

The logo for AGORA.pl, featuring the word "AGORA" in a bold, white, sans-serif font with a red triangle under the letter "A", followed by ".pl" in a smaller font. The logo is positioned on a dark gray rectangular background.

AGORA.pl

Wyniki finansowe
i rynkowe
3 kw. 2008

13 listopada 2008

Wyniki finansowe Grupy

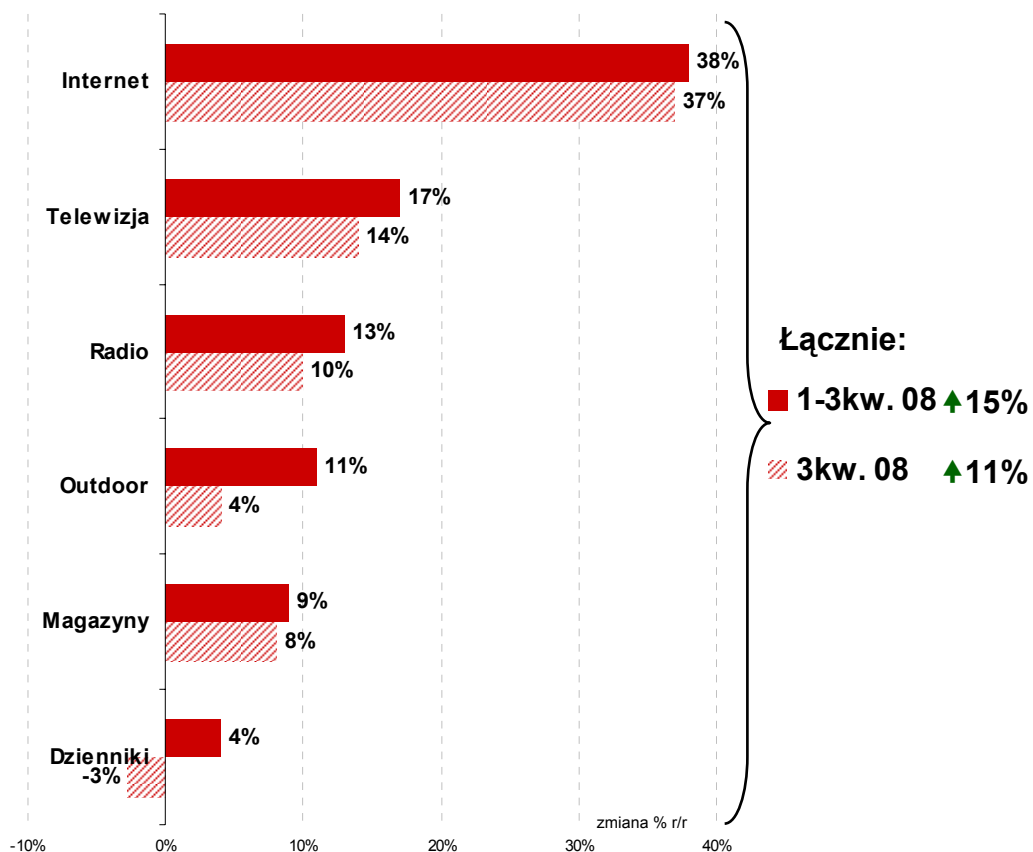
| <i>mln PLN</i> | 3 kw. 2008 | zmiana % r/r | 1-3 kw. 2008 | zmiana % r/r |
|---|-------------------|-------------------------|---------------------|-------------------------|
| Przychody, w tym: | 285 | 0% | 942 | 2% |
| - reklama | 205 | 5% | 678 | 12% |
| - sprzedaż wydawnictw | 49 | (9%) | 152 | (2%) |
| - kolekcje | 7 | (57%) | 40 | (58%) |
| Koszty operacyjne, w tym: | 268 | 6% | 872 | 5% |
| - zużycie materiałów i wartość sprzedanych towarów i materiałów | 44 | (16%) | 156 | (18%) |
| - wynagrodzenia i świadczenia | 74 | 21% | 218 | 16% |
| - niegotówkowe koszty planów motywacyjnych | - | - | 24 | 15% |
| - marketing i promocja | 43 | (2%) | 160 | 10% |
| - amortyzacja | 21 | 7% | 61 | 5% |
| EBIT | 17 | (44%) | 70 | (22%) |
| EBITDA operacyjna* | 38 | (25%) | 154 | (8%) |
| Zysk netto | 14 | (48%) | 54 | (27%) |
| Zatrudnienie na koniec okresu (etaty) | 3 685 | 8% | 3 685 | 8% |

