

GRUPA AGORA

Sprawozdanie
Zarządu z
działalności Grupy
Agora S.A.

za rok 2011

do
skonsolidowanego
sprawozdania
finansowego

13 kwietnia 2012 r.

SPIS TREŚCI

GRUPA AGORA SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI GRUPY AGORA S.A. ZA ROK 2011 DO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO.....	5
I. ISTOTNE ZDARZENIA I CZYNNIKI MAJĄCE WPŁYW NA WYNIKI FINANSOWE GRUPY	5
II. CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE I WEWNĘTRZNE ISTOTNE DLA ROZWOJU GRUPY.....	7
1. CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE	7
1.1. Rynek reklamy [3]	7
2. CZYNNIKI WEWNĘTRZNE	7
2.1. Przychody	7
2.2. Koszty operacyjne	8
3. PERSPEKTYWY	8
3.1. Rynek reklamy	8
3.2. Koszty operacyjne	9
3.2.1 Koszty usług obcych	9
3.2.2 Koszty wynagrodzeń i świadczeń dla pracowników	9
3.2.3 Koszty realizacji planów motywacyjnych rozliczanych w instrumentach finansowych	9
3.2.4 Koszty marketingu i promocji	10
3.2.5 Koszty materiałów i energii	10
3.3. Najważniejsze cele Grupy w 2012 r.	10
III. WYNIKI FINANSOWE	11
1. SPÓŁKI WCHODZĄCE W SKŁAD GRUPY AGORA	11
2. RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT GRUPY AGORA.....	11
2.1. Podstawowe produkty, towary i usługi Grupy Agora	13
2.2. Wyniki wg głównych segmentów Grupy Agora za 2011 r.	13
2.3. Przychody i rynki zbytu	14
2.4. Rynki zaopatrzenia.....	14
2.5. 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	15
4. PRZEPŁYWY ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH GRUPY AGORA.....	16
4.1. Działalność operacyjna	16
4.2. Działalność inwestycyjna	16
4.3. Działalność finansowa	16
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. Czytelność [4]	19
1.1.3. Sprzedaż reklam [3]	19
1.1.4. Projekty Specjalne.....	20
1.1.5. Pozostałe przychody	20
1.2. Koszty.....	20
1.2.1. Koszty druku Gazety Wyborczej.....	20
1.2.2. Koszty reprezentacji i reklamy	20
1.3. Dodatkowe informacje	21
2. PRASA BEZPŁATNA [3], [4]	21
IV.B. INTERNET [1] , [6]	22
1. Przychody.....	22
2. Koszty.....	22
3. Istotne informacje o działalności internetowej	23
IV.C. CZASOPISMA [1] [7].....	24

1. Przychody.....	25
1.1. Sprzedaż czasopism	25
1.2. Sprzedaż reklam.....	25
2. Koszty.....	25
3. INNE ZDARZENIA.....	25
IV.D. REKLAMA ZEWNĘTRZNA (GRUPA AMS).....	26
1. Przychody [8]	26
2. Koszty.....	27
3. INNE zdarzenia.....	27
IV.E. RADIO	28
1. Przychody [3]	28
2. Koszty.....	28
3. Udziały w słuchalności [9]	29
4. INNE ZDARZENIA.....	29
IV.F. KINO.....	30
1. Przychody [3]	31
2. Koszty.....	31
3. INNE ZDARZENIA.....	31
PRZYPISY	32
V. INFORMACJE UZUPEŁNIAJĄCE.....	35
V.A. INFORMACJE O UMOWACH ZNACZĄCYCH DLA DZIAŁALNOŚCI EMITENTA i grupy kapitałowej	35
1. Zmiany umowy o linię kredytową.....	35
V.B. INFORMACJE O STRUKTURZE, ORGANIZACJI, POWIĄZANIACH ORAZ INWESTYCJACH KAPITAŁOWYCH EMITENTA i grupy kapitałowej A TAKŻE STRUKTURZE AKCJONARIATU	35
1. Struktura powiązań kapitałowych emitenta z jednostkami podporządkowanymi.....	35
2. Zmiany w strukturze i organizacji i organizacji Grupy Kapitałowej	36
3. Przynależność do branżowych organizacji krajowych i zagranicznych.	37
4. główne inwestycje krajowe i zagraniczne.....	37
5. Zmiany w strukturze akcjonariatu Spółki.....	38
V.C. INNE INFORMACJE UZUPEŁNIAJĄCE.....	41
1. Transakcje z podmiotami powiązanymi.....	41
2. Umowy zawarte między Emitentem a osobami zarządzającymi, przewidujące rekompensatę w przypadku rezygnacji lub zwolnienia z zajmowanego stanowiska	41
3. Wartość wynagrodzeń, nagród i korzyści Zarządu i Rady Nadzorczej Emitenta oraz osób zarządzających i nadzorujących spółki od niego zależne	41
4. Stan posiadania akcji Agory S.A. oraz akcji i udziałów w jednostkach powiązanych Agory S.A. przez członków Zarządów	42
4.1. Akcje w Agorze S.A.	42
4.2. Udziały w jednostce powiązanej Agora-Holding Sp. z o.o.	43
4.3. Akcje i udziały w jednostkach powiązanych	43
5. Stan posiadania akcji Agory S.A. oraz akcji i udziałów w jednostkach powiązanych Agory S.A. przez członków Rad Nadzorczych.....	43
5.1. Akcje w Agorze S.A.	44
5.2. Udziały w jednostce powiązanej Agora Holding Sp. z o.o.	44
6. Zmiany w podstawowych zasadach zarządzania przedsiębiorstwem Emitenta i jego grupą kapitałową.	44
7. Informacje o zaciągniętych i wypowiedzianych umowach dotyczących kredytów i pożyczek oraz gwarancjach i poręczeniach udzielonych Agorze S.A. oraz Spółkom od niej zależnym.....	44
8. Informacje o udzielonych w 2011 r. pożyczkach, poręczeniach i gwarancjach oraz pozycjach pozabilansowych	46
9. Informacje o systemie kontroli programów akcji pracowniczych.....	46
10. Informacje o wyborze i umowach z podmiotem uprawnionym do badania sprawozdań finansowych.....	47
11. Informacja o instrumentach finansowych	47
12. Opis istotnych czynników ryzyka i zagrożeń	47
13. Czynniki i nietypowe zdarzenia mające wpływ na wyniki z działalności za 2011 r. z określeniem stopnia ich wpływu	50
14. Oddziały posiadane przez spółkę i spółki od niej zależne	50

15. Stanowisko Zarządu odnośnie realizacji prognoz finansowych	50
16. Emisja papierów wartościowych.....	50
17. Pozostałe informacje	50
VI. OŚWIADCZENIE I RAPORT O STOSOWANIU ZASAD ŁADU KORPORACYJNEGO PRZEZ AGORĘ S.A. W 2011 R.....	51
1. Wskazanie zasad ładu korporacyjnego, które nie były przez emitenta stosowane, wraz ze wskazaniem jakie były okoliczności i przyczyny niezastosowania danej zasady oraz w jaki sposób spółka zamierza usunąć ewentualne skutki niezastosowania danej zasady lub jakie kroki zamierza podjąć, by zmniejszyć ryzyko niezastosowania danej zasady w przyszłości	52
2. Opis sposobu działania walnego zgromadzenia i jego zasadniczych uprawnień oraz praw akcjonariuszy i sposobu ich wykonywania	55
3. Skład osobowy i zasady działania organów zarządzających i nadzorujących Spółki oraz ich komitetów.	56
3.1. Zarząd	56
3.2. Rada Nadzorcza	57
3.3 Komitet i komisja działające w ramach Rady Nadzorczej	58
(i) Komitet Audytu.....	58
(ii) Komisja ds. Osobowych i Wynagrodzeń	58
4. Opis podstawowych cech stosowanych w spółce systemów kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem w odniesieniu do procesu sporządzania sprawozdań finansowych i skonsolidowanych sprawozdań finansowych.	59
5. Wskazanie akcjonariuszy posiadających znaczne pakiety akcji	60
6. Zasady powoływania i odwoływania osób zarządzających oraz uprawnienia osób zarządzających, w szczególności prawo do podjęcia decyzji o wykupie lub emisji akcji	60
6.1. Powoływanie	60
6.2. Odwoływanie	61
6.3. Uprawnienia osób zarządzających.....	61
7. Posiadacze papierów wartościowych, które dają specjalne uprawnienia kontrolne w stosunku do Emitenta	61
8. Ograniczenia dotyczące przenoszenia prawa własności papierów wartościowych Emitenta	62
9. Ograniczenia w wykonywaniu prawa głosu	62
10. Zasady zmiany statutu Agory S.A.	62
VII. Opis podstawowych cech stosowanych w grupie systemów kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem w odniesieniu do procesu sporządzania sprawozdań finansowych i skonsolidowanych sprawozdań finansowych. ...	62
VIII. OŚWIADCZENIA ZARZĄDU	64
1. Oświadczenie odnośnie przyjętych zasad rachunkowości	64
2. Oświadczenie odnośnie wyboru podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych dokonującego badania rocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego	64

GRUPA AGORA

SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI GRUPY AGORA S.A. ZA ROK 2011 DO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO

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 2011 r., zaś porównania mówią o dynamice w stosunku do 2010 r. Źródła danych zostały przedstawione na końcu części IV niniejszego sprawozdania.

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. Wydatki na reklamę zewnętrzną zmniejszyły o ponad 0,5%.
- 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 2011 r. zawierają rachunek zysków i strat Helios S.A. (do 31 sierpnia 2011 r. skonsolidowanej grupy kapitałowej Helios S.A.; dalej „Helios”) za 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. Pozytywnie na wartość przychodów w tym okresie 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. 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 wzrost 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 grudnia 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].
- ▶ 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 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). 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 w 2011 r. (odpisy te miały również wpływ na wysokość odroczonego podatku dochodowego).
- ▶ Ponadto, pozytywny wpływ na zysk netto Grupy w 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.

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 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 kampanię 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 całym 2011 r. wartość przychodów Grupy wzrosła o 10,6% do kwoty 1 234,6 mln zł. 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).

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 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.

2.2. Koszty operacyjne

Koszty operacyjne netto Grupy w 2011 r. wyniosły 1 182,7 mln zł i wzrosły o 14,6%. 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 10,4% w 2011 r. Wzrost ten jest spowodowany przede wszystkim zwiększeniem zatrudnienia w Grupie (w wyniku m.in. uwzględnienia wynagrodzeń pracowników Heliosa) i wyższymi kosztami umów cywilno - prawnych.

Zatrudnienie etatowe w Grupie na koniec 2011 r. wyniosło 3 481 etatów, łącznie z 321 etatami Heliosa. Wzrosło ono o 11 etatów w porównaniu z końcem grudnia 2010 r., co wynika głównie z prowadzonych projektów rozwojowych.

Łączny szacunkowy niegotówkowy **koszt realizacji planów motywacyjnych** związany z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych (opisanych w nocie 26 do skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy) obciążył wynik Grupy w 2011 r. kwotą 9,7 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 26C do 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 2010 r. w kosztach Grupy ujęte były jedynie koszty usług obcych poniesione przez sieć kin Helios w miesiącach wrzesień – grudzień. 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%. 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 w 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 2010 r. w wynikach Grupy Agora konsolidowane były jedynie wyniki osiągnięte przez sieć kin Helios w okresie wrzesień – grudzień).

