

**GRUPA AGORA**

Raport  
**za II kw. 2010 r.**

12 sierpnia 2010 r.

## SPIS TREŚCI

<b>KOMENTARZ ZARZĄDU DO RAPORTU ZA DRUGI KWARTAŁ 2010 R.....</b>	<b>4</b>
I. ISTOTNE ZDARZENIA I CZYNNIKI MAJĄCE WPŁYW NA WYNIKI FINANSOWE GRUPY .....	4
II. CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE I WEWNĘTRZNE ISTOTNE DLA ROZWOJU GRUPY.....	6
1. CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE .....	6
1.1. Rynek reklamy [3] .....	6
1.2. Konkurencja na rynku dzienników .....	6
1.2.1. Sprzedaż egzemplarzy [4] .....	6
1.2.2. Czytelnictwo [4] .....	7
1.2.3. Wpływy reklamowe .....	7
2. CZYNNIKI WEWNĘTRZNE .....	8
2.1. Przychody.....	8
2.2. Koszty operacyjne .....	8
3. PERSPEKTYWY .....	9
3.1. Rynek reklamy.....	9
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
3.3. Najważniejsze cele Grupy w 2010 r. ....	9
III. WYNIKI FINANSOWE .....	11
1. SPÓŁKI WCHODZĄCE W SKŁAD GRUPY AGORA .....	11
2. RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT GRUPY AGORA.....	11
2.1. Wyniki wg głównych segmentów Grupy Agora SA za pierwsze półrocze 2010 r.....	12
2.2. Przychody i koszty finansowe .....	13
3. BILANS GRUPY AGORA.....	13
3.1. Aktywa trwałe .....	13
3.2. Aktywa obrotowe .....	13
3.3. Zobowiązania i rezerwy długoterminowe.....	13
3.4. Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe .....	13
4. PRZEPŁYWY ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH GRUPY AGORA.....	14
4.1. Działalność operacyjna .....	14
4.2. Działalność inwestycyjna .....	14
4.3. Działalność finansowa.....	14
5. WYBRANE WSKAŹNIKI FINANSOWE [5] .....	15
IV. WYNIKI OPERACYJNE - GŁÓWNE SEGMENTY GRUPY AGORA .....	16
IV.A. PRASA CODZIENNA [1] .....	16
1. GAZETA WYBORCZA.....	17
1.1. Przychody.....	17
1.1.1. Sprzedaż prasy[4].....	17
1.1.2. Sprzedaż reklam [3] .....	17
1.1.3. Projekty Specjalne.....	18
1.1.4. Pozostałe przychody .....	18
1.2. Koszty.....	18
1.2.1. Koszty druku Gazety Wyborczej.....	18
1.2.2. Koszty reprezentacji i reklamy .....	19
2. PRASA BEZPŁATNA [3], [4] .....	19
IV.B. INTERNET [1] , [6] .....	20
1. Przychody.....	20
2. Koszty.....	21
3. Istotne informacje o działalności internetowej .....	21

IV.C. CZASOPISMA [1] [7] .....	22
1. Przychody .....	23
1.1. Sprzedaż czasopism .....	23
1.2. Sprzedaż reklam .....	23
2. Koszty .....	23
IV.D. REKLAMA ZEWNĘTRZNA (GRUPA AMS) .....	24
1. Przychody [8] .....	24
2. Koszty .....	24
3. Inne zdarzenia .....	25
IV.E. RADIO .....	26
1. Przychody [3] .....	26
2. Koszty .....	27
3. Udziały w słuchalności [9] .....	27
4. Inne zdarzenia .....	27
PRZYPISY .....	28
V. INFORMACJE UZUPEŁNIAJĄCE .....	31
1. Istotne wydarzenia .....	31
2. Zmiany w stanie posiadania akcji lub innych uprawnień do nich (opcji) przez członków Zarządu w drugim kwartale 2010 r. i do dnia publikacji raportu .....	33
3. Zmiany w stanie posiadania akcji lub innych uprawnień do nich (opcji) przez członków Rady Nadzorczej w drugim kwartale 2010 r. i do dnia publikacji raportu .....	34
4. Akcjonariusze posiadający bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki na dzień przekazania raportu kwartalnego .....	34
5. Pozostałe informacje .....	35
<b>SKRÓCONE ŚRÓDROCZNE SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE FINANSOWE .....</b>	<b>36</b>

# GRUPA AGORA

## KOMENTARZ ZARZĄDU DO RAPORTU ZA DRUGI KWARTAŁ 2010 R.

PRZYCHODY 529,4 MLN ZŁ,  
ZYSK NETTO 41,9 MLN ZŁ,  
EBITDA OPERACYJNA 85,8 MLN ZŁ,  
GOTÓWKA Z DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ 71,6 MLN ZŁ,  
WOLNE PRZEPŁYWY PIENIĘŻNE 49,1 MLN ZŁ

Wszystkie dane (jeżeli nie zostanie wskazane inaczej) obejmują okres styczeń-czerwiec 2010 r., zaś porównania mówią o dynamice w stosunku do analogicznego okresu 2009 r. Źródła danych zostały przedstawione na końcu części IV niniejszego komentarza.

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

- Według szacunków Grupy Agora SA („Grupa”), w pierwszym półroczu 2010 r. wydatki reklamowe wyniosły 3,7 mld zł tj. o 3,5% więcej niż w analogicznym okresie 2009 r. Największymi beneficjentami wzrostu na rynku reklamy były internet i telewizja, w których reklamodawcy wydali więcej o odpowiednio 23,1% i 8,5% w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. Pozostałe media nadal doświadczały zmniejszenia wydatków na reklamę. Największe ograniczenia wydatków na reklamę miały miejsce w dziennikach (spadek o 12,4%). Wydatki reklamodawców w czasopiśmie zmniejszyły się o 6,4%, natomiast w radio o 6,8%. Reklama zewnętrzna zanotowała spadek wydatków na reklamę o 5,4%.
- Przychody Grupy w pierwszym półroczu 2010 r. wyniosły 529,4 mln zł, natomiast w samym drugim kwartale 2010 r. wyniosły 281,3 mln zł, tak więc spadły odpowiednio o 7,5% i 5,5%. W pierwszym półroczu 2010 r. wpływy ze sprzedaży reklam wyniosły 355,0 mln zł (spadek o 5,1%), ze sprzedaży wydawnictw 104,9 mln zł (spadek o 20,9%), a z pozostałej sprzedaży 69,5 mln zł (wzrost o 6,3%). W samym drugim kwartale 2010 r. wpływy ze sprzedaży reklam nieznacznie wzrosły w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego (wzrost o 0,5%) i wyniosły 195,7 mln zł. W drugim kwartale 2010 r. wpływy ze sprzedaży wydawnictw (51,6 mln zł) oraz z pozostałej sprzedaży (34,0 mln zł) zmniejszyły się odpowiednio o 22,6% oraz o 6,6%.
- Przychody ze sprzedaży reklam w *Gazecie Wyborczej* wyniosły w pierwszym półroczu 2010 r. 158,8 mln zł i były niższe o 9,2% w porównaniu z pierwszym półroczem 2009 r. W samym drugim kwartale dynamika spadku przychodów reklamowych w *Gazecie Wyborczej* wyniosła jedynie 3,5%. Przychody ze sprzedaży egzemplarzy w pierwszym półroczu 2010 r. były o 2,5% niższe niż przed rokiem i wyniosły 73,5 mln zł. W samym drugim kwartale 2010 r. przychody ze sprzedaży egzemplarzy spadły o 2,4% i wyniosły 36,2 mln zł. W pierwszym półroczu 2010 r. średnia sprzedaż egzemplarzowa *Gazety Wyborczej* wyniosła 343 tys. egzemplarzy, a jej udział w wydatkach na reklamę w dziennikach wyniósł 39,5% i wzrósł o prawie 1pkt% w stosunku do analogicznego okresu 2009 r. [4].
- W pierwszym półroczu 2010 r. przychody ze sprzedaży reklam w bezpłatnej gazecie *Metro* wyniosły 16,0 mln zł i spadły jedynie o 1,8%. W samym drugim kwartale 2010 r. wyniosły one 8,7 mln zł i wzrosły o 10,1%. Bezpłatna gazeta Agory wzmocniła swój udział w wydatkach na reklamę w dziennikach do poziomu około 4% zarówno w pierwszym półroczu 2010 r. jak i w samym drugim kwartale 2010 r. [3].
- Przychody segmentu Internet wyniosły w pierwszym półroczu 2010 r. 47,1 mln zł i wzrosły o 22,0%. W samym drugim kwartale 2010 r. wzrosły one o 35,6% i wyniosły 25,9 mln zł. Dzięki dynamicznemu wzrostowi przychodów segment Internet zanotował pozytywny wynik EBIT w wysokości 1,5 mln zł. W drugim kwartale 2010 r. W maju 2010 r. zasięg serwisów Grupy *Gazeta.pl* osiągnął poziom 65,8%, a liczba użytkowników wyniosła 11,5 mln osób [6].

- ▶ Przychody Grupy AMS w pierwszym półroczu 2010 r. wyniosły 79,9 mln zł i spadły o 7,5%. Pomimo tego, Grupa AMS poprawiła zarówno EBITDĘ operacyjną o 1,8% jak i marżę EBITDA operacyjną o 1,3pkt%. Udział Grupy AMS w wydatkach na reklamę zewnętrzną był na poziomie 26,2% [8].
- ▶ Przychody segmentu Czasopism w pierwszym półroczu 2010 r. wyniosły 43,3 mln zł i spadły o 9,0%, a EBITDA operacyjna wyniosła 8,5 mln zł [1].
- ▶ Przychody segmentu Radio wyniosły w pierwszym półroczu 2010 r. 36,2 mln zł i spadły o 10,4% w stosunku do analogicznego okresu 2009 r. Pomimo spadku przychodów, segment ten osiągnął pozytywny wynik operacyjny EBIT w wysokości 0,6 mln zł. EBITDA operacyjna wzrosła o 64,3% do poziomu 2,3 mln zł, w efekcie marża EBITDA operacyjna wzrosła o 2,9pkt% do 6,4%.
- ▶ Koszty operacyjne netto Grupy wyniosły w pierwszym półroczu 2010 r. 488,6 mln zł i spadły o 11,4%. Do spadku kosztów przyczyniła się redukcja w wydatkach na reprezentację i reklamę (spadek o 21,5%), a także oszczędności w kosztach zużycia materiałów i energii oraz wartości sprzedanych towarów i materiałów (spadek o 22,8%), głównie w wyniku niższych kosztów zużycia papieru oraz realizacji tańszych seryjnych projektów wydawniczych (działalność Projektów Specjalnych). Ponadto, na spadek kosztów operacyjnych Grupy wpływ miały niższe koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników (bez niegotówkowych kosztów związanych z płatnościami w formie papierów wartościowych), które spadły o 1,1%.
- ▶ Pomimo jednorazowego spisania kwoty 7,7 mln zł dotyczącej wartości nakładów związanych z licencjami na oprogramowanie w drugim kwartale 2010 r., Grupa poprawiła wynik operacyjny EBIT zarówno w drugim kwartale 2010 r. (o 61,7%) jak i w pierwszym półroczu 2010 r. (o 98,1%). EBITDA operacyjna Grupy wzrosła w pierwszym półroczu 2010 r., w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego, o 26,2% i wyniosła 85,8 mln zł, a marża EBITDA operacyjna wyniosła 16,2% i wzrosła o 4,3 pkt%. Zysk netto Grupy przypadający na akcjonariuszy jednostki dominującej wzrósł o 215,0% do 41,9 mln zł.
- ▶ Na koniec czerwca 2010 r., Grupa posiadała środki pieniężne w wysokości 306,4 mln zł, na które składały się gotówka i jej ekwiwalenty w wysokości 147,1 mln zł oraz 159,3 mln zł zainwestowane w bezpieczne krótkoterminowe papiery wartościowe.
- ▶ Na koniec czerwca 2010 r. zadłużenie kredytowe Grupy wyniosło 73,1 mln zł. W pierwszym półroczu 2010 r. Agora SA („Spółka”, „Agora”) spłaciła 2 kwartalne raty wykorzystanej w latach ubiegłych linii kredytowej. Obecnie, linia kredytowa Spółki dostępna do dalszego wykorzystania wynosi 200 mln zł.

## II. CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE I WEWNĘTRZNE ISTOTNE DLA ROZWOJU GRUPY

### 1. CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE

#### 1.1. Rynek reklamy [3]

Według szacunków Agory, opartych na dostępnych źródłach danych, w drugim kwartale 2010 r. wartość rynku reklamy wyniosła około 2,05 mld zł, tj. o 7,6% więcej niż w drugim kwartale 2009 r. Dodatnią dynamikę odnotował internet oraz telewizja (wzrost o 13,8%). Wzrost wydatków na reklamę w internecie o 27,4% wynikał z wyższych wydatków na reklamę w wyszukiwarkach (wzrost o 29%) oraz z wyższych wydatków na reklamę graficzną (display) i e-mail marketing, które zanotowały wzrost o 28% w porównaniu z drugim kwartałem 2009 r.

W okresie kwiecień – czerwiec 2010 r. reklamodawcy wydali na reklamę zewnętrzną około 175 mln zł, co oznacza, że wartość wydatków na reklamę zewnętrzną spadła o 1,0% w stosunku do drugiego kwartału 2009 r.

W drugim kwartale 2010 r. dynamika spadku wydatków na reklamę w dziennikach była mniej dotkliwa niż w pierwszym kwartale 2010 r. i wyniosła 9,0%. Najsilniejsze spadki dotyczyły branż: turystyka (o prawie 35%), sieci handlowe (o 18%), telekomunikacja (o około 40%), oraz praca, w której redukcja wydatków wyniosła 23%. Warto zauważyć, że branże motoryzacja i nieruchomości zanotowały znacznie niższe spadki wydatków niż w pierwszym kwartale 2010 r. - redukcja wydatków sięgnęła odpowiednio 7% i 12%. W drugim kwartale 2010 r. o ponad 20% wzrosły wydatki branży finanse.

W drugim kwartale 2010 r. mniejszą dynamikę spadku wydatków na reklamę, zanotowały czasopisma i radio, na które reklamodawcy wydali odpowiednio o 5,9% i o 4,3% mniej niż w analogicznym okresie 2009 r.

Dzięki wzrostowi wydatków na reklamę o 7,6% w drugim kwartale 2010 r., wartość rynku reklamowego w całym pierwszym półroczu 2010 r. zanotowała wzrost (o 3,5%), w stosunku do pierwszego półrocza 2009 r., a jego wartość wyniosła prawie 3,7 mld zł. Podobnie jak w drugim kwartale 2010 r. w całym pierwszym półroczu br. jedynymi mediami, na które reklamodawcy wydali, odpowiednio 8,5% i 23,1%, więcej niż rok wcześniej były telewizja i internet.

Zmniejszająca się z kwartału na kwartał dynamika spadku wydatków na reklamę w dziennikach spowodowała, że w całym pierwszym półroczu 2010 r. wartość tych wydatków była o 12,4% mniejsza niż rok wcześniej.

Dzięki mniejszemu spadkowi wydatków na reklamę w czasopismach w drugim kwartale 2010 r., w całym pierwszym półroczu wartość wydatków na reklamę w czasopismach skurczyła się o 6,4%.

W kolejnych kwartałach zmniejszały się również dynamiki spadków wydatków na reklamę w radio, co spowodowało, że w pierwszym półroczu 2010 r. wartość wydatków na reklamę w radio była o 6,8% niższa niż rok wcześniej.

Systematycznie zmniejsza się dynamika spadku wydatków na reklamę zewnętrzną (w drugim kwartale 2010 r. spadek o 1,0%), która w pierwszym półroczu 2010 r. wyniosła 5,4% w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego.

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 [4]

W drugim kwartale 2010 r. rozpowszechnianie płatne razem *Gazety* wyniosło 347 tys. egzemplarzy i spadło o 8,5% w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. W pierwszym półroczu 2010 r. *Gazeta* sprzedawała średnio 343 tys. egzemplarzy co oznacza spadek o 11,4 %.

Średnie rozpowszechnianie płatne *Dziennika Gazety Prawnej* w drugim kwartale 2010 r. wyniosło 101 tys. egzemplarzy, natomiast w pierwszym półroczu 2010 r. 104 tys. egzemplarzy [10].

W drugim kwartale 2010 r. rozpowszechnianie płatne razem *Rzeczpospolitej* wyniosło 145 tys. egzemplarzy (wzrost o 1,1 %), a rozpowszechnianie płatne *Faktu* wyniosło 466 tys. egzemplarzy (wzrost o 0,6 %). *Super Express* sprzedał w omawianym okresie 192 tys. egzemplarzy (wzrost o 1,5 %).

W pierwszym półroczu 2010 r. średnie rozpowszechnianie płatne razem *Rzeczpospolitej* wyniosło 144 tys. egzemplarzy (spadek o 1,6 %), a rozpowszechnianie płatne *Faktu* wyniosło 454 tys. egzemplarzy (spadek o 4,5 %). *Super Express* sprzedał w omawianym okresie 186 tys. egzemplarzy (spadek o 5,7 %).

Średnia sprzedaż wszystkich tytułów Polskapresse wydawanych pod szyldem *Polska the Times* w drugim kwartale 2010 r. wyniosła 280 tys. egzemplarzy i spadła o 7,9 % natomiast w pierwszym półroczu 2010 r. 277 tys. egzemplarzy i spadła o 11,7 % [4] [11].

#### 1.2.2. Czytelnictwo [4]

W drugim kwartale 2010 r. tygodniowy zasięg czytelniczy *Gazety* wyniósł 14,1% (4,3 mln czytelników, wg wskaźnika CCS). Czytelnictwo tabloidu *Fakt* było na poziomie 14,5%. Czytelnictwo *Super Expressu* osiągnęło średnio w drugim kwartale 2010 r. 6,8%. W omawianym okresie *Metro* trafiało do prawie 2 mln czytelników (zasięg czytelniczy na poziomie 6,5%; wskaźnik CCS).

W drugim kwartale 2010 r. tygodniowy zasięg czytelniczy *Dziennika Gazety Prawnej* wyniósł 2,9% (0,9 mln czytelników wg wskaźnika CCS), a *Rzeczpospolitej* 4,5% (ponad 1,3 mln czytelników wg wskaźnika CCS).

W pierwszym półroczu 2010 r. tygodniowy zasięg czytelniczy *Gazety* wyniósł 14,5% (4,4 mln czytelników, wg wskaźnika CCS). Dało to *Gazecie*, razem z *Faktem*, pierwszą pozycję wśród dzienników ogólnopolskich. W omawianym okresie czytelnictwo tabloidu *Fakt* było na poziomie 14,5%. W okresie styczeń – czerwiec 2010 r. czytelnictwo *Super Expressu* osiągnęło średnio 6,7%. Dobre wyniki czytelnictwa zanotowało *Metro*. W omawianym okresie trafiało ono do 1,9 mln czytelników (zasięg czytelniczy na poziomie 6,4%; wskaźnik CCS).

W pierwszym półroczu 2010 r. tygodniowy zasięg czytelniczy *Dziennika Gazety Prawnej* wyniósł 3,1% (ponad 0,9 mln czytelników wg wskaźnika CCS), a *Rzeczpospolitej* 4,3% (1,3 mln czytelników wg wskaźnika CCS).

#### 1.2.3. Wpływy reklamowe

W pierwszym kwartale 2010 r. wydatki na reklamę w dziennikach spadły o 16,1%, natomiast w drugim kwartale 2010 r. spadek ten wyniósł 9,0%.

W drugim kwartale 2010 r. spadek wydatków na reklamę wymiarową w *Gazecie Wyborczej* był niższy niż rynkowy i wyniósł prawie 5,5%. Pozwoliło to *Gazecie* umocnić jej udział w tych wydatkach o 1,5pkt% do 39,5% w drugim kwartale 2010 r. Również *Metro* zwiększyło swój udział w wydatkach na reklamę w dziennikach w drugim kwartale 2010 r. do poziomu około 4%. W omawianym okresie udział *Dziennika Gazety Prawnej* w wydatkach na reklamę w dziennikach wyniósł około 4%, a *Rzeczpospolitej* około 10% (wzrost o 1 pkt%).

W drugim kwartale 2010 r. udział *Faktu* w wydatkach na reklamę w dziennikach wyniósł około 8% (wzrost o około 0,5pkt%), natomiast *Super Expressu* 3% i zanotował spadek o niespełna 0,5pkt% w stosunku do drugiego kwartału 2009 r.

W pierwszym półroczu 2010 r. spadek wydatków na reklamę w dziennikach wyniósł 12,4%, głównie z powodu dużej redukcji (o 16,1%) wydatków w pierwszym kwartale 2010 r.

W pierwszym półroczu 2010 r. spadek wydatków na reklamę wymiarową w *Gazecie Wyborczej* wyniósł 10,5%, a jej udział w tych wydatkach był na poziomie 39,5%. Udział bezpłatnej gazety Agory *Metra* w wydatkach na reklamę w dziennikach wyniósł 4% i nieznacznie wzrósł w stosunku do pierwszego półrocza 2009 r. W omawianym okresie udział *Dziennika Gazety Prawnej* w wydatkach na reklamę w dziennikach wyniósł około 4%, a *Rzeczpospolitej* około 10% (wzrost o ponad 1 pkt%).

W okresie styczeń - czerwiec 2010 r. udział *Faktu* w wydatkach na reklamę w dziennikach wyniósł około 8% (wzrost o 1 pkt%), natomiast *Super Expressu* 3% i utrzymał się na niezmiennym poziomie w stosunku do analogicznego okresu 2009 r.

## 2. CZYNNIKI WEWNĘTRZNE

### 2.1. Przychody

W pierwszym półroczu 2010 r. Grupa zanotowała spadek przychodów ze sprzedaży o 7,5%, do 529,4 mln zł, w drugim kwartale dynamika spadku przychodów ze sprzedaży była niższa i wyniosła 5,5%. Wpływy ze sprzedaży usług reklamowych spadły w okresie styczeń – czerwiec 2010 r. o 5,1% i wyniosły 355,0 mln zł. W samym drugim kwartale 2010 r. wartość wpływów ze sprzedaży reklam w Grupie wzrosła nieznacznie w stosunku do drugiego kwartału 2009 r. (o 0,5%).

