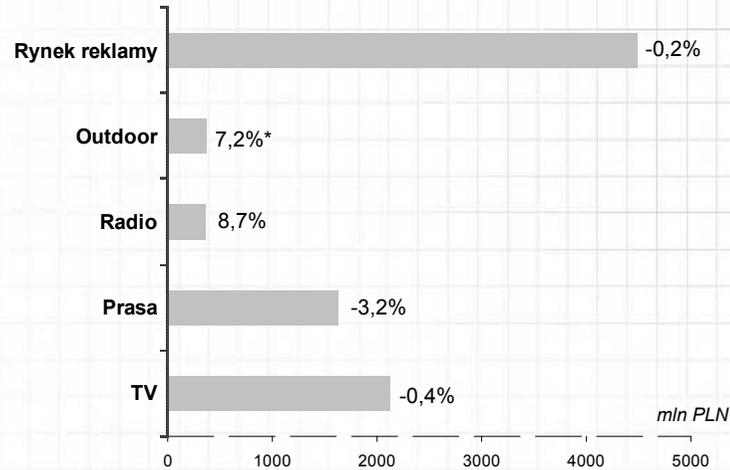


***Wyniki finansowe i pozycja na rynku
w 2003 roku***

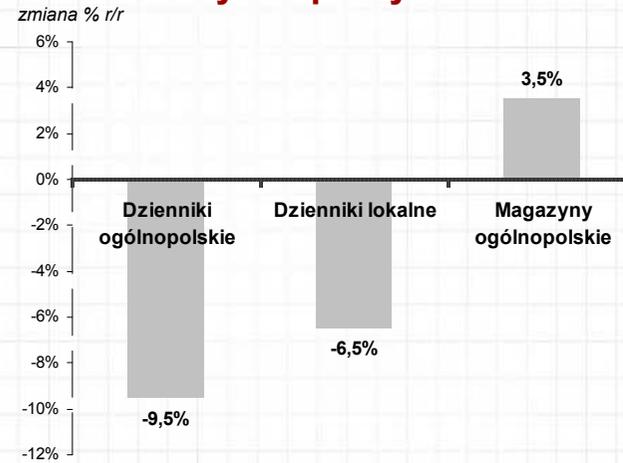
***Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy
24 czerwca 2004***

RYNEK REKLAMY W 2003 R.

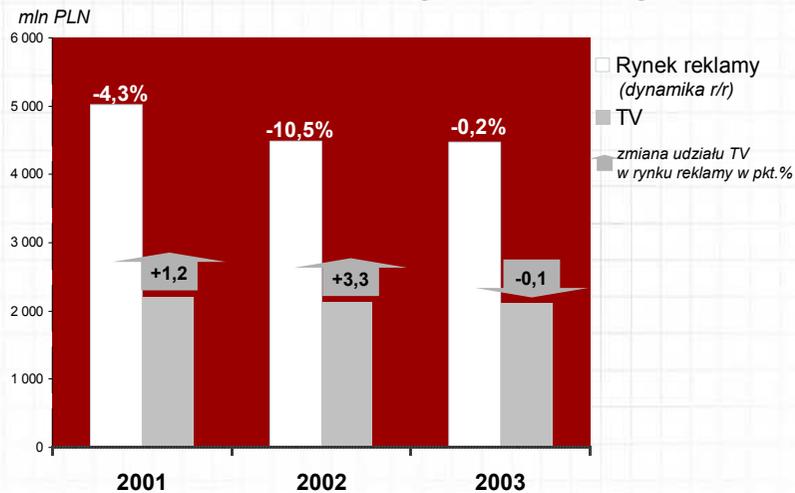
Rynek reklamy



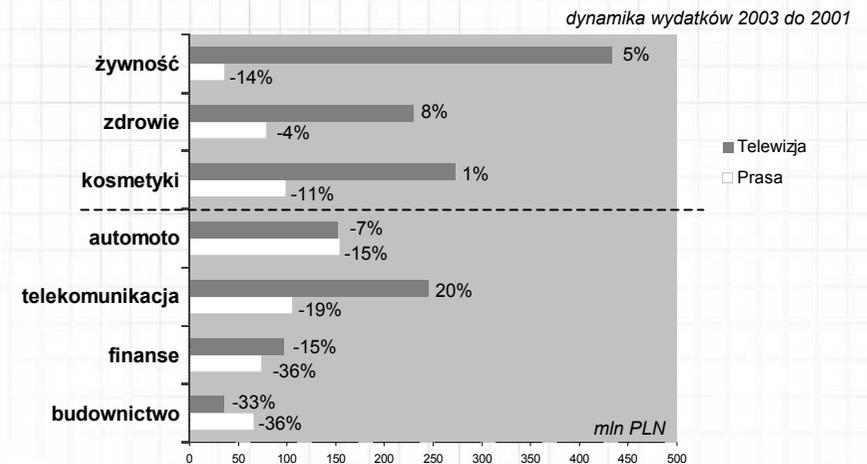
Rynek prasy

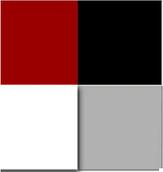


Wzrost udziału TV w rynku reklamy



TV zwiększa udział w największych branżach i branżach prasowych





GRUPA AGORY - WYNIKI ZA 2003 R.

