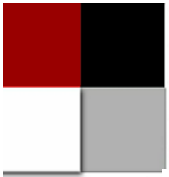


AGORA_{SA}

Prezentacja dla inwestorów

Wrzesień 2004

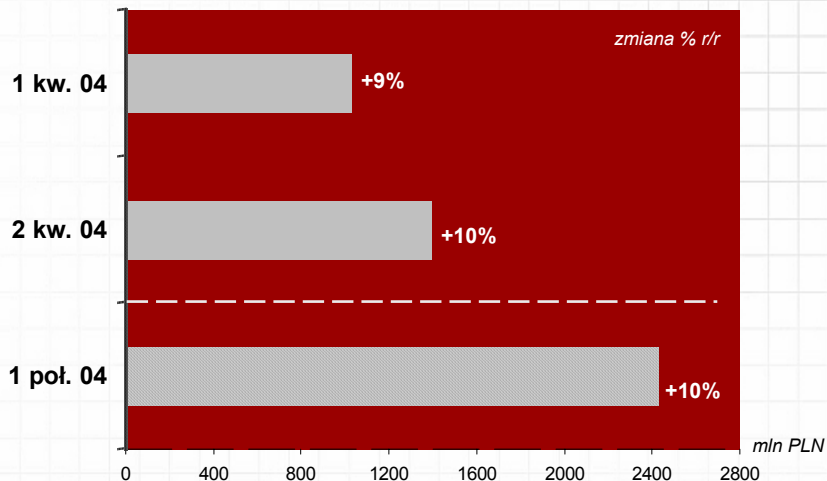


Wreszcie powody do optymizmu

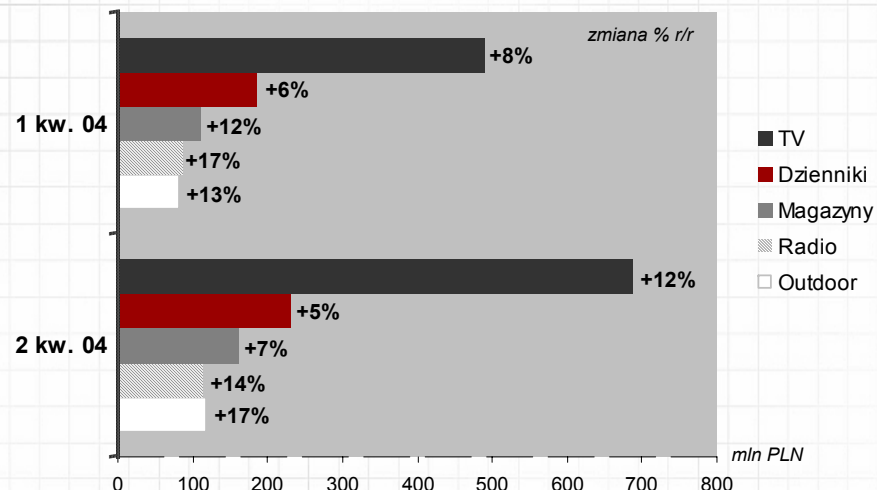


