

GRUPA AGORA

Raport
za II kw. 2009 r.

13 sierpnia 2009 r.

SPIS TREŚCI

KOMENTARZ ZARZĄDU DO RAPORTU ZA DRUGI KWARTAŁ 2009 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.....	6
1.2. Konkurencja na rynku dzienników	6
1.2.1. Sprzedaż egzemplarzy.....	6
1.2.2. Czytelnictwo.....	7
1.2.3. Wpływy reklamowe	7
2. CZYNNIKI WEWNĘTRZNE	7
2.1. Przychody.....	8
2.2. Koszty operacyjne	8
3. PERSPEKTYWY	8
3.1. Rynek reklamy.....	8
3.2. Koszty operacyjne	9
3.2.1 Koszty wynagrodzeń i świadczeń dla pracowników.....	9
3.2.2 Koszty marketingu i promocji	9
3.2.3 Koszty materiałów i energii.....	9
III. WYNIKI FINANSOWE	10
1. SPÓŁKI WCHODZĄCE W SKŁAD GRUPY AGORA	10
2. RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT GRUPY AGORA.....	10
2.1. Wyniki wg głównych segmentów Grupy Agora SA za dwa kwartały narastająco 2009 r.....	11
2.2. Przychody i koszty finansowe	12
3. BILANS GRUPY AGORA.....	12
3.1. Aktywa trwałe	12
3.2. Aktywa obrotowe	12
3.3. Zobowiązania i rezerwy długoterminowe.....	12
3.4. Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe	12
4. PRZEPŁYWY ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH GRUPY AGORA.....	13
4.1. Działalność operacyjna	13
4.2. Działalność inwestycyjna	13
4.3. Działalność finansowa.....	13
5. WYBRANE WSKAŹNIKI FINANSOWE [5]	14
IV. WYNIKI OPERACYJNE -GŁÓWNE SEGMENTY GRUPY AGORA	15
IV.A. PRASA CODZIENNA [1]	15
1. GAZETA WYBORCZA.....	16
1.1. Przychody.....	16
1.1.1. Sprzedaż prasy	16
1.1.2. Sprzedaż reklam.....	16
1.1.3. Projekty Specjalne.....	17
1.1.4. Pozostałe przychody	17
1.2. Koszty.....	18
1.2.1. Koszty druku Gazety Wyborczej.....	18
1.2.2. Koszty reprezentacji i reklamy	18
2. PRASA BEZPŁATNA	18
IV.B. INTERNET [1] [6]	20
1. Przychody.....	21
2. Koszty.....	21
3. Istotne informacje o działalności internetowej	21
IV.C. CZASOPISMA [1] [7].....	22
1. Przychody.....	22

1.1. Sprzedaż czasopism	22
1.2. Sprzedaż reklam	23
2. Koszty	23
3. Inne zdarzenia	23
IV.D. REKLAMA ZEWNĘTRZNA (GRUPA AMS)	24
1. Przychody	24
2. Koszty	24
3. Inne zdarzenia	25
IV.E. RADIO	26
1. Przychody	26
2. Koszty	27
3. Udziały w słuchalności [9]	27
4. Inne zdarzenia	27
PRZYPISY	28
V. INFORMACJE UZUPEŁNIAJĄCE	31
1. Umowa znacząca	31
2. Istotne wydarzenia	31
3. Zmiany w stanie posiadania akcji lub innych uprawnień do nich (opcji) przez członków Zarządu w drugim kwartale 2009 r. i do dnia publikacji raportu	34
4. Zmiany w stanie posiadania akcji lub innych uprawnień do nich (opcji) przez członków Rady Nadzorczej w drugim kwartale 2009 r. i do dnia publikacji raportu	35
5. Akcjonariusze posiadający bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki na dzień przekazania raportu kwartalnego	36
6. Pozostałe informacje	37
SKRÓCONE ŚRÓDROCZNE SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE FINANSOWE	38

GRUPA AGORA

KOMENTARZ ZARZĄDU DO RAPORTU ZA DRUGI KWARTAŁ 2009 R.

PRZYCHODY 572,2 MLN ZŁ,
ZYSK NETTO 12,8 MLN ZŁ,
EBITDA OPERACYJNA 68,0 MLN ZŁ,
GOTÓWKA Z DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ 65,8 MLN ZŁ,
WOLNE PRZEPIŁYWY PIENIĘŻNE 28,4 MLN ZŁ

Wszystkie dane (jeżeli nie zostanie wskazane inaczej) obejmują okres styczeń-czerwiec 2009 r., zaś porównania mówią o dynamice w stosunku do analogicznego okresu roku poprzedniego. Źródła danych zostały przedstawione na końcu części IV niniejszego komentarza.

W związku z wejściem w życie standardu MSSF 8 Segmenty operacyjne, Grupa dostosowała prezentację segmentów działalności w Komentarzu Zarządu i sprawozdaniu finansowym do wymogów tego standardu (szczegóły omówione przy poszczególnych segmentach w części IV niniejszego Komentarza Zarządu i w nocie 4 do skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego). Zarząd pragnie zwrócić uwagę, że w związku z tą zmianą dane wg poszczególnych gałęzi działalności prezentowane w raportach kwartalnych za poprzednie okresy mogą nie być w pełni porównywalne z obecnie prezentowanym podejściem zarządczym.

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

- Według szacunków Grupy Agora SA („Grupa”), w drugim kwartale 2009 r. wydatki na całym rynku reklamy wyniosły 1,89 mld zł (spadek o 17%), zaś w całym pierwszym półroczu 2009 r. wydatki te osiągnęły kwotę 3,5 mld zł, tj. o 13% mniej niż w analogicznym okresie ubiegłego roku. Największy wartościowo spadek wydatków w pierwszym półroczu 2009 r. dotknął rynek reklamy telewizyjnej (o 244 mln zł, tj. 13%). Wydatki na reklamę w internecie wzrosły o 10% i było to jedyne medium, które zanotowało wzrost tych wydatków. Największą dynamikę spadku wydatków na cele reklamowe odnotowały gazety codzienne (o 28%). Wydatki na reklamę w radio spadły o 13%, a w magazynach i na reklamę zewnętrzną odpowiednio 17% i 9%.
- Przychody Grupy wyniosły 572,2 mln zł i spadły o 12,9%. Wpływy ze sprzedaży reklam wyniosły 372,9 mln zł (spadek o 21,2%), ze sprzedaży wydawnictw 97,0 mln zł (spadek o 5,6%), a ze sprzedaży Projektów Specjalnych (w tym kolekcji) 52,1 mln zł (wzrost o 56,5%).
- Przychody ze sprzedaży reklam w *Gazecie Wyborczej* wyniosły 174,8 mln zł i spadły o 33,7%. W samym drugim kwartale 2009 r., przychody ze sprzedaży reklam wyniosły 88,7 mln zł i wzrosły w stosunku do pierwszego kwartału 2009 r. o 3%. Przychody ze sprzedaży egzemplarzy były o 4,8% niższe niż przed rokiem i wyniosły 75,4 mln zł (w samym drugim kwartale spadek ten wyniósł 2,9%). W tym okresie, *Gazeta* sprzedawała średnio 388 tys. egzemplarzy, a jej udział w wydatkach na reklamę w dziennikach wyniósł prawie 39% i spadł o blisko 4 pkt% w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego.
- Przychody ze sprzedaży reklam w bezpłatnej gazecie *Metro* wyniosły 16,3 mln zł i spadły o 10,9%, przy spadku wydatków na reklamę w dziennikach o 28%. Ze względu na mniejszą dynamikę spadku przychodów reklamowych w *Metrze* w porównaniu z rynkiem, bezpłatna gazeta Agory zwiększyła swój udział w wydatkach na reklamę w dziennikach o prawie 1 pkt% do 4%.
- Przychody segmentu Internet wyniosły w pierwszym półroczu 2009 r. 38,6 mln i wzrosły o 13,9%. W maju 2009 r. zasięg serwisów Grupy *Gazeta.pl* wzrósł do poziomu 59,5%, a liczba użytkowników do 9,9 mln osób [6].

- ▶ Przychody Grupy AMS wyniosły 86,4 mln zł i spadły o 7,5%. W samym drugim kwartale 2009 r. przychody AMS wyniosły 48 mln zł i spadły w stosunku do drugiego kwartału 2008 r. o 10,3%. Pomimo spadku przychodów w pierwszym półroczu 2009 r., AMS zwiększył swój udział w wydatkach na reklamę zewnętrzną o 1,4 pkt%, do poziomu 26,8 %.
- ▶ Przychody ze sprzedaży Czasopism wyniosły 47,6 mln zł i spadły o 16%, a EBITDA operacyjna wyniosła 8,9 mln zł. [1]
- ▶ Przychody segmentu Radio wyniosły 40,4 mln zł i spadły o 4,9% w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego, a EBITDA operacyjna wyniosła 1,4 mln zł.
- ▶ Koszty operacyjne netto Grupy wyniosły 551,6 mln zł i spadły o 52,7 mln zł (tj. o 8,7%). W samym drugim kwartale 2009 r., koszty operacyjne Grupy wyniosły 282,9 mln zł, co oznacza spadek o 9,8% w stosunku do drugiego kwartału 2008 r. Spadek ten jest m.in. efektem wdrażanego w Grupie od grudnia 2008 r. programu poprawy efektywności operacyjnej. Największe redukcje nastąpiły w wydatkach na promocję i reklamę (spadek o 32,6%) oraz w kosztach wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników (bez niegotówkowych kosztów związanych z płatnościami w formie papierów wartościowych) (spadek o 3,2%). Ponadto wpływ na spadek kosztów operacyjnych Grupy miały niższe o 3,3 mln zł (tj. o 9,1%) koszty usług druku.
- ▶ EBITDA operacyjna Grupy wyniosła 68,0 mln zł, a marża EBITDA operacyjna wyniosła 11,9%. W samym drugim kwartale 2009 r. EBITDA operacyjna Grupy wyniosła 38,7 mln zł, co oznacza wzrost o 9,4 mln zł w stosunku do pierwszego kwartału 2009 r. Marża operacyjna EBITDA w drugim kwartale 2009 r. wyniosła 13,0%, co oznacza wzrost o 2,3pkt% w stosunku do pierwszego kwartału 2009 r. Zysk netto Grupy przypadający na akcjonariuszy jednostki dominującej wyniósł 13,3 mln zł.
- ▶ Na koniec czerwca 2009 r., Grupa posiadała środki pieniężne w wysokości 246,6 mln zł, na które składały się gotówka i jej ekwiwalenty w wysokości 155,1 mln zł oraz 91,5 mln zł zainwestowane w bezpieczne krótkoterminowe papiery wartościowe.
- ▶ Zadłużenie Grupy wyniosło 131,8 mln zł. Linia kredytowa Grupy dostępna do dalszego wykorzystania wynosiła 200 mln zł.
- ▶ Zgodnie z ogłoszonym w grudniu ubiegłego roku programem poprawy efektywności operacyjnej, Grupa na bieżąco wdraża program ograniczania kosztów, w tym Spółka realizuje program zwolnień grupowych. W pierwszym półroczu 2009 r. liczba wypowiedzeń wręczonych pracownikom Grupy wyniosła 337, a zatrudnienie na dzień 30 czerwca 2009 r. wynosiło 3 317 etatów i było o 356 etatów mniejsze w stosunku do stanu na dzień 31 grudnia 2008 r.

II. CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE I WEWNĘTRZNE ISTOTNE DLA ROZWOJU GRUPY

1. CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE

1.1. Rynek reklamy

Według szacunków Agory, opartych na dostępnych źródłach danych, w drugim kwartale 2009 r. wartość rynku reklamy wyniosła 1,89 mld zł, tj. o 17% mniej niż w drugim kwartale ubiegłego roku. Dla całego pierwszego półrocza 2009 r. wartość rynku reklamy wyniosła 3,5 mld zł, tj. o 13% mniej niż w analogicznym okresie roku ubiegłego. Jedynym rosnącym medium był internet, na który reklamodawcy wydali o 10% więcej niż w pierwszym półroczu 2008 r. (tj. około 424 mln zł). W drugim kwartale 2009 r. wydatki reklamowe w internecie wzrosły o 5% w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. Natomiast sama reklama wymiarowa zanotowała 12% dynamikę spadku w drugim kwartale 2009 r. co przełożyło się na 3% dynamikę spadku w pierwszym półroczu 2009 r.

Przychody stacji telewizyjnych w pierwszym półroczu 2009 r. zanotowały zaskakująco duży spadek o prawie 13%. Przyczyniła się do tego wysoka dynamika spadku tych wydatków w drugim kwartale 2009 r., która pogłębiła się ponad trzykrotnie w stosunku do pierwszego kwartału 2009 r. (spadek o prawie 18%). Główną przyczyną tej sytuacji jest obniżka cen i elastyczna polityka rabatowa stosowana przez stacje telewizyjne jako odpowiedź na zmniejszający się popyt na reklamę.

W pierwszym półroczu 2009 r. reklamodawcy zredukowali wydatki reklamowe przeznaczone na prasę codzienną o prawie 28% do 391 mln zł. Najsilniejsze spadki dotyczyły branż: telekomunikacja (o ponad 30%), motoryzacja (o około 40%), nieruchomości (o ponad 40%) i finanse (spadek o około 50%), a przede wszystkim praca, w której redukcja wydatków pogłębiła się i wyniosła 68%.

W drugim kwartale 2009 r. o 20% spadły wydatki na reklamę w czasopiśmie, co sprawiło, że w całym pierwszym półroczu 2009 r. wydatki te wyniosły 463 mln zł, tj. o prawie 17% mniej niż rok temu.

W całym pierwszym półroczu 2009 r. spadek wydatków na reklamę zewnętrzną wyniósł 9%, przy 10% spadku w drugim kwartale.

Rynek reklamy radiowej zanotował w drugim kwartale 2009 r. 18% spadek wydatków reklamowych. Przełożyło się to na 13% spadek tych wydatków w całym pierwszym półroczu 2009 r.

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

1.2. Konkurencja na rynku dzienników

1.2.1. Sprzedaż egzemplarzy

W pierwszym półroczu 2009 r. rozpowszechnianie płatne razem *Gazety* wyniosło 388 tys. egzemplarzy (spadek o 7%) zaś w drugim kwartale 2009 r. wyniosło ono 379 tys. egzemplarzy tj. o 6,7% mniej niż w analogicznym okresie roku ubiegłego). W omawianym okresie, rozpowszechnianie płatne piątego w rankingu sprzedaży tytułu ogólnopolskiego, *Dziennika* wyniosło 144 tys. egzemplarzy (a w drugim kwartale 2009 r. 140 tys. egzemplarzy). Podkreślić należy, że od początku 2009 r. dane o rozpowszechnianiu płatnym dzienników są przygotowywane według nowej wersji *Regulaminu kontroli* ZKDP. Zmiany dotyczą min. prenumeraty pakietowej (np. *Dziennik* i *Gazeta Prawna*). Obecnie, po spełnieniu określonych w regulaminie warunków, do prenumeraty można zaliczyć wszystkie tytuły z pakietu. W pierwszym półroczu 2009 r., 42% czyli 61 tys. ze 144 tys. rozpowszechnionych płatnie egzemplarzy *Dziennika* była dystrybuowana w ramach tzw. „innych płatnych form rozpowszechniania” (dla drugiego kwartału 2009 r. liczby te wyniosły odpowiednio 44% czyli 61 tys. ze 140 tys.).

W drugim kwartale 2009 r. rozpowszechnianie płatne razem *Rzeczpospolitej* wyniosło 143 tys. egzemplarzy (spadek o 12%), a rozpowszechnianie płatne *Faktu* wyniosło 462 tys. egzemplarzy (spadek o 6%). *Super Express* sprzedał w omawianym okresie 189 tys. egzemplarzy (spadek o 6%).

W całym pierwszym półroczu 2009 r. dane te przedstawiają się w następujący sposób: rozpowszechnianie płatne razem *Rzeczpospolitej* wyniosło 147 tys. egzemplarzy (spadek o 9%), rozpowszechnianie płatne *Faktu* wyniosło 475 tys. egzemplarzy (spadek o 7%) a *Super Expressu* 197 tys. egzemplarzy (spadek o 5%).

Od marca 2009 r. zredukowana została liczba tytułów wydawanych pod szyldem *Polska*. W wyniku decyzji podjętej przez wydawcę, zlikwidowano 9 z 18 wydań *Polski*. Tytuły, które przestały się ukazywać to: *Polska Białystok*, *Polska Gazeta Opolska*, *Polska Kielce*, *Polska Koszalin*, *Polska Kujawy*, *Polska Lubuskie*, *Polska Olsztyn*, *Polska Rzeszów* oraz *Polska Szczecin*. Średnia sprzedaż wszystkich tytułów Polskapresse wydawanych pod szyldem *Polska* w pierwszym półroczu 2009 r. wyniosła 314 tys. egz. [4].

1 czerwca 2009 r. Axel Springer Polska Sp. z o.o. (wydawca gazety codziennej *Dziennik Polska Europa Świat*) i INFOR PL S.A. (wydawca *Gazety Prawnej*) podpisały porozumienie, w wyniku którego Axel Springer Polska Sp. z o.o. obejmie 49% udziałów w INFOR Biznes Sp. z o.o., do której wnieśli m.in. swój tytuł *Dziennik Polska Europa Świat*. Z połączenia *Gazety Prawnej* i *Dziennika*, wedle deklaracji wydawców, powstanie na jesieni nowa gazeta.

W porównaniu z analogicznym okresem zeszłego roku zmieniły się ceny okładowe dzienników. W wyniku dwuetapowej podwyżki ceny, obecnie zwykłe wydanie *Dziennika* kosztuje 2 zł, a wydanie piątkowe i sobotnie 2,5 zł. Codzienne wydanie gazet zrzeszonych pod szyldem *Polska* kosztuje od 1,4 zł do 1,7 zł, a *Rzeczpospolitej* 3,4 zł. W 2009 r. również cena *Gazety* zmieniła się dwukrotnie. W okresie od 2 stycznia do 9 kwietnia 2009 r. codzienne wydanie *Gazety* można było kupić za 1,8 zł. Od 10 kwietnia 2009 r. wydanie codzienne *Gazety* można kupić w cenie 2 zł, a wydania weekendowe (piątkowe i sobotnie) za 2,50 zł. *Gazeta* w prenumeracie teczkowej kosztuje 1,60 zł.

W drugim kwartale 2009 r. ok. 44% rozpowszechniania płatnego *Dziennika* i 19% rozpowszechniania płatnego *Rzeczpospolitej* rozchodziło się w innych płatnych formach rozpowszechniania (między innymi w sprzedaży barterowej, lub w innej formie, która nie jest sprzedażą egzemplarzową ani prenumeratą). Inne płatne formy rozpowszechniania stanowiły w tym okresie jedynie ok. 11 % całkowitego rozpowszechniania płatnego *Gazety*.

Średnio w pierwszym półroczu 2009 r. ok. 42% rozpowszechniania płatnego *Dziennika* i 17 % rozpowszechniania płatnego *Rzeczpospolitej* rozchodziło się w ramach innych płatnych form rozpowszechniania. Dla *Gazety* inne płatne formy rozpowszechniania stanowiły w tym okresie ok. 9% jej całkowitego rozpowszechniania płatnego.

1.2.2. Czytelnicтво

W pierwszym półroczu 2009 r. tygodniowy zasięg czytelniczy *Gazety* wyniósł 14,8% (prawie 4,5 mln czytelników, wg wskaźnika CCS), zaś w drugim kwartale 2009 r. 14,2% (prawie 4,3 mln czytelników, wg wskaźnika CCS). Czytelnicтво tabloidu *Fakt* było na poziomie 15%, a w drugim kwartale 2009 r. na poziomie 14,6%. Czytelnicтво *Super Expressu* osiągnęło średnio w pierwszym półroczu 2009 r. 7,2%, przy 6,8% w samym drugim kwartale. Dobre wyniki czytelnicтва zanotowało *Metro*. W drugim kwartale 2009 r. trafiało ono do prawie 2,3 mln czytelników, tj. 7,6%, a średnio w pierwszym półroczu 2009 r. bezpłatny dziennik Agory trafiał do ponad 2,3 mln czytelników, co dało mu zasięg czytelniczy na poziomie 7,8%. Zasięgi pozostałych ogólnopolskich gazet codziennych, m.in. *Rzeczpospolitej* i *Dziennika* wyniosły odpowiednio 4,1% i 3,8% w pierwszym półroczu 2009 r., zaś w samym drugim kwartale 2009 r. 3,7% i 3,3%. W pierwszym półroczu 2009 r., *Gazetę* czytało średnio dziennie 3 razy więcej czytelników niż *Rzeczpospolitą* i prawie 4 razy więcej niż *Dziennik*.

1.2.3. Wpływy reklamowe

W pierwszym półroczu 2009 r. *Gazeta Wyborcza* odnotowała spadek udziału w wydatkach na reklamę w dziennikach o około 4 pkt% do prawie 39 %. Zmniejszenie udziału *Gazety* w wydatkach na reklamę w dziennikach wynika głównie ze spadku liczby ogłoszeń rekrutacyjnych. Liczba ogłoszeń rekrutacyjnych w dziennikach zmniejszyła się o 59% w pierwszym kwartale 2009 r., a w drugim kwartale trend ten pogłębił się - spadek o 64% (ogłoszenia wymiarowe bez ogłoszeń drobnych, insertów) [3]. Jeśli jednak wyeliminować wpływ spadku przychodów z ogłoszeń rekrutacyjnych, to udział *Gazety* (w pierwszym półroczu 2009 r.) w wydatkach reklamowych w dziennikach nie zmienił się w stosunku do pierwszego półrocza 2008 r.

W pierwszym kwartale 2009 r., wydatki na reklamę w dziennikach spadły o ponad 24%. W drugim kwartale tendencja ta pogłębiła się przynosząc spadek tych wydatków na poziomie prawie 31%. W sumie, w całym pierwszym półroczu 2009 r. wydatki na reklamę w dziennikach spadły o blisko 28%.

Wydatki na reklamę wymiarową w *Gazecie Wyborczej* spadły o prawie 34%, a jej udział w tych wydatkach wyniósł prawie 39% (spadek o około 4 pkt%). Udziały *Faktu* i *Dziennika* w wydatkach na reklamę w dziennikach wyniosły po 6-7% zaś w drugim kwartale 2009 r. wynosiły one odpowiednio po około 7%. Wpływy z reklamy wymiarowej w *Metrze* spadały wolniej niż łączne wydatki na reklamę wymiarową (o 13%). *Metro* po raz kolejny zwiększyło swój udział w wydatkach na reklamę w dziennikach o prawie 1 pkt% tj. do 4%. W sumie, w pierwszym półroczu 2009 r. udział dzienników Agory we wszystkich wydatkach reklamowych w prasie codziennej wyniósł ponad 42,5% i spadł w stosunku do ubiegłego roku o 3pkt%.

2. CZYNNIKI WEWNĘTRZNE

2.1. Przychody

W drugim kwartale 2009 r. Grupa zanotowała spadek przychodów ze sprzedaży o 13,4% do 297,8 mln zł. W stosunku do pierwszego kwartału 2009 r. przychody te wzrosły o 23,4 mln zł. W całym pierwszym półroczu 2009 r., przychody wyniosły 572,2 mln zł. Największym składnikiem przychodów Grupy (65,2%) były wpływy ze sprzedaży usług reklamowych (372,9 mln zł), które spadły o 21,2%. Spadek przychodów reklamowych w *Gazecie* i czasopismach, w pierwszym półroczu 2009 r., odzwierciedla negatywny trend dotyczący wydatków reklamowych w prasie w tym okresie. Spadek przychodów z usług reklamowych w Grupie AMS (o 8%) jest mniej dynamiczny niż rynkowy spadek wydatków na reklamę zewnętrzną.

W drugim kwartale 2009 r., przychody ze sprzedaży Projektów Specjalnych, w tym kolekcji wydawniczych, wyniosły 29,2 mln (wzrost o 167,9%). Oznacza to wzrost w stosunku do pierwszego kwartału 2009 r. o 27,5%. W całym pierwszym półroczu 2009 r. przychody ze sprzedaży Projektów Specjalnych, w tym kolekcji wydawniczych, wyniosły 52,1 mln (wzrost o 56,5%). Zysk operacyjny przedsięwzięcia EBIT wyniósł 12,3 mln. [1].