Koszty reprezentacji i reklamy Grupy wyniosły w 2011 r. 115,1 mln zł i zmniejszyły się o 12,1% w porównaniu z 2010 r. Większość segmentów ograniczyła swoje wydatki na reprezentację i reklamę w 2011 r. Największe oszczędności na kosztach reprezentacji i reklamy miały miejsce w segmencie Prasa Codzienna.

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 obciążone 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 zależeć będzie w dużej mierze od kosztów odpłatności za kopie filmowe, kursu wymiany euro do złotego oraz wyników osiąganych w usługach pośrednictwa sprzedaży czasu antenowego i powierzchni reklamowych. 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 26 do 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 2011 r. Koszty planów motywacyjnych są ujmowane w rachunku zysków i strat zgodnie z zasadami rachunkowości opisanymi w nocie nr 26A do skonsolidowanego sprawozdania finansowego. 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%. 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 2011 r. obejmuje konsolidację Agory S.A., Agory Poligrafii Sp. z o.o., grupy AMS 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 punkcie V.B.1, a przeliczenie wybranych danych finansowych na EURO znajduje się w nocie 41 do skonsolidowanego sprawozdania finansowego zamieszczonego w tym raporcie.

2. RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT GRUPY AGORA

Tab. 1

<i>w mln zł</i>	2011	2010	% zmiany 2011 do 2010
Przychody ze sprzedaży netto (1)	1 234,6	1 116,7	10,6%
<i>Sprzedaż usług reklamowych</i>	705,6	715,7	(1,4%)
<i>Sprzedaż wydawnictw</i>	192,8	208,9	(7,7%)
<i>Sprzedaż biletów do kin (4)</i>	146,3	40,1	264,8%
<i>Pozostała sprzedaż</i>	189,9	152,0	24,9%
Koszty operacyjne netto, w tym:	(1 182,7)	(1 031,8)	14,6%
<i>Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów</i>	(250,6)	(203,3)	23,3%
<i>Amortyzacja</i>	(92,8)	(82,4)	12,6%
<i>Usługi obce</i>	(355,4)	(286,3)	24,1%
<i>Wynagrodzenia i świadczenia (2)</i>	(312,6)	(283,2)	10,4%
<i>Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych</i>	(9,7)	(10,4)	(6,7%)
<i>Reprezentacja i reklama</i>	(115,1)	(130,9)	(12,1%)
<i>Zdarzenia jednorazowe (5)</i>	(14,3)	-	-
Wynik operacyjny - EBIT	51,9	84,9	(38,9%)
Przychody i koszty finansowe netto, w tym:	3,1	4,0	(22,5%)
<i>Przychody z krótkoterminowych inwestycji</i>	15,1	12,8	18,0%
<i>Koszty kredytów, pożyczek oraz leasingu finansowego</i>	(15,7)	(8,9)	76,4%
<i>Różnice kursowe per saldo</i>	(0,8)	0,4	-
<i>Aktualizacja wyceny opcji put (6)</i>	3,3	-	-
Udział w jednostkach współkontrolowanych	-	(1,0)	-
Zysk brutto	55,0	87,9	(37,4%)
<i>Podatek dochodowy (3)</i>	(11,2)	(16,0)	(30,0%)
Zysk netto	43,8	71,9	(39,1%)
Przypadający na:			
<i>Akcjonariuszy jednostki dominującej</i>	42,2	71,9	(41,3%)
<i>Udziały niekontrolujące</i>	1,6	-	-
marża EBIT (EBIT/Przychody)	4,2%	7,6%	(3,4pkt %)
EBITDA	144,7	167,2	(13,5%)
marża EBITDA (EBITDA/Przychody)	11,7%	15,0%	(3,3pkt %)
EBITDA operacyjna (2)	154,4	177,6	(13,1%)
marża EBITDA operacyjna (EBITDA operacyjna/Przychody)	12,5%	15,9%	(3,4pkt %)

w mln zł	2011	2010	% zmiany 2011 do 2010
EBIT po eliminacji zdarzeń jednorazowych (5)	66,2	84,9	(22,0%)
marża EBIT po eliminacji zdarzeń jednorazowych (5)	5,4%	7,6%	(2,2pkt %)
EBITDA po eliminacji zdarzeń jednorazowych (5)	159,0	167,2	(4,9%)
marża EBITDA po eliminacji zdarzeń jednorazowych (5)	12,9%	15,0%	(2,1pkt %)
EBITDA operacyjna (2), (5) po eliminacji zdarzeń jednorazowych	168,7	177,6	(5,0%)
marża EBITDA operacyjna po eliminacji zdarzeń jednorazowych (5)	13,7%	15,9%	(2,2pkt %)
Zysk netto po eliminacji zdarzeń jednorazowych i aktualizacji wyceny opcji put (5), (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 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. Podstawowe produkty, towary i usługi Grupy Agora

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

Tab. 2

w mln zł	2011	% udział w przychodach ogółem	2010	% udział w przychodach ogółem	% zmiany w udziale 2011 vs 2010
Przychody ze sprzedaży netto (1)	1 234,6	100,0%	1 116,7	100,0%	-
<i>Sprzedaż usług reklamowych</i>	705,6	57,2%	715,7	64,1%	(6,9%)
<i>Sprzedaż wydawnictw</i>	192,8	15,6%	208,9	18,7%	(3,1%)
<i>Sprzedaż biletów do kin (2)</i>	146,3	11,8%	40,1	3,6%	8,3%
<i>Pozostała sprzedaż</i>	189,9	15,4%	152,0	13,6%	1,8%

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

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

2.2. Wyniki wg głównych segmentów Grupy Agora za 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. 3

w mln zł	Prasa codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Kino	Pozycje uzgadniające (3)	Razem (dane skonsolidowane) 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 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;
- (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.

2.3. Przychody i rynki zbytu

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

Grupa nie jest uzależniona od jednego odbiorcy. Największymi odbiorcami towarów Grupy (pod względem wielkości transakcji) są kolporterzy prasy (spółki nie są powiązane z Agorą S.A.). Udział wartości transakcji netto z żadnym odbiorcą nie przekroczył w 2011 r. 10% przychodów ze sprzedaży Grupy.

2.4. Rynki zaopatrzenia

Grupa nie jest uzależniona od jednego dostawcy. Istotnymi pozycjami w kosztach jest koszt zakupu papieru i usługi druku. Papier do druku jest kupowany od kilku dostawców. Udział wartości transakcji netto z żadnym dostawcą nie przekroczył w 2011 r. 10% przychodów ze sprzedaży Grupy.

2.5. 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. 4

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

3.1. Aktywa trwałe

Saldo wartości aktywów trwałych, w porównaniu do stanu z 31 grudnia 2010 r., pozostało na zbliżonym poziomie. Na jego wysokość wpływ miały: odpisy amortyzacyjne rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych, jak również nabycie nowych rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych oraz długoterminowe inwestycje w Sport4People Sp. z o.o. (rozpoznanie wartości firmy) oraz GoldenLine Sp. z o.o. (inwestycja wyceniana metodą praw własności).

3.2. Aktywa obrotowe

Saldo wartości aktywów obrotowych, również nie uległo istotnym zmianom.

3.3. Zobowiązania i rezerwy długoterminowe

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 31 grudnia 2010 r., wpływ miały głównie: wzrost salda zobowiązań krótkoterminowych o 18,4 mln zł oraz wzrost salda zobowiązań krótkoterminowych z tytułu kredytów i pożyczek o 4,2 mln zł.

4. PRZEPŁYWY ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH GRUPY AGORA

Tab. 5

w mln zł	2011	2010	% zmiany 2011 do 2010
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	152,2	171,6	(11,3%)
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(115,6)	(138,1)	(16,3%)
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	(93,5)	24,7	-
Razem przepływy pieniężne netto	(56,9)	58,2	-
Środki pieniężne na koniec okresu	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.

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. 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. 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 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, jak również spłaty kredytu przez Agorę S.A.

5. WYBRANE WSKAŹNIKI FINANSOWE [5]

Tab. 6

	2011	2010	% zmiany 2011 do 2010
Wskaźniki rentowności			
rentowność sprzedaży netto	3,4%	6,4%	(3,0pkt %)
rentowność sprzedaży brutto	35,9%	41,3%	(5,4pkt %)
rentowność kapitału własnego	3,4%	5,9%	(2,5pkt %)
Wskaźniki efektywności			
szybkość obrotu zapasów	12 dni	11 dni	9,1%
szybkość obrotu należności	61 dni	67 dni	(9,0%)
szybkość obrotu zobowiązań	48 dni	53 dni	(9,4%)
Wskaźnik płynności			
wskaźnik płynności	1,9	2,0	(5,0%)
Wskaźniki finansowania			
stopa zadłużenia (1)	-	-	-
wskaźnik pokrycia odsetek	3,7	12,7	(70,9%)
kasowy wskaźnik pokrycia odsetek	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. 7

w mln zł	2011	2010	% zmiany 2011 do 2010
Łączne przychody	594,5	644,0	(7,7%)
Przychody ze sprzedaży wydawnictw (1)	135,9	148,5	(8,5%)
w tym <i>Gazeta Wyborcza</i>	131,3	146,1	(10,1%)
Przychody ze sprzedaży reklam (1), (2)	299,1	345,2	(13,4%)
w tym <i>Gazeta Wyborcza</i> (3)	256,1	305,9	(16,3%)
w tym <i>Metro</i> (4)	30,4	31,4	(3,2%)
Projekty specjalne (w tym: kolekcje wydawnicze)	49,4	58,7	(15,8%)
Pozostałe przychody	110,1	91,6	20,2%
Razem koszty operacyjne, w tym:	(500,7)	(496,6)	0,8%
Materiały, energia, towary i usługi poligraficzne	(206,5)	(196,0)	5,4%
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (5)	(133,8)	(130,5)	2,5%
Negotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych	(4,3)	(5,1)	(15,7%)
Amortyzacja	(29,0)	(25,7)	12,8%
Reprezentacja i reklama (2) (6)	(69,1)	(80,0)	(13,6%)
EBIT	93,8	147,4	(36,4%)
marża EBIT	15,8%	22,9%	(7,1pkt %)
EBITDA	122,8	173,1	(29,1%)
marża EBITDA	20,7%	26,9%	(6,2pkt %)
EBITDA operacyjna (5)	127,1	178,2	(28,7%)
marża EBITDA operacyjna	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 negotówkowych 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 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 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.

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 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* trafiło 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 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 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 (pozwawarszawskich) 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 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. 8

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 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 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 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.

1.2. Koszty

1.2.1. Koszty druku Gazety Wyborczej

Tab. 9

w mln zł	2011	2010	% zmiany 2011 do 2010
Koszty stałe, w tym:	37,7	36,4	3,6%
<i>Amortyzacja</i>	12,6	12,4	1,6%
Koszty zmienne, w tym:	84,3	83,2	1,3%
<i>Papier</i>	71,8	64,6	11,1%
RAZEM koszty stałe i zmienne	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.

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 całym 2011 r. wydatki na reprezentację i reklamę segmentu były o 13,6% niższe niż w 2010 r., głównie za sprawą niższych nakładów na promocję *Gazety Wyborczej* oraz mniejszej liczby uruchomionych kolekcji wydawniczych.

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 2011 r. tygodniowy zasięg czytelniczy *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 Gazeta Prawna* 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 ml n 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).

