



TVN OGŁASZA WYNIKI FINANSOWE ZA DRUGI KWARTAŁ 2007 R.

Warszawa – 10 sierpnia 2007 r. – Grupa TVN (www.tvn.pl) wiodąca prywatna grupa medialna w Polsce ogłosiła dzisiaj swoje wyniki finansowe za drugi kwartał 2007 r. Prezentowane dane finansowe przedstawione są według Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej („MSSF”).

Najważniejsze wydarzenia w II kwartale 2007 r.:

- *Wszystkie nasze kanały telewizyjne zwiększyły ogólny udział w rynku do 21,9% z 20,4% w analogicznym okresie 2006 r.*
- *Ogólny udział w rynku kanału TVN w prime time wzrósł do 20,7% z 20,3% w analogicznym okresie 2006 r.*
- *TVN 24 zwiększył całodobowy udział w rynku w grupie docelowej do 5,7% z 3,6% w analogicznym okresie 2006 r.*
- *Liczba abonentów wszystkich naszych płatnych programów wzrosła średnio o ponad milion*
- *Nasze przychody netto wzrosły o 32% do 407 milionów zł z 309 milionów zł w analogicznym okresie 2006 r.*
- *Nasz zysk operacyjny wzrósł o 23% do 156 milionów zł. Nasza marża operacyjna wynosiła 38%.*
- *Nasz wskaźnik EBITDA wzrósł o 25% do 172 milionów zł z 138 milionów zł w drugim kwartale 2006 r. Marża EBITDA wynosiła 42% w porównaniu do 45% w analogicznym okresie 2006 r. Wyłączając koszty programu motywacyjnego EBITDA wynosiła 183 milionów zł zaś marża EBITDA wynosiła 45%.*
- *Nasz zysk netto wyniósł 139 milionów zł w porównaniu do 85 milionów zł w analogicznym okresie 2006 r.*
- *12 kwietnia 2007 r. uruchomiliśmy zumi.pl, lokalizator internetowy, umożliwiający precyzyjną lokalizację przy użyciu map satelitarnych i hybrydowych.*
- *23 maja 2007 r. zakupiliśmy Mango Media, spółkę działającą na rynku telesprzedaży.*

Piotr Walter, Prezes Zarządu i Dyrektor Generalny Grupy TVN powiedział:

“Mieliśmy bardzo dobry drugi kwartał, z 32% wzrostem przychodów i 25% wzrostem EBITDA. Nasze programy tematyczne, a w szczególności TVN 24 i TVN Style, osiągnęły wyniki lepsze od naszych oczekiwań, osiągając wyraźny wzrost przychodów i rentowności. Zakup Mango Media w drugim kwartale 2007 r. otwiera przed nami perspektywy dalszego rozwoju, jest też bardzo ważnym krokiem w kierunku dywersyfikacji źródeł naszych przychodów.”



W celu uzyskania dalszych informacji prosimy o kontakt z:

Małgorzata Czaplicka

Investor Relations Manager

Tel: (+48) 22 856 66 14

Tel. kom.: (+48) 502 555 614

Fax: (+48) 22 856 65 71

mail: m.czaplicka@tvn.pl

W dniu dzisiejszym o godzinie 16:00 (CEST)/15:00 (UK) odbędzie się telekonferencja połączona z prezentacją wyników (telekonferencja będzie prowadzona w języku angielskim).

Numer telefonu umożliwiający udział w telekonferencji: (+44 20) 7162 0025

Odsłuchanie konferencji:

Numer telefonu: (+44 20) 7031 4064

Kod dostępu: 748847

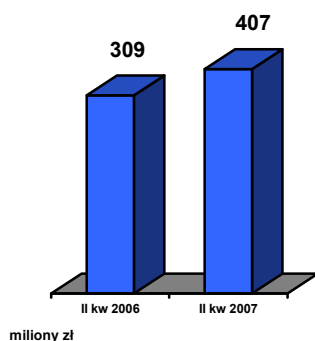
Usługa będzie aktywna przez 7 dni: 10-17 sierpnia 2007 r. (do północy)

Treść prezentacji oraz niniejszego komunikatu prasowego zostanie w dniu dzisiejszym udostępniona na stronie internetowej TVN, pod adresem www.inwestor.tvn.pl.

Podstawowe informacje finansowe za drugi kwartał 2007 r.

W lipcu 2006 r. zakupiliśmy Grupę Onet zaś w maju 2007 r. zakupiliśmy Mango Media. W rezultacie tych transakcji wyniki finansowe za drugi kwartał 2007 r. nie są porównywalne z wynikami finansowymi odnotowanymi w analogicznym okresie 2006 r. Drugi kwartał 2007 r. zawiera wyniki Grupy Onet i jej spółek zależnych za cały drugi kwartał 2007 r. i wyniki Mango Media za okres od 24 maja do 30 czerwca. Wyniki za drugi kwartał 2006 r. nie zawierają żadnych wyników Grupy Onet i Mango Media. W celu zapewnienia porównywalności wyników finansowych wykazaliśmy wpływ tych zakupów, tam gdzie jest on istotny.

Przychody netto



Przychody: W drugim kwartale 2007 r. przychody wzrosły o 32% w porównaniu z analogicznym okresem 2006 r.

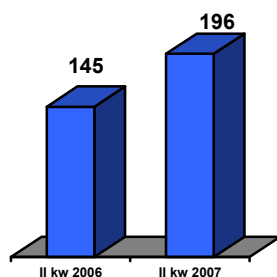
Nasze przychody netto wzrosły o 32% do 407 milionów zł z 309 milionów zł w analogicznym okresie 2006 r. Wyłączając wyniki Grupy Onet i Mango Media, nasze przychody netto wzrosły o 20% do 370 milionów zł.

Przychody reklamowe wzrosły o 23%, do 324 milionów zł z 263 milionów zł w analogicznym okresie 2006 r. Wyłączając wyniki Grupy Onet i Mango Media przychody reklamowe wzrosły o 12% do 296 milionów zł. Wzrost ten wynikał przede wszystkim ze wzrostu o 17 milionów zł przychodów netto z tytułu emisji reklam w kanale TVN, który zanotował średnio 20% wzrost cen reklam telewizyjnych sprzedawanych w pakietach GRP. Przychody z reklam sprzedawanych w pakietach GRP stanowią ok. 82% całkowitych przychodów reklamowych programu TVN (2006: 77%). Z kolei nasze ceny w cenniku stałym wzrosły w kanale TVN o 4%. Sprzedaliśmy o 7% mniej punktów GRP dla programu TVN w porównaniu z analogicznym okresem 2006 r. Programy uruchomione i zakupione w 2004, 2005 i 2006 r. przyczyniły się do zwiększenia przychodów reklamowych o 16 milionów zł w porównaniu do analogicznego okresu 2006 r.