Niższa sprzedaż i wpływy ze sprzedaży ofert dwucenowych

Regulacje płacowe
Rozwój oferty internetowej i outdooru
Konsolidacja Trader.com (Polska)

Rynek reklamy

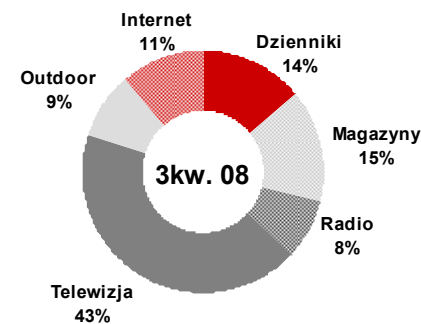
Dynamika wydatków na reklamę



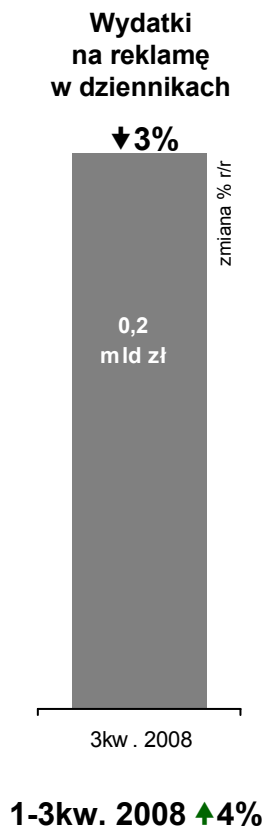
Zmiana szacunków wydatków na reklamę w dziennikach w 2008 r.

| | zmiana % r/r |
|----------------|--------------|
| Internet | 35% - 40% |
| Telewizja | 13% - 14% |
| Radio | 11% - 12% |
| Outdoor | 10% |
| Magazyny | 6% - 7% |
| Dzienniki | 1% - 2% ↓ |
| Łącznie | 12% |

