

GRUPA AGORA

Raport
za II kw. 2012 r.

10 sierpnia 2012 r.

SPIS TREŚCI

KOMENTARZ ZARZĄDU DO RAPORTU ZA DRUGI KWARTAŁ 2012 R.....	4
I. ISTOTNE ZDARZENIA I CZYNNIKI MAJĄCE WPŁYW NA WYNIKI FINANSOWE GRUPY	4
II. CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE I WEWNĘTRZNE ISTOTNE DLA ROZWOJU GRUPY.....	6
1. CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE.....	6
1.1. Rynek reklamy [3]	6
2. CZYNNIKI WEWNĘTRZNE	6
2.1. Przychody.....	6
2.2. Koszty operacyjne	7
3. PERSPEKTYWY.....	8
3.1. Rynek reklamy.....	8
3.2. Koszty operacyjne	9
3.2.1 Koszty 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	9
3.2.5 Koszty materiałów i energii.....	9
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. Wyniki wg głównych segmentów Grupy Agora za pierwsze dwa kwartały 2012 r.	12
2.2. Przychody i koszty finansowe	13
3. BILANS GRUPY AGORA.....	13
3.1. Aktywa trwałe	13
3.2. Aktywa obrotowe	13
3.3. Zobowiązania i rezerwy długoterminowe.....	13
3.4. Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe	14
4. PRZEPŁYWY ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH GRUPY AGORA	14
4.1. Działalność operacyjna	14
4.2. Działalność inwestycyjna	14
4.3. Działalność finansowa.....	14
5. WYBRANE WSKAŹNIKI FINANSOWE [5].....	15
IV. WYNIKI OPERACYJNE - GŁÓWNE SEGMENTY GRUPY AGORA	16
IV.A. PRASA CODZIENNA [1]	16
1. GAZETA WYBORCZA.....	17
1.1. Przychody.....	17
1.1.1. Sprzedaż prasy [4]	17
1.1.2. Czytelność [4]	17
1.1.3. Sprzedaż reklam [3]	18
1.1.4. Pozostałe przychody	19
1.2. Koszty.....	19
1.2.1. Koszty druku Gazety Wyborczej.....	19
1.2.2. Koszty reprezentacji i reklamy	19
1.3. Dodatkowe informacje	19
2. PRASA BEZPŁATNA [3], [4]	20
3. PROJEKTY SPECJALNE	20
IV.B. INTERNET [1] , [6]	22
1. Przychody	22

2. Koszty.....	23
3. Istotne informacje o działalności internetowej.....	23
IV.C. KINO.....	24
1. Przychody [3]	24
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.....	29
3. Udziały w słuchalności [9].....	29
4. Inne zdarzenia.....	29
IV.F. CZASOPISMA [1], [7]	30
1. Przychody	30
1.1. Sprzedaż czasopism	31
1.2. Sprzedaż reklam.....	31
2. Koszty.....	31
3. Inne zdarzenia.....	31
PRZYPISY	32
V. INFORMACJE UZUPEŁNIAJĄCE.....	35
1. Zmiany umowy o linię kredytową.....	35
2. Istotne wydarzenia	35
3. Zmiany w stanie posiadania akcji lub innych uprawnień do nich (opcji) przez członków Zarządu w drugim kwartale 2012 r. i do dnia publikacji raportu	36
4. Zmiany w stanie posiadania akcji lub innych uprawnień do nich (opcji) przez członków Rady Nadzorczej w drugim kwartale 2012 r. i do dnia publikacji raportu	37
5. Akcjonariusze posiadający bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki na dzień przekazania raportu kwartalnego	37
6. Pozostałe informacje	38
SKRÓCONE ŚRÓDROCZNE SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE FINANSOWE	39

GRUPA AGORA

KOMENTARZ ZARZĄDU DO RAPORTU ZA DRUGI KWARTAŁ 2012 R.

PRZYCHODY 564,4 MLN ZŁ,
STRATA NETTO 0,3 MLN ZŁ,
EBITDA OPERACYJNA 48,6 MLN ZŁ,
GOTÓWKA Z DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ 38,1 MLN ZŁ

Wszystkie dane (jeżeli nie zostanie wskazane inaczej) obejmują okres styczeń - czerwiec 2012 r., zaś porównania mówią o dynamice w stosunku do analogicznego okresu 2011 r. Źródła danych zostały przedstawione na końcu części IV niniejszego komentarza.

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

- Według szacunków Grupy Agora S.A. („Grupa”), w pierwszym półroczu 2012 r. wydatki reklamowe wyniosły około 3,8 mld zł i zmniejszyły się o prawie 4% w stosunku do pierwszego półrocza 2011 r. W tym okresie zwiększyły się wydatki reklamodawców w internecie (wzrost o prawie 9,5%) i w kinach (wzrost o prawie 14,5%). Wydatki na reklamę w telewizji były niższe o ponad 5%, natomiast w reklamie zewnętrznej nieznacznie zmniejszyły się, głównie na skutek ich spadku o ponad 3,5% w drugim kwartale 2012 r. Wydatki na reklamę w prasie zmniejszyły się o prawie 13% w porównaniu z pierwszym półroczem 2011 r. Na reklamę w dziennikach reklamodawcy wydali o ponad 18% mniej niż w analogicznym okresie 2011 r., natomiast w magazynach były one o 9% niższe w porównaniu z pierwszym półroczem 2011 r. Istotny wpływ na wartość rynku reklamy w pierwszym półroczu 2012 r., a w szczególności w drugim kwartale 2012 r., wywarły odbywające się w Polsce i na Ukrainie *Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej*, które spowodowały ograniczenie skali realizowanych kampanii promocyjnych, w szczególności na nośnikach reklamy zewnętrznej oraz radiostacjach.
- Przychody Grupy w pierwszym półroczu 2012 r. wyniosły 564,4 mln zł i były o 8,2% niższe niż w pierwszym półroczu 2011 r. Przychody Grupy ze sprzedaży biletów do kin w omawianym okresie wyniosły 59,1 mln zł i były o 15,0% niższe niż w analogicznym okresie 2011 r., co wynika głównie z 23,5% spadku tych przychodów w drugim kwartale 2012 r. w związku z niższą frekwencją w kinach w tym okresie. Wpływy ze sprzedaży usług reklamowych w Grupie w pierwszym półroczu 2012 r. spadły o 7,7% i wyniosły 325,1 mln zł. Wpływy ze sprzedaży wydawnictw wyniosły 81,0 mln zł i zmniejszyły się o 19,3%. Przychody z pozostałej sprzedaży wzrosły o 6,6% do kwoty 99,2 mln zł, głównie za sprawą wyższych wpływów ze sprzedaży usług poligraficznych dla klientów zewnętrznych.
- W pierwszym półroczu 2012 r. przychody ze sprzedaży reklam w *Gazecie Wyborczej* wyniosły 108,1 mln zł i były o 18,2% niższe niż w analogicznym okresie 2011 r. W tym czasie przychody ze sprzedaży egzemplarzy były o 15,4% niższe niż w pierwszym półroczu 2011 r. i wyniosły 55,6 mln zł. Średnia sprzedaż egzemplarzowa *Gazety Wyborczej* wyniosła, w pierwszym półroczu 2012 r., 265 tys. egzemplarzy. Udział *Gazety Wyborczej* w wydatkach na reklamę w dziennikach wyniósł w tym czasie 37,5%. W samym drugim kwartale 2012 r. wyniósł on ponad 37,5% i utrzymał się na poziomie drugiego kwartału 2011 r.[4].
- W pierwszym półroczu 2012 r. przychody ze sprzedaży reklam w pionie Prasy Bezpłatnej wyniosły 14,3 mln zł i były o 1,4% niższe niż w analogicznym okresie rok wcześniej. Udział bezpłatnej gazety Agory w wydatkach na reklamę w dziennikach wyniósł w pierwszym półroczu 2012 r. 5% i wzrósł o prawie 1 pkt% [3]. W omawianym okresie pion uzyskał pozytywny wynik operacyjny EBIT, który był o 0,2 mln zł wyższy niż w pierwszym półroczu 2011 r. [1], głównie za sprawą dobrych wyników odnotowanych w pierwszym kwartale 2012 r. oraz podjętych działań oszczędnościowych w drugim kwartale 2012 r.

- ▶ Przychody segmentu Internet, w pierwszej połowie 2012 r., wyniosły 57,8 mln zł i zwiększyły się o 4,3%, głównie dzięki ich wzrostowi o 8,5% w drugim kwartale 2012 r. W okresie styczeń - czerwiec 2012 r., dzięki wyższym przychodom oraz ograniczeniu kosztów operacyjnych, segment poprawił także wynik operacyjny EBIT do poziomu 4,4 mln zł [1]. W czerwcu 2012 r. zasięg serwisów grupy *Gazeta.pl* osiągnął poziom 60,2%, co dało im trzecie miejsce wśród portali internetowych, a liczba użytkowników wyniosła 11,8 mln osób [6].
- ▶ Przychody segmentu kinowego w pierwszym półroczu 2012 r. były niższe o 7,1% w stosunku do pierwszego półrocza 2011 r. i wyniosły 88,1 mln zł. Spadek ten jest konsekwencją niższej frekwencji w kinach w omawianym okresie, szczególnie w drugim kwartale 2012 r., w związku z *Mistrzostwami Europy w Piłce Nożnej* organizowanymi w Polsce i na Ukrainie. Liczba sprzedanych biletów w kinach sieci Helios w tym czasie spadła o 18,0% do 3,3 mln sztuk, co przełożyło się zarówno na niższe przychody ze sprzedaży biletów jak i ze sprzedaży barowej. Segment odnotował stratę operacyjną na poziomie EBIT w wysokości 2,4 mln zł.
- ▶ Przychody grupy AMS w pierwszym półroczu 2012 r. zmniejszyły się o 10,8% i wyniosły 76,6 mln zł, głównie za sprawą ich zmniejszenia się o 20,2% w drugim kwartale 2012 r. w związku z *Mistrzostwami Europy w Piłce Nożnej* organizowanymi w Polsce i na Ukrainie. Segment odnotował stratę operacyjną na poziomie EBIT w wysokości 0,2 mln zł. Udział grupy AMS w wydatkach na reklamę zewnętrzną spadł w pierwszym półroczu 2012 r. o ponad 3pkt% do blisko 28%, a w drugim kwartale 2012 r. wyniósł 25,0% [8]. W okresie styczeń – czerwiec 2012 r., wydatki na reklamę zewnętrzną w Polsce były na poziomie zbliżonym do wartości z analogicznego okresu roku ubiegłego, natomiast w drugim kwartale 2012 r. spadły o ponad 3,5% [8].
- ▶ W pierwszym półroczu 2012 r., przychody segmentu Radio wzrosły o 11,6% do kwoty 45,3 mln zł. Koszty operacyjne segmentu wzrosły o 17,3%, głównie w związku z wyższymi kosztami zakupu czasu antenowego w stacjach obcych. W omawianym okresie segment odnotował pozytywny wynik operacyjny na poziomie EBIT w wysokości 0,6 mln zł, a na poziomie EBITDA operacyjna w wysokości 2,0 mln zł [1].
- ▶ Przychody segmentu Czasopisma w pierwszym półroczu 2012 r. wyniosły 34,6 mln zł i zmniejszyły się o 10,8%. Segment osiągnął pozytywny wynik operacyjny na poziomie EBIT i EBITDA operacyjna w wysokości 1,8 mln zł i 2,0 mln zł [1].
- ▶ W pierwszym półroczu 2012 r., koszty operacyjne netto Grupy wyniosły 564,3 mln zł i zmniejszyły się o 2,5%. Wynika to głównie z ograniczenia wydatków na reprezentację i reklamę o 22,6% oraz niższych niegotówkowych kosztów związanych z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych. Zmniejszyły się także koszty zużycia materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów, a także koszty amortyzacji, głównie dzięki ograniczeniu tych pozycji kosztowych w drugim kwartale 2012 r.
- ▶ EBITDA operacyjna Grupy w pierwszym półroczu 2012 r. zmniejszyła się, w porównaniu z pierwszym półroczem 2011 r., do kwoty 48,6 mln zł. Dzięki pozytywnemu wynikowi operacyjnemu EBIT w drugim kwartale 2012 r., Grupa zamknęła pierwsze półrocze 2012 r. z wynikiem operacyjnym EBIT na poziomie 0,1 mln zł. Grupa zakończyła pierwsze półrocze 2012 r. ze stratą netto w wysokości 0,3 mln zł. W tym czasie strata netto przypadająca na akcjonariuszy jednostki dominującej wyniosła 0,2 mln zł. W drugim kwartale 2012 r. zysk netto Grupy Agora wyniósł 0,7 mln zł, a zysk netto przypadający na akcjonariuszy jednostki dominującej wyniósł 1,3 mln zł.
- ▶ Na koniec czerwca 2012 r. Grupa posiadała środki pieniężne w wysokości 276,8 mln zł, na które składały się gotówka i jej ekwiwalenty w wysokości 105,6 mln zł oraz 171,2 mln zł zainwestowane w krótkoterminowe papiery wartościowe.
- ▶ Na koniec czerwca 2012 r. zadłużenie kredytowe Grupy wyniosło 191,7 mln zł (w tym zadłużenie Helios S.A. obejmujące kredyty bankowe, pożyczki i zobowiązania finansowe z tytułu leasingu w wysokości 96,1 mln zł).

II. CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE I WEWNĘTRZNE ISTOTNE DLA ROZWOJU GRUPY

1. CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE

1.1. Rynek reklamy [3]

Według szacunków Agory, opartych na dostępnych źródłach danych, w drugim kwartale 2012 r. wartość wydatków reklamowych ogółem w Polsce wyniosła około 2,1 mld zł i zmniejszyła się o 5,5% w stosunku do drugiego kwartału 2011 r. Jednym z czynników wpływających na kondycję polskiego rynku reklamy w drugim kwartale 2012 r. miały odbywające się w Polsce i na Ukrainie *Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej*.

W tym czasie reklamodawcy ograniczyli swoje wydatki we wszystkich mediach za wyjątkiem internetu i kina.

Największe spadki można było zaobserwować w dziennikach, w których reklamodawcy ograniczyli budżety reklamowe o 19%, natomiast w magazynach wydatki reklamowe zostały zmniejszone o prawie 10%. Ponadto, reklamodawcy ograniczyli wydatki na reklamę w telewizji o prawie 8%. W radio wydatki reklamowe zostały ograniczone o ponad 5%. Medium, które bezpośrednio odczuło negatywny wpływ turnieju była reklama zewnętrzna, w której wartość wydatków reklamowych zmniejszyła się o ponad 3,5% w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego. Było to efektem ograniczenia w dysponowaniu częścią nośników wskutek szczególnych przepisów UEFA.

Wartość wydatków reklamowych w Internecie wzrosła o ponad 10,5% w porównaniu z drugim kwartałem 2011 r., głównie w wyniku zwiększonych wydatków na reklamę w wyszukiwarkach. W tym czasie wydatki reklamowe w kinach zwiększyły się o ponad 10,5%.

W rezultacie ograniczenia wydatków na reklamę w drugim kwartale 2012 r. wartość wydatków na reklamę w Polsce w okresie styczeń – czerwiec 2012 r. skurczyła się o prawie 4%.

Jedynymi segmentami rynku, które odnotowały wzrost wydatków reklamowych w pierwszym półroczu 2012 r. w Polsce były Internet i kino. W tym czasie reklamodawcy zwiększyli swoje wydatki na reklamę w kinach o prawie 14,5%, a w Internecie o prawie 9,5% w porównaniu z pierwszym półroczem 2011 r. Drugi kwartał 2012 r. przyniósł pogłębienie trendów spadkowych w prasie i telewizji. W wyniku tego, w okresie styczeń – czerwiec 2012 r., wartość wydatków na reklamę w dziennikach zmniejszyła się o ponad 18%, w magazynach o 9%, a w telewizji o ponad 5%.

W efekcie dalszego ograniczenia wydatków reklamowych w radiostacjach w całym pierwszym półroczu 2012 r. wartość tych wydatków była o prawie 3,5% niższa w analogicznym okresie 2011 r.

Pomimo spadku odnotowanego w drugim kwartale 2012 r. w wydatkach na reklamę zewnętrzną w całym pierwszym półroczu 2012 r. wartość tych wydatków skurczyła się nieznacznie.

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

2. CZYNNIKI WEWNĘTRZNE

2.1. Przychody

W drugim kwartale 2012 r., Grupa Agora zanotowała spadek przychodów ze sprzedaży o 11,3% do kwoty 283,1 mln zł, z powodu spadku przychodów w większości segmentów operacyjnych Grupy. Segmentami, które odnotowały wzrost przychodów były segment Radio i Internet.

W tym czasie wpływy ze sprzedaży usług reklamowych w Grupie zmniejszyły się o 9,6% w porównaniu z analogicznym okresem 2011 r. i wyniosły 175,7 mln zł. Do tego spadku przyczyniły się głównie niższe o 12,6 mln zł przychody ze sprzedaży reklam w *Gazecie Wyborczej*. Niższe przychody reklamowe odnotował również segment Reklamy Zewnętrznej oraz Czasopisma.

W drugim kwartale 2012 r. wzrost przychodów reklamowych był widoczny w segmentach Internet, Radio i Kino.

Przychody segmentu Internet ze sprzedaży reklam internetowych wzrosły o 18,7% w porównaniu z drugim kwartałem 2011 r. Segment Radio odnotował wzrost przychodów reklamowych o 14,9% w porównaniu z drugim

kwartałem 2011 r., głównie dzięki wyższym przychodom z tytułu sprzedaży usług pośrednictwa reklamowego. W segmencie Kino wartość przychodów ze sprzedaży reklam zwiększyła się do 4,7 mln zł.

W drugim kwartale 2012 r. wartość przychodów ze sprzedaży wydawnictw wyniosła 38,3 mln zł i była niższa o 22,3% w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego. Przyczynił się do tego głównie spadek przychodów ze sprzedaży wydawnictw publikowanych w ramach pionu Projekty Specjalne oraz spadek przychodów ze sprzedaży wydawnictw w *Gazecie Wyborczej* (o 20,0%), wynikający z niższej sprzedaży egzemplarzowej oraz niższej sprzedaży wydań droższych (tzw. oferta dwucenowa). W segmencie Czasopisma wpływy ze sprzedaży wydawnictw zmniejszyły się o 10,1% do kwoty 7,1 mln zł, ze względu na spadek liczby sprzedanych egzemplarzy oraz obniżenie ceny wybranych tytułów prasowych.

W drugim kwartale 2012 r. przychody ze sprzedaży biletów do kin w sieci Helios wyniosły 21,4 mln zł i były niższe o 23,8% niż w analogicznym okresie roku ubiegłego. W omawianym okresie w kinach sieci Helios zakupiono blisko 1,2 mln biletów czyli o prawie 24% mniej niż w drugim kwartale 2011 r.

Przychody z pozostałej sprzedaży wyniosły 47,6 mln zł i pozostały na poziomie drugiego kwartału 2011 r. Przyczynił się do tego wyższe o 28,9% przychody ze sprzedaży usług poligraficznych klientom zewnętrznym, które kompensowały niższe przychody ze sprzedaży kolekcji wydawanych w ramach Projektów Specjalnych oraz niższe przychody ze sprzedaży barowej w kinach sieci Helios w tym czasie.

W całym pierwszym półroczu 2012 r. wartość przychodów ze sprzedaży zmniejszyła się o 8,2% do kwoty 564,4 mln zł, głównie w wyniku 11,3% spadku odnotowanego w drugim kwartale 2012 r.

W okresie styczeń – czerwiec 2012 r. przychody ze sprzedaży usług reklamowych zmniejszyły się o 7,7% do kwoty 325,1 mln zł, z największymi spadkami w segmencie Prasy Codziennej oraz Reklamy Zewnętrznej.

W pierwszym półroczu 2012 r. przychody ze sprzedaży reklam wzrosły w segmencie Internet o 14,0% do kwoty 44,9 mln zł oraz w segmencie Radio o 11,0% do kwoty 44,3 mln zł, głównie za sprawą wyższych przychodów z tytułu świadczonych usług pośrednictwa sprzedaży czasu antenowego w stacjach obcych.

W okresie styczeń – czerwiec 2012 r. przychody ze sprzedaży wydawnictw zmniejszyły się o 19,3% w porównaniu z analogicznym okresem 2011 r. do kwoty 81,0 mln zł. Wpływ na to miały spadki sprzedaży egzemplarzowej tytułów prasowych, mniejsza liczba droższych wydań (tzw. oferta dwucenowa), mniejsza liczba kolekcji wydawanych w ramach pionu Projekty Specjalne oraz obniżenie ceny wybranych tytułów prasowych. W omawianym okresie, przychody ze sprzedaży wydawnictw w *Gazecie Wyborczej* skurczyły się o 15,4%, a w segmencie Czasopisma o 12,6%.

W pierwszym półroczu 2012 r. przychody ze sprzedaży biletów do kin w sieci Helios wyniosły 59,1 mln zł i były niższe o 15,0% niż w analogicznym okresie roku ubiegłego. W omawianym okresie w kinach sieci Helios zakupiono 3,3 mln biletów czyli o 18,0% mniej niż w pierwszym półroczu 2011 r.

W pierwszym półroczu 2012 r. przychody z pozostałej sprzedaży wzrosły o 6,6% do kwoty 99,2 mln zł, głównie w wyniku zwiększenia się tej pozycji przychodowej o 13,4% w pierwszym kwartale 2012 r., co było związane ze wzrostem przychodów ze sprzedaży usług poligraficznych klientom zewnętrznym o 49,3%. Niższe były natomiast przychody ze sprzedaży kolekcji wydawanych w ramach Projektów Specjalnych oraz sprzedaży barowej w kinach sieci Helios.

2.2. Koszty operacyjne

Koszty operacyjne netto Grupy w pierwszym półroczu 2012 r. wyniosły 564,3 mln zł i zmniejszyły się w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego o 2,5%. Udało się to osiągnąć dzięki ich ograniczeniu o 4,1% w drugim kwartale 2012 r. do kwoty 280,8 mln zł.

Koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników (bez niegotówkowych kosztów związanych z płatnościami w formie papierów wartościowych) wzrosły o 2,0% w pierwszym półroczu 2012 r., natomiast w drugim kwartale 2012 r. wzrost ten wyniósł 1,4%. Nieznaczny wzrost tej pozycji kosztowej nastąpił w większości segmentów Grupy.