Wysoką dynamikę wzrostu przychodów ze sprzedaży reklam zarówno w drugim kwartale 2010 r. (wzrost o 63,6%) jak i w pierwszym półroczu 2010 r. (wzrost o 46,3%) zanotował segment Internet. Przychody z całej działalności segmentu Internet Grupy wzrosły o 35,6% w drugim kwartale 2010 r. oraz o 22,0% w całym pierwszym półroczu 2010 r. Przychody reklamowe w *Gazecie* w drugim kwartale 2010 r. spadły o 3,5%, przy spadku wydatków na reklamę w dziennikach o 9,0%. W pierwszym półroczu 2010 r. przychody reklamowe w *Gazecie* wyniosły 158,8 mln zł i zmniejszyły się o 9,2%. Dzięki wzrostowi przychodów reklamowych *Metra* w drugim kwartale 2010 r. o 10,1%, w całym pierwszym półroczu 2010 r. przychody reklamowe były jedynie o 0,3 mln zł niższe niż w analogicznym okresie roku ubiegłego. Przychody reklamowe w czasopiśmie skurczyły się o 5,6% w drugim kwartale 2010 r., natomiast o 10,1% w pierwszym półroczu 2010 r.

Grupa AMS zanotowała spadek przychodów reklamowych (o 5,5%) w drugim kwartale 2010 r. oraz o 7,0% w pierwszym półroczu 2010 r.

Przychody ze sprzedaży reklam segmentu Radio wyniosły 19,8 mln zł i spadły o 6,6% w drugim kwartale 2010 r., a w pierwszym półroczu 2010 r. spadły o 9,4% do kwoty 35,6 mln zł.

Wpływy ze sprzedaży wydawnictw wyniosły 51,6 mln zł i spadły o 22,6% w drugim kwartale 2010 r. oraz o 20,9% do kwoty 104,9 mln zł w pierwszym półroczu 2010 r. Głównym czynnikiem przyczyniającym się do spadku tej pozycji przychodowej były niższe (o 22,3 mln zł w pierwszym półroczu 2010 r. i o 13,5 mln zł w drugim kwartale 2010 r.) przychody ze sprzedaży Projektów Specjalnych. Wyłączając przychody ze sprzedaży Projektów Specjalnych, spadek przychodów ze sprzedaży wydawnictw wyniósł odpowiednio 3,6% dla pierwszego półrocza 2010 r. i 3,4% dla drugiego kwartału 2010 r.

### 2.2. Koszty operacyjne

**Koszty operacyjne netto** Grupy w pierwszym półroczu 2010 r. wyniosły 488,6 mln zł i spadły o 11,4%. Było to możliwe dzięki oszczędnościom na kosztach reprezentacji i reklamy, które zostały zredukowane o 21,5%, a także kosztach zużycia materiałów i energii oraz wartości sprzedanych towarów i materiałów, które zmniejszyły się o 22,8%. Oszczędności na kosztach zużycia materiałów i energii oraz wartości towarów i materiałów wynikają głównie z niższych kosztów zużycia papieru oraz tańszych, realizowanych w ramach działalności Projektów Specjalnych, projektów seryjnych. Dodatkowo, koszty wynagrodzeń i świadczeń zostały zredukowane o 1,1%.

**Zatrudnienie etatowe** w Grupie na koniec pierwszego półrocza 2010 r. wyniosło 3 118 etatów i zmniejszyło się o 199 etatów w stosunku do końca pierwszego półrocza 2009 r. Było to możliwe dzięki m.in. skutecznej realizacji jednego z elementów planu poprawy efektywności operacyjnej, w ramach którego do końca października 2009 r. w Grupie wręczono 393 wypowiedzenia.

**Koszty reprezentacji i reklamy** Grupy wyniosły w pierwszym półroczu 2010 r. 62,0 mln zł i spadły o 21,5%. Spadek ten wynika głównie z niższych cen zakupu usług reklamowych w mediach oraz z ograniczenia intensywności kampanii reklamowych realizowanych przez Grupę, m.in. ze względu na okres żałoby narodowej w kwietniu 2010 r.

**Koszty zużycia materiałów i energii oraz wartości sprzedanych towarów i materiałów** wyniosły w pierwszym półroczu 2010 r. 93,0 mln zł i spadły o 22,8%. Spadek ten wiąże się głównie z niższymi kosztami zakupu papieru wynikającymi m.in. z korzystnego kursu wymiany EUR/PLN, niższych cen papieru oraz nieco niższego wolumenu produkcji. Na spadek tej pozycji miały również wpływ tańsze projekty seryjne, realizowane w ramach działalności Projektów Specjalnych.



### 3. PERSPEKTYWY

#### 3.1. Rynek reklamy

Wzrost wartości wydatków na reklamę o 7,6% w drugim kwartale 2010 r., pozwolił na umocnienie rynku reklamowego w całym pierwszym półroczu 2010 r. (wzrost o 3,5%).

W pierwszym półroczu 2010 r., jedynie internet oraz telewizja zanotowały wzrost wydatków na reklamę (odpowiednio o 23,1% oraz o 8,5%). Dynamika spadku wydatków na reklamę w dziennikach wyniosła 12,4%. Wydatki na reklamę w radio spadły o 6,8%, w czasopiśmie o 6,4%, natomiast wydatki na reklamę zewnętrzną zmniejszyły się o 5,4%.

Wydaje się, że tygodniowy okres braku emisji i publikacji reklam w części mediów, w drugim kwartale 2010 r., nie zahamował pierwszych sygnałów stabilizacji na całym rynku reklamy.

Kondycja rynku reklamy w kolejnych kwartałach 2010 r. zależy w istotnej mierze od stanu polskiej gospodarki, w szczególności poziomu inwestycji przedsiębiorstw, skali napływu środków z Unii Europejskiej oraz poziomu konsumpcji indywidualnej. Na kształt rynku w kolejnych kwartałach 2010 r. wpływ będzie miała również sytuacja makroekonomiczna Europy oraz zmiany strukturalne w mediach i procesy konsolidacyjne na rynku reklamy.

#### 3.2. Koszty operacyjne

##### 3.2.1 Koszty wynagrodzeń i świadczeń dla pracowników

Grupa kontynuuje politykę kontroli kosztów (w tym nowego zatrudnienia) w celu dostosowania jej funkcjonowania do kondycji rynku reklamowego. Niemniej jednak należy pamiętać, że na wysokość wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników wpływają m.in. zmienne elementy wynagrodzenia związane ze stopniem realizacji założonych budżetów sprzedażowych na dany rok obrotowy w poszczególnych segmentach biznesowych oraz stopień realizacji budżetu całej Grupy. Dodatkowo, w Grupie na bieżąco realizowane są projekty rozwojowe, w tym w zakresie budowy kompetencji w mediach elektronicznych.

##### 3.2.2 Koszty marketingu i promocji

Ze względu na sytuację rynkową, a także zmniejszenie wolumenu produkcji i ograniczenia liczby akcji promocyjnych w pierwszym półroczu 2010 r., w tym z powodu żałoby narodowej w kwietniu 2010 r., koszty reprezentacji i reklamy spadły o 21,5%. Pamiętać należy, że poziom tych wydatków jest uzależniony od dynamiki rozwoju poszczególnych mediów, liczby uruchamianych w danym kwartale projektów, w tym kolekcji wydawniczych, a także rynkowej aktywności i projektów konkurencji.

##### 3.2.3 Koszty materiałów i energii

W pierwszym półroczu 2010 r., koszty materiałów i energii spadły o 19,0%. Na wysokość tych kosztów wpłynęły ceny jednostkowe (w tym ceny zakupu papieru), kurs wymiany euro do złotego oraz wolumen produkcji. Wysokość tych kosztów w następnych kwartałach będzie uzależniona głównie od wolumenu produkcji oraz kursu wymiany euro do złotego. Grupa zamierza kontynuować politykę kontroli kosztów również w tym zakresie.

#### 3.3. Najważniejsze cele Grupy w 2010 r.

Grupa zamierza nadal konsekwentnie realizować wyznaczone sobie cele na 2010 r., do których zaliczają się:

- (i) kontrola kosztów umożliwiająca elastyczne zarządzanie bazą kosztową w celu przystosowania Grupy do zmiennych warunków rynkowych;
- (ii) rozwijanie istniejących przedsięwzięć oraz wzmocnienie efektu wewnętrznych synergii w celu lepszego wykorzystania kompetencji i multimedialnych zasobów Grupy;
- (iii) dalszy rozwój istniejących oraz budowa nowych ośrodków kompetencji multimedialnych w ramach Grupy;
- (iv) zapewnienie szerokiej dystrybucji treści oraz ich monetyzacji;
- (v) wykorzystanie strukturalnych przemian zachodzących na rynku mediów w celu poszerzenia portfolio aktywów Grupy.

Grupa na bieżąco kontroluje koszty, które w pierwszym półroczu 2010 r. zostały ograniczone o 11,4%. Dzięki konsekwentnie prowadzonej ścisłej kontroli kosztów, Grupa mogła elastycznie dostosować swoją działalność do dynamicznie zmieniającego się rynku reklamy i poprawić swoją rentowność pomimo spadku przychodów.

W Grupie prowadzonych jest szereg procesów służących rozwijaniu kompetencji i wzmocnieniu efektów synergii pomiędzy poszczególnymi mediami w portfolio Grupy, co przyczyni się do efektywniejszego wykorzystanie multimedialnego zasobów Grupy zarówno w bieżącej działalności jak i w prowadzonych projektach rozwojowych.

Ponadto, Grupa na bieżąco pracuje nad lepszą monetyzacją jej treści poszukując na bieżąco nowych form i kanałów ich dystrybucji.

W ramach realizacji celu odnoszącego się do poszerzenia portfolio aktywów Grupy, Spółka (w dniu 30 marca 2010 r.) podpisała przedwstępną umowę dotyczącą nabycia 84% akcji spółki Centrum Filmowe Helios S.A., o czym poinformowała w komunikacie giełdowym w dniu 30 marca 2010, w którym podała między innymi, iż zawarcie ostatecznej umowy sprzedaży akcji Helios uzależnione jest od ziszczenia się standardowych warunków spotykanych w transakcjach tego typu, w tym od uzyskania zgody Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów na dokonanie koncentracji. W dniu 14 lipca 2010 r. Spółka otrzymała zgodę Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów na realizację tej transakcji. Obecnie, Spółka realizuje dalsze kroki niezbędne do podpisania ostatecznej umowy dotyczącej nabycia akcji spółki Centrum Filmowe Helios S.A.

### III. WYNIKI FINANSOWE

#### 1. SPÓŁKI WCHODZĄCE W SKŁAD GRUPY AGORA

Skonsolidowane sprawozdanie Grupy Agora za drugi kwartał 2010 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., AdTaily Sp. z o.o., 5 spółek zależnych działających w branży radiowej oraz spółek ukraińskich LLC Agora Ukraine, Agora Press Ltd., a także jednostek współzależnych A2 Multimedia Sp. z o.o. i Business Ad Network Sp. z o.o.

Szczegółowa lista spółek wchodzących w skład Grupy Agora znajduje się w nocie 12, a przeliczenie wybranych danych finansowych na EURO znajduje się w notach 16 i 18 do sprawozdania finansowego zamieszczonego w tym raporcie.

#### 2. RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT GRUPY AGORA

Tab. 1

w mln zł	II kwartał 2010	II kwartał 2009	% zmiany 2010 do 2009	I półrocze 2010	I półrocze 2009	% zmiany 2010 do 2009
<b>Przychody ze sprzedaży netto (1)</b>	<b>281,3</b>	<b>297,8</b>	<b>(5,5%)</b>	<b>529,4</b>	<b>572,2</b>	<b>(7,5%)</b>
<i>Sprzedaż usług reklamowych</i>	195,7	194,7	0,5%	355,0	374,1	(5,1%)
<i>Sprzedaż wydawnictw</i>	51,6	66,7	(22,6%)	104,9	132,7	(20,9%)
<i>Pozostała sprzedaż</i>	34,0	36,4	(6,6%)	69,5	65,4	6,3%
<b>Koszty operacyjne netto, w tym:</b>	<b>(257,2)</b>	<b>(282,9)</b>	<b>(9,1%)</b>	<b>(488,6)</b>	<b>(551,6)</b>	<b>(11,4%)</b>
<i>Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów</i>	(47,8)	(65,1)	(26,6%)	(93,0)	(120,5)	(22,8%)
<i>Amortyzacja</i>	(19,4)	(20,5)	(5,4%)	(39,2)	(40,6)	(3,4%)
<i>Wynagrodzenia i świadczenia (2)</i>	(69,7)	(67,7)	3,0%	(138,3)	(139,8)	(1,1%)
<i>Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych</i>	(2,8)	(3,5)	(20,0%)	(5,9)	(7,1)	(16,9%)
<i>Reprezentacja i reklama</i>	(36,1)	(40,8)	(11,5%)	(62,0)	(79,0)	(21,5%)
<i>Plan poprawy efektywności operacyjnej</i>	0,0	(2,3)	-	0,0	(2,3)	-
<b>Wynik operacyjny - EBIT</b>	<b>24,1</b>	<b>14,9</b>	<b>61,7%</b>	<b>40,8</b>	<b>20,6</b>	<b>98,1%</b>
<b>Przychody i koszty finansowe, netto, w tym:</b>	<b>1,5</b>	<b>0,0</b>	<b>-</b>	<b>3,9</b>	<b>0,8</b>	<b>387,5%</b>
<i>Przychody z krótkoterminowych inwestycji</i>	3,3	2,6	26,9%	6,9	5,7	21,1%
<i>Koszty kredytów i pożyczek</i>	(1,5)	(2,1)	(28,6%)	(3,1)	(4,6)	(32,6%)
<i>Różnice kursowe per saldo</i>	0,0	(0,5)	-	(0,1)	0,0	-
<b>Udział w jednostkach współkontrolowanych</b>	<b>(0,1)</b>	<b>(0,2)</b>	<b>(50,0%)</b>	<b>(0,4)</b>	<b>(0,4)</b>	<b>-</b>
<b>Zysk brutto</b>	<b>25,5</b>	<b>14,7</b>	<b>73,5%</b>	<b>44,3</b>	<b>21,0</b>	<b>111,0%</b>
<b>Podatek dochodowy (3)</b>	<b>(5,4)</b>	<b>(2,9)</b>	<b>86,2%</b>	<b>(2,4)</b>	<b>(8,2)</b>	<b>(70,7%)</b>
<b>Zysk netto</b>	<b>20,1</b>	<b>11,8</b>	<b>70,3%</b>	<b>41,9</b>	<b>12,8</b>	<b>227,3%</b>
<b>Przypadający na:</b>						
<i>Akcjonariuszy jednostki dominującej</i>	20,2	12,2	65,6%	41,9	13,3	215,0%
<i>Udziały niekontrolujące</i>	(0,1)	(0,4)	(75,0%)	0,0	(0,5)	-
<b>marża EBIT (EBIT/Przychody)</b>	<b>8,6%</b>	<b>5,0%</b>	<b>3,6pkt %</b>	<b>7,7%</b>	<b>3,6%</b>	<b>4,1pkt %</b>
<b>EBITDA</b>	<b>43,5</b>	<b>35,2</b>	<b>23,6%</b>	<b>79,9</b>	<b>60,9</b>	<b>31,2%</b>
<b>marża EBITDA (EBITDA/Przychody)</b>	<b>15,5%</b>	<b>11,8%</b>	<b>3,7pkt %</b>	<b>15,1%</b>	<b>10,6%</b>	<b>4,5pkt %</b>
<b>EBITDA operacyjna (2)</b>	<b>46,3</b>	<b>38,7</b>	<b>19,6%</b>	<b>85,8</b>	<b>68,0</b>	<b>26,2%</b>
<b>marża EBITDA operacyjna (EBITDA operacyjna/Przychody)</b>	<b>16,5%</b>	<b>13,0%</b>	<b>3,5pkt %</b>	<b>16,2%</b>	<b>11,9%</b>	<b>4,3pkt %</b>

(1) poszczególne pozycje przychodów ze sprzedaży zawierają przychody ze sprzedaży Projektów Specjalnych (w tym kolekcji wydawniczych), opisane szczegółowo w punkcie IV.A niniejszego raportu;  
 (2) z wyłączeniem niegotówkowych kosztów związanych z płatnościami w formie papierów wartościowych;  
 (3) w pierwszym półroczu 2010 r. pozytywny wpływ na tę pozycję miało rozliczenie jednorazowej transakcji (6,6 mln zł) sprzedaży udziałów Inforadio Sp. z o.o. do GRA Sp. z o.o., przeprowadzonej w ramach wewnątrzgrupowej restrukturyzacji kapitałowej.

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 pierwsze półrocze 2010 r.

Tab. 2

w mln zł	Prasa codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Pozycje uzgadniające (3)	Razem (dane skonsoli- dowane) I półrocze 2010
<b>Przychody ze sprzedaży (4)</b>	<b>326,8</b>	<b>47,1</b>	<b>43,3</b>	<b>79,9</b>	<b>36,2</b>	<b>(3,9)</b>	<b>529,4</b>
<i>Udział %</i>	61,7%	8,9%	8,2%	15,1%	6,8%	(0,7%)	100,0%
<b>Koszty operacyjne, netto (4)</b>	<b>(244,9)</b>	<b>(45,7)</b>	<b>(35,2)</b>	<b>(80,1)</b>	<b>(35,6)</b>	<b>(47,1)</b>	<b>(488,6)</b>
<b>EBIT</b>	<b>81,9</b>	<b>1,4</b>	<b>8,1</b>	<b>(0,2)</b>	<b>0,6</b>	<b>(51,0)</b>	<b>40,8</b>
Przychody i koszty finansowe							3,9
Udział w jednostkach współkontrolowanych							(0,4)
Podatek dochodowy							(2,4)
<b>Zysk netto za okres</b>							<b>41,9</b>
<b>Przypadający na:</b>							
Akcjonariuszy							41,9
jednostki dominującej							
Udziały niekontrolujące							0,0
<b>EBITDA</b>	<b>95,0</b>	<b>4,9</b>	<b>8,2</b>	<b>10,7</b>	<b>2,0</b>	<b>(40,9)</b>	<b>79,9</b>
EBITDA operacyjna (1)	98,0	5,2	8,5	11,3	2,3	(39,5)	85,8
Wydatki inwestycyjne (2)	(4,2)	(1,8)	0,0	(2,8)	(0,5)	(9,1)	(18,4)

(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 nieuwjęte w poszczególnych segmentach, m.in. pozostałe przychody i koszty pionów wspomagających oraz Zarządu 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 2010 r. negatywny wpływ miały głównie prowizje i odsetki związane z kredytem bankowym.

## 3. BILANS GRUPY AGORA

Tab. 3

w mln zł	30.06.2010	31.03.2010	% zmiany do 31.03.2010	31.12.2009	30.06.2009
<b>Aktywa trwałe</b>	<b>993,3</b>	<b>1 011,4</b>	<b>(1,8%)</b>	<b>1 023,5</b>	<b>1 045,0</b>
udział w sumie bilansowej	64,3%	65,3%	(1,0pkt %)	66,5%	67,6%
<b>Aktywa obrotowe</b>	<b>551,4</b>	<b>538,6</b>	<b>2,4%</b>	<b>514,7</b>	<b>500,3</b>
udział w sumie bilansowej	35,7%	34,7%	1,0pkt %	33,5%	32,4%
<b>RAZEM AKTYWA</b>	<b>1 544,7</b>	<b>1 550,0</b>	<b>(0,3%)</b>	<b>1 538,2</b>	<b>1 545,3</b>
<b>Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej</b>	<b>1 216,0</b>	<b>1 218,3</b>	<b>(0,2%)</b>	<b>1 196,3</b>	<b>1 168,9</b>
udział w sumie bilansowej	78,7%	78,6%	0,1pkt %	77,8%	75,6%
<b>Udziały niekontrolujące</b>	<b>1,8</b>	<b>2,4</b>	<b>(25,0%)</b>	<b>(0,2)</b>	<b>(0,7)</b>
udział w sumie bilansowej	0,1%	0,2%	(0,1pkt %)	-	-
<b>Zobowiązania i rezerwy długoterminowe</b>	<b>76,7</b>	<b>86,4</b>	<b>(11,2%)</b>	<b>99,9</b>	<b>119,0</b>
udział w sumie bilansowej	5,0%	5,6%	(0,6pkt %)	6,5%	7,7%
<b>Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe</b>	<b>250,2</b>	<b>242,9</b>	<b>3,0%</b>	<b>242,2</b>	<b>258,1</b>
udział w sumie bilansowej	16,2%	15,6%	0,6pkt %	15,7%	16,7%
<b>RAZEM PASYWA</b>	<b>1 544,7</b>	<b>1 550,0</b>	<b>(0,3%)</b>	<b>1 538,2</b>	<b>1 545,3</b>

### 3.1. Aktywa trwałe

Spadek wartości aktywów trwałych, w porównaniu do stanu z 31 marca 2010 r., wynika głównie z odpisów amortyzacyjnych wartość rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych oraz spisania wartości nakładów (7,7 mln zł) związanych z licencjami na oprogramowanie.

### 3.2. Aktywa obrotowe

Wzrost wartości aktywów obrotowych, w stosunku do 31 marca 2010 r., wynika głównie ze wzrostu salda środków pieniężnych, rozumianych jako suma gotówki i jej ekwiwalentów (kasa, rachunki bankowe i depozyty bankowe) oraz krótkoterminowych papierów wartościowych.

### 3.3. Zobowiązania i rezerwy długoterminowe

Spadek salda zobowiązań i rezerw długoterminowych, w stosunku do 31 marca 2010 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 zmianę salda zobowiązań i rezerw krótkoterminowych, w stosunku do 31 marca 2010 r. wpływ miały głównie:

- rozpoznanie zobowiązania z tytułu dywidendy dla akcjonariuszy przez Agorę SA (25,5 mln zł),
- spadek zobowiązań z tytułu dostaw i usług (o 21,5 mln zł).
- wzrost rezerw na zobowiązania i rozliczeń międzyokresowych (o 2,6 mln zł).

W pierwszym półroczu 2010 r. Agora SA podpisała aneks nr 10 do umowy kredytowej z bankiem Pekao SA oraz spłaciła kolejne dwie raty wykorzystanej w latach ubiegłych linii kredytowej.