Rośnie rynek reklamy

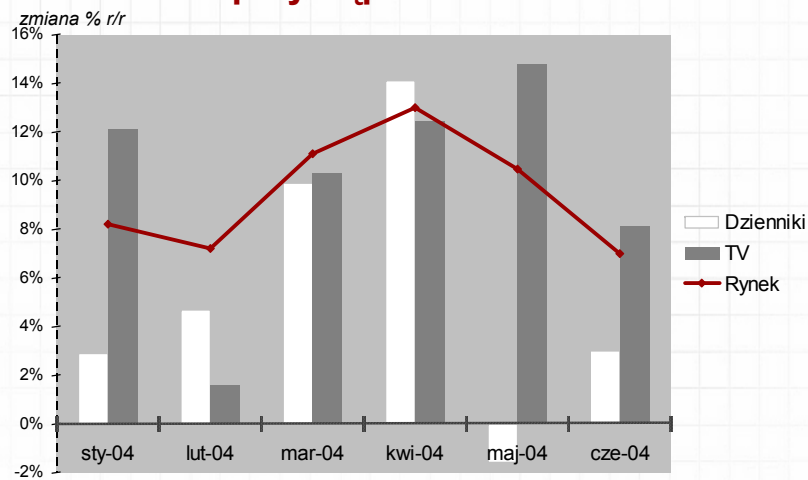
Pierwsze półrocze powyżej oczekiwań



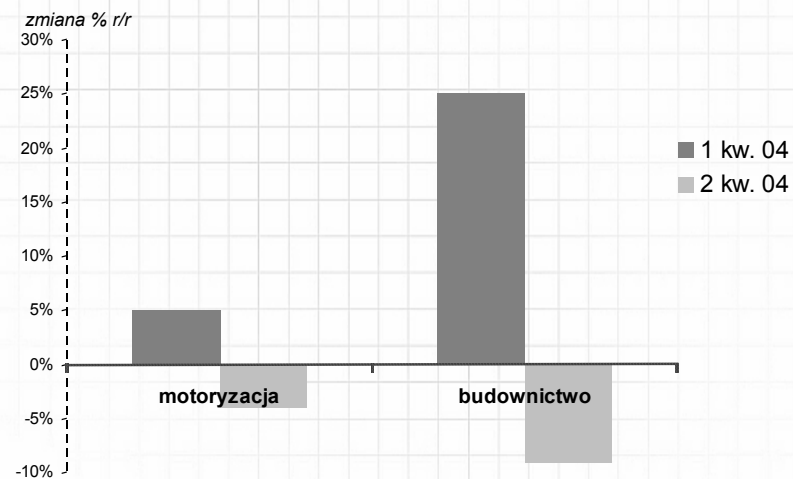
Wydatki na reklamę segmentami



Efekt przystąpienia do Unii