Wpływy ze sprzedaży wydawnictw spadły o 5,6%, w porównaniu z pierwszym półroczem 2008 r. Spadek ten wynika ze zmniejszenia liczby i efektywności oferty dwucenowej oraz z ogólnej tendencji spadku sprzedaży egzemplarzy prasy codziennej.

W pierwszym półroczu 2009 r., całkowite przychody z działalności internetowej Grupy (wliczając przychody z serwisów i wydawnictw Trader.com (Polska) Sp. z o.o.) wyniosły 38,6 mln zł (wzrost o 13,9% w porównaniu z pierwszym półroczem roku ubiegłego). Udział Trader.com (Polska) Sp. z o.o. w tych przychodach wyniósł 8,3 mln zł.

2.2. Koszty operacyjne

Koszty operacyjne netto Grupy w drugim kwartale 2009 r. wyniosły 282,9 mln zł i spadły o 9,8%, tj. o 30,6 mln zł. W pierwszym półroczu 2009 r. wyniosły one 551,6 mln zł (spadek o 8,7%). Koszty wynagrodzeń i świadczeń w Grupie (bez niegotówkowych kosztów związanych z płatnościami w formie papierów wartościowych), w drugim kwartale 2009 r., wyniosły 67,7 mln zł i spadły o 14%. W całym pierwszym półroczu 2009 r. koszty te wyniosły 139,8 mln zł (spadek o 3,2%). Obniżenie tej pozycji kosztowej wynika przede wszystkim z wdrażanego w Grupie od grudnia 2008 r. planu poprawy efektywności operacyjnej, który zakłada m.in. redukcję zatrudnienia w Grupie o około 400 osób, do 31 października 2009 r. W związku ze zwiększeniem w maju 2009 r. liczby osób objętych zwolnieniami, Spółka zawiązała rezerwę w wysokości 2,3 mln zł, która obciążała jej wynik za drugi kwartał 2009 r. i jest widoczna w wynikach poszczególnych segmentów działalności Spółki. W drugiej połowie 2009 r. będą już częściowo widoczne kolejne efekty prowadzonego w Grupie planu poprawy efektywności operacyjnej. Pełne efekty tego planu będzie można ocenić w 2010 r.

Zatrudnienie etatowe w Grupie na koniec drugiego kwartału 2009 r. wyniosło 3 317 etatów i zmniejszyło się o 188 etatów w stosunku do końca pierwszego kwartału 2009 r.

Koszty reprezentacji i reklamy Grupy wyniosły w drugim kwartale 2009 r. 40,8 mln zł i spadły o 36,2%. W pierwszym półroczu 2009 r. koszty te wyniosły 79,0 mln zł tj. o 38,2 mln zł mniej niż w analogicznym okresie roku ubiegłego. Spadek ten wynika głównie z mniejszej ilości wydań *Gazety Wyborczej* z ofertą dwucenową (w pierwszym półroczu 2009 r. były to 83 wydania, podczas gdy w analogicznym okresie roku ubiegłego wydań takich było 142), z niższych cen zakupu usług reklamowych w mediach oraz z ograniczenia intensywności kampanii reklamowych.

Koszty zużycia materiałów i energii oraz wartości sprzedanych towarów i materiałów wyniosły 120,5 mln zł i wzrosły o 7,3%. Wzrost ten wiąże się przede wszystkim z uruchomieniem większej liczby droższych, seryjnych projektów wydawniczych (Projektów Specjalnych) o wyższym nakładzie i wyższym koszcie wytworzenia.

3. PERSPEKTYWY

3.1. Rynek reklamy

W pierwszym półroczu 2009 r., skutki spowolnienia gospodarczego dotkliwie odbiły się na wpływach reklamowych wszystkich segmentów rynku reklamy. Dynamika spadku wydatków na reklamę w dziennikach pogłębiała się z kwartału na kwartał, głównie ze względu na spadek wpływów ogłoszeniowych z branży praca, nieruchomości oraz finanse. Telewizja odnotowała spadek wpływów reklamowych o prawie 13%. Wydatki na reklamę w radio spadły o 13%. Rynek reklamy zewnętrznej skurczył się o 9%. Wpływy z reklam w czasopismach były niższe o 17% w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego. Jedynym medium, które odnotowało wzrost wpływów reklamowych był internet (wzrost o 10%).

Kondycja rynku reklamy w drugim półroczu 2009 r. i szacunki dla kolejnych lat zależą w istotnej mierze od prognoz PKB dla Polski. Pomimo pozytywnych sygnałów dotyczących wartości PKB dla Polski w 2009 r. prognozy dotyczące wartości rynku reklamy pozostają nadal rozbieżne.

Dlatego też, Spółka nie jest w stanie wiarygodnie oszacować jak będzie rozwijała się sytuacja na rynku reklamy w 2009 r. Biorąc pod uwagę dużą wrażliwość rynku reklamy na zmiany wartości PKB, jak i wysoką zmienność korelacji między tymi dwoma wskaźnikami oraz jej nieprzewidywalność w czasach kryzysu, jakiegokolwiek szacunki wartości rynku reklamy byłyby obciążone dużym ryzykiem błędu. W opinii Spółki nadal nie daje się zauważyć symptomów ożywienia na rynku reklamy w Polsce.

3.2. Koszty operacyjne

3.2.1 Koszty wynagrodzeń i świadczeń dla pracowników

W grudniu ubiegłego roku, podjęto decyzję o przeprowadzeniu w Grupie programu poprawy efektywności operacyjnej. Celem programu realizowanego od grudnia 2008 r. jest dostosowanie Grupy do trudniejszego rynkowo okresu związanego ze spowolnieniem gospodarczym. W ramach wdrażanego planu, Grupa jest w trakcie procesu redukcji zatrudnienia, który potrwa do 31 października 2009 r. Program obejmuje w sumie około 400 osób i w Spółce jest przeprowadzany na zasadzie zwolnień grupowych. Ze względu na zwiększenie liczby osób objętych programem redukcji zatrudnienia, Spółka utworzyła dodatkową rezerwę na koszt realizacji tych zwolnień w wysokości 2,3 mln zł, której koszty obciążą skonsolidowany wynik Grupy za drugi kwartał 2009 r.

Łączna liczba osób, którym wręczono wypowiedzenia w Grupie w pierwszym półroczu 2009 r. wyniosła 337.

3.2.2 Koszty marketingu i promocji

Ze względu na sytuację rynkową, a także zmniejszenie wolumenu produkcji i ograniczenia liczby produktów (zwłaszcza związanych z ofertą dwucenową *Gazety*) w pierwszym półroczu 2009 r., koszty marketingu i promocji spadły o prawie 33%. Należy zwrócić uwagę, że poziom tych wydatków w kolejnych kwartałach jest uzależniony od dynamiki rozwoju poszczególnych mediów, a także rynkowej aktywności i projektów konkurencji planowanych na jesień 2009 r.

3.2.3 Koszty materiałów i energii

W pierwszym półroczu 2009 r., koszty materiałów i energii wzrosły o 0,8%. Wysokość tych kosztów w dużej mierze zależy od kursu wymiany euro do złotego, wolumenu produkcji oraz cen energii. Głównym powodem wzrostu tej pozycji, w omawianym okresie, był wzrost kosztów zużycia energii o prawie 31%. W wyniku mniejszego wolumenu produkcji, pomimo wzrostu cen oraz kursu wymiany EUR/PLN, koszty papieru spadły o 2,2% tj. o 1,4 mln zł.

III. WYNIKI FINANSOWE

1. SPÓŁKI WCHODZĄCE W SKŁAD GRUPY AGORA

Skonsolidowane sprawozdanie Grupy Agora za drugi kwartał 2009 r. obejmuje konsolidację Agory SA, Agory Poligrafii Sp. z o.o., Grupy Art Marketing Syndicate SA („Grupa AMS”), Agory TC Sp. z o.o., Trader.com (Polska) Sp. z o.o., 5 spółek zależnych działających w branży radiowej oraz spółek ukraińskich LLC Agora Ukraine, Agora Press Ltd., a także jednostki współzależnej A2 Multimedia Sp. z o.o.

Szczegółowa lista spółek wchodzących w skład Grupy Agora znajduje się w nocie 14 a przeliczenie wybranych danych finansowych na EURO znajduje się w notach 18 i 20 do sprawozdania finansowego zamieszczonego w tym raporcie.

2. RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT GRUPY AGORA

Tab. 1

w mln zł	II kwartał 2009	II kwartał 2008	% zmiany 2009 do 2008	I półrocze 2009	I półrocze 2008	% zmiany 2009 do 2008
Przychody ze sprzedaży netto	297,8	343,7	(13,4%)	572,2	657,1	(12,9%)
<i>Sprzedaż usług reklamowych (1)</i>	194,1	259,6	(25,2%)	372,9	473,3	(21,2%)
<i>Sprzedaż wydawnictw (1)</i>	47,5	49,5	(4,0%)	97,0	102,8	(5,6%)
<i>Projekty Specjalne (w tym kolekcje wydawnicze)</i>	29,2	10,9	167,9%	52,1	33,3	56,5%
<i>Pozostała sprzedaż</i>	27,0	23,7	13,9%	50,2	47,7	5,2%
Koszty operacyjne netto, w tym:	(282,9)	(313,5)	(9,8%)	(551,6)	(604,3)	(8,7%)
<i>Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów</i>	(65,1)	(51,8)	25,7%	(120,5)	(112,3)	7,3%
<i>Amortyzacja</i>	(20,5)	(20,4)	0,5%	(40,6)	(40,2)	1,0%
<i>Wynagrodzenia i świadczenia (2)</i>	(67,7)	(78,7)	(14,0%)	(139,8)	(144,4)	(3,2%)
<i>Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych</i>	(3,5)	(11,6)	(69,8%)	(7,1)	(23,6)	(69,9%)
<i>Reprezentacja i reklama</i>	(40,8)	(63,9)	(36,2%)	(79,0)	(117,2)	(32,6%)
<i>Plan poprawy efektywności operacyjnej</i>	(2,3)	-	-	(2,3)	-	-
Wynik operacyjny - EBIT	14,9	30,2	(50,7%)	20,6	52,8	(61,0%)
Przychody i koszty finansowe, netto, w tym:	(0,0)	(0,5)	(100,0%)	0,8	2,8	(71,4%)
<i>Przychody z krótkoterminowych inwestycji</i>	2,6	5,6	(53,6%)	5,7	11,4	(50,0%)
<i>Koszty kredytów i pożyczek</i>	(2,1)	(2,6)	(19,2%)	(4,6)	(4,8)	(4,2%)
<i>Różnice kursowe per saldo</i>	(0,5)	(3,2)	(84,4%)	-	(3,3)	-
Udział w jednostkach współkontrolowanych	(0,2)	(0,5)	(60,0%)	(0,4)	(0,7)	(42,9%)
Zysk brutto	14,7	29,2	(49,7%)	21,0	54,9	(61,7%)
Podatek dochodowy	(2,9)	(7,6)	(61,8%)	(8,2)	(14,8)	(44,6%)
Zysk netto	11,8	21,6	(45,4%)	12,8	40,1	(68,1%)
Przypadający na:						
Akcjonariuszy jednostki dominującej	12,2	21,5	(43,3%)	13,3	40,2	(66,9%)
Udziały mniejszości	(0,4)	0,1	-	(0,5)	(0,1)	400,0%
marża EBIT (EBIT/Przychody)	5,0%	8,8%	(3,8pkt %)	3,6%	8,0%	(4,4pkt %)
EBITDA	35,2	50,4	(30,2%)	60,9	92,7	(34,3%)
marża EBITDA (EBITDA/Przychody)	11,8%	14,7%	(2,9pkt %)	10,6%	14,1%	(3,5pkt %)
EBITDA operacyjna (2)	38,7	62,0	(37,6%)	68,0	116,3	(41,5%)
marża EBITDA operacyjna (EBITDA operacyjna/Przychody)	13,0%	18,0%	(5,0pkt %)	11,9%	17,7%	(5,8pkt %)

(1) z wyłączeniem przychodów z tytułu Projektów Specjalnych;

(2) z wyłączeniem niegotówkowych kosztów związanych z płatnościami w formie papierów wartościowych.

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”).

2.1. Wyniki wg głównych segmentów Grupy Agora SA za dwa kwartały narastająco 2009 r.

W związku z wejściem w życie standardu *MSSF 8 Segmenty operacyjne*, Grupa dostosowała prezentację segmentów w Komentarzu Zarządu i sprawozdaniu finansowym do wymogów tego standardu (szczegóły omówione przy poszczególnych segmentach w części IV niniejszego Komentarza Zarządu i w nocie 4 do śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego).

Zarząd pragnie zwrócić uwagę, że w związku z tą zmianą dane wg poszczególnych gałęzi działalności prezentowane w raportach kwartalnych za poprzednie okresy mogą nie być w pełni porównywalne z obecnie prezentowanym podejściem zarządczym.

Tab. 2

w mln zł	Prasa codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Pozycje uzgadniające (3)	Razem (dane skonsoli- dowane) I półrocze 2009
Przychody ze sprzedaży (4)	362,5	38,6	47,6	86,4	40,4	(3,3)	572,2
<i>Udział %</i>	63,4%	6,7%	8,3%	15,1%	7,1%	(0,6%)	100,0%
Koszty operacyjne, netto (4)	(296,8)	(43,9)	(39,2)	(87,7)	(40,9)	(43,1)	(551,6)
EBIT	65,7	(5,3)	8,4	(1,2)	(0,5)	(46,5)	20,6
Przychody i koszty finansowe							0,8
Udział w jednostkach współkontrolowanych							(0,4)
Podatek dochodowy							(8,2)
Zysk netto za okres							12,8
Przypadający na:							
Akcjonariuszy jednostki dominującej							13,3
Udziały mniejszości							(0,5)
EBITDA	79,4	(2,2)	8,6	10,5	1,0	(36,4)	60,9
EBITDA operacyjna (1)	82,7	(2,0)	8,9	11,1	1,4	(34,1)	68,0
Wydatki inwestycyjne (2)	(2,2)	(2,8)	(0,1)	(7,2)	(1,8)	(8,7)	(22,8)

(1) z wyłączeniem niegotówkowych kosztów związanych z płatnościami w formie papierów wartościowych;

(2) na podstawie zaksięgowanych w danym okresie faktur;

(3) pozycje uzgadniające zawierają dane nieujęte w poszczególnych segmentach, m.in. pozostałe przychody i koszty pionów wspomagających Agory SA, Agorę TC Sp. z o.o., wyłączenia konsolidacyjne oraz inne korekty uzgadniające dane prezentowane w raportach zarządczych do skonsolidowanych danych finansowych Grupy Agora;

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

2.2. Przychody i koszty finansowe

Na wynik na działalności finansowej Grupy w pierwszym półroczu 2009 r. negatywny wpływ miały głównie prowizje i odsetki związane z kredytem bankowym.

3. BILANS GRUPY AGORA

Tab. 3

w mln zł	30.06.2009	31.03.2009	% zmiany do 31.03.2009	31.12.2008	30.06.2008*
Aktywa trwałe	1 045,0	1 054,9	(0,9%)	1 065,8	1 064,4
<i>udział w sumie bilansowej</i>	67,6%	67,1%	0,5pkt %	66,7%	64,3%
Aktywa obrotowe	500,3	516,4	(3,1%)	532,7	590,8
<i>udział w sumie bilansowej</i>	32,4%	32,9%	(0,5pkt %)	33,3%	35,7%
RAZEM AKTYWA	1 545,3	1 571,3	(1,65%)	1 598,5	1 655,2
Kapitał własny przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej	1 168,9	1 158,1	0,9%	1 167,2	1 251,4
<i>udział w sumie bilansowej</i>	75,6%	73,7%	1,9pkt %	73,0%	75,6%
Udziały mniejszości	(0,7)	-	-	(0,1)	(0,6)
<i>udział w sumie bilansowej</i>	-	-	-	-	-
Zobowiązania i rezerwy długoterminowe	119,0	127,1	(6,4%)	138,5	158,3
<i>udział w sumie bilansowej</i>	7,7%	8,1%	(0,4pkt %)	8,7%	9,6%
Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe	258,1	286,1	(9,8%)	292,9	246,1
<i>udział w sumie bilansowej</i>	16,7%	18,2%	(1,5pkt %)	18,3%	14,8%
RAZEM PASywa	1 545,3	1 571,3	(1,65%)	1 598,5	1 655,2

* W związku ze zmianą prezentacji aktywów i rezerwy z tytułu podatku odroczonego w sprawozdaniu rocznym za 2008 r., dane porównywalne na 30 czerwca 2008 r. zostały przekształcone.

3.1. Aktywa trwałe

Spadek wartości aktywów trwałych, w porównaniu do stanu z 31 marca 2009 r., wynika głównie z odpisów amortyzacyjnych wartość rzeczowych aktywów trwałych.

3.2. Aktywa obrotowe

Na zmianę wartości aktywów obrotowych, w stosunku do 31 marca 2009 r., wpływ miały m.in.: wzrost stanu zapasów, spadek należności krótkoterminowych oraz spadek należności z tytułu podatku dochodowego.

3.3. Zobowiązania i rezerwy długoterminowe

Spadek salda zobowiązań i rezerw długoterminowych, w stosunku do 31 marca 2009 r. jest spowodowany głównie przekwalifikowaniem 10,7 mln zł zobowiązań z tytułu kredytu bankowego Agory SA z zobowiązań długoterminowych do krótkoterminowych.

3.4. Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe

Na spadek wartości zobowiązań i rezerw krótkoterminowych, w stosunku do 31 marca 2009 r., wpłynęły m.in.:

- spadek zobowiązań krótkoterminowych (o 18,8 mln zł),
- spadek krótkoterminowych rozliczeń międzyokresowych (o 7,9 mln zł).

W pierwszym półroczu 2009 r. Agora SA podpisała nowy aneks do umowy kredytowej z bankiem Pekao SA oraz spłaciła dwie kwartalne raty wykorzystanej w latach ubiegłych linii kredytowej. W drugim kwartale 2009 r. AMS spłacił również 1,4 mln zł kredytu w rachunku bieżącym w ramach umowy o limit wierzycelności.

4. PRZEPIŁYWKY ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH GRUPY AGORA

Tab. 4

w mln zł	II kwartał 2009	II kwartał 2008	% zmiany 2009 do 2008	I półrocze 2009	I półrocze 2008	% zmiany 2009 do 2008
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	26,2	28,4	(7,7%)	65,8	82,2	(20,0%)
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(44,3)	(145,7)	(69,6%)	(126,8)	(111,8)	13,4%
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	(23,1)	(4,5)	413,3%	(47,6)	(6,6)	621,2%
Razem przepływy pieniężne netto	(41,2)	(121,8)	(66,2%)	(108,6)	(36,2)	200,0%
Środki pieniężne na koniec okresu	155,1	301,4	(48,5%)	155,1	301,4	(48,5%)

Na dzień 30 czerwca 2009 r., Grupa dysponowała środkami pieniężnymi w wysokości 246,6 mln zł, na które składały się gotówka i jej ekwiwalenty w wysokości 155,1 mln zł (kasa, rachunki bankowe i depozyty bankowe) oraz 91,5 mln zł zainwestowane w bezpieczne krótkoterminowe papiery wartościowe.

Agora, ani żadna ze spółek wchodząca w skład Grupy Agora nie jest i nie była w pierwszym półroczu 2009 r. zaangażowana w opcje walutowe, ani żadne inne instrumenty pochodne.

Biorąc pod uwagę posiadane środki własne oraz dostępną linię kredytową, z której na dzień sporządzenia niniejszego raportu kwartalnego, Spółka może jeszcze wykorzystać 200 mln zł, Grupa nie przewiduje wystąpienia problemów z płynnością finansową w związku z realizacją planów inwestycyjnych.

4.1. Działalność operacyjna

W pierwszym półroczu 2009 r. przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej były niższe głównie ze względu na wypracowany niższy zysk operacyjny.

4.2. Działalność inwestycyjna

Ujemne przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej w pierwszym półroczu 2009 r., to głównie efekt nabycia krótkoterminowych papierów wartościowych oraz poniesionych nakładów inwestycyjnych.

4.3. Działalność finansowa

W pierwszym półroczu 2009 r. przepływy pieniężne z działalności finansowej zawierały głównie wydatki związane z programem skupu akcji własnych (19 mln zł) oraz spłatą dwóch kwartalnych rat wykorzystanej w latach ubiegłych linii kredytowej Agory SA (21,4 mln zł). W samym drugim kwartale 2009 r. Spółka na program skupu akcji własnych wydała 7,6 mln zł, a AMS SA spłacił 1,4 mln zł kredytu w rachunku bieżącym.

5. WYBRANE WSKAŹNIKI FINANSOWE [5]

Tab. 5

	II kwartał 2009	II kwartał 2008	% zmiany 2009 do 2008	I półrocze 2009	I półrocze 2008	% zmiany 2009 do 2008
Wskaźniki rentowności						
rentowność sprzedaży netto	4,1%	6,3%	(2,2pkt %)	2,3%	6,1%	(3,8pkt %)
rentowność sprzedaży brutto	40,1%	48,3%	(8,2pkt %)	39,5%	46,1%	(6,6pkt %)
rentowność kapitału własnego	4,2%	6,9%	(2,7pkt %)	2,3%	6,5%	(4,2pkt %)
Wskaźniki efektywności						
szybkość obrotu zapasów	10 dni	7 dni	42,9%	10 dni	8 dni	25,0%
szybkość obrotu należności	66 dni	64 dni	3,1%	71 dni	67 dni	6,0%
szybkość obrotu zobowiązań	50 dni	41 dni	22,0%	52 dni	45 dni	15,6%
Wskaźnik płynności						
wskaźnik płynności	1,9	2,4	(20,8%)	1,9	2,4	(20,8%)
Wskaźniki finansowania						
stopa zadłużenia (1)	-	-	-	-	-	-
wskaźnik pokrycia odsetek	9,5	13,2	(28,0%)	5,7	12,0	(52,5%)
kasowy wskaźnik pokrycia odsetek	7,5	(0,2)	-	7,8	5,7	36,8%

(1) na dzień 30 czerwca 2009 r. i 30 czerwca 2008 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]

W związku z wejściem w życie standardu MSSF 8 *Segmenty operacyjne*, Grupa dostosowała prezentację segmentów działalności w Komentarzu Zarządu i sprawozdaniu finansowym do wymogów tego standardu. Prezentowane dane porównywalne za okresy poprzednie zostały odpowiednio przekształcone. Zarząd pragnie zwrócić uwagę, że w związku z tą zmianą, dane wg poszczególnych działalności prezentowane w raportach kwartalnych za poprzednie okresy mogą nie być w pełni porównywalne z obecnie prezentowanym podejściem zarządczym. Segment Prasa Codzienna obejmuje skonsolidowane pro-forma dane dotyczące *Gazety Wyborczej*, *Metra*, Projektów Specjalnych, Pionu Druk Agory SA oraz Agory Poligrafii Sp. z o.o.