## 4. PRZEPŁYWY ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH GRUPY AGORA

Tab. 4

w mln zł	II kwartał 2010	II kwartał 2009	% zmiany 2010 do 2009	I półrocze 2010	I półrocze 2009	% zmiany 2010 do 2009
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	27,8	26,2	6,1%	71,6	65,8	8,8%
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(12,5)	(44,3)	(71,8%)	(23,3)	(126,8)	(81,6%)
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	(12,7)	(23,1)	(45,0%)	(25,4)	(47,6)	(46,6%)
<b>Razem przepływy pieniężne netto</b>	<b>2,6</b>	<b>(41,2)</b>	-	<b>22,9</b>	<b>(108,6)</b>	-
<b>Środki pieniężne na koniec okresu</b>	<b>147,1</b>	<b>155,1</b>	<b>(5,2%)</b>	<b>147,1</b>	<b>155,1</b>	<b>(5,2%)</b>

Na dzień 30 czerwca 2010 r., Grupa dysponowała środkami pieniężnymi w wysokości 306,4 mln zł, na które składały się gotówka i jej ekwiwalenty w wysokości 147,1 mln zł (kasa, rachunki bankowe i depozyty bankowe) oraz 159,3 mln zł zainwestowane w bezpieczne, krótkoterminowe papiery wartościowe.

Agora, ani żadna ze spółek wchodząca w skład Grupy Agora nie jest i nie była w 2010 r. zaangażowana w opcje walutowe, ani żadne inne instrumenty pochodne o charakterze zabezpieczającym lub spekulacyjnym.

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.

## 4.1. Działalność operacyjna

W pierwszym półroczu 2010 r. i drugim kwartale 2010 r. przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej były wyższe głównie ze względu na wypracowany wyższy zysk operacyjny.

## 4.2. Działalność inwestycyjna

Ujemne przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej w pierwszym półroczu 2010 r. i drugim kwartale 2010 r., to głównie efekt poniesionych nakładów inwestycyjnych na rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne.

## 4.3. Działalność finansowa

W pierwszym półroczu 2010 r. i drugim kwartale 2010 r. przepływy pieniężne z działalności finansowej zawierały głównie spłaty kolejnych kwartalnych rat, wykorzystanej w latach ubiegłych, linii kredytowej Agory SA.

## 5. WYBRANE WSKAŹNIKI FINANSOWE [5]

Tab. 5

	II kwartał 2010	II kwartał 2009	% zmiany 2010 do 2009	I półrocze 2010	I półrocze 2009	% zmiany 2010 do 2009
<b>Wskaźniki rentowności</b>						
rentowność sprzedaży netto	7,2%	4,1%	3,1pkt %	7,9%	2,3%	5,6pkt %
rentowność sprzedaży brutto	46,7%	40,1%	6,6pkt %	43,9%	39,5%	4,4pkt %
rentowność kapitału własnego	6,7%	4,2%	2,5pkt %	7,0%	2,3%	4,7pkt %
<b>Wskaźniki efektywności</b>						
szybkość obrotu zapasów	8 dni	10 dni	(20,0%)	9 dni	10 dni	(10,0%)
szybkość obrotu należności	66 dni	66 dni	-	71 dni	71 dni	-
szybkość obrotu zobowiązań	48 dni	50 dni	(4,0%)	49 dni	52 dni	(5,8%)
<b>Wskaźnik płynności</b>						
wskaźnik płynności	2,2	1,9	15,8%	2,2	1,9	15,8%
<b>Wskaźniki finansowania</b>						
stopa zadłużenia (1)	-	-	-	-	-	-
wskaźnik pokrycia odsetek	27,5	9,5	189,5%	21,9	5,7	284,2%
kasowy wskaźnik pokrycia odsetek	18,5	7,5	146,7%	26,4	7,8	238,5%

(1) na dzień 30 czerwca 2010 r. i 30 czerwca 2009 r. występowała nadwyżka gotówki i aktywów finansowych o wysokim stopniu płynności nad zadłużeniem z tytułu kredytów i pożyczek.

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

## IV. WYNIKI OPERACYJNE - GŁÓWNE SEGMENTY GRUPY AGORA

## IV.A. PRASA CODZIENNA [1]

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

Tab. 6

w mln zł	II kwartał 2010	II kwartał 2009	% zmiany 2010 do 2009	I półrocze 2010	I półrocze 2009	% zmiany 2010 do 2009
<b>Łączne przychody</b>	<b>170,5</b>	<b>186,6</b>	<b>(8,6%)</b>	<b>326,8</b>	<b>362,5</b>	<b>(9,8%)</b>
Przychody ze sprzedaży wydawnictw (1)	36,6	37,6	(2,7%)	74,3	76,1	(2,4%)
w tym <i>Gazeta Wyborcza</i>	36,2	37,1	(2,4%)	73,5	75,4	(2,5%)
Przychody ze sprzedaży reklam (1), (2)	96,3	97,3	(1,0%)	177,6	192,4	(7,7%)
w tym <i>Gazeta Wyborcza</i> (3)	85,6	88,7	(3,5%)	158,8	174,8	(9,2%)
w tym <i>Metro</i>	8,7	7,9	10,1%	16,0	16,3	(1,8%)
Projekty specjalne (w tym: kolekcje wydawnicze)	15,9	29,4	(45,9%)	30,0	52,3	(42,6%)
Pozostałe przychody	21,7	22,3	(2,7%)	44,9	41,7	7,7%
<b>Razem koszty operacyjne, w tym:</b>	<b>(127,7)</b>	<b>(152,8)</b>	<b>(16,4%)</b>	<b>(244,9)</b>	<b>(296,8)</b>	<b>(17,5%)</b>
Materiały, energia, towary i usługi poligraficzne	(49,4)	(68,6)	(28,0%)	(96,8)	(127,8)	(24,3%)
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (4)	(33,3)	(32,8)	1,5%	(65,0)	(66,2)	(1,8%)
Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych	(1,5)	(1,6)	(6,3%)	(3,0)	(3,3)	(9,1%)
Amortyzacja	(6,5)	(6,9)	(5,8%)	(13,1)	(13,7)	(4,4%)
Reprezentacja i reklama (2) (5)	(20,9)	(26,1)	(19,9%)	(37,4)	(52,5)	(28,8%)
Plan poprawy efektywności operacyjnej	0,0	(1,4)	-	0,0	(1,4)	-
<b>EBIT</b>	<b>42,8</b>	<b>33,8</b>	<b>26,6%</b>	<b>81,9</b>	<b>65,7</b>	<b>24,7%</b>
marża EBIT	25,1%	18,1%	7,0pkt %	25,1%	18,1%	7,0pkt %
<b>EBITDA</b>	<b>49,3</b>	<b>40,7</b>	<b>21,1%</b>	<b>95,0</b>	<b>79,4</b>	<b>19,6%</b>
marża EBITDA	28,9%	21,8%	7,1pkt %	29,1%	21,9%	7,2pkt %
<b>EBITDA operacyjna (4)</b>	<b>50,8</b>	<b>42,3</b>	<b>20,1%</b>	<b>98,0</b>	<b>82,7</b>	<b>18,5%</b>
marża EBITDA operacyjna	29,8%	22,7%	7,1pkt %	30,0%	22,8%	7,2pkt %

(1) z wyłączeniem przychodów z tytułu Projektów Specjalnych;

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

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

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

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



W pierwszym półroczu 2010 r. EBITDA operacyjna segmentu wzrosła o 18,5% do kwoty 98,0 mln zł, a marża EBITDA operacyjna osiągnęła poziom 30,0% i wzrosła o 7,2 pkt% w stosunku do pierwszego półrocza 2009 r. Do osiągnięcia tego rezultatu przez segment przyczyniła się poprawa wyników w drugim kwartale 2010 r. W okresie kwiecień – czerwiec EBITDA operacyjna segmentu wzrosła o 20,1% do kwoty 50,8 mln zł, a marża EBITDA operacyjna segmentu wzrosła o 7,1 pkt% do 29,8%.

## 1. GAZETA WYBORCZA

### 1.1. Przychody

#### 1.1.1. Sprzedaż prasy[4]

W pierwszym półroczu 2010 r. *Gazeta* utrzymała pozycję lidera wśród dzienników opiniotwórczych. W drugim kwartale 2010 r. średnie rozpowszechnianie płatne *Gazety* wyniosło 347 tys. egzemplarzy i spadło o 8,5 % w stosunku do drugiego kwartału 2009 r. lecz wzrosło o 2,0 % w stosunku do pierwszego kwartału 2010 r. W całym pierwszym półroczu 2010 r. średnie rozpowszechnianie płatne *Gazety* wyniosło 343 tys. egzemplarzy i było o 11,4 % niższe niż w analogicznym okresie 2009 r. Spadek ten wynika przede wszystkim ze zmniejszenia wpływu sprzedaży wydań w wyższej cenie (w ramach tzw. oferty dwucenowej) oraz z ogólnej tendencji spadku sprzedaży egzemplarzowej prasy codziennej. W samym drugim kwartale 2010 r. wpływy ze sprzedaży *Gazety* spadły jedynie o 2,4%, natomiast w całym pierwszym półroczu 2010 r. o 2,5%, co jest efektem, m. in., podwyżki ceny *Gazety*. W 2009 r. dwukrotnie podniesiona została cena okładowa *Gazety*. Od 2 stycznia 2009 r. wynosiła ona 1,80 zł, natomiast od 10 kwietnia 2009 r. wydania codzienne wynoszą 2 zł, zaś wydania weekendowe (piątkowe i sobotnie) 2,50 zł.

W drugim kwartale 2010 r. wskaźniki czytelnictwa tygodniowego *Gazety* wyniosły 14,1%, natomiast w całym pierwszym półroczu 2010 r., *Gazeta Wyborcza* zanotowała wskaźniki tygodniowego czytelnictwa na poziomie 14,5% i była najpoczytniejszym dziennikiem opiniotwórczym w Polsce oraz zajęła pierwszą pozycję ,ex aequo z *Faktem*, wśród dzienników ogólnopolskich w pierwszym półroczu 2010 r.

W omawianym okresie projekty *Gazety Koniec Akademii* i *Polacy, odwagi!* zajęły dwa trzecie miejsca w prestiżowym międzynarodowym konkursie *INMA Awards 2010*. Obie akcje zostały również nagrodzone w konkursie *Media Trendy 2010*.

#### 1.1.2. Sprzedaż reklam [3]

W drugim kwartale 2010 r. przychody netto *Gazety* z całej działalności reklamowej (zawierającej ogłoszenia wymiarowe, drobne i inserty) wyniosły 85,6 mln zł i były jedynie o 3,5% 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*, *Domiporta.pl* i *Komunikaty.pl* oraz serwisie *Nekrologi.Wyborcza.pl*) przypisaną drukowanemu wydaniu *Gazety*.

W całym w pierwszym półroczu 2010 r. *Gazeta* zanotowała 9,2% spadek przychodów z działalności reklamowej do poziomu 158,8 mln zł.

Zarówno w drugim kwartale 2010 r. jak i w pierwszym półroczu 2010 r. udział *Gazety* w wydatkach na wszystkie ogłoszenia wymiarowe w dziennikach wyniósł 39,5% i wzrósł odpowiednio o 1,5pkt % i prawie o 1 pkt% w stosunku do analogicznego okresu 2009 r. W pierwszym półroczu 2010 r., liczba ogłoszeń rekrutacyjnych w dziennikach zmniejszyła się o 22% (ogłoszenia wymiarowe bez ogłoszeń drobnych, insertów) [3]. W samym drugim kwartale 2010 r. spadek ten wyniósł 20%.

W pierwszym półroczu 2010 r. udział *Gazety* w wydatkach na reklamę w dziennikach ogólnopolskich wzrósł o 2,5pkt% w stosunku do analogicznego okresu 2009 r. W drugim kwartale 2010 r. udział ten wzrósł o 3,5pkt%. W pierwszym półroczu 2010 r. *Gazeta* zmniejszyła swój udział w wydatkach na reklamę w dziennikach stołecznych (ogłoszenia wymiarowe bez ogłoszeń drobnych, insertów i nekrologów) o 0,5pkt% oraz o 0,5pkt% udział w wydatkach na reklamę w dziennikach lokalnych (poławarszawskich). W drugim kwartale 2010 r. udział *Gazety* w wydatkach na reklamę w dziennikach stołecznych (ogłoszenia wymiarowe bez ogłoszeń drobnych, insertów i nekrologów) wzrósł o prawie 2pkt% oraz spadł o 0,5pkt% w wydatkach na reklamę w dziennikach lokalnych (poławarszawskich).

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

W pierwszym półroczu 2010 r., udział stron ogłoszeniowych w sumie objętości *Gazety* wyniósł około 39,5% (więcej o około 1pkt% niż w pierwszym półroczu 2009 r.), zaś średnia dzienna liczba publikowanych stron ogłoszeniowych płatnych we wszystkich krajowych i lokalnych wydaniach *Gazety* wyniosła około 183 i była niższa o około 10% w stosunku do analogicznego okresu 2009 r.

#### 1.1.3. Projekty Specjalne

Tab. 7

w mln zł	I kwartał 2009	II kwartał 2009	III kwartał 2009	IV kwartał 2009	I kwartał 2010	II kwartał 2010
Przychody ze sprzedaży Projektów Specjalnych (w tym kolekcji wydawniczych)	22,9	29,4	12,6	15,2	14,1	15,9

W pierwszym półroczu 2010 r. Agora realizowała 9 projektów seryjnych oraz 22 projekty jednorazowe. W tym okresie Spółka sprzedała około 1,4 mln książek i książek z dołączonymi płytami DVD lub CD.

W omawianym okresie, kontynuowane były 3 projekty seryjne: kolekcje *Wielcy kompozytorzy filmowi*, *Fryderyk Chopin* (projekt realizowany pod patronatem Narodowego Instytutu Fryderyka Chopina na inaugurację Roku Chopinowskiego) oraz kolekcja filmowa *Woody Allen*, a także realizowano nowe projekty m.in. *Lektury szkolne*, *Giganci Jazzu*, kolekcję książek *Wielcy Filozofowie*, *Książki Wybrane* Tadeusza Konwickiego, kolekcję książek z płytą DVD *Balet i taniec*.

Agora zrealizowała m.in. następujące projekty jednorazowe: albumy *Kayah&Royal Quartet*, *Inna* Anny Szarmach, książki *Spacerownik łódzki 2*, *Kaprysyk*, *Damskie historie* Mariusza Szczygła, *Kronikę Żałoby*, książkę z kazaniem na CD *Ksiądz Jerzy Popiełuszko. Zło dobrem zwyciężaj*, *Zrób to w Warszawie 2010*.

W pierwszym półroczu 2010 r. zysk operacyjny (EBIT) Projektów Specjalnych wyniósł 1,7 mln zł, a w drugim kwartale 2010 r. Projekty Specjalne odnotowały stratę operacyjną 0,3 mln zł [1].

#### 1.1.4. Pozostałe przychody

Przychody ze sprzedaży usług poligraficznych klientom zewnętrznym wzrosły w pierwszym półroczu 2010 r. o 7%, głównie na skutek zwiększenia wolumenu zamówień. W samym drugim kwartale 2010 r. ze względu na niższe ceny sprzedaży przychody spadły o 4 %.

### 1.2. Koszty

#### 1.2.1. Koszty druku *Gazety Wyborczej*

Tab. 8

w mln zł	II kwartał 2010	II kwartał 2009	% zmiany 2010 do 2009	I półrocze 2010	I półrocze 2009	% zmiany 2010 do 2009
Koszty stałe, w tym:	9,0	9,8	(8,2%)	17,3	20,4	(15,2%)
<i>Amortyzacja</i>	3,1	3,4	(8,8%)	5,9	7,1	(16,9%)
Koszty zmienne, w tym:	21,8	32,7	(33,3%)	42,5	64,3	(33,9%)
<i>Papier</i>	16,8	26,2	(35,9%)	32,5	52,4	(38,0%)
<b>RAZEM koszty stałe i zmienne</b>	<b>30,8</b>	<b>42,5</b>	<b>(27,5%)</b>	<b>59,8</b>	<b>84,7</b>	<b>(29,4%)</b>

Spadek kosztów zakupu papieru zarówno w pierwszym półroczu jak i w drugim kwartale 2010 r. wynikał m. in. z mniejszych nakładów oraz mniejszych objętości drukowanych egzemplarzy. Ponadto wpływ na poziom kosztów zakupu papieru miał niższy poziom kursu euro do złotego oraz niższe niż rok wcześniej ceny zakupu papieru.

Na zmniejszenie kwoty kosztów stałych przypisywanych do *Gazety Wyborczej* wpłynęło głównie zmniejszenie jej udziału w łącznym drukowanym wolumenie oraz zmniejszenie łącznych kosztów stałych w wyniku działań restrukturyzacyjnych podejmowanych od początku 2009 r.

### 1.2.2. Koszty reprezentacji i reklamy

W drugim kwartale 2010 r. koszty reprezentacji i reklamy spadły w segmencie o 19,9%, co przełożyło się na ich spadek w całym pierwszym półroczu 2010 r. o 28,8%. Spadek ten wynika głównie z niższych kosztów produktów w ramach ofert dwucenowych (głównie ze względu na niższy wolumen produkcji). Wpływ na tę pozycję kosztową miały również niższe koszty promocji kolekcji wydawniczych (Projekty Specjalne).

## 2. PRASA BEZPŁATNA [3], [4]

W pierwszym półroczu 2010 r. *Metro* było czytane przez 6,4% ogółu Polaków w ciągu tygodnia (1,9 mln osób). Tym samym *Metro* miało o 0,6 mln czytelników więcej niż *Rzeczpospolita* i prawie 1 mln czytelników więcej niż *Dziennik Gazeta Prawna*. W samym drugim kwartale 2010 r. 6,5% ogółu Polaków (prawie 2 mln osób) w ciągu tygodnia sięgało po *Metro*.

W okresie styczeń – czerwiec 2010 r. wskaźnik czytelnictwa przeciętnego wydania *Metra* wyniósł 3,4% (1 mln osób), co uplasowało *Metro* na trzeciej pozycji wśród dzienników ogólnopolskich

W drugim kwartale 2010 r. wpływy reklamowe *Metra* wzrosły o 10,1%, w tym wpływy z reklam wymiarowych o 2%. W tym okresie wydatki na ogłoszenia wymiarowe we wszystkich dziennikach spadły o 9,0%. W drugim kwartale 2010 r. *Metro* powiększyło swój udział w wydatkach na reklamę w dziennikach o prawie 0,5 pkt% do około 4%. Udział *Metra* w wydatkach na reklamę w dziennikach stołecznych wyniósł 13% i wzrósł o 1,5 pkt% do analogicznego okresu ubiegłego roku.

Dzięki dobrym wynikom drugiego kwartału 2010 r., w całym pierwszym półroczu 2010 r. wpływy reklamowe *Metra* spadły jedynie o 1,8%. Wpływy z reklam wymiarowych spadły w tym okresie o 7,2%, przy spadku wydatków na reklamę w dziennikach o 12,4%. *Metro* zwiększyło udziały w wydatkach na ogłoszenia wymiarowe we wszystkich dziennikach o 0,2pkt% do poziomu 4,1%. *Metro* zajmuje drugą pozycję (za *Gazetą*) pod względem udziału w wydatkach na ogłoszenia wymiarowe w dziennikach stołecznych i zwiększyło swój udział w tych wydatkach o prawie 2 pkt%.

W kwietniu 2010 r. dziennik *Metro* został laureatem prestiżowej nagrody *INMA Awards 2010*. Projekt *Metro dla Berlińczyków* zdobył główną nagrodę w kategorii *Marketingowe Rozwiązania dla Reklamodawców*. Jury konkursu doceniło pomysł akcji poszerzającej dotarcie reklamodawców poza granice Polski, jak również jego realizację.

Ponadto akcja *Adoptuj Zwierzaka* otrzymała wyróżnienie w konkursie *Media Trendy 2010*, w kategorii *CSR* w konkursie poświęconym *Innowacji w Mediach*.

W czerwcu *Metro* po raz trzeci uzyskało tytuł *Marki Wysokiej Reputacji*, przyznawany w ramach Niezależnego Rankingu Reputacji Marek w Polsce – *Premium Brand*.

W pierwszym półroczu 2010 r. *Metro* zanotowało zysk operacyjny na poziomie EBITDA operacyjna w wysokości 2,0 mln zł, który był lepszy od osiągniętego w analogicznym okresie 2009 r. o 2,9 mln zł. W samym drugim kwartale 2010 r. *Metro* wypracowało EBITDĘ operacyjną na poziomie 1,3 mln zł. [1].

## IV.B. INTERNET [1], [6]

Segment Internet zawiera skonsolidowane pro-forma dane Pionu Internet Agory SA, LLC Agory Ukraine, Trader.com (Polska) Sp. z o.o. oraz AdTaily Sp. z o.o. Przyłączenie spółki AdTaily ma wpływ na skonsolidowane wyniki segmentu od trzeciego kwartału 2009 r.

