



Wyniki finansowe  
i rynkowe  
**2 kw. 2008 r.**

12 sierpnia 2008 r.

# Wyniki finansowe Grupy

<i>mln PLN</i>	2kw.08	zmiana % r/r	1 poł.08	zmiana % r/r
<b>Przychody, w tym:</b>	<b>344</b>	<b>3%</b>	<b>657</b>	<b>3%</b>
- reklama	260	13%	473	15%
- sprzedaż wydawnictw	50	(1%)	103	2%
- kolekcje	11	(68%)	33	(59%)
<b>Koszty operacyjne, w tym:</b>	<b>314</b>	<b>7%</b>	<b>604</b>	<b>5%</b>
- zużycie materiałów i wartość sprzedanych towarów i materiałów	52	(19%)	112	(18%)
- wynagrodzenia i świadczenia	79	21%	144	14%
- niegotówkowe koszty planów motywacyjnych	12	17%	24	19%
- marketing i promocja	64	23%	117	15%
- amortyzacja	20	4%	40	4%
<b>EBIT</b>	<b>30</b>	<b>(25%)</b>	<b>53</b>	<b>(11%)</b>
<b>EBITDA operacyjna*</b>	<b>62</b>	<b>(11%)</b>	<b>116</b>	<b>(1%)</b>
<b>Zysk netto</b>	<b>22</b>	<b>(35%)</b>	<b>40</b>	<b>(15%)</b>
<b>Zatrudnienie na koniec okresu (etaty)</b>	<b>3 527</b>	<b>4%</b>	<b>3 527</b>	<b>4%</b>

Wzrost wpływów z reklam we wszystkich segmentach

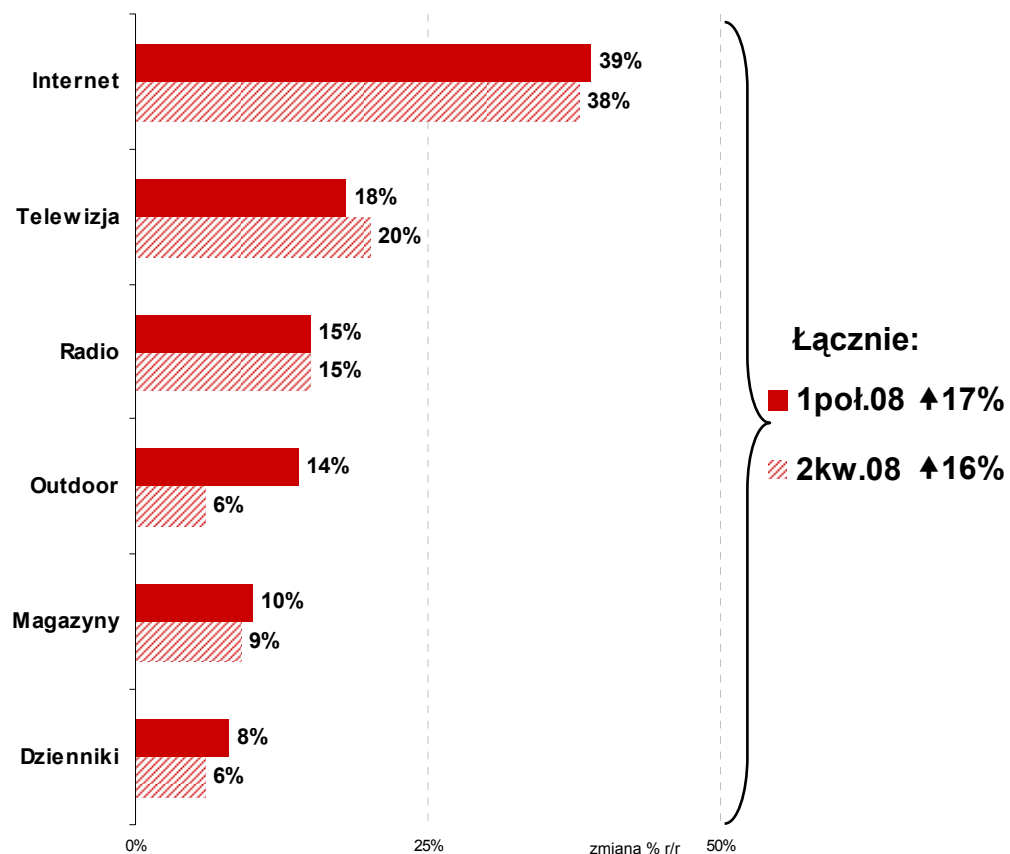
Spadek sprzedaży kolekcji spowodowany silną konkurencją i nasyconiem rynku