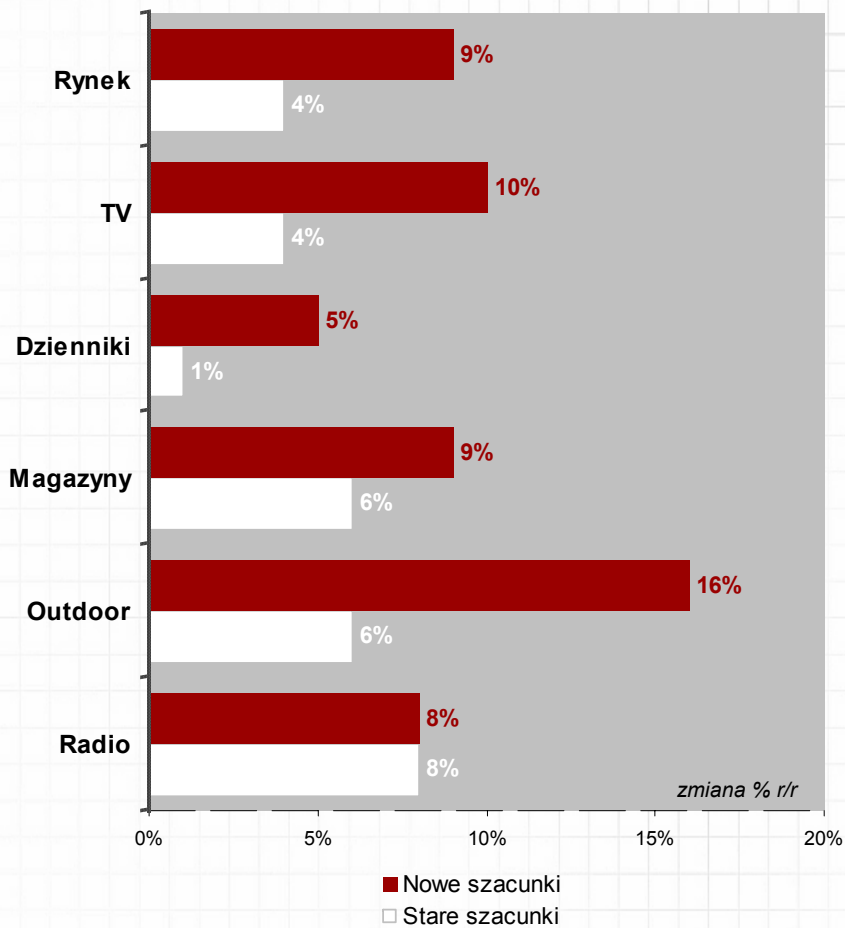


Dzienniki słabsze w drugim kwartale

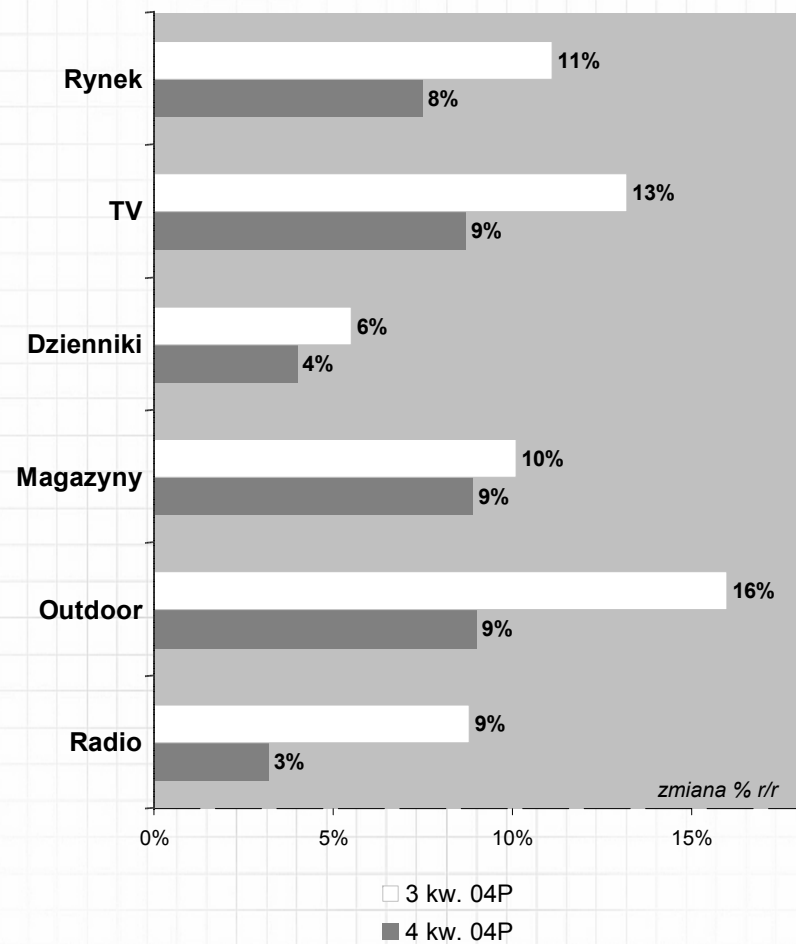


Lepsze przewidywania wydatków reklamowych

Wzrost wydatków na reklamę w 2004 r.