Tab. 9

w mln zł	II kwartał 2010	II kwartał 2009	% zmiany 2010 do 2009	I półrocze 2010	I półrocze 2009	% zmiany 2010 do 2009
<b>Łączne przychody, w tym:</b>	<b>25,9</b>	<b>19,1</b>	<b>35,6%</b>	<b>47,1</b>	<b>38,6</b>	<b>22,0%</b>
Przychody ze sprzedaży ogłoszeń w wortalach (2)	5,8	5,4	7,4%	11,4	11,3	0,9%
Przychody ze sprzedaży reklam internetowych (1)	18,0	11,0	63,6%	31,3	21,4	46,3%
<b>Razem koszty operacyjne, w tym:</b>	<b>(24,4)</b>	<b>(22,2)</b>	<b>9,9%</b>	<b>(45,7)</b>	<b>(43,9)</b>	<b>4,1%</b>
Koszty łączny i usług komputerowych	(0,5)	(1,1)	(54,5%)	(1,5)	(2,0)	(25,0%)
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (3)	(10,7)	(10,8)	(0,9%)	(21,3)	(21,8)	(2,3%)
Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych	(0,2)	(0,1)	100,0%	(0,3)	(0,2)	50,0%
Amortyzacja	(1,7)	(1,6)	6,3%	(3,5)	(3,1)	12,9%
Reprezentacja i reklama (1)	(4,8)	(4,5)	6,7%	(8,3)	(8,8)	(5,7%)
Plan poprawy efektywności operacyjnej	0,0	(0,4)	-	0,0	(0,4)	-
<b>EBIT</b>	<b>1,5</b>	<b>(3,1)</b>	<b>-</b>	<b>1,4</b>	<b>(5,3)</b>	<b>-</b>
marża EBIT	5,8%	(16,2%)	22,0pkt %	3,0%	(13,7%)	16,7pkt %
<b>EBITDA</b>	<b>3,2</b>	<b>(1,5)</b>	<b>-</b>	<b>4,9</b>	<b>(2,2)</b>	<b>-</b>
marża EBITDA	12,4%	(7,9%)	20,3pkt %	10,4%	(5,7%)	16,1pkt %
<b>EBITDA operacyjna (3)</b>	<b>3,4</b>	<b>(1,4)</b>	<b>-</b>	<b>5,2</b>	<b>(2,0)</b>	<b>-</b>
marża EBITDA operacyjna	13,1%	(7,3%)	20,4pkt %	11,0%	(5,2%)	16,2pkt %

1) podane kwoty nie zawierają pełnych kosztów i przychodów z wzajemnej promocji pomiędzy różnymi działalnościami Grupy Agora (jedynie bezpośrednie koszty zmienne kampanii na nośnikach reklamy zewnętrznej), jeżeli taka promocja jest realizowana bez wcześniejszej rezerwacji. Dane uwzględniają również eliminację wzajemnej sprzedaży pomiędzy Pionem Internet, LLC Agora Ukraine, Trader.com (Polska) Sp. z o.o. oraz AdTaily Sp. z o.o.;

(2) zawierają m.in. alokowane wpływy z reklamowych ofert dwumediálních (publikowanych zarówno w tradycyjnej Gazecie jak i wortalach internetowych GazetaPraca.pl, GazetaDom.pl, Domiporta.pl i Komunikaty.pl oraz w serwisie Nekrologi.Wyborcza.pl);

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

## 1. PRZYCHODY

W pierwszym półroczu 2010 r. przychody ze sprzedaży reklam internetowych segmentu Internet wzrosły o 46,3%, przy rynkowym wzroście wydatków na reklamę graficzną i e-mail marketing o 21%. Ten dynamiczny wzrost przychodów był efektem znacznego zwiększenia (o 63,6%) sprzedaży reklam w drugim kwartale 2010 r. i przyczynił się do osiągnięcia przez segment pozytywnego wyniku EBIT w wysokości 1,5 mln zł.

Sprzedaż ogłoszeń w wortalach wzrosła w pierwszym półroczu 2010 r. o 0,9%. Niższe przychody z alokacji do działalności internetowej wpływów ze sprzedaży łączonej oferty ogłoszeniowej w prasie i internecie miały istotny wpływ na spowolnienie wzrostu tych przychodów.

W pierwszym półroczu 2010 r. przychody Trader.com (Polska) Sp. z o.o. wyniosły 9,2 mln zł i były wyższe o 10,8%. Spółka osiągnęła zysk operacyjny w wysokości 1,2 mln zł. Przychody z działalności prasowej wyniosły 1,8 mln zł, a z działalności internetowej 7,4 mln zł.

## 2. KOSZTY

W pierwszym półroczu 2010 r. zredukowane zostały koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników (bez niegotówkowych kosztów związanych z płatnościami w formie papierów wartościowych) m.in. dzięki realizacji planu poprawy efektywności operacyjnej w Grupie. Pomimo wzrostu o 6,7% wydatków na reklamę i reprezentację w drugim kwartale 2010 r., wartość tych wydatków w całym pierwszym półroczu 2010 r. udało się ograniczyć o 5,7%.

W pierwszym półroczu 2010 r. poniesione zostały niższe koszty łączny i usług komputerowych, głównie poprzez ograniczenie wydatków Pionu Internet Agory w drugim kwartale 2010 r.

Wyższe koszty amortyzacji są wynikiem m.in. nakładów inwestycyjnych poniesionych przez Pion Internet Agory w trzecim kwartale 2009 r. (m.in. infrastruktura do przechowywania danych).

## 3. ISTOTNE INFORMACJE O DZIAŁALNOŚCI INTERNETOWEJ

W maju 2010 r. zasięg serwisów Grupy *Gazeta.pl*, wśród polskich internautów, wyniósł 65,8% i uplasował Grupę *Gazeta.pl* na 3 miejscu wśród portali, po Grupie *Onet.pl* i Grupie *Wirtualna Polska*. Liczba użytkowników osiągnęła poziom 11,5 mln osób, co oznacza wzrost o 16,2% w porównaniu do analogicznego okresu ubiegłego roku. W maju 2010 r. użytkownicy łączący się z serwisami Agory z terenu Polski wykonali na portalu 1,1 mld odsłon, tj. o 28,3% więcej niż w maju 2009 r. i spędzili na nim średnio 126 minut, o 29 minut więcej niż w maju 2009 r.

Serwisy tworzone w ramach Grupy *Gazeta.pl* zajmują wysokie pozycje w rankingach tematycznych. Według danych Megapanel PBI/Gemius za maj 2010 r. *GazetaPraca.pl* jest liderem kategorii *Praca*, a *GazetaDom.pl* jest liderem kategorii *Budownictwo, nieruchomości*. Serwisy informacyjne *Gazeta.pl* osiągnęły najwyższy zasięg w swej historii (m.in. z uwagi na ważne wydarzenia: tragedia smoleńska, powódź, wybory) i są na drugim miejscu w kategorii *Informacje i publicystyka*. Serwisy społecznościowe *Gazeta.pl* (m.in. *Forum.Gazeta.pl*, *Blox.pl*) zajmują trzecie miejsce w kategorii *Społeczności*, a fora internetowe *Gazeta.pl* są liderem kategorii *Fora i grupy dyskusyjne*. Serwisy sportowe Grupy *Gazeta.pl* (m.in. *Sport.pl*) zajmują trzecie miejsce w kategorii *Sport*. Serwisy parentingowe (m.in. *eDziecko.pl*) zajęły pierwsze miejsce w kategorii *Dzieci, rodzina*, a serwis *Co jest grane* zajął drugie miejsce w kategorii *Clubbing, imprezy, wydarzenia kulturalne*.

Pod koniec kwietnia br. Agora została współwłaścicielem spółki Business Ad Network Sp. z o.o., zajmującej się sprzedażą powierzchni reklamowej w serwisach kategorii premium (np. o tematyce ekonomicznej i biznesowej).

Na początku drugiego kwartału 2010 r. Agora jako pierwsza w Polsce podpisała komercyjną umowę partnerską z *YouTube*. Dzięki tej umowie Agora otrzyma udział w przychodach z reklam wyświetlanych w materiałach Agory umieszczonych w jej kanałach tematycznych na serwisie *YouTube*.

W drugim kwartale 2010 r., we współpracy z segmentem Radio, powstał nowy portal muzyczny *Tuba.pl*. W jego skład wchodzi: *Tuba.FM* - internetowe radio pozwalające na tworzenie i dzielenie się własnymi kanałami radiowymi oraz serwis *Tuba.pl* z najnowszymi wiadomościami muzycznymi i kulturalnymi. Uruchomiono również telewizję internetową pod marką *Gazeta.tv*. Realizowane przez *Gazeta.tv* transmisje live - m.in. wieczór wyborczy - cieszą się rosnącym zainteresowaniem internautów.

W pierwszym półroczu 2010 r. spółka AdTaily została uznana przez *CNBC Magazine* za jedną z najbardziej kreatywnych firm w Europie, jako właściciel unikalnego rozwiązania z obszaru monetyzacji reklamowej serwisów internetowych.

## IV.C. CZASOPISMA [1] [7]

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

Tab. 10

w mln zł	II kwartał 2010	II kwartał 2009	% zmiany 2010 do 2009	I półrocze 2010	I półrocze 2009	% zmiany 2010 do 2009
<b>Łączne przychody, w tym:</b>	<b>22,8</b>	<b>24,2</b>	<b>(5,8%)</b>	<b>43,3</b>	<b>47,6</b>	<b>(9,0%)</b>
Przychody ze sprzedaży wydawnictw	9,2	9,8	(6,1%)	19,0	20,5	(7,3%)
Przychody ze sprzedaży reklam (1)	13,5	14,3	(5,6%)	24,1	26,8	(10,1%)
<b>Razem koszty operacyjne, w tym:</b>	<b>(18,3)</b>	<b>(18,6)</b>	<b>(1,6%)</b>	<b>(35,2)</b>	<b>(39,2)</b>	<b>(10,2%)</b>
Materiały, energia, towary i usługi poligraficzne	(6,4)	(8,3)	(22,9%)	(13,0)	(16,5)	(21,2%)
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (2)	(4,4)	(4,5)	(2,2%)	(8,5)	(9,2)	(7,6%)
Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych	(0,2)	(0,1)	100,0%	(0,3)	(0,3)	-
Amortyzacja	0,0	(0,1)	-	(0,1)	(0,2)	(50,0%)
Reprezentacja i reklama (1)	(4,7)	(3,9)	20,5%	(9,3)	(9,7)	(4,1%)
Plan poprawy efektywności operacyjnej	0,0	(0,1)	-	0,0	(0,1)	-
<b>EBIT</b>	<b>4,5</b>	<b>5,6</b>	<b>(19,6%)</b>	<b>8,1</b>	<b>8,4</b>	<b>(3,6%)</b>
marża EBIT	19,7%	23,1%	(3,4pkt %)	18,7%	17,6%	1,1pkt %
<b>EBITDA</b>	<b>4,5</b>	<b>5,7</b>	<b>(21,1%)</b>	<b>8,2</b>	<b>8,6</b>	<b>(4,7%)</b>
marża EBITDA	19,7%	23,6%	(3,9pkt %)	18,9%	18,1%	0,8pkt %
<b>EBITDA operacyjna (2)</b>	<b>4,7</b>	<b>5,8</b>	<b>(19,0%)</b>	<b>8,5</b>	<b>8,9</b>	<b>(4,5%)</b>
marża EBITDA operacyjna	20,6%	24,0%	(3,4pkt %)	19,6%	18,7%	0,9pkt %

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

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

W pierwszym półroczu 2010 r. EBITDA operacyjna segmentu wyniosła 8,5 mln zł (spadek o 4,5%), natomiast marża EBITDA operacyjna wzrosła o 0,9 pkt% i osiągnęła poziom 19,6% [1].

Wpływy ze sprzedaży wydawnictw spadły o 7,3%, natomiast przychody ze sprzedaży reklam o 10,1 %, w efekcie czego całkowite przychody segmentu zmniejszyły się o 9,0% w porównaniu do pierwszego półrocza 2009 r. W samym drugim kwartale 2010 r. całkowite przychody segmentu wyniosły 22,8 mln zł i skurczyły się o 5,8% w stosunku do drugiego kwartału 2009 r. Zarówno przychody ze sprzedaży reklam (o 0,8 mln zł mniej niż w drugim kwartale 2009 r.) jak i przychody ze sprzedaży wydawnictw (o 0,6 mln zł mniej niż w drugim kwartale 2009 r.) zanotowały niższe dynamiki spadków w stosunku do drugiego kwartału 2009 r.



## 1. PRZYCHODY

### 1.1. Sprzedaż czasopism

Tab. 11

w tys. egz.	II kwartał 2010	II kwartał 2009	% zmiany 2010 do 2009	I półrocze 2010	I półrocze 2009	% zmiany 2010 do 2009
Średnie rozpowszechnianie płatne miesięczników	954,2	1 008,3	(5,4%)	956,7	1 040,3	(8,0%)

Średnie rozpowszechnianie płatne miesięczników Agory w pierwszym półroczu 2010 r. zmniejszyło się o 8,0% w stosunku do analogicznego okresu roku 2009. W samym drugim kwartale 2010 r. dynamika tego spadku była niższa i wyniosła 5,4% w stosunku do drugiego kwartału 2009 r.

### 1.2. Sprzedaż reklam

W pierwszym półroczu 2010 r. przychody ze sprzedaży reklam w czasopismach Agory spadły o 10,1%. Udział czasopism Agory w wydatkach reklamowych w magazynach ogólnopolskich w tym okresie wyniósł 6,8%, a w wydatkach reklamowych w miesięcznikach 11,8% (według danych cennikowych) [7].

## 2. KOSZTY

Spadek kosztów w pierwszym półroczu 2010 r. (o 10,2%) wynika głównie z niższych (o 21,2%) kosztów materiałów i energii, zakupu towarów i usług poligraficznych. Oszczędność ta jest głównie rezultatem redukcji wysokości nakładów oraz objętości większości tytułów. W rezultacie przeprowadzonego w Grupie w 2009 r. programu poprawy efektywności operacyjnej, niższe były koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników (o 7,6%).

Wyższe koszty reprezentacji i reklamy w drugim kwartale 2010 r. wynikają głównie z przesunięć kampanii reklamowych pomiędzy pierwszym a drugim kwartałem 2010 r. W sumie, w całym pierwszym półroczu 2010 r. ograniczenie liczby i intensywności kampanii promocyjnych przełożyło się na spadek kosztów reprezentacji i reklamy (o 4,1%).

Wynik segmentu Czasopisma w drugim kwartale i pierwszym półroczu 2010 r. został jednorazowo obciążony kwotą 1 mln zł, która wynika z ugody kończącej spór toczący się od 2002 r.

## IV.D. REKLAMA ZEWNĘTRZNA (GRUPA AMS)

Segment reklama zewnętrzna zawiera skonsolidowane pro-forma dane spółek: AMS S.A. oraz Adpol Sp. z o.o., wchodzących w skład Grupy AMS.

Tab. 12

w mln zł	II kwartał 2010	II kwartał 2009	% zmiany 2010 do 2009	I półrocze 2010	I półrocze 2009	% zmiany 2010 do 2009
<b>Łączne przychody, w tym:</b>	<b>44,9</b>	<b>48,0</b>	<b>(6,4%)</b>	<b>79,9</b>	<b>86,4</b>	<b>(7,5%)</b>
Przychody ze sprzedaży reklam (1)	44,3	46,9	(5,5%)	78,8	84,7	(7,0%)
<b>Razem koszty operacyjne, w tym:</b>	<b>(40,1)</b>	<b>(46,1)</b>	<b>(13,0%)</b>	<b>(80,1)</b>	<b>(87,6)</b>	<b>(8,6%)</b>
Koszty realizacji kampanii	(6,9)	(9,2)	(25,0%)	(12,9)	(16,7)	(22,8%)
Koszty utrzymania systemu	(18,1)	(20,0)	(9,5%)	(36,8)	(39,8)	(7,5%)
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (2)	(4,8)	(4,8)	-	(9,4)	(9,6)	(2,1%)
Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych	(0,3)	(0,3)	-	(0,6)	(0,6)	-
Reprezentacja i reklama	(2,1)	(0,8)	162,5%	(3,1)	(1,6)	93,8%
Amortyzacja	(5,4)	(6,0)	(9,8%)	(11,0)	(12,0)	(8,3%)
Pozostałe koszty operacyjne netto	0,6	(2,3)	-	(0,8)	(2,4)	(66,7%)
<b>EBIT</b>	<b>4,8</b>	<b>1,9</b>	<b>158,1%</b>	<b>(0,2)</b>	<b>(1,2)</b>	<b>83,3%</b>
marża EBIT	10,7%	3,9%	6,8pkt%	(0,3%)	(1,4%)	1,1pkt%
<b>EBITDA (4)</b>	<b>10,2</b>	<b>7,8</b>	<b>30,8%</b>	<b>10,7</b>	<b>10,5</b>	<b>1,9%</b>
marża EBITDA	22,7%	16,2%	6,5pkt%	13,4%	12,2%	1,2pkt%
<b>EBITDA operacyjna (2), (4)</b>	<b>10,5</b>	<b>8,0</b>	<b>31,3%</b>	<b>11,3</b>	<b>11,1</b>	<b>1,8%</b>
marża EBITDA operacyjna	23,4%	16,7%	6,7pkt%	14,1%	12,8%	1,3pkt%
Liczba powierzchni reklamowych (3)	24 053	25 627	(6,1%)	24 053	25 627	(6,1%)

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

## 1. PRZYCHODY [8]

W pierwszym półroczu 2010 r., wydatki na reklamę zewnętrzną, według szacunków IGRZ, spadły o 5,4%. Pozytywny wpływ na wartość wydatków na reklamę zewnętrzną w drugim kwartale 2010 r. miała tocząca się w tym czasie kampania prezydencka. Spadek przychodów ze sprzedaży reklam grupy AMS w pierwszym półroczu był nieco wyższy niż trend rynkowy i wyniósł 7,0% w konsekwencji czego szacowany udział AMS w wydatkach na reklamę zewnętrzną w pierwszym półroczu 2010 r. spadł o 0,6pkt% i wyniósł 26,2%.

## 2. KOSZTY

Grupa AMS zarówno w drugim kwartale jak i całym pierwszym półroczu 2010 r. poprawiła, w stosunku do analogicznych okresów roku ubiegłego, wypracowane marże EBIT jak i EBITDA. Poprawa wyników finansowych była możliwa dzięki znacznemu ograniczeniu kosztów operacyjnych, przy spowolnieniu tempa spadku przychodów. W drugim kwartale 2010 r. Grupa AMS ograniczyła koszty operacyjne o 13%, przy spadku przychodów ze sprzedaży reklam o niecałe 6%. Redukcja kosztów jest głównie wynikiem prowadzonych od 2009 r. skutecznych działań w ramach planu poprawy efektywności operacyjnej i dotyczy prawie wszystkich rodzajów kosztów.



Spadek kosztów realizacji kampanii jest konsekwencją zakupu mniejszej liczby powierzchni reklamowych na autobusach oraz realizacji mniejszej liczby usług wymiany plakatów i usług poligraficznych dla klientów zewnętrznych.

Obniżenie kosztów utrzymania systemu w pierwszym półroczu 2010 r. jest wynikiem skutecznych działań optymalizacyjnych polegających na dostosowaniu portfela posiadanych nośników reklamowych do potrzeb rynkowych oraz sukcesywnego obniżania jednostkowych kosztów ich utrzymania.

Spadek kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników jest efektem wdrożonego planu poprawy efektywności operacyjnej obejmującego w ubiegłym roku wszystkie spółki z Grupy Agora.

Wzrost kosztów reprezentacji i reklamy w pierwszym półroczu 2010 r. jest spowodowany przeprowadzeniem większej liczby kampanii z zakresu komunikacji społecznej oraz kampanii patronacko – komercyjnych, których część patronacka rozliczana jest w formie kompensaty i obciąża koszty reprezentacji i reklamy.

Spadek w pierwszym półroczu 2010 r. pozostałych kosztów operacyjnych wynika z niższych odpisów aktualizujących wartości należności w efekcie prowadzenia skutecznych działań windykacyjnych.

### 3. INNE ZDARZENIA

W drugim kwartale 2010 r. AMS wyposażył Aleje Ujazdowskie w Warszawie w wiaty przystankowe dla obszarów zabytkowych - wg projektu konserwatorskiego bazującego na wiatkach na Krakowskim Przedmieściu. Inwestycja ta przeprowadzona została na mocy umowy z Miastem Stołecznym Warszawa. Jej celem jest podniesienie jakości przestrzeni publicznej w obszarze głównych ciągów komunikacyjnych miasta, wzorem Krakowskiego Przedmieścia. Rozwój oferty mebli miejskich jest przykładem konsekwentnie realizowanej strategii rozwoju spółki.

W drugim kwartale 2010 r. AMS poszerzył swoją ofertę o nowe nośniki z 52 powierzchniami reklamowymi na terenach parków handlowych Inter IKEA Centre Polska SA oraz o 31 nowych powierzchni reklamowych na terenach i na budynkach centrów handlowych M1 w całej Polsce. Inwestycje są realizowane w konsekwencji wygranych w ubiegłym roku konkursów ofert.

18 maja 2010 r. władze Miasta Stołecznego Warszawy ogłosiły postępowanie w sprawie udzielenia koncesji na budowę i utrzymanie 1580 wiat na przystankach komunikacji miejskiej. 27 lipca 2010 r. firmy AMS i Ströer Polska zawarły umowę konsorcjum w celu wspólnego ubiegania się o zawarcie umowy koncesji z władzami stolicy. Pełnomocnik nowo powstałego konsorcjum w imieniu obu firm złożył 28 lipca br. w Urzędzie Miasta St. Warszawy wniosek o zawarcie umowy koncesji.

## IV.E. RADIO

Segment Radio zawiera skonsolidowane pro-forma dane 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*, jednej radiostacji lokalnej oferującej muzykę w formacie AC (Adult Contemporary) oraz ponadregionalnej stacji *TOK FM* obejmującej 9 największych obszarów miejskich.

Tab. 13

w mln zł	II kwartał 2010	II kwartał 2009	% zmiany 2010 do 2009	I półrocze 2010	I półrocze 2009	% zmiany 2010 do 2009
<b>Łączne przychody, w tym:</b>	<b>20,2</b>	<b>21,8</b>	<b>(7,3%)</b>	<b>36,2</b>	<b>40,4</b>	<b>(10,4%)</b>
Przychody ze sprzedaży reklam (1), (3)	19,8	21,2	(6,6%)	35,6	39,3	(9,4%)
<b>Razem koszty operacyjne, w tym: (3)</b>	<b>(20,6)</b>	<b>(23,0)</b>	<b>(10,4%)</b>	<b>(35,6)</b>	<b>(40,9)</b>	<b>(13,0%)</b>
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (2)	(6,0)	(6,5)	(7,7%)	(12,2)	(13,2)	(7,6%)
Niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych	(0,1)	(0,2)	(50,0%)	(0,3)	(0,4)	(25,0%)
Licencje, czynsze i koszty łączności	(2,1)	(2,1)	-	(4,0)	(4,4)	(9,1%)
Amortyzacja	(0,7)	(0,8)	(12,5%)	(1,4)	(1,5)	(6,7%)
Reprezentacja i reklama (3)	(7,1)	(8,6)	(17,4%)	(8,9)	(11,2)	(20,5%)
<b>EBIT</b>	<b>(0,4)</b>	<b>(1,2)</b>	<b>66,7%</b>	<b>0,6</b>	<b>(0,5)</b>	<b>-</b>
marża EBIT	(2,0%)	(5,5%)	3,5pkt %	1,7%	(1,2%)	2,9pkt %
<b>EBITDA</b>	<b>0,3</b>	<b>(0,4)</b>	<b>-</b>	<b>2,0</b>	<b>1,0</b>	<b>100,0%</b>
marża EBITDA	1,5%	(1,8%)	3,3pkt %	5,5%	2,5%	3,0pkt %
<b>EBITDA operacyjna (2)</b>	<b>0,4</b>	<b>(0,2)</b>	<b>-</b>	<b>2,3</b>	<b>1,4</b>	<b>64,3%</b>
marża EBITDA operacyjna	2,0%	(0,9%)	2,9pkt %	6,4%	3,5%	2,9pkt %

(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 bezpośrednie koszty zmienne kampanii na nośnikach reklamy zewnętrznej), jeżeli taka promocja jest realizowana bez wcześniejszej rezerwacji.