Pozostałe przychody wzrosły o 83%, do 83 milionów zł z 46 milionów zł w analogicznym okresie 2006 r. Wyłączając wyniki Grupy Onet i Mango Media pozostałe przychody wzrosły o 63% do 74 milionów zł. Wzrost ten wynikał przede wszystkim z 60% wzrostu przychodów z opłat z tytułu świadczeń sponsorskich, głównie filmów, produkowanych lokalnie seriali i talk shows oraz wzrostu o 56%, do 23 milionów zł, przychodów z opłat z tytułu udzielenia licencji na emisję programów operatorom telewizji kablowych i satelitarnych. W analogicznym okresie 2006 r. przychody z opłat z tytułu udzielenia licencji wyniosły 15 milionów zł. Wzrost przychodów z subskrypcji zawdzięczamy głównie wzrostowi o ponad milion liczby abonentów wszystkich naszych płatnych programów. Odnotowaliśmy również przychody w wysokości 5 milionów zł z tytułu usług świadczonych dla satelitarnej platformy cyfrowej 'n', należącej do naszego udziałowca – Grup ITI.

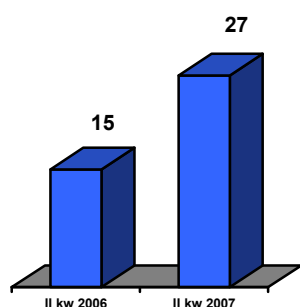
Koszty uzyskania przychodów

Koszty uzyskania przychodów wzrosły o 35%, do 196 milionów zł z 145 milionów zł w analogicznym okresie 2006 r. Wyłączając wyniki Grupy Onet i Mango Media, koszty uzyskania przychodów wzrosły o 25% do 181 milionów zł. Wzrost ten częściowo wynikał ze wzrostu o 25 milionów zł kosztów amortyzacji produkcji lokalnej i koprodukcji. Koszty te wzrosły głównie w konsekwencji nadawania większej liczby nowych odcinków produkowanych przez nas seriali, które są z reguły droższe od programów rozrywkowych nadawanych przez nas rok wcześniej. Na wzrost kosztów amortyzacji wpłynęło też częściowo uruchomienie na jesieni 2006 r. trzech nowych kanałów. Odnotowaliśmy również wzrost o 5 milionów zł kosztów



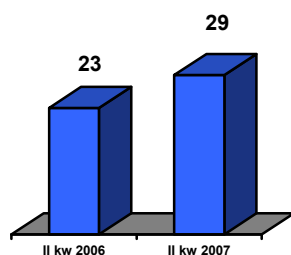
miliony zł

Koszty własne sprzedaży: W drugim kwartale 2007 r. koszty uzyskania przychodów wzrosły o 35% w porównaniu z analogicznym okresem 2006 r.



miliony zł

Koszty sprzedaży: W drugim kwartale 2007 r. koszty sprzedaży wzrosły o 84% w porównaniu z analogicznym okresem 2006 r.



miliony zł

Koszty ogólnego zarządu: W drugim kwartale 2007 r. koszty ogólnego zarządu wzrosły o 24% w porównaniu z analogicznym okresem 2006 r.

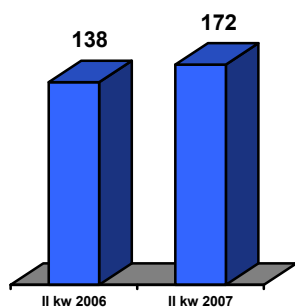
amortyzacji zakupionej biblioteki programowej. Był on następstwem zakupu droższych filmów i seriali oraz zwiększenia liczby godzin nadawania zakupionych programów w TVN i TVN 7. Odnotowaliśmy również wzrost kosztów zatrudnienia o 4 miliony zł, z czego 2 miliony zł wynikały z zatrudnienia osób związanych z obsługą satelitarnej platformy cyfrowej 'n.' W następstwie wzrostu przychodów, wzrosły również nasze koszty opłat z tytułu praw autorskich. Wzrost ten został częściowo skompensowany spadkiem o 2 miliony zł kosztów programu motywacyjnego.

Koszty sprzedaży

Nasze koszty sprzedaży wzrosły o 84%, do 27 milionów zł z 15 milionów zł w analogicznym okresie 2006 r. Wyłączając wyniki Grupy Onet i Mango Media koszty sprzedaży wzrosły o 31%, do 19 milionów zł. Wzrost ten był częściowo związany ze wzrostem o 6 milionów zł kosztów badań i marketingu. Wyższe koszty badań i marketingu wynikają ze wzrostu kosztów promocji naszej wiosennej ramówki w programie TVN oraz kosztów kampanii marketingowej odświeżonego programu TVN Turbo. Koszty sprzedaży wzrosły częściowo na skutek wzrostu o 27% kosztów zatrudnienia wynikającego głównie ze wzrostu liczby pracowników wspierających ciągły rozwój naszej działalności. Wzrosty te były częściowo skompensowane spadkiem o 493 tysiące zł kosztów programu motywacyjnego.

Koszty ogólnego zarządu

Koszty ogólnego zarządu wzrosły o 24%, do 29 milionów zł z 23 milionów zł w analogicznym okresie 2006 r. Wyłączając wyniki Grupy Onet i Mango Media nasze koszty ogólnego zarządu spadły o 1% do 23 milionów zł. Spadek ten zawdzięczamy głównie niższym kosztom programu motywacyjnego.



miliony zł

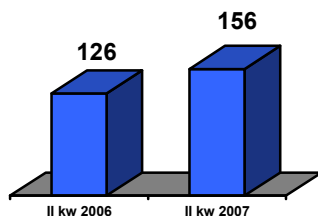
EBITDA: W drugim kwartale 2007 r. EBITDA wzrosła o 25% do 172 milionów zł. Marża EBITDA wyniosła 42%.

EBITDA

EBITDA wzrosła o 25% do 172 milionów zł z 138 milionów zł w analogicznym okresie 2006 r. Marża EBITDA wyniosła 42% w porównaniu do 45% w analogicznym okresie 2006 r. Wyłączając koszty programu motywacyjnego, EBITDA wyniosła 183 milionów zł, a marża EBITDA wyniosła 45%. Wyłączając wyniki Grupy Onet, Mango Media i koszty programu motywacyjnego EBITDA wyniosła 168 milionów zł, a marża EBITDA wyniosła 45%.