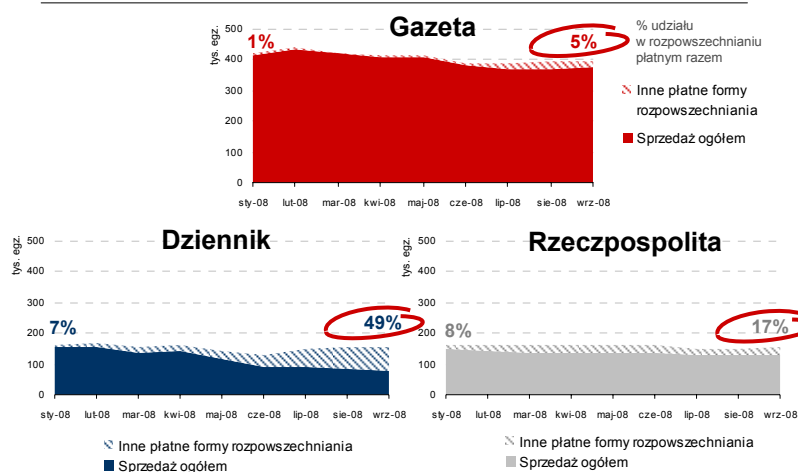
Struktura wydatków na reklamę



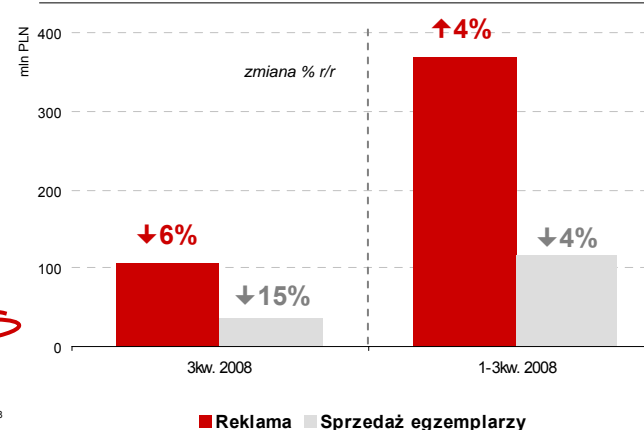
Wyniki segmentów: *Gazeta*



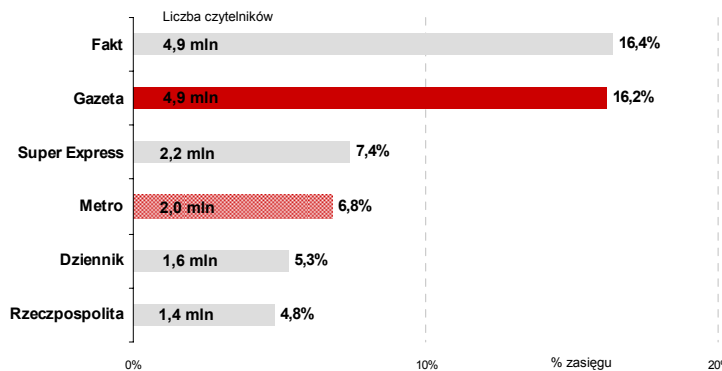
Sprzedaż egzemplarzy



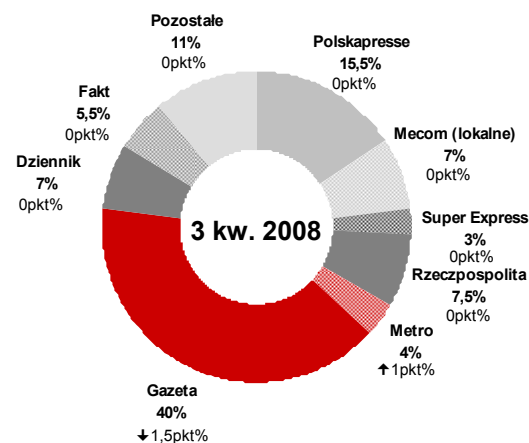
Przychody Gazety



Zasięg czytelniczy



Struktura wydatków na reklamę w dziennikach*



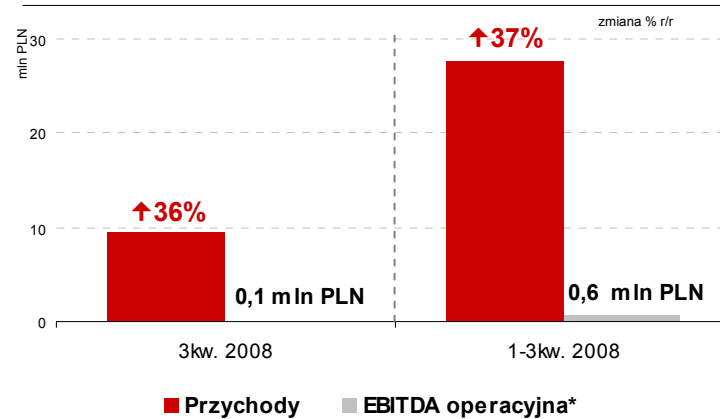
Źródło: czytelnictwo: Polskie Badania Czytelnictwa, realizacja MillwardBrown SMG/KRC, Czytelnictwo Cyklu Sezonowego, lipiec-sierpień 08, N=11 970; sprzedaż egzemplarzowa: ZKDP, sprzedaż ogółem, inne płatne formy rozpowszechniania; przychody: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF, 3kw. 08; struktura wydatków na reklamę dzienników: Agora, dane szacowane, ogłoszenia wymiarowe