W 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 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. 10

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

1) podane kwoty nie zawierają pełnych kosztów i przychodów z wzajemnej promocji pomiędzy różnymi działalnościami Grupy Agora (jedynie bezpośrednie koszty zmienne kampanii na nośnikach reklamy zewnętrznej), jeżeli taka promocja jest realizowana bez wcześniejszej rezerwacji. Dane uwzględniają również eliminację wzajemnej sprzedaży pomiędzy Pionem Internet, LLC Agory Ukraine, Trader.com (Polska) Sp. z o.o., 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 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 2011 r. o 12,0% do kwoty 114,0 mln zł. Wynika to głównie ze wzrostu przychodów ze sprzedaży reklam internetowych, które w omawianym okresie wzrosły o 18,3%. Przychody ze sprzedaży ogłoszeń w wortalach wzrosły o 4,3% do kwoty 24,3 mln zł.

2. KOSZTY

W 2011 r. koszty operacyjne segmentu Internet wzrosły o 10,9% do kwoty 107,7 mln zł, m.in. z uwagi na wydatki związane z uruchomieniem serwisu zakupów grupowych HappyDay.pl oraz wzrost kosztów pozyskania dodatkowych powierzchni reklamowych (koszty pośrednictwa związane z działalnością sieci reklamy internetowej).

Wzrost kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników (bez niegotówkowych kosztów związanych z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych) wyniósł w 2011 r. 11,3% i był wynikiem m.in. wzrostu kosztów umów cywilno-prawnych oraz wzrostu zatrudnienia w pionie Internet Agory. Zatrudnienie w segmencie Internet na koniec 2011 r. było wyższe o 20 etatów w porównaniu z 2010 r.

W całym 2011 r. wartość wydatków reklamowych segmentu została ograniczona o 6,0% do kwoty 18,7 mln zł, m.in. w wyniku ograniczenia wydatków marketingowych w portalu *Gazeta.pl*.

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. 11

w mln zł	2011	2010	% zmiany 2011 do 2010
Łączne przychody, w tym	75,3	83,6	(9,9%)
Przychody ze sprzedaży wydawnictw	31,7	37,5	(15,5%)
Przychody ze sprzedaży reklam (1)	42,8	45,6	(6,1%)
Razem koszty operacyjne, w tym:	(73,4)	(67,7)	8,4%
Materiały, energia, towary i usługi poligraficzne	(26,6)	(26,1)	1,9%
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (2)	(17,3)	(16,8)	3,0%
Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych	(0,4)	(0,5)	(20,0%)
Amortyzacja	(0,1)	(0,3)	(66,7%)
Reprezentacja i reklama (1)	(13,2)	(17,6)	(25,0%)
Zdarzenie jednorazowe (3)	(11,2)	-	-
EBIT	1,9	15,9	(88,1%)
marża EBIT	2,5%	19,0%	(16,5pkt %)
EBITDA	2,0	16,2	(87,7%)
marża EBITDA	2,7%	19,4%	(16,7pkt %)
EBITDA operacyjna (2)	2,4	16,7	(85,6%)
marża EBITDA operacyjna	3,2%	20,0%	(16,8pkt %)
EBIT po eliminacji zdarzenia jednorazowego (3)	13,1	15,9	(17,6%)
marża EBIT po eliminacji zdarzenia jednorazowego (3)	17,4%	19,0%	(1,6pkt %)
EBITDA po eliminacji zdarzenia jednorazowego (3)	13,2	16,2	(18,5%)
marża EBITDA po eliminacji zdarzenia jednorazowego (3)	17,5%	19,4%	(1,9pkt %)
EBITDA operacyjna (2), (3) po eliminacji zdarzenia jednorazowego	13,6	16,7	(18,6%)
marża EBITDA operacyjna po eliminacji zdarzenia jednorazowego (3)	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 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 w wysokości 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. 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. 12

w tys. egz.	2011	2010	% zmiany 2011 do 2010
Średnie rozpowszechnianie płatne miesięczników	935,5	948,9	(1,4%)

Średnie rozpowszechnianie płatne miesięczników Agory w 2011 r. zmniejszyło się o 1,4% w stosunku do 2010 r. Istotne wzrosty sprzedaży egzemplarzowej odnotowały tytuły: *Poradnik Domowy* i *Avanti*.

1.2. Sprzedaż reklam

W 2011 r. przychody ze sprzedaży reklam w czasopismach Agory spadły o 6,1%. Udział czasopism Agory w wydatkach reklamowych w magazynach ogólnopolskich wyniósł 6,5%, natomiast w wydatkach reklamowych w miesięcznikach 10,0% (według danych cennikowych) [7].

2. KOSZTY

Wzrost kosztów w 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 2011 r. Segment Czasopisma aktywnie rozwijał serwisy swoich tytułów w internecie. W kwietniu uruchomiony został serwis internetowy *e-ogrody.pl* zawierający materiały o tematyce ogrodniczej, wyselekcjonowane z zasobów wydawanych przez Agorę czasopism *Ogrody*, *Kwietnik* i *Bukiety*. We wrześniu wystartował nowy serwis *poradnikdomowy.pl* z nowym układem strony oraz odświeżoną grafiką, który oferuje użytkownikom m.in. możliwość tworzenia społeczności internetowej. W grudniu udostępniony 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. 13

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

Wzrost przychodów segmentu o 6,6% w 2011 r. oraz kontrola kosztów operacyjnych przyczyniły się do poprawy wyników finansowych segmentu Reklamy Zewnętrznej. 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 2011 r. wartość wydatków na reklamę zewnętrzną, według szacunków IGRZ, spadła o ponad 0,5% w stosunku do 2010 r. [8].

Dynamika przychodów ze sprzedaży reklam grupy AMS pozytywnie odbiegała od dynamiki całego rynku notując wzrost w 2011 r. o 6,1%.

Dzięki pozytywnej dynamice przychodów ze sprzedaży reklam, szacowany udział AMS w wydatkach na reklamę zewnętrzną, w 2011 r. wzrósł o blisko 4 pkt% do poziomu 30%. [8]

2. KOSZTY

W 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 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. 14

w mln zł	2011	2010	% zmiany 2011 do 2010
Łączne przychody, w tym:	86,1	77,6	11,0%
Przychody ze sprzedaży reklam (1), (3)	84,5	75,8	11,5%
Razem koszty operacyjne, w tym: (3)	(82,7)	(73,9)	11,9%
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (2)	(25,0)	(24,5)	2,0%
Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych	(0,5)	(0,5)	-
Licencje, czynsze i koszty łączności	(8,5)	(8,3)	2,4%
Amortyzacja	(2,6)	(2,7)	(3,7%)
Reprezentacja i reklama (3)	(16,6)	(17,1)	(2,9%)
EBIT	3,4	3,7	(8,1%)
marża EBIT	3,9%	4,8%	(0,9pkt %)
EBITDA	6,0	6,4	(6,3%)
marża EBITDA	7,0%	8,2%	(1,2pkt %)
EBITDA operacyjna (2)	6,5	6,9	(5,8%)
marża EBITDA operacyjna	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 2011 r. segment Radio wypracował pozytywny wynik EBITDA operacyjna w wysokości 6,5 mln zł.

1. PRZYCHODY [3]

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

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

W 2011 r. zostały udostępnione aplikacje serwisu muzycznego *tuba.FM* na najpopularniejsze platformy mobilne - urządzenia z systemami *iOS*, *Android* i *Bada* (Samsung), *Symbian* i *Meego* (Nokia). Użytkownicy telewizorów Samsung mogą też korzystać z aplikacji *tuba.FM* na platformie *Smart TV* - od chwili wdrożenia *tuba.FM* jest najchętniej używaną aplikacją muzyczną w tych telewizorach.

Łącznie w ubiegłym roku aplikację *tuba.FM* na urządzeniach mobilnych zainstalowano ponad 200 tys. razy.

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 32 do skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Agora.

Tab. 15

<i>w mln zł</i>	2011	wrzesień - grudzień 2010
Łączne przychody, w tym:	203,9	56,0
Przychody ze sprzedaży biletów do kina	146,3	40,1
Przychody ze sprzedaży barowej	42,1	12,1
Przychody ze sprzedaży reklam (2)	11,7	3,3
Razem koszty operacyjne, w tym:	(188,5)	(55,4)
Usługi obce	(105,7)	(31,1)
Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów	(24,6)	(7,7)
Wynagrodzenia i świadczenia	(25,0)	(8,5)
Amortyzacja	(18,0)	(5,4)
Reprezentacja i reklama (2)	(4,9)	(1,3)
Zdarzenie jednorazowe (3)	(3,1)	-
Pozostałe koszty operacyjne netto	(7,2)	(1,4)
EBIT	15,4	0,6
marża EBIT	7,6%	1,1%
EBITDA	33,4	6,0
marża EBITDA	16,4%	10,7%
EBITDA operacyjna (1)	33,4	6,0
marża EBITDA operacyjna (1)	16,4%	10,7%
EBIT po eliminacji zdarzenia jednorazowego (3)	18,5	0,6
marża EBIT po eliminacji zdarzenia jednorazowego (3)	9,1%	1,1%
EBITDA po eliminacji zdarzenia jednorazowego (3)	36,5	6,0
marża EBITDA po eliminacji zdarzenia jednorazowego (3)	17,9%	10,7%
EBITDA operacyjna po eliminacji zdarzenia jednorazowego (1), (3)	36,5	6,0
marża EBITDA operacyjna po eliminacji zdarzenia jednorazowego (1), (3)	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 rozliczanymi w instrumentach finansowych;
- (2) podane kwoty nie zawierają przychodów i pełnych kosztów wzajemnej promocji pomiędzy różnymi działalnościami Grupy Agora (jedynie bezpośrednie koszty zmienne kampanii na nośnikach reklamy zewnętrznej), jeżeli taka promocja jest realizowana bez wcześniejszej rezerwacji;
- (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]

W 2011 r. liczba widzów, którzy odwiedzili kina sieci Helios wzrosła o 8,7% w porównaniu z 2010 r. i wyniosła 8,3 mln osób. 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 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 2011 r. wyniósł 15,4 mln zł i był lepszy niż w 2010 r.

2. KOSZTY

W 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.

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=2 091.

[5] Definicje wskaźników:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

* 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 2011 r.

[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 styczeń-grudzień: próba dla 2010: 41 869 oraz dla 2011: 41 982; dla TOK FM: miasta nadawania, w grupie wiekowej 15+, 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

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

1. ZMIANY UMOWY O LINIĘ KREDYTOWĄ

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

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

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.

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

1. STRUKTURA POWIĄZAŃ KAPITAŁOWYCH EMITENTA Z JEDNOSTKAMI PODPORZĄDKOWANYMI

Tab. 16

Wykaz spółek wchodzących w skład Grupy Kapitałowej:

	% posiadanych akcji / udziałów (efektywnie)	
	31 grudnia 2011	31 grudnia 2010
Spółki zależne konsolidowane		
1 Agora Poligrafia Sp. z o.o., Tychy	100,0%	100,0%
2 AMS 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. (RDR), 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%	70,9%
12 Helios S.A., Łódź	82,78%	82,78%
13 Kinoplex Sp. z o.o., Łódź (7)	-	82,78%
14 Sport4People Sp. z o.o., Kraków (3)	51,7%	-
Jednostki współzależne i stowarzyszone wyceniane metodą praw własności		
15 A2 Multimedia Sp. z o.o., Warszawa (5)	24,3%	50,0%
16 Business Ad Network Sp. z o.o., Wrocław	50,0%	50,0%
17 GoldenLine Sp. z o.o., Warszawa (4)	36,0%	-
Spółki nie objęte konsolidacją i wyceną praw własności		
18 Polskie Badania Internetu Sp. z o.o., Warszawa	15,8%	25,0%
19 Projekt Inwestycyjny Sp. z o.o., Warszawa (1)	100,0%	100,0%
20 Polskie Badania Outdooru Sp. z o.o., Warszawa (2)	41,0%	41,0%

- (1) pośrednio przez GRA Sp. z o.o.;
- (2) pośrednio przez AMS S.A.;
- (3) 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 skonsolidowanego sprawozdania za 2011 r. ostatnie podwyższenie kapitału nie zostało zarejestrowane.
- (7) spółka połączona 31 sierpnia 2011 r. z Helios S.A.

