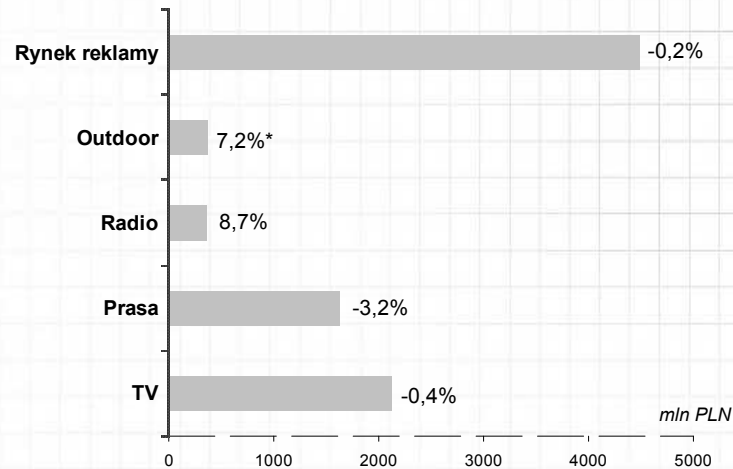


***Wyniki finansowe i pozycja na rynku  
w 2003 roku***

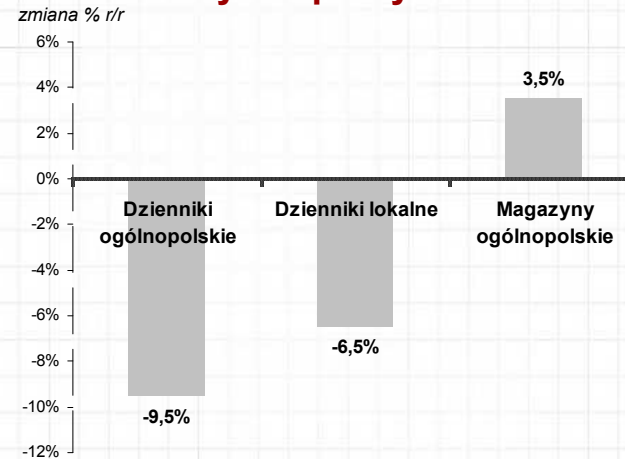
*Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy  
24 czerwca 2004*