* porównanie wybranych dzienników

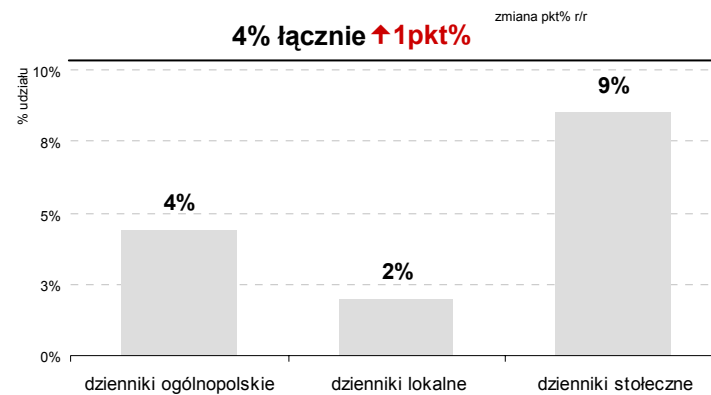
Wyniki segmentów: Metro



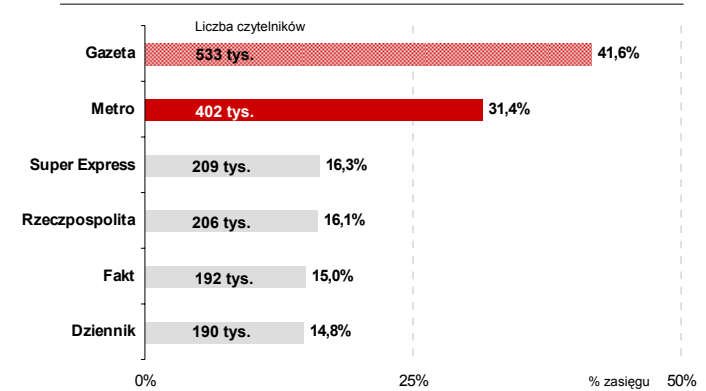
Wyniki finansowe



Udziały Metra w wydatkach na reklamę dzienników



Zasięg czytelnicy w Warszawie



Nowa makieta i linia redakcyjna



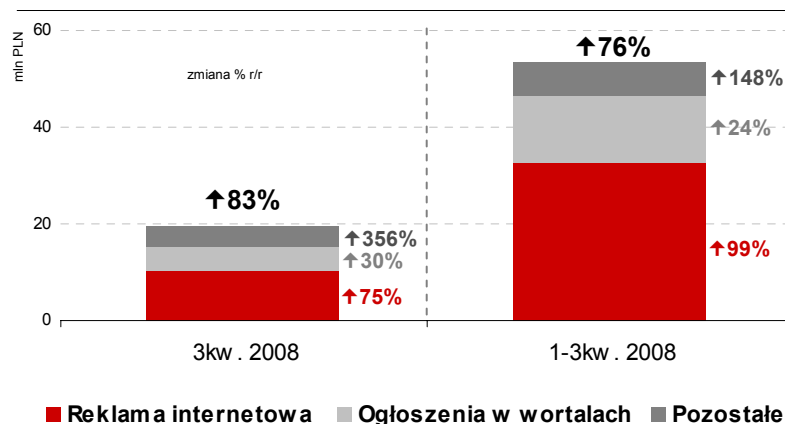
Wyniki segmentów: internet

Wydatki na reklamę w internecie

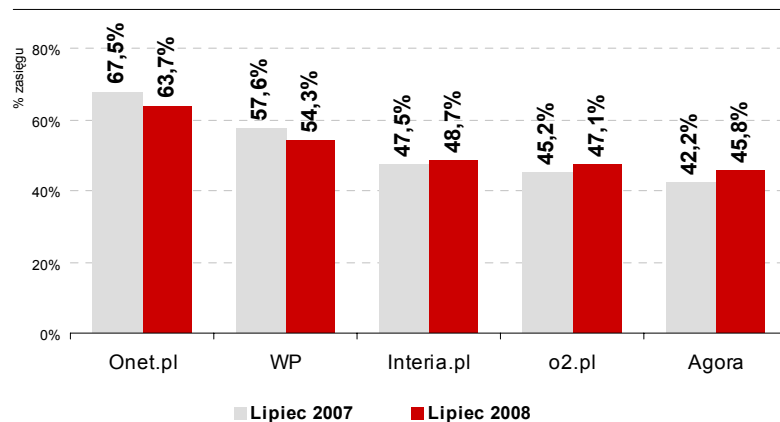
↑37%



Przychody z działalności internetowej*



Zasięg serwisów internetowych



10 nowych serwisów,
3 przebudowane