Tab. 6

w mln zł	II kwartał 2009	II kwartał 2008	% zmiany 2009 do 2008	I półrocze 2009	I półrocze 2008	% zmiany 2009 do 2008
Łączne przychody	186,6	218,9	(14,8%)	362,5	435,8	(16,8%)
Przychody ze sprzedaży wydawnictw	37,6	38,5	(2,3%)	76,1	79,7	(4,5%)
w tym <i>Gazeta Wyborcza</i>	37,1	38,2	(2,9%)	75,4	79,2	(4,8%)
Przychody ze sprzedaży reklam (1)	97,3	150,1	(35,2%)	192,4	283,7	(32,2%)
w tym <i>Gazeta Wyborcza</i> (2)	88,7	139,5	(36,4%)	174,8	263,7	(33,7%)
w tym <i>Metro</i>	7,9	9,6	(17,7%)	16,3	18,3	(10,9%)
Projekty specjalne (w tym: kolekcje wydawnicze)	29,4	10,9	169,7%	52,3	33,3	57,1%
Pozostałe przychody	22,3	19,4	14,9%	41,7	39,1	6,6%
Razem koszty operacyjne, w tym:	(152,8)	(175,6)	(13,0%)	(296,8)	(346,9)	(14,4%)
Materiały, energia, towary i usługi poligraficzne	(68,6)	(57,6)	19,1%	(127,8)	(123,0)	3,9%
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (3)	(32,8)	(39,8)	(17,6%)	(66,2)	(73,5)	(9,9%)
Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych (5)	(1,6)	(6,2)	(74,2%)	(3,3)	(12,5)	(73,6%)
Amortyzacja	(6,9)	(9,6)	(28,1%)	(13,7)	(19,4)	(29,4%)
Reprezentacja i reklama (1) (4)	(26,1)	(45,2)	(42,3%)	(52,5)	(84,7)	(38,0%)
Plan poprawy efektywności operacyjnej	(1,4)	-	-	(1,4)	-	-
EBIT	33,8	43,3	(21,9%)	65,7	88,9	(26,1%)
marża EBIT	18,1%	19,8%	(1,7pkt %)	18,1%	20,4%	(2,3pkt %)
EBITDA	40,7	52,9	(23,1%)	79,4	108,3	(26,7%)
marża EBITDA	21,8%	24,2%	(2,4pkt %)	21,9%	24,9%	(3,0pkt %)
EBITDA operacyjna (3)	42,3	59,1	(28,4%)	82,7	120,8	(31,5%)
marża EBITDA operacyjna	22,7%	27,0%	(4,3pkt %)	22,8%	27,7%	(4,9pkt %)

(1) 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;

(2) podane kwoty uwzględniają tylko część wpływów z reklamowych ofert dwumediálních (publikowanych zarówno w tradycyjnej Gazecie jak i wortalach internetowych *GazetaPraca.pl*, *GazetaDom.pl* i *Komunikaty.pl*) przypisaną drukowanemu wydaniu Gazety;

(3) z wyłączeniem niegotówkowych kosztów związanych z płatnościami w formie papierów wartościowych;

(4) 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;

(5) w 2008 r. całość niegotówkowych kosztów związanych z płatnościami w formie papierów wartościowych dotyczących Pionu Internet, prezentowana była w ramach całej gałęzi działalności Prasa Codzienna i Internet.

1. GAZETA WYBORCZA

1.1. Przychody

1.1.1. Sprzedaż prasy

W pierwszym półroczu 2009 r. *Gazeta* utrzymała pozycję lidera wśród dzienników opiniotwórczych. W drugim kwartale 2009 r. średnie rozpowszechnianie płatne *Gazety* wyniosło 379 tys. egzemplarzy (spadek o 6,7%), a w całym pierwszym półroczu 2009 r. średnie rozpowszechnianie płatne *Gazety* wyniosło 388 tys. egzemplarzy i było o 7,2% niższe niż w pierwszym półroczu 2008 r. Spadek ten wynika przede wszystkim ze zmniejszenia liczby i wpływu wydań w wyższej cenie (w ramach oferty dwucenowej) oraz z ogólnej tendencji spadku sprzedaży egzemplarzy prasy codziennej. Wpływy ze sprzedaży egzemplarzy *Gazety* spadły w omawianym okresie o 4,8% (w tym, w drugim kwartale 2009 r. o 2,9%). W pierwszym półroczu 2009 r., liczba wydań *Gazety* z ofertą dwucenową wyniosła 83, zaś w pierwszym półroczu 2008 r. wyniosła ona 142.

W 2009 r. dwukrotnie podniesiona została cena okładowa *Gazety*. Od 2 stycznia 2009 r. wynosiła ona 1,80 zł. Druga podwyżka ceny nastąpiła od 10 kwietnia 2009 r. W jej rezultacie, obecnie, cena okładowa wydania codziennego *Gazety* wynosi 2 zł, a wydania weekendowego (piątkowego i sobotniego) 2,50 zł. Cena w prenumeracie teczkowej wynosi 1,60 zł dla każdego wydania. Pomimo zmiany ceny, *Gazeta* kosztuje tyle, co *Dziennik* i jest nadal istotnie tańsza od *Rzeczpospolitej*, która kosztuje 3,40 zł oraz od *Gazety Prawnej*, która kosztuje 3,50 zł.

1 czerwca 2009 r. Axel Springer Polska Sp. z o.o. (wydawca gazety codziennej *Dziennik Polska Europa Świat*) i INFOR PL S.A. (wydawca *Gazety Prawnej*) podpisały porozumienie, w wyniku którego Axel Springer Polska obejmie 49% udziałów w INFOR Biznes Sp. z o.o., do której wniesie m.in. swój tytuł *Dziennik Polska Europa Świat*. Z połączenia *Gazety Prawnej* i *Dziennika*, wedle deklaracji wydawców, powstanie na jesieni nowa gazeta.

1 marca 2009 r. Polskapresse Sp. z o.o. podjęła decyzję o zamknięciu 9 z 18 regionalnych wydań dziennika *Polska*. W drugim kwartale 2009 r. rozpowszechnianie płatne razem dzienników Polskapresse Sp. z o.o. zrzeszonych pod szyldem *Polska* wyniosło łącznie 304 tys. egz. W porównaniu z drugim kwartałem 2008 r., łączne rozpowszechnianie płatne tytułów Polskapresse, bez zamkniętych tytułów, było o 35 tys. mniejsze tj. o 10%.

W drugim kwartale 2009 r. wskaźniki tygodniowego czytelnictwa dla poszczególnych dzienników wyniosły: *Gazeta Wyborcza* 14,2%, *Rzeczpospolita* 3,7%, *Dziennik* 3,3%, *Metro* 7,6%. W tym okresie wskaźniki tygodniowego czytelnictwa tabloidów *Fakt* i *Super Express* wyniosły odpowiednio 14,6% i 6,8%.

W pierwszym półroczu 2009 r., *Gazeta Wyborcza* zanotowała wskaźniki tygodniowego czytelnictwa na poziomie 14,8% i była najpoczytniejszym dziennikiem opiniotwórczym w Polsce - *Rzeczpospolita* osiągnęła 4,1%, a *Dziennik* 3,8%. *Metro* czytane było przez 7,8% badanej populacji kraju. Tabloidy *Fakt* i *Super Express* uzyskały wskaźniki czytelnictwa odpowiednio: 15% i 7,2%.

W pierwszym półroczu 2009 r., *Gazeta Wyborcza* zdobyła główną nagrodę w kategorii *Prasowa Okładka Roku* i nagrodę *ArtFront* w kategorii *Gazety Ogólnopolskie* w prestiżowym konkursie *GrandFront 2008*. *Gazeta* została wyróżniona w konkursie *GrandFront* już po raz szesnasty.

Ponadto, akcja *Próbne matury* zorganizowana przez *Gazetę Wyborczą* i wydawnictwo Operon, przy współpracy radia *RMF FM* i portalu *Gazeta.pl*, zdobyła nagrodę pierwszego stopnia w prestiżowym międzynarodowym konkursie *INMA Awards 2009*. *Gazeta* zdobyła też nagrodę drugiego stopnia za wyjątkowy i intrygujący sposób, w jaki zachęca czytelników do lektury cykli redakcyjnych, np. *Siedem wyborów Wałęsy*, *Polska to nie jest kraj dla starych ludzi*, *Irak: Polacy na wojnie* i *Kim jest generał* (o gen. Wojciechu Jaruzelskim).

W maju, w związku z obchodami dwudziestolecia istnienia *Gazety Wyborczej*, przygotowana została urodzinowa kampania wizerunkowa, ukazał się specjalny dodatek, a także organizowane były konkursy dla czytelników.

1.1.2. Sprzedaż reklam

W pierwszym półroczu 2009 r., przychody netto *Gazety* z całej działalności reklamowej zawierającej ogłoszenia wymiarowe, drobne i inserty wyniosły 174,8 mln zł i były o 33,7% niższe niż w analogicznym okresie roku ubiegłego. Dane te uwzględniają tylko część wpływów z reklamowych ofert dwumediálních (publikowanych zarówno w tradycyjnej *Gazecie* jak i wortalach internetowych (*GazetaPraca.pl*, *GazetaDom.pl* i *Komunikaty.pl*) przypisaną drukowanemu wydaniu *Gazety*.

W drugim kwartale 2009 r. udział *Gazety* w wydatkach na wszystkie ogłoszenia wymiarowe w dziennikach wyniósł 38% i spadł o 3,5pkt%. W pierwszym półroczu 2009 r., udział ten w wydatkach na wszystkie ogłoszenia wymiarowe w dziennikach wyniósł prawie 39% i spadł o blisko 4 pkt% w stosunku do pierwszego półrocza 2008 r. Przyczyną tego spadku jest przede wszystkim znaczący spadek liczby ogłoszeń rekrutacyjnych, w których *Gazeta* jest liderem rynkowym. W pierwszym półroczu 2009 r., liczba ogłoszeń rekrutacyjnych w dziennikach zmniejszyła się o 61% w stosunku do analogicznego okresu 2008 r. (ogłoszenia wymiarowe bez ogłoszeń drobnych, insertów) [3]. Po wyłączeniu ogłoszeń branży praca *Gazeta* utrzymała udział w wydatkach na ogłoszenia wymiarowe w dziennikach w pierwszym półroczu 2009 r.

Udział *Gazety* w wydatkach na reklamę w dziennikach ogólnopolskich wyniósł około 40% i spadł o 3,5 pkt % w stosunku do pierwszego półrocza 2008 r. W drugim kwartale udział ten wynosił około 39% i spadł o 4pkt%.

Gazeta zmniejszyła swój udział w wydatkach na reklamę w dziennikach stołecznych (ogłoszenia wymiarowe bez ogłoszeń drobnych, insertów i nekrologów) o około 1,5 pkt% oraz o około 2,5 pkt%, jeśli chodzi o udział w wydatkach na reklamę w dziennikach lokalnych (pozawarszawskich). W drugim kwartale 2009 r. udział *Gazety* w wydatkach na reklamę w dziennikach stołecznych (ogłoszenia wymiarowe bez ogłoszeń drobnych, insertów i nekrologów) spadł o 1,5pkt% oraz o 2pkt % w wydatkach na reklamę w dziennikach lokalnych (pozawarszawskich).

Szacunki dotyczące udziałów w wydatkach na reklamę mogą być jednak obciążone błędem, co jest związane ze znaczącą presją rabatową ze strony ogloszeniodawców. Wraz z uzyskiwaniem dokładniejszych informacji rynkowych w kolejnych kwartałach, Spółka może skorygować szacunki dotyczące tych udziałów.

W pierwszym półroczu 2009 r., udział stron ogłoszeniowych w sumie objętości *Gazety* wyniósł około 39% (mniej o około 7 pkt % niż w pierwszym półroczu 2008 r.), zaś średnia dzienna publikowana liczba stron ogłoszeniowych płatnych we wszystkich krajowych i lokalnych wydaniach *Gazety* wyniosła około 203 i była niższa o około 23% w stosunku do analogicznego okresu 2008 r.

1.1.3. Projekty Specjalne

Tab. 7

w mln zł	I kwartał 2008	II kwartał 2008	III kwartał 2008	IV kwartał 2008	I kwartał 2009	II kwartał 2009
Przychody ze sprzedaży kolekcji wydawniczych	22,4	10,9	6,7	23,2	22,9	29,4

W pierwszym półroczu 2009 r. Agora realizowała osiem projektów seryjnych oraz dziewiętnaście projektów jednorazowych. W tym okresie Spółka sprzedała około 2,9 mln książek i książek z dołączonymi płytami DVD i CD.

W omawianym okresie kontynuowane były dwa projekty seryjne z 2008 r.: *Dzieła Stanisława Lema* oraz kolekcja *Queen*, a także realizowano nowe projekty: serię książek z płytami CD oraz DVD pod tytułem *Wielkie Opery*, *Multikurs Językowy* z płytami CD, serię przewodników *Miasta marzeń*, kolekcję *Święte Księgi*, wydane z okazji dwudziestolecia *Gazety Wyborczej Dzieła wybrane Adama Michnika* oraz kolekcję książek *Religie Świata*.

Wśród dziewiętnastu, zrealizowanych przez Agorę w pierwszym półroczu 2009 r., projektów jednorazowych znalazło się pięć książek z dołączonymi płytami CD, między innymi: *Chopin/Jagodziński Sonata b-moll* oraz *Nasz Niemen* – zbiór najlepszych utworów Czesława Niemena wybranych przez słuchaczy *Radia Złote Przeboje* oraz czytelników *Gazety Wyborczej* i portalu *Gazeta.pl*, jedna książka z płytą DVD *Charlie Chaplin z muzyką Krzesimira Dębskiego*, dziewięć samodzielnych pozycji książkowych, między innymi *Spacer Poranny* Ryszarda Kapuścińskiego, album ze zdjęciami *Dużo kobiet* Mikołaja Grynberga, album fotograficzny *Od 20 lat z Gazetą Wyborczą*, album *Upadek Peerelu. 1986-1989*, a także cztery albumy muzyczne, między innymi *Smooth Festival Złote Przeboje Bydgoszcz 2009* oraz *Voo i Haydamaky*.

1.1.4. Pozostałe przychody

Przychody ze sprzedaży usług poligraficznych od klientów zewnętrznych wzrosły w pierwszym półroczu 2009 r. o 6%, głównie na skutek zwiększenia wolumenu zamówień (w samym drugim kwartale o 13%).

1.2. Koszty

1.2.1. Koszty druku Gazety Wyborczej

Tab. 8

w mln zł	II kwartał 2009	II kwartał 2008	% zmiany 2009 do 2008	I półrocze 2009	I półrocze 2008	% zmiany 2009 do 2008
Koszty stałe, w tym:	9,8	14,4	(31,9%)	20,4	27,7	(26,4%)
<i>Amortyzacja</i>	3,4	6,1	(44,3%)	7,1	12,3	(42,3%)
Koszty zmienne, w tym:	32,7	35,8	(8,7%)	64,3	71,5	(10,1%)
<i>Papier</i>	26,2	29,5	(11,2%)	52,4	58,7	(10,7%)
RAZEM koszty stałe i zmienne	42,5	50,2	(15,3%)	84,7	99,2	(14,6%)

Spadek kosztów papieru w pierwszym półroczu 2009 r. (podobnie jak w samym drugim kwartale) wynikał z mniejszych nakładów oraz mniejszych objętości drukowanych egzemplarzy, co przeważało nad wzrostem cen papieru (w tym, ze względu na wyższy kurs wymiany euro do złotego).

1.2.2. Koszty reprezentacji i reklamy

W pierwszym półroczu 2009 r. koszty reprezentacji i reklamy spadły o 38%. Spadek ten wynika głównie z niższych kosztów promocji będących rezultatem ograniczenia liczby i intensywności kampanii reklamowych oraz niższych cen reklam. Do obniżenia wysokości kosztów reprezentacji i reklamy przyczyniły się również niższe koszty produktów w ramach ofert dwucenowych, głównie ze względu na mniejszą liczbę tych produktów i niższy wolumen produkcji. Zmiana formy wydawania, oferowanych wraz z *Gazetą*, bezpłatnych insertów przyczyniła się również w istotny sposób do zmniejszenia tej pozycji kosztowej.

2. PRASA BEZPŁATNA

Zarówno w drugim kwartale jak i w całym pierwszym półroczu 2009 r. *Metro* zanotowało bardzo dobre wyniki czytelnictwa. Było ono czytane przez 7,6% ogółu Polaków w ciągu tygodnia (prawie 2,3 mln osób) w drugim kwartale, a w pierwszym półroczu 2009 r. przez 7,8% ogółu Polaków w ciągu tygodnia (ponad 2,3 mln osób).

W pierwszym półroczu 2009 r. w kraju, *Metro* zajmuje trzecie miejsce wśród dzienników ogólnopolskich ze średnim dziennym czytelnictwem na poziomie 1,3 mln osób (4,3%). *Metro* czytało zatem 2 razy więcej osób niż *Rzeczpospolitą* i ponad 2,5 raza więcej niż *Dziennik*.

Pomimo, że wydatki na reklamę w dziennikach w pierwszym półroczu 2009 r. spadły o 28%, wpływy *Metra* spadły o 10,9%, w tym wpływy z reklam wymiarowych spadły o 13%. Tym samym, *Metro* powiększyło udziały w wydatkach na ogłoszenia wymiarowe w dziennikach krajowych i lokalnych o prawie 1 pkt% do 4%. Na rynku stołecznym *Metro* awansowało na drugą pozycję pod względem udziałów w wydatkach na ogłoszenia wymiarowe, a udział *Metra* był większy od łącznego udziału w tych wydatkach *Dziennika* i *Faktu*. W samym drugim kwartale 2009 r. wpływy reklamowe *Metra* spadły o 17,7%, w tym wpływy z reklam wymiarowych o 19%. W drugim kwartale *Metro* powiększyło swój udział w wydatkach na reklamę w dziennikach o 0,5pkt% do ponad 3,5%. Na rynku stołecznym udział *Metra* wyniósł ponad 11% i wzrósł o 4 pkt% do analogicznego okresu ubiegłego roku.

Metro stale poszerza ofertę dla ogłoszeniodawców, szczególnie o niestandardowe rozwiązania. Przykładem takiej nowości w ofercie jest, m. in., możliwość zamieszczenia reklamy w formie okładki do *Metra* na wysokiej jakości papierze powlekanym. Z takiej formy promocyjnej jako pierwsza skorzystała międzynarodowa sieć sklepów z odzieżą H&M.

W czerwcu b.r. ruszył serwis internetowy projektu mTarget - usługi z zakresu ambient media i BTL, dostępnej w portfolio pionu Prasy Bezpłatnej Agory od stycznia tego roku. Serwis ten nie tylko prezentuje ofertę reklamową i zakres świadczonych usług, ale pozwala też na zapoznanie się z przykładowymi realizacjami usługi mTarget. W ramach projektu zostały wprowadzone nowe oferty np. mTargety - pakiety precyzyjnego dotarcia do ściśle wyselekcjonowanych grup docelowych oraz flagi promocyjne jako atrakcyjna forma reklamy na ulicach wielkich miast.

W marcu 2009 r. dziennik *Metro* uruchomił odnowioną stronę internetową *eMetro.pl*. Serwis zyskał nowy wygląd, umożliwia też szybsze i łatwiejsze dotarcie do najważniejszych informacji z papierowego wydania *Metra*. Najważniejszą funkcjonalnością odnowionego serwisu *eMetro.pl* jest interakcja i szybki kontakt z czytelnikami - mogą oni nie tylko wysłać informacje do redakcji, ale również współtworzyć serwis. Na *eMetro.pl* pojawiają się najciekawsze listy, zdjęcia zrobione przez czytelników, a także interwencje, którymi zajmowali się dziennikarze *Metra*. Stałym elementem serwisu *eMetro.pl* jest również rozwijający się portal społecznościowy dla miłośników zwierząt - *Cafeanimal.pl*.

W pierwszym półroczu 2009 r. *Metro* konsekwentnie rozwijało linię redakcyjną gazety skierowanej do młodego pokolenia Polaków. Na łamach dziennika pojawiły się m.in. cykle redakcyjne o pokoleniu singli i szkolnictwie wyższym. Cykl redakcyjny dotyczący zaufania społecznego zapoczątkował akcję - *Szkoła Zaufania Metra* - realizowaną we współpracy z ekspertami i czytelnikami gazety.

31 maja 2009 r., jako zwieńczenie debaty *Jaka Polska 2029* prowadzonej na łamach *Metra*, odbyły się obrady Okrągłego Stołu z udziałem młodych przedstawicieli świata nauki, mediów, organizacji pozarządowych i pracodawców. Celem akcji prowadzonej wspólnie ze Stowarzyszeniem Polska Młodych było wytypowanie razem z czytelnikami *Metra* pięciu najważniejszych celów dla Polski. 4 czerwca 2009 r., w dwudziestą rocznicę pierwszych wolnych wyborów, zorganizowano, z inicjatywy Stowarzyszenia Polska Młodych, e-głosowanie, w którym wzięło udział blisko 19 tys. osób.

Metro zostało uhonorowane za akcję *Okrągły Stół 2009* wyróżnieniem jury na międzynarodowym konkursie *World Young Reader Prize* organizowanym przez WAN-IFRA (*World Association of Newspapers and News Publishers*).

18 czerwca 2009 r. dziennik *Metro*, po raz drugi z rzędu, uzyskał tytuł *Marki Wysokiej Reputacji*, w kategorii *Media*, przyznawany w ramach *Niezależnego Rankingu Reputacji Marek w Polsce - Premium Brand*.

W drugim kwartale 2009 r. *Metro* zanotowało stratę operacyjną na poziomie EBITDA operacyjna w wysokości 0,7 mln zł, a w pierwszym półroczu 2009 r. w wysokości 0,9 mln zł.[1].

IV.B. INTERNET [1] [6]

W związku z wejściem w życie standardu MSSF 8 *Segmenty operacyjne*, Grupa dostosowała prezentację segmentów działalności w Komentarzu Zarządu i sprawozdaniu finansowym do wymogów tego standardu. Prezentowane dane porównywalne za okresy poprzednie zostały odpowiednio przekształcone. Zarząd pragnie zwrócić uwagę, że w związku z tą zmianą dane wg poszczególnych działalności prezentowane w raportach kwartalnych za poprzednie okresy mogą nie być w pełni porównywalne z obecnie prezentowanym podejściem zarządczym.

Segment Internet zawiera skonsolidowane pro-forma dane Pionu Internet Agory SA, LLC Agory Ukraine oraz Trader.com (Polska) Sp. z o.o. Przyłączenie spółki Trader.com (Polska) Sp. z o.o. ma wpływ na skonsolidowane wyniki finansowe segmentu od trzeciego kwartału 2008 r.

Tab. 9

w mln zł	II kwartał 2009	II kwartał 2008	% zmiany 2009 do 2008	I półrocze 2009	I półrocze 2008	% zmiany 2009 do 2008
łącznie przychody , w tym:	19,1	19,4	(1,5%)	38,6	33,9	13,9%
Przychody ze sprzedaży ogłoszeń w wortalach (2)	5,4	4,5	20,0%	11,3	9,1	24,2%
Przychody ze sprzedaży reklam internetowych (1)	11,0	13,6	(19,1%)	21,4	22,5	(4,9%)
Razem koszty operacyjne, w tym:	(22,2)	(21,3)	4,2%	(43,9)	(38,1)	15,2%
Koszty łączy i usług komputerowych	(1,1)	(1,1)	-	(2,0)	(2,3)	(13,0%)
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (3)	(10,8)	(7,9)	36,7%	(21,8)	(14,4)	51,4%
Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych (4)	(0,1)	-	-	(0,2)	-	-
Amortyzacja	(1,6)	(0,9)	77,8%	(3,1)	(1,6)	93,8%
Reprezentacja i reklama (1)	(4,5)	(9,2)	(51,1%)	(8,8)	(15,7)	(43,9%)
Plan poprawy efektywności operacyjnej	(0,4)	-	-	(0,4)	-	-
EBIT	(3,1)	(1,9)	(63,2%)	(5,3)	(4,2)	(26,2%)
marża EBIT	(16,2%)	(9,8%)	(6,4pkt %)	(13,7%)	(12,4%)	(1,3pkt %)
EBITDA	(1,5)	(1,0)	(50,0%)	(2,2)	(2,6)	15,4%
marża EBITDA	(7,9%)	(5,2%)	(2,7pkt %)	(5,7%)	(7,7%)	2,0pkt %
EBITDA operacyjna (3)	(1,4)	(1,0)	(40,0%)	(2,0)	(2,6)	23,1%
marża EBITDA operacyjna	(7,3%)	(5,2%)	(2,1pkt %)	(5,2%)	(7,7%)	2,5pkt %

(1) podane kwoty nie zawierają pełnych kosztów i przychodów z wzajemnej promocji pomiędzy różnymi działalnościami Grupy Agora (jedynie bezpośrednio koszty zmienne kampanii na nośnikach reklamy zewnętrznej), jeżeli taka promocja jest realizowana bez wcześniejszej rezerwacji. Dane uwzględniają również eliminację wzajemnej sprzedaży pomiędzy Pionem Internet, LLC Agory Ukraine oraz Trader.com (Polska) Sp. z o.o. Od 2009 r. wpływy ze sprzedaży reklam e-commerce (reklama efektywnościowa) klasyfikowane są w pozycji przychodów ze sprzedaży reklam, a nie w pozostałych przychodach. Dane porównywalne zostały przekształcone;

(2) zawierają m.in. alokowane wpływy z reklamowych ofert dwumediálních (publikowanych zarówno w tradycyjnej Gazecie jak i wortalach internetowych GazetaPraca.pl, GazetaDom.pl i Komunikaty.pl). Od 2009 r. wpływy ze sprzedaży ogłoszeń typu Power Page (ogłoszenia publikowane w ramach opłaty abonamentowej) w Trader.com (Polska) Sp. z o.o. klasyfikowane są w pozycji przychody ze sprzedaży ogłoszeń w wortalach, a nie w pozycji przychody ze sprzedaży reklam internetowych;

(3) z wyłączeniem niegotówkowych kosztów związanych z płatnościami w formie papierów wartościowych;

(4) w 2008 r., całość niegotówkowych kosztów związanych z płatnościami w formie papierów wartościowych dotyczących Pionu Internet, prezentowana była w ramach całej gałęzi działalności Prasa Codzienna i Internet.