# RYNEK REKLAMY W 2003 R.

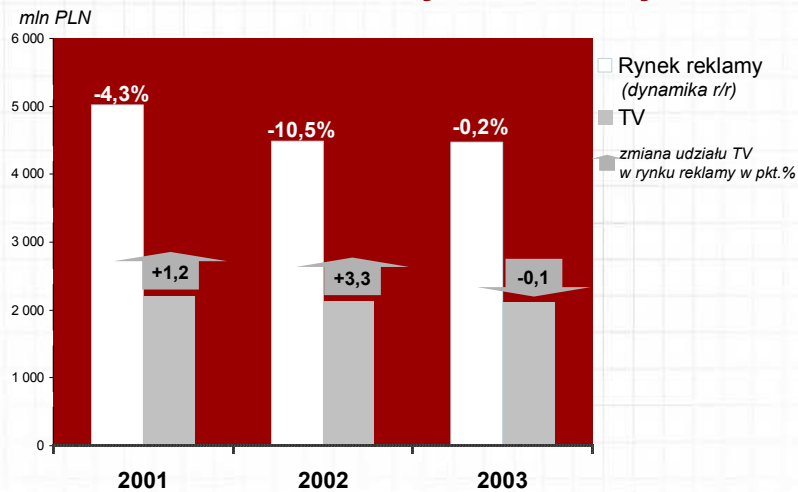
## Rynek reklamy



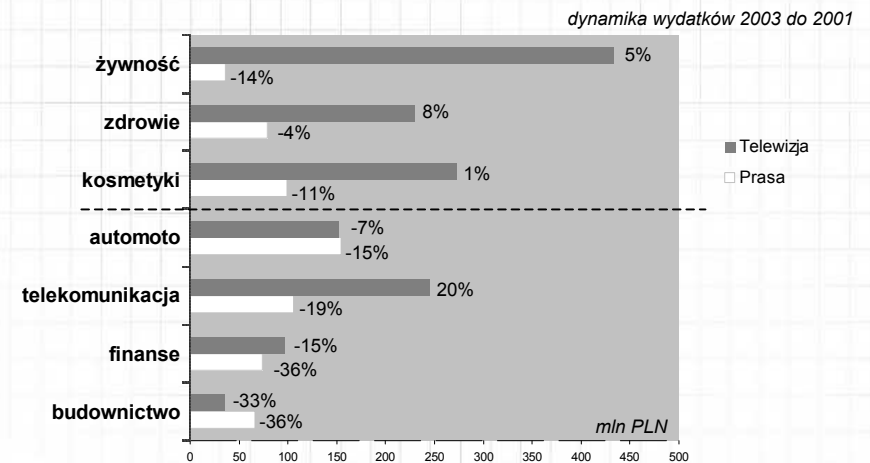
## Rynek prasy



## Wzrost udziału TV w rynku reklamy



## TV zwiększa udział w największych branżach i branżach prasowych



\* Wysoka dynamika rynku reklamy zewnętrznej została osiągnięta w znacznej mierze dzięki wysokiemu poziomowi autopromocji różnych mediów Agory na nośnikach AMS.  
 Źródło: reklama: Agora, dane szacowane (ceny bieżące) w oparciu o dane cennikowe AGB Polska, CR Media monitoring, Agory Monitoring i AMS na podstawie danych Media Watch monitoring, skorygowane o średni poziom rabatu. Szacunki dotyczą rynku 4 mediów: TV, prasy, radia i reklamy zewnętrznej; w przypadku prasy szacunki nie uwzględniają ogłoszeń drobnych, wrzutek i nekrologów.



## GRUPA AGORY - WYNIKI ZA 2003 R.

| <i>mln PLN</i>                           | 2002  | 2003  | <i>zmiana %</i> |
|--|-------|-------|-----------------|
| <b>Przychody</b>                         | 785,3 | 853,5 | 8,7%            |
| <b>Koszty operacyjne</b>                 | 716,2 | 849,0 | 18,5%           |
| <b>EBIT</b>                              | 71,0  | 4,5   | -93,7%          |
| <b>EBITDA</b>                            | 187,6 | 139,1 | -25,9%          |
| Marża EBITDA                             | 23,9% | 16,3% | -7,6pkt. %      |
| <b>Wynik netto</b>                       | 51,0  | 2,1   | -95,9%          |
| <b>Środki z działalności operacyjnej</b> | 187,5 | 134,4 | -28,3%          |

# WYNIKI OPERACYJNE PRZEDSIĘWZIĘĆ

## Gazeta i Metro

| mln PLN                                | 2003           | zmiana % r/r  |
|--|----------------|---------------|
| <b>Przychody</b>                       | <b>649,2</b>   | <b>-3,8%</b>  |
| - reklama                              | 423,4          | -9,6%         |
| - sprzedaż egzemplarzy                 | 179,6          | 1,9%          |
| - pozostała sprzedaż                   | 46,2           | 52,0%         |
| <b>Koszty operacyjne</b>               | <b>572,6</b>   | <b>4,3%</b>   |
| - koszty promocji*                     | 60,5           | 93,6%         |
| <b>EBITDA</b>                          | <b>150,2</b>   | <b>-26,1%</b> |
| Marża EBITDA                           | 23,1%          | -7,0pkt.%     |
| <b>Rozpowszechnianie płatne (egz.)</b> | <b>417 385</b> | <b>-0,8%</b>  |

Źródło: rozpowszechnianie płatne - Związek Kontroli Dystrybucji Prasy 2002-2003, rozpowszechnianie płatne.