Łącznie 75 marek internetowych

АГОРА
УКРАЇНА ТОВ

Chiki Driki

AdBroker

biuro reklamy internetowej

Internetowy kanał radiowy
portalu Infomuzyka.pl

Platforma
mobilna
AutoTrader.pl

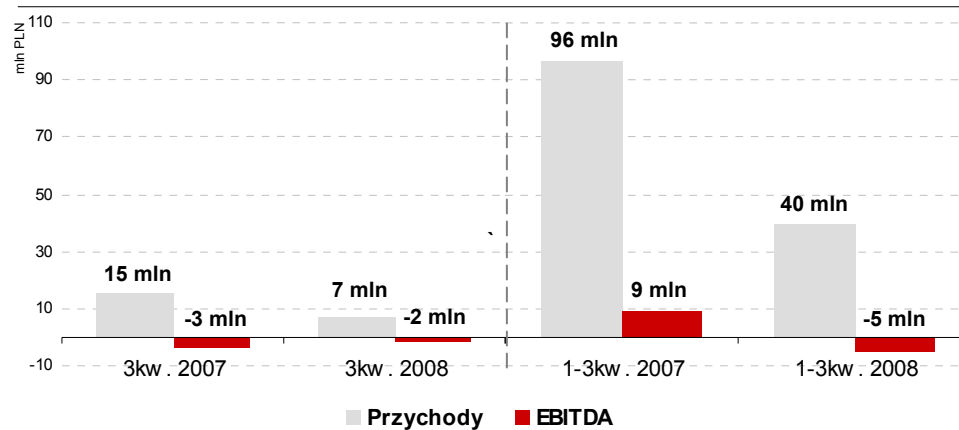


AGORA

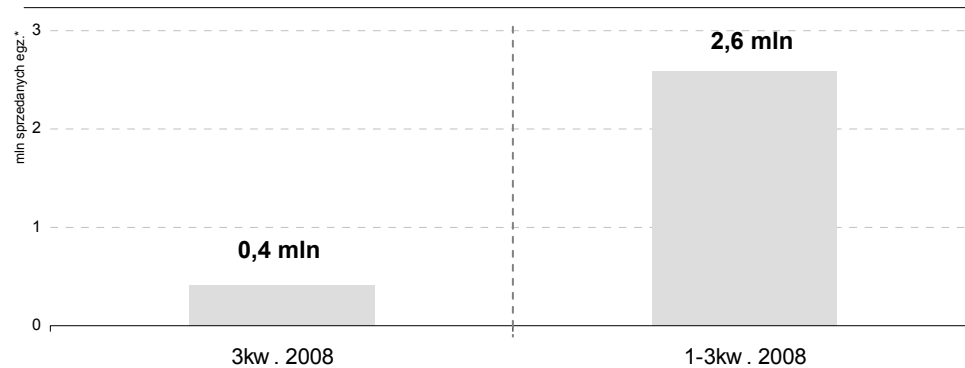
Źródło: zasięg: Megapanel PBI/Gemius; przychody: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF, 3kw. 2008; wydatki na reklamę w internecie: Starlink, reklama display, w wyszukiwarkach oraz serwisach ogłoszeniowych (bez ogłoszeń drobnych)
*zawierają wpływy wydawnictw Trader.com (Polska)