2. ZMIANY W STRUKTURZE I ORGANIZACJI GRUPY KAPITAŁOWEJ

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

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

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

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 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.

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 udziały 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 rocznego 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.

3. PRZYNALEŻNOŚĆ DO BRANŻOWYCH ORGANIZACJI KRAJOWYCH I ZAGRANICZNYCH.

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

- polskie:

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

- zagraniczne:

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

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

4. GŁÓWNE INWESTYCJE KRAJOWE I ZAGRANICZNE

Wartość netto wartości niematerialnych Grupy (prawa związane z wydawaniem czasopism, koncesje, licencje, patenty, pozostałe) zmniejszyła się w 2011 r. o 8,1 mln zł (wartość brutto: wzrost o 15,5 mln zł, umorzenie i odpis z tytułu utraty wartości za okres zwiększenie o 23,6 mln zł). Szczegółowe informacje dotyczące wartości niematerialnych znajdują się w nocie 3 do skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

Wartość netto rzeczowych aktywów trwałych Grupy zmniejszyła się w 2011 r. o 2,9 mln zł (wartość brutto: wzrost o 48,2 mln zł, umorzenie i odpis z tytułu utraty wartości za okres zwiększenie o 51,1 mln zł). Szczegółowe informacje dotyczące rzeczowych aktywów trwałych znajdują się w nocie 4 do skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

Wartość głównych inwestycji kapitałowych dokonanych poza Grupę Agora (w tym spółki wyłączone z konsolidacji) ze środków własnych (inwestycje w akcje i udziały w spółkach, dopłaty do kapitału i pożyczki) w 2011 r. nie uległa istotnej zmianie.

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

Grupa nabyła również udziały w spółkach GoldenLine Sp. z o.o. (spółka wyceniana metodą praw własności w sprawozdaniu skonsolidowanym) oraz Sport4People Sp. z o.o. (spółka konsolidowana metodą pełną w sprawozdaniu skonsolidowanym), co zostało opisane w punkcie V.B.2 niniejszego sprawozdania.

W 2011 r. Spółka inwestowała poza grupą kapitałową, lokując nadwyżkę środków pieniężnych głównie w bezpieczne krótkoterminowe papiery wartościowe. Kwota ta na koniec 2011 r. wynosiła 197,9 mln zł.

5. ZMIANY W STRUKTURZE AKCJONARIATU SPÓŁKI

Zgodnie z formalnymi zawiadomieniami otrzymanymi od akcjonariuszy, w szczególności na podstawie art. 69 Ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych, na dzień przekazania raportu rocznego za rok 2010 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	34,03
BZ WBK AIB Asset Management S.A. w tym: (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 22 lutego 2011 r.)	15 632 682	30,69	15 632 682	22,97
BZ WBK AIB Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A. (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 29 grudnia 2009 r.)	12 749 373	25,03	12 749 373	18,73
Arka BZ WBK FIO (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 14 lutego 2011 r.)	10 118 356	19,86	10 118 356	14,87

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

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

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

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

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

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

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

W raporcie bieżącym z dnia 4 listopada 2011 r., Zarząd Agory S.A. poinformował o powzięciu informacji od BZ WBK 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 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.

W raporcie bieżącym z dnia 8 marca 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 1 marca 2012 r., klienci BZ WBK stali się posiadaczami 6 360 642 akcji, co stanowiło 12,49% kapitału zakładowego Spółki, dających prawo do 6 360 642 głosów, co stanowiło 9,35% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki.

W raporcie bieżącym z dnia 15 marca 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 5%. W wyniku sprzedaży akcji Spółki w dniu 9 marca 2012 r. Fundusze stały się posiadaczami 3 394 723 akcji, co stanowiło 6,66% kapitału zakładowego Spółki, dających prawo do 3 394 723 głosów, co stanowiło 4,99% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki.

W raporcie bieżącym z dnia 15 marca 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 9 marca 2012 r., Fundusz stał się posiadaczem 2 808 987 akcji Spółki, co stanowiło 5,51% kapitału zakładowego Spółki, dających prawo do 2 808 987 głosów, co stanowiło 4,13% w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu Spółki.

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

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.

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

Tab. 18

	liczba akcji	% udział w kapitale zakładowym	liczba głosów na WZ	% udział w liczbie głosów na WZ
Agora-Holding Sp. z o.o. (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 3 stycznia 2012 r.)	5 692 420	11,18	22 818 820	33,53
BZ WBK Asset Management S.A. (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 8 marca 2012 r.)	6 360 642	12,49	6 360 642	9,35
ING Otwarty Fundusz Emerytalny (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 29 września 2011 r.)	3 758 637	7,38	3 758 637	5,52

Zarząd Agory S.A. nie posiada informacji o umowach, w wyniku których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy, z wyjątkiem umów realizacji planów partycypacyjnych powiązanych z planami motywacyjnymi, o których Spółka informowała w dniu 18 grudnia 2000 r., a także aneksów do jednej z ww. umów, których główne postanowienia podano do publicznej wiadomości w raportach bieżących z dnia 14 kwietnia 2003 r. oraz 9 lipca 2003 r.

V.C. INNE INFORMACJE UZUPEŁNIAJĄCE

1. TRANSAKcje Z PODMIOTAMI POWIĄZANYMI

W ramach Grupy Agora występują głównie następujące transakcje:

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

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

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

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

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

Wynagrodzenie członków Zarządu i Rady Nadzorczej Agory S.A.:

Tab. 19

w mln zł

Zarząd

	2011 r.	2010 r.
Piotr Niemczycki	0,70	0,60
Zbigniew Bąk (1)	0,81	0,53
Tomasz Józefacki (2)	0,62	0,48
Grzegorz Kossakowski	0,62	0,48
	2,75	2,09

Rada Nadzorcza

	2011 r.	2010 r.
Wanda Rapaczyński	0,07	0,07
Andrzej Szlęzak	0,11	0,11
Tomasz Sielicki	0,07	0,07
Sławomir S. Sikora	0,07	0,07
Marcin Hejka	0,07	0,07
	0,39	0,39

(1) W 2010 r. Zbigniew Bąk przebywał na 3 miesięcznym urlopie bezpłatnym

(2) Członek Zarządu do 31 stycznia 2012 r.

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

Ponadto, w 2011 r. wynagrodzenia z tytułu pełnienia funkcji osób wchodzących w skład organów zarządzających i nadzorujących spółki zależne w Grupie Agora wyniosły 4,03 mln zł (w 2010 r. 3,06 mln zł).

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

W 2011 r. członkom zarządów i rad nadzorczych spółek zależnych (innym niż członkowie Zarządu Agory S.A.) przyznano 20 315 certyfikatów serii M (2010: 42 696 certyfikatów serii K) a łączny koszt certyfikatów serii M i I, który obciążył wyniki Grupy Agora wyniósł 613 tys. zł (2010: serii K i I: 680 tys. zł).

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

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

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

4.1. Akcje w Agorze S.A.

Tab. 20

	stan na 31.12.2011	Wartość nominalna (zł)
Piotr Niemczycki	1 548 373	1 548 373
Zbigniew Bąk	68 006	68 006
Tomasz Józefacki (1)	1 000	1 000
Grzegorz Kossakowski	44 451	44 451

(1) Tomasz Józefacki pełnił funkcję Członka Zarządu do dnia 31 stycznia 2012 r.

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

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

Tab. 21

	stan na 31.12.2011 (liczba udziałów)	Wartość nominalna (zł)
Piotr Niemczycki	1	10 427,84
Zbigniew Bąk	1	10 427,84

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

4.3. Akcje i udziały w jednostkach powiązanych

Stan posiadania akcji i udziałów w spółkach zależnych przez członków Zarządów spółek zależnych wobec Agory S.A. na 31 grudnia 2011 r. przedstawia tabela poniżej

Tab. 22

	stan na 31.12.2011 (liczba akcji/udziałów)	Wartość nominalna (zł)	% kapitału zakładowego = %głosów na walnym zgromadzeniu/zgromadzeniu wspólników
Członkowie Zarządu Helios S.A.			
Tomasz Jagiełło	809 000	80 900,00	7,921%
Marek Palpuchowski	384 600	38 460,00	3,766%
Katarzyna Borkowska	68 264	6 826,40	0,668%
Jan Tadeusz Bogdan	44 000	4 400,00	0,431%
Grzegorz Komorowski	44 000	4 400,00	0,431%
Członkowie Zarządu AdTaily Sp. z o.o.			
Marcin Ekiert	90	4 500	10,71%
Jakub Krzych	90	4 500	10,71%
Członkowie Zarządu Sport4People Sp. z o.o.			
Grzegorz Czechowicz	59	5 900	32,78%

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

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

5.1. Akcje w Agorze S.A.

Tab. 23

	stan na 31.12.2011	Wartość nominalna (zł)
Sławomir S. Sikora	0	0
Tomasz Sielicki	33	33
Andrzej Szlęzak	0	0
Marcin Hejka	0	0
Wanda Rapaczynski	924 616	924 616

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

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

Tab. 24

	stan na 31.12.2011 (liczba udziałów)	Wartość nominalna (zł)
Wanda Rapaczynski	1	10 427,84

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

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

W dniu 29 grudnia 2011 r. jeden z członków Zarządu, Tomasz Józefacki, złożył rezygnację z uczestnictwa w Zarządzie Spółki. Od dnia 1 lutego 2012 r. nadzór nad segmentem Internet z ramienia Zarządu Spółki sprawuje Prezes Spółki Piotr Niemczycki. W dniu 4 stycznia 2012 r., stosownie do postanowień par. 28 ust. 3 Statutu Spółki, Zarząd Agory S.A. powołał w drodze kooptacji do swojego grona pana Stanisława Turnaua i pana Marka Jackiewicza. Zmiany w składzie władz Spółki mają na celu wzmocnienie procesu realizacji dotychczasowej strategii rozwoju Spółki i Grupy Agora. Stanisław Turnau nadzoruje segment Prasy Codziennej, a Marek Jackiewicz segment Czasopisma i pion Kolportaż. Te jednostki organizacyjne były wcześniej nadzorowane przez Wiceprezesa Zarządu Zbigniewa Bąka.

Dodatkowo, w dniu 12 grudnia 2011 r. została utworzona Organizacja Międzyzakładowa NSZZ "Solidarność" AGORA S.A. i INFORADIO SP. Z O.O. („OM”), która działa przy Agorze S.A., Inforadio Sp. z o.o. oraz Agorze Poligrafii Sp. z o.o. Zgodnie z wymogami prawa zarządy spółek przy których funkcjonują związki zawodowe przeprowadzają konsultacje lub odpowiednio uzgadniają określone prawem decyzje z OM.

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

W 2011 r. Agorze S.A. ani żadnej ze spółek od niej zależnych nie została wypowiedziana żadna umowa kredytu ani pożyczki ani sama Spółka oraz spółki od niej zależne takich umów nie wypowiedziały.

a) Agora S.A.