## AMS

| mln PLN                   | 2003         | zmiana % r/r  |
|---------------------------|--------------|---------------|
| <b>Przychody*</b>         | <b>102,6</b> | <b>-0,2%</b>  |
| <b>Koszty operacyjne*</b> | <b>116,2</b> | <b>-15,9%</b> |
| - koszty zatrudnienia     | 14,6         | -25,9%        |
| - czynsze za nośniki      | 46,7         | -6,6%         |
| <b>EBITDA</b>             | <b>4,0</b>   | <b>-</b>      |
| <b>Wynik netto</b>        | <b>-16,0</b> | <b>-</b>      |

\* Podane kwoty nie zawierają przychodów i kosztów promocji innych segmentów Grupy Agora na nośnikach AMS, jeżeli taka promocja jest realizowana bez wcześniejszej rezerwacji na powierzchni nie sprzedanej klientom zewnętrznym.

## Czasopisma

| mln PLN   | 2003        | V-XII 03    | zmiana %<br>V-XII03 vs V-XII02 |
|---|-------------|-------------|--------------------------------|
| <b>Przychody</b>  | <b>78,4</b> | <b>50,3</b> | 20,9%                          |
| <b>Zysk operacyjny*</b><br>(przed kosztami promocji)                                  | <b>12,0</b> | <b>8,7</b>  | -                              |
| <b>Koszty promocji</b>  | <b>21,7</b> | <b>15,7</b> | 249,0%                         |
| <b>EBITDA</b>   | <b>-3,0</b> | <b>-2,6</b> | -                              |
| <b>Średni nakład wydrukowany w mln egz.</b><br>(suma nakładów poszczególnych tytułów) | <b>1,9</b>  | <b>1,9</b>  | 27,0%                          |