Wyniki segmentów: kolekcje

Wyniki finansowe



Liczba sprzedanych książek i książek z płytami



4 projekty seryjne,
6 wydawnictw jednorazowych



Wyniki segmentów: reklama zewnętrzna

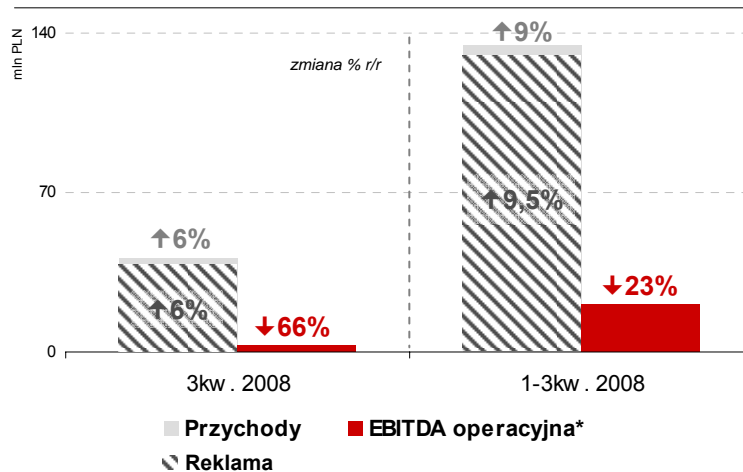
Wydatki na reklamę zewnętrzną

↑4%

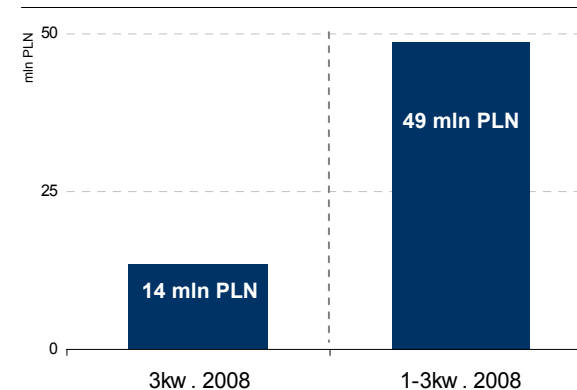


1-3kw. 2008 ↑11%

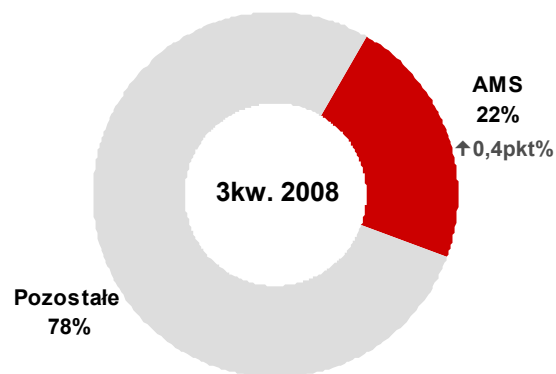
