Tabela 5: Rachunek wyników (mln PLN)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Przychody ogółem	8.1	14.6	28.3	52	87	128.6	175.2	217.5	261.4	313.5	360.3
Przychody z reklamy	8.1	14.4	27.5	49.6	81	115.2	150.4	178.6	208.5	249.2	286.2
Udział reklamy w przychodach	100%	98%	97%	95%	93%	90%	86%	82%	80%	79%	79%
Przychody z e-commernce	0	0.2	0.8	2.4	6	13.4	24.8	38.9	52.9	64.3	74
Udział e-commerce w przychodach	0%	2%	3%	5%	7%	10%	14%	18%	20%	21%	21%
Koszty wytworzenia	5.7	11.9	18.9	24.9	34.8	39.7	65.5	83.5	90.8	102.5	108.3
Zysk brutto na sprzedaży	2.4	2.7	9.3	27.2	52.2	88.9	109.7	134	170.6	210.9	251.9
Marża brutto na sprzedaży	29%	19%	33%	52%	60%	69%	63%	62%	65%	67%	70%
Koszty sprzedaży i zarządu	10.5	15	24.7	38.7	51.5	63.2	68.9	75.5	92	107	126.2
Zysk na sprzedaży	-8.1	-12.3	-15.4	-11.6	0.7	25.7	40.8	58.4	78.6	104	125.7
Marża na sprzedaży	-101%	-84%	-54%	-22%	0.80%	20%	23%	27%	30%	33%	35%
EBIT	-8.1	-12.3	-15.4	-11.6	0.7	25.7	40.8	58.4	78.6	104	125.7
Marża EBIT	-101%	-84%	-54%	-22%	1%	20%	23%	27%	30%	33%	35%
Podatek	0	0	0	0	0	0	3.2	12.9	17.3	22.9	27.7
Efektywwna stopa podatkowa	28%	28%	28%	24%	22%	0%	8%	22%	22%	22%	22%
NOPLAT	-8.1	-12.3	-15.4	-11.6	0.7	25.7	37.6	45.6	61.3	81.1	98.0
Rentowność netto	-101%	-84%	-54%	-22%	1%	20%	21%	21%	23%	26%	27%
Inwestycje	5.3	11.2	11.8	12.4	13	13.5	14	14.4	14.9	15.5	16

Tabela 6: Charakterystyka dyskonta

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Inflacja	10.0%	7.5%	5.5%	5.0%	4.5%	4.0%	3.5%	3.5%	3.5%	3.5%	3.5%
Realna	8.0%	7.0%	6.0%	4.5%	3.5%	3.0%	3.0%	3.0%	3.0%	3.0%	3.0%
Nominalna	18.0%	14.5%	11.5%	9.5%	8.0%	7.0%	6.5%	6.5%	6.5%	6.5%	6.5%
Premia za ryzyko	6.5%	6.5%	6.5%	6.5%	6.0%	6.0%	6.0%	6.0%	6.0%	6.0%	6.0%
Beta	2.5	2.5	2.5	2	2	2	2	1.8	1.8	1.8	1.8
CAPM	34.30%	30.80%	27.80%	22.50%	20.00%	19.00%	18.50%	17.30%	17.30%	17.30%	17.30%
Czynnik dyskontujący	1.1	1.4	1.8	2.2	2.6	3.1	3.7	4.4	5.1	6	7.1
Mnożnik dyskontujący	0.93	0.71	0.56	0.45	0.38	0.32	0.27	0.23	0.2	0.17	0.14