Zysk z działalności operacyjnej

Zysk z działalności operacyjnej wzrósł o 23%, do 156 milionów zł z 126 milionów zł w analogicznym okresie 2006 r. Wyłączając wyniki Grupy Onet i Mango Media zysk z działalności operacyjnej wzrósł o 17% do 148 milionów zł. Wzrost ten wynikał przede wszystkim ze wzrostu przychodów, częściowo skompensowanego wzrostem kosztów produkcji lokalnej i kosztów wynagrodzeń.



miliony zł

Zysk operacyjny: W drugim kwartale 2007 r. nasz zysk operacyjny wzrósł o 23% do 156 milionów zł.

Nasza marża zysku na działalności operacyjnej spadła do 38% z 41% w analogicznym okresie 2006 r. Wyłączając wyniki Grupy Onet i Mango Media marża zysku na działalności operacyjnej wyniosła 40%.

Przychody inwestycyjne, netto

Wykazaliśmy przychody inwestycyjne netto w wysokości 4 milionów zł w porównaniu z przychodami inwestycyjnymi netto w wysokości 28 milionów zł w analogicznym okresie 2006 r.

W związku ze spłatą obligacji ITI Media, dokonaną 31 lipca 2006 r., nie odnotowaliśmy przychodów z tytułu odsetek naliczonych od tych obligacji – w odróżnieniu od analogicznego okresu 2006 r., gdy przychody z tytułu odsetek naliczonych od obligacji ITI Media wyniosły 15 milionów zł. Dodatkowo wykazaliśmy dodatnie różnice kursowe w wysokości 3 milionów zł, wynikające głównie z zakupionych licencji programowych, w porównaniu do dodatnich różnic kursowych w wysokości 17 milionów zł w analogicznym okresie 2006 r., wynikających z obligacji ITI Media. W drugim kwartale 2006 r. odnotowaliśmy stratę w wysokości 6 milionów zł z tytułu utraty wartości spółki Polskie Media.

Przychody finansowe, netto.

Wykazaliśmy przychody finansowe netto w wysokości 11 milionów zł w odróżnieniu od kosztów finansowych netto w wysokości 46 milionów zł w analogicznym okresie 2006 r.

Odsetki od Obligacji wyniosły 23 miliony zł w porównaniu do 24 milionów zł w analogicznym okresie 2006 r. Dodatkowo wykazaliśmy dodatnie różnice

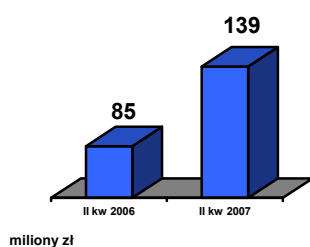
kursowe wynikające z tych Obligacji, które wyniosły 24 miliony zł głównie w konsekwencji umocnienia kursu złotego w stosunku do euro w okresie pomiędzy 31 marca 2007 r. i 30 czerwca 2007 r. W analogicznym okresie 2006 r. wykazaliśmy ujemne różnice kursowe w wysokości 26 milionów zł.

Wykazaliśmy zysk z aktualizacji wartości opcji wbudowanych w Obligacje w wysokości 29 milionów zł w porównaniu do zysku z aktualizacji wartości opcji wbudowanych w obligacje w wysokości 2 milionów zł w analogicznym okresie 2006 r. Od momentu emisji przez nas obligacji, wykazaliśmy skumulowany zysk netto z opcji wbudowanej w obligację w wysokości 156 milionów zł. Na 30 czerwca 2007 r. cena rynkowa naszej obligacji wyniosła 112 Euro. Na 1 sierpnia 2007 r. cena rynkowa naszej obligacji wynosiła 107 Euro. Jeżeli cena rynkowa naszej obligacji pozostałaby do 31 grudnia 2007 r. na poziomie 107 Euro, wówczas w drugim półroczu 2007 r. rozpoznalibyśmy, według naszych szacunków, niegotówkową stratę księgową netto wynikającą z wyceny opcji wbudowanej w wysokości 86 milionów zł.

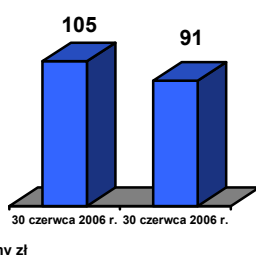
Opłata gwarancyjna za wystawienie przez Grupę ITI gwarancji na rzecz dostawców zawartości programowej wyniosła 741 zł w porównaniu do 2 milionów zł w analogicznym okresie 2006 r. Wykazaliśmy stratę w wysokości 18 milionów zł na instrumentach zabezpieczających wartość godziwą.

Zysk netto przypadający akcjonariuszom TVN S.A.

Nasz zysk netto wzrósł o 63%, do 139 milionów zł z 85 milionów zł w analogicznym okresie 2006 r. Wyłączając wyniki Grupy Onet i Mango Media, nasz zysk netto wzrósł o 50% do 128 milionów zł. Wzrost ten wynikał w głównie ze wzrostu zysku z działalności operacyjnej i przychodów finansowych.



Zysk netto: W drugim kwartale 2007 r. zysk netto wzrósł o 63% do 139 milionów zł.



Środki pieniężne. Środki pieniężne wyniosły 91 milionów zł. na 30 czerwca 2007 r.

Płynność finansowa

Zadłużenie netto wyniosło na 30 czerwca 2007 r. 795 milionów zł, na co składa się głównie zadłużenie z tytułu obligacji wyemitowanych pod koniec 2003 roku i naliczone odsetki, pomniejszone o środki pieniężne i ich ekwiwalenty (wyłączając środki pieniężne o ograniczonym prawie dysponowania). Wskaźnik zadłużenie netto do rocznego EBITDA wyniósł 0,6x na dzień 30 czerwca 2007 r.

Środki pieniężne i ich ekwiwalenty wg stanu na 30 czerwca 2007 r. wyniosły 91 milionów zł.

Analiza wyników poszczególnych jednostek biznesowych – 2007 r.

Aneks 5 przedstawia przychody, wskaźnik EBITDA i marżę EBITDA poszczególnych jednostek biznesowych.