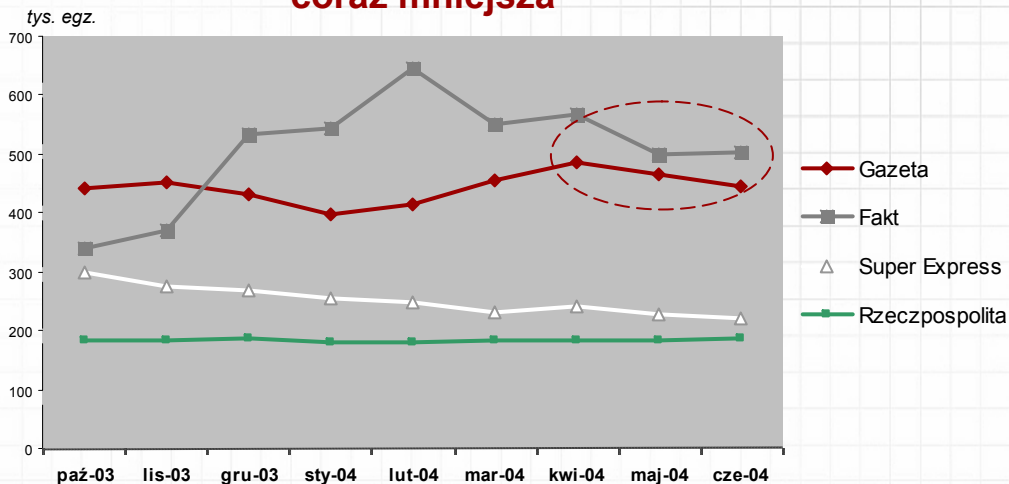


Wzrost wydatków na reklamę w drugiej połowie 2004 r.