Agora S.A. na dzień 31 grudnia 2011 r. posiadała dostępną linię kredytową, opisaną poniżej (stan wg Aneksu nr 12):

Tab. 25

Kredytodawca	Kwota linii kredytowej	Waluta	Oprocentowanie (%)	Data umowy	Data wymagalności (lub spłaty)
Bank Polska Kasa Opieki S.A.	297,8 mln zł	PLN	WIBOR 1M lub 3M + marża banku	5 kwi 02	kredyt A: kwartalnie 13 rat od 31.03.2009 r. do 31.03.2012 r. kredyt B : kwartalnie 12 rat od 30.06.2012 r. do 31.03.2015 r.; w przypadku wykorzystania: kredyt C kwartalnie 13 rat od 31.03.2013 r. do 31.03.2016 r.

Do 31 grudnia 2011 r. Spółka wykorzystwała 139,5 mln zł linii kredytowej (Kredyt A), z czego spłaciła 11 rat kwartalnych. Kredyt B stanowiła otwarta linia kredytowa, którą Spółka częściowo wykorzystwała w dniu 5 października 2010 r. w kwocie 104,9 mln zł refinansując zakup akcji spółki Helios S.A. Zgodnie z aneksem nr 12 Spółka może również skorzystać z kredytu C tj. linii kredytowej do wysokości 150 mln zł, do wykorzystania w terminie do 31.05.2012 r. Do dnia podpisania niniejszego sprawozdania kredyt C nie został przez Spółkę wykorzystany. Poręczycielem tego kredytu jest Agora Poligrafia Sp. z o.o. (spółka zależna od Agory S.A.).

b) spółki zależne

Helios S.A.

Tab. 26

Kredytodawca /Pożyczkodawca	Kwota kredytu lub pożyczki wg umowy (w tys. zł)	Waluta	Oprocentowanie (%)	Data umowy	Data wymagalności (lub spłaty)
HSBC Bank POLSKA S.A.	3 000	PLN	WIBOR 1M + marża banku	08-wrz-09	07-wrz-12
Kredyt BANK S.A.	9 040	PLN	WIBOR 1M + marża banku	06-lip-07	30-lis-13
Kredyt BANK S.A.	11 500	PLN	WIBOR 1M + marża banku	06-lip-07	30-lis-13
Kredyt BANK S.A.	2 000	PLN	WIBOR 1M + marża banku	09-wrz-08	31-sie-14
Kredyt BANK S.A.	16 407	PLN	WIBOR 1M + marża banku	05-paź-10	31-sie-15
Kredyt BANK S.A.	6 400	PLN	WIBOR O/N + marża banku	29-lis-06	24-lis-12
Kredyt BANK S.A.	3 600	PLN	WIBOR + marża banku	11-maj-11	11-maj-12
Raiffeisen Bank Polska S.A.	30 000	PLN	WIBOR 1M + marża banku	18-paź-02	31-gru-20
Raiffeisen Bank Polska S.A.	1 500	PLN	WIBOR 1M + marża banku	18-paź-02	31-gru-20
Raiffeisen Bank Polska S.A.	10 000	PLN	WIBOR 1M + marża banku	28-kwi-03	31-gru-20
Raiffeisen Bank Polska S.A.	5 000	PLN	WIBOR 1M + marża banku	13-paź-11	20-wrz-16
Tomasz Jagiełło	400	PLN	WIBOR 1M + 1,5%	14-paź-02	22-lut-12
Tomasz Jagiełło	222	PLN	WIBOR 1M + 1,5%	20-maj-04	22-lut-12
Marek Palpuchowski	600	PLN	WIBOR 1M + 1,5%	14-paź-02	22-lut-12

Kredytodawca	Kwota kredytu lub pożyczki wg umowy (w tys. zł)	Waluta	Oprocentowanie (%)	Data umowy	Data wymagalności (lub spłaty)
Marek Palpuchowski	70	PLN	WIBOR 1M + 1,5%	20-maj-04	22-lut-12
Katarzyna Borkowska	80	PLN	WIBOR 1M + 1,5%	26-kwi-05	15-lut-12

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

Na dzień 31 grudnia 2011 r. Agora S.A. była również beneficjentem dwóch gwarancji rękojmi na łączną kwotę 680 tys. zł wystawionych na zlecenie wykonawcy głównej siedziby Spółki.

8. INFORMACJE O UDZIELONYCH W 2011 R. POŻYCZKACH, PORĘCZENIACH I GWARANCJACH ORAZ POZYCJACH POZABILANSOWYCH

Agora udzieliła poręczenia dla Banku Polska Kasa Opieki S.A. na łączną kwotę 623 tys. zł w związku z kredytami na zakup sprzętu przez pracowników Agory oraz Grupie Allegro S.A. na rzecz zabezpieczenia kontraktu z BAN Sp. o.o. w wysokości 1 015 tys. zł. Na dzień bilansowy wartość zobowiązań pozabilansowych w związku z wystawionymi weksłami przez AMS S.A. wynosiła 5 246 tys. zł. Dodatkowo, Helios S.A. wystawił weksle in blanco jako zabezpieczenie wierzytelności z tytułu umów kredytowych i leasingów finansowych oraz gwarancji czynszowych.

Informacje o udzielonych przez Agorę S.A. i spółki od niej zależne pożyczkach długo- i krótkoterminowych w 2011 r. znajdują się poniżej (stan wg umów obowiązujących na 31 grudnia 2011 r.):

Tab. 27

Lp.	Nazwa spółki	Kwota pożyczki (w tys.)	Waluta	Oprocentowanie (%)	Data umowy	Data wymagalności (lub spłaty)
1	A2 Multimedia Sp. z o.o.	200	PLN	Wibor 3M+1,5%	03.02.2011	26.12.2011
2	AdTaily Sp. z o.o.	1 000	PLN	Wibor 3M+1,5%	18.03.2011	31.12.2018

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

Tab. 28

Nazwa spółki	wartość udzielonych pożyczek (w tys. zł)	splata do	splata do	splata do	splata po
	na 31.12.11	31.12.2012	31.12.2013	31.12.2014	31.12.2014
RAZEM SPÓŁKI	98 600	60 620	3 432	11 688	22 860
w tym powiązane kapitałowo:	98 600	60 620	3 432	11 688	22 860
Agora Ukraine LLC	14 361		432	2 855	11 074
Grupa Radiowa Agora Sp. z o.o.	22 250	5 331	3 000	6 858	7 061
Trader.com (Polska) Sp. z o.o.	6 834	1 134		1 375	4 325
AMS S.A.(1)	54 139	54 139			
AdTaily Sp. z o.o.	1 016	16		200	800

(1) W marcu 2012 r. spółka AMS S.A. spłaciła pożyczkę w całości.

9. INFORMACJE O SYSTEMIE KONTROLI PROGRAMÓW AKCJI PRACOWNICZYCH

Od 2005 r. w Spółce i Grupie Agora prowadzony jest plan motywacyjny w ramach którego pracownicy są uprawnieni do objęcia certyfikatów inwestycyjnych w Partycypacyjnym Funduszu Inwestycyjnym Zamkniętym zarządzanym

przez Skarbiec Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A. o czym Spółka informowała raportem bieżącym nr 71/2005 z 16 września 2005 r.

W ramach powyższego planu, akcje na plany motywacyjne dla pracowników Grupy Agory może przeznaczyć Agora Holding Sp. z o.o., istotny akcjonariusz Agory S.A. Zarząd Spółki może przedstawić Agorze Holding Sp. z o.o. rekomendacje dotyczące liczby osób oraz przyznawanych im certyfikatów. Wszystkie ostateczne decyzje dotyczące planów motywacyjnych (liczby uczestniczących, przydziału certyfikatów i warunków ich wykonania) podejmuje Agora Holding Sp. z o.o. według swojego wyłącznego uznania.

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

11 kwietnia 2011 r. Rada Nadzorcza wskazała KPMG Audyt Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością spółka komandytowa jako biegłego rewidenta Spółki, który zbada sprawozdania finansowe za rok 2011, 2012 i 2013. Umowy na badanie i przegląd sprawozdania finansowego zostały podpisane na powyższe okresy i dotyczą badania i przeglądu sprawozdań finansowych w danym roku obrotowym. Podmiotem uprawnionym do badania za 2010 r. była KPMG Audyt Sp. z o.o.

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

Tab. 29

w tys. zł	Rok obrotowy kończący się 31 grudnia 2011 r.	Rok obrotowy kończący się 31 grudnia 2010 r.
Badanie rocznego sprawozdania finansowego (1)	117,8	250,0
Inne usługi poświadczające, w tym przegląd sprawozdania finansowego (1)	72,2	157,0
Usługi doradztwa podatkowego	-	120,0
Pozostałe usługi (2)	40,0	72,0

- (1) Wynagrodzenia obejmują kwoty wypłacone i należne za profesjonalne usługi związane z badaniem oraz przeglądem jednostkowego oraz skonsolidowanego sprawozdania finansowego jednostki dominującej za dany rok (umowa z dnia 24 maja 2011 r. dotycząca 2011 r. oraz umowa z dnia 15 lipca 2010 r. dotycząca 2010 r.);
- (2) Wynagrodzenia za pozostałe usługi obejmują pozostałe kwoty wypłacone i należne, które są związane z badaniem lub przeglądem sprawozdań finansowych, ale nie zostały uwzględnione w punktach pozostałych.

11. INFORMACJA O INSTRUMENTACH FINANSOWYCH

Informacje o instrumentach finansowych w zakresie:

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

przedstawiono w notach 33 i 34 do skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

12. OPIS ISTOTNYCH CZYNNIKÓW RYZYKA I ZAGROŻEŃ

▀ Ryzyko makroekonomiczne

Wielkość przychodów reklamowych jest uzależniona od ogólnej koniunktury gospodarczej w Polsce oraz w Europie. Przychody te rosną w okresach ożywienia gospodarczego, a podczas spowolnienia koniunktury gospodarczej ulegają ograniczeniu. Szacujemy, iż w 2011 r. reklamodawcy wydali na reprezentację i reklamę o ponad 1,5% więcej niż rok wcześniej. Wzrosły wydatki reklamowe w internecie (prawie 19%), radio (o prawie 6,5%), w kinie o ponad 6,5% i telewizji (o ponad 0,5%). Pozostałe media doznały dalszego ograniczenia wydatków reklamowych: dzienniki o 12,5%, magazyny o ponad 4,5%, a reklama zewnętrzna o ponad 0,5%. Na podstawie obecnej sytuacji makroekonomicznej i na rynku reklamy Spółka szacuje, że w 2012 r. wartość rynku reklamy w Polsce wzrośnie około 0-3%. Należy jednak pamiętać, że na wartość rynku reklamowego w Polsce 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. Dodatkowo, pamiętać należy, że wartość wpływów reklamowych zależy nie tylko od wolumenu reklam i ogłoszeń, ale również od cen uzyskiwanych przez media, co jeszcze bardziej utrudnia oszacowanie jak zachowają się poszczególne wydatki na poszczególnych rynkach reklamowych.

■ **Sezonowość wydatków reklamowych**

Przychody Grupy ze sprzedaży charakteryzują się sezonowością. W pierwszym i trzecim kwartale są one zwykle niższe od tych uzyskiwanych w drugim i czwartym kwartale danego roku obrotowego.