W pierwszym półroczu 2009 r. łączne przychody Trader.com (Polska) Sp. z o.o. wyniosły 8,3 mln zł. Spółka poniosła stratę operacyjną na poziomie EBIT w wysokości 0,3 mln zł. Przychody z działalności prasowej wyniosły 2,4 mln zł a z działalności internetowej 5,9 mln zł.

LLC Agora Ukraine w pierwszym półroczu 2009 r. zanotowała stratę na poziomie EBIT w wysokości 1,1 mln zł.

1. PRZYCHODY

Istotny wpływ na spadek przychodów reklamowych miało znaczne ograniczenie w drugim kwartale 2009 r. kampanii rozliczanych w barterze. Wpływy reklamowe rozliczane w gotówce wzrosły w pierwszym półroczu o ponad 8%. Wpływy ze sprzedaży ogłoszeń internetowych zanotowały wysoką dynamikę wzrostu (24,2%) i osiągnęły poziom 11,3 mln zł. Wpływy z ogłoszeń internetowych w wortalach uwzględniają alokację do działalności internetowej (w wysokości 3,7 mln zł) przychodów ze sprzedaży łączonej oferty ogłoszeniowej w prasie i internecie oraz przychody Trader.com (Polska) Sp. z o.o. (w wysokości 4,7 mln zł).

2. KOSZTY

Wzrost kosztów wynagrodzeń i świadczeń w pierwszym półroczu 2009 r. spowodowany jest zwiększeniem zatrudnienia. Według stanu na koniec czerwca zatrudnienie wzrosło o 122 etaty, m.in. w wyniku rozbudowy działów sprzedaży oferty ogłoszeniowej oraz uwzględnienia 87 etatów w zakupionej w czerwcu 2008 r. spółce zależnej Trader.com (Polska). Wzrost kosztów amortyzacji jest wynikiem m.in. nakładów inwestycyjnych poniesionych przez Pion Internet Agory w czwartym kwartale 2008 r. (m. in. zakup serwisu edukacyjnego *Edulandia.pl*) oraz w drugim kwartale 2009 r. (m.in. zakup licencji na serial internetowy *N1ckola*).

Spadek kosztów reklamy i reprezentacji w pierwszym półroczu 2009 r. jest wynikiem ograniczenia intensywności kampanii reklamowych. Koszty akcji promocyjnych rozliczanych w barterze zredukowane zostały o blisko połowę, a gotówkowe wydatki promocyjne spadły o 40%.

3. ISTOTNE INFORMACJE O DZIAŁALNOŚCI INTERNETOWEJ

W maju 2009 r. zasięg serwisów Grupy *Gazeta.pl* wśród polskich internautów wyniósł 59,5%. Liczba użytkowników wzrosła do poziomu 9,9 mln osób, co oznacza wzrost o 47,8% w porównaniu do analogicznego okresu ubiegłego roku. W maju 2009 r. użytkownicy łączący się z serwisami Agory z terenu Polski wykonali na portalu 857,3 mln odsłon, o 25,6% więcej niż w maju 2008 r. i spędzili na nim średnio 97 minut (o 9,3% mniej niż w maju 2008 r.)

Wzrost liczby użytkowników i zasięgu serwisów Grupy *Gazeta.pl* jest w części spowodowany zmianą metodologii badania Megapanel PBI/Gemius [6].

Serwisy tworzone w ramach portalu *Gazeta.pl* zajmują wysokie pozycje w rankingach tematycznych. Według danych Megapanel PBI/Gemius za maj 2009 r. *GazetaPraca.pl* jest liderem kategorii *Praca*. Serwisy społecznościowe *Gazeta.pl* (m.in. *Forum.Gazeta.pl*, *Blox.pl*) zajmują drugie miejsce w kategorii *Społeczności*, *GazetaDom.pl* zajmuje drugie miejsce w kategorii *Budownictwo, nieruchomości*. Serwisy informacyjne *Gazeta.pl* są na drugim miejscu w kategorii *Informacje i publicystyka* oraz są liderem kategorii *Informacje lokalne i regionalne*. Serwisy sportowe portalu po raz pierwszy zajęły drugie miejsce w kategorii *Sport*. W nowych rankingach tematycznych Megapanel PBI/Gemius, opublikowanych po raz pierwszy za maj 2009 r., serwisy Agory zajęły pierwsze miejsce w kategoriach: *Dzieci, rodzina* oraz *Wyposażenie wnętrz*, a trzecie miejsce w kategoriach: *Kuchnia, gotowanie i Plotki, życie gwiazd*.

Pod koniec pierwszego półrocza 2009 r. Agora podpisała umowę z firmą Microsoft Inc., która przewiduje prowadzenie przez Agorę portalu *Msn.Gazeta.pl* oraz sprzedaż i rozwijanie oferty reklamowej.

W czerwcu 2009 r. Agora wraz z At Media Sp. z o.o. podjęły współpracę przy oferowaniu reklamodawcom łącznie mediów internetowych z portfolio Agory oraz stacji telewizyjnych reprezentowanych przez At Media Sp. z o.o.

W drugim kwartale 2009 r. serwisy rynku nieruchomości *Domiporta.pl* oraz *GazetaDom.pl* udostępniły wspólną ofertę ogłoszeń z rynku wtórnego, a w maju zorganizowały pierwsze w Polsce *Internetowe Targi Nieruchomości*, podczas których na platformie *www.TargiNieruchomosci.Gazeta.pl* swoją ofertę zaprezentowało ponad 50 firm deweloperskich.

IV.C. CZASOPISMA [1] [7]

Segment Czasopisma zawiera skonsolidowane dane pro-forma Pionu Czasopism Agory SA oraz spółki Agora Press Ltd. (Ukraina).

Tab. 10

w mln zł	II kwartał 2009	II kwartał 2008	% zmiany 2009 do 2008	I półrocze 2009	I półrocze 2008	% zmiany 2009 do 2008
Łączne przychody, w tym:	24,2	30,6	(20,9%)	47,6	56,7	(16,0%)
Przychody ze sprzedaży wydawnictw	9,8	11,1	(11,7%)	20,5	23,1	(11,3%)
Przychody ze sprzedaży reklam (1)	14,3	19,6	(27,0%)	26,8	33,6	(20,2%)
Razem koszty operacyjne, w tym:	(18,6)	(22,3)	(16,6%)	(39,2)	(44,8)	(12,5%)
Materiały, energia, towary i usługi poligraficzne	(8,3)	(9,0)	(7,8%)	(16,5)	(17,5)	(5,7%)
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (2)	(4,5)	(5,4)	(16,7%)	(9,2)	(10,1)	(8,9%)
Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych	(0,1)	(0,5)	(80,0%)	(0,3)	(1,1)	(72,7%)
Amortyzacja	(0,1)	-	-	(0,2)	(0,1)	100,0%
Reprezentacja i reklama (1)	(3,9)	(5,8)	(32,8%)	(9,7)	(12,9)	(24,8%)
Plan poprawy efektywności operacyjnej	(0,1)	-	-	(0,1)	-	-
EBIT	5,6	8,3	(32,5%)	8,4	11,9	(29,4%)
marża EBIT	23,1%	27,1%	(4,0pkt %)	17,6%	21,0%	(3,4pkt %)
EBITDA	5,7	8,3	(31,3%)	8,6	12,0	(28,3%)
marża EBITDA	23,6%	27,1%	(3,5pkt %)	18,1%	21,2%	(3,1pkt %)
EBITDA operacyjna (2)	5,8	8,8	(34,1%)	8,9	13,1	(32,1%)
marża EBITDA operacyjna	24,0%	28,8%	(4,8pkt %)	18,7%	23,1%	(4,4pkt %)

(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.

W pierwszym półroczu 2009 r., Czasopisma odnotowały spadek zarówno przychodów ze sprzedaży wydawnictw, jak i przychodów ze sprzedaży reklam. Spadek ten jest związany z ogólnym pogorszeniem koniunktury gospodarczej. Łączne wpływy ze sprzedaży czasopism spadły o 11,3 % w porównaniu do pierwszego półrocza roku poprzedniego, natomiast przychody ze sprzedaży reklam spadły o 20,2 %.

W pierwszym półroczu 2009 r. strata operacyjna EBIT spółki Agora Press Ltd. wyniosła około 1 mln zł.

1. PRZYCHODY

1.1. Sprzedaż czasopism

Tab. 11

w tys. egz.	II kwartał 2009	II kwartał 2008	% zmiany 2009 do 2008	I półrocze 2009	I półrocze 2008	% zmiany 2009 do 2008
Średnie rozpowszechnianie płatne miesięczników	1 008,3	1 125,8	(10,4%)	1 040,3	1 132,3	(8,1%)

Średnie rozpowszechnianie płatne miesięczników Agory w pierwszym półroczu 2009 r. zmniejszyło się o 8,1% w stosunku do analogicznego okresu roku 2008.

1.2. Sprzedaż reklam

W pierwszym półroczu 2009 r. przychody ze sprzedaży reklam w czasopismach Agory spadły o 20,2%. Udział czasopism Agory w wydatkach reklamowych w magazynach ogólnopolskich w tym okresie wyniósł ponad 6,5%, a w wydatkach reklamowych w miesięcznikach 12% (według danych cennikowych) [7].

2. KOSZTY

Spadek kosztów w pierwszym półroczu 2009 r. wynika głównie z niższych nakładów na produkcję i promocję oraz spadku kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników.

3. INNE ZDARZENIA

W czerwcu 2009 r. wortal *Czterykarty.pl* zyskał nowy układ strony i odświeżoną szatę graficzną. Internauci otrzymali dostęp do nowych funkcjonalności, m. in., do projektowania wnętrz oraz materiałów wideo z poradami ekspertów. Ponadto, w pierwszym półroczu 2009 r. czasopisma Agory zostały zauważone w konkursie *GrandFront 2008* w kategorii *Popularne Czasopisma Kobiecte*: wyróżnienie otrzymała okładka lutowego wydania *Poradnika Domowego* oraz okładka styczniowego numeru miesięcznika *Dziecko*.

IV.D. REKLAMA ZEWNĘTRZNA (GRUPA AMS)

Segment reklama zewnętrzna zawiera skonsolidowane pro-forma dane 4 spółek wchodzących w skład Grupy AMS (AMS SA, Akcent Sp. z o.o., Adpol Sp. z o.o., Media System Sp. z o.o.).

Tab. 12

w mln zł	II kwartał 2009	II kwartał 2008	% zmiany 2009 do 2008	I półrocze 2009	I półrocze 2008	% zmiany 2009 do 2008
Łączne przychody, w tym:	48,0	53,5	(10,3%)	86,4	93,5	(7,5%)
Przychody ze sprzedaży reklam (1)	47,0	52,9	(11,2%)	84,7	92,1	(8,0%)
Razem koszty operacyjne, w tym:	(46,1)	(46,4)	(0,7%)	(87,7)	(85,6)	2,4%
Koszty realizacji kampanii	(9,2)	(12,8)	(27,8%)	(16,7)	(22,1)	(24,6%)
Koszty utrzymania systemu	(20,0)	(18,1)	10,9%	(39,8)	(34,9)	14,1%
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (2)	(4,8)	(5,3)	(10,2%)	(9,6)	(9,9)	(3,1%)
Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych	(0,3)	(0,9)	(70,7%)	(0,5)	(1,9)	(72,3%)
Reprezentacja i reklama	(0,8)	(1,3)	(40,9%)	(1,6)	(2,3)	(30,2%)
Amortyzacja (4)	(6,0)	(4,6)	31,0%	(12,1)	(8,7)	38,5%
Pozostałe koszty/przychody operacyjne netto	(2,3)	-	-	(2,4)	(0,1)	2 329,5%
EBIT	1,9	7,1	(73,5%)	(1,2)	7,9	-
marża EBIT	3,9%	13,3%	(9,4pkt %)	(1,4%)	8,4%	(9,8pkt %)
EBITDA (4)	7,8	11,5	(32,3%)	10,5	16,3	(35,3%)
marża EBITDA	16,2%	21,5%	(5,3pkt %)	12,2%	17,4%	(5,2pkt %)
EBITDA operacyjna (2), (4)	8,0	12,4	(35,1%)	11,1	18,2	(39,2%)
marża EBITDA operacyjna	16,8%	23,2%	(6,4pkt %)	12,8%	19,5%	(6,7pkt %)
Liczba powierzchni reklamowych (3)	25 627	25 280	1,4%	25 627	25 280	1,4%

- (1) podane kwoty nie zawierają przychodów i kosztów (bezpośrednich zmiennych) promocji innych działalności Grupy Agora na nośnikach AMS, jeżeli taka promocja jest realizowana bez wcześniejszej rezerwacji;
- (2) z wyłączeniem niegotówkowych kosztów związanych z płatnościami w formie papierów wartościowych;
- (3) bez nośników reklamowych należących do Akcent Media Sp. z o.o. zainstalowanych na stacjach benzynowych, małaformatowych nośników na wiatkach przystankowych i w metrze warszawskim oraz powierzchni reklamowych na autobusach i tramwajach;
- (4) podane kwoty uwzględniają korektę rekalkulacyjną amortyzacji wynikającą ze źródeł finansowania środków trwałych należących do AMS.

1. PRZYCHODY

W pierwszym półroczu 2009 r. rynek reklamy zewnętrznej, według szacunków IGRZ, skurczył się o 9%. Spadek przychodów ze sprzedaży powierzchni reklamowych AMS-u dla klientów zewnętrznych (spoza Grupy Agora) po raz kolejny był niższy od spadku całego rynku reklamy zewnętrznej. Szacowany udział AMS-u w wydatkach na reklamę zewnętrzną, w pierwszym półroczu 2009 r. wzrósł o 1,4 pkt% do poziomu 26,8% (w drugim kwartale wzrósł o 0,6pkt% do poziomu 26,1%) [8].

Wyższa dynamika przychodów AMS-u zrealizowana została głównie w oparciu o wydatki reklamodawców na nośniki z segmentu *Premium*. Raportowany spadek przychodów ze sprzedaży reklam o 8% w pierwszym półroczu 2009 r. wynika głównie z istotnego ograniczenia ilości świadczonych usług poligraficznych, związanych z realizowanymi kampaniami reklamowymi. W ubiegłym roku klienci AMS zamawiając kampanie reklamowe na nośnikach spółki korzystali często z usługi druku realizowanej przez AMS, podczas gdy w tym roku znacznie większa liczba klientów dokonuje zakupu samych powierzchni reklamowych realizując druk plakatów we własnym zakresie.

2. KOSZTY

Spadek kosztów realizacji kampanii, w pierwszym półroczu 2009 r., jest konsekwencją realizacji mniejszej ilości usług poligraficznych dla klientów zewnętrznych.

Wzrost kosztów utrzymania systemu w pierwszym półroczu 2009 r. wynika z istotnego wzrostu liczby nośników z segmentów *Premium* i *Superpremium* o wysokim jednostkowym koszcie utrzymania. Jednak, w konsekwencji prowadzonych działań restrukturyzacyjnych, mających na celu optymalizację wykorzystania systemów nośników reklamowych AMS-u, tempo wzrostu kosztów utrzymania ulega systematycznemu wyhamowaniu. Dodatkowo, w pierwszym półroczu ubiegłego roku, koszty *CityINFOtv* nie obciążały jeszcze wyniku finansowego AMS-u.

Spadek kosztów wynagrodzeń jest efektem wdrażanego od początku roku planu poprawy efektywności operacyjnej obejmującego wszystkie spółki z Grupy.

Wzrost kosztów amortyzacji jest konsekwencją działań inwestycyjnych prowadzonych w latach ubiegłych.

Spadek kosztów reprezentacji i reklamy w pierwszym półroczu 2009 r. jest spowodowany przeprowadzeniem mniejszej liczby kampanii społeczno-marketingowych.

Saldo pozostałych przychodów/kosztów operacyjnych netto w pierwszym półroczu 2009 r., wynoszące 2,4 mln zł, związane było głównie z otrzymanymi decyzjami na użytkowanie pasa drogi (patrz nota 9) oraz innymi niewielkimi, jednorazowymi odpisami aktualizującymi wartość aktywów.

3. INNE ZDARZENIA

W drugim kwartale 2009 r. AMS wygrał dwa konkursy ofert i został partnerem spółek: Neste Polska Sp. z o.o. oraz Inter IKEA Centre Polska SA. W konsekwencji zawartych umów, AMS SA wykorzysta tereny samoobsługowych stacji benzynowych Neste oraz parków handlowych IKEA pod inwestycje związane z budową sieci nośników reklamowych. Umowa z Neste Polska Sp. z o.o. przewiduje zamontowanie na terenach stacji sieci nośników billboard 18 m² oraz backlight. Umowa z Inter IKEA Centre Polska SA przewiduje natomiast montaż różnych typów nośników reklamowych w miejscach odwiedzanych codziennie przez dziesiątki tysięcy osób. Wygrane konkursy są elementem konsekwentnie realizowanej przez spółkę strategii budowania najpełniejszej i najbardziej atrakcyjnej dla reklamodawców oferty na rynku reklamy zewnętrznej.

IV.E. RADIO

W związku z wejściem w życie standardu MSSF 8 *Segmenty operacyjne*, Grupa dostosowała prezentację segmentów działalności w Komentarzu Zarządu i sprawozdaniu finansowym do wymogów tego standardu. Prezentowane dane porównywalne za okresy poprzednie zostały odpowiednio przekształcone. Zarząd pragnie zwrócić uwagę, że w związku z tą zmianą dane wg poszczególnych działalności prezentowane w raportach kwartalnych za poprzednie okresy mogą nie być w pełni porównywalne z obecnie prezentowanym podejściem zarządczym.

Segment Radio zawiera skonsolidowane dane pro-forma pionu radiowego w Agorze SA, wszystkich radiostacji lokalnych i stacji ponadregionalnej TOK FM, wchodzących w skład Grupy Agora, czyli: 18 stacji lokalnych nadających pod marką *Złote Przeboje*, 7 stacji lokalnych nadających pod marką *Roxy FM*, obejmującej 9 największych rynków miejskich ponadregionalnej stacji TOK FM oraz jednej radiostacji lokalnej oferującej muzykę w formacie AC (Adult Contemporary).

Tab. 13

w mln zł	II kwartał 2009	II kwartał 2008	% zmiany 2009 do 2008	I półrocze 2009	I półrocze 2008	% zmiany 2009 do 2008
Łączne przychody, w tym:	21,8	24,5	(11,0%)	40,4	42,5	(4,9%)
Przychody ze sprzedaży reklam (1), (3)	21,2	23,9	(11,3%)	39,3	41,6	(5,5%)
Razem koszty operacyjne, w tym: (3)	(23,0)	(22,7)	1,3%	(40,9)	(40,6)	0,7%
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (2)	(6,5)	(7,9)	(17,7%)	(13,2)	(14,3)	(7,7%)
Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych	(0,2)	(0,6)	(66,7%)	(0,4)	(1,3)	(69,2%)
Licencje, czynsze i koszty łączności	(2,1)	(2,3)	(8,7%)	(4,4)	(4,2)	4,8%
Amortyzacja	(0,8)	(0,6)	33,3%	(1,5)	(1,2)	25,0%
Reprezentacja i reklama (3)	(8,6)	(4,4)	95,5%	(11,2)	(7,5)	49,3%
EBIT	(1,2)	1,8	-	(0,5)	1,9	-
marża EBIT	(5,5%)	7,3%	(12,8pkt %)	(1,2%)	4,5%	(5,7pkt %)
EBITDA	(0,4)	2,4	-	1,0	3,1	(67,7%)
marża EBITDA	(1,8%)	9,8%	(11,6pkt %)	2,5%	7,3%	(4,8pkt %)
EBITDA operacyjna (2)	(0,2)	3,0	-	1,4	4,4	(68,2%)
marża EBITDA operacyjna	(0,9%)	12,2%	(13,1pkt %)	3,5%	10,4%	(6,9pkt %)

(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;

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

Po dwóch kwartałach 2009 r. wynik EBITDA operacyjna segmentu radiowego wyniósł 1,4 mln zł i był gorszy o 3,0 mln zł w stosunku do analogicznego okresu ubiegłego roku.

1. PRZYCHODY

W drugim kwartale 2009 r. na wynik segmentu Radio, zarówno po stronie przychodów jak i kosztów znacząco wpłynęły rozliczenia barterowe związane z organizacją pierwszej edycji *Smooth Festiwalu Złote Przeboje* w Bydgoszczy. W wyniku tych rozliczeń w pierwszym półroczu 2009 r. segment Radio zanotował spadek przychodów ze sprzedaży reklam tylko o 5,5%. Bez uwzględniania powyższych rozliczeń barterowych, dynamika spadku przychodów

reklamowych w segmencie Radio pozostaje na tym samym poziomie, co rynkowy spadek wydatków na reklamę radiową, który wyniósł 13%.

2. KOSZTY

Koszty operacyjne segmentu Radio zostały utrzymane na podobnym poziomie do analogicznego okresu roku ubiegłego.

W pierwszym półroczu wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników zmalały zgodnie z realizacją programu oszczędnościowego w Grupie.

W drugim kwartale wzrosły koszty reprezentacji i reklamy, głównie ze względu na zorganizowaną w maju pierwszą edycję *Smooth Festival Złote Przeboje* w Bydgoszczy. Większość kosztów poniesiona w związku z realizacją tego projektu bazowała na rozliczeniach barterowych, mających odzwierciedlenie po stronie przychodów.

W drugim kwartale 2009 r. Spółka dokonała odpisu aktualizującego w wysokości 7,8 mln zł na udziały GRA Sp. z o.o., który został zakwalifikowany jako koszt finansowy w jednostkowym sprawozdaniu Agory SA. Odpis ten nie ma wpływu na skonsolidowany wynik Grupy Agora.

3. UDZIAŁY W SŁUCHALNOŚCI [9]

W okresie styczeń-czerwiec 2009 r., udział muzycznych radiostacji lokalnych Grupy Agora w słuchalności wyniósł 6,9% i spadł (z 8,5%) w stosunku do analogicznego okresu roku poprzedniego. W porównaniu do pierwszego kwartału 2009 r. udział spadł do 6,6% (o 0,6 pkt %).

W pierwszym półroczu 2009 r., *TOK FM* osiągnęło 6,2% udziału w słuchalności stacji radiowych w Warszawie, w swojej grupie celowej (7,2% w analogicznym okresie 2008 r.). We wszystkich miastach nadawania *TOK FM* wskaźnik ten wyniósł 4,2% (4,4% w pierwszym półroczu 2008 r.).

4. INNE ZDARZENIA

W maju 2009 r. Grupa Radiowa Agory wprowadziła na polską scenę muzyczną nową, prestiżową imprezę: *Smooth Festival Złote Przeboje*, który oprócz szeregu znakomitych polskich artystów gościł na scenie takie światowe gwiazdy jak m.in.: Macy Gary, Chambao, Maria Mena i Lura. Festiwal zdobył ogromną popularność i zgromadził kilkunastotysięczną widownię. Grupa Radiowa Agory oraz miasto Bydgoszcz, które było gospodarzem Festiwalu, potwierdziły plan kontynuowania imprezy w kolejnych latach.

Od kwietnia 2009 r. radio *Roxy FM* zmieniło swoją ramówkę. Obecnie na antenie radia emitowanych jest więcej programów o tematyce szeroko pojętej kultury i zaangażowanych w kreowanie wartościowych rzeczy w przestrzeni publicznej. Twórcami programów autorskich są niekwestionowane autorytety w poszczególnych dziedzinach kultury. W roli ekspertów, radio *Roxy FM* odwiedza najbardziej cenieni twórcy, artyści, wybitni pisarze i publicyści. Ponadto Radio *Roxy FM* zacieśniło swoją współpracę z innymi segmentami Grupy. Przykładem takiej współpracy jest informacyjne pasmo poświęcone kulturze tworzone we współpracy z *Gazetą Wyborczą* czy prowadzona z segmentem Internet produkcja programów i koncertów rejestrowanych w formie wideo na potrzeby serwisów internetowych Grupy *Gazeta.pl*.