Telewizja, nadawanie i produkcja telewizyjna. Przychody segmentu telewizji, nadawania i produkcji telewizyjnej wzrosły o 20%, do 372 milionów zł z 309 milionów zł w analogicznym okresie 2006 r.

Wynik segmentu wzrósł o 11%, do 155 milionów zł z 139 milionów zł w analogicznym okresie 2006 r. Wzrost ten w głównej mierze wynika ze wzrostu przychodów reklamowych naszego kanału TVN, częściowo skompensowany wzrostem kosztów operacyjnych, wynikających ze wzrostu amortyzacji produkcji lokalnej i zakupionej biblioteki programowej oraz ze wzrostu kosztów wynagrodzeń wynikających ze wzrostu liczby pracowników wspierających nasz ciągły rozwój.

EBITDA segmentu wzrosła o 12% do 168 milionów zł z 151 milionów zł w analogicznym okresie 2006 r. Marża EBITDA wzrosła do 45% z 49% w analogicznym okresie 2006 r. EBITDA wyliczając koszty programu motywacyjnego wyniosła 174 miliony zł, a marża EBITDA wyniosła 47%. Spadek marży EBITDA częściowo wynika ze wzrostu amortyzacji biblioteki programowej, częściowo skompensowanej wzrostem przychodów.

Nowe media. 31 lipca 2006 r. zakupiliśmy portal internetowy Onet.pl - jest to główny składnik kategorii nowe media. Wyniki finansowe tego segmentu za analogiczny okres poprzedniego roku nie zostały w związku z tym ujęte w skonsolidowanych wynikach finansowych.

Przychody segmentu nowe media wyniosły 42 miliony zł, a wynik segmentu w tym okresie wyniósł 6 milionów zł. Gotówkowa EBITDA (wyliczając koszty programu motywacyjnego i transakcje barterowe) wyniosła 13 milionów zł, a marża EBITDA wyniosła 38%.

Nie alokowane. Koszty nie alokowane zawierają koszty ogólne zarządzania Grupą oraz część kosztów programu motywacyjnego, które powstają na poziomie Grupy i nie są bezpośrednio alokowane do kosztów segmentu. Koszty nie alokowane zawierają również eliminacje międzysegmentowych kosztów i przychodów. Strata na kosztach nie alokowanych wyniosła 5 milionów zł w porównaniu do straty w wysokości 13 milionów zł w analogicznym okresie 2006 r. Spadek ten zawdzięczamy spadkowi kosztów programu motywacyjnego.

Analiza operacyjna

Aneks 6 przedstawia wyniki operacyjne naszych programów i portalu.

TVN

Ogólny udział w rynku kanału TVN w *prime time* wzrósł do 20,7% z 20,3% w analogicznym okresie 2006 r. jednak udział programu TVN w rynku w grupie docelowej w *prime time* spadł do 26,5% z 29,5% w analogicznym okresie 2006 r. Spadek udziału w rynku w *prime time* wynika z kilku czynników. Kilka z programów nadawanych przez nas w *prime time* osiągnęło szczytową oglądalność w sezonie wiosennym i jesiennym 2006 r., w późniejszym okresie programy te w dalszym ciągu osiągały bardzo dobre wyniki oglądalności, jednak już na trochę niższym poziomie. Nasz główny komercyjny konkurent Polsat uruchomił swoją wiosenną ramówkę wcześniej, na początku lutego, podczas gdy nasza wiosenna ramówka została uruchomiona dopiero w połowie marca.

Nasza jesienna ramówka była oparta w głównej mierze na programach które odniosły sukces w poprzednich sezonach. *Taniec z Gwiazdami* po raz kolejny udowodnił swoją siłę, co odcinek gromadząc przed telewizorami średnio 5 milionów widzów. Nasze seriale *Kryminalni*, *Na Wspólnej*, *Niania*, *Hela w opałach* i *Magda M.* poprawiły i tak już wysokie wyniki oglądalności, przekraczając 30% udział w grupie docelowej. Również udział w

ogładalności naszego nowego serialu *Odwrócenie*, którego telewizyjna premiera miała miejsce w marcu, przekroczył 30% w grupie docelowej. Nasz poranny, weekendowy program *Dzień dobry TVN*, osiągnął nowy rekordowy wynik oglądalności, osiągając 26% udział w grupie docelowej. Nasze seriale fabularno-dokumentalne *W-11 Wydział Śledczy* i *Detektywi* zwiększyły udziały w oglądalności do 24% i 28% w grupie docelowej. Nasz sztandarowy program informacyjny *Fakty* osiągnął kolejny rekordowy wynik oglądalności na poziomie 36% w grupie docelowej.

Spadek oglądalności w *prime time*, w grupie docelowej wynika z faktu, że w miesiącach poza sezonem Polsat i TVP uruchomiły w *prime time* nowe programy w celu odzyskania widowni, którą utraciły w zeszłym roku. Nasza polityka polega na nie inwestowaniu w *prime time* w miesiącach poza sezonem ze względu na relatywnie niską ilość środków z reklam do zdobycia w tym okresie. Spadek naszego udziału w oglądalności poza sezonem nie miał wpływu na naszą zdolność do generowania przychodów - zarówno my jak i nasi konkurenci posiadali niewykorzystane zasoby czasu reklamowego w tych miesiącach. Odbudowywanie widowni przez naszą konkurencję w okresie poza sezonem miało wpływ na oglądalność naszej wiosennej ramówki.

W sezonie jesiennym, w ofercie kanału TVN – obok sprawdzonych pozycji programowych – zamierzamy wprowadzić kilka istotnych nowości.

Na antenę powrócą takie hity jak seriale *Na Wspólnej* i *Kryminalni*, seriale komediowe *Niania* i *Hela w opałach*, seriale fabularno-dokumentalne *W-11 Wydział Śledczy*, *Detektywi* oraz *Sędzia Anna Maria Wesołowska*, program publicystyczny *Uwaga!*, talk show *Rozmowy w toku* i program publicystyczny *Teraz MY!* Nie zabraknie oczywiście programów rozrywkowych – powrócą *Szymon Majewski Show* oraz *Kuba Wojewódzki*. Zamierzamy też wyemitować ostatnią, szóstą edycję naszego show *Taniec z gwiazdami*, którego wyniki oglądalności należą wciąż do najwyższych na polskim rynku.