Zatrudnienie etatowe w Grupie na koniec czerwca 2012 r. wyniosło 3 400 etatów i zmniejszyło się o 117 etatów w porównaniu z końcem czerwca 2011 r.

Łączny szacunkowy niegotówkowy **koszt realizacji planów motywacyjnych** związany z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych (opisanych w nocie 5A do skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy) obciążył wynik Grupy w pierwszym półroczu 2012 r. kwotą 1,8 mln zł.

W Grupie funkcjonują również inne systemy motywacyjne (np. gotówkowe plany motywacyjne, systemy motywacyjne w działach sprzedaży itp.), których koszty obciążają pozycję wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników. Począwszy od czwartego kwartału 2010 r. wynik operacyjny Grupy obciążany jest w każdym kwartale kosztami Trzyletniego Planu Motywacyjnego dla Zarządu i najwyższej kadry kierowniczej (opisanego w nocie 5B do skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy). W pierwszym półroczu 2012 r. koszt tego planu wyniósł 0,5 mln zł, w tym w drugim kwartale 2012 r. 0,2 mln zł.

Koszty usług obcych w pierwszym półroczu 2012 r. wyniosły 174,1 mln zł i wzrosły o 1,4%. Wzrost ten jest wynikiem m.in. wyższych kosztów zakupu czasu antenowego oraz kosztów pośrednictwa sprzedaży. Do wzrostu tej pozycji kosztowej przyczyniły się także wyższe koszty czynszów za nośniki reklamy zewnętrznej oraz koszty najmu powierzchni w centrach handlowych przeznaczone na działalność kinową. W samym drugim kwartale 2012 r. ta pozycja kosztowa nieznacznie zmniejszyła się (spadek o 0,2% w porównaniu z drugim kwartałem 2011 r.).

Koszty zużycia materiałów i energii oraz wartości sprzedanych towarów i materiałów wyniosły w pierwszym półroczu 2012 r. 124,3 mln zł i zmniejszyły się o 1,8%. Spadek ten udało się osiągnąć dzięki ich ograniczeniu o 8,2% do kwoty 59,4 mln zł w drugim kwartale 2012 r., co skompensowało ich wzrost w okresie styczeń - marzec 2012 r. Ograniczenie kosztów zużycia materiałów i energii oraz wartości sprzedanych towarów i materiałów w drugim kwartale 2012 r. jest głównie wynikiem niższych kosztów wytworzenia kolekcji wydawanych w ramach pionu Projekty Specjalne w związku z mniejszą liczbą tych projektów w porównaniu z drugim kwartałem 2011 r.

Koszty reprezentacji i reklamy Grupy wyniosły w pierwszym półroczu 2012 r. 42,5 mln zł i zmniejszyły się o 22,6% w porównaniu z pierwszym półroczem 2011 r. W samym drugim kwartale 2012 r. koszty te wyniosły 22,9 mln zł i zmniejszyły się o 20,5% w porównaniu z analogicznym okresem 2011 r. Największe oszczędności na kosztach reprezentacji i reklamy, zarówno w drugim kwartale jak i w całym pierwszym półroczu 2012 r., miały miejsce w segmencie Prasa Codzienna. Wzrost tych kosztów w okresie styczeń – czerwiec 2012 r. nastąpił w segmencie Kino, Czasopisma oraz Reklama Zewnętrzna.

3. PERSPEKTYWY

3.1. Rynek reklamy

Obserwując pogarszającą się sytuację makroekonomiczną i na rynku reklamy, Spółka zdecydowała się zweryfikować swoje szacunki rynku reklamy w 2012 r. opublikowane w komentarzu Zarządu do raportu za czwarty kwartał 2011 r. Po dogłębnej analizie sytuacji na rynku reklamy w pierwszym półroczu 2012 r. i do dnia publikacji niniejszego sprawozdania finansowego, Spółka zakłada, że dynamika spadku wartości wydatków reklamowych w Polsce będzie się kształtować w przedziale pomiędzy 2% a 5% w 2012 r.

W opinii Spółki, reklamodawcy zwiększą swoje wydatki na reklamę w Internecie o 8-11% w 2012 r. Wydatki na reklamę kinową będą się kształtować w przedziale pomiędzy ewentualnym spadkiem o 1%, a wzrostem o 2%. Wartość budżetów reklamowych realizowanych na nośnikach reklamy zewnętrznej zmniejszy się o około 0-3%. W oparciu o analizę danych rynkowych, Spółka szacuje, że spadek wartości wydatków na reklamę w telewizji zmniejszy się o około 3-6%, natomiast w radio o około 1-4%.

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 17-20%, natomiast w czasopismach o około 8-11%.

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

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

3.2 Koszty operacyjne

W 2012 r. Grupa planuje ograniczanie kosztów operacyjnych. Ze względu na pogarszającą się sytuację na rynku reklamy Grupa planuje elastyczne zarządzanie bazą kosztową w celu dopasowania się do warunków rynkowych w poszczególnych segmentach.

3.2.1 Koszty usług obcych

W kolejnych kwartałach 2012 r. koszt usług obcych zależeć będzie w dużej mierze od kosztów odpłatności za kopie filmowe, kursu wymiany euro do złotego oraz kosztów pośrednictwa sprzedaży. Dodatkowo, na wzrost tej pozycji kosztowej mogą wpłynąć planowane otwarcia nowych obiektów kinowych.

3.2.2 Koszty wynagrodzeń i świadczeń dla pracowników

Biorąc pod uwagę osłabienie rynku reklamowego oraz zmieniającą się dynamicznie sytuację na rynku mediów, Grupa planuje elastycznie zarządzanie bazą kosztową również w tym zakresie. Należy jednak pamiętać, że na wysokość tych kosztów może wpłynąć realizacja projektów rozwojowych w Grupie, w tym otwarcia nowych obiektów kinowych, oraz koszty rezerwy na plany motywacyjne opisanej w nocie 5 do skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy.

3.2.3 Koszty realizacji planów motywacyjnych rozliczanych w instrumentach finansowych

Łączny szacunkowy niegotówkowy koszt realizacji planów motywacyjnych, który obciąży wynik finansowy Grupy 2012 r. wyniesie 2,6 mln zł. Należy podkreślić, że kwota ta zawiera szacunkowy koszt realizacji planów motywacyjnych, przy czym Spółka w chwili obecnej nie zna liczby certyfikatów, które będą nabywane w ramach tych planów, ani też kursu akcji Agory w okresie księgowania kosztów certyfikatów. Do celów szacunkowych Spółka przyjęła zatem odpowiednie wartości, w wysokości analogicznej do wartości przyjętych dla czwartego kwartału 2011 r. Koszty planów motywacyjnych są ujmowane w rachunku zysków i strat zgodnie z zasadami rachunkowości opisanymi w nocie nr 5A do skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego zamieszczonego w niniejszym raporcie. Zgodnie z tymi zasadami, rozłożenie kosztów w ciągu roku nie jest równomierne. W pierwszym półroczu 2012 r. koszty dotychczas uruchomionych planów motywacyjnych wyniosły 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 pierwszym półroczu 2012 r. o 22,6%, w tym w drugim kwartale 2012 r. o 20,5%. 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 pierwszym półroczu 2012 r. koszty materiałów i energii istotnie wzrosły, głównie w wyniku wzrostu odnotowanego w pierwszym kwartale 2012 r. Na wysokość tych kosztów wpłynął m.in. rosnący wolumen produkcji dla klientów zewnętrznych. Wysokość tych kosztów w kolejnych kwartałach 2012 r. będzie uzależniona głównie od cen papieru, wolumenu produkcji oraz kursu wymiany euro do złotego.

3.3. Najważniejsze cele Grupy w 2012 r.

Ze względu na pogarszającą się sytuację na rynku reklamy, w kolejnych kwartałach 2012 r. Grupa będzie koncentrować swoje wysiłki na ograniczaniu kosztów operacyjnych w celu dostosowania funkcjonowania i organizacji Grupy do sytuacji na rynku reklamy i zmian zachodzących w mediach.

Dodatkowo, w ramach swojej działalności, Grupa zamierza kontynuować realizację najważniejszych celów na 2012 r. m.in.:

- (i) zintensyfikować działania wzmacniające synergie pomiędzy poszczególnymi segmentami w portfolio Grupy oraz wykorzystujące możliwości oferowane przez internet do rozwoju nowych form i zakresu działalności również w tradycyjnych mediach;
- (ii) intensywnie rozwijać zarówno segment Internet jak i szeroko rozumiany internet w Grupie;
- (iii) rozwijać się na rynku operatorów kinowych poprzez otwarcie nowych obiektów kinowych;
- (iv) zwiększyć skalę 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 drugi kwartał 2012 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. (do 31 stycznia 2012 r.) i GoldenLine Sp. z o.o.

Szczegółowa lista spółek wchodzących w skład Grupy Agora znajduje się w nocie 12, a przeliczenie wybranych danych finansowych na EURO znajduje się w notach 17 i 19 do sprawozdania finansowego zamieszczonego w tym raporcie.

2. RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT GRUPY AGORA

Tab. 1

w mln zł	II kwartał 2012	II kwartał 2011	% zmiany 2012 do 2011	I półrocze 2012	I półrocze 2011	% zmiany 2012 do 2011
Przychody ze sprzedaży netto (1)	283,1	319,3	(11,3%)	564,4	615,1	(8,2%)
<i>Sprzedaż usług reklamowych</i>	175,7	194,3	(9,6%)	325,1	352,1	(7,7%)
<i>Sprzedaż wydawnictw</i>	38,3	49,3	(22,3%)	81,0	100,4	(19,3%)
<i>Sprzedaż biletów do kin</i>	21,5	28,1	(23,5%)	59,1	69,5	(15,0%)
<i>Pozostała sprzedaż</i>	47,6	47,6	-	99,2	93,1	6,6%
Koszty operacyjne netto, w tym:	(280,8)	(292,9)	(4,1%)	(564,3)	(578,5)	(2,5%)
<i>Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów</i>	(59,4)	(64,7)	(8,2%)	(124,3)	(126,6)	(1,8%)
<i>Amortyzacja</i>	(23,6)	(25,9)	(8,9%)	(46,7)	(47,9)	(2,5%)
<i>Usługi obce</i>	(85,7)	(85,9)	(0,2%)	(174,1)	(171,7)	1,4%
<i>Wynagrodzenia i świadczenia (2)</i>	(79,9)	(78,8)	1,4%	(159,2)	(156,1)	2,0%
<i>Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych</i>	(0,9)	(4,3)	(79,1%)	(1,8)	(8,8)	(79,5%)
<i>Reprezentacja i reklama</i>	(22,9)	(28,8)	(20,5%)	(42,5)	(54,9)	(22,6%)
Wynik operacyjny - EBIT	2,3	26,4	(91,3%)	0,1	36,6	(99,7%)
Przychody i koszty finansowe netto, w tym:	(1,2)	0,3	-	0,8	(0,2)	-
<i>Przychody z krótkoterminowych inwestycji</i>	1,8	4,5	(60,0%)	6,4	7,6	(15,8%)
<i>Koszty kredytów, pożyczek oraz leasingu finansowego</i>	(3,3)	(3,9)	(15,4%)	(6,6)	(7,8)	(15,4%)
<i>Różnice kursowe per saldo</i>	(0,2)	(0,2)	-	0,2	(0,3)	-
Udział w jednostkach rozliczanych metodą praw własności	(0,1)	0,2	-	(0,1)	-	-
Zysk brutto	1,0	26,9	(96,3%)	0,9	36,4	(97,5%)
<i>Podatek dochodowy</i>	(0,3)	(5,4)	(94,4%)	(1,2)	(7,8)	(84,6%)
Zysk/(Strata) netto	0,7	21,5	(96,7%)	(0,3)	28,6	-
Przypadający na:						
<i>Akcjonariuszy jednostki dominującej</i>	1,3	21,7	(94,0%)	(0,2)	27,8	-
<i>Udziały niekontrolujące</i>	(0,6)	(0,2)	200,0%	(0,1)	0,8	-
marża EBIT (EBIT/Przychody)	0,8%	8,3%	(7,5pkt %)	0,02%	6,0%	(6,0pkt %)
EBITDA	25,9	52,3	(50,5%)	46,8	84,5	(44,6%)

w mln zł	II kwartał 2012	II kwartał 2011	% zmiany 2012 do 2011	I półrocze 2012	I półrocze 2011	% zmiany 2012 do 2011
marża EBITDA (EBITDA/Przychody)	9,1%	16,4%	(7,3pkt %)	8,3%	13,7%	(5,4pkt %)
EBITDA operacyjna (2)	26,8	56,6	(52,7%)	48,6	93,3	(47,9%)
marża EBITDA operacyjna (EBITDA operacyjna/Przychody)	9,5%	17,7%	(8,2pkt %)	8,6%	15,2%	(6,6pkt %)

(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.

2.1. Wyniki wg głównych segmentów Grupy Agora za pierwsze dwa kwartały 2012 r.

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

Tab. 2

w mln zł	Prasa codzienna	Internet	Kino	Reklama zewnętrzna	Radio	Czasopisma	Pozycje uzgadniające (3)	Razem (dane skonsoli- dowane) I półrocze 2012
Przychody ze sprzedaży (4)	272,0	57,8	88,1	76,6	45,3	34,6	(10,0)	564,4
Udział %	48,2%	10,2%	15,6%	13,6%	8,0%	6,1%	(1,8%)	100,0%
Koszty operacyjne, netto (4)	(233,4)	(53,4)	(90,5)	(76,8)	(44,7)	(32,8)	(32,7)	(564,3)
EBIT	38,6	4,4	(2,4)	(0,2)	0,6	1,8	(42,7)	0,1
Przychody i koszty finansowe								0,8
Udział w jednostkach współkontrolowanych								(0,1)
Podatek dochodowy								(1,2)
Strata netto za okres								(0,3)
Przypadający na:								
Akcjonariuszy jednostki dominującej								(0,2)
Udziały niekontrolujące								(0,1)
EBITDA	52,9	7,2	6,9	9,0	1,9	1,9	(33,0)	46,8
EBITDA operacyjna (1)	53,7	7,3	6,9	9,1	2,0	2,0	(32,4)	48,6
Wydatki inwestycyjne (2)	(9,2)	(2,2)	(18,7)	(4,0)	(1,1)	(0,1)	(4,3)	(39,6)

(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 7,4 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.

2.2. Przychody i koszty finansowe

Na wynik na działalności finansowej Grupy w pierwszych dwóch kwartałach 2012 r. negatywny wpływ miały głównie prowizje i odsetki związane z kredytami bankowymi oraz zobowiązaniami z tytułu leasingu finansowego.

3. BILANS GRUPY AGORA

Tab.3

w mln zł	30.06.2012	31.03.2012	% zmiany do 31.03.2012	31.12.2011	30.06.2011
Aktywa trwałe	1 206,2	1 195,0	0,9%	1 203,3	1 196,4
udział w sumie bilansowej	68,5%	67,7%	0,8pkt %	66,7%	66,3%
Aktywa obrotowe	554,8	569,0	(2,5%)	600,4	607,7
udział w sumie bilansowej	31,5%	32,3%	(0,8pkt %)	33,3%	33,7%
RAZEM AKTYWA	1 761,0	1 764,0	(0,2%)	1 803,7	1 804,1
Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej	1 196,6	1 245,5	(3,9%)	1 246,1	1 232,2
udział w sumie bilansowej	68,0%	70,6%	(2,6pkt %)	69,1%	68,3%
Udziały niekontrolujące	16,6	17,7	(6,2%)	17,3	16,0
udział w sumie bilansowej	0,9%	1,0%	(0,1pkt %)	1,0%	0,9%
Zobowiązania i rezerwy długoterminowe	193,7	208,8	(7,2%)	221,3	251,2
udział w sumie bilansowej	11,0%	11,8%	(0,8pkt %)	12,3%	13,9%
Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe	354,1	292,0	21,3%	319,0	304,7
udział w sumie bilansowej	20,1%	16,6%	3,5pkt %	17,6%	16,9%
RAZEM PASywa	1 761,0	1 764,0	(0,2%)	1 803,7	1 804,1

3.1. Aktywa trwałe

Wzrost wartości aktywów trwałych, w porównaniu do stanu z 31 marca 2012 r. jak i z 31 grudnia 2011 r., wynika głównie z nowych inwestycji w rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne (w tym: inwestycji w nowe kina sieci Helios).

3.2. Aktywa obrotowe

Na spadek wartości aktywów obrotowych, w stosunku do 31 marca 2012 r. jak i do 31 grudnia 2011 r., wpływ miał głównie spadek salda krótkoterminowych papierów wartościowych oraz środków pieniężnych i ich ekwiwalentów.

3.3. Zobowiązania i rezerwy długoterminowe

Na spadek salda zobowiązań i rezerw długoterminowych, w stosunku do 31 marca 2012 r., wpływ miał głównie spadek o 16,5 mln zł zobowiązań długoterminowych z tytułów kredytów i pożyczek oraz leasingów finansowych (z

czego 8,7 mln zł dotyczy Agory S.A.). W stosunku do 31 grudnia 2011 r. zobowiązania długoterminowe z tytułów kredytów i pożyczek oraz leasingów finansowych spadły o 28,5 mln zł (z tego 17,4 mln zł dotyczy Agory S.A.).

3.4. Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe

Na wzrost salda zobowiązań i rezerw krótkoterminowych, w stosunku do 31 marca 2012 r. i do 31 grudnia 2011 r., wpływ miało głównie zobowiązanie z tytułu wypłaty dywidendy (50,9 mln zł).

4. PRZEPŁYWY ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH GRUPY AGORA

Tab. 4

w mln zł	II kwartał 2012	II kwartał 2011	% zmiany 2012 do 2011	I półrocze 2012	I półrocze 2011	% zmiany 2012 do 2011
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	11,2	18,0	(37,8%)	38,1	56,1	(32,1%)
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	2,5	(38,7)	-	(16,5)	(67,9)	(75,7%)
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	(12,6)	(19,7)	(36,0%)	(41,4)	(38,3)	8,1%
Razem przepływy pieniężne netto	1,1	(40,4)	-	(19,8)	(50,1)	(60,5%)
Środki pieniężne na koniec okresu	105,6	132,3	(20,2%)	105,6	132,3	(20,2%)

Na dzień 30 czerwca 2012 r. Grupa dysponowała środkami pieniężnymi w wysokości 276,8 mln zł, na które składały się gotówka i jej ekwiwalenty w wysokości 105,6 mln zł (kasa, rachunki bankowe i depozyty bankowe) oraz 171,2 mln zł zainwestowane w krótkoterminowe papiery wartościowe.

Agora S.A. nie jest i nie była w pierwszym półroczu 2012 r. zaangażowana w opcje walutowe, ani żadne inne instrumenty pochodne o charakterze zabezpieczającym lub spekulacyjnym.

W dniu 25 maja 2012 r. Spółka zawarła Aneks nr 13 do Umowy kredytowej z Bankiem Polska Kasa Opieki S.A. Zgodnie z jego warunkami, Agora S.A. dysponuje obecnie otwartą linią kredytową w wysokości 150,0 mln zł, którą może wykorzystać do dnia 31 maja 2013 r. W pierwszym półroczu 2012 r., Spółka spłaciła kolejne trzy raty linii kredytowej wykorzystanej w latach ubiegłych.

Na dzień sporządzenia niniejszego raportu kwartalnego, biorąc pod uwagę posiadane środki własne oraz dostępną linię kredytową, Grupa Agora nie przewiduje wystąpienia problemów z płynnością finansową w związku z realizacją zamierzeń inwestycyjnych (w tym inwestycji kapitałowych).

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

4.1. Działalność operacyjna

W pierwszym półroczu 2012 r. przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej były niższe głównie ze względu na niższy w tym okresie zysk operacyjny.

4.2. Działalność inwestycyjna

Ujemne przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej w pierwszym półroczu 2012 r., to głównie efekt poniesionych nakładów inwestycyjnych na rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne.

4.3. Działalność finansowa

W pierwszym półroczu 2012 r. przepływy pieniężne z działalności finansowej zawierały głównie spłaty jak i zaciągnięcia kredytów przez Helios S.A., płatności z tytułu leasingu finansowego oraz spłaty kredytu przez Agorę S.A.

5. WYBRANE WSKAŹNIKI FINANSOWE [5]

Tab. 5

	II kwartał 2012	II kwartał 2011	% zmiany 2012 do 2011	I półrocze 2012	I półrocze 2011	% zmiany 2012 do 2011
Wskaźniki rentowności						
rentowność sprzedaży netto	0,5%	6,8%	(6,3pkt %)	(0,02%)	4,5%	(4,5pkt %)
rentowność sprzedaży brutto	31,4%	38,2%	(6,8pkt %)	30,3%	36,3%	(6,0pkt %)
rentowność kapitału własnego	0,4%	7,1%	(6,7pkt %)	(0,02%)	4,5%	(4,5pkt %)
Wskaźniki efektywności						
szybkość obrotu zapasów	11 dni	11 dni	-	12 dni	11 dni	9,1%
szybkość obrotu należności	67 dni	57 dni	17,5%	69 dni	62 dni	11,0%
szybkość obrotu zobowiązań	48 dni	45 dni	6,7%	47 dni	44 dni	6,8%
Wskaźnik płynności						
wskaźnik płynności	1,6	2,0	(20,0%)	1,6	2,0	(20,0%)
Wskaźniki finansowania						
stopa zadłużenia (1)	-	-	-	-	-	-
wskaźnik pokrycia odsetek	0,7	7,5	(90,7%)	0,02	5,2	(99,6%)
kasowy wskaźnik pokrycia odsetek	(2,7)	0,5	-	(2,6)	4,0	-

(1) na dzień 30 czerwca 2012 r. i 30 czerwca 2011 r. występowała nadwyżka gotówki i aktywów finansowych o wysokim stopniu płynności nad zadłużeniem z tytułu kredytów i pożyczek.