Ponadto w drugim kwartale 2009 r. oferta internetowego radia *Tuba FM* wzbogacona została o trzy kolejne kanały. Jeden jest poświęcony muzyce jazzowej, a dwa kolejne zostały uruchomione w ścisłej współpracy z portalem *Gazeta.pl*.

PRZYPISY

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

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 akcjonariuszom jednostki dominującej”.

[3] Dane dotyczą reklam i ogłoszeń w pięciu mediach (prasa, radio, telewizja, reklama zewnętrzna, internet). W niniejszym sprawozdaniu Agora skorygowała dane dotyczące rynku reklamy i jego dynamiki w 2008 r. i w latach poprzednich. O ile wyraźnie nie zaznaczono inaczej, w treści niniejszego komentarza dane dotyczące poziomu rynkowych wydatków na reklamę w prasie i radiu są szacowane przez Agorę z uwzględnieniem poziomu średniego rabatu i podawane są w cenach bieżących. Z tego też względu, biorąc pod uwagę presję rabatową i wyprzedaż przez media czasów/powierzchni reklamowej, dane te mogą być obciążone pewnymi błędami, które będą korygowane na bieżąco.

Dane dla prasy dotyczą jedynie ogłoszeń wymiarowych, z pominięciem insertów, ogłoszeń drobnych i nekrologów. Jako podstawę do szacunków użyto wydatków cennikowych z następujących źródeł: monitoring Expert Monitor, monitoring Agory SA.

Liczba wymiarowych ogłoszeń rekrutacyjnych zamieszczanych w dziennikach na podstawie monitoringu reklam Agory SA.

Wydatki na reklamę w telewizji oraz w internecie za pierwsze półrocze 2009 r. i okresy poprzednie oparte są na szacunkach domu mediowego Starlink; szacunki rynku telewizyjnego pomijają przychody stacji z plansz sponsorskich oraz ofert „telezakupów”.

Szacunki rynku internetowego obejmują, oprócz wydatków na reklamę graficzną (display), także wydatki na reklamy w wyszukiwarkach (Search Engine Marketing oraz od pierwszego kwartału 2009 r. także e-mail marketing i ogłoszenia drobne). Dane historyczne dotyczące szacunków rynku internetowego nie zostały skorygowane wstecz po zmianie metodologii przez dom mediowy Starlink, dlatego też nie są one w pełni porównywalne.

Szacunki rynku reklamy zewnętrznej pochodzą z danych Izby Gospodarczej Reklamy Zewnętrznej.

[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.

Średnia sprzedaż wszystkich tytułów Polskاپresse wydawanych pod szyldem Polska = suma sprzedaży wszystkich tytułów / liczba dni wydawniczych

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 wskaźników: CCS - Czytelnictwa Cyklu Sezonowego, informującego o odsetku respondentów deklarujących czytanie przynajmniej jednego wydania tytułu w ciągu 7 dni poprzedzających wywiad oraz wskaźnika CPW – czytelnictwo przeciętnego wydania. Wielkość próby ogólnopolskiej: styczeń - czerwiec 2009 r. n = 24 701, kwiecień-czerwiec 2009 r. n = 12 254.

[5] Definicje wskaźników:

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

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

Rentowność kapitału =	$\frac{\text{Zysk netto przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej}}{(\text{Kapitał własny przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej na początek okresu} + \text{Kapitał własny przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej na koniec okresu}) / 2 / (2 \text{ dla danych półrocznych i } 4 \text{ dla danych kwartalnych)}}$
Szybkość obrotu należności =	$\frac{(\text{Należności z tytułu dostaw i usług brutto na początek okresu} + \text{Należności z tytułu dostaw i usług brutto na koniec okresu}) / 2}{\text{Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów} / \text{liczba dni}}$
Szybkość obrotu zobowiązań =	$\frac{(\text{Zobowiązania z tytułu dostaw i usług na początek okresu} + \text{Zobowiązania z tytułu dostaw i usług na koniec okresu}) / 2}{\text{Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów} / \text{liczba dni}}$
Szybkość obrotu zapasów =	$\frac{(\text{Zapasy na początek okresu} + \text{Zapasy na koniec okresu}) / 2}{\text{Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów} / \text{liczba dni}}$
Wskaźnik płynności I =	$\frac{\text{Aktywa obrotowe}}{\text{Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe}}$
Stopa zadłużenia =	$\frac{\text{Zobowiązania krótkoterminowe i długoterminowe z tytułu kredytów i pożyczek – środki pieniężne i inne aktywa pieniężne – aktywa finansowe o wysokim stopniu płynności}}{\text{Suma pasywów}}$
Wskaźnik pokrycia odsetek =	$\frac{\text{Zysk / (strata) na działalności operacyjnej}}{\text{Koszty odsetek}}$
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 SA. Dane dotyczące ilości użytkowników w serwisach Grupy Gazeta.pl audytowane są przez Gemius SA. Od wyników za maj 2009 r. zmianie uległa metodologia badań Megapanel PBI/Gemius. Zmiana metodologii spowodowała kilkunastoprocentowy wzrost zasięgu i liczby użytkowników witryn i serwisów internetowych w polskim internecie. Według szacunków Agory, około 1/2 wzrostu liczby użytkowników serwisów Grupy Gazeta.pl oraz 2/3 wzrostu zasięgu serwisów Grupy Gazeta.pl wynika ze zmiany metodologii badania dla porównań maj 2009 r./maj 2008 r.

[7] Dane dotyczące średniego rozpowszechniania płatnego miesięczników są danymi własnymi wydawcy. Dane cennikowe dotyczące czasopism pochodzą z monitoring Expert Monitor; reklama komercyjna brandowa; pominięto miesięczniki specjalistyczne; uwzględniono 125 tytułów.

[8] Źródło: raport o wielkości sprzedaży reklamy zewnętrznej Izby Gospodarczej Reklamy Zewnętrznej obejmujący firmy: AMS SA, Cityboard Media, Clear Channel Poland, Stroer Out of Home Media, News Outdoor Poland, Gigaboard Polska, Mini Media/Publiprox, Business Consulting, CAM Media, Defi Poland oraz od początku 2009 r. - BP Media, Warexpo i Żak. Raport ten jest opracowany przez IGRZ w oparciu o faktyczne dane finansowe przekazywane przez podmioty współtworzące Izbę. Od początku 2009 r. raporty dotyczące rynku reklamy zewnętrznej, definiowanego przez IGRZ jako rynek out-of-home, obejmują reklamę stacjonarną, mobilną i cyfrową. Dane rynkowe zawarte w tym komentarzu zostały oparte na nowej definicji rynku reklamy zewnętrznej.

[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 stacji lokalnych: w miastach nadawania stacji Agory i grupie wiekowej 15+ za okres styczeń-czerwiec (próba dla 2008: 22 797 oraz dla 2009: 21 907), za okres 2009 (próba dla okres styczeń-marzec: 11 410, kwiecień-czerwiec: 10 497) dla TOK FM: miasto nadawania Warszawa za okres styczeń-czerwiec w grupie wiekowej 15+ (próba dla 2008: 3 020 oraz dla 2009: 2 748); dla TOK FM: miasta nadawania za okres styczeń-czerwiec w grupie wiekowej 15+ (próba dla 2008: 16 202 oraz dla 2009: 15 863).

V. INFORMACJE UZUPEŁNIAJĄCE

1. UMOWA ZNACZĄCA

► Zmiana umowy o linię kredytową

W raporcie bieżącym z dnia 30 kwietnia 2009 r., Spółka poinformowała, że w wykonaniu postanowień Aneksu nr 9 z dnia 31 marca 2009 r. ("Aneks"), w dniu 30 kwietnia 2009 r. Agora podpisała dokumenty dotyczące zmniejszenia kwoty, do jakiej bank może prowadzić egzekucję z ustanowionych zabezpieczeń linii kredytowej przyznanej Agorze postanowieniami wyżej wspomnianego Aneksu.

2. ISTOTNE WYDARZENIA

► Zakończenie realizacji Programu nabywania akcji własnych Agory w celu umorzenia

W raporcie bieżącym z dnia 8 kwietnia 2009 r., Zarząd Agory SA poinformował, że od dnia rozpoczęcia programu nabywania akcji własnych tj. 16 lutego 2009 r. ("Program 2"), Spółka nabyła łącznie 1 498 458 akcji własnych. Akcje te dają łącznie 1 498 458 głosów na Walnym Zgromadzeniu i stanowią 2,73% kapitału zakładowego Spółki oraz 2,08 % udziału w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu Agory SA. W dniu 7 kwietnia 2009 r., w wyniku wyczerpania środków finansowych przeznaczonych przez Walne Zgromadzenie na realizację Programu 2, jego realizacja została zakończona. Całość wydatków na realizację Programu 2, obejmujących koszty nabycia akcji oraz pozostałe koszty związane z jego realizacją, wyniosła 19 mln złotych. Średnia jednostkowa cena nabycia wyniosła 12,65 złotych na akcję.

W wyniku realizacji programów nabywania akcji własnych w okresie:

- 1) od 14 lipca do 30 października 2008 r., oraz
- 2) od 16 lutego do 7 kwietnia 2009 r.,

Spółka nabyła łącznie 4 040 149 akcji własnych, dających 4 040 149 głosów na Walnym Zgromadzeniu i stanowiących 7,35 % kapitału zakładowego Spółki i 5,60% udziału w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu.

► Zmiany w spółkach zależnych

W dniu 21 kwietnia 2009 r. Sąd Rejonowy dla m. St. Warszawy zarejestrował podwyższenie kapitału zakładowego Grupy Radiowej Agory Sp. z o.o. Wysokość kapitału zakładowego po podwyższeniu wynosi: 25 019 500 zł i składa się z 50 039 udziałów, po 500 zł każdy. Ogólna liczba głosów po zarejestrowaniu zmiany wysokości kapitału wynosi 50 039. Wszystkie udziały w kapitale zakładowym spółki oraz wszystkie głosy na jej zgromadzeniu wspólników przysługują Agorze. Wszystkie nowe udziały zostały pokryte aportem.

W dniu 8 lipca 2009 r. poprzez nabycie części udziałów od Założycieli oraz objęcie nowych udziałów, Agora SA stała się posiadaczem 182 udziałów o wartości nominalnej 50 zł każdy w AdTaily Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie, co stanowi 50,28% kapitału zakładowego spółki. Pozostałymi wspólnikami tej spółki są osoby fizyczne. Wartość ewidencyjna udziałów w księgach Agory wraz z kosztami transakcji wyniosła 936 tys. zł. Spółka jest właścicielem unikalnego rozwiązania działającego w obszarze monetyzacji reklamowej serwisów internetowych pozwalającego wykorzystać potencjał reklamowy serwisów z tzw. segmentu „long tail”, tworzonych w pełni samodzielnie przez użytkowników na platformach wydawców (np. *Blox.pl* Agory) oraz innych tematycznych witryn internetowych.

Rekomendacja Zarządu w sprawie przeznaczenia zysku za rok 2008

W raporcie bieżącym z 20 maja 2009 r., Zarząd Agory SA (Spółka) poinformował, że w dniu 20 maja 2009 roku podjął uchwałę o przedłożeniu do rozpatrzenia przez Zwyczajne Walne Zgromadzenie Agory SA wniosku o przeznaczenie zysku netto za 2008 rok w całości na zasilenie kapitału zapasowego Spółki i niewypłacanie dywidendy dla akcjonariuszy za rok 2008.

Jednocześnie Zarząd Spółki zaznaczył, iż polityka Agory dotycząca udziału akcjonariuszy w zysku Spółki, ogłoszona raportem bieżącym nr 6/2005 z dnia 14 lutego 2005 r., nie ulega zmianie. Zgodnie z powyższą polityką, Spółka wypłaca co roku dywidendę w wysokości 0,50 zł na akcję, o ile nie zaistnieją przeciwwskazania wynikające z oceny, przez Zarząd i Radę Nadzorczą, wyników i perspektyw Spółki oraz warunków rynkowych. W opinii Zarządu, w obliczu ogólnoświatowego kryzysu, który skutkuje niestabilną sytuacją makroekonomiczną i brakiem pewności co do dalszego rozwoju sytuacji gospodarczej w kraju, uzasadnione jest wyjątkowe odstępstwo od wypłaty dywidendy

akcjonariuszom i przeznaczenie zysku netto za 2008 r., w wysokości 26 365 008,66 zł, w całości na zasilenie kapitału zapasowego Spółki.

Powyższy wniosek uzyskał pozytywną opinię Rady Nadzorczej.

► **Uchwała Rady Nadzorczej w sprawie zwięzłej oceny sytuacji Spółki w roku 2008.**

W raporcie bieżącym z 20 maja 2009 r., w związku z przyjęciem przez Agorę SA Dobrych praktyk spółek notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. uchwalonych na podstawie § 29 Regulaminu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A., Spółka przekazała do publicznej wiadomości Uchwałę Rady Nadzorczej w sprawie zwięzłej oceny sytuacji Spółki w 2008 r.

► **Zmiany w składzie Rady Nadzorczej**

W raporcie bieżącym z dnia 12 czerwca 2009 r., Zarząd Agory poinformował o rezygnacji pana Sanford'a Schwartz'a z funkcji członka Rady Nadzorczej Agory SA, ze skutkiem na chwilę zamknięcia zwyczajnego walnego zgromadzenia akcjonariuszy zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za rok 2008.

W raporcie bieżącym z dnia 23 czerwca 2009 r., Zarząd Agory SA poinformował, że uchwałami Walnego Zgromadzenia Agory SA z dnia 23 czerwca 2009 roku w skład Rady Nadzorczej powołani zostali: Pan Andrzej Szlęzak - na przewodniczącego Rady Nadzorczej, Pan Tomasz Sielicki, Pan Sławomir S. Sikora, Pan Marcin Hejka, Pani Wanda Rapaczynski, w miejsce pana Sanford'a Schwartz'a.

► **Istotne zdarzenia dotyczące Zarządu**

W raporcie bieżącym z dnia 23 czerwca 2009 r., w związku z zakończeniem Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Agory SA zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za rok 2008 w dniu 23 czerwca 2009 r., Spółka poinformowała, że w dniu 23 czerwca 2009 r., stosownie do postanowień § 33 ust. 1 statutu Spółki, zarząd ponownie wybrał pana Piotra Niemczyckiego na Prezesa zarządu Agory SA, z mocą od dnia 24 czerwca 2009 r.

Uchwałami Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Agory SA z dnia 23 czerwca 2009 r. (opublikowanymi w raporcie bieżącym w dniu 23 czerwca 2009 r.) stosownie do treści art. 368 § 4 Kodeksu spółek handlowych oraz postanowień § 28 ust. 3 statutu Spółki, Walne Zgromadzenie zatwierdziło powołanie do składu Zarządu Agory SA Panów: Tomasza Józefackiego, które nastąpiło w drodze kooptacji, w dniu 13 listopada 2008 r. oraz Grzegorza Kossakowskiego, które nastąpiło w drodze kooptacji, w dniu 8 stycznia 2009 r.

► **Walne Zgromadzenie Agory**

W raporcie bieżącym z dnia 20 maja 2009 r., Zarząd Agory poinformował o zwołaniu na dzień 23 czerwca 2009 r. na godz. 11.00 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Agory SA. Komunikat zawierał przewidywany porządek obrad oraz - zgodnie z art. 402 K. s.h - opublikowano proponowane zmiany statutu.

W raporcie bieżącym z dnia 5 czerwca 2009 r., Spółka opublikowała projekty uchwał, które Zarząd przedłożył Walnemu Zgromadzeniu Spółki zwołanemu na dzień 23 czerwca 2009 r.

W raporcie bieżącym z dnia 15 czerwca 2009 r., w nawiązaniu do raportu bieżącego z dnia 20 maja 2009 r. o zwołaniu Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia, Agora SA poinformowała o powzięciu informacji, że zgodnie z postanowieniami § 21 statutu Spółki akcjonariusz Spółki BZ WBK AIB Asset Management S.A. zgłosił do Rady Nadzorczej Spółki kandydaturę Pana Marcina Hejki na stanowisko członka Rady Nadzorczej Agory SA.

W raporcie bieżącym z dnia 15 czerwca 2009 r. Zarząd Agory SA poinformował, że tego dnia, powziął informację, iż zgodnie z postanowieniami §21 ust. 1 (a)(i) statutu Spółki, Agora Holding Sp. z o.o., akcjonariusz posiadający 100% uprzywilejowanych akcji imiennych serii A Agory SA, zgłosił kandydatury: Pana Andrzeja Szlęzaka, na stanowisko przewodniczącego Rady Nadzorczej Spółki, Pana Sławomira S. Sikory i Pana Tomasza Sielickiego na członków Rady Nadzorczej Agory SA oraz Pani Wandy Rapaczynski do Rady Nadzorczej Agory SA, w miejsce Pana Sanford'a Schwartz'a.

W raporcie bieżącym z dnia 23 czerwca 2009 r., Zarząd Agory SA przekazał do publicznej wiadomości treść uchwał powziętych przez Zwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki, które odbyło się 23 czerwca 2008 r., w siedzibie Spółki przy ul. Czerskiej 8/10 w Warszawie.

W raporcie bieżącym z dnia 23 czerwca 2009 r. Spółka poinformowała, że na Zwyczajnym Walnym Zgromadzeniu Agory SA w dniu 23 czerwca 2009 r. następujący akcjonariusze wykonywali prawo głosu z akcji reprezentujących ponad 5% liczby głosów na tym zgromadzeniu:

- Agora Holding Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie wykonywała prawo głosu z 7 064 137 akcji dających prawo do 24 190 537 głosów reprezentujących 63,85% liczby głosów obecnych na Zwyczajnym Walnym Zgromadzeniu oraz stanowiących 33,55% ogólnej liczby głosów;

- BZ WBK AIB Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych SA z siedzibą w Poznaniu wykonywał prawo głosu z 7 860 000 akcji należących do Arka BZ WBK Akcji Środkowej i Wschodniej Europy Fundusz Inwestycyjny Zamknięty, Arka BZ WBK Akcji Fundusz Inwestycyjny Otwarty, ARKA BZ WBK Zrównoważony Fundusz Inwestycyjny Otwarty, dających łącznie prawo do 7 860 000 głosów reprezentujących 20,74% liczby głosów obecnych na Zwyczajnym Walnym Zgromadzeniu oraz stanowiących 10,90% ogólnej liczby głosów.

▶ **Zmiany w planie poprawy efektywności operacyjnej**

W raporcie bieżącym z dnia 13 maja 2009 r., Zarząd Agory SA poinformował o zmianach w planie poprawy efektywności operacyjnej. Na podstawie uchwały podjętej w dniu 13 maja 2009 r. zdecydowano, iż proces redukcji zatrudnienia realizowany od 1 stycznia 2009 r. został przedłużony do 31 października 2009 r. i obejmie w Grupie łącznie około 400 osób (co stanowi około 10,4% zatrudnionych w Grupie na dzień 30 listopada 2008 r.). W Spółce proces ten przeprowadzany jest na zasadzie zwolnień grupowych. W związku ze zwiększeniem redukcji zatrudnienia, Spółka utworzyła dodatkową rezerwę na koszty realizacji tych zwolnień, w wysokości około 2,3 mln zł, która obciążała skonsolidowany wynik Grupy w pierwszym półroczu 2009 r.

▶ **Wprowadzenie akcji Spółki do obrotu**

W dniu 13 lipca 2009 r. Spółka wprowadziła do obrotu na rynku podstawowym Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie 382 013 akcji nabytych przez pracowników w ramach planów motywacyjnych.

3. ZMIANY W STANIE POSIADANIA AKCJI LUB INNYCH UPRAWNIEŃ DO NICH (OPCJI) PRZEZ CZŁONKÓW ZARZĄDU W DRUGIM KWARTALE 2009 R. I DO DNIA PUBLIKACJI RAPORTU

Tab. 14

a. akcje	stan na 30.06.2009	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 31.03.2009
Piotr Niemczycki	1 548 373	0	0	1 548 373
Zbigniew Bąk	68 006	0	0	68 006
Tomasz Józefacki	0	0	0	0
Grzegorz Kossakowski	44 451	0	0	44 451

b. prawa do akcji	stan na 30.06.2009	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 31.03.2009
Piotr Niemczycki	0	0	0	0
Zbigniew Bąk	0	0	0	0
Tomasz Józefacki	0	0	0	0
Grzegorz Kossakowski	0	0	0	0

c. akcje	stan na 13.08.2009	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 30.06.2009
Piotr Niemczycki	1 548 373	0	0	1 548 373
Zbigniew Bąk	68 006	0	0	68 006
Tomasz Józefacki	0	0	0	0
Grzegorz Kossakowski	44 451	0	0	44 451

d. prawa do akcji	stan na 13.08.2009	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 30.06.2009
Piotr Niemczycki	0	0	0	0
Zbigniew Bąk	0	0	0	0
Tomasz Józefacki	0	0	0	0
Grzegorz Kossakowski	0	0	0	0

Członkowie Zarządu uczestniczą również w programie motywacyjnym dla kadry kierowniczej, omówionym w nocie nr 5 do sprawozdania finansowego.

4. ZMIANY W STANIE POSIADANIA AKCJI LUB INNYCH UPRAWNIEŃ DO NICH (OPCJI) PRZEZ CZŁONKÓW RADY NADZORCZEJ W DRUGIM KWARTALE 2009 R. I DO DNIA PUBLIKACJI RAPORTU

Tab. 15

a. akcje	stan na 30.06.2009	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 31.03.2009
Sławomir S. Sikora	0	0	0	0
Tomasz Sielicki	33	0	0	33
Andrzej Szlęzak	0	0	0	0
Sanford Schwartz (1)	0	0	0	0
Marcin Hejka	0	0	0	0
Wanda Rapaczynski (2)	1 056 216	-	-	n/d

b. akcje	stan na 13.08.2009	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 30.06.2009
Sławomir S. Sikora	0	0	0	0
Tomasz Sielicki	33	0	0	33
Andrzej Szlęzak	0	0	0	0
Sanford Schwartz (1)	0	0	0	0
Marcin Hejka	0	0	0	0
Wanda Rapaczynski (2)	1 056 216	0	0	1 056 216

Członkowie Rady Nadzorczej nie posiadali w raportowanych okresach innych uprawnień do akcji (np. opcji).

(1) W dniu 12 czerwca 2009 r. Pan Sanford Schwartz złożył rezygnację ze składu Rady Nadzorczej ze skutkiem na chwilę zamknięcia zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Agory SA, zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za rok 2008 (tj. 23 czerwca 2009 r.);

(2) W dniu 23 czerwca 2009 r. do składu Rady Nadzorczej, w miejsce Pana Sanforda Schwartz'a, wybrana została Pani Wanda Rapaczynski - stan posiadana akcji jest wiążący od dnia jej powołania.

Pani Wanda Rapaczynski uczestniczyła również w programie motywacyjnym dla kadry kierowniczej, omówionym w nocie nr 5 do sprawozdania finansowego.

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 najlepszą wiedzą Spółki, na dzień przekazania poprzedniego raportu kwartalnego tj. na 14 maja 2009 r. następujący akcjonariusze mogli wykonywać ponad 5% głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki:

Tab. 16

	liczba akcji	% udział w kapitale zakładowym	liczba głosów na WZ	% udział w liczbie głosów na WZ
Agora-Holding Sp. z o.o.	7 061 472	12,84	24 187 872	33,55
BZ WBK AIB Asset Management S.A. (1)	15 983 002	29,07	15 983 002	22,17
BZ WBK AIB Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A. (2)	11 684 052	21,25	11 684 052	16,20
Arka BZ WBK Akcji FIO (3)	3 629 448	6,60	3 629 448	5,03
Arka BZ WBK Zrównoważony FIO (4)	3 631 330	6,61	3 631 330	5,04

(1) stan na 7 kwietnia 2009 r.

(2) stan na 27 marca 2009 r.

(3) stan na 27 maja 2008 r.

(4) stan na 21 października 2008 r.