Jedną z najważniejszych nowości będzie *YOU CAN DANCE - Po prostu tańcz!*, czyli polska wersja amerykańskiego show tanecznego *So you think you can dance*, który bije rekordy oglądalności w wielu krajach. Kolejną ważną nowością będzie serial obyczajowo-sensacyjny *Twarzą w twarz*, którego emisja zapowiada się na jedno z filmowych wydarzeń sezonu. Rozpocznemy również emisję serialu komediowego typu sketch – comedy *Trzy po trzy – Numery z kwatery*, opowiadającego o życiu trójki współlokatorów. Wielką niespodzianką będzie nowy program rozrywkowy Kuby Wojewódzkiego *Bez sensu*.

Jesienna oferta programowa TVN obejmuje oczywiście także doskonałe filmy. Wśród premier wyemitujemy takie hity jak *Świadek koronny*, *Ocean's Twelve*, *Poznaj moich rodziców*, *Komórka* czy *Ring II*. Zamierzamy też przypomnieć widzom kilka filmowych przebojów, do których z pewnością należą *Shrek*, *Troja* i trylogia *Władca Pierścieni*.

Kanały tematyczne

TVN 24 zwiększyło całodobowy udział w rynku, w grupie docelowej do 5,7% z 3,6% w analogicznym okresie 2006 r., głównie dzięki dużemu zainteresowaniu widzów sytuacją polityczną w Polsce, jak również dzięki takim programom jak *Szkoła Kontaktowe*, w którym komentarz do sytuacji politycznej powstaje w oparciu o interakcję z widzami za pośrednictwem wiadomości tekstowych SMS i połączeń telefonicznych. Gospodarzami tego programu są dziennikarz i satyryk. Pozytywny wpływ na wyniki oglądalności TVN 24 miał również znaczący wzrost liczby abonentów.

TVN Style osiągnęło udział w rynku w grupie docelowej na poziomie 0,8% .

W kwietniu dokonaliśmy zmian programowych w kanale TVN Turbo, wspartych intensywną kampanią marketingową. Zmodyfikowana oferta programowa TVN Turbo jest w większym zakresie skierowana do mężczyzn w porównaniu do dotychczasowej oferty, o charakterze motoryzacyjnym. Wyniki oglądalności w drugim kwartale 2007 r. w grupie docelowej wzrosły do 0,7% z 0,6% w analogicznym okresie 2006 r.

Wszystkie nasze kanały telewizyjne zwiększyły znacząco liczbę abonentów. TVN 24 osiągnęło 5,1 milionów abonentów, TVN Turbo i TVN Style – 4,9 milionów abonentów, a ITVN – 61 tysięcy abonentów. Również kanał TVN Gra znacząco zwiększył swój zasięg – do 28% (13% w pierwszym kwartale 2006 r.) – dzięki umowom zawartym z UPC i Aster City.

Onet.pl

Ostatnie dostępne dane, według Megapanel PBI/Gemius, za dwa miesiące zakończone 31 maja 2007 r. wskazują, że średnia liczba użytkowników portalu Onet.pl wzrosła do 9,9 milionów z 9,5 milionów w analogicznym okresie 2006 r. Średnia liczba odston wzrosła z 2,162 miliardów miesięcznie w okresie dwóch miesięcy zakończonych 31 maja 2006 do 2.514 milionów w analogicznym okresie 2007 r. Czas spędzony w portalu Onet.pl wzrósł do 51 milionów godzin miesięcznie z 45 milionów godzin w analogicznym okresie 2006 r.

Ostatnie wydarzenia

Uruchomienie zumi.pl

12 kwietnia 2007 r. uruchomiliśmy zumi.pl – lokalizator internetowy, umożliwiający precyzyjną lokalizację przy użyciu map satelitarnych i hybrydowych. Jest to jedyny serwis internetowy tego typu w Polsce. Zumi.pl będzie operował na rynku *yellow pages*

Zakup Mango Media Sp. z o.o.

23 maja 2007 r. zakupiliśmy Mango Media Sp. z o.o. – spółkę działającą na rynku telesprzedaży. Wartość tej transakcji wyniosła 13 milionów euro. Zakup Mango Media jest kontynuacją polityki dywersyfikacji źródeł przychodów.

Dywidenda

11 maja 2007 r. nasze zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy zatwierdziło dywidendę z zysku netto za 2006 r. w wysokości 0,37 zł za akcję. Dywidenda została wypłacona 14 czerwca 2007 r.

Prognoza na 2007 r.

Nie zweryfikowaliśmy naszej prognozy wyników finansowych na 2007 r. opublikowanej 21 lutego 2007 r.

Polityka dywidendowa i wykup akcji

Zamierzamy wypłacać od 30% do 50% rocznego zysku netto w postaci rocznej dywidendy, w zależności od możliwości finansowych, wskaźników zadłużenia i kapitału rezerwowego ustanowionego ustawowo.

Prezentacja danych

Wszystkie dane finansowe zostały zaprezentowane w notatce prasowej w milionach złotych. Zmiany procentowe zostały policzone na kwotach zaokrąglonych do tysięcy złotych i powinny być identyczne z podanymi w innych publikowanych raportach.

Stwierdzenia dotyczące przyszłych wyników

Niniejszy komunikat zawiera stwierdzenia dotyczące przyszłych wyników oraz przewidywanego rozwoju sektora nadawców telewizyjnych i produkcji programowej. Stwierdzeniami dotyczącymi przyszłości są w szczególności, ale nie tylko, nasze szacunki dotyczące rozwoju działalności grupy oraz rozwoju jej poszczególnych jednostek, naszej zdolności do wprowadzania na rynek nowych kanałów telewizyjnych. Stwierdzenia dotyczące przyszłych wyników i działalności mogą być zamieszczane w dokumentach składanych do władz państwowych i ustawodawczych, a także w materiałach pisemnych, informacjach prasowych i oświadczeniach ustnych składanych przez nas lub w naszym imieniu. Stwierdzeniami dotyczącymi przeszłości są również oświadczenia dotyczące naszych zamiarów, przekonania lub aktualnych oczekiwań, jak również zamiarów, przekonania i oczekiwań naszej kadry zarządzającej (w tym stwierdzenia zawierające, poprzedzające lub poprzedzane przez terminy odnoszące się do przyszłości takie jak „może”, „powinien”, „uważać, że”, „oczekiwać”, „przewidywać”, „szacować”, „kontynuować”, lub podobne wyrażenia czy porównywalną terminologię) odnośnie szeregu różnych zagadnień.