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

IV. WYNIKI OPERACYJNE - GŁÓWNE SEGMENTY GRUPY AGORA

IV.A. PRASA CODZIENNA [1]

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

Tab. 6

w mln zł	II kwartał 2012	II kwartał 2011	% zmiany 2012 do 2011	I półrocze 2012	I półrocze 2011	% zmiany 2012 do 2011
Łączne przychody	137,6	159,5	(13,7%)	272,0	303,9	(10,5%)
Przychody ze sprzedaży wydawnictw (1)	27,0	34,2	(21,1%)	57,9	68,2	(15,1%)
w tym <i>Gazeta Wyborcza</i>	26,0	32,5	(20,0%)	55,6	65,7	(15,4%)
Przychody ze sprzedaży reklam (1), (2)	69,5	82,2	(15,5%)	130,0	152,2	(14,6%)
w tym <i>Gazeta Wyborcza</i> (3)	57,7	70,3	(17,9%)	108,1	132,2	(18,2%)
w tym <i>Metro</i> (4)	7,4	8,3	(10,8%)	14,3	14,5	(1,4%)
Projekty specjalne (w tym: kolekcje wydawnicze)	8,1	16,1	(49,7%)	16,3	32,1	(49,2%)
Pozostałe przychody	33,0	27,0	22,2%	67,8	51,4	31,9%
Razem koszty operacyjne, w tym:	(116,2)	(130,5)	(11,0%)	(233,4)	(252,7)	(7,6%)
Materiały, energia, towary i usługi poligraficzne	(50,4)	(54,1)	(6,8%)	(103,9)	(104,5)	(0,6%)
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (5)	(33,7)	(33,9)	(0,6%)	(66,7)	(67,0)	(0,4%)
Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych	(0,4)	(1,9)	(78,9%)	(0,8)	(3,9)	(79,5%)
Amortyzacja	(7,5)	(9,8)	(23,5%)	(14,3)	(15,9)	(10,1%)
Reprezentacja i reklama (2) (6)	(11,5)	(16,3)	(29,4%)	(23,0)	(33,3)	(30,9%)
EBIT	21,4	29,0	(26,2%)	38,6	51,2	(24,6%)
marża EBIT	15,6%	18,2%	(2,6pkt %)	14,2%	16,8%	(2,6pkt %)
EBITDA	28,9	38,8	(25,5%)	52,9	67,1	(21,2%)
marża EBITDA	21,0%	24,3%	(3,3pkt %)	19,4%	22,1%	(2,7pkt %)
EBITDA operacyjna (4)	29,3	40,7	(28,0%)	53,7	71,0	(24,4%)
marża EBITDA operacyjna	21,3%	25,5%	(4,2pkt %)	19,7%	23,4%	(3,7pkt %)

(1) z wyłączeniem przychodów z tytułu Projektów Specjalnych;

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

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

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

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

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

W drugim kwartale 2012 r., na skutek trwającego spowolnienia na rynku wydatków na reklamę prasową oraz spadku sprzedaży egzemplarzowej, EBITDA operacyjna segmentu była niższa niż w analogicznym okresie roku ubiegłego i wyniosła 29,3 mln zł, zaś marża EBITDA operacyjna osiągnęła poziom 21,3%. W konsekwencji w całym pierwszym półroczu 2012 r. EBITDA operacyjna segmentu zmniejszyła się do 53,7 mln zł, zaś marża EBITDA operacyjna wyniosła 19,7%. [1].

1. GAZETA WYBORCZA

1.1. Przychody

1.1.1. Sprzedaż prasy [4]

Zarówno w drugim kwartale jak i w pierwszym półroczu 2012 r. *Gazeta Wyborcza* utrzymała pozycję lidera wśród dzienników opiniotwórczych.

W drugim kwartale 2012 r. średnie rozpowszechnianie płatne *Gazety Wyborczej* wyniosło 258 tys. egzemplarzy i spadło o 15,5% w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. W tym okresie wpływy ze sprzedaży *Gazety Wyborczej* spadły o 20,0% w stosunku do drugiego kwartału 2011 r.

Średnie rozpowszechnianie płatne *Dziennika Gazety Prawnej* w drugim kwartale 2012 r. wyniosło 77,9 tys. egzemplarzy (spadek o 15,5%). W tym okresie rozpowszechnianie płatne razem *Rzeczpospolitej* wyniosło 106 tys. egzemplarzy (spadek o 19,7%), *Faktu* 384 tys. egzemplarzy (spadek o 1,3%), a *Super Expressu* 162 tys. egzemplarzy (spadek o 5,4%).

Średnia sprzedaż wszystkich tytułów Polskapresse wydawanych pod szyldem *Polska* wyniosła w drugim kwartale 2012 r. 220 tys. egzemplarzy i spadła o 9,5% [4].

W pierwszym półroczu 2012 r. średnie rozpowszechnianie płatne *Gazety Wyborczej* wyniosło 265 tys. egzemplarzy i spadło o 15,3% w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. W tym okresie wpływy ze sprzedaży *Gazety Wyborczej* spadły o 15,4% w stosunku do pierwszego półrocza 2011 r.

Średnie rozpowszechnianie płatne *Dziennika Gazety Prawnej* w pierwszym półroczu 2012 r. wyniosło 91,6 tys. egzemplarzy (spadek o 6,2%). W tym okresie rozpowszechnianie płatne razem *Rzeczpospolitej* wyniosło 113 tys. egzemplarzy (spadek o 16,6%), *Faktu* 392 tys. egzemplarzy (spadek o 2,5%), a *Super Expressu* 165 tys. egzemplarzy (spadek o 5,7%).

Średnia sprzedaż wszystkich tytułów Polskapresse wydawanych pod szyldem *Polska* wyniosła w pierwszym półroczu 2012 r. 223 tys. egzemplarzy i spadła o 8,0% [4].

1.1.2 Czytelnictwo [4]

W drugim kwartale 2012 r. tygodniowy zasięg czytelniczy *Gazety Wyborczej* (czyli wg wskaźnika CCS) wyniósł 11,6% (3,50 mln czytelników). Czytelnictwo tabloidu *Fakt* było na poziomie 12,1% (3,65 mln czytelników). Oba tytuły, ex aequo, plasowały się na pierwszej pozycji wśród dzienników ogólnopolskich. W omawianym okresie *Metro* trafiało do 1,66 mln czytelników (zasięg czytelniczy na poziomie 5,5%), a *Super Express* do 1,46 mln czytelników (zasięg czytelniczy na poziomie 4,9%). W drugim kwartale 2012 r. tygodniowy zasięg czytelniczy *Rzeczpospolitej* wyniósł 3,3% (1,01 mln czytelników), a *Dziennika Gazety Prawnej* wyniósł 1,8% (0, 53 mln czytelników).

W pierwszym półroczu 2012 r. tygodniowy zasięg czytelniczy *Gazety Wyborczej* (czyli wg wskaźnika CCS) wyniósł 12,1% (3,66 mln czytelników). Czytelnictwo tabloidu *Fakt* było na poziomie 12,4% (3,73 mln czytelników). Oba tytuły, ex aequo, plasowały się na pierwszej pozycji wśród dzienników ogólnopolskich. W omawianym okresie *Metro* trafiało do 1,73 mln czytelników (zasięg czytelniczy na poziomie 5,7%), a *Super Express* do 1,57 mln czytelników (zasięg czytelniczy na poziomie 5,2%). W pierwszym półroczu 2012 r. tygodniowy zasięg czytelniczy *Rzeczpospolitej* wyniósł 3,4% (1,03 mln czytelników), a *Dziennika Gazety Prawnej* wyniósł 2,0% (0, 61 mln czytelników).

1.1.3. Sprzedaż reklam [3]

W drugim kwartale 2012 r. przychody netto *Gazety Wyborczej* z całej działalności reklamowej (zawierającej ogłoszenia wymiarowe, drobne i inserty) wyniosły 57,7 mln zł i były o 17,9% niższe niż w drugim kwartale 2011 r. W pierwszym półroczu 2012 r. przychody netto *Gazety Wyborczej* z całej działalności reklamowej (zawierającej ogłoszenia wymiarowe, drobne i inserty) wyniosły 108,1 mln zł i były o 18,2% niższe niż w analogicznym okresie roku ubiegłego. Dane te uwzględniają część wpływów z reklamowych ofert dwumedialnych (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 Wyborczej*.

W drugim kwartale 2012 r. wydatki na reklamę w dziennikach w Polsce spadły o 19%. W omawianym okresie spadek wydatków na reklamę wymiarową w *Gazecie Wyborczej* wyniósł 18,8%, a jej szacowany udział w tych wydatkach utrzymał się na poziomie z roku 2011 r. i wyniósł ponad 37,5%. Łącznie z *Metrem*, udział dzienników Agory w wydatkach na reklamę w dziennikach wzrósł w tym okresie o 0,5 pkt%.

W pierwszym półroczu 2012 r. wydatki na reklamę w dziennikach w Polsce spadły o ponad 18%. W tym okresie spadek wydatków na reklamę wymiarową w *Gazecie Wyborczej* wyniósł 18,8%, a jej szacowany udział w tych wydatkach spadł o prawie 0,5 pkt% w porównaniu z pierwszym półroczem 2011 r. i wyniósł 37,5%. Łącznie z *Metrem*, udział dzienników Agory w wydatkach na reklamę w dziennikach wzrósł w tym okresie o ponad 0,5 pkt%.

W drugim kwartale 2012 r. szacowane udziały *Dziennika Gazety Prawnej* oraz *Rzeczpospolitej* w wydatkach na reklamę w dziennikach wyniosły odpowiednio ponad 3,5% oraz 9,5% i utrzymały się na poziomie analogicznego okresu roku ubiegłego. W omawianym okresie szacowany udział *Faktu* w wydatkach na reklamę w dziennikach wyniósł prawie 8% (spadek o około 1 pkt%), natomiast *Super Expressu* około 3,0% i utrzymał się na poziomie z drugiego kwartału 2011 r.

W pierwszym półroczu 2012 r. szacowany udział *Dziennika Gazety Prawnej* w wydatkach na reklamę w dziennikach wyniósł ponad 3,5% i spadł o prawie 0,5 pkt% w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. *Rzeczpospolita* miała około 9% udziału i odnotowała jego nieznaczne zmniejszenie się w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego. W pierwszym półroczu 2012 r. szacowany udział *Faktu* w wydatkach na reklamę w dziennikach wyniósł prawie 8% (spadek o około 1 pkt%), natomiast *Super Expressu* ponad 3,0% i utrzymał się na poziomie pierwszego półrocza 2011 r.

W drugim kwartale 2012 r. udział *Gazety* w wydatkach na reklamę w dziennikach ogólnopolskich wyniósł ponad 42% i spadł o prawie 0,5 pkt% w porównaniu z drugim kwartałem 2011 r. W tym okresie *Gazeta* zwiększyła swój udział w wydatkach na reklamę w dziennikach stołecznych o ponad 0,5 pkt%, a łączny udział *Gazety* i *Metra* w tych wydatkach wzrósł o ponad 5 pkt% w stosunku do analogicznego okresu 2011 r. Udział *Gazety* w wydatkach na reklamę w dziennikach lokalnych (pozawarszawskich) zwiększył się w omawianym okresie o prawie 1 pkt%, a wraz z *Metrem* wzrósł o ponad 1 pkt% w stosunku do drugiego kwartału 2011 r.

W pierwszym półroczu 2012 r. udział *Gazety* w wydatkach na reklamę w dziennikach ogólnopolskich wyniósł prawie 42% i utrzymał się na zbliżonym poziomie w porównaniu z analogicznym okresem 2011 r. W tym okresie *Gazeta* zmniejszyła swój udział w wydatkach na reklamę w dziennikach stołecznych o 0,5 pkt%, a łączny udział *Gazety* i *Metra* w tych wydatkach wzrósł o 4,5 pkt% w stosunku do 2011 r. Udział *Gazety* w wydatkach na reklamę w dziennikach lokalnych (pozawarszawskich) utrzymał się na poziomie analogicznego okresu 2011 r., a wraz z *Metrem* wzrósł o ponad 0,5 pkt% w stosunku do pierwszego półrocza 2011 r.

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

W drugim kwartale 2012 r. udział stron ogłoszeniowych w sumie objętości *Gazety* wyniósł około 31,6% (wzrost o około 1 pkt% w stosunku do analogicznego okresu 2011 r.), zaś średnia dzienna liczba publikowanych stron ogłoszeniowych płatnych we wszystkich krajowych i lokalnych wydaniach *Gazety* wyniosła około 150 i była niższa o około 5% w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. W pierwszym półroczu 2012 r. udział stron ogłoszeniowych w sumie objętości *Gazety* wyniósł około 31,6% (spadek o około 0,5 pkt% w stosunku do analogicznego okresu 2011 r.), zaś średnia dzienna liczba publikowanych stron ogłoszeniowych płatnych we wszystkich krajowych i lokalnych wydaniach *Gazety* wyniosła około 140 i była niższa o około 8% w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego.

1.1.4. Pozostałe przychody

W drugim kwartale 2012 r. przychody ze sprzedaży usług poligraficznych dla klientów zewnętrznych były o 28,9% wyższe w porównaniu z analogicznym okresem 2011 r. Wzrost ten wynika przede wszystkim z wyższego wolumenu produkcji tytułów obcych.

W całym pierwszym półroczu 2012 r. przychody ze sprzedaży usług poligraficznych wzrosły o 38,6% w porównaniu z analogicznym okresem 2011 r. głównie dzięki zwiększonemu wolumenowi produkcji tytułów dla klientów zewnętrznych.

1.2. Koszty

1.2.1. Koszty druku Gazety Wyborczej

Tab. 7

w mln zł	II kwartał 2012	II kwartał 2011	% zmiany 2012 do 2011	I półrocze 2012	I półrocze 2011	% zmiany 2012 do 2011
Koszty stałe, w tym:	8,6	9,9	(13,1%)	17,5	19,4	(9,8%)
<i>Amortyzacja</i>	2,7	3,3	(18,2%)	5,5	6,5	(15,4%)
Koszty zmienne, w tym:	17,8	21,8	(18,3%)	35,9	41,5	(13,5%)
<i>Papier</i>	14,8	18,6	(20,4%)	29,8	35,3	(15,6%)
RAZEM koszty stałe i zmienne	26,4	31,7	(16,7%)	53,4	60,9	(12,3%)

W drugim kwartale 2012 r. poziom kosztów stałych przypisanych do *Gazety Wyborczej* był niższy ze względu na mniejsze niż rok wcześniej nakłady i objętości drukowanych produktów oraz mniejszy udział *Gazety Wyborczej* w łącznym wolumenie produkcji.

Spadek kosztów zmiennych ogółem o 18,3% oraz kosztów zużycia papieru o 20,4% jest również związany z niższym wolumenem druku *Gazety Wyborczej*.

W całym pierwszym półroczu 2012 r. koszty stałe przypisane do *Gazety Wyborczej* zmniejszyły się o 9,8% w porównaniu do analogicznego okresu 2011 r., głównie za sprawą zmniejszających się nakładów oraz objętości produktów oraz mniejszego udziału *Gazety Wyborczej* w łącznym wolumenie produkcji.

W okresie styczeń – czerwiec 2012 r. koszty zmienne ogółem zmniejszyły się o 13,5% w porównaniu z analogicznym okresem 2011 r., głównie ze względu na niższe o 15,6% koszty papieru w wyniku niższego wolumenu druku *Gazety Wyborczej*.

1.2.2. Koszty reprezentacji i reklamy

W drugim kwartale 2012 r. wydatki na reprezentację i reklamę segmentu były o 29,4% niższe niż w analogicznym okresie 2011 r., głównie za sprawą niższych nakładów na promocję *Gazety Wyborczej* oraz Projektów Specjalnych. W całym pierwszym półroczu 2012 r. koszty reprezentacji i reklamy zostały ograniczone o 30,9% w porównaniu z pierwszym półroczem 2011 r. Wpłynęło na to głównie ograniczenie wydatków promocyjnych *Gazety Wyborczej* oraz Projektów Specjalnych.

1.3 Dodatkowe informacje

Gazeta Wyborcza otrzymała wyróżnienia w tegorocznej edycji międzynarodowego konkursu INMA Awards za dwa projekty - debiut rynkowy *Książek. Magazynu do czytania* oraz kampanię wizerunkową *Wyborcza. Gazeta od ważnych tematów*.

W X edycji konkursu *Izby Wydawców Prasy* na *Prasową Okładkę Roku* *GrandFront Gazeta Wyborcza* zdobyła nagrodę główną w kategorii *Dzienniki ogólnokrajowe*. Drugie miejsce w tej kategorii przypadło dziennikowi *Metro*. *Gazeta Wyborcza* otrzymała też *GrandFronty Dekady* za okładkę wydania z 2008 r. i okładkę *Dużego Formatu* z 2005 r.

Wysokie Obcasy Extra - magazyn *Gazety Wyborczej* - otrzymały dwa wyróżnienia w kategorii *Magazyny Wielotematyczne*, a *Książki. Magazyn do czytania* - pismo przygotowywane przez zespół *Gazety Wyborczej* - zostało wyróżnione w kategorii *Czasopisma hobbystyczne*.

2. PRASA BEZPŁATNA [3], [4]

W drugim kwartale 2012 r. *Metro* czytało 1,66 mln czytelników w ciągu tygodnia (5,5% zasięgu czytelniczego wg, wskaźnika CCS), tj. o 1,13 mln czytelników więcej niż *Dziennik Gazetę Prawną* i o 0,66 mln czytelników więcej niż *Rzeczpospolitą*. Oznacza to, że w omawianym okresie pod względem czytelnictwa *Metro* - ex aequo z *Super Expressem* (4,9% zasięgu i 1,46 mln czytelników) - plasowało się na trzecim miejscu wśród dzienników ogólnopolskich. *Metro* było też pierwszym tytułem (ex aequo z *Gazetą Wyborczą*) wśród dzienników, po które najczęściej sięgali czytelnicy w Warszawie (26,9% zasięgu; 0,34 mln czytelników).

W pierwszym półroczu 2012 r. *Metro* czytało 1,73 mln czytelników w ciągu tygodnia (5,7% zasięgu czytelniczego wg, wskaźnika CCS), tj. o 1,12 mln czytelników więcej niż *Dziennik Gazetę Prawną* i o 0,69 mln czytelników więcej niż *Rzeczpospolitą*. Oznacza to, że w omawianym okresie pod względem czytelnictwa *Metro* - ex aequo z *Super Expressem* (5,2% zasięgu i 1,57 mln czytelników) - plasowało się na trzecim miejscu wśród dzienników ogólnopolskich. *Metro* było też drugim tytułem (po *Gazecie Wyborczej*) wśród dzienników, po które najczęściej sięgali czytelnicy w Warszawie (30,1% zasięgu; 0,38 mln czytelników).

Wpływy reklamowe *Metra* w drugim kwartale 2012 r. były niższe o 10,8%, w tym wpływy z reklam wymiarowych o 10,4%. W tym samym czasie wydatki na ogłoszenia wymiarowe we wszystkich dziennikach spadły o 19,0%. W okresie tym *Metro* zwiększyło swój udział w wydatkach na reklamę we wszystkich dziennikach o 0,5 pkt% do prawie 5%. W omawianym okresie *Metro* utrzymało swój udział w wydatkach na reklamę w dziennikach ogólnopolskich na poziomie z analogicznego okresu roku ubiegłego, w dziennikach stołecznych zwiększyło o około 4,5 pkt% do prawie 20%, a w dziennikach lokalnych o prawie 0,5 pkt% do prawie 4%.

Wpływy reklamowe *Metra* w pierwszym półroczu 2012 r. były niższe jedynie o 1,4%, w tym wpływy z reklam wymiarowych o 1,3%. W tym samym czasie wydatki na ogłoszenia wymiarowe we wszystkich dziennikach spadły o ponad 18%. W okresie tym *Metro* zwiększyło swój udział w wydatkach na reklamę we wszystkich dziennikach o prawie 1 pkt% do 5%.

W pierwszym półroczu 2012 r. *Metro* zwiększyło swój udział w wydatkach na reklamę w dziennikach ogólnopolskich o prawie 0,5 pkt%, w dziennikach stołecznych o ponad 5,0 pkt% do ponad 19%, a w dziennikach lokalnych o ponad 0,5 pkt% do prawie 4%.

W konsekwencji niższych o 10,8% przychodów w drugim kwartale 2012 r. pion Prasa Bezpłatna osiągnął zysk na poziomie EBITDA operacyjna w wysokości 0,8 mln zł, który był niższy od wyniku odnotowanego w analogicznym okresie 2011 r. [1].

W całym pierwszym półroczu 2012 r. pion *Prasa Bezpłatna* osiągnął zysk na poziomie EBITDA operacyjna w wysokości 1,4 mln zł, który dzięki optymalizacji kosztów, był lepszy o 0,1 mln zł od wyniku z pierwszego półrocza 2011 r. [1].

Akcja dziennika *Metro Dzień bez twarzy* zdobyła główną nagrodę w kategorii *Marketingowe rozwiązania dla reklamodawców* w tegorocznej edycji międzynarodowego konkursu INMA Awards.

3. PROJEKTY SPECJALNE

Tab. 8

w mln zł	I kwartał 2011	II kwartał 2011	III kwartał 2011	IV kwartał 2011	I kwartał 2012	II kwartał 2012
Przychody ze sprzedaży Projektów Specjalnych (w tym kolekcji wydawniczych)	16,0	16,1	6,1	11,2	8,2	8,1

W drugim kwartale 2012 r. Agora kontynuowała wydawanie dwóch serii wydawniczych *30 lat Listy Przebojów Trójki* oraz *Miasta marzeń 2*. W tym okresie Agora nie wprowadziła na rynek nowych kolekcji.

W omawianym okresie nakładem Agory ukazało się 16 publikacji książkowych oraz 2 albumy muzyczne.

W drugim kwartale 2012 r. w ramach swojej działalności Projekty Specjalne sprzedały 0,2 mln książek i książek z płytami CD i DVD. Przełożyło się to na niższe przychody oraz stratę operacyjną na poziomie EBIT w wysokości 1,1 mln zł w drugim kwartale 2012 r. [1] Dodatkowy wpływ na wynik pionu w omawianym okresie miał koszt amortyzacji praw do filmu *Baby są jakieś inne*.

W pierwszym półroczu 2012 r. Agora realizowała 4 projekty seryjne oraz opublikowała 25 wydawnictw jednorazowych. W tym okresie, Projekty Specjalne sprzedały 0,5 mln książek i książek z płytami CD i DVD. Projekty Specjalne zakończyły pierwsze półrocze 2012 r. negatywnym wynikiem operacyjnym EBIT na poziomie 1,3 mln zł, który był gorszy o 1,5 mln od wyniku uzyskanego w pierwszym półroczu 2011 r. [1].