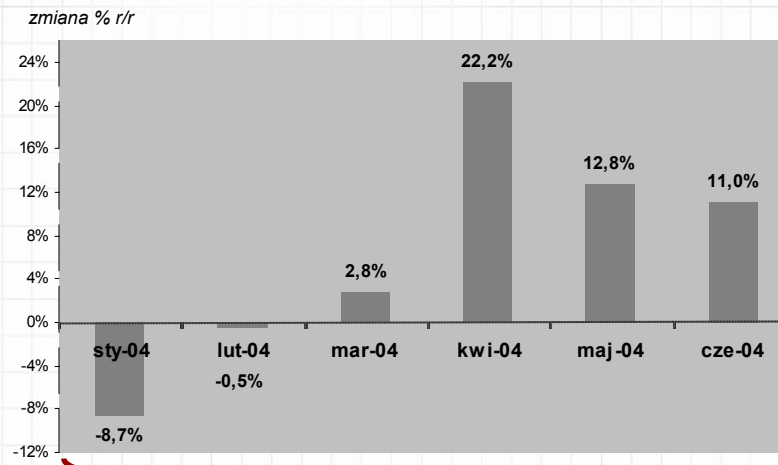


Rośnie sprzedaż Gazety

Różnica w sprzedaży Gazety i Faktu coraz mniejsza

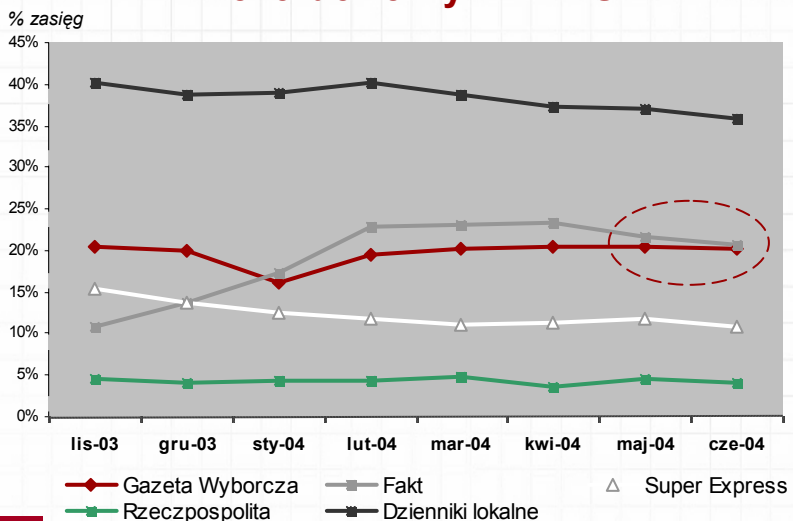


Sprzedaż Gazety rośnie

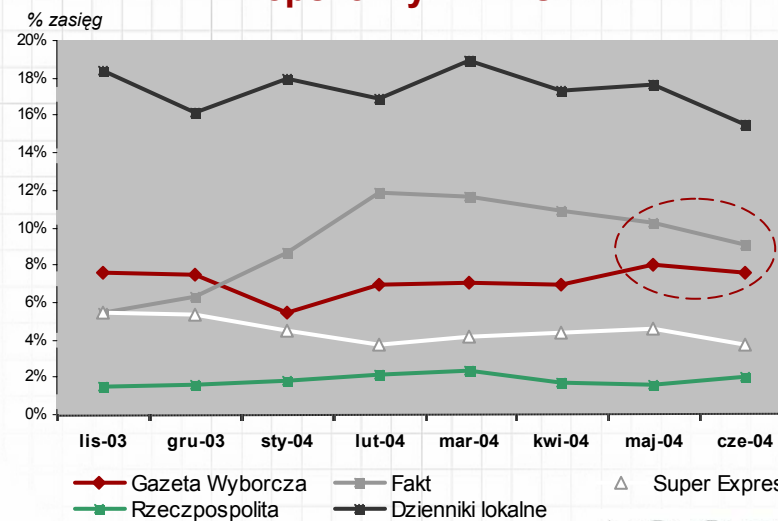


35 mln zł (włączając książki) poszło na promocję

Rekordowe wyniki CCS