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

Przychody reklamowe Grupy generowane są przez następujące media: prasa codzienna, reklama zewnętrzna, radiostacje, czasopisma, internet i kina. W wyniku zmian strukturalnych zachodzących w mediach oraz ich konwergencji, media znajdujące się w portfolio Grupy konkurują o wpływy reklamowe nie tylko z konkurentami ze swoich segmentów, ale również z nadawcami telewizyjnymi, którzy stanowili prawie połowę rynku reklamowego (49,5%) w 2011 r. Kolejnym dużym segmentem rynku reklamowego, z 15,5% udziałem, był internet. Wydatki na reklamę w magazynach i dziennikach stanowiły odpowiednio prawie 11% oraz prawie 8% wszystkich wydatków reklamowych. Za pomocą nośników reklamy zewnętrznej zrealizowano, w 2011 r., ponad 7,5% wszystkich wydatków reklamowych, natomiast wydatki na reklamę radiową stanowiły prawie 7,5% wydatków reklamowych. Udział wydatków reklamowych w kinach wyniósł prawie 1,5% całkowitych wydatków na reklamę w Polsce. Obserwując dynamiki poszczególnych mediów oraz biorąc pod uwagę szacunki Spółki dotyczące wartości rynku reklamy w 2012 r. istnieje ryzyko, że udziały poszczególnych mediów w łącznym rynku reklamy będą się zmieniać, co może mieć wpływ na pozycję Grupy i jej przychody.

Dodatkowo, w wyniku zmian opisywanych powyżej oraz konsolidacji na rynku reklamy nasila się konkurencja pomiędzy poszczególnymi mediami co może mieć wpływ na przychody reklamowe Grupy. Ponadto, w związku ze zmianami zachodzącymi w mediach oraz rozwojem technologicznym nie ma pewności, że Grupa będzie w stanie we właściwym stopniu i czasie reagować na powyższe zmiany, co może mieć negatywny wpływ na jej pozycję i wyniki.

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

■ **Dystrybucja prasy**

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

■ **Prasa**

Rynek prasy płaconej doświadcza obecnie globalnego trendu spadku sprzedaży egzemplarzowej oraz ograniczania wydatków reklamowych. Tytuły prasowe wydawane przez Grupę, podobnie jak konkurencyjne tytuły prasowe, nie są odporne na zmiany zachodzące na rynku. Następuje również migracja ogłoszeń drobnych z prasy do internetu. Dynamika powyższych procesów może mieć negatywny wpływ na sprzedaż egzemplarzy prasy i osiągnięte przez Grupę przychody. Grupa jest również wydawcą bezpłatnej gazety *Metro*. Nie wiemy, jak globalne zmiany zachodzące na rynku prasy przełożą się na pozycję prasy bezpłatnej, a w konsekwencji na przychody i wyniki Grupy.

■ **Internet**

Polski rynek internetowych usług reklamowych jest niezwykle konkurencyjny. Liczba użytkowników internetu w Polsce stale rośnie, co powoduje coraz większe zainteresowanie reklamodawców tym medium. Wysokość wydatków na reklamę w internecie również podlega sezonowości. Najniższe przychody z tytułu sprzedaży reklam internetowych Spółka osiąga zwykle w pierwszym i trzecim kwartale roku obrotowego, zaś najwyższe w czwartym kwartale. Działalność internetowa jest w dużej mierze uzależniona od postępu technologicznego i liczby użytkowników, a utrzymanie silnej pozycji na tym rynku jest możliwe dzięki inwestycjom w nowoczesne i

innowacyjne rozwiązania technologiczne. Grupa w tym segmencie konkuruje zarówno z podmiotami lokalnymi jak i międzynarodowymi. Na tak konkurencyjnym rynku, nie ma pewności, że pozycja Grupy w tym segmencie rynku oraz wpływ z reklam i ogłoszeń internetowych nie ulegną zmianie.

► **Reklama zewnętrzna**

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

W dniu 27 lipca 2010 r. AMS S.A. oraz Ströer Polska zawarły umowę konsorcjum w celu wspólnego ubiegania się o zawarcie umowy koncesji z władzami stolicy. W dniu 28 lipca 2010 r. firmy złożyły wniosek o zawarcie umowy koncesji, jednak jest to konkurencyjny proces i nie ma pewności, że miasto podpisze umowę z konsorcjum AMS i Ströer Polska.

► **Kino**

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

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

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

► **Ryzyko związane z prowadzeniem działalności koncesjonowanej**

W skład Grupy Kapitałowej wchodzi lokalne stacje muzyczne nadające pod marką *Złote Przeboje* i *Roxy FM* oraz ponadregionalna stacja *TOK FM*. Działalność radiowa w Polsce podlega koncesjonowaniu, a zapisy koncesyjne określają zakres i formy prowadzonej działalności w okresie, na który nadawca radiowy otrzymuje koncesję.

Istnieje więc ryzyko, że zapotrzebowanie słuchaczy na dany format radiowy będzie maleć, a zapisy koncesyjne mogą w znacznym stopniu ograniczyć możliwość dostosowania się Grupy do zapotrzebowania słuchaczy na dany format radiowy.

► **Radiostacje**

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

► **Projekty Specjalne**

Pion Projektów Specjalnych w Grupie zajmuje się głównie wydawaniem lub dystrybucją kolekcji książek oraz książek z dołączanymi do nich płytami CD lub DVD. Występują znaczące różnice pomiędzy poszczególnymi kolekcjami w zakresie zdolności do generowania przez nie przychodów i zysków, co przyczynia się do zmienności przychodów i zysków generowanych przez Pion Projektów Specjalnych w poszczególnych okresach sprawozdawczych. Każda kolekcja jest odrębnym projektem i nie można założyć, że uda się utrzymać w przyszłości obecny poziom przychodów i zysków z wydawania lub dystrybucji poszczególnych kolekcji. Wynik każdego okresu zależy od tego, jakie kolekcje są realizowane w tym czasie i jak dużym uznaniem nabywców się one cieszyły. Nie bez znaczenia jest nasycenie rynku tego typu produktami. Dodatkowo, wpływ na wyniki tej działalności może mieć upowszechnianie się i rosnąca popularność czytania książek w formacie cyfrowym.

► **Testy na utratę wartości aktywów**

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

► **Ryzyko walutowe**

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

► **Ryzyko utraty kluczowych pracowników**

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

► **Ryzyko sporów zbiorowych z pracownikami**

W dniu 12 grudnia 2011 r. została utworzona Organizacja Międzyzakładowa NSZZ "Solidarność" AGORA S.A. i INFORADIO SP. Z O.O. („OM”), która działa przy Agorze S.A., Inforadio Sp. z o.o. oraz Agorze Poligrafii Sp. z o.o. Zgodnie z wymogami prawa zarządy spółek przy których funkcjonują związki zawodowe przeprowadzają konsultacje lub odpowiednio uzgadniają określone prawem decyzje z OM.

Grupa stara się utrzymywać dobre relacje ze swoimi pracownikami i na bieżąco rozwiązywać wszelkie zaistniałe problemy, nie można jednak wykluczyć ryzyka sporów zbiorowych w przypadkach przewidzianych przepisami prawa.

13. CZYNNIKI I NIETYPOWE ZDARZENIA MAJĄCE WPŁYW NA WYNIKI Z DZIAŁALNOŚCI ZA 2011 R. Z OKREŚLENIEM STOPNIA ICH WPŁYWU

Negatywny wpływ na wyniki Grupy Agora w 2011 r. miały 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.

Ponadto, negatywnie na wyniki Grupy wpłynęło dalsze ograniczenie budżetów reklamowych w prasie, które dotknęło zarówno dzienniki, jak i czasopisma. Przychody reklamowe stanowiły 57,2% wszystkich przychodów Grupy. Negatywnie na poziom przychodów Grupy wpłynął ogólnoswiatowy trend spadku sprzedaży egzemplarzy prasy, który dotknął również *Gazetę Wyborczą* i czasopisma wydawane przez Agorę.

14. ODDZIAŁY POSIADANE PRZEZ SPÓŁKĘ I SPÓŁKI OD NIEJ ZALEŻNE

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

15. 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 ani różnic pomiędzy wynikami finansowymi a ich prognozami.

16. EMISJA PAPIERÓW WARTOŚCIOWYCH

Spółka nie emitowała papierów wartościowych w 2011 r..

17. POZOSTAŁE INFORMACJE

► **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 Turnaui.

► **Wprowadzenie akcji Spółki do obrotu**

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

W dniu 15 marca 2012 r. Spółka wprowadziła do obrotu na rynku podstawowym Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie 339 605 akcji nabytych przez Partycypacyjny Fundusz Inwestycyjny Zamknięty zarządzany przez Skarbiec Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A.

► **Rejestracja zmian w statucie Spółki**

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

VI. OŚWIADCZENIE I RAPORT O STOSOWANIU ZASAD ŁADU KORPORACYJNEGO PRZEZ AGORĘ S.A. W 2011 R.

Agora S.A. stosuje zasady ładu korporacyjnego w zakresie zawartym w załączniku do Uchwały Rady Giełdy Nr 12/1170/2007 z dnia 4 lipca 2007 r., zatytułowane Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW zmienionym Uchwałą Nr 20/1287/2011 z dnia 19 października 2011 r. Zbiór powyższych zasad jest dostępny publicznie na stronie internetowej <http://www.corp-gov.gpw.pl/>.

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

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

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

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

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

W 2011 r. Spółka odstąpiła częściowo od stosowania zasady dotyczącej zapewnienia akcjonariuszom możliwości udziału w walnym zgromadzeniu przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej w zakresie:

- zapewnienia akcjonariuszom możliwości dwustronnej komunikacji, przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej, w czasie rzeczywistym, w ramach której akcjonariusze mogą wypowiadać się w toku obrad walnego zgromadzenia przebywając w innym miejscu niż miejsce obrad oraz
- wykonywania za ich pomocą osobiście lub przez pełnomocnika prawa głosu w toku walnego zgromadzenia.

Spółka przeanalizuje możliwość dostosowania się do zaleceń Dobrych Praktyk w tym zakresie, pod warunkiem, że oferowane na rynku systemy informatyczne będą gwarantowały przeprowadzenie walnego zgromadzenia w sposób bezpieczny i efektywny przy rozproszonej strukturze akcjonariatu Spółki. Obecnie Spółka prowadzi już transmisję obrad walnego zgromadzenia w czasie rzeczywistym w języku polskim i angielskim.

I. REKOMENDACJE DOTYCZĄCE DOBRYCH PRAKTYK SPÓŁEK GIEŁDOWYCH

W zakresie rekomendacji dotyczącej prowadzenia polityki informacyjnej z użyciem nowoczesnych technologii oraz najnowszych narzędzi komunikacji zapewniających szybkość i bezpieczeństwo oraz efektywny dostęp do informacji, Spółka planuje wdrożyć w drugim kwartale 2012 r. nową wersję strony korporacyjnej, która ma dać akcjonariuszom i inwestorom dostęp do informacji w bardziej przejrzysty sposób.

Spółka stara się zapewniać inwestorom i analitykom odpowiednią komunikację poprzez stały dostęp do informacji oraz bezpośredni kontakt z pracownikami działu relacji z inwestorami oraz przedstawicielami Zarządu Spółki. Dodatkowo, Spółka prowadzi mailing z raportami dotyczącymi poszczególnych mediów dla osób zainteresowanych dodatkowymi informacjami branżowymi. Do chwili obecnej, Spółka nie odnotowała zapotrzebowania ze strony przedstawicieli rynku kapitałowego na poszerzenie dostępnych obecnie środków komunikacji o kolejne.