W pierwszym półroczu 2010 r. segment Radio wypracował pozytywny zysk operacyjny EBIT (0,6 mln zł), a EBITDA operacyjna wzrosła o 64,3% do 2,3 mln zł, pomimo niższych przychodów segmentu.

## 1. PRZYCHODY [3]

Przychody segmentu radiowego w pierwszym półroczu 2010 r. wyniosły 36,2 mln zł i spadły o 10,4%, do czego przyczynił się m.in. spadek przychodów reklamowych o 9,4%. Na spadek przychodów wpłynęła ujemna dynamika wydatków na reklamę radiową (6,8%) oraz spadek przychodów z pośrednictwa sprzedaży czasu w stacjach obcych.

Zarówno przychody ze sprzedaży reklam, jak i koszty reprezentacji i reklamy zawierają m.in. rozliczenia barterowe związane z organizacją drugiej edycji *Smooth Festiwalu Złote Przeboje* w Bydgoszczy.

## 2. KOSZTY

W pierwszym półroczu 2010 r. w wyniku realizowanego w Grupie programu poprawy efektywności operacyjnej koszty operacyjne segmentu Radio, zostały zredukowane o 13,0%.

Niższe o 7,6% koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników (bez niegotówkowych kosztów związanych z płatnościami w formie papierów wartościowych) są m.in. efektem działań oszczędnościowych wprowadzonych w 2009 r. Dodatkowo, o 20,5% zredukowane zostały koszty reprezentacji i reklamy.

## 3. UDZIAŁY W SŁUCHALNOŚCI [9]

W okresie styczeń-czerwiec 2010 r., udział muzycznych radiostacji lokalnych Grupy Agora w słuchalności wyniósł 6,4% i spadł z 6,9% w analogicznym okresie roku poprzedniego.

W pierwszym półroczu 2010 r., *TOK FM* osiągnęło najlepsze wyniki słuchalności w swojej historii: 7,7% udziału w słuchalności stacji radiowych w Warszawie (6,2% w analogicznym okresie 2009 r.) oraz 5,0% we wszystkich miastach nadawania *TOK FM* (wzrost z 4,2% w pierwszym półroczu ubiegłego roku).

## 4. INNE ZDARZENIA

Stworzony we współpracy z segmentem Internet projekt *Moja Tuba.FM* - aplikacja do tworzenia kanałów radiowych, otrzymała nagrodę w konkursie *Media Trendy 2010* - jury uznało ją za najbardziej "Innowacyjną zmianę w mediach".

W kwietniu 2010 r. Agora zmodyfikowała, stworzony wspólnie z segmentem Internet, serwis *Tuba.FM* będący pierwszym w Polsce serwisem radiowo-społecznościowym. Obecnie jest to platforma do tworzenia własnych stacji radiowych, która pozwala podzielić się stworzonym na niej kanałem muzycznym z internautami. W ciągu dwóch miesięcy od wprowadzenia zmiany, użytkownicy platformy założyli już ponad 5 000 własnych stacji radiowych.

W maju 2010 r. odbyła się druga edycja *Smooth Festiwal Złote Przeboje* Bydgoszcz. Wystąpili na nim artyści zagraniczni (Vaya Con Dios, Ive Mendez, Emmanuelle Seigner) i polscy (m.in. Maciej Maleńczuk, Natalia Kukulska, Maria Peszek). Impreza zgromadziła wielotysięczną publiczność. Była też retransmitowana na antenie *Telewizji Polsat*. Festiwal był poprzedzony miesięczną kampanią outdoorową i prasową. Był on także wspierany intensywnymi działaniami radiowymi (konkursy, specjalnie dedykowane programy itp.).

## 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 na akcjonariuszy 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 w pierwszym i drugim kwartale 2009 r. 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 oparte są na szacunkach domu mediowego Starlink; szacunki rynku telewizyjnego obejmują kwoty związane z emisją regularnej reklamy oraz sponsoringu, nie zawierają natomiast kwot związanych z telezakupami, product placement lub innymi formami.

Szacunki rynku internetowego obejmują, oprócz wydatków na reklamę graficzną (display), także wydatki na reklamy w wyszukiwarkach (Search Engine Marketing), e-mail marketing oraz marketing afiliacyjny.

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

[4] Dane dotyczące liczby rozpowszechnianych egzemplarzy dzienników prezentowane są według informacji Związku Kontroli i Dystrybucji Prasy (ZKDP). Używane w niniejszym komentarzu pojęcie "sprzedaż" oznacza "rozpowszechnianie płatne razem" z deklaracji składanych przez wydawców do Związku Kontroli i Dystrybucji Prasy. Natomiast "średni dzienny nakład" jest tożsamy ze "średnim nakładem jednorazowym" również zawartym w deklaracji dla ZKDP.

Dane o czytelnictwie dzienników pochodzą z Polskich Badań Czytelnictwa, badania realizowanego przez firmę MillwardBrown SMG/KRC na losowej, ogólnopolskiej próbie Polaków powyżej 15 roku życia. Użyto 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 informujące o liczbie lub odsetku osób z populacji badanej, która wg deklaracji czytała lub przeglądała przeciętne wydanie tytułu. Dla dzienników średnią oblicza się na podstawie czytelnictwa wydań w cyklu sezonowym tj. średnią ze wskaźników CDT, czyli czytelnictwa dni tygodnia. Wielkość próby ogólnopolskiej: styczeń – czerwiec 2010 r. N = 24 176; kwiecień – czerwiec 2010 r. N = 12 034.

[5] Definicje wskaźników:

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

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

$$\text{Rentowność kapitału} = \frac{\text{Zysk netto przypadający na akcjonariuszy jednostki dominującej}}{(\text{Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej na początek okresu} + \text{Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej na koniec okresu}) / 2 / (2 \text{ dla danych półrocznych i } 4 \text{ dla danych kwartalnych)}}$$

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

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

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

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

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

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

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

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

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

[7] Dane dotyczące średniego rozpowszechniania płatnego miesięczników są danymi własnymi wydawcy. Dane cennikowe dotyczące czasopism pochodzą z monitoring Expert Monitor; reklama komercyjna brandowa; pominięto miesięczniki specjalistyczne; uwzględniono 124 tytuły w okresie styczeń – czerwiec 2009 r, oraz 125 tytułów w okresie styczeń – czerwiec 2010 r.

[8] Źródło: raport o wielkości sprzedaży reklamy zewnętrznej Izby Gospodarczej Reklamy Zewnętrznej obejmujący firmy: AMS SA, Cityboard Media, Clear Channel Poland, Stroeer Out of Home Media, News Outdoor Poland, Gigaboard Polska, Mini Media/Publiprox, Business Consulting, CAM Media, Defi Poland, BP Media, Warexpo, Żak i Heardz. Raport ten jest opracowany przez IGRZ w oparciu o faktyczne dane finansowe przekazywane przez podmioty współtworzące Izbę i dotyczą rynku reklamy zewnętrznej definiowanego jako rynek out-of-home, obejmującego reklamę stacjonarną, mobilną i cyfrową.

[9] Dane o udziałach w słuchalności pochodzą z badania RadioTrack, przeprowadzanego przez firmę MillwardBrown SMG/KRC (wszystkich miejsc słuchania, wszystkich dni słuchania i wszystkich kwadransów); dla stacji lokalnych: w miastach nadawania stacji Agory i grupie wiekowej 15+ za okres 2009 (próba dla okresu styczeń-czerwiec: 21 907), za okres 2010 (próba za okres styczeń-czerwiec: 20 880); dla TOK FM: miasto nadawania Warszawa za okres styczeń-czerwiec w grupie wiekowej 15+ (próba dla 2009: 2 748 oraz dla 2010: 2 541); dla TOK FM: miasta nadawania za okres styczeń-czerwiec w grupie wiekowej 15+ (próba dla 2009: 15 863 oraz dla 2010: 15 512).

[10] W wyniku podpisanego porozumienia pomiędzy Axel Springer Polska Sp. z o.o. (wydawcą gazety codziennej *Dziennik Polska Europa Świat*) i INFOR PL S.A. (wydawcą *Gazety Prawnej*), Infor Biznes Sp. z o.o. został wydawcą *Dziennika Polska, Europa, Świat*. W dniu 14 września 2009 r. na rynku ukazał się, powstały z połączenia obu tytułów, *Dziennik Gazeta Prawna*. Nowy tytuł ukazuje się od poniedziałku do piątku, wydawca zrezygnował z wydań sobotnich.

[11] Od marca 2009 r. zredukowana została liczba tytułów wydawanych pod szyldem *Polska the Times*. 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 The Times* = suma sprzedaży wszystkich tytułów / liczba dni wydawniczych.

## V. INFORMACJE UZUPEŁNIAJĄCE

### 1. ISTOTNE WYDARZENIA

#### ■ Zmiany w spółkach zależnych

**W dniu 28 kwietnia 2010 r.** Agora SA, Money.pl Sp. z o.o. ("Money.pl") oraz Business Ad Network Sp. o.o. ("BAN") zawarły umowę inwestycyjną, na mocy której Agora SA objęła 120 nowoutworzonych udziałów o wartości nominalnej 50 zł każdy (o wartości łącznej 6 tys. zł) w kapitale zakładowym BAN. Udziały w BAN zostały objęte za wkład pieniężny w wysokości łącznej 306 tys. zł. W wyniku tej transakcji Agora SA posiada 50% udziału w kapitale zakładowym i odpowiednio 50% udziału w głosach na zgromadzeniu wspólników BAN. BAN jest siecią reklamy internetowej oferującą powierzchnie reklamowe w serwisach prezentujące jakościowe treści, w tym o tematyce ekonomicznej i biznesowej. Obecnie sieć obejmuje powierzchnie reklamowe serwisów biznesowych Grupy Money.pl oraz serwisów należących do Agory SA: *Wyborcza.pl*, *Wyborcza.biz*, *Gospodarka.Gazeta.pl* czy *Komunikaty.pl*.

**W dniu 21 czerwca 2010 r.** Sąd Rejonowy dla Krakowa-Śródmieścia w Krakowie, XI Wydział Gospodarczy KRS w Krakowie zarejestrował podwyższenie kapitału zakładowego w AdTaily Sp. z o.o. o 145 nowoutworzonych udziałów o wartości nominalnej 50 zł każdy (razem 7,25 tys. zł), które Agora SA objęła za wkład pieniężny w wysokości łącznej 652,5 tys. zł. Nadwyżka wartości wkładu na udziały nad ich wartością nominalną została przelana na kapitał zapasowy spółki. Wysokość kapitału zakładowego po podwyższeniu wynosi 30 950 zł i składa się z 619 udziałów, po 50 zł każdy. W wyniku tej transakcji, Agora SA posiada obecnie 439 udziałów w kapitale zakładowym, które dają jej 70,92% udziału w kapitale zakładowym spółki i odpowiednio 70,92% na zgromadzeniu wspólników.

**W dniu 4 sierpnia 2010 r.,** nastąpiło połączenie dwóch spółek ukraińskich należących do Grupy Agora, LLC Agora Ukraine oraz Agora Press Ltd., poprzez przeniesienie całego majątku i zobowiązań Agora Press Ltd. na spółkę LLC Agora Ukraine w zamian za udziały, które Agora SA objęła w podwyższonym kapitale zakładowym LLC Agora Ukraine.

#### ■ Rekomendacja Zarządu co do podziału zysku za rok obrotowy 2009

**W dniu 12 maja 2010 r.** Spółka poinformowała, że Zarząd Agory SA z siedzibą w Warszawie zarekomenduje Walnemu Zgromadzeniu Akcjonariuszy wypłatę dywidendy za rok obrotowy 2009 w wysokości 0,50 zł na akcję. Proponowany dzień ustalenia prawa do dywidendy to 15 lipca 2010 r., a dzień wypłaty dywidendy to 3 sierpnia 2010 r.

W opinii organów Spółki, wyniki finansowe osiągnięte przez Spółkę w 2009 r. dają obecnie możliwość wypłaty dywidendy za rok obrotowy 2009 w wysokości 0,50 zł na akcję. Powyższa rekomendacja Zarządu Agory SA jest zgodna z polityką dywidendową ogłoszoną w dniu 14 lutego 2005 r. i wynika z analizy sytuacji finansowej Spółki oraz struktury jej bilansu w kontekście realizacji najważniejszych celów na najbliższe lata, w tym dalszych działań rozwojowych.

Powyższy wniosek uzyskał pozytywną opinię Rady Nadzorczej.

Od dnia ogłoszenia polityki dywidendowej w dniu 14 lutego 2005 r., Agora wypłacała czterokrotnie dywidendę (w sumie: 165,8 mln zł) oraz trzykrotnie przeprowadziła skup akcji własnych (łączny koszt zrealizowanych, do dnia przekazania tego raportu, programów nabywania akcji własnych: 210 mln zł).

#### ■ Walne Zgromadzenie Agory

**W raporcie bieżącym z dnia 28 maja 2010 r.,** Zarząd Agory poinformował o zwołaniu na dzień 25 czerwca 2010 r. na godz. 11.00 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Agory SA („Walne Zgromadzenie”).

**W raporcie bieżącym z dnia 28 maja 2010 r.,** opublikowane zostały projekty uchwał, które Zarząd przedłożył Zwyczajnemu Walnemu Zgromadzeniu Spółki zwołanemu na dzień 25 czerwca 2010 r.

**W raporcie bieżącym z dnia 22 czerwca 2010 r.,** w nawiązaniu do raportu bieżącego z dnia 28 maja 2010 r. o zwołaniu Walnego Zgromadzenia), Zarząd poinformował o zgłoszonych, przez akcjonariusza, projektach uchwał dotyczących spraw wprowadzonych do porządku obrad Walnego Zgromadzenia.



**W raporcie bieżącym z dnia 25 czerwca 2010 r.**, Zarząd Agory SA przekazał do publicznej wiadomości treść uchwał powziętych przez Walne Zgromadzenie Spółki, które odbyło się 25 czerwca 2010 r., w siedzibie Spółki przy ul. Czerskiej 8/10 w Warszawie, w tym uchwałę o wypłacie dywidendy w wysokości 25,5 mln zł tj. 0,50 złotych na jedną akcję uchwalonej przez Walne Zgromadzenie wskazującej jako dzień dywidendy 15 lipca 2010 r. i dzień wypłaty dywidendy 3 sierpnia 2010 r.

**W raporcie bieżącym z dnia 25 czerwca 2010 r.** Zarząd poinformował, że na Walnym Zgromadzeniu Agory SA w dniu 25 czerwca 2010 r. następujący akcjonariusze posiadali ponad 5% liczby głosów na tym zgromadzeniu:

Agora Holding Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie: 23 752 755 głosów, tj. 64,77% głosów na tym zgromadzeniu i 34,90% ogólnej liczby głosów;

Arka BZ WBK Akcji Fundusz Inwestycyjny Otwarty z siedzibą w Poznaniu: 4 445 102 głosów, tj. 12,12% głosów na tym zgromadzeniu i 6,53% ogólnej liczby głosów.

▶ **Rejestracja zmian w statucie i ustalenie tekstu jednolitego statutu**

**W raporcie z dnia 23 lipca 2010 r.**, Zarząd Agory poinformował, że Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy Wydział XIII Gospodarczy w dniu 15 lipca 2010 r. wpisał do rejestru przedsiębiorców KRS zmianę Statutu Spółki poprzez nadanie nowego brzmienia następującym paragrafom par. 7 ust. 2 i 3, par. 10 ust. 2, par. 15 ust. 4, par. 20 ust. 1, par. 21 ust. 4, par. 22 ust. 1, par. 23 ust. 1 i 5 i par. 24 ust. 1 oraz uchylenie par. 11 ust. 6 i par. 17 ust. 4 wprowadzonych uchwałą nr 23 Walnego Zgromadzenia Agory SA z dnia 25 czerwca 2010 r.

▶ **Zmiany w składzie Rady Nadzorczej**

**W raporcie bieżącym z dnia 23 lipca 2010 r.**, Zarząd Agory SA poinformował, że w związku z wpisem do rejestru przedsiębiorców KRS zmiany Statutu Spółki przyjętej na Walnym Zgromadzeniu Agory SA w dniu 25 czerwca 2010 r., z dniem 15 lipca 2010 r. w skład Rady Nadzorczej na wspólną trzyletnią kadencję powołani zostali: Pan Andrzej Szlęzak - na przewodniczącego Rady Nadzorczej, Pan Marcin Hejka, Pani Wanda Rapaczynski, Pan Tomasz Sielicki, Pan Sławomir S. Sikora.

▶ **Wprowadzenie akcji Spółki do obrotu giełdowego**

**W dniu 6 lipca 2010 r.** Spółka wprowadziła do obrotu na rynku podstawowym Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie 163 283 akcji nabytych przez pracowników w ramach planów partycypacyjnych.



## 2. ZMIANY W STANIE POSIADANIA AKCJI LUB INNYCH UPRAWNIEŃ DO NICH (OPCJI) PRZEZ CZŁONKÓW ZARZĄDU W DRUGIM KWARTALE 2010 R. I DO DNIA PUBLIKACJI RAPORTU

Tab. 14

<b>a. akcje</b>	stan na 30.06.2010	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 31.03.2010
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>b. prawa do akcji</b>	stan na 30.06.2010	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 31.03.2010
Piotr Niemczycki	0	0	0	0
Zbigniew Bąk	0	0	0	0
Tomasz Józefacki	0	0	0	0
Grzegorz Kossakowski	0	0	0	0

<b>c. akcje</b>	stan na 12.08.2010	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 30.06.2010
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>d. prawa do akcji</b>	stan na 12.08.2010	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 30.06.2010
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.

### 3. ZMIANY W STANIE POSIADANIA AKCJI LUB INNYCH UPRAWNIEŃ DO NICH (OPCJI) PRZEZ CZŁONKÓW RADY NADZORCZEJ W DRUGIM KWARTALE 2010 R. I DO DNIA PUBLIKACJI RAPORTU

Tab. 15

a. akcje	stan na 30.06.2010	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 31.03.2010
Sławomir S. Sikora	0	0	0	0
Tomasz Sielicki	33	0	0	33
Andrzej Szlęzak	0	0	0	0
Marcin Hejka	0	0	0	0
Wanda Rapaczynski	924 616	6 600	0	931 216

b. akcje	stan na 12.08.2010	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 30.06.2010
Sławomir S. Sikora	0	0	0	0
Tomasz Sielicki	33	0	0	33
Andrzej Szlęzak	0	0	0	0
Marcin Hejka	0	0	0	0
Wanda Rapaczynski	924 616	0	0	924 616

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

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

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

Zgodnie z formalnymi zawiadomieniami otrzymanymi od akcjonariuszy, w szczególności na podstawie art. 69 Ustawy z dnia 29 lipca 2005 roku o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych, struktura akcjonariatu aktualna na dzień przekazania poprzedniego raportu kwartalnego, tj. na 15 maja 2010 r., nie uległa istotnym zmianom w odniesieniu do dnia przekazania niniejszego raportu kwartalnego. Na podstawie powyższych zawiadomień, na dzień 12 sierpnia 2010 r., następujący akcjonariusze mogą 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
<b>Agora-Holding Sp. z o.o.</b>	<b>6 646 955</b>	<b>13,05</b>	<b>23 773 355</b>	<b>34,93</b>
<b>BZ WBK AIB Asset Management S.A. (1)</b>	18 851 516	37,01	18 851 516	27,70
BZ WBK AIB Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A. (2)	12 749 373	25,03	12 749 373	18,73
Arka BZ WBK Akcji FIO (3)	3 629 448	7,13	3 629 448	5,33

(1) stan na 29 grudnia 2009 r.

(2) stan na 29 grudnia 2009 r.

(3) liczba akcji i głosów została podana zgodnie z informacją z dnia 30 maja 2008 r., natomiast udział w kapitale zakładowym i liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu został przeliczony przez Spółkę przy uwzględnieniu skutków obniżenia kapitału zakładowego Spółki.

## 5. POZOSTAŁE INFORMACJE

### ▶ Zawarcie umowy

**W raporcie bieżącym z dnia 28 maja 2010 r.** Zarząd Spółki poinformował, iż w dniu 27 maja 2010 r. Spółka zawarła umowę na wdrożenie zintegrowanego systemu informatycznego klasy ERP w Grupie Agora. Podpisanie umowy poprzedzone zostało analizą możliwości efektywnego wykorzystania posiadanych rozwiązań informatycznych do realizacji celów związanych z optymalizacją procesów biznesowych. W rezultacie tej analizy Spółka podjęła decyzję o spisaniu kwoty 7,7 mln zł dotyczącej wartości nakładów związanych z licencjami na oprogramowanie.

### ▶ Stanowisko Zarządu odnośnie realizacji prognoz finansowych

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

### ▶ Zmiany w zobowiązaniach warunkowych

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

## **GRUPA AGORA**

# **SKRÓCONE ŚRÓDROCZNE SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE FINANSOWE**

na 30 czerwca 2010 r. oraz za 3 i 6 miesięcy zakończone  
30 czerwca 2010 r.