W maju 2012 r. pion Projekty Specjalne uruchomił internetową księgarnię *Publio.pl* z ofertą kilku tysięcy e-booków i audiobooków do czytania i słuchania. Zaletą serwisu, poza szerokim zbiorem publikacji elektronicznych od najlepszych polskich wydawców, jest intuicyjność obsługi oraz możliwość pobrania książek w formatach specjalnie przystosowanych do e-czytania (Kindle-MOBI, ePub, PDF) oraz w wersji audio (MP3). Serwis posiada również lekką stronę umożliwiającą korzystanie z niego na smartfonach.

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. (od 30 listopada 2011 r.).

Tab. 9

w mln zł	II kwartał 2012	II kwartał 2011	% zmiany 2012 do 2011	I półrocze 2012	I półrocze 2011	% zmiany 2012 do 2011
Łączne przychody, w tym:	32,0	29,5	8,5%	57,8	55,4	4,3%
Przychody ze sprzedaży reklam internetowych (1)	25,4	21,4	18,7%	44,9	39,4	14,0%
Przychody ze sprzedaży ogłoszeń w wortalach (2)	4,6	6,3	(27,0%)	9,4	12,6	(25,4%)
Razem koszty operacyjne, w tym:	(28,7)	(29,4)	(2,4%)	(53,4)	(53,9)	(0,9%)
Koszty łączny i usług komputerowych	(0,7)	(0,8)	(12,5%)	(1,5)	(1,5)	-
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (3)	(12,5)	(12,1)	3,3%	(25,0)	(23,7)	5,5%
Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych	-	(0,3)	-	(0,1)	(0,6)	(83,3%)
Amortyzacja	(1,4)	(1,6)	(12,5%)	(2,8)	(3,2)	(12,5%)
Reprezentacja i reklama (1)	(5,4)	(6,6)	(18,2%)	(7,8)	(10,1)	(22,8%)
EBIT	3,3	0,1	3 200,0%	4,4	1,5	193,3%
marża EBIT	10,3%	0,3%	10,0pkt %	7,6%	2,7%	4,9pkt %
EBITDA	4,7	1,7	176,5%	7,2	4,7	53,2%
marża EBITDA	14,7%	5,8%	8,9pkt %	12,5%	8,5%	4,0pkt %
EBITDA operacyjna (3)	4,7	2,0	135,0%	7,3	5,3	37,7%
marża EBITDA operacyjna	14,7%	6,8%	7,9pkt %	12,6%	9,6%	3,0pkt %

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 drugim kwartale 2012 r. segment Internet znacząco poprawił swoje wyniki operacyjne. Zysk operacyjny EBIT zwiększył się do poziomu 3,3 mln zł [1], głównie za sprawą wzrostu przychodów ze sprzedaży reklam internetowych, przy jednoczesnym ograniczeniu kosztów operacyjnych o 2,4%. W całym pierwszym półroczu 2012 r. wynik operacyjny wyniósł 4,4 mln zł i był blisko trzykrotnie lepszy niż w pierwszym półroczu 2011 r.

1. PRZYCHODY

W drugim kwartale 2012 r. całkowite przychody segmentu Internet wzrosły o 8,5% do kwoty 32,0 mln zł, głównie za sprawą wyższych o 18,7% przychodów ze sprzedaży reklam internetowych. W pierwszym półroczu przychody osiągnęły poziom 57,8 mln zł notując wzrost o 4,3%, pomimo ich nieznacznego spadku w pierwszym kwartale 2012 r.

W drugim kwartale 2012 r. przychody ze sprzedaży reklam internetowych wzrosły o 18,7% do kwoty 25,4 mln zł, przy rynkowym wzroście wydatków na reklamę graficzną i e-mail marketing o 1%. W całym pierwszym półroczu 2012 r. sprzedaż reklam internetowych wzrosła o 14,0% i osiągnęła poziom 44,9 mln zł.

Przychody ze sprzedaży ogłoszeń w wortalach zmniejszyły się w drugim kwartale 2012 r. o 27,0%. Na spadek przychodów istotny wpływ miały niższe o 0,6 mln zł przychody ze sprzedaży łączonej oferty ogłoszeniowej w prasie i internecie oraz niższe wpływy ze sprzedaży ogłoszeń w serwisach rekrutacyjnych i nieruchomościowych. W pierwszym półroczu 2012 r. spadek przychodów z ogłoszeń internetowych wyniósł 25,4%.

W drugim kwartale 2012 r. przychody Trader.com (Polska) Sp. z o.o. wyniosły 4,9 mln zł i były o 10,9% niższe od analogicznego okresu 2011 r. Przychody z działalności internetowej wyniosły 4,3 mln zł, a z działalności prasowej 0,6 mln zł (spadek o 25,0%). W pierwszym półroczu 2012 r. przychody spółki wyniosły 9,4 mln zł i były o 9,6% niższe od analogicznego okresu 2011 r. Spółka osiągnęła zysk operacyjny EBIT w wysokości 1,6 mln zł, o 38,5% niższy niż w analogicznym okresie 2011 r.

2. KOSZTY

W drugim kwartale 2012 r. koszty operacyjne segmentu Internet zmniejszyły się o 2,4%, a w całym pierwszym półroczu 2012 r. koszty operacyjne zostały ograniczone o 0,9% m.in. z uwagi na ograniczenie wydatków reklamowych.

Wzrost kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników (bez niegotówkowych kosztów związanych z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych) wyniósł w drugim kwartale 2012 r. 3,3%, a w całym pierwszym półroczu 2012 r. 5,5% i był wynikiem m.in. wzrostu kosztów umów cywilno-prawnych, wzrostu zatrudnienia w pionie Internet Agory i przejęcia spółki Sport4People. Zatrudnienie w segmencie Internet na koniec pierwszego półrocza 2012 r. było wyższe o 4 etaty w porównaniu z tym samym okresem 2011 r.

W drugim kwartale 2012 r. wydatki reklamowe segmentu Internet zostały ograniczone o 18,2%, a w całym pierwszym półroczu 2012 r. zmniejszyły się o 22,8% w porównaniu do analogicznego okresu 2011 r., m.in. w wyniku ograniczenia wydatków marketingowych w portalu *Gazeta.pl*.

3. ISTOTNE INFORMACJE O DZIAŁALNOŚCI INTERNETOWEJ

W czerwcu 2012 r. zasięg serwisów *grupy Gazeta.pl*, wśród polskich internautów, wyniósł 60,2% i uplasował *grupę Gazeta.pl* na trzecim miejscu wśród wydawców portali, po *grupie Onet.pl* i *grupie Wirtualna Polska - Orange*. Liczba użytkowników osiągnęła poziom 11,8 mln osób, co oznacza wzrost o 0,3% w porównaniu do analogicznego okresu ubiegłego roku. W czerwcu 2012 r. użytkownicy łączący się z serwisami Agory z terenu Polski wykonali na portalu 1 128 mln odsłon, tj. o 6,5% więcej wobec czerwca 2011 r. i spędzili na nim średnio 2 godziny i 10 minut, czyli o 12 minut więcej niż w czerwcu 2011 r.[6].

Serwisy tworzone w ramach *grupy Gazeta.pl* zajmują wysokie pozycje w rankingach tematycznych. Według danych Megapanel PBI/Gemius za czerwiec 2012 r., *GazetaDom.pl* jest liderem kategorii *Budownictwo, nieruchomości*, a serwisy parentingowe *grupy Gazeta.pl* (m.in. *eDziecko.pl*) kategorii *Dzieci, rodzina*. Drugą pozycję zajmują: fora internetowe (m.in. *Forum.Gazeta.pl*) wśród serwisów kategorii *Fora i grupy dyskusyjne* oraz 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 maju 2012 r. agencja *SociAll* dołączyła do grona oficjalnych partnerów serwisu społecznościowego *Facebook.com*. W ramach współpracy *SociAll* otrzymała miano Preferred Marketing Developer i będzie uczestniczyć w projektach oraz seminariach organizowanych przez *Facebook.com*.

W czerwcu 2012 r. Agora we współpracy z firmą Microsoft uruchomiła portal *MetroMsn.pl*, który zastąpił dotychczasowe strony *Msn.pl* oraz *emetro.pl*. Pod nową marką portal połączy rozrywkę, wiadomości i styl życia ze sprawami konsumenckimi.

Redakcje sportowe mediów Agory przygotowały na *Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej* pakiet ofert multimedialnych m.in. bardzo dobrze przyjętą przez użytkowników aplikację mobilną *Z czuba i na żywo* oraz serwis internetowy *Sport.pl/Euro*.

IV.C. KINO

Segment Kino zawiera dane spółki Helios S.A. (31 sierpnia 2011 r. Helios S.A. połączył się z Kinoplex Sp. z o.o.).

Tab. 10

w mln zł	II kwartał 2012	II kwartał 2011	% zmiany 2012 do 2011	I półrocze 2012	I półrocze 2011	% zmiany 2012 do 2011
Łączne przychody, w tym:	34,3	39,5	(13,2%)	88,1	94,8	(7,1%)
Przychody ze sprzedaży biletów do kina	21,4	28,1	(23,8%)	59,1	69,5	(15,0%)
Przychody ze sprzedaży barowej	6,3	8,7	(27,6%)	16,8	20,2	(16,8%)
Przychody ze sprzedaży reklam (2)	4,7	2,4	95,8%	9,2	4,5	104,4%
Razem koszty operacyjne, w tym:	(40,7)	(40,3)	1,0%	(90,5)	(87,6)	3,3%
Usługi obce	(21,2)	(21,8)	(2,8%)	(49,6)	(49,3)	0,6%
Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów	(4,9)	(5,5)	(10,9%)	(11,6)	(12,0)	(3,3%)
Wynagrodzenia i świadczenia	(6,3)	(6,0)	5,0%	(12,9)	(12,1)	6,6%
Amortyzacja	(4,7)	(4,5)	4,4%	(9,3)	(8,8)	5,7%
Reprezentacja i reklama (2)	(2,4)	(0,8)	200,0%	(4,1)	(1,5)	173,3%
Pozostałe koszty operacyjne netto	(1,2)	(1,7)	(29,4%)	(3,0)	(3,9)	(23,1%)
EBIT	(6,4)	(0,8)	(700,0%)	(2,4)	7,2	-
marża EBIT	(18,7%)	(2,0%)	(16,7pkt %)	(2,7%)	7,6%	(10,3pkt %)
EBITDA	(1,7)	3,7	-	6,9	16,0	(56,9%)
marża EBITDA	(5,0%)	9,4%	(14,4pkt %)	7,8%	16,9%	(9,1pkt %)
EBITDA operacyjna (1)	(1,7)	3,7	-	6,9	16,0	(56,9%)
marża EBITDA operacyjna (1)	(5,0%)	9,4%	(14,4pkt %)	7,8%	16,9%	(9,1pkt %)

(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.

W wyniku spadku przychodów o 13,2% w drugim kwartale 2012 r. segment Kino odnotował stratę operacyjną na poziomie EBIT w wysokości 6,4 mln zł. W całym pierwszym półroczu 2012 r. strata operacyjna na poziomie EBIT wyniosła 2,4 mln zł.

1. PRZYCHODY [3]

Łączne przychody z działalności kinowej w drugim kwartale 2012 r. były o 13,2% niższe niż w analogicznym okresie roku ubiegłego i wyniosły 34,3 mln zł. Do spadku przychodów segmentu przyczyniły się przede wszystkim niższe o 23,8% przychody ze sprzedaży biletów, w związku z 24% spadkiem liczby widzów w kinach sieci Helios. Frekwencja w kinach Heliosa w drugim kwartale 2012 r. wyniosła blisko 1,2 mln osób [11]. Niższa liczba widzów przełożyła się również na 27,6% spadku przychodów ze sprzedaży barowej. Duży spadek frekwencji w kinach w Polsce w drugim kwartale 2012 r. był związany z odbywającymi się w Polsce *Mistrzostwami Europy w Piłce Nożnej*. W związku z tym wydarzeniem w znaczący sposób ograniczona została liczba premier filmowych w polskich kinach co przełożyło się na niższą frekwencję w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego.

W pierwszym półroczu 2012 r. działalność kinowa odnotowała 7,1% spadku całkowitych przychodów w porównaniu z pierwszym półroczem 2011 r. Do tego spadku przyczyniły się głównie niższe o 15,0% przychody ze sprzedaży biletów w wyniku mniejszej liczby sprzedanych biletów (spadek o 18,0% do 3,3 mln biletów [11]) oraz niższe o 16,8% przychody ze sprzedaży barowej. Wpływ na dynamiczny wzrost przychodów reklamowych w kinach sieci Helios zarówno w drugim kwartale jak i w całym pierwszym półroczu 2012 r. miała głównie współpraca z innymi segmentami Grupy Agora.

Drugi kwartał 2012 r. przyniósł spadek udziału biletów na filmy 3D w całości sprzedanych biletów o ponad 16 pkt% do prawie 31%. W pierwszym półroczu 2012 r. udział biletów na filmy 3D w całości sprzedanych biletów wyniósł blisko 27% i spadł o ponad 4 pkt% w porównaniu z analogicznym okresem 2011 r.

2. KOSZTY

W drugim kwartale 2012 r. koszty operacyjne segmentu wyniosły 40,7 mln zł i były o 1,0% wyższe niż w drugim kwartale 2011 r. Koszty operacyjne segmentu w pierwszym półroczu 2012 r. wzrosły o 3,3% do kwoty 90,5 mln zł. Koszty reprezentacji i reklamy wzrosły zarówno w drugim kwartale jak i w całym pierwszym półroczu 2012 r. w związku z wyższymi kosztami z tytułu współpracy reklamowej z innymi segmentami w ramach Grupy Agora. Należy pamiętać, że koszty te są kompensowane wyższymi przychodami ze sprzedaży reklam. Zarówno wzrost kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników jak i amortyzacji związany jest z uruchomieniem nowych kin w Grudziądzu i w Tczewie.

3. INNE ZDARZENIA

W dniu 20 czerwca 2012 r. Helios uruchomił swój dwudziesty ósmy obiekt kinowy – cztero-salowe kino Helios w Tczewie, który jest jedynym multiplexem w tym mieście.

W pierwszym półroczu 2012 r. kontynuowano proces cyfryzacji kin. W dniu nabycia przez Agorę większościowego udziału w sieci kin Helios sale kinowe wyposażone były w 24 projektory cyfrowe z możliwością wyświetlania filmów w formacie 3D. Do dnia 30 czerwca 2012 r. zamontowano 122 kolejne projektory cyfrowe (w tym 70 wyposażono w system do wyświetlania filmów w technologii 3D). Do dnia publikacji niniejszego sprawozdania finansowego proces cyfryzacji kin sieci Helios został zakończony.

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. 11

w mln zł	II kwartał 2012	II kwartał 2011	% zmiany 2012 do 2011	I półrocze 2012	I półrocze 2011	% zmiany 2012 do 2011
Łączne przychody, w tym:	40,0	50,1	(20,2%)	76,6	85,9	(10,8%)
Przychody ze sprzedaży reklam (1)	39,1	48,9	(20,0%)	75,1	83,9	(10,5%)
Razem koszty operacyjne, w tym:	(38,5)	(40,1)	(4,0%)	(76,8)	(77,9)	(1,4%)
Koszty realizacji kampanii	(6,8)	(8,2)	(17,1%)	(12,4)	(13,7)	(9,5%)
Koszty utrzymania systemu	(17,9)	(18,3)	(2,2%)	(37,1)	(36,9)	0,5%
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (2)	(4,8)	(5,2)	(7,7%)	(9,6)	(10,0)	(4,0%)
Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych	-	(0,3)	-	(0,1)	(0,7)	(85,7%)
Reprezentacja i reklama	(1,3)	(1,0)	30,0%	(2,7)	(2,3)	17,4%
Amortyzacja	(4,5)	(4,6)	(2,2%)	(9,2)	(9,2)	-
EBIT	1,5	10,0	(85,0%)	(0,2)	8,0	-
marża EBIT	3,8%	20,0%	(16,2pkt %)	(0,3%)	9,3%	(9,6pkt %)
EBITDA (4)	6,0	14,6	(58,9%)	9,0	17,2	(47,7%)
marża EBITDA	15,0%	29,1%	(14,1pkt %)	11,7%	20,0%	(8,3pkt %)
EBITDA operacyjna (2), (4)	6,0	14,9	(59,7%)	9,1	17,9	(49,2%)
marża EBITDA operacyjna	15,0%	29,7%	(14,7pkt %)	11,9%	20,8%	(8,9pkt %)
Liczba powierzchni reklamowych (3)	23 817	24 009	(0,8%)	23 817	24 009	(0,8%)

- (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 wiatrach przystankowych i w metrze warszawskim oraz powierzchni reklamowych na autobusach i tramwajach;
- (4) podane kwoty uwzględniają korektę rekasyfikacyjną amortyzacji wynikającą ze źródeł finansowania środków trwałych należących do grupy AMS.

W pierwszym półroczu 2012 r., EBITDA operacyjna segmentu była niższa niż w analogicznym okresie roku ubiegłego i wyniosła 9,1 mln zł. Marża EBITDA operacyjna osiągnęła poziom 11,9%. W drugim kwartale 2012 r. ze względu na 20,2% spadek przychodów segmentu, EBITDA operacyjna wyniosła 6,0 mln zł, zaś marża EBITDA operacyjna 15,0%.

1. PRZYCHODY [8]

W drugim kwartale 2012 r. wartość wydatków na reklamę zewnętrzną, według szacunków IGRZ, skurczyła się o ponad 3,5%. W pierwszym półroczu 2012 r. wartość wydatków na reklamę zewnętrzną była na poziomie zbliżonym do analogicznego okresu roku ubiegłego. Negatywny wpływ na wartość wydatków na rynku reklamy zewnętrznej w drugim kwartale 2012 r. miały Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej. Efektem turnieju było ograniczenie aktywności

reklamowej podmiotów, które nie były sponsorami mistrzostw w obawie przed zbyt dużym nasyceniem reklamowym.

W drugim kwartale 2012 r. spadek przychodów ze sprzedaży reklam grupy AMS wyniósł 20,0% przy rynkowym ograniczeniu wydatków na reklamę zewnętrzną o ponad 3,5%. W konsekwencji w całym pierwszym półroczu 2012 r. spadek przychodów ze sprzedaży reklam grupy AMS był wyższy niż trend rynkowy i wyniósł 10,5%. W rezultacie szacowany udział AMS w wydatkach na reklamę zewnętrzną w drugim kwartale 2012 r. spadł o ponad 5pkt% i wyniósł 25,0%, natomiast w pierwszym półroczu 2012 r. spadł o ponad 3,0pkt% i wyniósł blisko 28,0% [8]. Wyższy od rynkowego spadek przychodów segmentu wynika z faktu, że AMS bardzo mocno odczuł negatywny wpływ *Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej* ze względu na: dużą liczbę nośników reklamowych na terenach miejskich, na których reklama firm konkurujących ze sponsorami mistrzostw wymagała zgody władz miejskich oraz mniejsze niż w roku ubiegłym zainteresowanie klientów kampaniami wizerunkowymi na nośnikach typu backlight.

2. KOSZTY

W drugim kwartale 2012 r. grupa AMS ograniczyła koszty operacyjne o 4,0% do kwoty 38,5 mln zł, dzięki czemu w pierwszym półroczu 2012 r. segment ograniczył koszty operacyjne o 1,4%.

Spadek kosztów realizacji kampanii o 17,1% w drugim kwartale 2012 r. oraz o 9,5% w pierwszym półroczu 2012 r. jest konsekwencją niższych kosztów wyklejania plakatów oraz zmniejszenia wolumenu usług poligraficznych.

W pierwszym półroczu 2012 r. koszty utrzymania systemu były na poziomie zbliżonym do pierwszego półrocza 2011 r. Ograniczenie kosztów utrzymania systemu o 2,2% w drugim kwartale 2012 r. to efekt oszczędności w zakresie kosztów eksploatacji systemu citylight. Dodatkowo grupa AMS w omawianym okresie przeprowadziła redukcję najmniej efektywnych nośników reklamowych oraz skuteczne działania w zakresie optymalizacji kosztów energii.

Spadek kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników o 7,7% w drugim kwartale i o 4,0% w pierwszym półroczu 2012 r. wynika z niższego stopnia realizacji zakładanych na drugi kwartał 2012 r. celów sprzedażowych, co m.in. spowodowało spadek zmiennego elementu wynagrodzeń.

Do ograniczenia kosztów operacyjnych w drugim kwartale oraz pierwszym półroczu 2012 r., istotnie przyczynił się spadek, niegotówkowych kosztów związanych z płatnościami w formie papierów wartościowych, w porównaniu do analogicznych okresów roku ubiegłego.

Wzrost kosztów reprezentacji i reklamy jest spowodowany wyższymi kosztami 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

W kwietniu 2012 r. AMS zdobył nagrody w dwóch kategoriach konkursu *Media Trendy 2012*: marketing społeczny/CSR za program AMS dla Integracji – pokazy w szkołach dla dzieci i młodzieży oraz innowacyjna zmiana za AMS Metrics – narzędzie do liczenia zasięgu reklamy zewnętrznej.

Konkurs Media Trendy wyróżnia przedsięwzięcia marketingowe, które cechuje innowacyjność oraz kreatywność w wykorzystaniu kanałów komunikacji marketingowej.

AMS wraz z domem mediowym OMD przeprowadził kampanię wykorzystującą unikalny w skali Polski system informacji o komunikacji miejskiej dla mieszkańców i turystów. Kampania łączy wykorzystanie technologii QR kodów na wiatkach przystankowych z działaniami w serwisie internetowym *jakdojade.pl*. Kampania była prowadzona w czerwcu 2012 r. na wiatkach przystankowych w Warszawie i w Krakowie.