W związku z rekomendacją dotyczącą walnego zgromadzenia, Spółka dokłada wszelkich starań aby zapewnić jak najszerszemu gronu akcjonariuszy możliwość wzięcia udziału w walnym zgromadzeniu. Spółka informuje niezwłocznie o wszelkich zmianach dotyczących organizacji walnego zgromadzenia, w tym agendzie walnego zgromadzenia.

Wszyscy akcjonariusze Spółki, w zakresie transakcji i umów zawieranych przez Spółkę z akcjonariuszami lub podmiotami powiazanymi, mają te same prawa.

Obecnie papiery wartościowe wyemitowane przez Spółkę są przedmiotem obrotu jedynie na Giedzie Papierów Wartościowych w Warszawie, stąd też wszyscy akcjonariusze Spółki nabywają swoje prawa zgodnie z polskim system prawnym w tym samym czasie.

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

W Grupie Agora realizowany jest Trzyletni Plan Motywacyjny (2010 - 2012) dla Zarządu i najwyższej kadry kierowniczej. Jest on oparty o stopień realizacji celu odnoszącego się do wyniku EBITDA operacyjna Grupy Agora oraz o stopień wzrostu wartości akcji Spółki. Zasady, cele i warunki rozliczenia Trzyletniego Planu Motywacyjnego dla członków Zarządu zostały określone w uchwale Rady Nadzorczej, a dla najwyższej kadry kierowniczej w uchwale Zarządu Spółki. Opis Trzyletniego Planu Motywacyjnego został przedstawiony w nocy do sprawozdania finansowego za rok obrotowy 2011.

Dodatkowo, członkowie Zarządu Spółki oraz kadra kierownicza uczestniczą również w planie motywacyjnym opartym o instrumenty finansowe. Spółka informowała o tym planie raportem bieżącym nr 71/2005 z dnia 16 września 2005 r. Opis planów motywacyjnych opartych o instrumenty finansowe został przedstawiony w nocie do sprawozdania finansowego za rok obrotowy 2011.

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

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

W zakresie rekomendacji dotyczącej zrównoważonego udziału kobiet i mężczyzn we władzach spółek, Zarząd Spółki zwraca uwagę, że kandydatów na członków Rady Nadzorczej mają prawo zgłaszać akcjonariusze posiadający uprzywilejowane akcje serii A lub akcjonariusze, którzy na ostatnim walnym zgromadzeniu, przed zgłoszeniem kandydatur, udokumentowali prawo do nie mniej niż 5% głosów i posiadają w chwili zgłoszenia kandydatur nie mniej niż 5% kapitału zakładowego Spółki (§ 21 ust. 1 lit. a Statutu). Zgodnie z § 30 Statutu Agory S.A. kandydatów na członków Zarządu mają prawo zgłaszać wyłącznie akcjonariusze posiadający uprzywilejowane akcje serii A, a po ustaniu przywilejów w stosunku do wszystkich tych akcji, Rada Nadzorcza. W przypadku, gdy osoby uprawnione do określenia liczby członków Zarządu i zgłoszenia kandydatów na członków Zarządu nie skorzystają z jednego albo obydwu z tych uprawnień, wówczas uprawnienie, z którego nie skorzystano, przysługiwać będzie odpowiednio: dla określenia liczby członków Zarządu - Walnemu Zgromadzeniu, a w przypadku zgłaszania kandydatów - każdemu akcjonariuszowi w trakcie Walnego Zgromadzenia.

Jednocześnie Zarząd Spółki pragnie podkreślić, że przy wyborze kandydatów na wszystkie stanowiska, które leżą w kompetencji Zarządu, w Spółce decydujące znaczenie odgrywają takie kryteria jak wiedza, doświadczenie i umiejętności niezbędne do piastowania danej funkcji. Stosowanie tych zasad w odniesieniu do wszystkich pracowników Spółki i Grupy zapewnia zdrowe funkcjonowanie Spółki i Grupy i pokonywanie nowych wyzwań biznesowych.

W zakresie rekomendacji dotyczącej członków rad nadzorczych należy podkreślić, że przedstawiciele Rady Nadzorczej Spółki reprezentują różne obszary wiedzy i długoletnie doświadczenie zawodowe, co pozwala im patrzeć na zagadnienia związane z funkcjonowaniem Spółki i Grupy z szerszej perspektywy. Członkowie Rady Nadzorczej Spółki otrzymują na wszelkie niezbędne informacje o sprawach dotyczących funkcjonowania Spółki i Grupy. Ponadto, w przypadku potrzeby otrzymania dodatkowych informacji czy wyjaśnień zgłoszonych przez przedstawicieli Rady Nadzorczej Spółka niezwłocznie je przekazuje.

Grupa Agora ma zróżnicowane portfolio mediów, a każde z nich w ramach swojej działalności realizuje różnorodne projekty kulturalne, sportowe i edukacyjne. Działania te wpisują się w rozwój poszczególnych biznesów lub marek z Grupy Agora. Najważniejsze informacje na ten temat Spółka zamieszcza na swojej stronie korporacyjnej. Działania mediów Agory mają charakter cykliczny lub są odpowiedzią na konkretne problemy społeczne czy wydarzenia. Do tych pierwszych należy zaliczyć chociażby plebiscyt *Firma przyjazna mamie* organizowany przez redakcję czasopism *Dziecko* i *Poradnik Domowy* czy akcję *Rodzić po ludzku* *Gazety Wyborczej*. Ponadto media Agory propagują aktywność fizyczną wśród Polaków, np. poprzez akcje *Polska biega* czy *Polska na rowery*, oraz kształtują postawy obywatelskie, zachęcając do udziału w wyborach w ramach własnych działań profrekwencyjnych lub jako patroni akcji typu *Kobiety na wybory* czy *Wybory dla wszystkich*. Media Agory zwracają też uwagę na problemy dotyczące ludzi w innych częściach świata i inicjują akcje wsparcia dla nich. Przykładem mogą tu być przeprowadzone w 2011 r. akcje w serwisie *Podarnik.Gazeta.pl* dla mieszkańców Libii i Japonii oraz akcja *Sport.pl* wspierająca działania *Polskiej Akcji Humanitarnej* pod hasłem *Ruch dla Afryki*.

W przypadku rekomendacji dotyczącej dbałości o ład informacyjny poprzez zamieszczanie na stronie korporacyjnej Spółki komunikatu ze stanowiskiem Spółki w sprawie nieprawdziwych informacji dotyczących Spółki, Zarząd Agory S.A. będzie podejmował decyzję o trybie postępowania w każdej takiej sytuacji odrębnie.

Poniżej Agora S.A. wskazuje sposób stosowania przez Spółkę zasad ładu korporacyjnego.

II. DOBRE PRAKTYKI REALIZOWANE PRZEZ ZARZĄDY SPÓŁEK GIEŁDOWYCH

Zgodnie z zasadami Dobrych Praktyk Spółek Notowanych na GPW, Spółka prowadzi swoją korporacyjną stronę internetową zarówno w polskiej jak i angielskiej wersji językowej. Na stronie oprócz informacji wymaganych przez przepisy prawa zamieszczone są podstawowe dokumenty korporacyjne, a w szczególności Statut Spółki i regulaminy jej organów zarządczych i nadzorczych. Dodatkowo, na stronie korporacyjnej opublikowane są życiorysy zarówno członków Zarządu jak i Rady Nadzorczej Spółki. Zgodnie z wymogami Spółka publikuje na swojej stronie także

informacje bieżące i okresowe. Dodatkowo, dla ułatwienia analizy informacji okresowych Spółka zamieszcza na stronie prezentacje omawiające finansowe raporty kwartalne oraz nagrania z telekonferencji podczas, których przedstawiciele Zarządu Spółki omawiali wyniki w wybranym okresie sprawozdawczym.

Zgodnie z wymogami prawa strona korporacyjna zawiera specjalną zakładkę dedykowaną walnego zgromadzeniu, które zwyczajowo odbywają się w siedzibie Spółki w Warszawie. Na stronie korporacyjnej publikowane są wszystkie dokumenty związane z walnym zgromadzeniem, w tym ogłoszenie o jego zwołaniu w określonym terminie, kandydatury zgłaszane do organów zarządzających i nadzorczych Spółki wraz z życiorysami zawodowymi niezwłocznie po przesłaniu ich do Spółki. Tutaj też publikowane są wszelkie informacje organizacyjne jak np. przerwa w przebiegu obrad walnego zgromadzenia lub zmiany w porządku obrad.

W dniu 22 czerwca 2011 r. Walne Zgromadzenie Spółki obradowało w jej siedzibie w Warszawie, a wszystkie dokumenty związane z jego organizacją i przebiegiem znalazły się na stronie korporacyjnej Spółki. Zostało ono zwołane na wniosek Zarządu Spółki. Jego przebieg był zgodny z przepisami kodeksu spółek handlowych oraz regulaminem Walnego Zgromadzenia. Członkowie Zarządu i Rady Nadzorczej oraz przedstawiciel biegłego rewidenta obecni w toku obrad, byli gotowi do udzielania wyjaśnień w zakresie swoich kompetencji i przepisów prawa.

W przypadku pytań ze strony akcjonariuszy i udzielanych na nie odpowiedzi w trakcie przebiegu walnego zgromadzenia są one dostępne dla wszystkich dzięki rejestracji przebiegu walnego zgromadzenia w czasie rzeczywistym. Dodatkowo, Spółka sporządza listę pytań i odpowiedzi, które są do niej przesyłane przed i w trakcie walnego zgromadzenia wraz z udzielonymi odpowiedziami. Odpowiedzi na pytania udzielają obecni na walnym zgromadzeniu przedstawiciele Zarządu oraz Rady Nadzorczej Spółki.

W tej części zamieszczane są też dokumenty związane m.in. z dywidendą np. rekomendacja Zarządu co do wypłaty dywidendy, projekt uchwały w tym zakresie oraz podjęte przez walne zgromadzenie uchwały.

Spółka zamieszcza również na swojej stronie raporty dotyczące przestrzegania przez nią zasad ładu korporacyjnego oraz informacje o zasadzie dotyczącej zmieniania podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych. Spółka co roku w raporcie okresowym publikowanym na jej stronie podaje informacje o kosztach programu motywacyjnego (w tym opartego na akcjach Spółki).

W sekcji dotyczącej Rady Nadzorczej znajduje się również informacja o powiązaniu jednego z członków Rady Nadzorczej z akcjonariuszem dysponującym co najmniej 5% głosów na walnym zgromadzeniu. Tutaj też publikowane są sprawozdania z działalności Rady Nadzorczej wraz z jej oceną systemu kontroli wewnętrznej i systemu zarządzania ryzykiem istotnym dla Spółki.

III. DOBRE PRAKTYKI STOSOWANE PRZEZ CZŁONKÓW RAD NADZORCZYCH

Rada Nadzorcza Agory realizuje wszystkie zalecenia Dobrych Praktyk.

W ramach swoich obowiązków sporządza zwięzłą ocenę sytuacji Spółki łącznie z oceną systemu kontroli wewnętrznej i systemu zarządzania ryzykiem istotnym dla Spółki. Ocena ta jest publikowana przez Spółkę wraz ze wszystkimi materiałami związanymi z walnym zgromadzeniem na stronie korporacyjnej Spółki.

Dodatkowo, Rada Nadzorcza rozpatruje i opiniuje sprawy, które są przedmiotem obrad walnego zgromadzenia. Przedstawiciele Rady Nadzorczej zawsze uczestniczą w obradach walnego zgromadzenia w składzie umożliwiającym im udzielenie odpowiedzi na ewentualne pytania ze strony akcjonariuszy. W 2011 r. podczas obrad Walnego Zgromadzenia Radę Nadzorczą reprezentował jej przewodniczący Pan Andrzej Szlęzak.