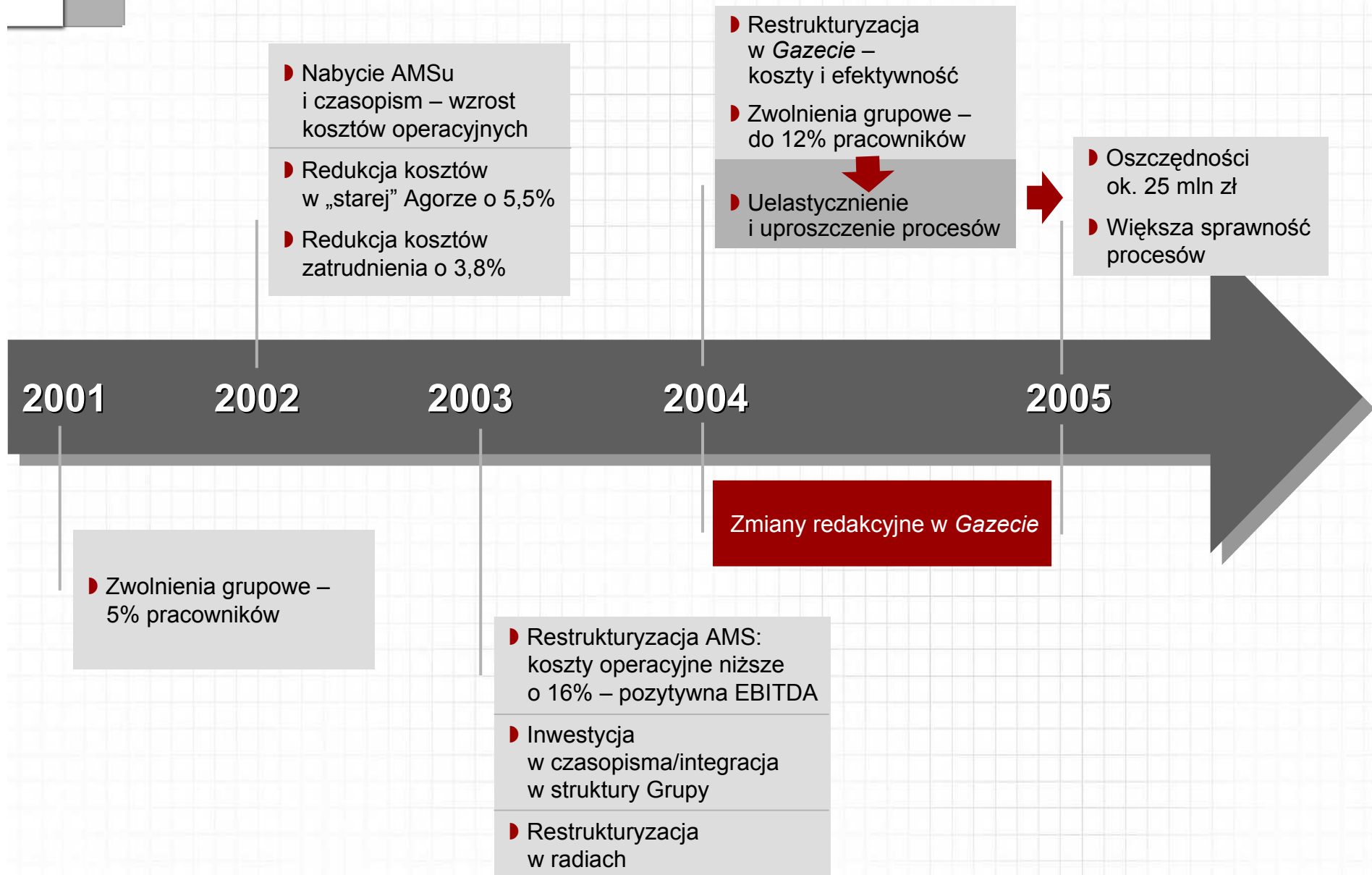
## Radiostacje

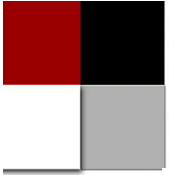
| mln PLN                   | 2003        | zmiana % r/r |
|---------------------------|-------------|--------------|
| <b>Przychody</b>          | <b>40,9</b> | <b>-5,9%</b> |
| <b>Koszty operacyjne*</b> | <b>50,5</b> | <b>0,0%</b>  |
| <b>EBITDA</b>             | <b>-7,2</b> | <b>-</b>     |
| <b>Udział w rynku</b>     |             |              |
| - reklamy radiowej        | 10,5%       | -1,6pkt.%    |
| - reklamy lokalnej        | 29,7%       | -0,9pkt.%    |
| - słuchalności            | 13,2%       | -2,1pkt.%    |

Źródło: reklama: Agora, dane szacowane (ceny bieżące) w oparciu o dane cennikowe CR Media monitoring, skorygowane o średni poziom rabatu; słuchalność: SMG/KRC, Radio Track, grupa celowa: wiek 20-50 (miasta nadawania).

\* Podane kwoty nie zawierają kosztów wzajemnej promocji pomiędzy różnymi segmentami Grupy Agora, jeżeli taka promocja jest realizowana bez wcześniejszej rezerwacji na powierzchni nie sprzedanej klientom zewnętrznym.

## RESTRUKTURYZACJA





## PRIORYTETY I ROZWÓJ

**Priorytet:**  
zwiększyć wartość dla akcjonariuszy



### DZIAŁANOŚĆ OPERACYJNA:

- ▶ *Gazeta*: wyniki operacyjne i pozycja rynkowa
- ▶ Outdoor i magazyny: wzrost przychodów o 10%
- ▶ Radio: rentowność na poziomie EBITDA w tym roku
- ▶ Dalsza restrukturyzacja

### ROZWÓJ

# ROZWÓJ

## Strategia

- ▶ Inwestycja w TV może okazać się niemożliwa
- ▶ WSiP?
- ▶ Pracujemy nad alternatywnymi ścieżkami rozwoju, akwizycje i wzrost organiczny

## Rynki

- ▶ Priorytet – #1 Polska
- ▶ Region

## Finansowanie

- ▶ Zadłużenie netto w 2003 r. 50 mln zł
- ▶ Wolna gotówka 100 mln zł
- ▶ Dostępna linia kredytowa 360 mln zł
- ▶ Kapitał docelowy