybrane jednostkowe dane finansowe wraz z przeliczeniem na EURO

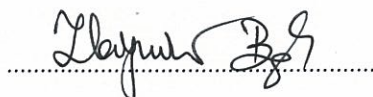
	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2011 niebadane	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2010 zbadane	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2011 niebadane	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2010 zbadane
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	766 278	813 028	185 087	203 034
Zysk z działalności operacyjnej	814	55 537	197	13 869
Zysk brutto	25 258	73 688	6 101	18 402
Zysk netto	20 246	63 973	4 890	15 976
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej	49 229	106 447	11 891	26 583
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności inwestycyjnej	(24 982)	(153 017)	(6 034)	(38 212)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności finansowej	(65 074)	29 788	(15 718)	7 439
Zmiana stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	(40 827)	(16 782)	(9 861)	(4 191)
Aktywa razem	1 456 583	1 481 414	329 782	374 066
Zobowiązania długoterminowe	115 563	155 915	26 164	39 369
Zobowiązania krótkoterminowe	206 191	193 683	46 683	48 906
Kapitał własny	1 134 829	1 131 816	256 935	285 790
Kapitał zakładowy	50 937	50 937	11 533	12 862
Średnia ważona liczba akcji (w szt.)	50 937 386	50 937 386	50 937 386	50 937 386
Zysk/ (Strata) przypadający na jedną akcję (w zł / EURO)	0,40	1,26	0,10	0,31
Wartość księgowa na jedną akcję (w zł / EURO)	22,28	22,22	5,04	5,61

Warszawa, 27 lutego 2012 r.

Piotr Niemczycki – Prezes Zarządu



Zbigniew Bąk – Wiceprezes Zarządu



Marek Jackiewicz – Członek Zarządu



Grzegorz Kossakowski – Członek Zarządu



Stanisław Turnau – Członek Zarządu