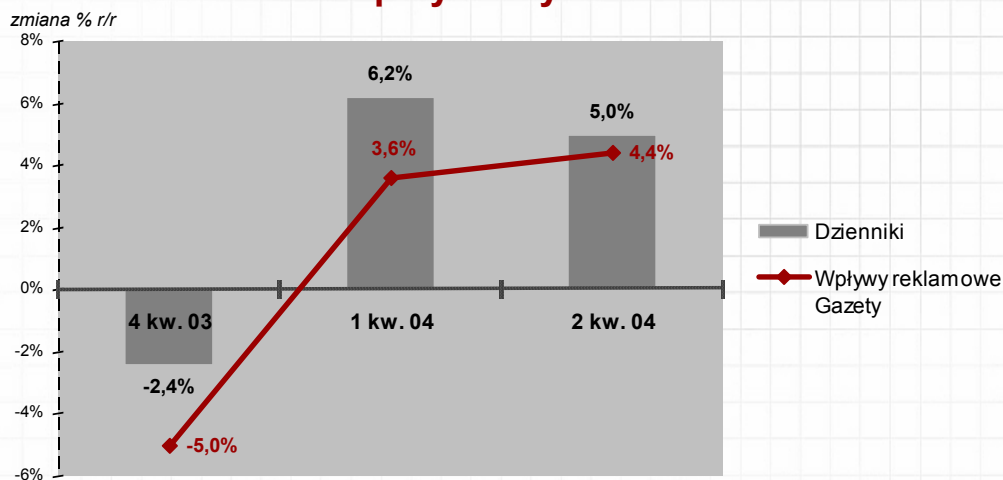


Lepsze wyniki COW

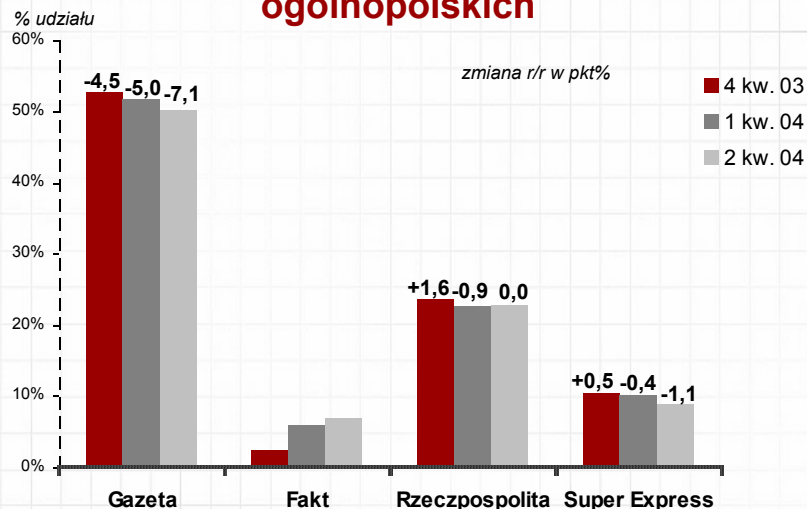


Rosną wpływy reklamowe Gazety

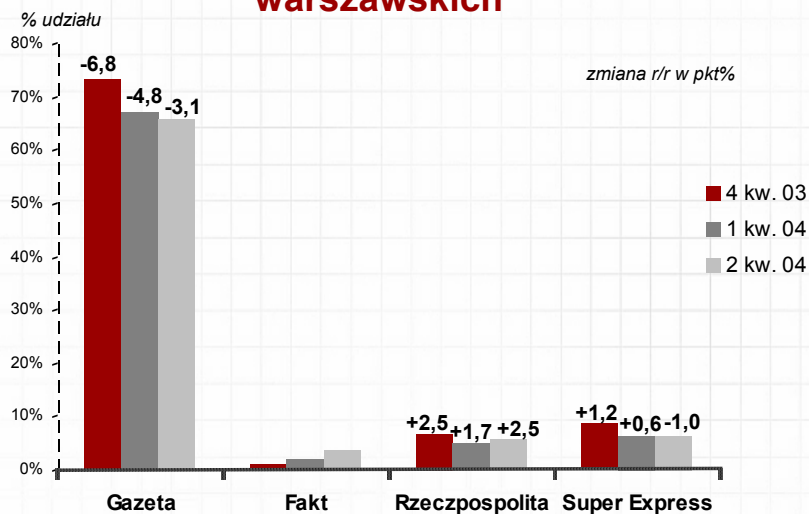
Całkowite przychody



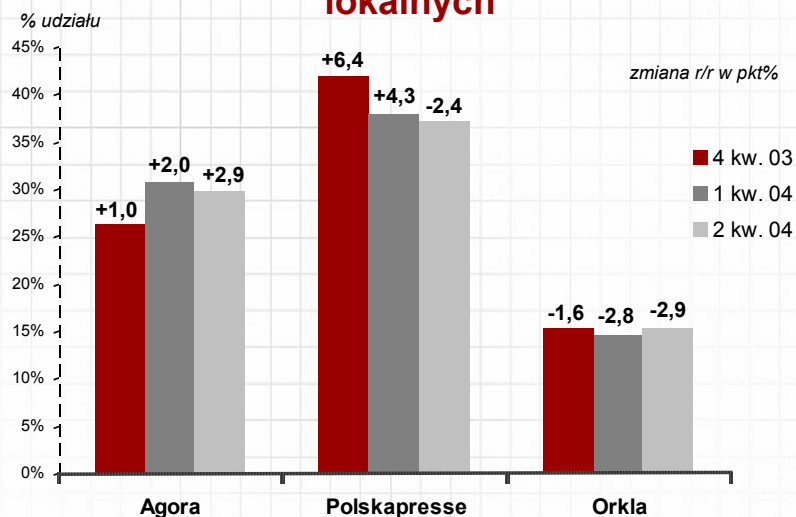
Udział w wydatkach na reklamę dzienników ogólnopolskich