IV.E. RADIO

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

Tab. 12

w mln zł	II kwartał 2012	II kwartał 2011	% zmiany 2012 do 2011	I półrocze 2012	I półrocze 2011	% zmiany 2012 do 2011
Łączne przychody, w tym:	26,1	22,6	15,5%	45,3	40,6	11,6%
Przychody ze sprzedaży reklam (1), (3)	25,5	22,2	14,9%	44,3	39,9	11,0%
Razem koszty operacyjne, w tym: (3)	(23,5)	(19,5)	20,5%	(44,7)	(38,1)	17,3%
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (2)	(6,7)	(6,2)	8,1%	(13,1)	(12,6)	4,0%
Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych	-	(0,3)	-	(0,1)	(0,5)	(80,0%)
Licencje, czynsze i koszty łączności	(2,3)	(2,2)	4,5%	(4,3)	(4,2)	2,4%
Amortyzacja	(0,6)	(0,7)	(14,3%)	(1,3)	(1,3)	-
Reprezentacja i reklama (3)	(3,2)	(3,7)	(13,5%)	(7,2)	(6,8)	5,9%
EBIT	2,6	3,1	(16,1%)	0,6	2,5	(76,0%)
marża EBIT	10,0%	13,7%	(3,7pkt %)	1,3%	6,2%	(4,9pkt %)
EBITDA	3,2	3,8	(15,8%)	1,9	3,8	(50,0%)
marża EBITDA	12,3%	16,8%	(4,5pkt %)	4,2%	9,4%	(5,2pkt %)
EBITDA operacyjna (2)	3,2	4,1	(22,0%)	2,0	4,3	(53,5%)
marża EBITDA operacyjna	12,3%	18,1%	(5,8pkt %)	4,4%	10,6%	(6,2pkt %)

- (1) przychody ze sprzedaży reklam obejmują sprzedaż własnego i obcego czasu antenowego związanego ze świadczonymi usługami pośrednictwa;
 (2) z wyłączeniem niegotówkowych kosztów związanych z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych;
 (3) podane kwoty nie zawierają przychodów i pełnych kosztów wzajemnej promocji pomiędzy różnymi działalnościami Grupy Agora (jedynie bezpośrednie koszty zmienne kampanii na nośnikach reklamy zewnętrznej), jeżeli taka promocja jest realizowana bez wcześniejszej rezerwacji.

W drugim kwartale 2012 r. segment Radio wypracował pozytywny wynik na poziomie EBITDA operacyjna w wysokości 3,2 mln zł, który był gorszy niż w drugim kwartale 2011 r., głównie ze względu na wzrost kosztów operacyjnych. W konsekwencji, w pierwszym półroczu 2012 r., odnotowany przez segment Radio wynik na poziomie EBITDA operacyjna w wysokości 2,0 mln zł był gorszy od wyniku z pierwszego półrocza 2011 r.

1. PRZYCHODY [3]

Przychody segmentu Radio w drugim kwartale 2012 r. wzrosły o 15,5% do kwoty 26,1 mln zł. Na wzrost przychodów segmentu wpłynął wzrost przychodów z pośrednictwa sprzedaży czasu w stacjach obcych. W omawianym okresie wartość wydatków na reklamę radiową skurczyła się o ponad 5% w porównaniu z drugim kwartałem 2011 r.

Przychody segmentu Radio w pierwszym półroczu 2012 r. wzrosły o 11,6% do kwoty 45,3 mln zł. Na wzrost przychodów segmentu wpłynął wzrost przychodów z pośrednictwa sprzedaży czasu w stacjach obcych. W omawianym okresie wartość wydatków na reklamę radiową skurczyła się o prawie 3,5% w porównaniu z pierwszym półroczem 2011 r.

2. KOSZTY

W drugim kwartale 2012 r. koszty operacyjne segmentu wzrosły o 20,5%. Główną przyczyną tego wzrostu są wyższe niż w drugim kwartale 2011 r. koszty zakupu czasu antenowego w stacjach obcych, które kompensowane są wyższymi przychodami z tytułu sprzedaży reklam. Dodatkowo, w drugim kwartale 2012 r., wzrosły koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników o 8,1% w rezultacie wyższych kosztów szkoleń oraz nowego zatrudnienia w działach sprzedażowych.

W pierwszym półroczu 2012 r. koszty operacyjne segmentu wzrosły o 17,3% do kwoty 44,7 mln zł, głównie w wyniku wzrostu kosztu zakupu czasu antenowego w stacjach należących do innych nadawców w związku ze świadczoną usługą pośrednictwa w zakupie reklamy. Wzrost kosztów z tego tytułu równoważony jest przychodami reklamowymi uzyskiwanymi z tej działalności.

Pomimo ograniczenia kosztów reprezentacji i reklamy o 13,5% w drugim kwartale 2012 r. w całym pierwszym półroczu 2012 r. były one wyższe o 0,4 mln zł w porównaniu do tego samego okresu 2011 r. ze względu na duże kampanie promocyjne *Radia Żółte Przeboje* realizowane w pierwszym kwartale 2012 r.

3. UDZIAŁY W SŁUCHALNOŚCI [9]

W drugim kwartale 2012 r. udział stacji muzycznych Grupy Agora w słuchalności wyniósł 8,2% i wzrósł o 0,9 pkt% w porównaniu do drugiego kwartału 2011 r.

W drugim kwartale 2012 r., udział w czasie słuchania *TOK FM* we wszystkich miastach nadawania wyniósł 4,7% (5,0% w analogicznym okresie 2011 r.).

W drugim kwartale 2012 r., udział w czasie słuchania *TOK FM* w Warszawie wyniósł 7,3% i wzrósł o 1,1 pkt% w porównaniu z drugim kwartałem 2011 r.

W pierwszym półroczu 2012 r. udział stacji muzycznych Grupy Agora w słuchalności wyniósł 8,0% i wzrósł o 1,0 pkt% w porównaniu do pierwszego półrocza 2011 r.

W pierwszym półroczu 2012 r. udział w czasie słuchania *TOK FM* wyniósł 4,8% we wszystkich miastach nadawania *TOK FM* (5,1% w analogicznym okresie 2011 r.).

W pierwszym półroczu 2012 r. udział w czasie słuchania *TOK FM* w Warszawie wyniósł 7,9% i wzrósł o 0,6 pkt% w porównaniu z pierwszym półroczem 2011 r.

4. INNE ZDARZENIA

W kwietniu 2012 r. *Radio Żółte Przeboje* wspólnie z agencją *Prestige MJM* zorganizowało w ramach cyklu *Prestiżowe gwiazdy, Żółte Przeboje* pierwsze dwa koncerty światowych gwiazd muzyki. Koncerty Michaela Buble w *Ergo Arena Gdańsk/Sopot* i Andrea Bocellego w *Atlas Arena Łódź* promowane były na antenie *Radia Żółte Przeboje* oraz działaniami PR i kampanią w mediach. Kolejne koncerty – Eltona Johna w Łodzi, *Guns n' Roses* w Rybniku i Bryana Adamsa w Poznaniu – odbyły się w lipcu 2012 r.

W maju 2012 r. Grupa Radiowa Agory przy współpracy z *Samsung Polska* uruchomiła nowy produkt *Tuba.tv*. Jest to pierwsza i jedyna w Polsce muzyczna telewizja, która dopasowuje program do indywidualnego gustu widza. Aplikacja jest dostępna w telewizorach *Samsung Smart TV* oraz w odtwarzaczach *Blue-ray* z funkcją *Smart Hub*.

W czerwcu 2012 r. Grupa Radiowa Agory uruchomiła nową wersję internetowego serwisu muzycznego *Tuba.fm*. Oferta muzyczna została rozszerzona i uporządkowana oraz lepiej dopasowana do gustu użytkownika. Serwis został również zintegrowany z systemem komentarzy *Facebooka*.

W lipcu 2012 r. wchodząca w skład Grupy Radiowej Agory ponadregionalna stacja *TOK FM* otrzymała od *Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji* decyzję o rozszerzeniu koncesji stacji o 7 nowych lokalizacji: w Toruniu, Lublinie, Gorzowie Wlkp., Płocku, Radomiu, Kielcach i Elblągu.

IV.F. CZASOPISMA [1], [7]

Segment Czasopisma zawiera dane pionu Czasopism Agory S.A.

Tab. 13

w mln zł	II kwartał 2012	II kwartał 2011	% zmiany 2012 do 2011	I półrocze 2012	I półrocze 2011	% zmiany 2012 do 2011
Łączne przychody, w tym	18,6	21,0	(11,4%)	34,6	38,8	(10,8%)
Przychody ze sprzedaży wydawnictw	7,1	7,9	(10,1%)	13,9	15,9	(12,6%)
Przychody ze sprzedaży reklam (1)	11,5	12,8	(10,2%)	20,5	22,5	(8,9%)
Razem koszty operacyjne, w tym:	(18,2)	(16,0)	13,8%	(32,8)	(30,5)	7,5%
Materiały, energia, towary i usługi poligraficzne	(7,6)	(7,0)	8,6%	(13,9)	(13,2)	5,3%
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (2)	(4,6)	(4,5)	2,2%	(9,1)	(8,7)	4,6%
Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych	(0,1)	(0,2)	(50,0%)	(0,1)	(0,4)	(75,0%)
Amortyzacja	(0,1)	-	-	(0,1)	(0,1)	-
Reprezentacja i reklama (1)	(4,7)	(3,0)	56,7%	(7,2)	(5,8)	24,1%
EBIT	0,4	5,0	(92,0%)	1,8	8,3	(78,3%)
marża EBIT	2,2%	23,8%	(21,6pkt %)	5,2%	21,4%	(16,2pkt %)
EBITDA	0,5	5,0	(90,0%)	1,9	8,4	(77,4%)
marża EBITDA	2,7%	23,8%	(21,1pkt %)	5,5%	21,6%	(16,1pkt %)
EBITDA operacyjna (2)	0,6	5,2	(88,5%)	2,0	8,8	(77,3%)
marża EBITDA operacyjna	3,2%	24,8%	(21,6pkt %)	5,8%	22,7%	(16,9pkt %)

(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.

W wyniku zmniejszających się przychodów i rosnących kosztów w drugim kwartale 2012 r. EBITDA operacyjna segmentu wyniosła 0,6 mln zł, a marża EBITDA operacyjna osiągnęła poziom 3,2%. W rezultacie, w całym pierwszym półroczu 2012 r. EBITDA operacyjna segmentu wyniosła 2,0 mln zł, przy marży EBITDA operacyjna na poziomie 5,8% [1].

1. PRZYCHODY

W drugim kwartale 2012 r. przychody segmentu były o 11,4% niższe niż w analogicznym okresie roku ubiegłego. Wpływ na to miały głównie niższe o 10,1% przychody ze sprzedaży wydawnictw oraz niższe o 10,2% przychody ze sprzedaży reklam. Spadek przychodów ze sprzedaży wydawnictw wynika z ogólnorynkowego trendu spadku sprzedaży egzemplarzowej większości wydawnictw prasowych oraz jest efektem wprowadzonych obniżek cen egzemplarzowych wybranych tytułów prasowych. Na spadek przychodów reklamowych segmentu wpłynęło głównie ograniczenie budżetów promocyjnych reklamodawców z branż: *higiena i pielęgnacja, żywność, budownictwo oraz wyposażenie wnętrz*. W pierwszym półroczu 2012 r. wpływy ze sprzedaży wydawnictw spadły o 12,6%, natomiast przychody ze sprzedaży reklam o 8,9%, w efekcie czego całkowite przychody segmentu zmniejszyły się o 10,8% w porównaniu do analogicznego okresu 2011 r.

1.1. Sprzedaż czasopism

Tab. 14

w tys. egz.	II kwartał 2012	II kwartał 2011	% zmiany 2012 do 2011	I półrocze 2012	I półrocze 2011	% zmiany 2012 do 2011
Średnie rozpowszechnianie płatne miesięczników	953,4	978,5	(2,6%)	918,2	929,9	(1,3%)

W drugim kwartale 2012 r. średnie rozpowszechnianie płatne miesięczników Agory zmniejszyło się o 2,6% w stosunku do drugiego kwartału 2011 r., natomiast w pierwszym półroczu 2012 r. spadło ono o 1,3% w stosunku do analogicznego okresu 2011 r.

1.2. Sprzedaż reklam

Przychody ze sprzedaży reklam zmniejszyły się o 10,2% w drugim kwartale oraz o 8,9% w pierwszym półroczu 2012 r. W drugim kwartale 2012 r. udział czasopism Agory w wydatkach reklamowych w magazynach ogólnopolskich wyniósł 7,8%, a w wydatkach reklamowych w miesięcznikach 12,1% (według danych cennikowych). W pierwszym półroczu 2012 r. udział czasopism Agory w wydatkach reklamowych w magazynach ogólnopolskich wyniósł 7,0%, a w wydatkach reklamowych w miesięcznikach ponad 11,1% (według danych cennikowych) [7].

2. KOSZTY

W samym drugim kwartale 2012 r. koszty operacyjne segmentu wyniosły 18,2 mln zł i były wyższe o 13,8% w stosunku do analogicznego okresu 2011 r. Wzrost ten wynika głównie z wyższych (o 56,7%) kosztów reklamy i reprezentacji, wzrostu (o 8,6%) kosztów materiałów i energii, zakupu towarów oraz usług poligraficznych oraz wyższych (o 2,2%) kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników, co w większości jest efektem wydatków poniesionych na nowe tytuły *Happy!*, *Magnolia* i *Kontynenty*. W całym pierwszym półroczu 2012 r. koszty operacyjne segmentu zwiększyły się o 7,5% do 32,8 mln zł, co związane jest głównie z uruchomieniem nowych tytułów i pracami nad rozwojem serwisów internetowych poszczególnych tytułów segmentu.

3. INNE ZDARZENIA

W drugim kwartale 2012 r. uruchomiony został wortal *swiatmotocykli.pl* o tematyce motocykli i skuterów, oferujący wiadomości, reportaże i obszernie testy. W tym samym okresie udostępniony został serwis *remontowezmagania.pl* z poradami budowlanymi i remontowymi.

W maju 2012 r. w prestiżowym konkursie Izby Wydawców Prasy – Grand Front wyróżnione zostały okładki dwóch tytułów segmentu *Dziecka* i *Poradnika Domowego*.

PRZYPISY

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

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

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

[3] Dane dotyczą reklam i ogłoszeń w sześciu mediach (prasa, radio, telewizja, reklama zewnętrzna, internet, kino). W niniejszym sprawozdaniu Agora skorygowała dane dotyczące rynku reklamy telewizyjnej i kinowej w drugim kwartale 2011 r.

O ile wyrażnie nie zaznaczono inaczej, w treści niniejszego komentarza dane dotyczące poziomu rynkowych wydatków na reklamę w prasie i radiu są szacowane przez Agorę z uwzględnieniem poziomu średniego rabatu i podawane są w cenach bieżących. Z tego też względu, biorąc pod uwagę presję rabatową i 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 - czerwiec 2012 r. N = 24 151; wielkość próby dla Warszawy: N = 1 021; kwiecień- czerwiec 2012 r. próba ogólnopolska N = 12 050; wielkość próby dla Warszawy: N = 510.

[5] Definicje wskaźników:

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

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

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

/ 2 / (2 dla danych półrocznych i 4 dla danych kwartalnych)

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

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

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

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

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

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

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

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

[6] Grupa Gazeta.pl obejmuje serwisy internetowe udostępniane pod domenami, których abonentem jest Agora, w tym serwisy partnerskie. Dane dotyczące liczby użytkowników (real users), odsłon oraz czasu spędzonego przez użytkowników pochodzą z badania Megapanel PBI/Gemius. Dane obejmują użytkowników w wieku 7 lub więcej lat, łączących się z serwerów znajdujących się na terenie Polski i dotyczą domen zarejestrowanych na Agorę 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 125 tytuły w okresie styczeń- czerwiec 2012.

[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 kwiecień-czerwiec: (próba dla 2011: 10 518, dla 2012: 10 487); za okres styczeń-czerwiec (próba dla 2011: 21 012, dla 2012: 21 002); dla TOK FM: miasta nadawania w grupie wiekowej 15+ za okres kwiecień-czerwiec (próba dla 2011: 7 784, dla 2012: 7 762); za okres styczeń-czerwiec (próba dla 2011: 15 548, dla 2012: 15 545); Warszawa w grupie wiekowej 15+ za okres kwiecień-czerwiec (próba dla 2011: 1 276, dla 2012: 1 271); za okres styczeń-czerwiec (próba dla 2011: 2 548, dla 2012: 2 541).

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

[11] dane dotyczące sprzedaży biletów w kinach należących do sieci Helios są danymi księgowymi, raportowanymi zgodnie z okresami i zasadami sprawozdawczości giełdowej.

V. INFORMACJE UZUPEŁNIAJĄCE

1. ZMIANY UMOWY O LINIĘ KREDYTOWĄ

W raporcie bieżącym z dnia 25 maja 2012 r., Spółka poinformowała o zawarciu w dniu 25 maja 2012 r. Aneksu nr 13 („Aneks 13”) do Umowy kredytowej z Bankiem Polska Kasa Opieki S.A. zawartej 5 kwietnia 2002 r. Na mocy podpisanego Aneksu 13, Spółka dysponuje linią kredytową w wysokości 150,0 mln zł, którą może wykorzystać do dnia 31 maja 2013 r.

2. ISTOTNE WYDARZENIA

► Rekomendacja Zarządu Agory S.A. w sprawie podziału zysku za rok obrotowy 2011

W raporcie bieżącym z dnia 10 maja 2012 r. Zarząd Agory S.A. poinformował, iż zarekomenduje Walnemu Zgromadzeniu Akcjonariuszy wypłatę dwukrotnie wyższej dywidendy, niż ta którą przewiduje polityka dywidendowa Spółki.

Polityka dywidendowa Spółki ogłoszona w dniu 14 lutego 2005 r., przewiduje że co roku Zarząd oraz Rada Nadzorcza przeprowadzają analizę wyników i perspektyw Spółki, w oparciu o którą przedstawiają Walnemu Zgromadzeniu Akcjonariuszy propozycję odnośnie wysokości dywidendy. Zgodnie z tą polityką, jeśli nie zachodzą dodatkowe przesłanki, proponowana dywidenda powinna być w wysokości 0,5 zł (słownie: pięćdziesiąt groszy) na akcję.

Analizując wyniki finansowe oraz sytuację na rynkach, na których funkcjonuje Spółka, Zarząd postanowił zaproponować akcjonariuszom Spółki wypłatę wyższej dywidendy niż to wynika z polityki dywidendowej poprzez:

- (i) przeznaczenie całego zysku netto za rok obrotowy 2011 w kwocie 20 246 246,34 zł na wypłatę dywidendy dla akcjonariuszy Spółki,
- (ii) użycie kapitału zapasowego Spółki poprzez przeznaczenie kwoty 30 691 139,66 zł, na wypłatę dywidendy dla akcjonariuszy Spółki.

Łączna kwota rekomendowana przez Zarząd na wypłatę dywidendy wynosi 50 937 386,00 zł, co oznacza, że kwota dywidendy przypadająca na jedną akcję Spółki wynosi 1,0 zł (słownie: jeden złoty).

Proponowany dzień ustalenia prawa do dywidendy to 16 lipca 2012 r., a dzień wypłaty dywidendy to 3 sierpnia 2012 r.

Powyższy wniosek uzyskał pozytywną opinię Rady Nadzorczej.

Wypłata podwyższonej dywidendy nie powinna wpłynąć na możliwość realizacji najważniejszych celów Spółki i Grupy Agora.

Od dnia ogłoszenia polityki dywidendowej w dniu 14 lutego 2005 r., Agora wypłaciła sześciokrotnie dywidendę (w sumie: 216,8 mln zł) oraz trzykrotnie przeprowadziła skup akcji własnych (łączny koszt zrealizowanych programów nabywania akcji własnych: 210 mln zł).

► Walne Zgromadzenie Agory

W raporcie bieżącym z dnia 25 maja 2012 r., Zarząd Agory S.A. poinformował o zwołaniu na dzień 22 czerwca 2012 r. na godz. 11.00 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Agory S.A. („Walne Zgromadzenie”).

W raporcie bieżącym z dnia 25 maja 2012 r., opublikowane zostały projekty uchwał, które Zarząd Agory S.A. przedłożył Walnemu Zgromadzeniu.

W raporcie bieżącym z dnia 22 czerwca 2012 r., Zarząd Agory S.A. przekazał do publicznej wiadomości treść uchwał powziętych przez Walne Zgromadzenie.

W raporcie bieżącym z dnia 22 czerwca 2012 r., Zarząd Agory S.A. przekazał do publicznej wiadomości informację o wypłacie dywidendy w wysokości 50,9 mln zł tj. 1,00 złoty na jedną akcję, uchwalonej przez Walne Zgromadzenie wskazującej jako dzień dywidendy 16 lipca 2012 r. i dzień wypłaty dywidendy 3 sierpnia 2012 r.

W raporcie bieżącym z dnia 22 czerwca 2012 r. Zarząd Agory S.A. poinformował, że na Walnym Zgromadzeniu w dniu 22 czerwca 2012 r. następujący akcjonariusze posiadali ponad 5% liczby głosów na tym zgromadzeniu:

- Agora Holding Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie: 22 818 820 głosów, tj. 61,42% głosów na tym zgromadzeniu i 33,53% ogólnej liczby głosów.

- ING Otwarty Fundusz Emerytalny: 5 500 000 głosów tj. 14,81% głosów na tym zgromadzeniu i 8,08% ogólnej liczby głosów.

- ARKA BZ WBK FIO z siedzibą w Poznaniu: 2 150 000 głosów tj. 5,79% głosów na tym zgromadzeniu i 3,16% ogólnej liczby głosów poprzez następujące subfundusze:

ARKA BZ WBK FIO SUBFUNDUSZ ARKA BZ WBK AKCJI FIO: 1 300 000, tj. 3,50% głosów na tym zgromadzeniu i 1,91% ogólnej liczby głosów,

ARKA BZ WBK FIO SUBFUNDUSZ ARKA BZ STABILNEGO WZROSTU: 200 000, tj. 0,54% głosów na tym zgromadzeniu i 0,29% ogólnej liczby głosów,

ARKA BZ WBK FIO SUBFUNDUSZ ARKA BZ ZRÓWNOWAŻONY FIO: 650 000, tj. 1,75% głosów na tym zgromadzeniu i 0,95% ogólnej liczby głosów.

► Zmiany w spółkach zależnych

W dniu 22 maja 2012 r., na podstawie umowy sprzedaży udziałów Agora S.A. nabyła 12 udziałów spółki AdTaily Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie. W wyniku tej transakcji Agora S.A. posiada 644 udiały, stanowiące 76,7% kapitału zakładowego spółki AdTaily Sp. z o.o. oraz 76,7% głosów na zgromadzeniu wspólników.

W dniu 5 lipca 2012 r. Sąd na Ukrainie zarejestrował podwyższenie kapitału zakładowego w LLC Agora Ukraine o 352 273,43 UAH, które Agora S.A. opłaciła wkładem pieniężnym. Wysokość kapitału zakładowego po podwyższeniu wynosi 517 901,91 UAH. W wyniku tej transakcji, Agora S.A. nadal posiada 100% udziału w kapitale zakładowym spółki i odpowiednio 100% głosów na zgromadzeniu wspólników.