Wyniki finansowe



Wydatki inwestycyjne



Struktura wydatków na reklamę zewnętrzną



Wyniki segmentów: czasopisma

Wydatki na reklamę w czasopismach

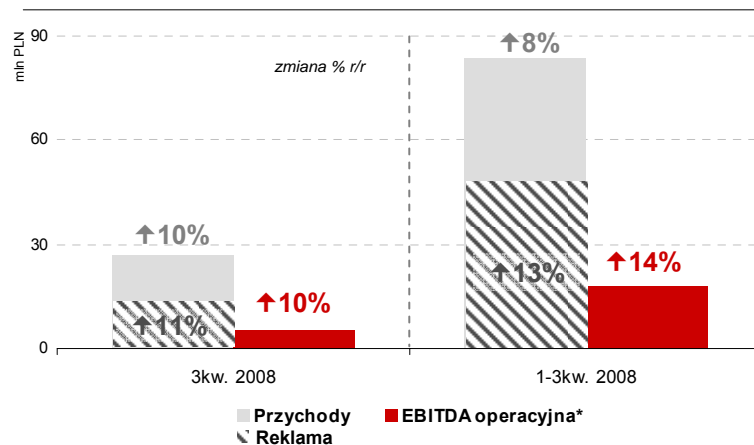
↑8%



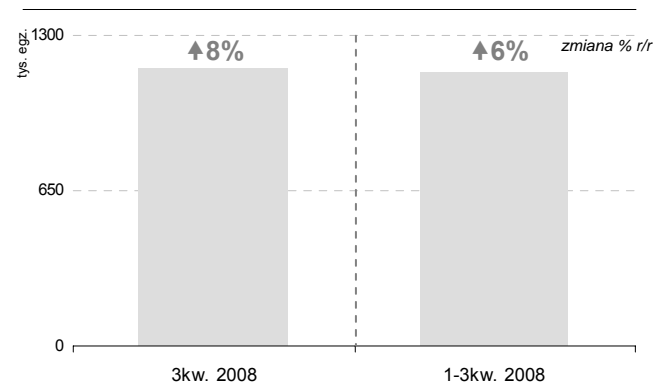
3kw. 2008

1-3kw. 2008 ↑9%

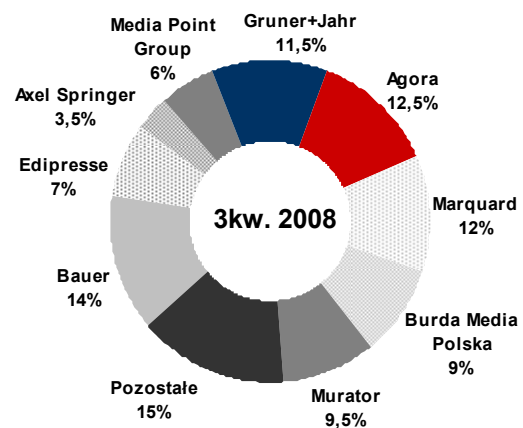
Wyniki finansowe



Średnia sprzedaż egzemplarzy (miesięczniki)