► Istotne zmiany struktury akcjonariatu

W raporcie bieżącym z dnia 3 kwietnia 2009 r., Zarząd Agory SA poinformował, że dnia 2 kwietnia 2009 r. otrzymał informację o przekroczeniu progu 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Agory SA przez Spółkę, w wyniku realizacji programu wykupu akcji własnych rozliczonych w dniu 2 kwietnia 2009 r. Łączna liczba akcji nabytych w programie rozpoczętym 16 lutego 2009 r., w połączeniu z akcjami nabytymi w trakcie trwania poprzedniego programu, w okresie od 14 lipca 2008 r. do 30 października 2008 r. (raport bieżący nr 29/2008 z dnia 20 czerwca 2008 r. oraz raport bieżący 33/2008 z dnia 11 lipca 2008 r.) wynosiła łącznie 3 847 323 akcji własnych, dających 3 847 323 głosów na walnym zgromadzeniu i stanowiących 7,00% kapitału zakładowego Spółki i 5,34% udziału w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu. Zgodnie z przepisem art. 364 § 2 Kodeksu spółek handlowych, spółka która nabyła własne akcje nie wykonuje praw udziałowych z własnych akcji, z wyjątkiem uprawnień do ich zbycia lub wykonywania czynności, które zmierzają do zachowania tych praw, w związku z czym Agora SA nie wykonuje prawa głosu z własnych akcji.

W raporcie bieżącym z 6 kwietnia 2009 r., Zarząd Agory SA poinformował o powzięciu informacji o zwiększeniu posiadanego przez BZ WBK AIB Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A. z siedzibą w Poznaniu udziału w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu Agory SA o ponad 2%. W wyniku tej zmiany Fundusze reprezentowane przez BZ WBK AIB Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A. posiadały 16,20% głosów na Walnym Zgromadzeniu Agory SA.

W raporcie bieżącym z 10 kwietnia 2009 r., Zarząd Agory SA poinformował o powzięciu informacji o zwiększeniu posiadanego przez BZ WBK AIB Asset Management S.A. z siedzibą w Poznaniu (zwane dalej BZ WBK) udziału w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu Agory SA o ponad 2%. W wyniku tej zmiany klienci BZ WBK posiadali 22,17% głosów na Walnym Zgromadzeniu Agory SA.

W raporcie bieżącym z 10 czerwca 2009 r., Zarząd Agory SA poinformował o powzięciu informacji o zejściu poniżej progu 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Agory SA przez Arka BZ WBK Zrównoważonego Funduszu Inwestycyjnego Otwartego (zwanego dalej Funduszem). W wyniku tej zmiany Fundusz posiadał 4,84% głosów na Walnym Zgromadzeniu Agory SA.

Zgodnie z najlepszą wiedzą Spółki, na dzień przekazania niniejszego raportu kwartalnego następujący akcjonariusze mogą 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.	7 064 374	12,85	24 190 774	33,55
BZ WBK AIB Asset Management S.A. (1)	15 983 002	29,07	15 983 002	22,17
BZ WBK AIB Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A. (2)	11 684 052	21,25	11 684 052	16,20
Arka BZ WBK Akcji FIO (3)	3 629 448	6,60	3 629 448	5,03

(1) stan na 7 kwietnia 2009 r.

(2) stan na 27 marca 2009 r.

(3) stan na 27 maja 2008 r.

6. POZOSTAŁE INFORMACJE

- ▶ Zarząd Agory SA nie publikował wcześniej prognoz wyników finansowych i dlatego raport nie zawiera stanowiska Zarządu odnośnie do możliwości zrealizowania takich prognoz.
- ▶ Zmiany zobowiązań warunkowych, które nastąpiły od czasu zakończenia ostatniego roku obrotowego zostały opisane w nocy 9 do sprawozdania finansowego zawartego tym raporcie.

GRUPA AGORA

SKRÓCONE ŚRÓDROCZNE SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE FINANSOWE

na 30 czerwca 2009 r. oraz za 3 i 6 miesięcy zakończone
30 czerwca 2009 r.

SKONSOLIDOWANY BILANS NA 30 CZERWCA 2009 R.

	30 czerwca 2009 niebadane	31 marca 2009 niebadane	31 grudnia 2008 zbadane	30 czerwca 2008* niebadane
Aktywa				
Aktywa trwałe:				
Wartości niematerialne	397 462	396 599	396 986	412 357
Rzeczowe aktywa trwałe	630 612	642 880	650 692	629 483
Długoterminowe aktywa finansowe	246	248	248	245
Inwestycje w jednostkach stowarzyszonych i współzależnych	1 215	1 466	399	1 328
Należności długoterminowe i inne rozliczenia międzyokresowe	7 470	6 663	6 802	6 816
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	8 025	7 058	10 692	14 158
	1 045 030	1 054 914	1 065 819	1 064 387
Aktywa obrotowe:				
Zapasy	20 668	19 427	18 861	14 498
Należności krótkoterminowe i rozliczenia międzyokresowe	230 877	235 842	244 860	272 295
Należności z tytułu podatku dochodowego	2 094	4 385	5 271	1 572
Krótkoterminowe aktywa finansowe	91 473	60 363	7	1 020
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	155 124	196 380	263 743	301 422
	500 236	516 397	532 742	590 807
Aktywa razem	1 545 266	1 571 311	1 598 561	1 655 194

* W związku ze zmianą prezentacji aktywów i rezerwy z tytułu podatku odroczonego w sprawozdaniu rocznym za 2008 r., dane porównywalne na 30 czerwca 2008 r. zostały przekształcone.

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

SKONSOLIDOWANY BILANS NA 30 CZERWCA 2009 R. (C.D.)

	Nota	30 czerwca 2009 niebadane	31 marca 2009 niebadane	31 grudnia 2008 zbadane	30 czerwca 2008* niebadane
Pasywa					
Kapitał własny przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej:					
Kapitał zakładowy		54 978	54 978	54 978	54 978
Akcje własne		(89 994)	(85 133)	(71 007)	-
Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej		290 506	290 506	290 506	290 506
Kapitał z wyliczenia różnic kursowych		159	217	(37)	11
Zyski z lat ubiegłych i roku bieżącego		913 255	897 494	892 771	905 918
		1 168 904	1 158 062	1 167 211	1 251 413
Udziały mniejszości		(733)	55	(93)	(631)
		1 168 171	1 158 117	1 167 118	1 250 782
Zobowiązania długoterminowe:					
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego		43 373	40 423	41 121	39 565
Długoterminowe pożyczki i kredyty	3	73 591	84 150	95 497	116 810
Rezerwa na świadczenia emerytalne		1 945	1 829	1 829	1 456
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe		47	722	101	441
		118 956	127 124	138 548	158 272
Zobowiązania krótkoterminowe:					
Rezerwa na świadczenia emerytalne		136	91	91	98
Zobowiązania krótkoterminowe		140 141	158 961	167 611	156 139
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego		49	73	20	269
Krótkoterminowe kredyty i pożyczki	3	58 190	59 549	59 736	21 461
Rezerwy na zobowiązania		13 517	13 377	14 975	2 818
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe		46 106	54 019	50 462	65 355
		258 139	286 070	292 895	246 140
Pasywa razem		1 545 266	1 571 311	1 598 561	1 655 194
Średnia ważona liczba akcji (1)		53 346 374	53 989 122	54 191 128	54 977 535

(1) liczba akcji uległa zmianie w wyniku programu wykupu akcji własnych.

* W związku ze zmianą prezentacji aktywów i rezerwy z tytułu podatku odroczonego w sprawozdaniu rocznym za 2008 r., dane porównywalne na 30 czerwca 2008 r. zostały przekształcone.

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

SKONSOLIDOWANY RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT ZA TRZY I SZEŚĆ MIESIĘCY ZAKOŃCZONE 30 CZERWCA 2009 R.

	Nota	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2009 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009 niebadane	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2008 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2008 niebadane
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	4	297 735	572 182	343 676	657 096
Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów		(178 334)	(346 279)	(177 592)	(354 019)
Zysk brutto ze sprzedaży		119 401	225 903	166 084	303 077
Koszty sprzedaży		(73 052)	(143 274)	(97 138)	(177 961)
Koszty ogólnego zarządu		(25 140)	(55 061)	(38 758)	(72 194)
Pozostałe przychody operacyjne		3 089	6 917	3 636	6 184
Pozostałe koszty operacyjne		(9 405)	(13 893)	(3 639)	(6 337)
Zysk z działalności operacyjnej	4	14 893	20 592	30 185	52 769
Przychody finansowe		2 525	6 264	5 664	11 578
Koszty finansowe		(2 425)	(5 404)	(6 190)	(8 706)
Udział w zyskach (stratach) netto jednostek stowarzyszonych i współzależnych		(253)	(423)	(479)	(702)
Zysk brutto		14 740	21 029	29 180	54 939
Podatek dochodowy		(2 894)	(8 211)	(7 577)	(14 869)
Zysk netto		11 846	12 818	21 603	40 070
Przypadający na:					
Akcjonariuszy jednostki dominującej		12 268	13 351	21 548	40 208
Udziały mniejszości		(422)	(533)	55	(138)
		11 846	12 818	21 603	40 070
Zysk przypadający na jedną akcję (w zł)		0,23	0,25	0,39	0,73

Załączone noty stanowią integralną część niniejszego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z CAŁKOWITYCH DOCHODÓW ZA TRZY I SZEŚĆ MIESIĘCY ZAKOŃCZONE 30 CZERWCA 2009 R.

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2009 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009 niebadane	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2008 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2008 niebadane
Zysk netto za okres	11 846	12 818	21 603	40 070
Różnice kursowe z przeliczenia spółek zagranicznych	(58)	196	50	32
Inne całkowite dochody rozpoznane bezpośrednio w kapitale	(58)	196	50	32
Całkowite dochody ogółem rozpoznane za okres	11 788	13 014	21 653	40 102
Przypadające na:				
Akcjonariuszy jednostki dominującej	12 210	13 547	21 598	40 240
Udziały mniejszości	(422)	(533)	55	(138)
	11 788	13 014	21 653	40 102

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 2009 R.

	Kapitał własny przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej						Udziały mniejszości	Kapitał własny razem
	Kapitał zakładowy	Akcje własne	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	Kapitał z wyliczenia różnic kursowych	Zyski z lat ubiegłych i roku bieżącego	Razem		
Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2009 r.								
Stan na 31 marca 2009 r. niebadane	54 978	(85 133)	290 506	217	897 494	1 158 062	55	1 158 117
Zysk /(strata) netto za okres	-	-	-	-	12 268	12 268	(422)	11 846
Inne całkowite dochody rozpoznane bezpośrednio w kapitale	-	-	-	(58)	-	(58)	-	(58)
Całkowite dochody ogółem rozpoznane za okres	-	-	-	(58)	12 268	12 210	(422)	11 788
Dodatkowe zaangażowania udziałowca mniejszościowego	-	-	-	-	-	-	685	685
Koszt płatności w formie papierów wartościowych	-	-	-	-	3 493	3 493	-	3 493
Skup akcji własnych w celu umorzenia	-	(4 861)	-	-	-	(4 861)	-	(4 861)
Dywidendy spółek zależnych	-	-	-	-	-	-	(1 051)	(1 051)
Stan na 30 czerwca 2009 r. niebadane	54 978	(89 994)	290 506	159	913 255	1 168 904	(733)	1 168 171

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 2009 R.

	Kapitał własny przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej					Razem	Udziały mniejszości	Kapitał własny razem
	Kapitał zakładowy	Akcje własne	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	Kapitał z wyliczenia różnic kursowych	Zyski z lat ubiegłych i roku bieżącego			
Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009 r.								
Stan na 31 grudnia 2008 r. zbadane	54 978	(71 007)	290 506	(37)	892 771	1 167 211	(93)	1 167 118
Zysk/ (strata) netto okresu	-	-	-	-	13 351	13 351	(533)	12 818
Inne całkowite dochody rozpoznane bezpośrednio w kapitale	-	-	-	196	-	196	-	196
Całkowite dochody ogółem rozpoznane za okres	-	-	-	196	13 351	13 547	(533)	13 014
Dodatkowe zaangażowania udziałowca mniejszościowego	-	-	-	-	-	-	944	944
Koszt płatności w formie papierów wartościowych	-	-	-	-	7 133	7 133	-	7 133
Skup akcji własnych w celu umorzenia	-	(18 987)	-	-	-	(18 987)	-	(18 987)
Dywidendy spółek zależnych	-	-	-	-	-	-	(1 051)	(1 051)
Stan na 30 czerwca 2009 r. niebadane	54 978	(89 994)	290 506	159	913 255	1 168 904	(733)	1 168 171

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 2009 R. (C.D.)

	Kapitał własny przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej					Razem	Udziały mniejszości	Kapitał własny razem
	Kapitał zakładowy	Akcje własne	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	Kapitał z wyliczenia różnic kursowych	Zyski z lat ubiegłych i bieżącego			
Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2008 r.								
Stan na 31 grudnia 2007 r. zbadane	54 978	-	290 506	(21)	870 220	1 215 683	(95)	1 215 588
Zysk/ (strata) netto za okres	-	-	-	-	23 421	23 421	(119)	23 302
Inne całkowite dochody rozpoznane bezpośrednio w kapitale	-	-	-	(16)	-	(16)	-	(16)
Całkowite dochody ogółem rozpoznane za okres	-	-	-	(16)	23 421	23 405	(119)	23 286
Dodatkowe zaangażowania udziałowca mniejszościowego	-	-	-	-	-	-	1 032	1 032
Korekta wynikająca z objęcia konsolidacją spółki poprzednio nie konsolidowanej	-	-	-	-	(617)	(617)	-	(617)
Koszt płatności w formie papierów wartościowych	-	-	-	-	27 236	27 236	-	27 236
Skup akcji własnych w celu umorzenia	-	(71 007)	-	-	-	(71 007)	-	(71 007)
Dywidendy uchwalone	-	-	-	-	(27 489)	(27 489)	-	(27 489)
Dywidendy spółek zależnych	-	-	-	-	-	-	(910)	(910)
Stan na 31 grudnia 2008 r. zbadane	54 978	(71 007)	290 506	(37)	892 771	1 167 211	(93)	1 167 118

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 2009 R. (C.D.)

	Kapitał własny przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej					Razem	Udziały mniejszości	Kapitał własny razem
	Kapitał zakładowy	Akcje własne	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	Kapitał z wyliczenia różnic kursowych	Zyski z lat ubiegłych i roku bieżącego			
Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2008 r.								
Stan na 31 grudnia 2007 r. zbadane	54 978	-	290 506	(21)	870 220	1 215 683	(95)	1 215 588
Zysk/ (strata) netto za okres	-	-	-	-	40 208	40 208	(138)	40 070
Inne całkowite dochody rozpoznane bezpośrednio w kapitale	-	-	-	32	-	32	-	32
Całkowite dochody ogółem rozpoznane za okres	-	-	-	32	40 208	40 240	(138)	40 102
Dodatkowe zaangażowania udziałowca mniejszościowego	-	-	-	-	-	-	512	512
Korekta wynikająca z objęcia konsolidacją spółki poprzednio nie konsolidowanych	-	-	-	-	(617)	(617)	-	(617)
Koszt płatności w formie papierów wartościowych	-	-	-	-	23 596	23 596	-	23 596
Dywidendy uchwalone	-	-	-	-	(27 489)	(27 489)	-	(27 489)
Dywidendy spółek zależnych	-	-	-	-	-	-	(910)	(910)
Stan na 30 czerwca 2008 r. niebadane	54 978	-	290 506	11	905 918	1 251 413	(631)	1 250 782

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

SKONSOLIDOWANY RACHUNEK PRZEPIŹYWÓW PIENIĘŻNYCH ZA TRZY I SZEŚĆ MIESIĘCY ZAKOŃCZONE 30 CZERWCA 2009 R.

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2009 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009 niebadane	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2008 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2008 niebadane
Działalność operacyjna				
Zysk brutto	14 740	21 029	29 180	54 939
Korekty o pozycje:				
Udział w (zyskach) / stratach netto jednostek stowarzyszonych i współzależnych	253	423	479	702
Amortyzacja środków trwałych	16 960	33 809	18 296	36 059
Amortyzacja wartości niematerialnych	3 521	6 778	2 124	4 145
Odsetki, netto	1 564	3 622	2 292	4 393
(Zysk)/ strata z tytułu działalności inwestycyjnej	(1 115)	(1 240)	16	(731)
Zmiana stanu rezerw	301	(1 297)	(70)	(221)
Zmiana stanu zapasów	(1 241)	(1 807)	228	3 003
Zmiana stanu należności i czynnych rozliczeń międzyokresowych	4 226	13 239	(14 621)	(17 792)
Zmiana stanu zobowiązań	(8 067)	(10 080)	(4 998)	(11 241)
Zmiana stanu biernych rozliczeń międzyokresowych	(7 909)	(4 387)	(4 576)	2 406
Inne korekty (1)	3 940	8 197	11 885	23 928
Przepływy środków pieniężnych brutto	27 173	68 286	40 235	99 590
Podatek dochodowy zapłacony	(1 003)	(2 449)	(11 823)	(17 415)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej	26 170	65 837	28 412	82 175
Działalność inwestycyjna				
Przychody ze sprzedaży środków trwałych i wartości niematerialnych	148	1 860	13	79
Spłata udzielonych pożyczek	-	-	3	7
Przychody z tytułu odsetek	-	-	-	399
Sprzedaż krótkoterminowych papierów wartościowych	-	-	-	63 431
Wydatki inwestycyjne na rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne	(14 458)	(37 445)	(28 837)	(56 991)
Wydatki netto na nabycie podmiotów zależnych, stowarzyszonych i współkontrolowanych	-	(1 235)	(116 834)	(118 747)
Nabycie krótkoterminowych papierów wartościowych	(30 000)	(90 000)	-	-
Pożyczki udzielone	(4)	(4)	-	-
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności inwestycyjnej	(44 314)	(126 824)	(145 655)	(111 822)

SKONSOLIDOWANY RACHUNEK PRZEPIŹYWÓW PIENIĘŻNYCH ZA TRZY I SZEŚĆ MIESIĘCY ZAKOŃCZONE 30 CZERWCA 2009 R. (C.D.)

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2009 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009 niebadane	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2008 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2008 niebadane
Działalność finansowa				
Wpływy z tytułu kredytów i pożyczek	422	422	266	266
Nabycie akcji własnych	(7 580)	(18 987)	-	-
Dywidendy wypłacone udziałowcom mniejszościowym	(1 051)	(1 051)	(910)	(910)
Splata kredytów i pożyczek	(12 053)	(22 816)	-	-
Odsetki	(1 564)	(3 622)	(2 292)	(4 393)
Pozostałe	(1 286)	(1 578)	(1 554)	(1 554)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności finansowej	(23 112)	(47 632)	(4 490)	(6 591)
Zmiana stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	(41 256)	(108 619)	(121 733)	(36 238)
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty				
Na początek okresu obrotowego	196 380	263 743	423 155	337 660
Na koniec okresu obrotowego	155 124	155 124	301 422	301 422

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

Załączone noty stanowią integralną część niniejszego skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego

NOTY DO SKRÓCONEGO ŚRÓDROCZNEGO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO NA 30 CZERWCA 2009 R. ORAZ ZA TRZY I SZEŚĆ MIESIĘCY ZAKOŃCZONE 30 CZERWCA 2009 R.

1. INFORMACJE OGÓLNE

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

Na dzień 30 czerwca 2009 r. grupę kapitałową Agory („Grupa”) stanowiły: Agora SA, 15 spółek zależnych oraz jedna jednostka współzależna A2 Multimedia Sp. z o.o. Grupa prowadzi działalność we wszystkich głównych miastach Polski oraz na Ukrainie poprzez spółki LLC Agora Ukraine oraz Agora Press Ltd. Sprawozdanie finansowe zostało przygotowane na dzień oraz za trzy i sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009 r., z danymi porównywalnymi na dzień oraz za trzy i sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2008 r.

Sprawozdanie finansowe zostało zatwierdzone do publikacji przez Zarząd Agory SA w dniu 13 sierpnia 2009 r.

2. PODSTAWA SPORZĄDZENIA SKONSOLIDOWANEGO I JEDNOSTKOWEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO

Skonsolidowany bilans na 30 czerwca 2009 r., skonsolidowany rachunek zysków i strat, skonsolidowane zestawienie z całkowitych dochodów, skonsolidowany rachunek przepływów pieniężnych oraz zestawienie zmian w skonsolidowanym kapitale własnym za trzy i sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009 r. nie zostały zbadane przez biegłego rewidenta. Skonsolidowany bilans na 31 grudnia 2008 r., skonsolidowany rachunek zysków i strat, skonsolidowany rachunek przepływów pieniężnych oraz zestawienie zmian w skonsolidowanym kapitale własnym za dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2008 r. podlegało badaniu biegłego rewidenta, który wydał opinię bez zastrzeżeń.

Skrócone sprawozdanie finansowe zostało przygotowane według Międzynarodowego Standardu Rachunkowości 34 „Śródroczna sprawozdawczość finansowa”, zgodnie z art. 45 ust 1a-1c ustawy o rachunkowości (Dz. U. z 2002 r., nr 76, poz. 694 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).

Przygotowując skrócone skonsolidowane sprawozdanie finansowe, Grupa stosowała te same zasady rachunkowości, co opisane w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym na 31 grudnia 2008 r., poza zmianami zasad wynikającymi z wprowadzenia zmian do MSR 1 oraz zmianami wynikającymi z implementacji MSSF 8. Skonsolidowane sprawozdanie finansowe na 31 grudnia 2008 r. zostało przygotowane zgodnie z MSSF przyjętymi przez Radę Międzynarodowych Standardów Rachunkowości („RMSR”) oraz interpretacjami wydanymi przez Komitet ds. Interpretacji Międzynarodowej Sprawozdawczości Finansowej („KIMSF”) działający przy RMSR, które zostały zatwierdzone przez Unię Europejską. Skrócone skonsolidowane sprawozdanie finansowe na 30 czerwca 2009 r. powinno być czytane razem ze zbadanym skonsolidowanym sprawozdaniem finansowym na 31 grudnia 2008 r.

Dla okresów rocznych, rozpoczynających się 1 stycznia 2009 r., weszły w życie zmiany do MSR 1 Prezentacja sprawozdań finansowych. Zaktualizowany standard wymaga sumowania informacji w sprawozdaniach finansowych w oparciu o kryterium cech wspólnych i wprowadza sprawozdanie z całkowitych dochodów („statement of comprehensive income”). Pozycje przychodów i kosztów oraz pozycje składające się na pozostałe całkowite dochody mogą być prezentowane albo w pojedynczym sprawozdaniu z całkowitych dochodów pokazującym sumy cząstkowe, albo w dwóch oddzielnych sprawozdaniach (oddzielnie rachunek zysków i strat oraz sprawozdanie z całkowitych dochodów). Grupa zdecydowała się na prezentację dwóch oddzielnych sprawozdań.

3. ZOBOWIĄZANIA Z TYTUŁU KREDYTÓW I POŻYCZEK

Na 30 czerwca 2009 r., Spółka dysponowała otwartą linią kredytową w wysokości 339,5 mln zł zgodnie z umową z Bankiem Pekao S.A. z 5 kwietnia 2002 r. (z późniejszymi aneksami). Na 30 czerwca 2009 r. zadłużenie z tego tytułu wynosiło 116 013 tys. zł, z tego 73 591 tys. zł jest prezentowane w zobowiązaniach długoterminowych. Spółka może, do dnia 31 marca 2010 r., skorzystać z niewykorzystanej linii kredytowej w wysokości do 200 mln zł.

Dodatkowo, spółki zależne - Inforadio Sp. o.o. posiada zobowiązanie z tytułu pożyczek w stosunku do jej drugiego udziałowca w kwocie 22 815 tys. zł, a spółka AMS wykorzystwała kredyt w rachunku bieżącym w wysokości 15 745 tys. zł, zgodnie z umową o limit wierzytelności z Raiffeisen Bank Polska S.A. z dnia 11 grudnia 2003 r. (z późniejszymi aneksami).

4. PRZYCHODY I INFORMACJE O SEGMENTACH DZIAŁALNOŚCI

Dla okresów rocznych, rozpoczynających się 1 stycznia 2009 r., wszedł w życie MSSF 8 *Segmenty operacyjne*, który zastąpił obowiązujący dotychczas MSR 14 *Sprawozdawczość dotycząca segmentów działalności*. Standard ten wymaga ujawnienia informacji 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 pięć 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 SA 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 SA, Trader.com (Polska) Sp. z o.o., LLC Agora Ukraine,
- 3) Segment *Czasopisma* obejmuje funkcjonowanie Grupy w zakresie wydawania czasopism, na co składa się działalność w ramach Pionu Czasopism Agory SA oraz spółki Agory Press Ltd.,
- 4) Segment *Reklama zewnętrzna* obejmuje działalność spółek grupy AMS, które oferują usługi reklamowe na różnego rodzaju nośnikach reklamy zewnętrznej,
- 5) Segment *Radio* obejmuje działalność Grupy w zakresie funkcjonowania radiostacji lokalnych oraz ponadregionalnego radia *TOK FM*, w skład jej wchodzi również Pion Radio w Agorze SA.