## SKONSOLIDOWANY BILANS NA 30 CZERWCA 2010 R.

	30 czerwca 2010 niebadane	31 marca 2010 niebadane	31 grudnia 2009 zbadane	30 czerwca 2009 niebadane
<b>Aktywa</b>				
<b>Aktywa trwałe:</b>				
Wartości niematerialne	391 872	394 302	394 166	397 462
Rzeczowe aktywa trwałe	584 920	598 754	613 083	630 612
Długoterminowe aktywa finansowe	217	256	241	246
Inwestycje rozliczane metodą praw własności	1 152	346	631	1 215
Należności długoterminowe i inne rozliczenia międzyokresowe	7 991	9 903	8 451	7 470
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	7 099	7 855	6 936	8 025
	<b>993 251</b>	<b>1 011 416</b>	<b>1 023 508</b>	<b>1 045 030</b>
<b>Aktywa obrotowe:</b>				
Zapasy	14 474	13 585	16 164	20 668
Należności krótkoterminowe i rozliczenia międzyokresowe	229 336	219 513	215 748	230 877
Należności z tytułu podatku dochodowego	1 248	3 692	4 143	2 094
Krótkoterminowe aktywa finansowe	159 277	157 280	154 448	91 473
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	147 106	144 517	124 225	155 124
	<b>551 441</b>	<b>538 587</b>	<b>514 728</b>	<b>500 236</b>
<b>Aktywa razem</b>	<b>1 544 692</b>	<b>1 550 003</b>	<b>1 538 236</b>	<b>1 545 266</b>

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

## SKONSOLIDOWANY BILANS NA 30 CZERWCA 2010 R. (C.D.)

	Nota	30 czerwca 2010 niebadane	31 marca 2010 niebadane	31 grudnia 2009 zbadane	30 czerwca 2009 niebadane
<b>Pasywa</b>					
<b>Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej:</b>					
Kapitał zakładowy		50 937	50 937	50 937	54 978
Akcje własne		-	-	-	(89 994)
Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej		147 192	147 192	147 192	290 506
Kapitał z przeliczenia sprawozdań finansowych spółek zagranicznych		(379)	(621)	(482)	159
Zyski z lat ubiegłych i roku bieżącego		1 018 292	1 020 841	998 634	913 255
		<b>1 216 042</b>	<b>1 218 349</b>	<b>1 196 281</b>	<b>1 168 904</b>
<b>Udziały niekontrolujące</b>		<b>1 806</b>	<b>2 400</b>	<b>(206)</b>	<b>(733)</b>
<b>Kapitał własny</b>		<b>1 217 848</b>	<b>1 220 749</b>	<b>1 196 075</b>	<b>1 168 171</b>
<b>Zobowiązania długoterminowe:</b>					
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego		43 846	42 039	45 105	43 373
Długoterminowe pożyczki i kredyty	3	30 714	41 375	52 381	73 591
Rezerwa na świadczenia emerytalne		1 634	1 529	1 529	1 945
Rezerwy		163	1 383	489	-
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe		262	76	429	47
		<b>76 619</b>	<b>86 402</b>	<b>99 933</b>	<b>118 956</b>
<b>Zobowiązania krótkoterminowe:</b>					
Rezerwa na świadczenia emerytalne		119	67	67	136
Zobowiązania krótkoterminowe		144 677	140 009	146 592	140 141
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego		73	106	-	49
Krótkoterminowe kredyty i pożyczki	3	42 423	42 348	42 446	58 190
Rezerwy na zobowiązania		12 950	11 741	12 576	13 517
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe		49 983	48 581	40 547	46 106
		<b>250 225</b>	<b>242 852</b>	<b>242 228</b>	<b>258 139</b>
<b>Pasywa razem</b>		<b>1 544 692</b>	<b>1 550 003</b>	<b>1 538 236</b>	<b>1 545 266</b>
Średnia ważona liczba akcji		50 937 386	50 937 386	50 937 386	53 346 374

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

## SKONSOLIDOWANY RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT ZA TRZY I SZEŚĆ MIESIĘCY ZAKOŃCZONE 30 CZERWCA 2010 R.

		Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2010 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010 niebadane	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2009 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009 niebadane
	Nota				
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	4	281 300	529 413	297 735	572 182
Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów		(149 867)	(296 738)	(178 334)	(346 279)
<b>Zysk brutto ze sprzedaży</b>		<b>131 433</b>	<b>232 675</b>	<b>119 401</b>	<b>225 903</b>
Koszty sprzedaży		(69 255)	(123 465)	(73 052)	(143 274)
Koszty ogólnego zarządu		(27 783)	(56 615)	(25 140)	(55 061)
Pozostałe przychody operacyjne		6 892	12 101	3 089	6 917
Pozostałe koszty operacyjne		(17 195)	(23 939)	(9 405)	(13 893)
<b>Zysk z działalności operacyjnej</b>	4	<b>24 092</b>	<b>40 757</b>	<b>14 893</b>	<b>20 592</b>
Przychody finansowe		3 325	7 482	2 525	6 264
Koszty finansowe		(1 792)	(3 513)	(2 425)	(5 404)
Udział w zyskach (stratach) netto jednostek rozliczanych metodą praw własności		(106)	(396)	(253)	(423)
<b>Zysk brutto</b>		<b>25 519</b>	<b>44 330</b>	<b>14 740</b>	<b>21 029</b>
Podatek dochodowy		(5 383)	(2 436)	(2 894)	(8 211)
<b>Zysk netto</b>		<b>20 136</b>	<b>41 894</b>	<b>11 846</b>	<b>12 818</b>
<b>Przypadający na:</b>					
Akcjonariuszy jednostki dominującej		20 254	41 924	12 268	13 351
Udziały niekontrolujące		(118)	(30)	(422)	(533)
		<b>20 136</b>	<b>41 894</b>	<b>11 846</b>	<b>12 818</b>
Zysk przypadający na jedną akcję (w zł)		0,40	0,82	0,23	0,25

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

## SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z CAŁKOWITYCH DOCHODÓW ZA TRZY I SZEŚĆ MIESIĘCY ZAKOŃCZONE 30 CZERWCA 2010 R.

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2010 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010 niebadane	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2009 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009 niebadane
<b>Zysk netto za okres</b>	<b>20 136</b>	<b>41 894</b>	<b>11 846</b>	<b>12 818</b>
Różnice kursowe z przeliczenia sprawozdań finansowych spółek zagranicznych	242	103	(58)	196
<b>Inne całkowite dochody ogółem</b>	<b>242</b>	<b>103</b>	<b>(58)</b>	<b>196</b>
<b>Całkowite dochody ogółem za okres</b>	<b>20 378</b>	<b>41 997</b>	<b>11 788</b>	<b>13 014</b>
<b>Przypadające na:</b>				
Akcjonariuszy jednostki dominującej	20 496	42 027	12 210	13 547
Udziały niekontrolujące	(118)	(30)	(422)	(533)
	<b>20 378</b>	<b>41 997</b>	<b>11 788</b>	<b>13 014</b>

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 2010 R.

	Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej							
	Kapitał zakładowy	Akcje własne	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	Kapitał z przeliczenia sprawozdań finansowych spółek zagranicznych	Zyski z lat ubiegłych i roku bieżącego	Razem	Udziały niekontrolujące	Kapitał własny razem
Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2010 r.								
Stan na 31 marca 2010 r. niebadane	50 937	-	147 192	(621)	1 020 841	1 218 349	2 400	1 220 749
Całkowite dochody za okres sprawozdawczy								
Zysk/ (strata) netto okresu	-	-	-	-	20 254	20 254	(118)	20 136
Inne całkowite dochody ogółem	-	-	-	242	-	242	-	242
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	-	242	20 254	20 496	(118)	20 378
Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym								
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli								
Koszt płatności w formie papierów wartościowych	-	-	-	-	2 856	2 856	-	2 856
Dywidendy uchwalone	-	-	-	-	(25 469)	(25 469)	-	(25 469)
Dywidendy spółek zależnych	-	-	-	-	-	-	(666)	(666)
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli ogółem	-	-	-	-	(22 613)	(22 613)	(666)	(23 279)
Zmiany w udziale własnościowym w jednostkach podporządkowanych, które nie skutkują utratą kontroli								
Nabycie udziałów niekontrolujących	-	-	-	-	(190)	(190)	190	-
Zmiany w udziale własnościowym w jednostkach podporządkowanych ogółem	-	-	-	-	(190)	(190)	190	-
Całkowite dopłaty od i wypłaty do właścicieli	-	-	-	-	(22 803)	(22 803)	(476)	(23 279)
Stan na 30 czerwca 2010 r. niebadane	50 937	-	147 192	(379)	1 018 292	1 216 042	1 806	1 217 848

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 2010 R. (C. D.)

	Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej					Razem	Udziały niekontrolujące	Kapitał własny razem
	Kapitał zakładowy	Akcje własne	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	Kapitał z przeliczenia sprawozdań finansowych spółek zagranicznych	Zyski z lat ubiegłych i roku bieżącego			
<b>Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010 r.</b>								
<b>Stan na 31 grudnia 2009 r. zbadane</b>	<b>50 937</b>	<b>-</b>	<b>147 192</b>	<b>(482)</b>	<b>998 634</b>	<b>1 196 281</b>	<b>(206)</b>	<b>1 196 075</b>
<b>Całkowite dochody za okres sprawozdawczy</b>								
Zysk/ (strata) netto okresu	-	-	-	-	41 924	41 924	(30)	41 894
Inne całkowite dochody ogółem	-	-	-	103	-	103	-	103
<b>Całkowite dochody ogółem za okres</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>103</b>	<b>41 924</b>	<b>42 027</b>	<b>(30)</b>	<b>41 997</b>
<b>Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym</b>								
<b>Dopłaty od i wypłaty do właścicieli</b>								
Koszt płatności w formie papierów wartościowych	-	-	-	-	5 911	5 911	-	5 911
Dywidendy uchwalone	-	-	-	-	(25 469)	(25 469)	-	(25 469)
Dywidendy spółek zależnych	-	-	-	-	-	-	(666)	(666)
<b>Dopłaty od i wypłaty do właścicieli ogółem</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(19 558)</b>	<b>(19 558)</b>	<b>(666)</b>	<b>(20 224)</b>
<b>Zmiany w udziale własnościowym w jednostkach podporządkowanych, które nie skutkują utratą kontroli</b>								
Nabycie udziałów niekontrolujących	-	-	-	-	(2 708)	(2 708)	2 708	-
<b>Zmiany w udziale własnościowym w jednostkach podporządkowanych ogółem</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(2 708)</b>	<b>(2 708)</b>	<b>2 708</b>	<b>-</b>
<b>Całkowite dopłaty od i wypłaty do właścicieli</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(22 266)</b>	<b>(22 266)</b>	<b>2 042</b>	<b>(20 224)</b>
<b>Stan na 30 czerwca 2010 r. niebadane</b>	<b>50 937</b>	<b>-</b>	<b>147 192</b>	<b>(379)</b>	<b>1 018 292</b>	<b>1 216 042</b>	<b>1 806</b>	<b>1 217 848</b>

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 2010 R. (C. D.)

	Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej						Udziały niekontrolujące	Kapitał własny razem
	Kapitał zakładowy	Akcje własne	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	Kapitał z przeliczenia sprawozdań finansowych spółek z zagranicznych	Zyski z lat ubiegłych i roku bieżącego	Razem		
<b>Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2009 r.</b>								
<b>Stan na 31 grudnia 2008 r. zbadane</b>	<b>54 978</b>	<b>(71 007)</b>	<b>290 506</b>	<b>(37)</b>	<b>892 771</b>	<b>1 167 211</b>	<b>(93)</b>	<b>1 167 118</b>
<b>Całkowite dochody za okres sprawozdawczy</b>								
Zysk / (Strata) netto okresu	-	-	-	-	38 330	38 330	(1 023)	37 307
Inne całkowite dochody za okres	-	-	-	(445)	-	(445)	-	(445)
<b>Całkowite dochody ogółem za okres</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(445)</b>	<b>38 330</b>	<b>37 885</b>	<b>(1 023)</b>	<b>36 862</b>
<b>Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym</b>								
<b>Dopłaty od i wypłaty do właścicieli</b>								
Skup akcji własnych w celu umorzenia	-	(19 001)	-	-	-	(19 001)	-	(19 001)
Umorzenie akcji własnych	(4 041)	90 008	(143 314)	-	57 347	-	-	-
Koszt płaćności w formie papierów wartościowych	-	-	-	-	10 186	10 186	-	10 186
Dywidendy spółek zależnych	-	-	-	-	-	-	(1 051)	(1 051)
<b>Dopłaty od i wypłaty do właścicieli ogółem</b>	<b>(4 041)</b>	<b>71 007</b>	<b>(143 314)</b>	<b>-</b>	<b>67 533</b>	<b>(8 815)</b>	<b>(1 051)</b>	<b>(9 866)</b>
<b>Zmiany w udziale własnościowym w jednostkach podporządkowanych, które nie skutkują utratą kontroli</b>								
Korekta wynikająca z objęcia konsolidacją spółki zależnej	-	-	-	-	-	-	270	270
Dodatkowe zaangażowania udziałowca niekontrolującego	-	-	-	-	-	-	1 691	1 691
<b>Zmiany w udziale własnościowym w jednostkach podporządkowanych ogółem</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>1 961</b>	<b>1 961</b>
<b>Całkowite dopłaty od i wypłaty do właścicieli</b>	<b>(4 041)</b>	<b>71 007</b>	<b>(143 314)</b>	<b>-</b>	<b>67 533</b>	<b>(8 815)</b>	<b>910</b>	<b>(7 905)</b>
<b>Stan na 31 grudnia 2009 r. zbadane</b>	<b>50 937</b>	<b>-</b>	<b>147 192</b>	<b>(482)</b>	<b>998 634</b>	<b>1 196 281</b>	<b>(206)</b>	<b>1 196 075</b>

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 2010 R. (C.D.)

Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej								
	Kapitał zakładowy	Akcje własne	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	Kapitał z przeliczenia sprawozdań finansowych spółek zagranicznych	Zyski z lat ubiegłych i roku bieżącego	Razem	Udziały niekontrolujące	Kapitał własny razem
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
Całkowite dochody za okres sprawozdawczy								
Zysk / (Strata) netto okresu	-	-	-	-	13 351	13 351	(533)	12 818
Inne całkowite dochody za okres	-	-	-	196	-	196	-	196
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	-	196	13 351	13 547	(533)	13 014
Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym								
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli								
Skup akcji własnych w celu umorzenia	-	(18 987)	-	-	-	(18 987)	-	(18 987)
Koszt płatności w formie papierów wartościowych	-	-	-	-	7 133	7 133	-	7 133
Dywidendy spółek zależnych	-	-	-	-	-	-	(1 051)	(1 051)
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli ogółem	-	(18 987)	-	-	7 133	(11 854)	(1 051)	(12 905)
Zmiany w udziale własnościowym w jednostkach podporządkowanych, które nie skutkują utratą kontroli								
Dodatkowe zaangażowania udziałowca niekontrolującego	-	-	-	-	-	-	944	944
Zmiany w udziale własnościowym w jednostkach podporządkowanych ogółem	-	-	-	-	-	-	944	944
Całkowite dopłaty od i wypłaty do właścicieli	-	(18 987)	-	-	7 133	(11 854)	(107)	(11 961)
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.

## SKONSOLIDOWANY RACHUNEK PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH ZA TRZY I SZEŚĆ MIESIĘCY ZAKOŃCZONE 30 CZERWCA 2010 R.

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2010 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010 niebadane	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2009 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009 niebadane
<b>Działalność operacyjna</b>				
<b>Zysk brutto</b>	<b>25 519</b>	<b>44 330</b>	<b>14 740</b>	<b>21 029</b>
Korekty o pozycje:				
Udział w zyskach (stratach) netto jednostek rozliczanych metodą praw własności	106	396	253	423
Amortyzacja rzeczowych aktywów trwałych	15 925	32 072	16 960	33 809
Amortyzacja wartości niematerialnych	3 566	7 189	3 521	6 778
Odsetki, netto	875	1 860	1 564	3 622
(Zysk)/ strata z tytułu działalności inwestycyjnej	6 260	4 137	(1 115)	(1 240)
Zmiana stanu rezerw	146	205	301	(1 297)
Zmiana stanu zapasów	(889)	1 690	(1 241)	(1 807)
Zmiana stanu należności i czynnych rozliczeń międzyokresowych	(7 906)	(11 117)	4 226	13 239
Zmiana stanu zobowiązań	(18 323)	(22 656)	(8 067)	(10 080)
Zmiana stanu biernych rozliczeń międzyokresowych	1 454	9 489	(7 909)	(4 387)
Inne korekty (1)	3 648	7 081	3 940	8 197
<b>Przepływy środków pieniężnych brutto</b>	<b>30 381</b>	<b>74 676</b>	<b>27 173</b>	<b>68 286</b>
Podatek dochodowy zapłacony	(2 604)	(3 126)	(1 003)	(2 449)
<b>Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej</b>	<b>27 777</b>	<b>71 550</b>	<b>26 170</b>	<b>65 837</b>
<b>Działalność inwestycyjna</b>				
Przychody ze sprzedaży rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych	29	76	148	1 860
Wydatki inwestycyjne na rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne	(11 593)	(22 432)	(14 458)	(37 445)
Wydatki netto na nabycie podmiotów zależnych, stowarzyszonych i współkontrolowanych	(906)	(926)	-	(1 235)
Wydatki na nabycie aktywów finansowych	-	-	-	-
Nabycie krótkoterminowych papierów wartościowych	-	-	(30 000)	(90 000)
Pożyczki udzielone	-	-	(4)	(4)
<b>Przepływy środków pieniężnych netto z działalności inwestycyjnej</b>	<b>(12 470)</b>	<b>(23 282)</b>	<b>(44 314)</b>	<b>(126 824)</b>

## SKONSOLIDOWANY RACHUNEK PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH ZA TRZY I SZEŚĆ MIESIĘCY ZAKOŃCZONE 30 CZERWCA 2010 R. (C.D.)

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2010 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010 niebadane	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2009 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009 niebadane
<b>Działalność finansowa</b>				
Wpływy z tytułu kredytów i pożyczek	-	-	422	422
Nabycie akcji własnych	-	-	(7 580)	(18 987)
Dywidendy wypłacone udziałowcom mniejszościowym	(666)	(666)	(1 051)	(1 051)
Splata kredytów i pożyczek	(10 729)	(21 458)	(12 053)	(22 816)
Odsetki	(875)	(1 860)	(1 564)	(3 622)
Pozostałe	(448)	(1 403)	(1 286)	(1 578)
<b>Przepływy środków pieniężnych netto z działalności finansowej</b>	<b>(12 718)</b>	<b>(25 387)</b>	<b>(23 112)</b>	<b>(47 632)</b>
<b>Zmiana stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów</b>	<b>2 589</b>	<b>22 881</b>	<b>(41 256)</b>	<b>(108 619)</b>
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty				
Na początek okresu obrotowego	144 517	124 225	196 380	263 743
Na koniec okresu obrotowego	147 106	147 106	155 124	155 124

(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 2010 R. ORAZ ZA TRZY I SZEŚĆ MIESIĘCY ZAKOŃCZONE 30 CZERWCA 2010 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 2010 r. grupę kapitałową Agory („Grupa”) stanowiły: Agora SA, 14 spółek zależnych oraz dwie jednostki współzależne A2 Multimedia Sp. z o.o. i Business Ad Network Sp. z o.o. Grupa prowadzi działalność we wszystkich głównych miastach Polski, a także 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 2010 r., z danymi porównywalnymi na dzień oraz za trzy i sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009 r., a dla bilansu również na dzień 30 czerwca 2009 r.

Sprawozdanie finansowe zostało zatwierdzone do publikacji przez Zarząd Agory SA w dniu 12 sierpnia 2010 r.

### 2. PODSTAWA SPORZĄDZENIA SKRÓCONEGO ŚRÓDROCZNEGO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO

Skonsolidowany bilans na 30 czerwca 2010 r., skonsolidowany rachunek zysków i strat, skonsolidowane sprawozdanie z całkowitych dochodów, skonsolidowany rachunek przepływów pieniężnych oraz skonsolidowane zestawienie zmian w kapitale własnym za trzy i sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010 r. nie zostały zbadane przez biegłego rewidenta. Skonsolidowany bilans na 31 grudnia 2009 r., skonsolidowany rachunek zysków i strat, skonsolidowane sprawozdanie z całkowitych dochodów, skonsolidowany rachunek przepływów pieniężnych oraz skonsolidowane zestawienie zmian w kapitale własnym za dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2009 r. podlegało badaniu biegłego rewidenta, który wydał opinię bez zastrzeżeń.

Skrócone śródroczne 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 2009 r., nr 152, poz. 1223 z późniejszymi zmianami) i wydanych na jej podstawie przepisów wykonawczych oraz zgodnie z wymogami określonymi w rozporządzeniu Ministra Finansów z dnia 19 lutego 2009 r. w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim (Dz. U. z 2009 r., Nr 33, poz. 259 z późniejszymi zmianami).

Przygotowując skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe, Grupa stosowała te same zasady rachunkowości, co opisane w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym na 31 grudnia 2009 r., za wyjątkiem zmian opisanych poniżej. Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe na 30 czerwca 2010 r. powinno być czytane razem ze zbadanym skonsolidowanym sprawozdaniem finansowym na 31 grudnia 2009 r.

Dla sprawozdań finansowych Grupy za rok obrotowy rozpoczynający się z dniem 1 stycznia 2010 r. efektywne są następujące nowe standardy, zmiany i interpretacje do istniejących standardów, które zostały zatwierdzone przez Unię Europejską:

- 1) Zmiany do MSSF 2 *Płatności w formie akcji – Transakcje płatności w formie akcji w ramach grupy rozliczane w środkach pieniężnych*,
- 2) Zmiany do MSR 27 *Skonsolidowane i jednostkowe sprawozdania finansowe*,
- 3) Zmiany do MSR 39 *Instrumenty Finansowe: ujmowanie i wycena*,
- 4) Zmiany do MSSF 3 *Połączenia jednostek gospodarczych*,
- 5) *Zmiany do Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej 2008: Zmiany do MSSF 5 Aktywa trwałe przeznaczone do sprzedaży*,
- 6) po części: *Zmiany do Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej 2009*,
- 7) KIMSF 12 *Umowy koncesyjne*,
- 8) KIMSF 15 *Umowy dotyczące budowy nieruchomości*
- 9) KIMSF 16 *Zabezpieczenie udziałów w aktywach netto jednostki działającej za granicą*,

10) KIMSF 17 Przekazanie aktywów niegotówkowych właścicielom,

11) KIMSF 18 Przekazanie aktywów przez klientów.