W przypadku powiązań członka Rady Nadzorczej z akcjonariuszem dysponującym więcej niż 5% ogólnej liczby głosów informuje on Zarząd Spółki oraz pozostałych członków Rady Nadzorczej o tym fakcie. Podobnie dzieje się w przypadku konfliktu interesów lub możliwości jego powstania.

W 2011 r. żaden z członków Rady Nadzorczej nie zrezygnował z pełnienia swojej funkcji. Jeśli chodzi o niezależność członków Rady Nadzorczej oraz Komitety działające przy Radzie Nadzorczej – kwestie te zostały omówione w oddzielnej sekcji raportu.

IV. DOBRE PRAKTYKI STOSOWANE PRZEZ AKCJONARIUSZY

Agora S.A. jako spółka publiczna umożliwia udział w walnym zgromadzeniu Spółki przedstawicielom mediów. Tak było też podczas Walnego Zgromadzenia w dniu 22 czerwca 2011 r. W przypadku wprowadzania zmian w

regulaminie walnego zgromadzenia Spółka stara się to czynić z należytym wyprzedzeniem tak by umożliwić wszystkim akcjonariuszom wykonywanie ich praw.

Podczas obrad Walnego Zgromadzenia Spółki w dniu 22 czerwca 2011 r. nie wprowadzono żadnych zmian w regulaminie walnego Zgromadzenia. W 2011 r. Walne Zgromadzenie Spółki nie podejmowało również żadnych uchwał w sprawie emisji akcji. Uchwała Walnego Zgromadzenia w sprawie podziału zysku zapewniła zachowanie terminu (nie dłuższego niż 15 dni roboczych) między dniem ustalenia prawa do dywidendy, a dniem wypłaty dywidendy. Walne Zgromadzenie Spółki nie podejmowało uchwał w sprawie wypłaty warunkowej dywidendy czy w sprawie podziału wartości nominalnej akcji.

Od kilku lat Spółka prowadzi transmisję obrad walnego zgromadzenia w czasie rzeczywistym zarówno w języku polskim jak i angielskim. W trakcie Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia odbytego w 2011 r. Spółka nie zdecydowała się, między innymi ze względów bezpieczeństwa, na udostępnienie akcjonariuszom możliwości dwustronnej komunikacji w czasie rzeczywistym oraz wykonywania osobiście lub przez pełnomocnika prawa głosu w toku posiedzenia przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej. Spółka przeanalizuje możliwość dostosowania się do zaleceń Dobrych Praktyk w tym zakresie w 2013 r., pod warunkiem, że oferowane systemy informatyczne będą gwarantowały przeprowadzenie walnego zgromadzenia w sposób bezpieczny i efektywny przy rozproszonej strukturze akcjonariatu Spółki.

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

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

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

Zgodnie z §15 ust. 4 Statutu, usunięcie spraw umieszczonych w porządku obrad walnego zgromadzenia na żądanie zgłoszone - na podstawie art. 400 lub art. 401 Kodeksu spółek handlowych - przez akcjonariusza reprezentującego co najmniej taką część kapitału jaka jest wskazana w tych przepisach wymaga zgody akcjonariusza, który zgłosił takie żądanie. Podjęcie uchwały dotyczącej odpowiedzialności akcjonariusza wobec Spółki z jakiegokolwiek tytułu wymaga bezwzględnej większości trzech czwartych głosów oddanych przy obecności akcjonariuszy reprezentujących co najmniej 50% wszystkich akcji Spółki uprawniających do głosowania przy podjęciu takiej uchwały.

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

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

- akcjonariusza, który posiadając akcje uprawniające do nie więcej niż 20% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu ogłosił zgodnie z przepisami Ustawy o ofercie publicznej wezwanie do zapisywania się na sprzedaż lub zamianę wszystkich akcji Spółki i w ramach takiego wezwania nabył akcje uprawniające, łącznie z dotychczas posiadanymi przez niego akcjami Spółki, do wykonywania co najmniej 75% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu. Przy obliczaniu udziałów akcjonariusza w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu, o których mowa w zdaniu poprzednim, przyjmuje się, że wspomniane (20-procentowe) ograniczenie prawa głosu nie istnieje.

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

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

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

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

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

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

Zamiana akcji na okaziciela na akcje imienne jest niedopuszczalna.

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

Realizując zasadę przejrzystości, efektywnej polityki informacyjnej oraz starając się zapewnić wszystkim akcjonariuszom równy dostęp do informacji o Spółce, Agora S.A. prowadzi transmisję obrad Walnego Zgromadzenia przez internet, w języku polskim i angielskim.

W obradach walnego zgromadzenia Spółki uczestniczą zawsze przedstawiciele Zarządu, Rady Nadzorczej oraz biegłego rewidenta Spółki.

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

3.1. Zarząd

Zarząd Spółki działa w oparciu o przepisy kodeksu spółek handlowych oraz Statutu. Zgodnie ze Statutem, Zarząd składa się z od trzech do sześciu członków, których dokładną liczbę określają akcjonariusze posiadający większość uprzywilejowanych akcji serii A, a po ustaniu przywilejów w stosunku do tych akcji, Rada Nadzorcza (§ 28 Statutu). Na dzień przedstawienia niniejszego raportu w skład Zarządu Spółki wchodzi:

- Piotr Niemczycki – Prezes Zarządu,
- Zbigniew Bąk – Wiceprezes Zarządu,
- Marek Jackiewicz – Członek Zarządu,
- Grzegorz Kossakowski – Członek Zarządu,
- Stanisław Turnau – Członek Zarządu.

W dniu 29 grudnia 2011 r. jeden z członków Zarządu, Tomasz Józefacki, złożył rezygnację z uczestnictwa w Zarządzie Spółki. W dniu 4 stycznia 2012 r., stosownie do postanowień par. 28 ust. 3 Statutu Spółki, Zarząd Agory S.A. powołał w drodze kooptacji do swojego grona pana Stanisława Turnau i pana Marka Jackiewicza.

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

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

3.2. Rada Nadzorcza

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

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

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

Członkowie Rady Nadzorczej powoływani są na wspólną trzyletnią kadencję. W związku z powyższym kadencja obecnej Rady Nadzorczej wygaśnie z dniem odbycia Walnego Zgromadzenia Spółki zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za 2012 r.

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

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

3.3 Komitet i komisja działające w ramach Rady Nadzorczej

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

(i) Komitet Audytu:

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

(ii) Komisja ds. Osobowych i Wynagrodzeń:

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

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

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

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

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

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

Na mocy uchwały Rady Nadzorczej z dnia 11 kwietnia 2011 r., oraz zgodnie z postanowieniami Statutu, KPMG Audyt Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością spółka komandytowa z siedzibą w Warszawie przy ulicy Chłodnej 51, wpisana na listę podmiotów uprawnionych do badania sprawozdań finansowych z numerem 3546, została wybrana na biegłego rewidenta Spółki, który zbada sprawozdania finansowe za rok 2011, 2012 i 2013.

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

Osobowych i wynagrodzeń odbywają się tak często, jak jest to niezbędne dla jej prawidłowego funkcjonowania, co najmniej raz w roku.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

5. WSKAZANIE AKCJONARIUSZY POSIADAJĄCYCH ZNACZNE PAKIETY AKCJI

Zgodnie z najlepszą wiedzą Spółki, na dzień przekazywania raportu rocznego za 2011 r. następujący akcjonariusze mogli wykonywać ponad 5% głosów na walnym zgromadzeniu Spółki:

	liczba akcji	% udział w kapitale zakładowym	liczba głosów na WZ	% udział w liczbie głosów na WZ
Agora-Holding Sp. z o.o. (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 3 stycznia 2012 r.)	5 692 420	11,18	22 818 820	33,53
BZ WBK Asset Management S.A. (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 8 marca 2012 r.)	6 360 642	12,49	6 360 642	9,35
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. ZASADY POWOŁYWANIA I ODWOŁYWANIA OSÓB ZARZĄDZAJĄCYCH ORAZ UPRAWNIENIA OSÓB ZARZĄDZAJĄCYCH, W SZCZEGÓLNOŚCI PRAWO DO PODJĘCIA DECYZJI O WYKUPIE LUB EMISJI AKCJI

6.1. Powoływanie

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

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

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

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

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

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

6.2. Odwoływanie

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

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

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

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

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

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

6.3. Uprawnienia osób zarządzających

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

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

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

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

Akcje serii A

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

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

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

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

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

8. OGRANICZENIA DOTYCZĄCE PRZENOSZENIA PRAWA WŁASNOŚCI PAPIERÓW WARTOŚCIOWYCH EMITENTA

Zgodnie ze Statutem Agory S.A. zbycie lub zamiana akcji serii A na akcje na okaziciela wymaga pisemnej zgody właścicieli co najmniej 50% uprzywilejowanych akcji serii A wpisanych do księgi akcyjnej w dniu złożenia wniosku o wyrażenie takiej zgody. Dodatkowe ograniczenia w zakresie rozporządzania papierami wartościowymi emitenta dotyczą również akcji objętych przez pracowników w ramach planów motywacyjnych opisanych w notcie do sprawozdania finansowego za rok obrotowy 2011.

9. OGRANICZENIA W WYKONYWANIU PRAWA GŁOSU

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

- a) akcjonariuszy posiadających uprzywilejowane akcje serii A;
- b) banku depozytowego, który na podstawie umowy ze Spółką wyemitował w związku z akcjami Spółki kwity depozytowe, w przypadku wykonywania przez taki podmiot prawa głosu z akcji, które stanowiły podstawę do wyemitowania kwitów depozytowych; oraz
- c) akcjonariusza, który posiadając akcje uprawniające do nie więcej niż 20% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu ogłosił zgodnie z przepisami Ustawy o publicznym obrocie papierami wartościowymi wezwanie do zapisywania się na sprzedaż lub zamianę wszystkich akcji Spółki i w ramach takiego wezwania nabył akcje uprawniające, łącznie z dotychczas posiadanymi przez niego akcjami Spółki, do wykonywania co najmniej 75% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu. Przy obliczaniu udziałów akcjonariusza w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu, o których mowa w zdaniu poprzednim, przyjmuje się, że ograniczenie prawa głosu przewidziane w § 17 ust. 1 Statutu Spółki nie istnieje.

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

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

10. ZASADY ZMIANY STATUTU AGORY S.A.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

VIII. OŚWIADCZENIA ZARZĄDU

1. OŚWIADCZENIE ODNOŚNIE PRZYJĘTYCH ZASAD RACHUNKOWOŚCI

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

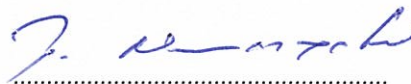
Roczne sprawozdanie Zarządu z działalności Grupy zawiera prawdziwy obraz rozwoju i osiągnięć oraz sytuacji Grupy Kapitałowej emitenta, w tym opis podstawowych ryzyk i zagrożeń.

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

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

Warszawa, 13 kwietnia 2012 r.

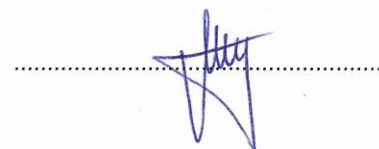
Piotr Niemczycki – Prezes Zarządu



Zbigniew Bąk – Wiceprezes Zarządu



Marek Jackiewicz – Członek Zarządu



Grzegorz Kossakowski – Członek Zarządu



Stanisław Turnau – Członek Zarządu