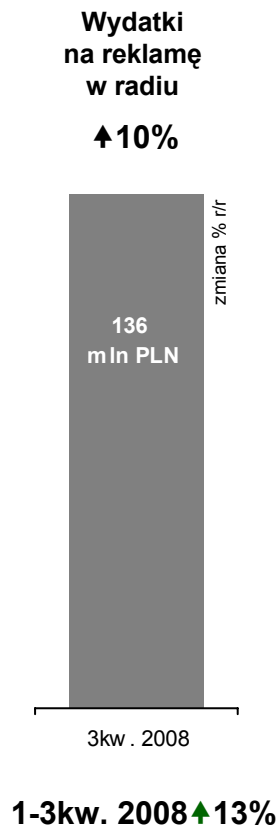


Struktura wydatków na reklamę miesięczników

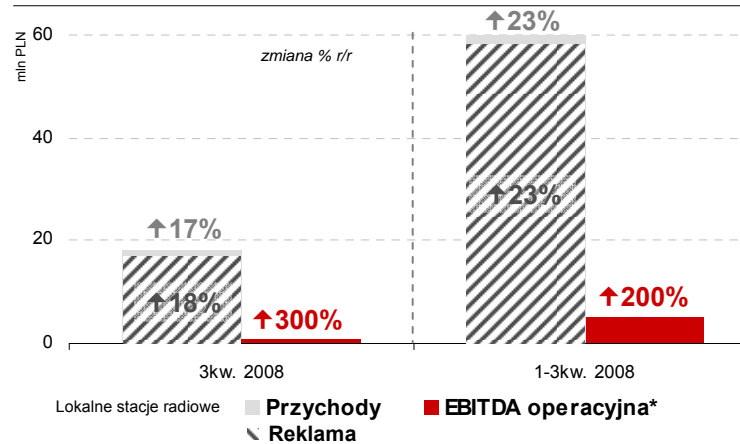


Rekordowa sprzedaż październikowego numeru „Cztery Kąty” – ponad 214 tys. egz.**

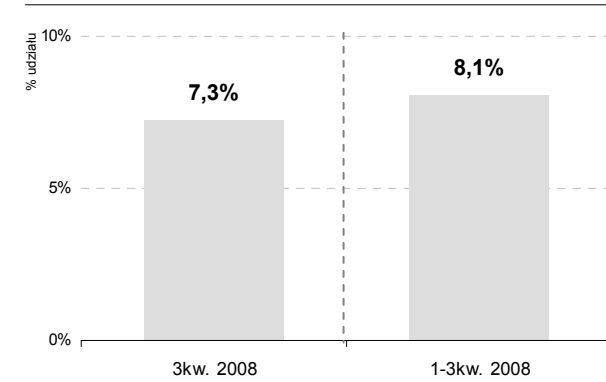
Wyniki segmentów: radio



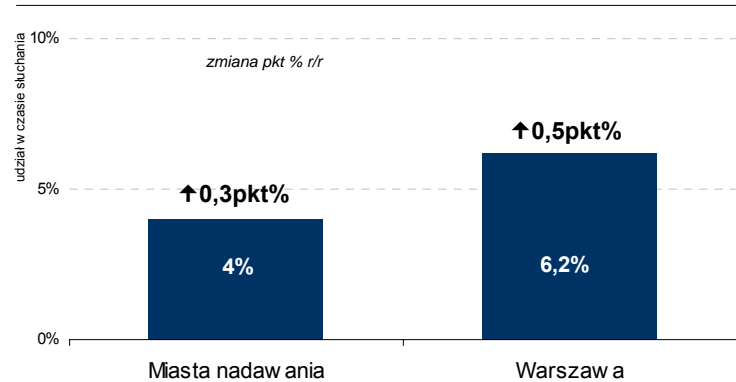
Wyniki finansowe



Udział w rynku słuchalności – stacje lokalne



Udział w rynku słuchalności – TOK FM



Najczęściej cytowana stacja radiowa w lipcowym rankingu „Najbardziej opiniotwórcze media w Polsce” Instytutu Monitorowania Mediów (10. miejsce we wszystkich mediach)

Podsumowanie: nasze cele

- ▶ Kontynuacja rozwoju istniejących przedsięwzięć; wykorzystanie przewagi multimedialnej do zwiększenia przychodów i zminimalizowania ewentualnych ich spadków spowodowanych spowolnieniem na rynku;
- ▶ Mechanizmy kontroli kosztów w całej Spółce (w tym zatrudnienia); uważne działania, aby nie ograniczyć wzrostu;
- ▶ Konsekwentna realizacja strategii; jeżeli będzie możliwe, wykorzystanie obecnej sytuacji na rynkach kapitałowych do pozyskiwania nowych aktywów;

| <i>mln PLN</i> | 3kw. 08 |
|--|----------------|
| Środki pieniężne na koniec okresu | 268 |
| Linia kredytowa | 800 |
| Wykorzystanie linii kredytowej | 140 |

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. 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.