3. ZMIANY W STANIE POSIADANIA AKCJI LUB INNYCH UPRAWNIEŃ DO NICH (OPCJI) PRZEZ CZŁONKÓW ZARZĄDU W DRUGIM KWARTALE 2012 R. I DO DNIA PUBLIKACJI RAPORTU

Tab. 15

a. akcje	stan na 30.06.2012	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 31.03.2012
Piotr Niemczycki	1 548 373	0	0	1 548 373
Zbigniew Bąk	68 006	0	0	68 006
Marek Jackiewicz	100 000	0	0	100 000
Grzegorz Kossakowski	44 451	0	0	44 451
Stanisław Turnau	119 292	0	0	119 292
b. akcje	stan na 10.08.2012	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 30.06.2012
Piotr Niemczycki	1 548 373	0	0	1 548 373
Zbigniew Bąk	68 006	0	0	68 006
Marek Jackiewicz	100 000	0	0	100 000
Grzegorz Kossakowski	44 451	0	0	44 451
Stanisław Turnau	119 292	0	0	119 292

W raportowanym okresie członkowie zarządu nie nabyli innych uprawnień do akcji.

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

4. ZMIANY W STANIE POSIADANIA AKCJI LUB INNYCH UPRAWNIEN DO NICH (OPCJI) PRZEZ CZŁONKÓW RADY NADZORCZEJ W DRUGIM KWARTALE 2012 R. I DO DNIA PUBLIKACJI RAPORTU

Tab. 16

a. akcje	stan na 30.06.2012	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 31.03.2012
Sławomir S. Sikora	0	0	0	0
Tomasz Sielicki	33	0	0	33
Andrzej Szlęzak	0	0	0	0
Marcin Hejka	0	0	0	0
Wanda Rapaczynski	924 616	0	0	924 616

b. akcje	stan na 10.08.2012	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 30.06.2012
Sławomir S. Sikora	0	0	0	0
Tomasz Sielicki	33	0	0	33
Andrzej Szlęzak	0	0	0	0
Marcin Hejka	0	0	0	0
Wanda Rapaczynski	924 616	0	0	924 616

Członkowie rady nadzorczej nie posiadali w raportowanych okresach innych uprawnień do akcji (np. opcji).

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

Struktura akcjonariatu uaktualniana jest na podstawie formalnych zawiadomień od akcjonariuszy posiadających co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki.

Zgodnie z formalnymi zawiadomieniami otrzymanymi od akcjonariuszy, w szczególności na podstawie art. 69 Ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych, struktura akcjonariatu aktualna na dzień przekazania poprzedniego raportu kwartalnego, tj. na 11 maja 2012 r. uległa istotnym zmianom w odniesieniu do dnia przekazania niniejszego raportu.

Na podstawie powyższych zawiadomień, na dzień 11 maja 2012 r. następujący akcjonariusze mogli wykonywać ponad 5% głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki:

Tab.17

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

► Istotne zmiany struktury akcjonariatu

W raporcie bieżącym z dnia 15 czerwca 2012 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 11 czerwca 2012 r., klienci BZ WBK stali się posiadaczami 3 327 526 akcji, co stanowiło 6,53% kapitału zakładowego Spółki, dających prawo do 3 327 526 głosów, co stanowiło 4,89% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki.

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

Tab. 18

	liczba akcji	% udział w kapitale zakładowym	liczba głosów na WZ	% udział w liczbie głosów na WZ
Agora-Holding Sp. z o.o. (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 3 stycznia 2012 r.)	5 692 420	11,18	22 818 820	33,53
ING Otwarty Fundusz Emerytalny (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 29 września 2011 r.)	3 758 637	7,38	3 758 637	5,52

6. POZOSTAŁE INFORMACJE

► Stanowisko Zarządu odnośnie realizacji prognoz finansowych

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

► Zmiany w zobowiązaniach warunkowych

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

► Transakcje z podmiotami powiązanymi

Transakcje z podmiotami powiązanymi z Grupą Agora zostały opisane w nocie 11 do skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego. Wszystkie transakcje pomiędzy podmiotami Grupy są transakcjami typowymi.

GRUPA AGORA

SKRÓCONE ŚRÓDROCZNE SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE FINANSOWE

na 30 czerwca 2012 r. oraz za 3 i 6 miesięcy zakończone
30 czerwca 2012 r.

SKONSOLIDOWANY BILANS NA 30 CZERWCA 2012 R.

	30 czerwca 2012 niebadane	31 marca 2012 niebadane	31 grudnia 2011 zbadane	30 czerwca 2011 niebadane
Aktywa				
Aktywa trwałe:				
Wartości niematerialne	415 456	417 273	419 236	425 591
Rzeczowe aktywa trwałe	767 396	753 580	760 157	755 764
Długoterminowe aktywa finansowe	251	251	251	251
Inwestycje rozliczane metodą praw własności	11 827	11 931	11 881	241
Należności długoterminowe i inne rozliczenia międzyokresowe	7 559	7 768	7 934	10 499
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	3 712	4 178	3 840	4 005
	1 206 201	1 194 981	1 203 299	1 196 351
Aktywa obrotowe:				
Zapasy	23 354	23 240	29 209	23 442
Należności krótkoterminowe i rozliczenia międzyokresowe	251 624	250 095	246 411	251 901
Należności z tytułu podatku dochodowego	3 011	1 301	1 424	421
Krótkoterminowe aktywa finansowe	171 183	189 678	197 872	199 610
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	105 614	104 681	125 505	132 279
	554 786	568 995	600 421	607 653
Aktywa razem	1 760 987	1 763 976	1 803 720	1 804 004

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

SKONSOLIDOWANY BILANS NA 30 CZERWCA 2012 R. (C.D.)

	Nota	30 czerwca 2012 niebadane	31 marca 2012 niebadane	31 grudnia 2011 zbadane	30 czerwca 2011 niebadane
Pasywa					
Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej:					
Kapitał zakładowy		50 937	50 937	50 937	50 937
Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej		147 192	147 192	147 192	147 192
Kapitał z przeliczenia sprawozdań finansowych spółek zagranicznych		(225)	(146)	(114)	(87)
Zyski z lat ubiegłych i roku bieżącego		998 638	1 047 489	1 048 049	1 034 147
		1 196 542	1 245 472	1 246 064	1 232 189
Udziały niekontrolujące		16 610	17 703	17 253	15 963
Kapitał własny		1 213 152	1 263 175	1 263 317	1 248 152
Zobowiązania długoterminowe:					
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego		45 384	44 390	45 270	51 725
Długoterminowe kredyty i pożyczki	3	113 958	130 460	142 459	163 662
Pozostałe zobowiązania finansowe		27 613	27 678	27 691	29 882
Rezerwa na świadczenia emerytalne		2 091	1 914	1 914	2 079
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe		4 665	4 361	4 007	3 802
		193 711	208 803	221 341	251 150
Zobowiązania krótkoterminowe:					
Rezerwa na świadczenia emerytalne		162	195	195	68
Zobowiązania krótkoterminowe		215 630	162 404	182 729	171 208
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego		78	3 546	3 222	2 246
Krótkoterminowe kredyty i pożyczki	3	77 700	60 758	70 527	68 541
Rezerwy na zobowiązania		5 960	6 168	6 786	7 115
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe		54 594	58 927	55 603	55 524
		354 124	291 998	319 062	304 702
Pasywa razem		1 760 987	1 763 976	1 803 720	1 804 004
Średnia ważona liczba akcji		50 937 386	50 937 386	50 937 386	50 937 386

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

SKONSOLIDOWANY RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT ZA TRZY I SZEŚĆ MIESIĘCY ZAKOŃCZONE 30 CZERWCA 2012 R.

		Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2012 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2012 niebadane	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2011 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011 niebadane
	Nota				
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	4	283 143	564 408	319 279	615 108
Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów		(194 139)	(393 642)	(197 393)	(391 712)
Zysk brutto ze sprzedaży		89 004	170 766	121 886	223 396
Koszty sprzedaży		(58 032)	(113 006)	(67 065)	(126 514)
Koszty ogólnego zarządu		(28 358)	(57 704)	(28 762)	(60 572)
Pozostałe przychody operacyjne		5 468	10 286	4 343	9 934
Pozostałe koszty operacyjne		(5 817)	(10 216)	(4 027)	(9 690)
Zysk z działalności operacyjnej	4	2 265	126	26 375	36 554
Przychody finansowe		2 140	7 583	4 347	8 228
Koszty finansowe		(3 325)	(6 791)	(4 033)	(8 362)
Udział w zyskach (stratach) netto jednostek rozliczanych metodą praw własności		(103)	(54)	203	6
Zysk brutto		977	864	26 892	36 426
Podatek dochodowy		(251)	(1 165)	(5 362)	(7 786)
Zysk/(strata) netto		726	(301)	21 530	28 640
Przypadający na:					
Akcjonariuszy jednostki dominującej		1 315	(162)	21 713	27 841
Udziały niekontrolujące		(589)	(139)	(183)	799
		726	(301)	21 530	28 640
Podstawowy/rozwodniony zysk/(strata) przypadający/a na jedną akcję (w zł)		0,03	(0,00)	0,43	0,55

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

SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z CAŁKOWITYCH DOCHODÓW ZA TRZY I SZEŚĆ MIESIĘCY ZAKOŃCZONE 30 CZERWCA 2012 R.

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2012 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2012 niebadane	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2011 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011 niebadane
Zysk/(strata) netto za okres	726	(301)	21 530	28 640
Różnice kursowe z przeliczenia sprawozdań finansowych spółek zagranicznych	(79)	(111)	220	43
Inne całkowite dochody ogółem	(79)	(111)	220	43
Całkowite dochody ogółem za okres	647	(412)	21 750	28 683
Przypadające na:				
Akcjonariuszy jednostki dominującej	1 236	(273)	21 933	27 884
Udziały niekontrolujące	(589)	(139)	(183)	799
	647	(412)	21 750	28 683

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

SKONSOLIDOWANE ZESTAWIENIE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM ZA TRZY I SZEŚĆ MIESIĘCY ZAKOŃCZONE 30 CZERWCA 2012 R.

	Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej						
	Kapitał zakładowy	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	Kapitał z przeliczenia sprawozdań finansowych spółek zagranicznych	Zyski z lat ubiegłych i roku bieżącego	Razem	Udziały niekontrolujące	Kapitał własny razem
Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2012 r.							
Stan na 31 marca 2012 r. niebadane	50 937	147 192	(146)	1 047 489	1 245 472	17 703	1 263 175
Całkowite dochody za okres sprawozdawczy							
Zysk/(strata) netto okresu	-	-	-	1 315	1 315	(589)	726
Inne całkowite dochody ogółem	-	-	(79)	-	(79)	-	(79)
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	(79)	1 315	1 236	(589)	647
Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym							
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli							
Koszt płatności w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych	-	-	-	844	844	-	844
Dywidendy uchwalone	-	-	-	(50 937)	(50 937)	-	(50 937)
Dywidendy spółek zależnych	-	-	-	-	-	(504)	(504)
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli ogółem	-	-	-	(50 093)	(50 093)	(504)	(50 597)
Zmiany w udziale własnościowym w jednostkach podporządkowanych							
Nabycie udziałów niekontrolujących	-	-	-	(73)	(73)	-	(73)
Zmiany w udziale własnościowym w jednostkach podporządkowanych ogółem	-	-	-	(73)	(73)	-	(73)
Transakcje z właścicielami ogółem	-	-	-	(50 166)	(50 166)	(504)	(50 670)
Stan na 30 czerwca 2012 r. niebadane	50 937	147 192	(225)	998 638	1 196 542	16 610	1 213 152

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

SKONSOLIDOWANE ZESTAWIENIE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM ZA TRZY I SZEŚĆ MIESIĘCY ZAKOŃCZONE 30 CZERWCA 2012 R. (C. D.)

	Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej					Udziały niekontrolujące	Kapitał własny razem
	Kapitał zakładowy	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	Kapitał z przeliczenia sprawozdań finansowych spółek z zagranicznych	Zyski z lat ubiegłych i roku bieżącego	Razem		
Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2012 r.							
Stan na 31 grudnia 2011 r. zbadane	50 937	147 192	(114)	1 048 049	1 246 064	17 253	1 263 317
Całkowite dochody za okres sprawozdawczy							
Strata netto okresu	-	-	-	(162)	(162)	(139)	(301)
Inne całkowite dochody ogółem	-	-	(111)	-	(111)	-	(111)
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	(111)	(162)	(273)	(139)	(412)
Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym							
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli							
Koszt płatności w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych	-	-	-	1 761	1 761	-	1 761
Dywidendy uchwalone	-	-	-	(50 937)	(50 937)	-	(50 937)
Dywidendy spółek zależnych	-	-	-	-	-	(504)	(504)
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli ogółem	-	-	-	(49 176)	(49 176)	(504)	(49 680)
Zmiany w udziale własnościowym w jednostkach podporządkowanych							
Nabycie udziałów niekontrolujących	-	-	-	(73)	(73)	-	(73)
Zmiany w udziale własnościowym w jednostkach podporządkowanych ogółem	-	-	-	(73)	(73)	-	(73)
Transakcje z właścicielami ogółem	-	-	-	(49 249)	(49 249)	(504)	(49 753)
Stan na 30 czerwca 2012 r. niebadane	50 937	147 192	(225)	998 638	1 196 542	16 610	1 213 152

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

SKONSOLIDOWANE ZESTAWIENIE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM ZA TRZY I SZEŚĆ MIESIĘCY ZAKOŃCZONE 30 CZERWCA 2012 R. (C. D.)

	Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej				Razem	Udziały niekontrolujące	Kapitał własny razem
	Kapitał zakładowy	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	Kapitał z przeliczenia sprawozdań finansowych spółek zagranicznych	Zyski z lat ubiegłych i roku bieżącego			
Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2011 r.							
Stan na 31 grudnia 2010 r. zbadane	50 937	147 192	(130)	1 023 053	1 221 052	15 500	1 236 552
Całkowite dochody za okres sprawozdawczy							
Zysk netto okresu	-	-	-	42 171	42 171	1 618	43 789
Inne całkowite dochody ogółem	-	-	16	-	16	-	16
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	16	42 171	42 187	1 618	43 805
Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym							
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli							
Koszt płatności w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych	-	-	-	9 706	9 706	-	9 706
Dywidendy uchwalone	-	-	-	(25 469)	(25 469)	-	(25 469)
Dywidendy spółek zależnych	-	-	-	-	-	(404)	(404)
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli ogółem	-	-	-	(15 763)	(15 763)	(404)	(16 167)
Zmiany w udziale własnościowym w jednostkach podporządkowanych							
Nabycie udziałów niekontrolujących	-	-	-	(286)	(286)	286	-
Nabycie jednostki zależnej	-	-	-	-	-	252	252
Ujęcie zobowiązania z tytułu opcji put przyznanych udziałowcom niekontrolującym	-	-	-	(1 126)	(1 126)	-	(1 126)
Dodatkowe zaangażowanie udziałowca niekontrolującego	-	-	-	-	-	1	1
Zmiany w udziale własnościowym w jednostkach podporządkowanych ogółem	-	-	-	(1 412)	(1 412)	539	(873)
Transakcje z właścicielami ogółem	-	-	-	(17 175)	(17 175)	135	(17 040)
Stan na 31 grudnia 2011 r. zbadane	50 937	147 192	(114)	1 048 049	1 246 064	17 253	1 263 317

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

SKONSOLIDOWANE ZESTAWIENIE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM ZA TRZY I SZEŚĆ MIESIĘCY ZAKOŃCZONE 30 CZERWCA 2012 R. (C. D.)

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

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

SKONSOLIDOWANY RACHUNEK PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH ZA TRZY I SZEŚĆ MIESIĘCY ZAKOŃCZONE 30 CZERWCA 2012 R.

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2012 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2012 niebadane	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2011 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011 niebadane
Działalność operacyjna				
Zysk brutto	977	864	26 892	36 426
Korekty o pozycje:				
Udział w zyskach (stratach) netto jednostek rozliczanych metodą praw własności	103	54	(203)	(6)
Amortyzacja rzeczowych aktywów trwałych	19 426	39 085	19 247	38 204
Amortyzacja wartości niematerialnych	4 141	7 578	6 719	9 746
(Zyski) /Straty z tytułu różnic kursowych	44	(192)	-	(5)
Odsetki, netto	3 052	6 157	3 590	7 164
(Zysk)/ strata z tytułu działalności inwestycyjnej	(122)	(3 541)	(2 495)	(4 058)
Zmiana stanu rezerw	(64)	(682)	(922)	(2 884)
Zmiana stanu zapasów	(115)	5 854	(55)	(890)
Zmiana stanu należności i czynnych rozliczeń międzyokresowych	(6 701)	(5 809)	(20 892)	(18 041)
Zmiana stanu zobowiązań	(2 381)	(8 167)	(14 173)	(16 895)
Zmiana stanu biernych rozliczeń międzyokresowych	(4 155)	(541)	(2 697)	2 557
Inne korekty (1)	729	1 648	4 790	9 235
Przepływy środków pieniężnych brutto	14 934	42 308	19 801	60 553
Podatek dochodowy zapłacony	(3 765)	(4 223)	(1 825)	(4 502)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej	11 169	38 085	17 976	56 051
Działalność inwestycyjna				
Przychody ze sprzedaży rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych	2 750	6 226	164	266
Przychody netto ze sprzedaży jednostek zależnych, stowarzyszonych i współkontrolowanych	-	238	-	-
Przychody z tytułu odsetek	1 291	2 079	686	803
Sprzedaż krótkoterminowych papierów wartościowych	59 018	135 782	34 347	60 673
Wydatki inwestycyjne na rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne	(19 390)	(53 826)	(16 220)	(28 032)
Wydatki netto na nabycie podmiotów zależnych, stowarzyszonych i współkontrolowanych	-	-	-	(50)
Nabycie krótkoterminowych papierów wartościowych	(41 213)	(107 029)	(57 672)	(101 330)
Pożyczki udzielone	-	-	-	(200)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności inwestycyjnej	2 456	(16 530)	(38 695)	(67 870)

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2012 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2012 niebadane	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2011 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011 niebadane
Działalność finansowa				
Wpływy z tytułu kredytów i pożyczek	6 415	9 701	1 781	2 500
Nabycie udziałów niekontrolujących	(73)	(73)	-	-
Dywidendy wypłacone udziałowcom niekontrolującym	(504)	(504)	(404)	(404)
Spłata kredytów i pożyczek	(11 849)	(37 600)	(14 664)	(27 962)
Płatności zobowiązań z tytułu umów leasingu finansowego	(3 539)	(6 310)	(2 541)	(4 782)
Odsetki zapłacone	(2 898)	(6 304)	(3 572)	(7 130)
Pozostałe	(244)	(356)	(265)	(482)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności finansowej	(12 692)	(41 446)	(19 665)	(38 260)
Zmiana stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	933	(19 891)	(40 384)	(50 079)
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty				
Na początek okresu obrotowego	104 681	125 505	172 663	182 358
Na koniec okresu obrotowego	105 614	105 614	132 279	132 279

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

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

NOTY DO SKRÓCONEGO ŚRÓDROCZNEGO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO NA 30 CZERWCA 2012 R. ORAZ ZA TRZY I SZEŚĆ MIESIĘCY ZAKOŃCZONE 30 CZERWCA 2012 R.

1. INFORMACJE OGÓLNE

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

Na dzień 30 czerwca 2012 r. grupę kapitałową Agory („Grupa”) stanowiły: Agora S.A., 14 spółek zależnych, jedna spółka współzależna Business Ad Network Sp. z o.o. oraz jedna spółka stowarzyszona GoldenLine Sp. z o.o. Grupa prowadzi działalność we wszystkich głównych miastach Polski, a także na Ukrainie poprzez spółkę LLC Agora Ukraine. Sprawozdanie finansowe zostało przygotowane na dzień oraz za trzy i sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2012 r., z danymi porównawczymi na dzień 31 marca 2012 r., 31 grudnia 2011 r. oraz na dzień i za trzy i sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011 r.

Sprawozdanie finansowe zostało zatwierdzone do publikacji przez Zarząd Agory S.A. w dniu 10 sierpnia 2012 r.

2. PODSTAWA SPORZĄDZENIA SKRÓCONEGO ŚRÓDROCZNEGO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO

Skonsolidowany bilans na 30 czerwca 2012 r., skonsolidowany rachunek zysków i strat, skonsolidowane sprawozdanie z całkowitych dochodów, skonsolidowany rachunek przepływów pieniężnych oraz skonsolidowane zestawienie zmian w kapitale własnym za trzy i sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2012 r. nie zostały zbadane przez biegłego rewidenta. Skonsolidowane sprawozdanie finansowe na 31 grudnia 2011 r. oraz za dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2011 r. podlegało badaniu przez biegłego rewidenta, który wydał opinię bez zastrzeżeń.

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

Przygotowując skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe, Grupa stosowała te same zasady rachunkowości, co opisane w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym na 31 grudnia 2011 r., za wyjątkiem zmian opisanych poniżej. Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe na 30 czerwca 2012 r. powinno być czytane razem ze zbadanym skonsolidowanym sprawozdaniem finansowym na 31 grudnia 2011 r.

Dla sprawozdań finansowych Grupy za rok obrotowy rozpoczynający się z dniem 1 stycznia 2012 r. efektywne są następujące zmiany do istniejących standardów, które zostały zatwierdzone przez Unię Europejską:

1) Zmiany do MSSF 7 *Instrumenty finansowe: Ujawnienia – Przeniesienia aktywów finansowych*.

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

3. ZOBOWIĄZANIA Z TYTUŁU KREDYTÓW I POŻYCZEK

Na 30 czerwca 2012 r., Spółka dysponowała otwartą linią kredytową, zgodnie z umową z Bankiem Pekao S.A. z 5 kwietnia 2002 r. (z późniejszymi aneksami). Zgodnie z aneksem nr 13 wysokość linii kredytowej uległa zmianie i wynosi: 297 817 tys. zł. W dniu 5 października 2010 r. Spółka zrefinansowała zakup Helios S.A. tj. wykorzystała część dostępnej linii kredytowej w wysokości 104 900 tys. zł. Na 30 czerwca 2012 r. zadłużenie z tego tytułu wynosiło 95 595 tys. zł, z tego 60 448 tys. zł jest prezentowane w zobowiązaniach długoterminowych. Spółka może, do dnia 31 maja 2013 r., skorzystać z niewykorzystanej linii kredytowej w wysokości do 150 000 tys. zł.