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

WYNIKI OPERACYJNE PRZEDSIĘWZIĘĆ

Gazeta i Metro

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

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

AMS

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

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

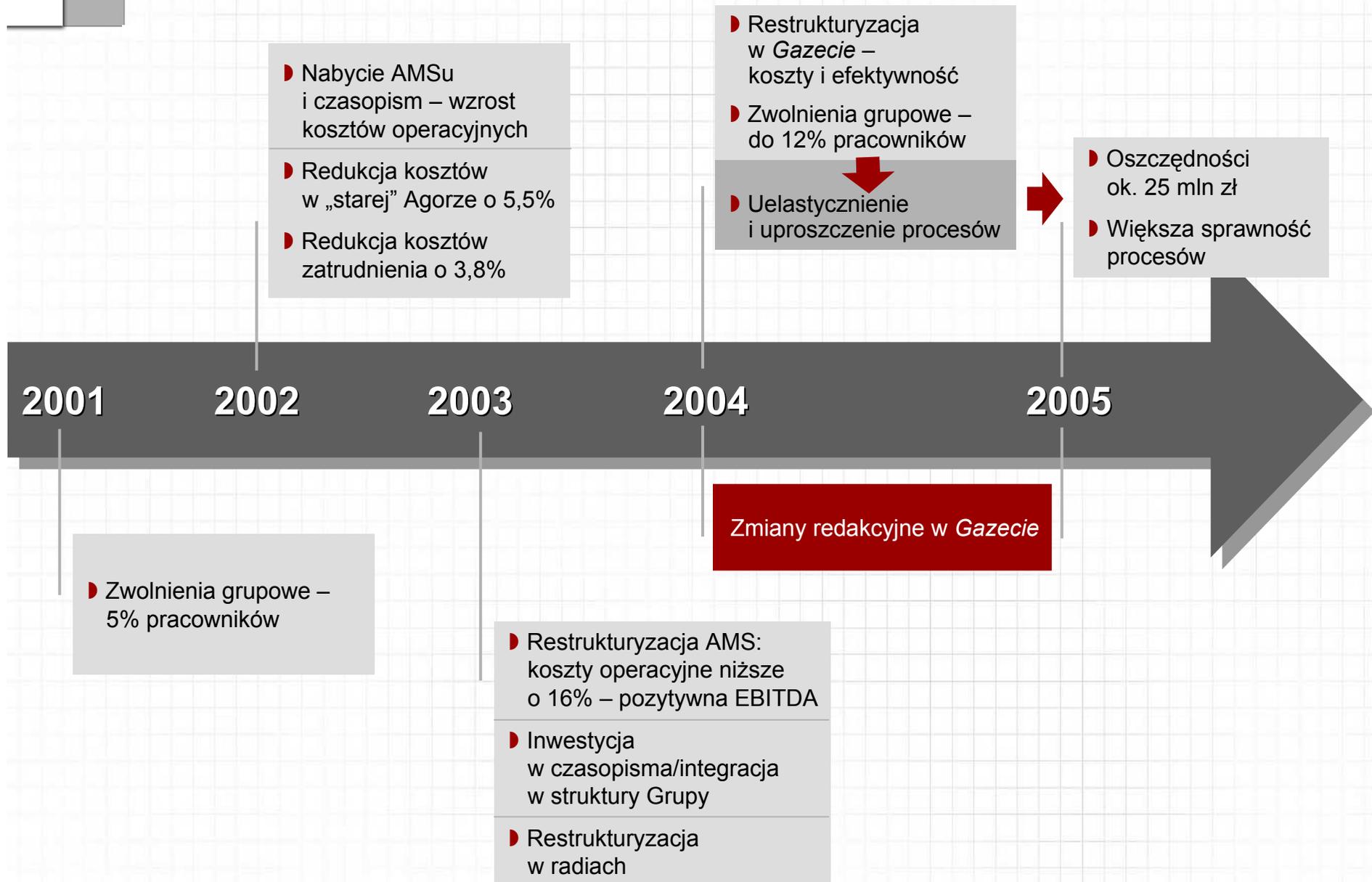
Radiostacje

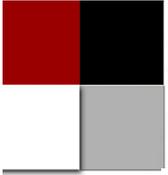
mln PLN	2003	zmiana % r/r
Przychody	40,9	-5,9%
Koszty operacyjne*	50,5	0,0%
EBITDA	-7,2	-
Udział w rynku		
- reklamy radiowej	10,5%	-1,6pkt.%
- reklamy lokalnej	29,7%	-0,9pkt.%
- słuchalności	13,2%	-2,1pkt.%

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

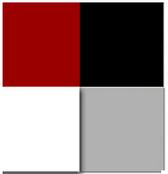
Priorytet:
zwiększyć wartość dla akcjonariuszy



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