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 Agory SA, Agorę TC Sp. z o.o., wyłączenia konsolidacyjne oraz inne korekty uzgadniające dane prezentowane w raportach zarządczych do skonsolidowanych danych finansowych Grupy Agora.

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 rozpoznanych bezpośrednio na konsolidacji.

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

Nakłady finansowe w spółkach stowarzyszonych i współzależnych wycenianych metodą praw własności obejmują: wartości udzielonych w danym okresie sprawozdawczym pożyczek, wniesionych dopłat do kapitału, zakupionych i wniesionych udziałów przez Agorę SA. Prezentowane dane za trzy i sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009 r. i 30 czerwca 2008 r. dotyczą jedynie A2 Multimedia Sp. z o.o.

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

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

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

Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2009 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Pozycje uzgadniające	Razem
Sprzedaż klientom zewnętrznym	185 628	19 002	24 164	46 064	21 424	1 452	297 735
Sprzedaż do innych segmentów (2)	972	139	21	1 904	423	(3 458)	-
Przychody ogółem	186 599	19 141	24 186	47 968	21 847	(2 007)	297 735
Koszty ogółem (1), (2), (3)	(152 805)	(22 149)	(18 563)	(46 099)	(22 926)	(20 301)	(282 842)
Zysk / (strata) operacyjny (a) (1)	33 795	(3 008)	5 623	1 870	(1 079)	(22 308)	14 893
Koszty i przychody finansowe							100
Udział w zyskach (stratach) netto jednostek podporządkowanych wycenionych metodą praw własności							(253)
Podatek dochodowy							(2 894)
Zysk netto							11 846

(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 Agory SA, Agorę TC Sp. z o.o. (23 967 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 DZIAŁALNOŚCI (C.D.)

Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2009 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Pozycje uzgadniające	Razem
Amortyzacja operacyjna	(6 832)	(1 633)	(109)	(6 024)	(740)	(4 346)	(19 685)
Amortyzacja konsolidacyjna (1)	-	(662)	-	-	(200)	65	(797)
Odpisy aktualizujące	(1 825)	(381)	(89)	(1 418)	(308)	195	(3 826)
Odwrócenie odpisów aktualizujących	1 246	47	64	75	153	(7)	1 578
Koszt płatności w formie papierów własnych	(1 641)	(108)	(173)	(263)	(206)	(1 101)	(3 492)
Nakłady finansowe w spółkach stowarzyszonych i współzależnych wycenianych metodą praw własności	-	-	-	-	-	-	-
Nakłady inwestycyjne (2)	1 997	1 758	10	1 621	1 585	2 404	9 374

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

(2) na podstawie zaksięgowanych w danym okresie faktur.

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

Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Pozycje uzgadniające	Razem
Sprzedaż klientom zewnętrznym	360 564	38 222	47 529	83 669	39 470	2 728	572 182
Sprzedaż do innych segmentów (2)	1 947	408	50	2 775	968	(6 148)	-
Przychody ogółem	362 511	38 630	47 578	86 444	40 438	(3 420)	572 182
Koszty ogółem (1), (2), (3)	(296 841)	(43 878)	(39 186)	(87 687)	(40 863)	(43 134)	(551 590)
Zysk / (strata) operacyjny (a) (1)	65 670	(5 248)	8 392	(1 243)	(425)	(46 554)	20 592
Koszty i przychody finansowe							860
Udział w zyskach (stratach) netto jednostek podporządkowanych wycenionych metodą praw własności							(423)
Podatek dochodowy							(8 211)
Zysk netto							12 818

(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 Agory SA, Agorę TC Sp. z o.o. (49 649 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 DZIAŁALNOŚCI (C.D.)

Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Pozycje uzgadniające	Razem
Amortyzacja operacyjna	(13 673)	(3 148)	(217)	(12 050)	(1 465)	(8 444)	(38 997)
Amortyzacja konsolidacyjna (1)	-	(1 326)	-	-	(401)	137	(1 590)
Odpisy aktualizujące	(2 944)	(543)	(346)	(2 321)	(1 106)	(85)	(7 345)
Odwroćenie odpisów aktualizujących	1 818	199	267	206	773	10	3 273
Koszt płatności w formie papierów własnych	(3 340)	(230)	(347)	(527)	(434)	(2 255)	(7 133)
Nakłady finansowe w spółkach stowarzyszonych i współzależnych wycenianych metodą praw własności	-	1 235	-	-	-	-	1 235
Nakłady inwestycyjne (2)	2 212	2 787	105	7 218	1 813	8 693	22 828

Stan na 30 czerwca 2009 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Pozycje uzgadniające	Razem
Rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne	329 749	69 272	74 454	297 524	67 298	189 777	1 028 074

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

(2) na podstawie zaksięgowanych w danym okresie faktur.

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

Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2008 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Pozycje uzgadniające	Razem
Sprzedaż klientom zewnętrznym	218 362	19 380	30 621	50 258	23 904	1 151	343 676
Sprzedaż do innych segmentów (2)	515	(37)	3	3 228	566	(4 275)	-
Przychody ogółem	218 876	19 343	30 624	53 486	24 471	(3 124)	343 676
Koszty ogółem (1), (2), (3)	(175 538)	(21 226)	(22 217)	(46 385)	(22 642)	(25 483)	(313 492)
Zysk / (strata) operacyjny (a) (1)	43 338	(1 883)	8 407	7 101	1 828	(28 607)	30 184
Koszty i przychody finansowe							(526)
Udział w zyskach (stratach) netto jednostek podporządkowanych wycenionych metodą praw własności		(479)					(479)
Podatek dochodowy							(7 577)
Zysk netto							21 603

(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 Agory SA, Agorę TC Sp. z o.o. (30 581 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 DZIAŁALNOŚCI (C.D.)

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2008 r.						Razem
	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Pozycje uzgadniające	
Amortyzacja operacyjna	(9 662)	(860)	(73)	(4 493)	(575)	(4 621)	(20 283)
Amortyzacja konsolidacyjna (1)	-	-	-	-	(212)	76	(136)
Odpisy aktualizujące	(1 524)	(25)	(33)	(546)	(409)	(83)	(2 620)
Odwroćenie odpisów aktualizujących	1 442	129	147	188	325	(7)	2 224
Koszt płatności w formie papierów własnych	(6 194)	-	(575)	(910)	(600)	(3 279)	(11 558)
Nakłady finansowe w spółkach stowarzyszonych i współzależnych wycenianych metodą praw własności	-	-	-	-	-	-	-
Nakłady inwestycyjne (2)	451	3 627	99	17 705	536	7 549	29 968

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

(2) na podstawie zaksięgowanych w danym okresie faktur.

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

Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2008 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Pozycje uzgadniające	Razem
Sprzedaż klientom zewnętrznym	434 776	33 787	56 697	88 031	41 350	2 455	657 096
Sprzedaż do innych segmentów (2)	1 032	84	34	5 456	1 151	(7 757)	-
Przychody ogółem	435 809	33 871	56 731	93 487	42 501	(5 302)	657 096
Koszty ogółem (1), (2), (3)	(346 860)	(38 055)	(44 773)	(85 582)	(40 541)	(48 516)	(604 326)
Zysk / (strata) operacyjny (a) (1)	88 948	(4 184)	11 958	7 905	1 960	(53 818)	52 769
Koszty i przychody finansowe							2 872
Udział w zyskach (stratach) netto jednostek podporządkowanych wycenionych metodą praw własności		(702)					(702)
Podatek dochodowy							(14 869)
Zysk netto							40 070

(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 Agory SA, Agorę TC Sp. z o.o. (57 671 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 DZIAŁALNOŚCI (C.D.)

Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2008 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Pozycje uzgadniające	Razem
Amortyzacja operacyjna	(19 414)	(1 582)	(145)	(8 663)	(1 151)	(8 973)	(39 929)
Amortyzacja konsolidacyjna (1)	-	-	-	-	(425)	150	(275)
Odpisy aktualizujące	(2 653)	(27)	(262)	(940)	(574)	(167)	(4 623)
Odwrócenie odpisów aktualizujących	2 030	156	188	331	416	65	3 187
Koszt płaćności w formie papierów własnych	(12 505)	-	(1 150)	(1 884)	(1 286)	(6 771)	(23 596)
Nakłady finansowe w spółkach stowarzyszonych i współzależnych wycenianych metodą praw własności	-	2 000	-	-	-	-	2 000
Nakłady inwestycyjne (2)	918	4 287	99	36 169	1 392	11 780	54 646

Stan na 30 czerwca 2008 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Pozycje uzgadniające	Razem
Rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne	315 452	10 957	73 829	267 981	187 309	186 313	1 041 840

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

(2) na podstawie zaksięgowanych w danym okresie faktur.

5. PŁATNOŚCI W FORMIE PAPIERÓW WARTOŚCIOWYCH

W Grupie Agory realizowane są plany motywacyjne oparte o akcje Agory SA, których dotyczy standard MSSF 2 „Płatności w formie akcji własnych” obowiązujący od 1 stycznia 2005 r.

W ramach planów motywacyjnych wybrani pracownicy Grupy są uprawnieni do objęcia certyfikatów uczestnictwa w zamkniętym funduszu inwestycyjnym. Wartość godziwa przyznanych certyfikatów jest ustalana przy użyciu opisanych poniżej metod wyceny i ujmowana w kosztach wynagrodzeń w korespondencji ze zwiększeniem kapitałów własnych.

Zgodnie z przepisami przejściowymi, zapisy standardu należy stosować do instrumentów kapitałowych przyznanych po 7 listopada 2002 r., w stosunku do których nabycie uprawnień nastąpiło lub nastąpi po 1 stycznia 2005 r. Wszystkie akcje z ograniczeniem zbywalności przyznane pracownikom w ramach planów motywacyjnych realizowanych do 2004 r. włącznie, były przyznane albo przed 7 listopada 2002 r., albo nabycie uprawnień nastąpiło przed 1 stycznia 2005 r. W konsekwencji, akcje nabywane przez pracowników w ramach planów motywacyjnych do końca 2004 r. nie podlegają zapisom standardu MSSF 2 i nie mają wpływu na rachunek zysków i strat.

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

A - Plan motywacyjny oparty o certyfikaty inwestycyjne,

B - Plan motywacyjny oparty o akcje Agory SA realizowany w Grupie do 2004 r. (program rozszerzenia akcjonariatu i program motywacyjny dla kadry kierowniczej).

A. Plan motywacyjny oparty o certyfikaty inwestycyjne (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 indywidualnych celów, nie zależy natomiast od warunków rynkowych.

Szczegółowe informacje o programach 2006 r., 2007 r., 2008 r. znajdują się odpowiednio w skonsolidowanych sprawozdaniach finansowych Grupy Agora za 2006 r., 2007 r. oraz 2008 r.

Wpływ płatności w papierach wartościowych na sprawozdanie finansowe Grupy Agora:

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2009	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2008	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2008
Rachunek zysków i strat – koszty świadczeń na rzecz pracowników	3 493	7 133	11 558	23 596
Kapitały własne	3 493	7 133	11 558	23 596

Zaprezentowany powyżej wpływ niegotówkowych wynagrodzeń w papierach wartościowych na sprawozdania finansowe Grupy za pierwsze półrocze 2009 r. wynika z ujęcia planu motywacyjnego 2008 r., a za pierwsze półrocze 2008 r. wynika z ujęcia planów motywacyjnych lat 2006-2007.

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

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2009	Sześć miesiące zakończone 30 czerwca 2009	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2008	Sześć miesiące zakończone 30 czerwca 2008
Na początek okresu	964 221	966 967	1 242 692	1 247 227
Przyznane	-	-	-	-
Utracone	(10 085)	(12 831)	(5 178)	(9 713)
Nabyte uprawnienia	(954 136)	(954 136)	(1 237 514)	(1 237 514)
Na koniec okresu	-	-	-	-

Certyfikaty inwestycyjne nabyte przez Członków Zarządu Agory SA (sztuki):

	Stan na 30 czerwca 2009	Nabyte uprawnienia w 2009	Utracone w 2009	Przyznane w 2009	Stan na 31 grudnia 2008
Plan motywacyjny 2008 r. (seria G)					
Piotr Niemczycki	-	(18 942)	-	-	18 942
Zbigniew Bąk	-	(27 717)	-	-	27 717
Tomasz Józefacki	-	(8 349)	-	-	8 349
Marek Sowa (1)	-	(23 760)	-	-	23 760
Jarosław Szaliński (2)	-	(21 737)	-	-	21 737
Grzegorz Kossakowski (3)	-	(6 824)	-	-	6 824
	-	(107 329)	-	-	107 329

(1) Marek Sowa pełnił funkcję Prezesa i Członka Zarządu Agory SA do 13 listopada 2008 r.

(2) Jarosław Szaliński pełnił funkcję Wiceprezesa i Członka Zarządu Agory SA do 28 listopada 2008 r.

(3) Grzegorz Kossakowski został wybrany Członkiem Zarządu 8 stycznia 2009 r.

Szczegóły dotyczące nabycia uprawnień dla nabytych certyfikatów:

Certyfikaty serii	Data nabycia uprawnień	Okres nabycia	Przedział czasowy	Liczba certyfikatów (w szt.)
D	25 czerwca 2008 r.	21 miesięcy	październik 2006 r. – czerwiec 2008 r.	33 165
E	25 czerwca 2008 r.	9 miesięcy	październik 2007 r. – czerwiec 2008 r.	57 709
G	25 czerwca 2009 r.	9 miesięcy	październik 2008 r. – czerwiec 2009 r.	107 329

W drugim kwartale 2009 r. niegotówkowy koszt certyfikatów nabytych przez członków Zarządu, do ujęcia zgodnie ze standardem MSSF 2, wyniósł 405 tys. zł (w drugim kwartale 2008 r.: 833 tys. zł). W pierwszym półroczu 2009 r., koszt ten wyniósł 810 tys. zł (w pierwszym półroczu 2008 r.: 1 664 tys. zł).

Certyfikaty inwestycyjne Członków Rady Nadzorczej.

Z dniem 23 czerwca 2009 r. w skład Rady Nadzorczej Agory SA została powołana Wanda Rapaczynski. Na dzień powołania Wanda Rapaczynski posiadała 13 745 certyfikatów serii G (plan motywacyjny 2008 r. za wyniki 2007 r., kiedy była Prezesem i Członkiem Zarządu Agory SA). Ich łączny koszt, który obciążył wynik pierwszego półrocza 2009 r. wyniósł 104 tys. zł. Wanda Rapaczynski nabyła uprawnienia do certyfikatów z dniem 25 czerwca 2009 r.

B. Plan motywacyjny oparty o akcje Agory SA realizowany w Grupie Agora do 2004 r. (program rozszerzenia akcjonariatu i program motywacyjny dla kadry kierowniczej)

W ramach planów realizowanych do 2004 r., Agora Holding Sp. z o.o. sprzedawała uprawnionym pracownikom akcje Agory SA, po cenie 1 zł za sztukę, z następującymi ograniczeniami: były to akcje imienne, nie dopuszczone do obrotu giełdowego, z ograniczeniem zbywalności i okresem nabywania uprawnień do 10 lat.

W okresie nabywania uprawnień, Agora Holding Sp. z o.o. posiada nieodwołalne prawo do odkupu akcji po cenie 1 zł w przypadku niespełnienia przez pracownika wymogów zawartych w regulaminie planów motywacyjnych.

Liczba akcji przyznanych kierownikom była uzależniona od spełnienia przez nich kryteriów określonych w indywidualnych planach motywacyjnych. Liczba akcji przyznawanych nie była uzależniona od ceny rynkowej akcji.

Poniższa tabela przedstawia liczby akcji w ramach tego planu motywacyjnego (łącznie z akcjami przyznanymi członkom Zarządu Agory SA):

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2009	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2008	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2008
Na początek okresu	342 326	342 326	1 780 554	1 780 554
Przyznane	-	-	-	-
Utracone	(3 023)	(3 023)	(944)	(944)
Nabyte uprawnienia	(186 934)	(186 934)	(1 437 284)	(1 437 284)
Na koniec okresu	152 369	152 369	342 326	342 326

Akcje przyznawane posiadają okres nabywania uprawnień (z obowiązkiem odsprzedaży) i ograniczenie zbywalności od 5 do 10 lat (ostatnie są uwalniane w 2010 r.).

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

Wszystkie akcje posiadają pełne prawa do dywidendy i prawa głosu.

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

6. REZERWY I ODPISY AKTUALIZUJĄCE AKTYWA

W okresie od 1 stycznia 2009 r. do 30 czerwca 2009 r. nastąpiły zmiany salda odpisów aktualizujących składniki majątkowe o następujące kwoty (w nawiasach kwota zmiany za drugi kwartał 2009 r.):

- odpisy na należności: wzrost o 2 762 tys. zł (wzrost o 1 530 tys. zł),
- odpisy na zapasy: wzrost o 2 516 tys. zł (wzrost o 1 442 tys. zł),
- odpisy aktualizujące wartość środków trwałych i wartości niematerialnych: spadek o 2 168 tys. zł (spadek o 895 tys. zł).

Ponadto w okresie od 1 stycznia 2009 r. do 30 czerwca 2009 r. zmieniły się salda następujących rezerw:

- zwiększono rezerwę na straty pewne i prawdopodobne o kwotę 2 728 tys. zł (wzrost o 2 616 tys. zł),
- zmniejszono rezerwę na reorganizację o kwotę 3 286 tys. zł (spadek o 1 234 tys. zł),
- wykorzystano rezerwę na wyrok konstytucyjny w sprawie świadczeń chorobowych w wysokości 201 tys. zł (wykorzystano - 79 tys. zł),
- wykorzystano rezerwę na koszty wynagrodzeń i odprawy dla byłych członków Zarządu w wysokości 1 700 tys. zł (wykorzystano - 1 164 tys. zł),
- zwiększono rezerwę na odprawy emerytalne o kwotę 162 tys. zł (wzrost o 162 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. ZAKONTRAKTOWANE NAKŁADY INWESTYCYJNE

Zakontraktowane nakłady inwestycyjne (dotyczące środków trwałych i wartości niematerialnych) na dzień bilansowy wynoszą 969 tys. zł (31 marca 2009 r. 472 tys. zł, 31 grudnia 2008 r. 5 978 tys. zł, 30 czerwca 2008 r. 9 869 tys. zł).

9. ZOBOWIĄZANIA POZABILANSOWE

Na 30 czerwca 2009 r. stan zobowiązań pozabilansowych (m.in. udzielone gwarancje oraz poręczenia) z których nie powstaną zobowiązania inne niż wymienione poniżej przedstawiał się następująco:

Beneficjent	Dłużnik	Okres ważności	Kwota		Utworzona rezerwa
			30 czerwca 2009	31 grudnia 2008	
Udzielone przez Agora SA					
Bank Pekao SA	Pracownicy Agory	30.06.2009 - 20.04.2012	691	608	-
Weksle wystawione przez AMS SA					
Gmina Wrocław	AMS SA	30.06.2009/ 31.12.2009	752	752	-
Przedsiębiorstwo Komunikacji Miejskiej, Katowice	AMS SA	31.12.2011	100	100	-
Gmina Miasto Szczecin	AMS SA	czas nieokreślony	90	120	-
Miejskie Zakłady Autobusowe Sp. z o.o., Warszawa	AMS SA	31.12.2009	80	-	-
			1 713	1 580	

Łączna wartość istniejących zobowiązań pozabilansowych (w tym poręczeń lub gwarancji) jest mniejsza od równowartości 10% kapitałów własnych.

Nośniki reklamowe grupy AMS zlokalizowane w pasie drogi

Z końcem 2008 r. AMS zakończył w Warszawie proces przenoszenia nośników na lokalizacje znajdujące się poza pasem drogi. Jednocześnie Zarząd AMS-u nie zaprzestał działań zmierzających do uzyskania pozytywnych decyzji administracyjnych dla tej części nośników, które spełniają kryteria określone w zarządzeniu Prezydenta m.st. Warszawy z dnia 14 listopada 2007 r. nr 961/2007. Uzyskanie tych decyzji umożliwiłoby wznowienie prowadzenia działalności w obszarze pasa drogi.

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-u z dnia 31 marca 2007 r. saldo rezerw z tego tytułu na dzień 30 czerwca 2009 r. wynosi 4 821 tys. zł.

10. INFORMACJA O SPRAWACH SPORNYCH

Na dzień 30 czerwca 2009 r. Grupa nie była stroną postępowań przed sądem lub innym organem o zobowiązania lub wierzytelności o łącznej wartości co najmniej 10% kapitałów własnych.

11. 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.

12. PLAN POPRAWY EFEKTYWNOŚCI OPERACYJNEJ

29 grudnia 2008 r. Zarząd Agory SA podjął uchwałę o przyjęciu i przeprowadzeniu w Grupie planu poprawy efektywności operacyjnej. W dniu 13 maja 2009 r., Zarząd Agory SA podjął uchwałę o zwiększeniu redukcji zatrudnienia do około 400 osób (co stanowi około 10,4% zatrudnionych w Grupie na dzień 30 listopada 2008 r.) i wydłużeniu czasu trwania tego planu do 31 października 2009 r. Spółka utworzyła dodatkową rezerwę na koszty realizacji tych zwolnień, w wysokości 2 298 tys. zł, której koszty obciążą skonsolidowany wynik Grupy w pierwszym półroczu 2009 r.

W Grupie Agora łączna liczba osób, którym wręczono wypowiedzenia w pierwszym półroczu 2009 r. wyniosła 337.

13. TRANSAKcje Z PODMIOTAMI POWIĄZANYMI

(a) wynagrodzenia Zarządu

Wynagrodzenia wypłacone przez Agorę SA Członkom Zarządu wynosiły 1 321 tys. zł (sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2008 r.: 1 904 tys. zł).

Na dzień 30 czerwca 2009 r. Agora SA nie miała zobowiązań z tytułu uchwalonej dywidendy wobec członków Zarządu Agory SA (30 czerwca 2008 r.: 810 tys. zł).

Członkowie Zarządu Agory SA nie nabyli akcji Agory w okresie sześciu miesięcy zakończonych 30 czerwca 2009 r.

(b) spółki powiązane

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

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2009	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2008	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2008
Spółki powiązane				
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	30	226	226	249
Zakupy dóbr i usług	(104)	(466)	(363)	(420)
Pozostałe przychody operacyjne	59	63	112	112
	30 czerwca 2009	31 marca 2009	31 grudnia 2008	30 czerwca 2008
Spółki powiązane				
Należności	69	122	136	264
Zobowiązania z tytułu dywidend	-	-	-	4 013
Pozostałe zobowiązania	68	45	159	32
Pożyczki udzielone	4	-	-	-

Wszystkie transakcje pomiędzy podmiotami Grupy są transakcjami typowymi.

14. OPIS ORGANIZACJI GRUPY KAPITAŁOWEJ

Wykaz spółek wchodzących w skład Grupy Kapitałowej:

	% posiadanych akcji / udziałów (efektywnie)		
	30 czerwca 2009	31 marca 2009	
Spółki zależne konsolidowane			
1	Agora Poligrafia Sp. z o.o., Tychy	100,0%	100,0%
2	Art Marketing Syndicate SA (AMS), Warszawa	100,0%	100,0%
3	IM 40 Sp. z o.o., Warszawa (1)	72,0%	72,0%
4	Grupa Radiowa Agory Sp. z o.o., Warszawa	100,0%	100,0%
5	Agencja Reklamowa Jowisz Sp. z o.o., Warszawa (1)	100,0%	100,0%
6	Adpol Sp. z o.o., Warszawa (2)	100,0%	100,0%
7	Akcent Media Sp. z o.o., Poznań (2)	100,0%	100,0%
8	Inforadio Sp. z o.o., Warszawa	66,1%	66,1%
9	Agora TC Sp. z o.o., Warszawa	100,0%	100,0%
10	Radiowe Doradztwo Reklamowe Sp. z o.o., Warszawa (1), (4)	100,0%	100,0%
11	LLC Agora Ukraine, Kijów, Ukraina	100,0%	100,0%
12	Media System Sp. z o.o., Warszawa (2)	100,0%	100,0%
13	Trader.com (Polska) Sp. z o.o., Warszawa	100,0%	100,0%
14	Agora Press Ltd., Kijów, Ukraina (3)	100,0%	100,0%
Jednostki współzależne konsolidowane metodą praw własności			
15	A2 Multimedia Sp. z o.o., Warszawa	50,0%	50,0%
Spółki nie objęte konsolidacją i wyceną praw własności			
16	Polskie Badania Internetu Sp. z o.o., Warszawa	20,0%	20,0%
17	Projekt Inwestycyjny Sp. z o.o., Warszawa	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.; w wyniku transakcji z 21 kwietnia 2009 r. opisaney w nocie 15 właścicielem udziałów IM 40 Sp. z o.o. oraz Radiowe Doradztwo Reklamowe Sp. z o.o. stała się GRA Sp. z o.o. (dotychczas Agora SA).