Na dzień 30 czerwca 2012 r., zadłużenie Helios S.A. wynosiło 96 063 tys. zł i składały się na nie:

- kredyty bankowe w łącznej wysokości 53 389 tys. zł (z tego 22 721 tys. zł jest prezentowane w zobowiązaniach długoterminowych),
- zobowiązania z tytułu leasingu finansowego wysokości 42 674 tys. zł (z tego 30 789 tys. zł jest prezentowane w zobowiązaniach długoterminowych) – dotyczą one głównie samochodów oraz wyposażenia kin.

4. PRZYCHODY I INFORMACJE O SEGMENTACH OPERACYJNYCH

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

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

- 1) Segment *Prasa Codzienna* obejmuje działalność Grupy dotyczącą działań realizowanych w ramach pionu Projektów Specjalnych (m.in. kolekcje wydawnicze) oraz wydawania *Gazety Wyborczej*, *Metra*, w tym funkcjonowania Pionu Druk Agory S.A. oraz Agory Poligrafii Sp. z o.o., których działalność operacyjna dotyczy głównie produkcji tych dzienników,
- 2) Segment *Internet* obejmuje funkcjonowanie Grupy w zakresie oferowania produktów i usług internetowych oraz multimedialnych, na co składa się działalność Pionu Internet Agory S.A., Trader.com (Polska) Sp. z o.o., LLC Agora Ukraine oraz AdTailly Sp. z o.o., a od 30 listopada 2011 r. Sport4People Sp. z o.o.
- 3) Segment *Kino* obejmuje działalność Grupy w zakresie zarządzania obiektami kinowymi, obejmującego nowoczesne kina wielosalowe, jak i kina tradycyjne w ramach spółki Helios S.A. (do 31 sierpnia 2011 r. skonsolidowane dane dwóch spółek: Helios S.A. oraz Kinoplex Sp. z o.o.).
- 4) Segment *Reklama Zewnętrzna* obejmuje działalność spółek grupy AMS, które oferują usługi reklamowe na różnego rodzaju nośnikach reklamy zewnętrznej,
- 5) Segment *Radio* obejmuje działalność Grupy w zakresie funkcjonowania radiostacji lokalnych oraz ponadregionalnego radia *TOK FM*, w skład jej wchodzi również Pion Radio w Agorze S.A.,
- 6) Segment *Czasopisma* obejmuje funkcjonowanie Grupy w zakresie wydawania czasopism, na co składa się działalność w ramach Pionu Czasopism Agory S.A.

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

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

Wyniki operacyjne poszczególnych segmentów nie zawierają:

- a) przychodów i pełnych kosztów promocji realizowanej bez wcześniejszej rezerwacji pomiędzy segmentami Grupy Agora; jedyne koszty, które są prezentowane to bezpośrednie koszty zmienne kampanii na nośnikach reklamy zewnętrznej - są one alokowane z segmentu *Reklama Zewnętrzna* do pozostałych segmentów,
- b) amortyzacji konsolidacyjnej (opis poniżej).

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

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

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

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

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

Wartość inwestycji w spółki stowarzyszone i współzależne wyceniane metodą praw własności obejmuje: wartości udzielonych w danym okresie sprawozdawczym pożyczek, wniesionych dopłat do kapitału, zakupionych i wniesionych udziałów przez Agorę SA. Prezentowane dane za trzy i sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2012 r. i 30 czerwca 2011 r. dotyczą A2 Multimedia Sp. z o.o. (do 31 stycznia 2012 r.), Business Ad Network Sp. z o.o. oraz GoldenLine Sp. z o.o. (od 29 grudnia 2011 r.).

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

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

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

Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2012 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Kino	Reklama zewnętrzna	Radio	Czasopisma	Pozycje uzgadniające	Razem
Sprzedaż klientom zewnętrznym	135 556	30 962	32 192	39 584	24 772	18 607	1 470	283 143
Sprzedaż do innych segmentów (2)	2 050	966	2 198	371	1 306	69	(6 960)	-
Przychody ogółem	137 606	31 928	34 390	39 955	26 078	18 676	(5 490)	283 143
Koszty ogółem (1), (2), (3)	(116 183)	(28 755)	(40 790)	(38 467)	(23 524)	(18 286)	(14 873)	(280 878)
Zysk / (strata) operacyjny (a) (1)	21 423	3 173	(6 400)	1 488	2 554	390	(20 363)	2 265
Koszty i przychody finansowe							(1 185)	(1 185)
Udział w zyskach (stratach) netto jednostek podporządkowanych wycenionych metodą praw własności		(103)						(103)
Podatek dochodowy							(251)	(251)
Zysk netto								726

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

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

(3) *pozycje uzgadniające* zawierają dane nieuwjęte w poszczególnych segmentach, m.in. koszty operacyjne oraz wynik na pozostałej działalności operacyjnej pionów wspomagających oraz Zarządu Agory S.A. i Agorę TC Sp. z o.o. (22 607 tys. zł), wyłączenia konsolidacyjne oraz inne korekty uzgadniające dane prezentowane w raportach zarządczych do skonsolidowanych danych finansowych Grupy Agora.

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

Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2012 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Kino (3)	Reklama zewnętrzna	Radio	Czasopisma	Pozycje uzgadniające	Razem
Amortyzacja operacyjna	(7 484)	(1 397)	(4 715)	(4 489)	(662)	(33)	(4 005)	(22 785)
Amortyzacja konsolidacyjna (1)	-	(709)	(135)	-	-	-	63	(781)
Odpisy aktualizujące	(2 370)	(492)	(10)	(871)	(337)	(86)	(214)	(4 380)
Odwrocenie odpisów aktualizujących	2 408	580	28	155	230	89	22	3 512
Koszt płatności w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych	(370)	(47)	-	(69)	(51)	(33)	(274)	(844)
Nakłady inwestycyjne (2)	7 922	1 282	14 627	2 746	279	96	1 715	28 667

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

(2) na podstawie zaksięgowanych w danym okresie faktur;

(3) kwota nakładów inwestycyjnych zawiera również wartość rzeczowych aktywów trwałych w leasingu w kwocie 3 526 tys. zł.

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

Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2012 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Kino	Reklama zewnętrzna	Radio	Czasopisma	Pozycje uzgadniające	Razem
Sprzedaż klientom zewnętrznym	267 860	56 014	84 055	75 705	43 384	34 517	2 873	564 408
Sprzedaż do innych segmentów (2)	4 115	1 758	4 085	858	1 943	124	(12 882)	-
Przychody ogółem	271 975	57 772	88 140	76 563	45 327	34 641	(10 009)	564 408
Koszty ogółem (1), (2), (3)	(233 351)	(53 432)	(90 540)	(76 771)	(44 710)	(32 852)	(32 626)	(564 282)
Zysk / (strata) operacyjny (a) (1)	38 624	4 340	(2 400)	(208)	617	1 789	(42 635)	126
Koszty i przychody finansowe							792	792
Udział w zyskach (stratach) netto jednostek podporządkowanych wycenionych metodą praw własności		(54)						(54)
Podatek dochodowy							(1 165)	(1 165)
Strata netto								(301)

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

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

(3) *pozycje uzgadniające* zawierają dane nieuwjęte w poszczególnych segmentach, m.in. koszty operacyjne oraz wynik na pozostałej działalności operacyjnej pionów wspomagających oraz Zarządu Agory S.A. i Agorę TC Sp. z o.o. (46 531 tys. zł), wyłączenia konsolidacyjne oraz inne korekty uzgadniające dane prezentowane w raportach zarządczych do skonsolidowanych danych finansowych Grupy Agora.

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

Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2012 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Kino (3)	Reklama zewnętrzna	Radio	Czasopisma	Pozycje uzgadniające	Razem
Amortyzacja operacyjna	(14 292)	(2 835)	(9 332)	(9 182)	(1 320)	(65)	(8 077)	(45 103)
Amortyzacja konsolidacyjna (1)	-	(1 418)	(269)	-	-	-	127	(1 560)
Odpisy aktualizujące	(3 347)	(915)	(25)	(1 441)	(599)	(342)	(289)	(6 958)
Odwroćenie odpisów aktualizujących	3 052	917	44	567	523	217	75	5 395
Koszt płatności w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych	(777)	(130)	-	(137)	(102)	(67)	(548)	(1 761)
Nakłady inwestycyjne (2)	9 196	2 215	18 716	4 036	1 103	121	4 246	39 633

Stan na 30 czerwca 2012 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Kino (3)	Reklama zewnętrzna	Radio	Czasopisma	Pozycje uzgadniające	Razem
Rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne (4)	287 573	71 762	243 035	257 953	64 865	62 208	195 455	1 182 852
Inwestycje w spółki stowarzyszone i współzależne wyceniane metodą praw własności	-	11 827	-	-	-	-	-	11 827

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

(2) na podstawie zaksięgowanych w danym okresie faktur;

(3) kwota nakładów inwestycyjnych zawiera również wartość rzeczowych aktywów trwałych w leasingu w kwocie 7 400 tys. zł;

(4) pozycje uzgadniające zawierają głównie wartość siedziby Spółki (133 403 tys. zł) oraz pozostałe rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne pionów wspomagających Agory S.A. i Agory TC Sp. z o.o., nieujęte w poszczególnych segmentach oraz korekty konsolidacyjne.

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

Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2011 r.

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

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

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

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

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

Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2011 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Kino	Reklama zewnętrzna	Radio	Czasopisma	Pozycje uzgadniające	Razem
Amortyzacja operacyjna	(9 763)	(1 640)	(4 506)	(4 566)	(639)	(33)	(4 043)	(25 190)
Amortyzacja konsolidacyjna (1)	-	(662)	(134)	-	(44)	-	64	(775)
Odpisy aktualizujące	(1 226)	(219)	(44)	(480)	(230)	(107)	(9)	(2 315)
Odwrocenie odpisów aktualizujących	916	121	14	350	140	24	162	1 727
Koszt płatności w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych	(1 926)	(281)	-	(367)	(246)	(192)	(1 317)	(4 329)
Nakłady inwestycyjne (2)	6 360	1 671	6 607	3 446	163	35	5 483	23 765

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

(2) na podstawie zaksięgowanych w danym okresie faktur;

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

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

Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011 r.

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

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

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

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

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

Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Kino (4)	Reklama zewnętrzna	Radio	Czasopisma	Pozycje uzgadniające	Razem
Amortyzacja operacyjna	(15 865)	(3 236)	(8 798)	(9 168)	(1 281)	(77)	(7 953)	(46 378)
Amortyzacja konsolidacyjna (1)	-	(1 326)	(269)	-	(106)	-	129	(1 572)
Odpisy aktualizujące	(1 954)	(443)	(92)	(2 568)	(524)	(120)	(47)	(5 748)
Odwroćenie odpisów aktualizujących	1 333	179	83	1 817	374	75	166	4 027
Koszt płatności w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych	(3 934)	(561)	-	(735)	(493)	(385)	(2 681)	(8 789)
Nakłady inwestycyjne (2)	7 909	2 507	15 586	6 724	235	122	8 446	41 529

Stan na 30 czerwca 2011 r.

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

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

(2) na podstawie zaksięgowanych w danym okresie faktur.

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

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

5. PLANY MOTYWACYJNE OPARTE O INSTRUMENTY FINANSOWE

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

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

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

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

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

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

Szczegółowe informacje o programach 2010 r. i 2011 r. znajdują się w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym Grupy Agora odpowiednio za 2010 r. i 2011 r.

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

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2012	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2012	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2011	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011
Rachunek zysków i strat – koszty świadczeń na rzecz pracowników	844	1 761	4 329	8 789
Kapitały własne	844	1 761	4 329	8 789

Zaprezentowany powyżej wpływ niegotówkowych płatności w papierach wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych na sprawozdania finansowe Grupy za 2011 r. wynika z ujęcia planów motywacyjnych 2010, a za 2012 r. wynika z ujęcia planów motywacyjnych 2011.

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

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2012	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2012	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2011	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011
Na początek okresu	333 101	333 101	677 055	680 355
Przyznane	-	-	-	-
Utracone	(2 884)	(2 884)	-	(3 300)
Nabyte uprawnienia	(330 217)	(330 217)	(677 055)	(677 055)
Na koniec okresu	-	-	-	-

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

	Stan na 30 czerwca 2012	Nabyte uprawnienia w 2012	Utracone w 2012	Przyznane w 2012	Stan na 31 grudnia 2011
Plan motywacyjny 2011 r. (seria M)					
Piotr Niemczycki	-	(8 569)	-	-	8 569
Zbigniew Bąk	-	(9 997)	-	-	9 997
Tomasz Józefacki (1)	-	(6 855)	-	-	6 855
Marek Jackiewicz (2)	-	(3 124)	-	-	3 124
Stanisław Turnau (3)	-	(3 535)	-	-	3 535
Grzegorz Kossakowski	-	(6 855)	-	-	6 855
	-	(38 935)	-	-	38 935

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

(2) Marek Jackiewicz jest członkiem zarządu od 4 stycznia 2012 r.

(3) Stanisław Turnau jest członkiem zarządu od 4 stycznia 2012 r.

Szczegóły dotyczące nabycia uprawnień dla nabytych certyfikatów:

Certyfikaty serii	Data nabycia uprawnień	Okres nabycia	Przedział czasowy	Liczba certyfikatów (w szt.)
K	25 czerwca 2011 r.	9 miesięcy	październik 2010 r. – czerwiec 2011 r.	67 176
M	25 czerwca 2012 r.	9 miesięcy	październik 2011 r. – czerwiec 2012 r.	38 935

W drugim kwartale 2012 r. koszt niegotówkowego kosztu certyfikatów nabytych przez członków zarządu, do ujęcia zgodnie ze standardem MSSF 2 wyniósł 105 tys. zł (drugi kwartał 2011 r.: 438 tys. zł). Narastająco, koszt ten wyniósł 210 tys. zł (pierwsze półrocze 2011 r.: 876 tys. zł).

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

Uprawnieni pracownicy Grupy (członkowie zarządu oraz najwyższa kadra kierownicza) uczestniczą w programie motywacyjnym („Trzyletni Plan Motywacyjny”) opartym o dwa komponenty: stopień realizacji celu odnoszącego się do wyniku EBITDA operacyjna Grupy („Cel EBITDA”) oraz stopień aprecjacji ceny giełdowej akcji Spółki („Cel Wzrostu Wartości Akcji”), których podstawowy opis został przedstawiony w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym Grupy Agora na 31 grudnia 2011 r.

Wartości godziwa potencjalnej premii z tytułu realizacji Celu EBITDA, oszacowana została w oparciu o najlepszy szacunek przewidywanej wartości realizacji Celu EBITDA. Wartość godziwa rezerwy na koszty potencjalnej premii z tytułu realizacji Celu Wzrostu Wartości Akcji oszacowana została przy wykorzystaniu modelu dwumianowego (model Cox, Ross, Rubinstein).

Podstawowe parametry modelu dwumianowego służącego do kalkulacji wartości godziwej potencjalnej premii z tytułu realizacji Celu Wzrostu Wartości Akcji oraz kosztu do uwzględnienia w rachunku zysków i strat Grupy Agora za dany okres, zostały przedstawione poniżej:

kurs akcji Agory S.A. na dzień bilansowy, którego dotyczy sprawozdanie finansowe	zł	10,48
zmienność kursu akcji Agory S.A. w okresie ostatnich dwunastu miesięcy	%	41,46
kurs bazowy	zł	23,09
stopa wolna od ryzyka	%	4,60-4,99 (w terminach zapadalności)

Na potrzeby szacunku obu powyższych wartości godziwych przyjęto również wskaźnik prawdopodobieństwa wypełnienia przez uprawnionych pracowników warunków nierynkowych, o których mowa powyżej, na poziomie 90,0%.

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

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2012	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2012	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2011	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011
Rachunek zysków i strat - koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników	217	544	(466)	1 036
Rachunek zysków i strat – podatek odroczony	(41)	(103)	88	(198)
Zobowiązania długoterminowe: rozliczenia międzyokresowe - stan na koniec okresu	3 325	3 325	2 765	2 765
Aktywo z tytułu podatku odroczonego - stan na koniec okresu	632	632	526	526

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

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2012	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2012	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2011	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011
Piotr Niemczycki	11	53	(55)	136
Zbigniew Bąk	17	65	(44)	155
Tomasz Józefacki (1)	-	-	(67)	114
Grzegorz Kossakowski	41	80	(67)	114
Marek Jackiewicz (2)	136	162	-	-
Stanisław Turnau (3)	114	140	-	-
RAZEM	319	500	(233)	519

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

(2) Marek Jackiewicz jest członkiem zarządu od 4 stycznia 2012 r.

(3) Stanisław Turnau jest członkiem zarządu od 4 stycznia 2012 r.

6. REZERWY I ODPISY AKTUALIZUJĄCE AKTYWA

W okresie od 1 stycznia 2012 r. do 30 czerwca 2012 r. skorygowano salda odpisów aktualizujących składniki majątkowe o następujące kwoty (w nawiasach kwota zmiany za drugi kwartał 2012 r.):

- odpisy na należności: spadek o 541 tys. zł (spadek o 156 tys. zł),
- odpisy na zapasy: spadek o 1 607 tys. zł (wzrost o 233 tys. zł),
- odpisy aktualizujące wartość rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych: wzrost o 123 tys. zł (wzrost o 147 tys. zł).

Ponadto w okresie od 1 stycznia 2012 r. do 30 czerwca 2012 r. zmieniono salda następujących rezerw (w nawiasach kwota zmiany za drugi kwartał 2012 r.):

- zmniejszono rezerwę na odsetki, kary i podobne o kwotę 761 tys. zł (spadek o 153 tys. zł),
- zwiększono rezerwę na sprawy sporne i pozostałe o kwotę 172 tys. zł (wzrost o 85 tys. zł),
- wykorzystano rezerwę na koszty wynagrodzeń i odprawy dla byłych członków Zarządu w wysokości 237 tys. zł (wykorzystano 140 tys. zł),
- zwiększono rezerwę na odprawy emerytalne o kwotę 143 tys. zł (wzrost o 143 tys. zł).

7. KAPITAŁY WŁASNE

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

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

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

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

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

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

8. ZOBOWIĄZANIA WARUNKOWE, UDZIELONE PORĘCZENIA I INNE ZABEZPIECZENIA

Na 30 czerwca 2012 r. stan zobowiązań warunkowych, udzielonych poręczeń i innych zabezpieczeń, z których nie powstaną zobowiązania inne niż wymienione poniżej) przedstawiał się następująco:

Beneficjent	Dłużnik	Okres ważności	Kwota		Utworzona rezerwa
			30 czerwca 2012	31 grudnia 2011	
Udzielone przez Agora S.A.					
Bank Pekao S.A.	Pracownicy Agory	30.10.2012 - 30.10.2014	521	623	-
Weksle wystawione przez AMS S.A.					
Gmina Wrocław	AMS S.A.	31.12.2012	156	156	-
Gmina Miasto Szczecin	AMS S.A.	czas nieokreślony	90	90	-
BRE Bank S.A.	AMS S.A.	16.12.2015	5 000	5 000	-

Łączna wartość istniejących zobowiązań warunkowych, udzielonych poręczeń i innych zabezpieczeń jest mniejsza od równowartości 10% kapitałów własnych.

Dodatkowo, Helios S.A. wystawił weksle in blanco jako zabezpieczenie wierzytelności z tytułu umów kredytowych i leasingów finansowych oraz gwarancji czynszowych.

Nośniki reklamowe grupy AMS zlokalizowane w pasie drogi

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

AMS otrzymał szereg decyzji sankcyjnych za zajęcie pasa drogi pod reklamę, od których prowadzona jest procedura odwoławcza przed Samorządowym Kolegium Odwoławczym lub Wojewódzkim Sądem Administracyjnym. Zgodnie z przyjętym trybem zawartym w uchwale zarządu AMS S.A. z dnia 31 marca 2007 r. zawieszono rezerwy z tego tytułu, które na dzień 30 czerwca 2012 r. wyniosły 2 837 tys. zł (31 grudnia 2011 r.: 3 598 tys. zł, 30 czerwca 2011 r.: 3 883 tys. zł). Biorąc pod uwagę dotychczasowe doświadczenia z zakresu skutków prowadzonych postępowań odwoławczych oraz możliwości wystąpienia ich w przyszłości Zarząd AMS-u nie widzi konieczności zmiany trybu zawiązywania rezerw z tego tytułu.

9. INFORMACJA O SPRAWACH SPORNYCH

Na dzień 30 czerwca 2012 r. Grupa nie była stroną postępowań, przed sądem lub innym organem, o zobowiązania lub wierzytelności o łącznej wartości co najmniej 10% kapitałów własnych.

10. SEZONOWOŚĆ

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

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

11. TRANSAKcje Z PODMIOTAMI POWIĄZANYMI

(a) wynagrodzenia członków zarządu i rady nadzorczej

Wynagrodzenia wypłacone przez Agorę S.A. członkom zarządu wynosiły 1 648 tys. zł (sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011 r.: 1 553 tys. zł), przy czym liczba członków zarządu uległa zwiększeniu od 4 stycznia 2012 r.

Wynagrodzenia wypłacone przez Agorę S.A. radzie nadzorczej wynosiły 198 tys. zł (sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011 r.: 198 tys. zł).

Na dzień 30 czerwca 2012 r. Agora S.A. miała zobowiązania z tytułu uchwalonej dywidendy wobec członków zarządu i rady nadzorczej Agory S.A., odpowiednio w wysokości 1 880 tys. zł (30 czerwca 2011 r.: 830 tys. zł) i 925 tys. zł (30 czerwca 2011 r.: 462 tys. zł).

Członkowie zarządu i rady nadzorczej Agory S.A. nie nabyli akcji Agory w okresie trzech i sześciu miesięcy zakończonych 30 czerwca 2012 r. i odpowiednio 30 czerwca 2011 r.