- Rozwój oferty internetowej  
- Większa liczba wydawnictw dwucenowych „GW” (koszt kompensowany dodatkowymi wpływami ze sprzedaży egz.)

- Zapowiadane regulacje płacowe  
- Rozwój działalności internetowej i reklamy zewnętrznej

# Rynek reklamy

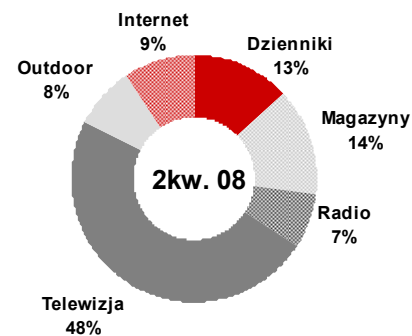
Dynamika wydatków na reklamę



Zmiana szacunków wzrostu rynku reklamy w 2008 r.

	zmiana % r/r	
Internet	35% - 40%	
Telewizja	13% - 14%	↑
Radio	11% - 12%	↑
Outdoor	10%	
Magazyny	6% - 7%	↑
Dzienniki	4% - 5%	
<b>Łącznie</b>	<b>12%</b>	<b>↑</b>

Struktura wydatków na reklamę

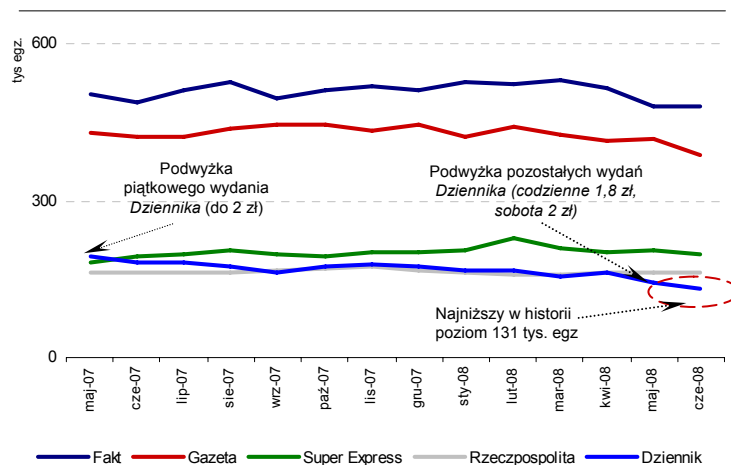


# Wyniki segmentów: *Gazeta*

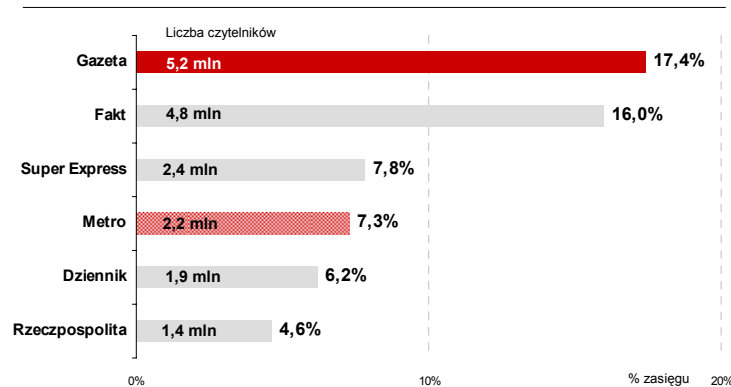
## Wydatki na reklamę dzienników



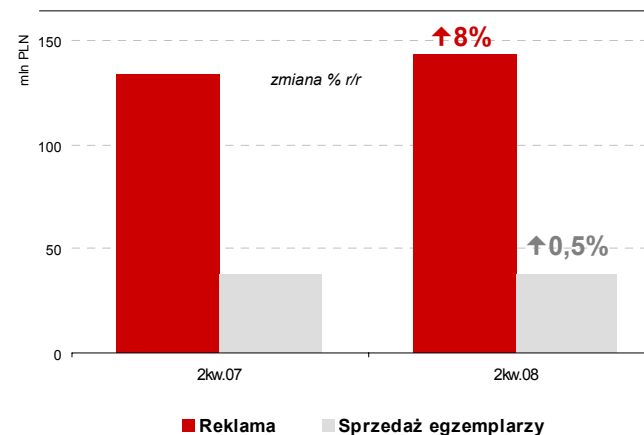
## Sprzedaż egzemplarzy



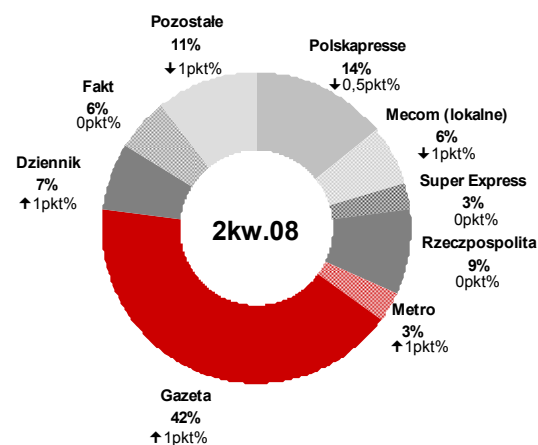