(2) pośrednio przez AMS SA;

(3) 30% udziałów posiada Agora SA, 70% LLC Agora Ukraine;

(4) wcześniej BOR Sp. z o.o.

15. POŁĄCZENIA, ZAKUP I SPRZEDAŻ JEDNOSTEK GOSPODARCZYCH

W dniu 21 kwietnia 2009 r. Sąd Rejonowy dla m. St. Warszawy zarejestrował podwyższenie kapitału zakładowego Grupy Radiowej Agory Sp. z o.o. Wysokość kapitału zakładowego po podwyższeniu wynosi: 25 019 500 zł i składa się z 50 039 udziałów, po 500 zł każdy. Ogólna liczba głosów po zarejestrowaniu zmiany wysokości kapitału wynosi 50 039. Wszystkie udziały w kapitale zakładowym spółki oraz wszystkie głosy na jej zgromadzeniu wspólników przysługują Agorze. Wszystkie nowe udziały zostały pokryte aportem.

16. SKUP AKCJI WŁASNYCH

W dniu 20 czerwca 2008 r. Zwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki (ZWZ), przyjęło uchwały dotyczące przeprowadzenia programu skupu akcji własnych o wartości 90 mln zł (Program). Zgodnie z uchwałą ZWZ z dnia 20 czerwca 2008 r. Program zakończył się dnia 30 października 2008 r. Ponieważ do dnia zakończenia Programu tj. 30 października 2008 r. nie została zrealizowana cała założona kwota, Zarząd Spółki zwołał Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie (NWZ) w dniu 12 lutego 2009 r. w celu uzyskania zgody na zrealizowanie pozostałej kwoty 19 mln zł. NZW zwołane 12 lutego 2009 r. uchwaliło dalszą realizację programu wykupu akcji własnych (Program 2). W dniu 13 lutego 2009 r. Zarząd Agory SA zdecydował o rozpoczęciu Programu 2, podając do wiadomości szczegóły jego realizacji. Program 2 miał trwać od 16 lutego 2009 r. maksymalnie do dnia 30 czerwca 2009 r., nie dłużej jednak niż do chwili wyczerpania środków finansowych przeznaczonych przez Walne Zgromadzenie na jego realizację, to jest kwoty 19 mln zł. Za zgodą Rady

Nadzorczej Zarząd, kierując się interesem Spółki, mógł zakończyć Program 2 przed wygaśnięciem upoważnienia udzielonego przez Walne Zgromadzenie.

W dniu 7 kwietnia 2009 r. w wyniku wyczerpania środków finansowych przeznaczonych przez Walne Zgromadzenie, Program 2 zakończył się.

W ramach Programu 2 (od 16 lutego 2009 r. do 7 kwietnia 2009 r.) Spółka nabyła łącznie 1 498 458 akcji własnych, dających łącznie 1 498 458 głosów na Walnym Zgromadzeniu i stanowiących 2,73% kapitału zakładowego Spółki oraz 2,08 % udziału w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu Agory SA. Średnia jednostkowa cena nabycia wyniosła 12,65 złotych na akcję.

W wyniku realizacji programów nabywania akcji własnych w okresie:

- 1) od 14 lipca 2008 r. do 30 października 2008 r., oraz
- 2) od 16 lutego 2009 do 7 kwietnia 2009 r.,

Spółka nabyła łącznie 4 040 149 akcji własnych, dających 4 040 149 głosów na Walnym Zgromadzeniu i stanowiących 7,35 % kapitału zakładowego Spółki i 5,60% udziału w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu.

W dniu 23 czerwca 2009 r. Zwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki podjęło uchwałę o umorzeniu 4 040 149 akcji własnych Spółki.

17. WALUTA FUNKCJONALNA I WALUTA PREZENTACJI SKRÓCONEGO ŚRÓDROCZNEGO SKONSOLIDOWANEGO ORAZ SKRÓCONEGO JEDNOSTKOWEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO AGORY SA ORAZ ZASADY PRZYJĘTE DO PRZELICZENIA DANYCH FINANSOWYCH

Walutą funkcjonalną Agory SA oraz pozostałych spółek i walutą prezentacji niniejszego skonsolidowanego sprawozdania finansowego jest złoty polski. W skład Grupa Agora wchodzi dwie zagraniczne spółki zależne – LLC Agora Ukraine oraz Agora Press Ltd., których walutą funkcjonalną jest hrywna (UAH). Sprawozdanie finansowe tych spółek 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 pierwsze półrocze 2009 r. (za pierwsze półrocze 2008 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 = 4,5184 zł (1 EURO = 3,4776 zł).
- ▶ pozycje bilansowe przeliczono według średniego kursu ogłoszonego przez NBP, obowiązującego na dzień bilansowy. Kurs ten wyniósł na 30 czerwca 2009 r. 1 EURO = 4,4696 zł, 31 grudnia 2008 r. 1 EURO = 4,1724 zł, na 30 czerwca 2008 r. 1 EURO = 3,3542 zł.

18. WYBRANE SKONSOLIDOWANE DANE Z PRZELICZENIEM NA EURO

	w tys. zł			w tys. EURO		
	Sześć miesięcy zakończonych 30 czerwca 2009 niebadane	31 grudnia 2008 zbadane	Sześć miesięcy zakończonych 30 czerwca 2008* niebadane	Sześć miesięcy zakończonych 30 czerwca 2009 niebadane	31 grudnia 2008 zbadane	Sześć miesięcy zakończonych 30 czerwca 2008* niebadane
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	572 182		657 096	126 634		188 951
Zysk z działalności operacyjnej	20 592		52 769	4 557		15 174
Zysk brutto	21 029		54 939	4 654		15 798
Zysk netto przypadający na akcjonariuszy jednostki dominującej	13 351		40 208	2 955		11 562
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej	65 837		82 175	14 571		23 630
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności inwestycyjnej	(126 824)		(111 822)	(28 068)		(32 155)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności finansowej	(47 632)		(6 591)	(10 542)		(1 895)
Zmiana stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	(108 619)		(36 238)	(24 039)		(10 420)
Aktywa razem	1 545 266	1 598 561	1 655 194	345 728	383 127	493 469
Zobowiązania długoterminowe	118 956	138 548	158 272	26 614	33 206	47 186
Zobowiązania krótkoterminowe	258 139	292 895	246 140	57 754	70 198	73 383
Kapitał własny przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej	1 168 904	1 167 211	1 251 413	261 523	279 746	373 088
Kapitał zakładowy	54 978	54 978	54 978	12 300	13 177	16 391
Średnia ważona liczba akcji (w szt.)	53 346 374	54 191 128	54 977 535	53 346 374	54 191 128	54 977 535
Zysk przypadający na jedną akcję (w zł / EURO)	0,25		0,73	0,06		0,21
Wartość księgowa na jedną akcję (w zł / EURO)	21,91	21,54	22,76	4,90	5,16	6,79

* W związku ze zmianą prezentacji aktywów i rezerwy z tytułu podatku odroczonego w sprawozdaniu rocznym za 2008 r., dane porównywalne na 30 czerwca 2008 r. zostały przekształcone.

19. WYDARZENIA PO DNIU BILANSOWYM

- ▶ **W dniu 13 lipca 2009 r.** Spółka wprowadziła do obrotu na rynku podstawowym Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie 382 013 akcji nabytych przez pracowników w ramach planów motywacyjnych.
- ▶ **W dniu 8 lipca 2009 r.** poprzez nabycie części udziałów od Założycieli oraz objęcie nowych udziałów, Agora SA stała się posiadaczem 182 udziałów o wartości nominalnej 50 zł każdy w AdTaily Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie, co stanowi 50,28% kapitału zakładowego spółki. Pozostałymi współnikami tej spółki są osoby fizyczne. Wartość ewidencyjna udziałów w księgach Agory wraz z kosztami transakcji wyniosła 936 tys. zł. Spółka jest właścicielem unikalnego rozwiązania działającego w obszarze monetyzacji reklamowej serwisów internetowych pozwalającego wykorzystać potencjał reklamowy serwisów z tzw. segmentu „long tail” tworzonych w pełni samodzielnie przez użytkowników na platformach wydawców (np. *Blox.pl* Agory) oraz innych tematycznych witryn internetowych.

20. SKRÓCONE JEDNOSTKOWE SPRAWOZDANIE FINANSOWE AGORY SA

Jednostkowy bilans na 30 czerwca 2009 r.

	30 czerwca 2009 niebadane	31 marca 2009 niebadane	31 grudnia 2008 zbadane	30 czerwca 2008* niebadane
Aktywa				
Aktywa trwałe:				
Wartości niematerialne	90 496	89 736	90 514	85 674
Rzeczowe aktywa trwałe	387 749	393 264	395 595	404 113
Długoterminowe aktywa finansowe	392 530	400 296	399 061	426 787
Należności długoterminowe i inne rozliczenia międzyokresowe	66 477	75 967	66 311	51 706
	937 252	959 263	951 481	968 280
Aktywa obrotowe:				
Zapasy	15 627	14 620	14 205	10 305
Należności krótkoterminowe i rozliczenia międzyokresowe	178 147	180 639	182 890	209 239
Należności z tytułu podatku dochodowego	1 311	3 709	4 607	1 307
Krótkoterminowe aktywa finansowe	92 749	61 640	1 280	414
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	143 514	175 948	245 032	291 657
	431 348	436 556	448 014	512 922
Aktywa razem	1 368 600	1 395 819	1 399 495	1 481 202

* W związku ze zmianą prezentacji aktywów i rezerwy z tytułu podatku odroczonego w sprawozdaniu rocznym za 2008 r., dane porównywalne na 30 czerwca 2008 r. zostały przekształcone.

Jednostkowy bilans na 30 czerwca 2009 r. (c.d.)

	30 czerwca 2009 niebadane	31 marca 2009 niebadane	31 grudnia 2008 zbadane	30 czerwca 2008* niebadane
Pasywa				
Kapitał własny:				
Kapitał zakładowy	54 978	54 978	54 978	54 978
Akcje własne	(89 994)	(85 133)	(71 007)	-
Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	290 506	290 506	290 506	290 506
Pozostały kapitał rezerwowy	93 340	90 355	87 245	84 134
Zysk z lat ubiegłych i roku bieżącego	714 279	711 602	696 811	705 885
	1 063 109	1 062 308	1 058 533	1 135 503
Zobowiązania długoterminowe:				
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	42 153	41 234	39 394	39 585
Długoterminowe pożyczki i kredyty	73 591	84 150	95 497	116 810
Rezerwa na świadczenia emerytalne	1 656	1 566	1 566	1 271
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	-	1	1	-
Pozostałe zobowiązania długoterminowe	28	707	47	137
	117 428	127 658	136 505	157 803
Zobowiązania krótkoterminowe:				
Rezerwa na świadczenia emerytalne	128	79	79	75
Zobowiązania krótkoterminowe	102 743	114 107	115 352	119 068
Krótkoterminowe kredyty i pożyczki	42 445	42 479	42 633	21 195
Rezerwy na zobowiązania	6 833	7 534	9 719	1 328
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	35 914	41 654	36 674	46 230
	188 063	205 853	204 457	187 896
Pasywa razem	1 368 600	1 395 819	1 399 495	1 481 202
Średnia ważona liczba akcji (1)	53 346 374	53 989 122	54 191 128	54 977 535

(1) liczba akcji uległa zmianie w wyniku programu wykupu akcji własnych.

* W związku ze zmianą prezentacji aktywów i rezerwy z tytułu podatku odroczonego w sprawozdaniu rocznym za 2008 r., dane porównywalne na 30 czerwca 2008 r. zostały przekształcone.

Jednostkowy rachunek zysków i strat za trzy i sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009 r.

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2009 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009 niebadane	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2008 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2008 niebadane
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	224 522	439 078	268 045	524 810
Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów	(128 513)	(250 185)	(130 053)	(264 078)
Zysk brutto ze sprzedaży	96 009	188 893	137 992	260 732
Koszty sprzedaży	(65 260)	(132 342)	(93 546)	(177 863)
Koszty ogólnego zarządu	(16 701)	(37 674)	(30 356)	(55 839)
Pozostałe przychody operacyjne	1 896	3 882	2 296	3 779
Pozostałe koszty operacyjne	(5 458)	(7 771)	(2 241)	(4 026)
Zysk z działalności operacyjnej	10 486	14 988	14 145	26 783
Przychody finansowe	5 174	24 223	27 039	33 404
Koszty finansowe	(11 560)	(16 471)	(8 651)	(16 047)
Zysk brutto	4 100	22 740	32 533	44 140
Podatek dochodowy	(1 423)	(5 272)	(4 370)	(8 701)
Zysk netto	2 677	17 468	28 163	35 439
Zysk przypadający na jedną akcję	0,05	0,33	0,51	0,64

Jednostkowe sprawozdanie z całkowitych dochodów za trzy i sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009 r.

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2009 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009 niebadane	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2008 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2008 niebadane
Zysk netto	2 677	17 468	28 163	35 439
Inne całkowite dochody rozpoznane bezpośrednio w kapitale	-	-	-	-
Całkowite dochody ogółem rozpoznane za okres	2 677	17 468	28 163	35 439

Jednostkowe zestawienie zmian w kapitale własnym za trzy i sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009 r.

	Kapitał zakładowy	Akcje własne	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	Pozostały kapitał rezerwowy	Zysk z lat ubiegłych i roku bieżącego	Razem
Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2009 r.						
Stan na 31 marca 2009 r. niebadane	54 978	(85 133)	290 506	90 355	711 602	1 062 308
Zysk netto za okres	-	-	-	-	2 677	2 677
Całkowite dochody ogółem rozpoznane za okres	-	-	-	-	2 677	2 677
Koszt płatności w formie papierów wartościowych	-	-	-	2 985	-	2 985
Skup akcji własnych w celu umorzenia	-	(4 861)	-	-	-	(4 861)
Dywidendy uchwalone	-	-	-	-	-	-
Stan na 30 czerwca 2009 r. niebadane	54 978	(89 994)	290 506	93 340	714 279	1 063 109
Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009 r.						
Stan na 31 grudnia 2008 r. zbadane	54 978	(71 007)	290 506	87 245	696 811	1 058 533
Zysk netto za okres	-	-	-	-	17 468	17 468
Całkowite dochody ogółem rozpoznane za okres	-	-	-	-	17 468	17 468
Koszt płatności w formie papierów wartościowych	-	-	-	6 095	-	6 095
Skup akcji własnych w celu umorzenia	-	(18 987)	-	-	-	(18 987)
Stan na 30 czerwca 2009 r. niebadane	54 978	(89 994)	290 506	93 340	714 279	1 063 109

Jednostkowe zestawienie zmian w kapitale własnym za trzy i sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009 r. (c.d.)

	Kapitał zakładowy	Akcje własne	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	Pozostały kapitał rezerwowy	Zysk z lat ubiegłych i roku bieżącego	Razem
Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2008 r.						
Stan na 31 grudnia 2007 r. zbadane	54 978	-	290 506	64 015	697 935	1 107 434
Zysk netto za okres	-	-	-	-	26 365	26 365
Całkowite dochody ogółem rozpoznane za okres	-	-	-	-	26 365	26 365
Koszt płatności w formie papierów wartościowych	-	-	-	23 230	-	23 230
Skup akcji własnych w celu umorzenia	-	(71 007)	-	-	-	(71 007)
Dywidendy uchwalone	-	-	-	-	(27 489)	(27 489)
Stan na 31 grudnia 2008 r. zbadane	54 978	(71 007)	290 506	87 245	696 811	1 058 533
Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2008						
Stan na 31 grudnia 2007 r. zbadane	54 978	-	290 506	64 015	697 935	1 107 434
Zysk netto za okres	-	-	-	-	35 439	35 439
Całkowite dochody ogółem rozpoznane za okres	-	-	-	-	35 439	35 439
Koszt płatności w formie papierów wartościowych	-	-	-	20 119	-	20 119
Dywidendy uchwalone	-	-	-	-	(27 489)	(27 489)
Stan na 30 czerwca 2008 r. niebadane	54 978	-	290 506	84 134	705 885	1 135 503

Jednostkowy rachunek przepływów pieniężnych za trzy i sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009 r.

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2009 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009 niebadane	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2008 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2008 niebadane
Działalność operacyjna				
Zysk brutto	4 100	22 740	32 533	44 140
Korekty o pozycje:				
Amortyzacja środków trwałych	8 841	17 465	10 658	21 100
Amortyzacja wartości niematerialnych	1 928	3 653	1 537	2 978
(Zyski) /Straty z tytułu różnic kursowych	9 409	(4 870)	2 625	7 783
Odsetki, netto	337	1 054	1 486	2 703
(Zysk) / strata z tytułu działalności inwestycyjnej	8 543	10 573	31	(410)
Przychody z tytułu dywidend	(10 889)	(10 889)	(20 990)	(20 990)
Zmiana stanu rezerw	(562)	(2 747)	81	101
Zmiana stanu zapasów	(1 007)	(1 422)	419	2 715
Zmiana stanu należności i czynnych rozliczeń międzyokresowych	6 540	10 100	(4 592)	(9 954)
Zmian stanu zobowiązań	(4 874)	(7 854)	(14 257)	(16 568)
Zmiana stanu biernych rozliczeń międzyokresowych	(5 740)	(760)	(856)	6 573
Inne korekty (1)	3 524	7 033	10 207	20 492
Przepływy środków pieniężnych brutto	20 150	44 076	18 882	60 663
Podatek dochodowy zapłacony	(465)	(1 580)	(8 981)	(13 088)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej	19 685	42 496	9 901	47 575
Działalność inwestycyjna				
Przychody ze sprzedaży środków trwałych i wartości niematerialnych	22	589	13	77
Dywidendy otrzymane	5 889	5 889	14 000	14 000
Splata udzielonych pożyczek	-	-	103	205
Przychody z tytułu odsetek	1 026	2 124	793	2 069
Sprzedaż krótkoterminowych papierów wartościowych	-	-	-	63 431
Wpływy ze splaty należności z tytułu leasingu finansowego	2 064	4 182	1 314	2 718

Jednostkowy rachunek przepływów pieniężnych za trzy i sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009 r. (c.d.)

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2009 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009 niebadane	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2008 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2008 niebadane
Wydatki inwestycyjne na rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne	(7 334)	(16 017)	(11 613)	(20 067)
Wydatki na nabycie podmiotów zależnych i stowarzyszonych i współkontrolowanych oraz inwestycje w podmioty zależne i stowarzyszone i współkontrolowane	-	(1 235)	(117 471)	(119 501)
Wydatki na nabycie krótkoterminowych papierów wartościowych	(30 000)	(90 000)	-	-
Udzielone pożyczki	(2 794)	(4 276)	(731)	(973)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności inwestycyjnej	(31 127)	(98 744)	(113 592)	(58 041)
Działalność finansowa				
Nabycie akcji własnych	(7 580)	(18 987)	-	-
Spłata kredytów i pożyczek	(10 729)	(21 458)	-	-
Odsetki	(1 363)	(3 178)	(2 291)	(4 392)
Inne	(1 320)	(1 647)	(1 589)	(1 624)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności finansowej	(20 992)	(45 270)	(3 880)	(6 016)
Zmiana stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	(32 434)	(101 518)	(107 571)	(16 482)
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty				
Na początek okresu obrotowego	175 948	245 032	399 228	308 139
Na koniec okresu obrotowego	143 514	143 514	291 657	291 657

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

Informacje dodatkowe dotyczące sprawozdania jednostkowego Agory SA

Zmiany odpisów i rezerw w sprawozdaniu jednostkowym Agory SA w okresie od 1 stycznia 2009 r. do 30 czerwca 2009 r. przedstawiały się następująco (w nawiasach kwota zmiany drugi kwartał 2009 r.):

- odpisy na należności: wzrost o 815 tys. zł (wzrost o 166 tys. zł),
- odpisy na finansowe aktywa, w tym odpis aktualizujący udziały GRA Sp. z o.o. w kwocie 7 766 tys. zł: wzrost o kwotę 14 172 tys. zł (wzrost o 10 526 tys. zł),
- zwiększono odpis na zapasy o kwotę 2 527 tys. zł (wzrost o 1 357 tys. zł),
- zwiększono rezerwę na straty pewne i prawdopodobne o kwotę 1 153 tys. zł (wzrost o 923 tys. zł),
- zmniejszono rezerwę na reorganizację na kwotę 2 153 tys. zł (spadek o 419 tys. zł),
- wykorzystano rezerwę na wyrok konstytucyjny w sprawie świadczeń chorobowych w wysokości 186 tys. zł (wykorzystano - 40 tys. zł),
- wykorzystano rezerwę na koszty wynagrodzeń i odprawy dla byłych członków Zarządu w wysokości 1 700 tys. zł (wykorzystano - 1 164 tys. zł),
- zmniejszono odpis aktualizujący wartość środków trwałych i wartości niematerialnych na kwotę 1 203 tys. zł (bez ruchu),
- zwiększono rezerwę na odprawy emerytalne o kwotę 139 tys. zł (wzrost o 139 tys. zł).

Wybrane jednostkowe dane finansowe wraz z przeliczeniem na EURO

	w tys. zł			w tys. EURO		
	Sześć miesięcy zakończonych 30 czerwca 2009 niebadane	31 grudnia 2008 zbadane	Sześć miesięcy zakończonych 30 czerwca 2008* niebadane	Sześć miesięcy zakończonych 30 czerwca 2009 niebadane	31 grudnia 2008 zbadane	Sześć miesięcy zakończonych 30 czerwca 2008* niebadane
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	439 078		524 810	97 176		150 912
Zysk z działalności operacyjnej	14 988		26 783	3 317		7 702
Zysk brutto	22 740		44 140	5 033		12 693
Zysk netto	17 468		35 439	3 866		10 191
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej	42 496		47 575	9 405		13 680
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności inwestycyjnej	(98 744)		(58 041)	(21 854)		(16 690)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności finansowej	(45 270)		(6 016)	(10 019)		(1 730)
Zmiana stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	(101 518)		(16 482)	(22 468)		(4 739)
Aktywa razem	1 368 600	1 399 495	1 481 202	306 202	335 417	441 596
Zobowiązania długoterminowe	117 428	136 505	157 803	26 273	32 716	47 046
Zobowiązania krótkoterminowe	188 063	204 457	187 896	42 076	49 002	56 018
Kapitał własny	1 063 109	1 058 533	1 135 503	237 853	253 699	338 532
Kapitał zakładowy	54 978	54 978	54 978	12 300	13 177	16 391
Średnia ważona liczba akcji (w szt.)	53 346 374	54 191 128	54 977 535	53 346 374	54 191 128	54 977 535
Zysk przypadający na jedną akcję (w zł / EURO)	0,33		0,64	0,07		0,19
Wartość księgową na jedną akcję (w zł / EURO)	19,93	19,53	20,65	4,46	4,68	6,16

* W związku ze zmianą prezentacji aktywów i rezerwy z tytułu podatku odroczonego w sprawozdaniu rocznym za 2008 r., dane porównywalne na 30 czerwca 2008 r. zostały przekształcone.

Warszawa, 13 sierpnia 2009 r.

Piotr Niemczycki – Prezes Zarządu

P. Niemczycki

Zbigniew Bąk – Wiceprezes Zarządu

Zbigniew Bąk

Tomasz Józefacki – Członek Zarządu

Tomasz Józefacki

Grzegorz Kossakowski – Członek Zarządu

Grzegorz Kossakowski