Za wyjątkiem zmian do MSSF 3 i MSR 27, zastosowanie zmienionych standardów i nowych interpretacji nie miało istotnego wpływu na sprawozdanie finansowe Grupy Agora czy Spółki, gdyż większość z nich nie ma zastosowania do ich działalności lub ma zastosowanie prospektywne.

Zmiany do MSSF 3 *Połączenia jednostek gospodarczych* nie były stosowane dla połączeń jednostek gospodarczych mających miejsce przed datą pierwszego zastosowania tego standardu. Zaktualizowany standard nie miał wpływu na sprawozdania finansowe w zakresie połączeń jednostek gospodarczych, które miały miejsce przed 1 stycznia 2010 r.

Zmiany do MSR 27 *Skonsolidowane i jednostkowe sprawozdania finansowe* nie miały również wpływu na prezentowane wcześniej sprawozdania finansowe, ponieważ są one stosowane prospektywnie.

Począwszy od niniejszego skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego, w związku ze zmianami do MSSF 3, Grupa zmieniła nazewnictwo pozycji sprawozdań finansowych zgodnie z wymogami zaktualizowanego standardu (zmiany: „Udziały mniejszości” na „Udziały niekontrolujące”, „Dodatkowe zaangażowania udziałowca mniejszościowego” na „Dodatkowe zaangażowania udziałowca niekontrolującego”).

### 3. ZOBOWIĄZANIA Z TYTUŁU KREDYTÓW I POŻYCZEK

Na 30 czerwca 2010 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 2010 r. zadłużenie z tego tytułu wynosiło 73 100 tys. zł, z tego 30 714 tys. zł jest prezentowane w zobowiązaniach długoterminowych. Spółka może, do dnia 31 maja 2011 r., skorzystać z niewykorzystanej linii kredytowej w wysokości do 200 mln zł.

Na 30 czerwca 2010 r., Spółka AMS dysponowała otwartymi liniami kredytowymi w łącznej wysokości 16,0 mln zł zgodnie z zawartymi umowami z BRE Bank S.A. z 23 lutego 2010 r. Na 30 czerwca 2010 r. spółka nie korzystała ze środków z linii kredytowych. Spółka AMS może, do dnia 21 lutego 2011 r., skorzystać z linii kredytowych w pełnej wysokości do 16,0 mln zł.

### 4. PRZYCHODY I INFORMACJE O SEGMENTACH OPERACYJNYCH

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

Dla celów zarządczych, Grupa została podzielona na segmenty w oparciu o wytwarzane produkty i świadczone usługi. Wydzielono 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, AdTaily Sp. z o.o.,
- 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 nieuwjęte w poszczególnych segmentach, m.in. pozostałe przychody i koszty pionów wspomagających oraz Zarządu 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 2010 r. i 30 czerwca 2009 r. dotyczą A2 Multimedia Sp. z o.o., a od 28 kwietnia 2010 r. również Business Ad Network 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 OPERACYJNYCH (C.D.)

## Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2010 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Pozycje uzgadniające	Razem
Sprzedaż klientom zewnętrznym	168 957	25 515	22 803	43 509	19 167	1 349	281 300
Sprzedaż do innych segmentów (2)	1 580	359	26	1 444	1 001	(4 410)	-
<b>Przychody ogółem</b>	<b>170 537</b>	<b>25 874</b>	<b>22 829</b>	<b>44 953</b>	<b>20 168</b>	<b>(3 061)</b>	<b>281 300</b>
<b>Koszty ogółem (1), (2), (3)</b>	<b>(127 787)</b>	<b>(24 380)</b>	<b>(18 331)</b>	<b>(40 081)</b>	<b>(20 574)</b>	<b>(26 055)</b>	<b>(257 208)</b>
<b>Zysk / (strata) operacyjny (a) (1)</b>	<b>42 750</b>	<b>1 494</b>	<b>4 498</b>	<b>4 872</b>	<b>(406)</b>	<b>(29 116)</b>	<b>24 092</b>
Koszty i przychody finansowe						1 533	1 533
Udział w zyskach (stratach) netto jednostek podporządkowanych wycenionych metodą praw własności		(106)					(106)
Podatek dochodowy						(5 383)	(5 383)
<b>Zysk netto</b>							<b>20 136</b>

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

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

(3) *pozycje uzgadniające* zawierają dane nieuwjęte w poszczególnych segmentach, m.in. koszty operacyjne oraz wynik na pozostałej działalności operacyjnej pionów wspomagających oraz Zarządu Agory SA i Agorę TC Sp. z o.o. (31 729 tys. zł), wyłączenia konsolidacyjne oraz inne korekty uzgadniające dane prezentowane w raportach zarządczych do skonsolidowanych danych finansowych Grupy Agora.

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

## Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2010 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Pozycje uzgadniające	Razem
Amortyzacja operacyjna	(6 516)	(1 668)	(73)	(5 371)	(680)	(4 387)	(18 695)
Amortyzacja konsolidacyjna (1)	-	(662)	-	-	(200)	65	(797)
Odpisy aktualizujące	(2 125)	(843)	(120)	(2 409)	(1 307)	(7 719)	(14 523)
Odwrocenie odpisów aktualizujących	1 319	340	(205)	1 442	266	238	3 400
Koszt płatności w formie papierów własnych	(1 523)	(129)	(133)	(280)	(46)	(744)	(2 856)
Nakłady finansowe w spółkach stowarzyszonych i współzależnych wycenianych metodą praw własności	-	906	-	-	-	-	906
Nakłady inwestycyjne (2)	2 717	948	25	2 096	318	6 337	12 441

(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 OPERACYJNYCH (C.D.)

## Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Pozycje uzgadniające	Razem
Sprzedaż klientom zewnętrznym	324 413	46 467	43 183	76 746	34 617	3 987	529 413
Sprzedaż do innych segmentów (2)	2 428	603	105	3 203	1 597	(7 936)	-
<b>Przychody ogółem</b>	<b>326 841</b>	<b>47 070</b>	<b>43 288</b>	<b>79 949</b>	<b>36 214</b>	<b>(3 949)</b>	<b>529 413</b>
<b>Koszty ogółem (1), (2), (3)</b>	<b>(244 945)</b>	<b>(45 714)</b>	<b>(35 225)</b>	<b>(80 119)</b>	<b>(35 614)</b>	<b>(47 039)</b>	<b>(488 656)</b>
<b>Zysk / (strata) operacyjny (a) (1)</b>	<b>81 896</b>	<b>1 356</b>	<b>8 063</b>	<b>(170)</b>	<b>600</b>	<b>(50 988)</b>	<b>40 757</b>
Koszty i przychody finansowe						3 969	3 969
Udział w zyskach (stratach) netto jednostek podporządkowanych wycenionych metodą praw własności		(396)					(396)
Podatek dochodowy						(2 436)	(2 436)
<b>Zysk netto</b>							<b>41 894</b>

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

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

(3) *pozycje uzgadniające* zawierają dane nieujęte w poszczególnych segmentach, m.in. koszty operacyjne oraz wynik na pozostałej działalności operacyjnej pionów wspomagających oraz Zarządu Agory SA i Agorę TC Sp. z o.o. (57 014 tys. zł), wyłączenia konsolidacyjne oraz inne korekty uzgadniające dane prezentowane w raportach zarządczych do skonsolidowanych danych finansowych Grupy Agora.

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

## Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Pozycje uzgadniające	Razem
Amortyzacja operacyjna	(13 075)	(3 509)	(150)	(10 968)	(1 401)	(8 558)	(37 661)
Amortyzacja konsolidacyjna (1)	-	(1 326)	-	-	(401)	129	(1 598)
Odpisy aktualizujące	(3 367)	(1 092)	(281)	(5 806)	(1 575)	(7 740)	(19 861)
Odwrocenie odpisów aktualizujących	1 935	507	(117)	1 618	671	243	4 857
Koszt płatności w formie papierów własnych	(3 046)	(258)	(267)	(560)	(260)	(1 520)	(5 911)
Nakłady finansowe w spółkach stowarzyszonych i współzależnych wycenianych metodą praw własności	-	906	-	-	-	-	906
Nakłady inwestycyjne (2)	4 163	1 816	22	2 800	457	9 110	18 368

## Stan na 30 czerwca 2010 r.

	Prasa Codzienna	Internet	Czasopisma	Reklama zewnętrzna	Radio	Pozycje uzgadniające	Razem
Rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne (3)	303 176	78 420	73 507	278 416	64 902	178 371	976 792

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

(2) na podstawie zaksięgowanych w danym okresie faktur;

(3) *pozycje uzgadniające* zawierają głównie wartość siedziby Spółki (146 803 tys. zł) oraz pozostałe rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne pionów wspomagających Agory SA i Agory TC Sp. z o.o., nieuwjęte w poszczególnych segmentach oraz korekty konsolidacyjne.

## 4. PRZYCHODY I INFORMACJE O SEGMENTACH OPERACYJNYCH (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	1 453	297 735
Sprzedaż do innych segmentów (2)	972	139	21	1 904	423	(3 459)	-
<b>Przychody ogółem</b>	<b>186 600</b>	<b>19 141</b>	<b>24 185</b>	<b>47 968</b>	<b>21 847</b>	<b>(2 006)</b>	<b>297 735</b>
<b>Koszty ogółem (1), (2), (3)</b>	<b>(152 805)</b>	<b>(22 149)</b>	<b>(18 563)</b>	<b>(46 099)</b>	<b>(22 926)</b>	<b>(20 300)</b>	<b>(282 842)</b>
<b>Zysk / (strata) operacyjny (a) (1)</b>	<b>33 795</b>	<b>(3 008)</b>	<b>5 622</b>	<b>1 869</b>	<b>(1 079)</b>	<b>(22 306)</b>	<b>14 893</b>
Koszty i przychody finansowe						100	100
Udział w zyskach (stratach) netto jednostek podporządkowanych wycenionych metodą praw własności		(253)					(253)
Podatek dochodowy						(2 894)	(2 894)
<b>Zysk netto</b>							<b>11 846</b>

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

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

(3) *pozycje uzgadniające* zawierają dane nieuwjęte w poszczególnych segmentach, m.in. koszty operacyjne oraz wynik na pozostałej działalności operacyjnej pionów wspomagających oraz Zarządu Agory SA i 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 OPERACYJNYCH (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)
Odwrocenie 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 OPERACYJNYCH (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)	-
<b>Przychody ogółem</b>	<b>362 511</b>	<b>38 630</b>	<b>47 579</b>	<b>86 444</b>	<b>40 438</b>	<b>(3 420)</b>	<b>572 182</b>
<b>Koszty ogółem (1), (2), (3)</b>	<b>(296 841)</b>	<b>(43 878)</b>	<b>(39 186)</b>	<b>(87 687)</b>	<b>(40 863)</b>	<b>(43 135)</b>	<b>(551 590)</b>
<b>Zysk / (strata) operacyjny (a) (1)</b>	<b>65 670</b>	<b>(5 248)</b>	<b>8 393</b>	<b>(1 243)</b>	<b>(425)</b>	<b>(46 555)</b>	<b>20 592</b>
Koszty i przychody finansowe						860	860
Udział w zyskach (stratach) netto jednostek podporządkowanych wycenionych metodą praw własności		(423)					(423)
Podatek dochodowy						(8 211)	(8 211)
<b>Zysk netto</b>							<b>12 818</b>

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

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

(3) *pozycje uzgadniające* zawierają dane nieujęte w poszczególnych segmentach, m.in. koszty operacyjne oraz wynik na pozostałej działalności operacyjnej pionów wspomagających oraz Zarządu Agory SA i 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 OPERACYJNYCH (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)
Odwrocenie 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 (3)	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;

(3) pozycje uzgadniające zawierają głównie wartość siedziby Spółki (153 487 tys. zł) oraz pozostałe rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne pionów wspomagających Agory SA i Agory TC Sp. z o.o., nieujęte w poszczególnych segmentach oraz korekty konsolidacyjne.

## 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 ich indywidualnych celów, nie zależy natomiast od warunków rynkowych.

Szczegółowe informacje o programach 2008 r. i 2009 r. znajdują się w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym Grupy Agora odpowiednio za 2008 r. i 2009 r.

#### Wpływ płatności w papierach wartościowych na sprawozdanie finansowe Grupy Agora:

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2010	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2009	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009
Rachunek zysków i strat – koszty świadczeń na rzecz pracowników	2 856	5 911	3 493	7 133
Kapitały własne	2 856	5 911	3 493	7 133

Zaprezentowany powyżej wpływ niegotówkowych płatności w papierach wartościowych na sprawozdania finansowe Grupy za 2010 r. wynika z ujęcia planu motywacyjnego 2009, a za 2009 r. wynika z ujęcia planu motywacyjnego 2008.

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 2010	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2009	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009
Na początek okresu	583 535	591 835	964 221	966 967
Przyznane	-	-	-	-
Utracone	(12 860)	(21 160)	(10 085)	(12 831)
Nabyte uprawnienia	(570 675)	(570 675)	(954 136)	(954 136)
<b>Na koniec okresu</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

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

	Stan na 30 czerwca 2010	Nabyte uprawnienia w 2010	Utracone w 2010	Przyznane w 2010	Stan na 31 grudnia 2009
<b>Plan motywacyjny 2009 r. (seria I)</b>					
Piotr Niemczycki	-	(12 240)	-	-	12 240
Zbigniew Bąk	-	(12 240)	-	-	12 240
Tomasz Józefacki	-	(3 008)	-	-	3 008
Grzegorz Kossakowski	-	(6 955)	-	-	6 955
	<b>-</b>	<b>(34 443)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>34 443</b>

Szczegóły dotyczące nabycia uprawnień dla nabytych certyfikatów:

Certyfikaty serii	Data nabycia uprawnień	Okres nabycia	Przedział czasowy	Liczba certyfikatów (w szt.)
G	25 czerwca 2009 r.	9 miesięcy	październik 2008 r. – czerwiec 2009 r.	107 329
I	25 czerwca 2010 r.	9 miesięcy	październik 2009 r. – czerwiec 2010 r.	34 443

W drugim kwartale 2010 r. niegotówkowy koszt certyfikatów nabytych przez Członków Zarządu, do ujęcia zgodnie ze standardem MSSF 2 wyniósł 177 tys. zł (w drugim kwartale 2009 r.: 405 tys. zł). Narastająco, w pierwszym półroczu 2010 r. koszt ten wyniósł 354 tys. zł (w pierwszym półroczu 2009 r.: 810 tys. zł).

#### 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. posiadała nieodwołalne prawo do odkupu akcji po cenie 1 zł w przypadku niespełnienia przez pracownika wymogów zawartych w regulaminie planów motywacyjnych.

Liczba akcji przyznawanych 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 2010	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2009	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009
Na początek okresu	152 881	152 881	342 326	342 326
Przyznane	-	-	-	-
Utracone	-	-	(3 023)	(3 023)
Nabyte uprawnienia	(152 881)	(152 881)	(186 934)	(186 934)
<b>Na koniec okresu</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>152 369</b>	<b>152 369</b>

Akcje przyznawane posiadają okres nabywania uprawnień (z obowiązkiem odsprzedaży) i ograniczenie zbywalności od 5 do 10 lat (ostatnie zostały uwolnione 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 wycenie 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.2 Komentarza Zarządu.

## 6. REZERWY I ODPISY AKTUALIZUJĄCE AKTYWA

W okresie od 1 stycznia 2010 r. do 30 czerwca 2010 r. zmieniły się salda odpisów aktualizujących składniki majątkowe o następujące kwoty (w nawiasach kwota zmiany za drugi kwartał 2010 r.):

- odpisy na należności: spadek o 1 553 tys. zł (spadek o 308 tys. zł),
- odpisy na zapasy: wzrost o 471 tys. zł (wzrost o 141 tys. zł),
- spisana została wartość nakładów związanych z licencjami na oprogramowanie w wysokości 7 679 tys. zł (spisana wartość w wysokości 7 679 tys. zł).

Ponadto w okresie od 1 stycznia 2010 r. do 30 czerwca 2010 r. zmieniono salda następujących rezerw:

- zwiększono rezerwę na straty pewne i prawdopodobne o kwotę 649 tys. zł (wzrost o 38 tys. zł),
- zmniejszono rezerwę na reorganizację o kwotę 478 tys. zł (bez ruchu),
- wykorzystano rezerwę na koszty wynagrodzeń i odprawy dla byłych członków Zarządu w wysokości 120 tys. zł (wykorzystano 48 tys. zł),
- zwiększono rezerwę na odprawy emerytalne o kwotę 157 tys. zł (wzrost o 157 tys. zł).

## 7. KAPITAŁY WŁASNE

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

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

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

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

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

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

## 8. ZOBOWIĄZANIA POZABILANSOWE

Na 30 czerwca 2010 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 2010	31 grudnia 2009	
Udzielone przez Agora SA					
Bank Pekao SA	Pracownicy Agory	05.07.2010 - 28.01.2013	780	763	-
Weksle wystawione przez AMS SA					
Gmina Wrocław	AMS SA	31.12.2012	156	751	-
Przedsiębiorstwo Komunikacji Miejskiej, Katowice	AMS SA	31.12.2011	100	100	-
Gmina Miasto Szczecin	AMS SA	czas nieokreślony	90	90	-
BRE Bank SA	AMS SA	18.02.2011	24 000	-	-
			25 126	1 704	

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 2010 r. wynosi 8 255 tys. zł.

## 9. INFORMACJA O SPRAWACH SPORYCH

Na dzień 30 czerwca 2010 r. Grupa nie była stroną postępowań, przed sądem lub innym organem, o zobowiązania lub wierzytelności o łącznej wartości co najmniej 10% kapitałów własnych.

## 10. SEZONOWOŚĆ

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

**11. TRANSAKcje Z PODMIOTAMI POWIĄZANYMI****(a) wynagrodzenia Zarządu oraz zobowiązanie z tytułu dywidendy wobec Członków Zarządu i Rady Nadzorczej**

Wynagrodzenia wypłacone przez Agorę SA Członkom Zarządu wynosiły 1 102 tys. zł (sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009 r.: 1 321 tys. zł).

Na dzień 30 czerwca 2010 r. Agora SA miała zobowiązania z tytułu uchwalonej dywidendy wobec członków Zarządu i Rady Nadzorczej Agory SA, odpowiednio w wysokości 830 tys. zł (30 czerwca 2009 r.: brak) i 462 tys. zł (30 czerwca 2009 r.: brak).

Członkowie Zarządu i Rady Nadzorczej Agory SA nie nabyli akcji Agory w okresie sześciu miesięcy zakończonych 30 czerwca 2010 r.

**(b) spółki powiązane**

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

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2010	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2009	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009
<b>Spółki powiązane</b>				
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	129	168	30	226
Zakupy dóbr i usług	(513)	(590)	(104)	(466)
Pozostałe przychody operacyjne	-	63	59	63

	30 czerwca 2010	31 marca 2010	31 grudnia 2009	30 czerwca 2009
<b>Spółki powiązane</b>				
Należności	79	44	24	69
Zobowiązania z tytułu dywidend	3 349	-	-	-
Pozostałe zobowiązania	41	32	33	68
Pożyczki udzielone	-	-	-	4

Wszystkie transakcje pomiędzy podmiotami Grupy są transakcjami typowymi.

## 12. OPIS ORGANIZACJI GRUPY KAPITAŁOWEJ

Wykaz spółek wchodzących w skład Grupy Kapitałowej:

		% posiadanych akcji / udziałów (efektywnie)	
		30 czerwca 2010	31 marca 2010
<b>Spółki zależne konsolidowane</b>			
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	Inforadio Sp. z o.o., Warszawa (1)	66,1%	66,1%
8	Agora TC Sp. z o.o., Warszawa	100,0%	100,0%
9	Radiowe Doradztwo Reklamowe Sp. z o.o., Warszawa (1)	100,0%	100,0%
10	LLC Agora Ukraine, Kijów, Ukraina	100,0%	100,0%
11	Trader.com (Polska) Sp. z o.o., Warszawa	100,0%	100,0%
12	Agora Press Ltd., Kijów, Ukraina (3)	100,0%	100,0%
13	AdTaily Sp. z o.o., Kraków	70,9%	62,0%
<b>Jednostki współzależne konsolidowane metodą praw własności</b>			
14	A2 Multimedia Sp. z o.o., Warszawa	50,0%	50,0%
15	Business Ad Network Sp. z o.o., Wrocław	50,0%	-
<b>Spółki nie objęte konsolidacją i wyceną praw własności</b>			
16	Polskie Badania Internetu Sp. z o.o., Warszawa	20,0%	20,0%
17	Projekt Inwestycyjny Sp. z o.o., Warszawa (1)	73,0%	100,0%
18	Polskie Badania Outdooru Sp. z o.o., Warszawa (2)	41,0%	41,0%

(1) pośrednio przez GRA Sp. z o.o.;

(2) pośrednio przez AMS SA;

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

## 13. POŁĄCZENIA, ZAKUP I SPRZEDAŻ JEDNOSTEK GOSPODARCZYCH

**W dniu 28 kwietnia 2010 r.** Agora SA, Money.pl Sp. z o.o. ("Money.pl") oraz Business Ad Network Sp. o.o. ("BAN") zawarły umowę inwestycyjną, na mocy której Agora SA objęła 120 nowoutworzonych udziałów o wartości nominalnej 50 zł każdy (o wartości łącznej 6 tys. zł) w kapitale zakładowym BAN. Udziały w BAN zostały objęte za wkład pieniężny w wysokości łącznej 306 tys. zł. W wyniku tej transakcji Agora SA posiada 50% udziału w kapitale zakładowym i odpowiednio 50% udziału w głosach na zgromadzeniu wspólników BAN. BAN jest siecią reklamy internetowej oferującą powierzchnie reklamowe w serwisach prezentujące jakościowe treści, w tym o tematyce ekonomicznej i biznesowej. Obecnie sieć obejmuje powierzchnie reklamowe serwisów biznesowych Grupy Money.pl oraz serwisów należących do Agory SA: *Wyborcza.pl*, *Wyborcza.biz*, *Gospodarka*, *Gazeta.pl* czy *Komunikaty.pl*. BAN jest konsolidowana metodą praw własności.