## Zasięg czytelniczy



## Przychody Gazety



## Udziały w wydatkach na reklamę dzienników\*

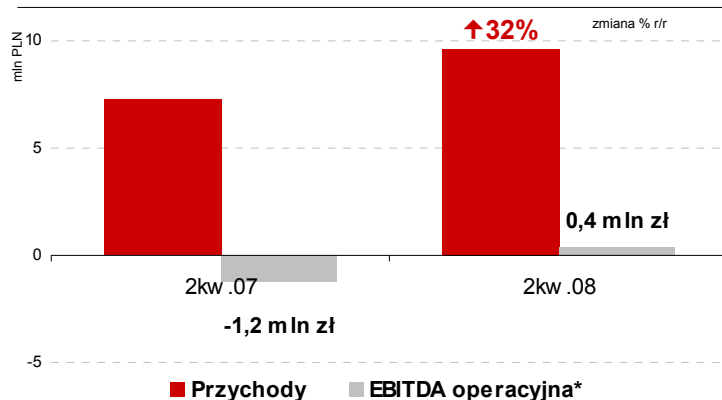


# Wyniki segmentów: Metro

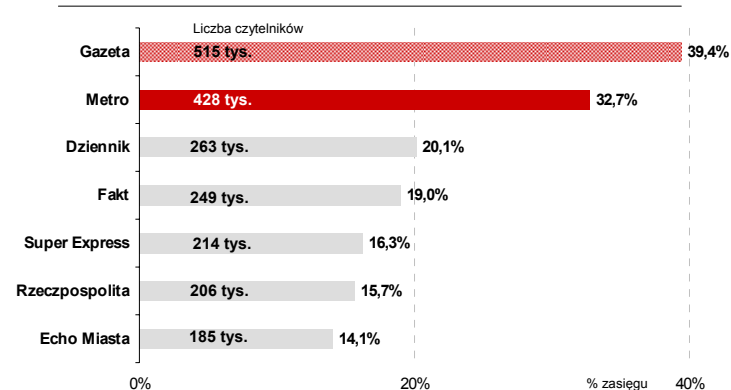
## Wydatki na reklamę dzienników



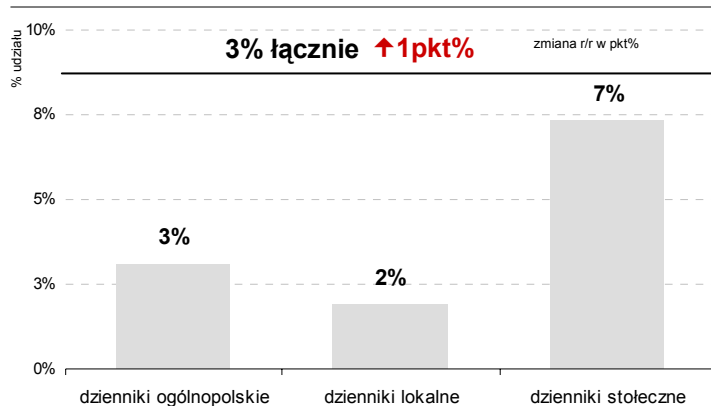
## Wyniki finansowe



## Zasięg czytelnicy w Warszawie



## Udziały Metro w wydatkach na reklamę dzienników



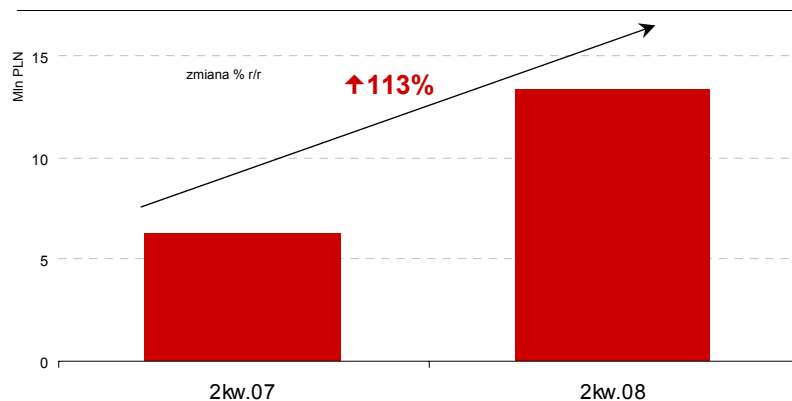
**6,5** tysięcy ofert rekrutacyjnych w pierwszym półroczu 08 r.\*\*