Należy zauważyć, że rzeczywiste wyniki osiągnięte przez nas w przyszłości mogą w znacznym stopniu odbiegać od wyników zawartych w powyżej opisanych stwierdzeniach dotyczących przyszłości, w zależności od szeregu istotnych czynników. Niektóre z tych czynników to: wpływ przepisów prawa i polityki państwa oraz ich zmian, zdolność do uzyskania odpowiednich zgód od organów rządowych do przeprowadzenia transakcji, wpływ zmian ogólnej sytuacji gospodarczej, wpływ zmian wzrostu wydatków na reklamę, wpływ zmian wzrostu wydatków na rozrywkę, terminowy rozwój i uruchomienie naszych nowych kanałów, wpływ zmian technologii nadawania oraz rozwój sytuacji na rynkach kapitałowych. Powyższe czynniki mogą mieć wpływ na wyniki naszej działalności zgodnie ze stwierdzeniami zawartymi w niniejszym komunikacie oraz na nasz sukces w zarządzaniu ryzykiem, jakie wiąże się z tymi czynnikami.

Podstawą wszystkich prognoz zawartych w niniejszej informacji prasowej są informacje dostępne na dzień sporządzenia niniejszego opracowania. Nie zobowiązujemy się do uaktualniania jakichkolwiek stwierdzeń dotyczących przyszłości, które mogą zostać ogłoszone przez nas lub w naszym imieniu w niniejszej informacji prasowej lub gdzie indziej.

Aneks 1

Skonsolidowany rachunek zysków i strat – Na podstawie śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego (w tysiącach złotych)

	Sześć miesięcy zakończonych 30 czerwca 2007 r.	Sześć miesięcy zakończonych 30 czerwca 2006 r.	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2007 r.	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2006 r.
Przychody ze sprzedaży	736.555	544.542	407.456	308.502
Koszty własne sprzedaży	(371.943)	(281.511)	(195.950)	(144.728)
Koszty sprzedaży	(51.527)	(27.394)	(26.960)	(14.617)
Koszty ogólnego zarządu	(61.436)	(42.409)	(28.802)	(23.179)
Pozostałe (koszty)/przychody operacyjne, netto	(775)	926	(120)	458
Zysk z działalności operacyjnej	250.874	194.154	155.624	126.436
Przychody inwestycyjne, netto	5.749	54.279	4.299	27.876
(Koszty)/przychody finansowe, netto	(24.667)	(76.630)	10.598	(45.729)
Zysk brutto	231.956	171.803	170.521	108.583
Podatek dochodowy	(46.167)	(37.751)	(31.736)	(23.417)
Zysk netto przypadający akcjonariuszom TVN S.A.	185.789	134.052	138.785	85.166
Podstawowy i rozwodniony zysk na jedną akcję przypadający akcjonariuszom TVN S.A. (nie w tysiącach)				
- podstawowy	0,54	0,42	0,40	0,27
- rozwodniony	0,53	0,42	0,39	0,26

EBITDA	284.452	216.479	172.460	138.003
EBITDA wyłączając koszty programu motywacyjnego	308.068	238.276	182.689	148.902
Marża EBITDA	38,6%	39,8%	42,3%	44,7%
Marża EBITDA wyłączając koszty programu motywacyjnego	41,8%	43,8%	44,8%	48,3%

** EBITDA zdefiniowana jest jako zysk netto/ (strata) zgodnie z MSSF, przed odliczeniem amortyzacji i deprecjacji (innymi niż licencji programowych), odpisów z tytułu trwałej utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych. Kosztów finansowych netto (łącznie z przychodami i kosztami z tytułu odsetek oraz różnicami kursowymi) oraz podatku dochodowego

Aneks 2 Skonsolidowany bilans – Na podstawie śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego (w tysiącach złotych)

	Na dzień 30 czerwca 2007 r.	Na dzień 31 grudnia 2006 r.
AKTYWA		
Aktywa trwałe		
Rzeczowe aktywa trwałe	216.380	195.988
Wartość firmy	994.652	946.332
Marka	643.428	643.428
Inne wartości niematerialne	50.278	52.392
Długoterminowe aktywa programowe	112.819	105.251
Inwestycje w jednostki stowarzyszone	83	83
Aktywa finansowe dostępne do sprzedaży	4.650	4.650
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	5.883	6.235
Pozostałe aktywa trwałe	4.556	4.325
	2.032.729	1.958.684
Aktywa obrotowe		
Krótkoterminowe aktywa programowe	184.269	186.411
Należności z tytułu dostaw i usług	212.763	185.269
Finansowe instrumenty pochodne	156.109	128.064
Rozliczenia międzyokresowe i inne aktywa obrotowe	23.266	15.619
Należności z tytułu podatku dochodowego od osób prawnych	264	-
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	91.399	104.611
	668.070	619.974
AKTYWA RAZEM	2.700.799	2.578.658
PASYWA		
KAPITAŁ WŁASNY		
Kapitał zakładowy	69.384	68.702
Kapitał zapasowy z emisji akcji powyżej wartości nominalnej	560.211	499.238
Kapitał zapasowy (8%)	22.901	21.323
Inne kapitały rezerwowe	68.930	77.087
Skumulowany zysk	626.726	570.815
	1.348.152	1.237.165
ZOBOWIĄZANIA		
Zobowiązania długoterminowe		
Obligacje oprocentowane 9,5% o terminie wykupu w 2013 r.	829.694	841.856
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	177.585	174.637
Długoterminowe zobowiązania z tytułu dostaw i usług	6.531	9.007
Pozostałe zobowiązania długoterminowe	464	1.096
	1.014.274	1.026.596
Zobowiązania krótkoterminowe		
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług	131.757	143.126
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego od osób prawnych	30.121	52.681
Odsetki naliczone od obligacji oprocentowanych 9,5%, o terminie wykupu w 2013 r.	3.503	3.564
Pożyczki bankowe	563	-
Finansowe instrumenty pochodne	16.579	-
Pozostałe zobowiązania oraz rozliczenia międzyokresowe	155.850	115.526
	338.373	314.897
Zobowiązania razem	1.352.647	1.341.493
PASYWA RAZEM	2.700.799	2.578.658

Aneks 3 Skonsolidowane zestawienie zmian w kapitale własnym – Na podstawie śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego (w tysiącach złotych)