**W dniu 21 czerwca 2010 r.** Sąd Rejonowy dla Krakowa-Śródmieścia w Krakowie, XI Wydział Gospodarczy KRS w Krakowie zarejestrował podwyższenie kapitału zakładowego w AdTaily Sp. z o.o. o 145 nowoutworzonych udziałów o wartości nominalnej 50 zł każdy (razem 7,25 tys. zł), które Agora SA objęła za wkład pieniężny w wysokości łącznej 652,5 tys. zł. Nadwyżka wartości wkładu na udziały nad ich wartością nominalną została przelana na kapitał zapasowy spółki. Wysokość kapitału zakładowego po podwyższeniu wynosi 30 950 zł i składa się z 619 udziałów, po 50 zł każdy. W wyniku tej transakcji, Agora SA posiada obecnie 439 udziałów w kapitale zakładowym, które dają jej 70,92% udziału w kapitale zakładowym spółki i odpowiednio 70,92% na zgromadzeniu wspólników.

#### **14. PODZIAŁ ZYSKU 2009**

Zysk netto Agory SA za rok obrotowy 2009, który wyniósł 36 356 tys. zł, na mocy uchwały Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy (WZA) z 25 czerwca 2010 r. został przeznaczony na: po części na wypłatę dywidendy w kwocie 25 469 tys. zł, a jego pozostała część została przeniesiona na kapitał zapasowy. Dywidenda wyniosła 0,50 zł na jedną akcję Spółki, a uprawnieni do niej byli akcjonariusze, którym przysługiwały akcje Spółki w dniu 15 lipca 2010 r. Wypłata nastąpiła w dniu 3 sierpnia 2010 r.

#### **15. 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 dwa kwartały 2010 r. (za dwa kwartały 2009 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 = 4,0042 zł (1 EURO = 4,5184 zł).
- Pozycje bilansowe przeliczono według średniego kursu ogłoszonego przez NBP, obowiązującego na dzień bilansowy. Kurs ten wyniósł na 30 czerwca 2010 r. 1 EURO = 4,1458 zł, na 31 grudnia 2009 r. 1 EURO = 4,1082 zł, na 30 czerwca 2009 r. 1 EURO = 4,4696 zł.



## 16. WYBRANE SKONSOLIDOWANE DANE Z PRZELICZENIEM NA EURO

	w tys. zł			w tys. EURO		
	Sześć miesięcy zakończonych 30 czerwca 2010 niebadane	31 grudnia 2009 zbadane	Sześć miesięcy zakończonych 30 czerwca 2009 niebadane	Sześć miesięcy zakończonych 30 czerwca 2010 niebadane	31 grudnia 2009 zbadane	Sześć miesięcy zakończonych 30 czerwca 2009 niebadane
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	529 413		572 182	132 214		126 634
Zysk z działalności operacyjnej	40 757		20 592	10 179		4 557
Zysk brutto	44 330		21 029	11 071		4 654
Zysk netto akcjonariuszy jednostki dominującej	41 924		13 351	10 470		2 955
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej	71 550		65 837	17 869		14 571
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności inwestycyjnej	(23 282)		(126 824)	(5 814)		(28 068)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności finansowej	(25 387)		(47 632)	(6 340)		(10 542)
Zmiana stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	22 881		(108 619)	5 714		(24 039)
Aktywa razem	1 544 692	1 538 236	1 545 266	372 592	374 431	345 728
Zobowiązania długoterminowe	76 619	99 933	118 956	18 481	24 325	26 614
Zobowiązania krótkoterminowe	250 225	242 228	258 139	60 356	58 962	57 754
Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej	1 216 042	1 196 281	1 168 904	293 319	291 193	261 523
Kapitał zakładowy	50 937	50 937	54 978	12 286	12 399	12 300
Średnia ważona liczba akcji (w szt.)	50 937 386	50 937 386	53 346 374	50 937 386	50 937 386	53 346 374
Zysk przypadający na jedną akcję (w zł / EURO)	0,82		0,25	0,21		0,06
Wartość księgowa na jedną akcję (w zł / EURO)	23,87	23,49	21,91	5,76	5,72	4,90

## 17. WYDARZENIA PO DACIE BILANSU

- ▶ **W dniu 6 lipca 2010 r.** Spółka wprowadziła do obrotu na rynku podstawowym Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie 163 283 akcji nabytych przez pracowników w ramach planów motywacyjnych.
- ▶ **W dniu 4 sierpnia 2010 r.,** nastąpiło połączenie dwóch spółek ukraińskich należących do Grupy Agora, Agora Ukraine LLC oraz Agora Press Ltd. , poprzez przeniesienie całego majątku i zobowiązań Agora Press Ltd. na spółkę LLC Agora Ukraine w zamian za udziały, które Agora SA objęła w podwyższonym kapitale zakładowym LLC Agora Ukraine.

## 18. SKRÓCONE JEDNOSTKOWE SPRAWOZDANIE FINANSOWE AGORY SA

## Jednostkowy bilans na 30 czerwca 2010 r.

	30 czerwca 2010 niebadane	31 marca 2010 niebadane	31 grudnia 2009 zbadane	30 czerwca 2009 niebadane
<b>Aktywa</b>				
<b>Aktywa trwałe:</b>				
Wartości niematerialne	89 836	90 961	89 375	90 496
Rzeczowe aktywa trwałe	367 071	374 344	381 786	387 749
Długoterminowe aktywa finansowe	395 383	393 947	393 423	392 530
Należności długoterminowe i inne rozliczenia międzyokresowe	61 700	55 281	57 238	66 477
	<b>913 990</b>	<b>914 533</b>	<b>921 822</b>	<b>937 252</b>
<b>Aktywa obrotowe:</b>				
Zapasy	10 152	9 276	11 592	15 627
Należności krótkoterminowe i rozliczenia międzyokresowe	190 401	177 058	165 770	178 147
Należności z tytułu podatku dochodowego	639	2 844	3 218	1 311
Krótkoterminowe aktywa finansowe	159 277	157 281	164 500	92 749
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	113 790	120 788	97 527	143 514
	<b>474 259</b>	<b>467 247</b>	<b>442 607</b>	<b>431 348</b>
<b>Aktywa razem</b>	<b>1 388 249</b>	<b>1 381 780</b>	<b>1 364 429</b>	<b>1 368 600</b>

## Jednostkowy bilans na 30 czerwca 2010 r. (c.d.)

	30 czerwca 2010 niebadane	31 marca 2010 niebadane	31 grudnia 2009 zbadane	30 czerwca 2009 niebadane
<b>Pasywa</b>				
<b>Kapitał własny:</b>				
Kapitał zakładowy	50 937	50 937	50 937	54 978
Akcje własne	-	-	-	(89 994)
Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	147 192	147 192	147 192	290 506
Pozostały kapitał rezerwowy	100 879	98 386	95 863	93 340
Zysk z lat ubiegłych i roku bieżącego	816 196	812 690	790 514	714 279
	<b>1 115 204</b>	<b>1 109 205</b>	<b>1 084 506</b>	<b>1 063 109</b>
<b>Zobowiązania długoterminowe:</b>				
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	42 902	40 104	41 153	42 153
Długoterminowe pożyczki i kredyty	30 714	41 375	52 381	73 591
Rezerwa na świadczenia emerytalne	1 407	1 325	1 325	1 656
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	2	1	1	-
Pozostałe zobowiązania długoterminowe	173	41	406	28
	<b>75 198</b>	<b>82 846</b>	<b>95 266</b>	<b>117 428</b>
<b>Zobowiązania krótkoterminowe:</b>				
Rezerwa na świadczenia emerytalne	110	62	62	128
Zobowiązania krótkoterminowe	114 344	107 207	109 399	102 743
Krótkoterminowe kredyty i pożyczki	42 423	42 348	42 442	42 445
Rezerwy na zobowiązania	2 310	2 322	2 676	6 833
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	38 660	37 790	30 078	35 914
	<b>197 847</b>	<b>189 729</b>	<b>184 657</b>	<b>188 063</b>
<b>Pasywa razem</b>	<b>1 388 249</b>	<b>1 381 780</b>	<b>1 364 429</b>	<b>1 368 600</b>
Średnia ważona liczba akcji	50 937 386	50 937 386	50 937 386	53 346 374

## Jednostkowy rachunek zysków i strat za trzy i sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010 r.

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2010 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010 niebadane	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2009 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009 niebadane
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	213 318	408 383	224 522	439 078
Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów	(107 125)	(211 924)	(128 513)	(250 185)
<b>Zysk brutto ze sprzedaży</b>	<b>106 193</b>	<b>196 459</b>	<b>96 009</b>	<b>188 893</b>
Koszty sprzedaży	(61 967)	(113 436)	(65 260)	(132 342)
Koszty ogólnego zarządu	(19 720)	(41 537)	(16 701)	(37 674)
Pozostałe przychody operacyjne	1 949	3 390	1 896	3 882
Pozostałe koszty operacyjne	(12 467)	(14 367)	(5 458)	(7 771)
<b>Zysk z działalności operacyjnej</b>	<b>13 988</b>	<b>30 509</b>	<b>10 486</b>	<b>14 988</b>
Przychody finansowe	23 778	30 670	5 174	24 223
Koszty finansowe	(3 483)	(5 371)	(11 560)	(16 471)
<b>Zysk brutto</b>	<b>34 283</b>	<b>55 808</b>	<b>4 100</b>	<b>22 740</b>
Podatek dochodowy	(5 309)	(4 657)	(1 423)	(5 272)
<b>Zysk netto</b>	<b>28 974</b>	<b>51 151</b>	<b>2 677</b>	<b>17 468</b>
Zysk przypadający na jedną akcję	0,57	1,00	0,05	0,33

## Jednostkowe sprawozdanie z całkowitych dochodów za trzy i sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010 r.

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2010 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010 niebadane	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2009 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009 niebadane
<b>Zysk netto</b>	<b>28 974</b>	<b>51 151</b>	<b>2 677</b>	<b>17 468</b>
Inne całkowite dochody ogółem	-	-	-	-
<b>Całkowite dochody ogółem za okres</b>	<b>28 974</b>	<b>51 151</b>	<b>2 677</b>	<b>17 468</b>

## Jednostkowe zestawienie zmian w kapitale własnym za trzy i sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010 r.

	Kapitał zakładowy	Akcje własne	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	Pozostały kapitał rezerwowy	Zysk z lat ubiegłych i roku bieżącego	Razem
<b>Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2010 r.</b>						
<b>Stan na 31 marca 2010 r. niebadane</b>	<b>50 937</b>	<b>-</b>	<b>147 192</b>	<b>98 386</b>	<b>812 690</b>	<b>1 109 205</b>
<b>Całkowite dochody za okres sprawozdawczy</b>						
Zysk netto za okres	-	-	-	-	28 974	28 974
<b>Całkowite dochody ogółem za okres</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>28 974</b>	<b>28 974</b>
<b>Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym</b>						
<b>Dopłaty od i wypłaty do właścicieli</b>						
Koszt płatności w formie papierów wartościowych	-	-	-	2 493	-	2 493
Dywidendy uchwalone	-	-	-	-	(25 469)	(25 469)
Pozostałe	-	-	-	-	1	1
<b>Całkowite dopłaty od i wypłaty do właścicieli</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>2 493</b>	<b>(25 468)</b>	<b>(22 975)</b>
<b>Stan na 30 czerwca 2010 r. niebadane</b>	<b>50 937</b>	<b>-</b>	<b>147 192</b>	<b>100 879</b>	<b>816 196</b>	<b>1 115 204</b>

## Jednostkowe zestawienie zmian w kapitale własnym za trzy i sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010 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
<b>Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010 r.</b>						
<b>Stan na 31 grudnia 2009 r. zbadane</b>	<b>50 937</b>	<b>-</b>	<b>147 192</b>	<b>95 863</b>	<b>790 514</b>	<b>1 084 506</b>
<b>Całkowite dochody za okres sprawozdawczy</b>						
Zysk netto za okres	-	-	-	-	51 151	51 151
<b>Całkowite dochody ogółem za okres</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>51 151</b>	<b>51 151</b>
<b>Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym</b>						
<b>Dopłaty od i wypłaty do właścicieli</b>						
Dywidendy uchwalone	-	-	-	-	(25 469)	(25 469)
Koszt płatności w formie papierów wartościowych	-	-	-	5 016	-	5 016
<b>Całkowite dopłaty od i wypłaty do właścicieli</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>5 016</b>	<b>(25 469)</b>	<b>(20 453)</b>
<b>Stan na 30 czerwca 2010 r. niebadane</b>	<b>50 937</b>	<b>-</b>	<b>147 192</b>	<b>100 879</b>	<b>816 196</b>	<b>1 115 204</b>

## Jednostkowe zestawienie zmian w kapitale własnym za trzy i sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010 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
<b>Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2009 r.</b>						
<b>Stan na 31 grudnia 2008 r. zbadane</b>	<b>54 978</b>	<b>(71 007)</b>	<b>290 506</b>	<b>87 245</b>	<b>696 811</b>	<b>1 058 533</b>
<b>Całkowite dochody za okres sprawozdawczy</b>						
Zysk netto za okres	-	-	-	-	36 356	36 356
<b>Całkowite dochody ogółem za okres</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>36 356</b>	<b>36 356</b>
<b>Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym</b>						
<b>Dopłaty od i wypłaty do właścicieli</b>						
Skup akcji własnych w celu umorzenia	-	(19 001)	-	-	-	(19 001)
Umorzenie akcji własnych	(4 041)	90 008	(143 314)	-	57 347	-
Koszt płatności w formie papierów wartościowych	-	-	-	8 618	-	8 618
<b>Całkowite dopłaty od i wypłaty do właścicieli</b>	<b>(4 041)</b>	<b>71 007</b>	<b>(143 314)</b>	<b>8 618</b>	<b>57 347</b>	<b>(10 383)</b>
<b>Stan na 31 grudnia 2009 r. zbadane</b>	<b>50 937</b>	<b>-</b>	<b>147 192</b>	<b>95 863</b>	<b>790 514</b>	<b>1 084 506</b>

## Jednostkowe zestawienie zmian w kapitale własnym za trzy i sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010 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
<b>Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009 r.</b>						
<b>Stan na 31 grudnia 2008 r. zbadane</b>	<b>54 978</b>	<b>(71 007)</b>	<b>290 506</b>	<b>87 245</b>	<b>696 811</b>	<b>1 058 533</b>
<b>Całkowite dochody za okres sprawozdawczy</b>						
Zysk netto za okres	-	-	-	-	17 468	17 468
<b>Całkowite dochody ogółem za okres</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>17 468</b>	<b>17 468</b>
<b>Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym</b>						
<b>Dopłaty od i wypłaty do właścicieli</b>						
Skup akcji własnych w celu umorzenia	-	(18 987)	-	-	-	(18 987)
Koszt płatności w formie papierów wartościowych	-	-	-	6 095	-	6 095
<b>Całkowite dopłaty od i wypłaty do właścicieli</b>	<b>-</b>	<b>(18 987)</b>	<b>-</b>	<b>6 095</b>	<b>-</b>	<b>(12 892)</b>
<b>Stan na 30 czerwca 2009 r. niebadane</b>	<b>54 978</b>	<b>(89 994)</b>	<b>290 506</b>	<b>93 340</b>	<b>714 279</b>	<b>1 063 109</b>



### Jednostkowy rachunek przepływów pieniężnych za trzy i sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010 r.

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2010 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010 niebadane	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2009 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009 niebadane
<b>Działalność operacyjna</b>				
Zysk brutto	34 283	55 808	4 100	22 740
Korekty o pozycje:				
Amortyzacja rzeczowych aktywów trwałych	8 443	16 911	8 841	17 465
Amortyzacja wartości niematerialnych	2 105	4 234	1 928	3 653
(Zyski) /Straty z tytułu różnic kursowych	(11 886)	(12 343)	9 409	(4 870)
Odsetki, netto	307	889	337	1 054
(Zysk) / strata z tytułu działalności inwestycyjnej	7 766	3 211	8 543	10 573
Przychody z tytułu dywidend	(8 212)	(8 212)	(10 889)	(10 889)
Zmiana stanu rezerw	118	(236)	(562)	(2 747)
Zmiana stanu zapasów	(875)	1 440	(1 007)	(1 422)
Zmiana stanu należności i czynnych rozliczeń międzyokresowych	(6 520)	(15 648)	6 540	10 100
Zmiana stanu zobowiązań	(16 292)	(17 738)	(4 874)	(7 854)
Zmiana stanu biernych rozliczeń międzyokresowych	872	8 583	(5 740)	(760)
Inne korekty (1)	3 017	6 055	3 524	7 033
<b>Przepływy środków pieniężnych brutto</b>	<b>13 126</b>	<b>42 954</b>	<b>20 150</b>	<b>44 076</b>
Podatek dochodowy zapłacony	(2 297)	(2 320)	(465)	(1 580)
<b>Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej</b>	<b>10 829</b>	<b>40 634</b>	<b>19 685</b>	<b>42 496</b>
<b>Działalność inwestycyjna</b>				
Przychody ze sprzedaży rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych	3	19	22	589
Przychody ze sprzedaży jednostek zależnych, stowarzyszonych i współzależnych	50	2 165	-	-
Dywidendy otrzymane	3 000	3 000	5 889	5 889
Splata udzielonych pożyczek	75 000	85 000	-	-
Przychody z tytułu odsetek	457	1 023	1 026	2 124
Wpływy ze spłaty należności z tytułu leasingu finansowego	2 346	4 480	2 064	4 182
Wydatki inwestycyjne na rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne	(9 749)	(17 620)	(7 334)	(16 017)

	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2010 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010 niebadane	Trzy miesiące zakończone 30 czerwca 2009 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009 niebadane
Wydatki na nabycie podmiotów zależnych i stowarzyszonych i współkontrolowanych oraz inwestycje w podmioty zależne i stowarzyszone i współkontrolowane	(1 559)	(2 083)	-	(1 235)
Wydatki na nabycie krótkoterminowych papierów wartościowych	-	-	(30 000)	(90 000)
Udzielone pożyczki	(75 312)	(75 621)	(2 794)	(4 276)
<b>Przepływy środków pieniężnych netto z działalności inwestycyjnej</b>	<b>(5 764)</b>	<b>363</b>	<b>(31 127)</b>	<b>(98 744)</b>
<b>Działalność finansowa</b>				
Nabycie akcji własnych	-	-	(7 580)	(18 987)
Spłata kredytów i pożyczek	(10 729)	(21 458)	(10 729)	(21 458)
Odsetki	(875)	(1 860)	(1 363)	(3 178)
Inne	(459)	(1 416)	(1 320)	(1 647)
<b>Przepływy środków pieniężnych netto z działalności finansowej</b>	<b>(12 063)</b>	<b>(24 734)</b>	<b>(20 992)</b>	<b>(45 270)</b>
<b>Zmiana stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów</b>	<b>(6 998)</b>	<b>16 263</b>	<b>(32 434)</b>	<b>(101 518)</b>
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty				
Na początek okresu obrotowego	120 788	97 527	175 948	245 032
Na koniec okresu obrotowego	113 790	113 790	143 514	143 514

(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 2010 r. do 30 czerwca 2010 r. przedstawiały się następująco (w nawiasach kwota zmiany za drugi kwartał 2010 r.):

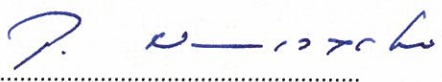
- odpisy na należności: spadek o 2 301 tys. zł (spadek o 1 349 tys. zł),
- odpisy na aktywa finansowe: spadek o kwotę 56 775 tys. zł (wzrost o 2 445 tys. zł),
- zwiększono odpis na zapasy o kwotę 465 tys. zł (wzrost o 186 tys. zł),
- zwiększono rezerwę na straty pewne i prawdopodobne w wysokości o kwotę 88 tys. zł (wzrost o 38 tys. zł),
- zmniejszono rezerwę na reorganizację na kwotę 331 tys. zł (bez ruchu),
- wykorzystano rezerwę na koszty wynagrodzeń i odprawy dla byłych członków Zarządu w wysokości 120 tys. zł (wykorzystano 48 tys. zł),
- zwiększono rezerwę na odprawy emerytalne o kwotę 130 tys. zł (wzrost o 130 tys. zł),
- spisana została wartość nakładów związanych z licencjami na oprogramowanie w wysokości 7 679 tys. zł (spisana wartość w wysokości 7 679 tys. zł).

## Wybrane jednostkowe dane finansowe wraz z przeliczeniem na EURO

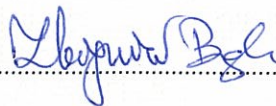
	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010 niebadane	31 grudnia 2009 zbadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009 niebadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2010 niebadane	31 grudnia 2009 zbadane	Sześć miesięcy zakończone 30 czerwca 2009 niebadane
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	408 383		439 078	101 989		97 176
Zysk z działalności operacyjnej	30 509		14 988	7 619		3 317
Zysk brutto	55 808		22 740	13 937		5 033
Zysk netto	51 151		17 468	12 774		3 866
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej	40 634		42 496	10 148		9 405
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności inwestycyjnej	363		(98 744)	91		(21 854)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności finansowej	(24 734)		(45 270)	(6 177)		(10 019)
Zmiana stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	16 263		(101 518)	4 061		(22 468)
Aktywa razem	1 388 249	1 364 429	1 368 600	334 857	332 123	306 202
Zobowiązania długoterminowe	75 198	95 266	117 428	18 138	23 189	26 273
Zobowiązania krótkoterminowe	197 847	184 657	188 063	47 722	44 948	42 076
Kapitał własny	1 115 204	1 084 506	1 063 109	268 996	263 986	237 853
Kapitał zakładowy	50 937	50 937	54 978	12 286	12 399	12 300
Średnia ważona liczba akcji (w szt.)	50 937 386	50 937 386	53 346 374	50 937 386	50 937 386	53 346 374
Zysk przypadający na jedną akcję (w zł / EURO)	1,00		0,33	0,25		0,07
Wartość księgowa na jedną akcję (w zł / EURO)	21,89	21,29	19,93	5,28	5,18	4,46

Warszawa, 12 sierpnia 2010 r.

Piotr Niemczycki – Prezes Zarządu



Zbigniew Bąk – Wiceprezes Zarządu



Tomasz Józefacki – Członek Zarządu



Grzegorz Kossakowski – Członek Zarządu