# Wyniki segmentów: internet

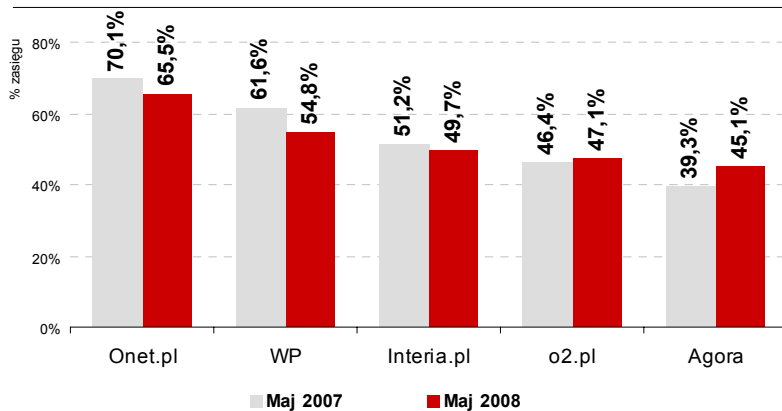
Wydatki na reklamę w internecie



Przychody serwisów internetowych Agory\*



Zasięg serwisów internetowych



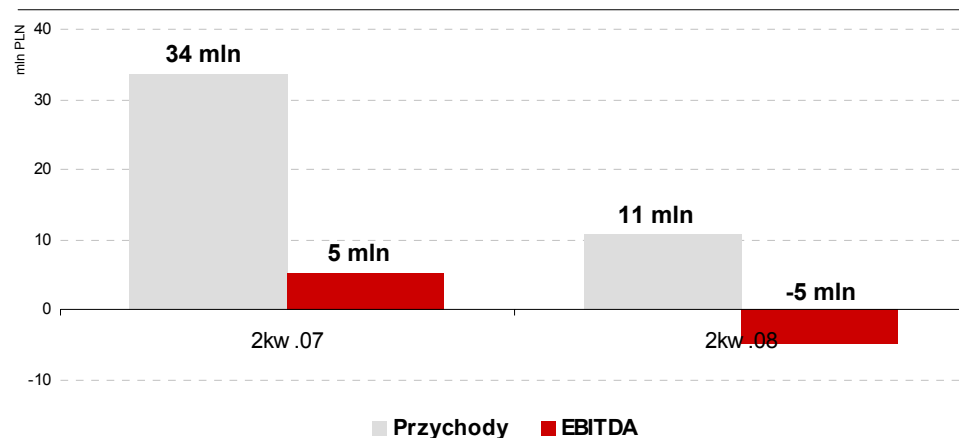
13 nowych serwisów,  
1 przebudowany

łącznie 65 marek internetowych

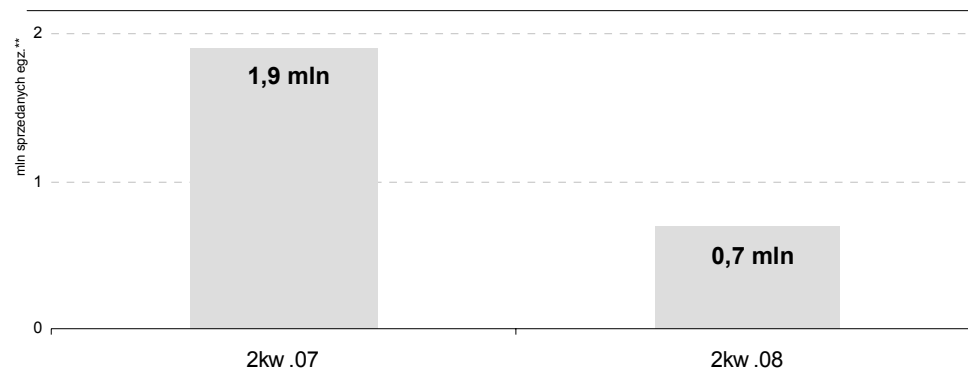


# Wyniki segmentów: kolekcje

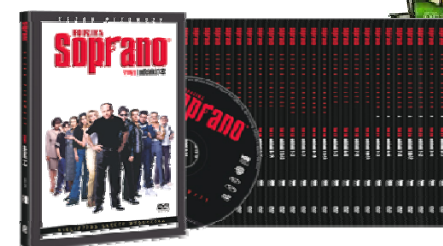
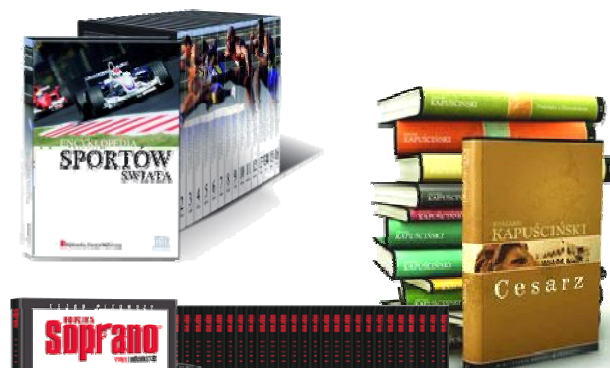
## Wyniki finansowe