	Liczba akcji (nie w tysiącach)	Kapitał zakładowy	Kapitał zapasowy z emisji akcji powyżej wartości nominalnej	Kapitał zapasowy (8%)	Kapitał z tyt. programu przydziału opcji objęcia akcji	Skumulowany zysk	Kapitał własny
Stan na 1 stycznia 2007 r.	343.508.455	68.702	499.238	21.323	77.087	570.815	1.237.165
Zysk netto w okresie	=	=	=	=	=	<u>185.789</u>	<u>185.789</u>
Suma przychodów ujętych w okresie obrotowym	-	-	-	-	-	185.789	185.789
Emisja akcji (2)	3.413.968	682	61.201	-	(31.773)	-	30.110
Koszt emisji akcji	-	-	(228)	-	-	-	(228)
Obciążenie w okresie (1)	-	-	-	-	23.616	-	23.616
Dywidenda zatwierdzona	-	-	-	-	-	(128.300)	(128.300)
Podział zysku za rok 2006 - odpis na kapitał zapasowy (8%)	-	-	-	1.578	-	(1.578)	-
Stan na 30 czerwca 2007 r.	346.922.423	69.384	560.211	22.901	68.930	626.726	1.348.152

(1) W dniu 27 grudnia 2005 r. TVN S.A. wprowadziła Program Motywacyjny I oparty na akcjach serii C. W dniu 8 czerwca 2006 r. Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy zatwierdziło warunkowe podwyższenie kapitału zakładowego o kwotę do 1.974 wymagane do realizacji Programu Motywacyjnego I.

W dniu 31 lipca 2006 r., w związku z nabyciem Grupa Onet.pl S.A., TVN S.A. wprowadziła Program Motywacyjny II oparty na akcjach serii E. W dniu 26 września 2006 r. Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy zatwierdziło warunkowe podwyższenie kapitału zakładowego o kwotę do 1.756 wymagane do realizacji Programu Motywacyjnego II.

(2) W okresie sześciu miesięcy do 30 czerwca 2007 r. w wyniku realizacji opcji objęcia akcji, przyznanych uczestnikom programów motywacyjnych w TVN zostało wyemitowanych i w pełni opłaconych 3.413.968 (nie w tysiącach) akcji serii C1, E1 i E2. Liczba ta obejmuje 1.368.408 akcji, które nie zostały zarejestrowane przez sąd na dzień 30 czerwca 2007 r.

Aneks 4 Skonsolidowany rachunek przepływów pieniężnych- Na podstawie skonsolidowanego sprawozdania finansowego (w tysiącach złotych)

	Sześć miesięcy zakończonych 30 czerwca 2007 r.	Sześć miesięcy zakończonych 30 czerwca 2006 r.
Działalność operacyjna		
Wpływy środków pieniężnych z działalności operacyjnej	289.062	239.877
Podatek zapłacony	(65.406)	(6.469)
Wpływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	223.656	233.408
Działalność inwestycyjna		
Nabycie jednostek zależnych, netto (bez nabytych środków pieniężnych)	(49.563)	(1.232)
Wypływy z tytułu nabycia rzeczowych aktywów trwałych	(43.209)	(39.153)
Wpływy z tytułu sprzedaży rzeczowych aktywów trwałych	374	1.596
Wpływy z tytułu nabycia wartości niematerialnych	(9.996)	(4.890)
Odsetki otrzymane	3.347	3.074
Wpływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(99.047)	(40.605)
Działalność finansowa		
Emisja akcji	30.110	-
Koszty emisji akcji	(228)	-
Pożyczki bankowe	63	-
Dywidenda wypłacona *	(121.244)	-
Wpływy z tytułu nabycia opcji	(3.470)	(1.255)
Odsetki zapłacone	(43.049)	(43.618)
Wpływy pieniężne netto z działalności finansowej	(137.818)	(44.873)
(Zmniejszenie)/zwiększenie stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	(13.209)	147.930
Stan środków pieniężnych i ich ekwiwalentów na początku okresu	104.611	80.764
Skutki zmian kursów walutowych	(3)	166
Stan środków pieniężnych i ich ekwiwalentów na końcu okresu	91.399	228.860
Środki pieniężne w kasie i na rachunkach	91.399	228.860

Aneks 5 Informacje dotyczące segmentów działalności – na podstawie skonsolidowanego sprawozdania finansowego (w tysiącach złotych)

	Telewizja, nadawanie i produkcja telewizyjna		Nowe Media		Nie alokowane		Razem	
	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2007	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2006	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2007	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2006	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2007	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2006	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2007	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2006
Sprzedaż od stron trzecich	369.870	308.502	37.586	-	-	-	407.456	308.502
Sprzedaż pomiędzy segmentami	2.077	-	4.029	-	(6.106)	-	-	-
Przychody ze sprzedaży netto	371.947	308.502	41.615	-	(6.106)	-	407.456	308.502
Wyniki segmentu	155.139	139.369	5.513	-	(5.028)	(12.933)	155.624	126.436
Wyniki segmentu wyłączając koszty programu motywacyjnego	160.312	145.607	9.032	-	(3.491)	(8.272)	165.853	137.335
EBITDA*	168.487	150.936	9.775	-	(5.802)	(12.933)	172.460	138.003
EBITDA* wyłączając koszty programu motywacyjnego	173.660	157.174	13.294	-	(4.265)	(8.272)	182.689	148.902
Marża EBITDA*	45,3%	48,8%	23,5%	-	-	-	42,3%	44,7%
Marża EBITDA* wyłączając koszty programu motywacyjnego	46,7%	50,1%	32%	-	-	-	44,8%	48,3%

EBITDA zdefiniowana jest jako wynik finansowy netto ustalony zgodnie z MSSF, przed odliczeniem amortyzacji (poza amortyzacją licencji programowych), odpisów z tytułu utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych, przychodów inwestycyjnych netto i kosztów finansowych netto (łącznie z przychodami i kosztami z tytułu odsetek oraz różnicami kursowymi) oraz podatku dochodowego. Pozycją uzgadniającą EBITDA do zysku z działalności operacyjnej przedstawionego w sprawozdaniu finansowym jest amortyzacja oraz odpisy z tytułu utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych. Uważamy, że EBITDA stanowi użyteczny dodatkowy wskaźnik pomiaru płynności spółek medialnych. EBITDA nie jest miernikiem zgodnym z MSSF i nie powinna być uznawana za alternatywny, wobec zgodnych z MSSF, miernik wyniku finansowego netto, wskaźnik wyników operacyjnych, miernik przepływów pieniężnych z działalności operacyjnej czy wskaźnik płynności. Należy zauważyć, że EBITDA nie jest jednolitym czy standardowym miernikiem, a tym samym jej wyliczenie może się znacznie różnić w zależności od spółki, w związku z czym przedstawione i wyliczane przez nas EBITDA może nie być porównywalne z innymi spółkami.