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

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

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2012	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2012	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2011	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011
Spółki powiązane				
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	1 011	1 773	1 067	1 800
Zakupy dóbr i usług	(210)	(476)	(399)	(585)
Przychody finansowe z tytułu odsetek od pożyczek udzielonych	-	-	-	5
	30 czerwca 2012	31 marca 2012	31 grudnia 2011	30 czerwca 2011
Spółki powiązane				
Należności krótkoterminowe	888	912	1 006	894
Zobowiązania z tytułu dywidend	5 692	-	-	3 016
Zobowiązania krótkoterminowe	124	118	316	64
Pożyczki udzielone	-	-	-	204

Wszystkie transakcje pomiędzy podmiotami Grupy są transakcjami typowymi.

12. OPIS ORGANIZACJI GRUPY KAPITAŁOWEJ

Wykaz spółek wchodzących w skład Grupy Kapitałowej:

		% posiadanych akcji / udziałów (efektywnie)	
		30 czerwca 2012	31 marca 2012
Spółki zależne konsolidowane			
1	Agora Poligrafia Sp. z o.o., Tychy	100,0%	100,0%
2	AMS S.A., 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 (3)	76,7%	75,2%
12	Helios S.A., Łódź	82,8%	82,8%
13	Sport4People Sp. z o.o., Kraków	51,7%	51,7%
Jednostki współzależne i stowarzyszone wyceniane metodą praw własności			
14	Business Ad Network Sp. z o.o., Wrocław	50,0%	50,0%
15	GoldenLine Sp. z o.o., Warszawa	36,0%	36,0%
Spółki nie objęte konsolidacją i wyceną metodą praw własności			
16	Polskie Badania Internetu Sp. z o.o., Warszawa	15,8%	15,8%
17	Projekt Inwestycyjny Sp. z o.o., Warszawa (1)	100,0%	100,0%
18	Polskie Badania Outdooru Sp. z o.o., Warszawa (2)	41,0%	41,0%

(1) pośrednio przez GRA Sp. z o.o.;

(2) pośrednio przez AMS SA;

(3) wykupienie udziałów od jednego z udziałowców.

13. POŁĄCZENIA, ZAKUP I SPRZEDAŻ JEDNOSTEK GOSPODARCZYCH

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 42 000 zł i składa się z 840 udziałów, po 50 zł każdy. W wyniku tej transakcji, Agora S.A. posiada obecnie 632 udziałów w kapitale zakładowym, które dają jej 75,2% udziału w kapitale zakładowym spółki i odpowiednio 75,2% na zgromadzeniu wspólników. Powyższa transakcja została zarejestrowana przez Sąd Rejonowy dla Krakowa-Śródmieścia w Krakowie, XI Wydział Gospodarczy KRS w Krakowie w dniu 13 kwietnia 2012 r.

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

W dniu 22 maja 2012 r., na podstawie umowy sprzedaży udziałów Agora S.A. nabyła 12 udziałów spółki AdTaily Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie. W wyniku tej transakcji Agora S.A. posiada 644 udziały, stanowiące 76,7% kapitału zakładowego spółki AdTaily Sp. z o.o. oraz 76,7% głosów na zgromadzeniu wspólników.

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

Walutą funkcjonalną Agory S.A. oraz pozostałych spółek i walutą prezentacji niniejszego skonsolidowanego sprawozdania finansowego jest złoty polski. Na dzień 30 czerwca 2012 r. w skład Grupy Agora wchodziła jedna zagraniczna spółka zależna – LLC Agora Ukraine, której walutą funkcjonalną jest hrywna (UAH). Sprawozdanie finansowe tej spółki dla celów konsolidacji przeliczono na walutę złoty polski.

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

- Pozycje dotyczące rachunku zysków i strat oraz rachunku przepływów pieniężnych za dwa kwartały 2012 r. (za dwa kwartały 2011 r.) przeliczono według kursu stanowiącego średnią arytmetyczną średnich kursów ogłaszanych przez NBP obowiązujących na ostatni dzień każdego miesiąca dwóch kwartałów. Kurs ten wyniósł 1 EURO = 4,2246 zł (1 EURO = 3,9673 zł).
- Pozycje bilansowe przeliczono według średniego kursu ogłoszonego przez NBP, obowiązującego na dzień bilansowy. Kurs ten wyniósł na 30 czerwca 2012 r. 1 EURO = 4,2613 zł, na 31 grudnia 2011 r. 1 EURO = 4,4168 zł, na 30 czerwca 2011 r. 1 EURO = 3,9866 zł.

15. PODZIAŁ ZYSKU 2011

Zysk netto Agory S.A. za rok obrotowy 2011, który wyniósł 20 246 tys. zł, na mocy uchwały Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy (WZA) z 22 czerwca 2012 r. został w całości przeznaczony na wypłatę dywidendy w kwocie 50 937 tys. zł (kwota uzupełniająca została przeznaczona na ten cel z kapitału zapasowego Spółki). Dywidenda wyniosła 1 zł na jedną akcję Spółki, a uprawnieni do niej byli akcjonariusze, którym przysługiwały akcje Spółki w dniu 16 lipca 2012 r. Wypłata nastąpiła w dniu 3 sierpnia 2012 r.

16. RZECZOWE AKTYWA TRWAŁE

W okresie od 1 stycznia 2012 r. do 30 czerwca 2012 r. Grupa nabyła rzeczowe aktywa trwałe o wartości 55 107 tys. zł (w okresie od 1 stycznia 2011 r. do 30 czerwca 2011 r.: 32 381 tys. zł).

Na dzień 30 czerwca 2012 r. zakontraktowane nakłady inwestycyjne dotyczące rzeczowych aktywów trwałych wynoszą 13 911 tys. zł.

17. WYBRANE SKONSOLIDOWANE DANE Z PRZELICZENIEM NA EURO

	w tys. zł			w tys. EURO		
	Sześć miesięcy zakończonych 30 czerwca 2012 niebadane	31 grudnia 2011 zbadane	Sześć miesięcy zakończonych 30 czerwca 2011 niebadane	Sześć miesięcy zakończonych 30 czerwca 2012 niebadane	31 grudnia 2011 zbadane	Sześć miesięcy zakończonych 30 czerwca 2011 niebadane
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	564 408		615 108	133 600		155 044
Zysk z działalności operacyjnej	126		36 554	30		9 214
Zysk brutto	864		36 426	205		9 182
Zysk/(strata) netto akcjonariuszy jednostki dominującej	(162)		27 841	(38)		7 018
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej	38 085		56 051	9 015		14 128
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności inwestycyjnej	(16 530)		(67 870)	(3 913)		(17 107)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności finansowej	(41 446)		(38 260)	(9 811)		(9 644)
Zmiana stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	(19 891)		(50 079)	(4 708)		(12 623)
Aktywa razem	1 760 987	1 803 720	1 804 004	413 251	408 377	452 517
Zobowiązania długoterminowe	193 711	221 341	251 150	45 458	50 113	62 999
Zobowiązania krótkoterminowe	354 124	319 062	304 702	83 102	72 238	76 432
Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej	1 196 542	1 246 064	1 232 189	280 793	282 119	309 083
Kapitał zakładowy	50 937	50 937	50 937	11 953	11 533	12 777
Średnia ważona liczba akcji (w szt.)	50 937 386	50 937 386	50 937 386	50 937 386	50 937 386	50 937 386
Zysk przypadający na jedną akcję (w zł / EURO)	(0,00)		0,55	(0,00)		0,14
Wartość księgowa na jedną akcję (w zł / EURO)	23,49	24,46	24,19	5,51	5,54	6,07

18. WYDARZENIA PO DNIU BILANSOWYM

W dniu 5 lipca 2012 r. Sąd na Ukrainie zarejestrował podwyższenie kapitału zakładowego w LLC Agora Ukraine o 352 273,43 UAH, które Agora S.A. opłaciła wkładem pieniężnym. Wysokość kapitału zakładowego po podwyższeniu wynosi 517 901,91 UAH. W wyniku tej transakcji, Agora S.A. nadal posiada 100% udziału w kapitale zakładowym spółki i odpowiednio 100% głosów na zgromadzeniu wspólników.

19. SKRÓCONE ŚRÓDROCZNE JEDNOSTKOWE SPRAWOZDANIE FINANSOWE AGORY S.A.**Jednostkowy bilans na 30 czerwca 2012 r.**

	30 czerwca 2012 niebadane	31 marca 2012 niebadane	31 grudnia 2011 zbadane	30 czerwca 2011 niebadane
Aktywa				
Aktywa trwałe:				
Wartości niematerialne	77 632	78 626	80 027	87 883
Rzeczowe aktywa trwałe	376 624	369 498	370 074	357 522
Długoterminowe aktywa finansowe	512 666	512 429	512 429	498 157
Należności długoterminowe i inne rozliczenia międzyokresowe	40 116	39 874	46 431	42 796
	1 007 038	1 000 427	1 008 961	986 358
Aktywa obrotowe:				
Zapasy	14 864	15 005	17 072	17 218
Należności krótkoterminowe i rozliczenia międzyokresowe	207 273	181 836	184 597	186 349
Należności z tytułu podatku dochodowego	1 894	-	-	-
Krótkoterminowe aktywa finansowe	170 100	187 709	206 035	231 738
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	27 310	31 987	39 918	38 458
	421 441	416 537	447 622	473 763
Aktywa razem	1 428 479	1 416 964	1 456 583	1 460 121

Jednostkowy bilans na 30 czerwca 2012 r. (c.d.)

	30 czerwca 2012 niebadane	31 marca 2012 niebadane	31 grudnia 2011 zbadane	30 czerwca 2011 niebadane
Pasywa				
Kapitał własny:				
Kapitał zakładowy	50 937	50 937	50 937	50 937
Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	147 192	147 192	147 192	147 192
Pozostałe kapitały rezerwowe	114 406	113 691	112 904	112 117
Zysk z lat ubiegłych i roku bieżącego	791 179	817 088	823 796	813 121
	1 103 714	1 128 908	1 134 829	1 123 367
Zobowiązania długoterminowe:				
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	33 521	31 376	33 551	36 486
Długoterminowe kredyty i pożyczki	60 448	69 217	77 869	95 173
Rezerwa na świadczenia emerytalne	1 712	1 569	1 569	1 682
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	2 894	2 808	2 512	2 505
Pozostałe zobowiązania długoterminowe	61	61	62	62
	98 636	105 031	115 563	135 908
Zobowiązania krótkoterminowe:				
Rezerwa na świadczenia emerytalne	105	140	140	42
Zobowiązania krótkoterminowe	159 472	109 077	120 712	121 243
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego	-	3 022	1 849	1 733
Krótkoterminowe kredyty i pożyczki	35 147	35 179	47 954	40 442
Rezerwy na zobowiązania	2 297	2 351	2 361	2 066
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	29 108	33 256	33 175	35 320
	226 129	183 025	206 191	200 846
Pasywa razem	1 428 479	1 416 964	1 456 583	1 460 121
Średnia ważona liczba akcji	50 937 386	50 937 386	50 937 386	50 937 386

Jednostkowy rachunek zysków i strat za trzy i sześć miesięcy zakończonych 30 czerwca 2012 r.

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2012 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2012 niebadane	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2011 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011 niebadane
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	182 728	352 813	205 603	389 326
Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów	(104 879)	(211 519)	(113 589)	(219 450)
Zysk brutto ze sprzedaży	77 849	141 294	92 014	169 876
Koszty sprzedaży	(58 648)	(108 182)	(62 946)	(119 155)
Koszty ogólnego zarządu	(18 206)	(37 743)	(18 845)	(39 850)
Pozostałe przychody operacyjne	3 406	5 517	1 459	2 256
Pozostałe koszty operacyjne	(3 513)	(5 673)	(1 851)	(3 108)
Zysk/(strata) z działalności operacyjnej	888	(4 787)	9 831	10 019
Przychody finansowe	28 261	27 907	8 160	11 728
Koszty finansowe	(2 804)	(4 483)	(3 780)	(8 902)
Zysk brutto	26 345	18 637	14 211	12 845
Podatek dochodowy	(1 317)	(316)	(2 757)	(3 273)
Zysk netto	25 028	18 321	11 454	9 572
Podstawowy/rozwodniony zysk przypadający na jedną akcję	0,49	0,36	0,22	0,19

Jednostkowe sprawozdanie z całkowitych dochodów za trzy i sześć miesięcy zakończonych 30 czerwca 2012 r.

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2012 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2012 niebadane	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2011 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011 niebadane
Zysk netto	25 028	18 321	11 454	9 572
Inne całkowite dochody ogółem	-	-	-	-
Całkowite dochody ogółem za okres	25 028	18 321	11 454	9 572

Jednostkowe zestawienie zmian w kapitale własnym za trzy i sześć miesięcy zakończonych 30 czerwca 2012 r.

	Kapitał zakładowy	Akcje własne	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	Pozostałe kapitały rezerwowe	Zysk z lat ubiegłych i roku bieżącego	Razem
Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2012 r.						
Stan na 31 marca 2012 r. niebadane	50 937	-	147 192	113 691	817 088	1 128 908
Całkowite dochody za okres sprawozdawczy						
Zysk netto za okres	-	-	-	-	25 028	25 028
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	-	-	25 028	25 028
Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym						
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli						
Koszt płatności w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych	-	-	-	715	-	715
Dywidendy uchwalone	-	-	-	-	(50 937)	(50 937)
Całkowite dopłaty od i wypłaty do właścicieli	-	-	-	715	(50 937)	(50 222)
Stan na 30 czerwca 2012 r. niebadane	50 937	-	147 192	114 406	791 179	1 103 714

Jednostkowe zestawienie zmian w kapitale własnym za trzy i sześć miesięcy zakończonych 30 czerwca 2012 r. (c.d.)

	Kapitał zakładowy	Akcje własne	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	Pozostałe kapitały rezerwowe	Zysk z lat ubiegłych i roku bieżącego	Razem
Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2012r.						
Stan na 31 grudnia 2011 r. zbadane	50 937	-	147 192	112 904	823 796	1 134 829
Całkowite dochody za okres sprawozdawczy						
Zysk netto za okres	-	-	-	-	18 321	18 321
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	-	-	18 321	18 321
Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym						
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli						
Koszt płatności w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych	-	-	-	1 502	-	1 502
Dywidendy uchwalone	-	-	-	-	(50 937)	(50 937)
Pozostałe	-	-	-	-	(1)	(1)
Całkowite dopłaty od i wypłaty do właścicieli	-	-	-	1 502	(50 938)	(49 436)
Stan na 30 czerwca 2012 r. niebadane	50 937	-	147 192	114 406	791 179	1 103 714

Jednostkowe zestawienie zmian w kapitale własnym za trzy i sześć miesięcy zakończonych 30 czerwca 2012 r. (c.d.)

	Kapitał zakładowy	Akcje własne	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	Pozostałe kapitały rezerwowe	Zysk z lat ubiegłych i roku bieżącego	Razem
Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2011 r.						
Stan na 31 grudnia 2010 r. zbadane	50 937	-	147 192	104 669	829 018	1 131 816
Całkowite dochody za okres sprawozdawczy						
Zysk netto za okres	-	-	-	-	20 246	20 246
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	-	-	20 246	20 246
Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym						
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli						
Koszt płatności w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych	-	-	-	8 235	-	8 235
Dywidendy uchwalone	-	-	-	-	(25 469)	(25 469)
Pozostałe	-	-	-	-	1	1
Całkowite dopłaty od i wypłaty do właścicieli	-	-	-	8 235	(25 468)	(17 233)
Stan na 31 grudnia 2011 r. zbadane	50 937	-	147 192	112 904	823 796	1 134 829

Jednostkowe zestawienie zmian w kapitale własnym za trzy i sześć miesięcy zakończonych 30 czerwca 2012 r. (c.d.)

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

Jednostkowy rachunek przepływów pieniężnych za trzy i sześć miesięcy zakończonych 30 czerwca 2012 r.

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2012 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2012 niebadane	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2011 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011 niebadane
Działalność operacyjna				
Zysk brutto	26 345	18 637	14 211	12 845
Korekty o pozycje:				
Amortyzacja rzeczowych aktywów trwałych	8 082	16 278	8 110	16 109
Amortyzacja wartości niematerialnych	2 721	4 752	5 413	7 096
(Zyski) / Straty z tytułu różnic kursowych	(5 030)	561	1 310	5 258
Odsetki, netto	555	928	918	1 904
(Zysk) / strata z tytułu działalności inwestycyjnej	860	(2 744)	(2 527)	(5 550)
Przychody z tytułu dywidend	(21 292)	(21 292)	(3 880)	(3 880)
Zmiana stanu rezerw	53	44	152	102
Zmiana stanu zapasów	141	2 208	(895)	(1 622)
Zmiana stanu należności i czynnych rozliczeń międzyokresowych	(7 973)	(2 782)	(8 710)	(7 369)
Zmiana stanu zobowiązań	(2 639)	(1 957)	(12 717)	(15 742)
Zmiana stanu biernych rozliczeń międzyokresowych	(4 062)	(3 686)	(3 885)	1 156
Inne korekty (1)	770	1 656	3 893	7 994
Przepływy środków pieniężnych brutto	(1 469)	12 603	1 393	18 301
Podatek dochodowy zapłacony	(4 085)	(4 085)	(1 952)	(3 253)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej	(5 554)	8 518	(559)	15 048
Działalność inwestycyjna				
Przychody ze sprzedaży rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych	8	20	77	94
Przychody ze sprzedaży jednostek zależnych, stowarzyszonych i współkontrolowanych	-	238	-	-
Dywidendy otrzymane	300	300	1 000	1 000
Splata udzielonych pożyczek	-	50 000	-	-
Przychody z tytułu odsetek	1 874	10 516	957	1 375
Sprzedaż krótkoterminowych papierów wartościowych	58 029	84 521	34 347	60 673
Wpływy ze spłaty należności z tytułu leasingu finansowego	2 839	5 608	2 160	4 447
Wydatki inwestycyjne na rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne	(10 447)	(34 375)	(9 569)	(16 630)
Inwestycje w podmioty zależne i stowarzyszone i współkontrolowane	(73)	(73)	-	(252)

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2012 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2012 niebadane	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2011 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011 niebadane
Wydatki na nabycie krótkoterminowych papierów wartościowych	(41 213)	(104 029)	(57 672)	(81 330)
Udzielone pożyczki	-	(163)	(601)	(961)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności inwestycyjnej	11 317	12 563	(29 301)	(31 584)
Działalność finansowa				
Splata kredytów i pożyczek	(8 742)	(30 200)	(10 729)	(21 458)
Odsetki zapłacone	(1 435)	(3 108)	(1 904)	(3 862)
Inne	(263)	(381)	(198)	(431)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności finansowej	(10 440)	(33 689)	(12 831)	(25 751)
Zmiana stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	(4 677)	(12 608)	(42 691)	(42 287)
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty				
Na początek okresu obrotowego	31 987	39 918	81 149	80 745
Na koniec okresu obrotowego	27 310	27 310	38 458	38 458

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

Informacje dodatkowe dotyczące sprawozdania jednostkowego Agory S.A.

Zmiany odpisów i rezerw w sprawozdaniu jednostkowym Agory S.A. w okresie od 1 stycznia 2012 r. do 30 czerwca 2012 r. przedstawiały się następująco (w nawiasach kwota zmiany za drugi kwartał 2012 r.):

- odpisy na należności: spadek o 838 tys. zł (spadek o 711 tys. zł),
- odpisy na aktywa finansowe: spadek o kwotę 1 481 tys. zł (wzrost o 1 158 tys. zł),
- odpis na zapasy: spadek o kwotę 1 635 tys. zł (wzrost o 175 tys. zł),
- zwiększono odpis aktualizujący wartość rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych o kwotę 191 tys. zł (wzrost o 191 tys. zł),
- zwiększono rezerwę na sprawy sporne o kwotę 173 tys. zł (wzrost o 85 tys. zł),
- wykorzystano rezerwę na koszty wynagrodzeń i odprawy dla byłych członków Zarządu w wysokości 237 tys. zł (wykorzystano 140 tys. zł),
- zwiększono rezerwę na odprawy emerytalne o kwotę 108 tys. zł (wzrost o 108 tys. zł).

W okresie od 1 stycznia 2012 r. do 30 czerwca 2012 r. Spółka nabyła rzeczowe aktywa trwałe o wartości 24 334 tys. zł (w okresie od 1 stycznia 2011 r. do 30 czerwca 2011 r.: 12 374 tys. zł).

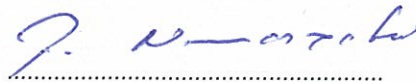
Na dzień 30 czerwca 2012 r. zakontraktowane nakłady inwestycyjne dotyczące rzeczowych aktywów trwałych wynoszą 1 494 tys. zł.

Wybrane jednostkowe dane finansowe wraz z przeliczeniem na EURO

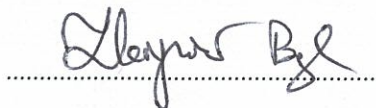
	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2012 niebadane	31 grudnia 2011 zbadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2012 niebadane	31 grudnia 2011 zbadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2011 niebadane
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	352 813		389 326	83 514		98 134
Zysk/(Strata) z działalności operacyjnej	(4 787)		10 019	(1 133)		2 525
Zysk brutto	18 637		12 845	4 412		3 238
Zysk netto	18 321		9 572	4 337		2 413
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej	8 518		15 048	2 016		3 793
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności inwestycyjnej	12 563		(31 584)	2 974		(7 961)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności finansowej	(33 689)		(25 751)	(7 974)		(6 491)
Zmiana stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	(12 608)		(42 287)	(2 984)		(10 659)
Aktywa razem	1 428 479	1 456 583	1 460 121	335 221	329 782	366 257
Zobowiązania długoterminowe	98 636	115 563	135 908	23 147	26 164	34 091
Zobowiązania krótkoterminowe	226 129	206 191	200 846	53 066	46 683	50 380
Kapitał własny	1 103 714	1 134 829	1 123 367	259 009	256 935	281 786
Kapitał zakładowy	50 937	50 937	50 937	11 953	11 533	12 777
Średnia ważona liczba akcji (w szt.)	50 937 386	50 937 386	50 937 386	50 937 386	50 937 386	50 937 386
Zysk/ (Strata) przypadający na jedną akcję (w zł / EURO)	0,36		0,19	0,09		0,05
Wartość księgowa na jedną akcję (w zł / EURO)	21,67	22,28	22,05	5,08	5,04	5,53

Warszawa, 10 sierpnia 2012 r.

Piotr Niemczycki – Prezes Zarządu



Zbigniew Bąk – Wiceprezes Zarządu



Marek Jackiewicz – Członek Zarządu



Grzegorz Kossakowski – Członek Zarządu



Stanisław Turnau – Członek Zarządu