## Liczba sprzedanych książek i książek z płytami

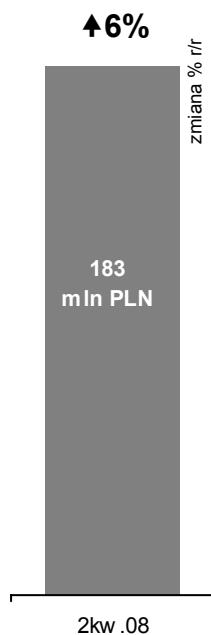


4 projekty seryjne,  
14 wydawnictw jednorazowych

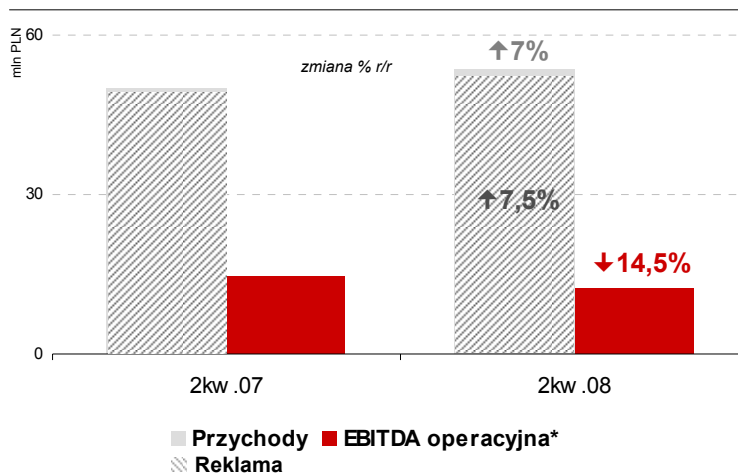


# Wyniki segmentów: outdoor

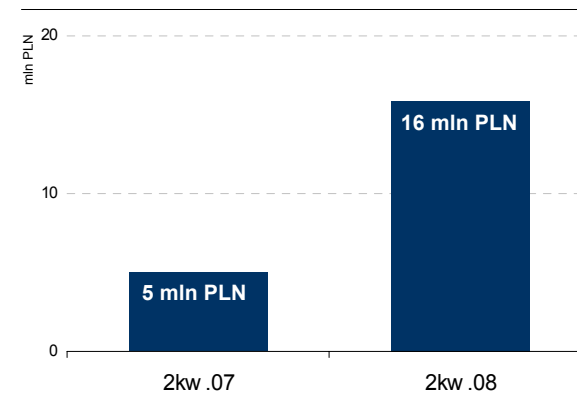
## Wydatki na reklamę w outdoorze



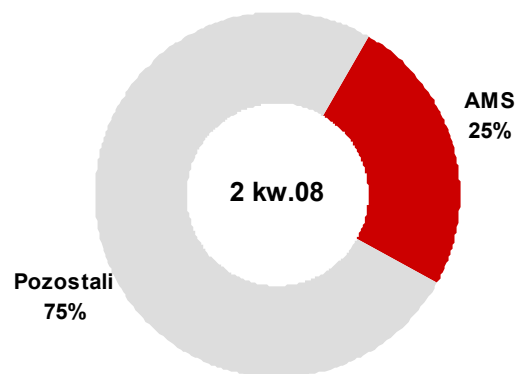
## Wyniki finansowe



## Wydatki inwestycyjne



## Udziały w rynku reklamy zewnętrznej



CityINFO tv