Koszty nie alokowane zawierają koszty ogólne zarządzania Grupą, które powstają na poziomie Grupy i nie są bezpośrednio alokowane do kosztów segmentu. Są to koszty: raportowania finansowego i budżetowania, audytu wewnętrznego, relacji z inwestorami, obsługi prawnej oraz koszty administracyjne, IT i zarządzania Grupą. Alokacja oparta jest na szacunkowym czasie przeznaczanym indywidualnie przez każdą funkcję na aktywności niezwiązane z działalnością segmentów.

Aneks 6 Statystyki operacyjne za drugi kwartał 2007 r.

Ogólny udział w rynku

	Całodobowo		Prime Time	
	Drugi kwartał 2007 r.	Drugi kwartał 2006 r.	Drugi kwartał 2007 r.	Drugi kwartał 2006 r.
Grupa TVN włączają	21,90%	20,40%	24,70%	23,60%
TVN	16,9%	16,6%	20,7%	20,3%
TVN Siedem	1,4%	1,4%	1,4%	1,5%
TVN 24	2,7%	1,7%	1,9%	1,1%
TVN Meteo	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
TVN Style	0,4%	0,3%	0,3%	0,3%
TVN Turbo	0,4%	0,3%	0,3%	0,3%
TVP1	22,9%	24,0%	23,1%	24,7%
TVP2	18,2%	20,7%	18,4%	20,4%
Polsat	17,2%	16,5%	18,7%	17,6%
TV 4	1,9%	2,0%	1,8%	1,8%
TVP 3	4,5%	4,6%	3,5%	3,6%
inne	13,4%	11,8%	9,8%	8,3%

Udział w grupie docelowej

	Całodobowo		Prime Time	
	Drugi kwartał 2007 r.	Drugi kwartał 2006 r.	Drugi kwartał 2007 r.	Drugi kwartał 2006 r.
TVN	21,8%	23,7%	26,5%	29,5%
TVN Siedem	2,3%	2,3%	2,3%	2,2%
TVN 24	5,7%	3,6%		
TVN Meteo	0,2%	0,1%		
TVN Style	0,8%	0,8%		
TVN Turbo	0,7%	0,6%		

Grupy docelowe

TVN	16-49, miasta powyżej 100.000 mieszkańców
TVN 7	16-34, miasta powyżej 100.000 mieszkańców
TVN 24	25+, miasta powyżej średnich zarobków
TVN Meteo	Miasta
TVN Style	Kobiety, 18-54, miasta
TVN Turbo	Mężczyźni, miasta

Źródło: AGB Nielsen Media Research Polska

Liczba abonentów

	Stan na 30 czerwca 2007 r.	Stan na 30 czerwca 2006 r.
TVN 24	5,1 mln	4,0 mln
TVN Style	4,9 mln	3,9 mln
TVN Turbo	4,9 mln	3,6 mln
ITVN	61 tyś	55 tyś
TVN Meteo	5,1 mln	4,0 mln

Dane operacyjne Onet

Średnia miesięczna	kwiecień – maj 2007 r.	kwiecień – maj 2006 r.
Liczba użytkowników (w milionach)	9,9	9,5
Całkowita liczba odwiedzin na stronie (w milionach)	2.514	2.162
Całkowity czas spędzony (w milionach godzin)	51	45

Źródło: W oparciu o średnią miesięczne dane Megapanel PBI/Gemius za okres kwiecień - maj 2007 r. i 2006 r.

Aneks 7 Statystyki operacyjne za pierwsze półrocze 2007 r.

Ogólny udział w rynku

	Całodobowo		Prime Time	
	Pierwsze półrocze 2007 r.	Pierwsze półrocze 2006 r.	Pierwsze półrocze 2007 r.	Pierwsze półrocze 2006 r.
Grupa TVN włączają	21,5%	20,3%	24,6%	23,3%
TVN	16,6%	16,5%	20,6%	20,3%
TVN Siedem	1,4%	1,4%	1,4%	1,4%
TVN 24	2,7%	1,7%	1,9%	1,1%
TVN Meteo	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
TVN Style	0,4%	0,3%	0,3%	0,2%
TVN Turbo	0,3%	0,3%	0,3%	0,2%
TVP1	23,7%	24,4%	22,9%	25,0%
TVP2	18,5%	20,7%	18,7%	20,2%
Polsat	16,9%	16,4%	18,8%	17,6%
TV 4	2,0%	2,0%	2,1%	1,8%
TVP 3	4,5%	4,7%	3,4%	3,6%
inne	12,9%	11,5%	9,5%	8,5%

Udział w grupie docelowej

	Całodobowo		Prime Time	
	Pierwsze półrocze 2007 r.	Pierwsze półrocze 2006 r.	Pierwsze półrocze 2007 r.	Pierwsze półrocze 2006 r.
TVN	22,0%	24,2%	27,1%	30,0%
TVN Siedem	2,7%	2,1%	2,5%	2,1%
TVN 24	5,7%	3,7%		
TVN Meteo	0,2%	0,1%		
TVN Style	0,8%	0,7%		
TVN Turbo	0,7%	0,6%		

Grupy docelowe

TVN	16-49, miasta powyżej 100.000 mieszkańców
TVN 7	16-34, miasta powyżej 100.000 mieszkańców
TVN 24	25+, miasta powyżej średnich zarobków
TVN Meteo	Miasta
TVN Style	Kobiety, 18-54, miasta
TVN Turbo	Mężczyźni, miasta

Źródło: AGB Nielsen Media Research Polska

Liczba abonentów

	Stan na 30 czerwca 2007 r.	Stan na 30 czerwca 2006 r.
TVN 24	5,1 mln	4,0 mln
TVN Style	4,9 mln	3,9 mln
TVN Turbo	4,9 mln	3,6 mln
ITVN	61 tyś	55 tyś
TVN Meteo	5,1 mln	4,0 mln

Dane operacyjne Onet

Średnia miesięczna	styczeń – maj 2007 r.	styczeń – maj 2006 r.
Liczba użytkowników (w milionach)	9,7	9,1
Całkowita liczba odwiedzin na stronie (w milionach)	2.526	2.207
Całkowity czas spędzony (w milionach godzin)	53	47

Źródło: W oparciu o średnią miesięczne dane Megapanel PBI/Gemius za okres styczeń - maj 2007 r. i 2006 r.