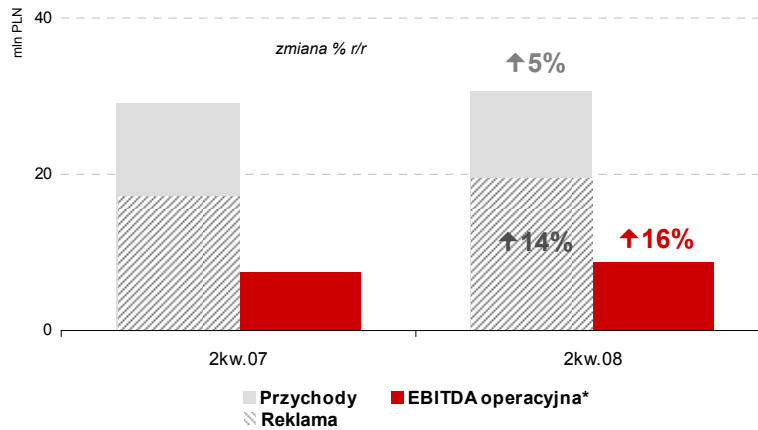


# Wyniki segmentów: magazyny

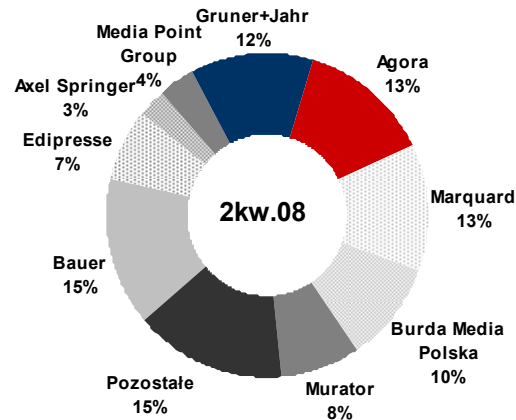
## Wydatki na reklamę w magazynach



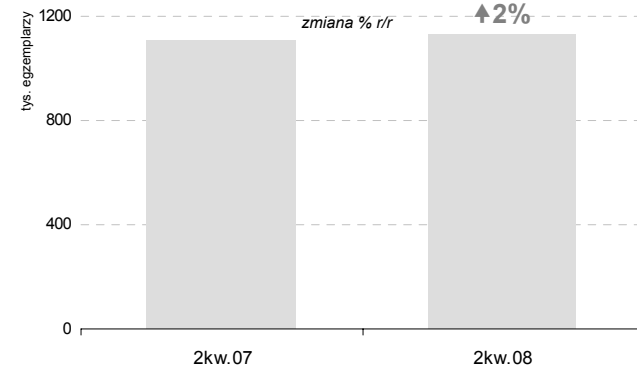
## Wyniki finansowe



## Struktura wydatków na reklamę miesięczników



## Średnia sprzedaż egzemplarzowa (miesięczniki)



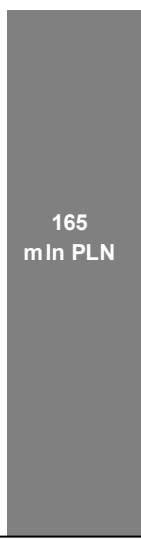
Lider sprzedaży w segmencie pism dla mężczyzn\*\*

# Wyniki segmentów: radio

## Wydatki na reklamę w radiu

↑15%

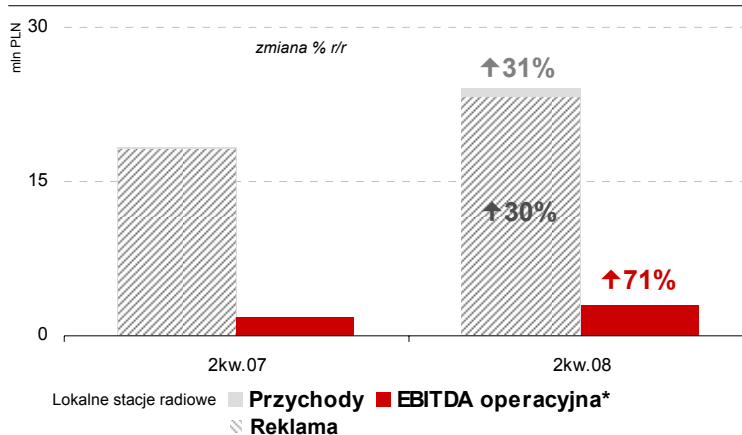
zmiana % r/r



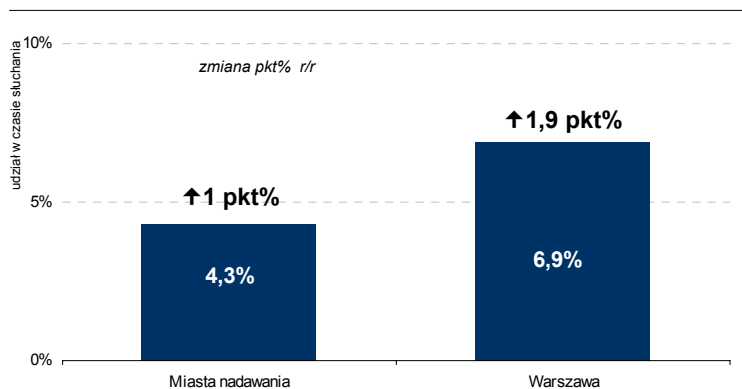
165  
mIn PLN

2kw .08

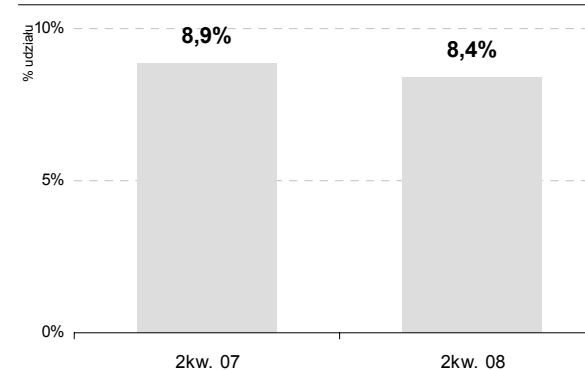
## Wyniki finansowe



## Udział w rynku słuchalności TOK FM



## Udział w rynku słuchalności – stacje lokalne



Rozwój platformy radiowej w internecie – nowe kanały, w tym również muzyczny kanał wideo

---

Niniejsza prezentacja została przygotowana przez spółkę Agora SA ("Spółka"). Dane i informacje zawarte na poszczególnych slajdach nie przedstawiają pełnej ani spójnej analizy finansowej, a także oferty handlowej Spółki i służą wyłącznie celom informacyjnym. Szczegółowy opis działalności i stanu finansowego Agory został przedstawiony w raportach bieżących i okresowych dostępny na witrynie korporacyjnej pod adresem [www.agora.pl](http://www.agora.pl). Wszystkie znajdujące się dane zostały oparte na źródłach, które Spółka uznaje za rzetelne i sprawdzone. Spółka zastrzega sobie prawo zmiany danych i informacji w wybranym przez siebie terminie, bez konieczności uprzedniego powiadomienia. Prezentacja nie była poddana weryfikacji przez niezależnego audytora.

Niniejsza prezentacja oraz związane z nią slajdy mogą zawierać twierdzenia odnoszące się do przyszłości. Twierdzenia takie nie mogą być jednak rozumiane jako prognozy Spółki lub zapewnienia co do spodziewanych przyszłych wyników Spółki. Oczekiwania Zarządu oparte są bowiem na bieżącej wiedzy, świadomości lub poglądach Zarządu Spółki i są zależne od szeregu czynników, które mogą spowodować, iż faktycznie osiągnięte w przyszłości wyniki, będą w sposób istotny różnić się od twierdzeń zawartych w niniejszym dokumencie. Spółka zaleca pomoc ze strony wyspecjalizowanych podmiotów zajmujących się doradztwem inwestycyjnym w przypadku zainteresowania inwestycją w jakiegokolwiek papiery wartościowe Spółki.