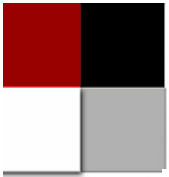


Udział w wydatkach na reklamę dzienników warszawskich



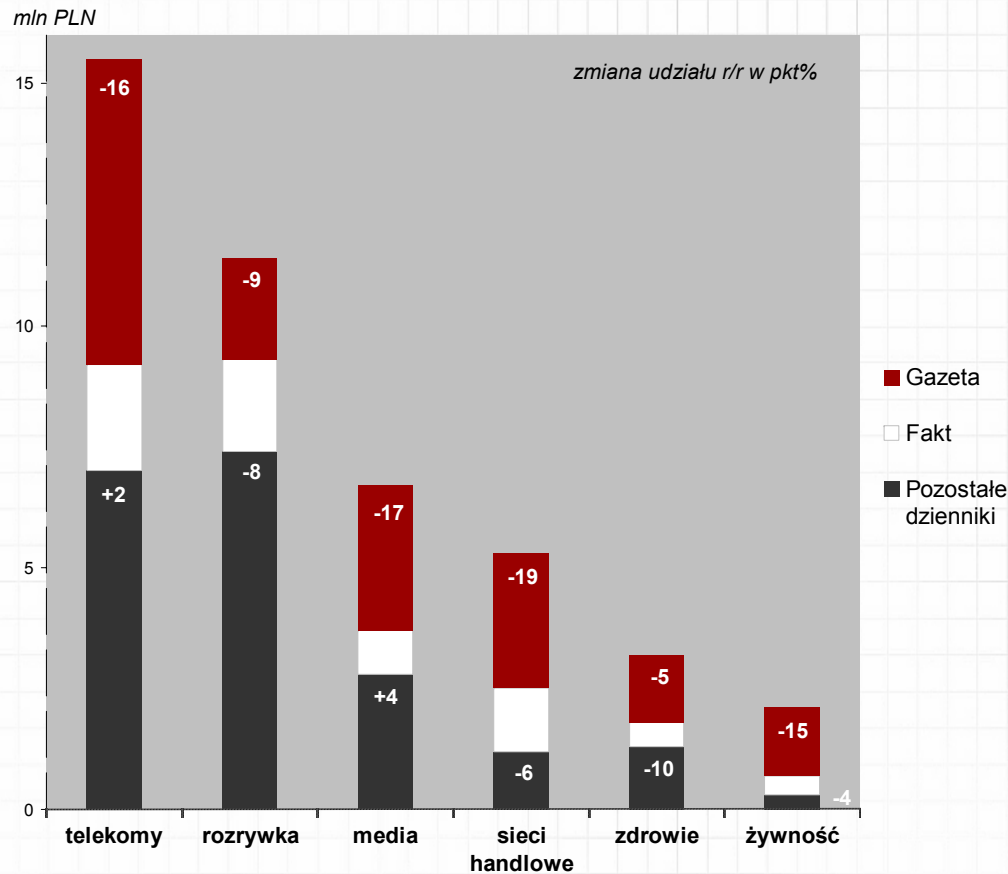
Udział w wydatkach na reklamę dzienników lokalnych





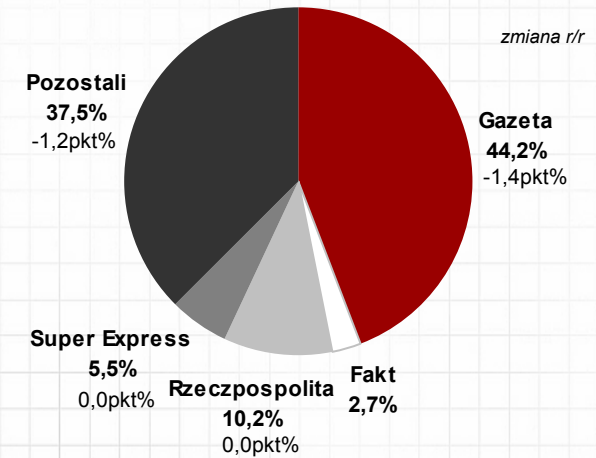
Fakt jest nadal niewielkim graczem na rynku reklamy

Udział w branżach masowych w pierwszym półroczu 2004 r.*

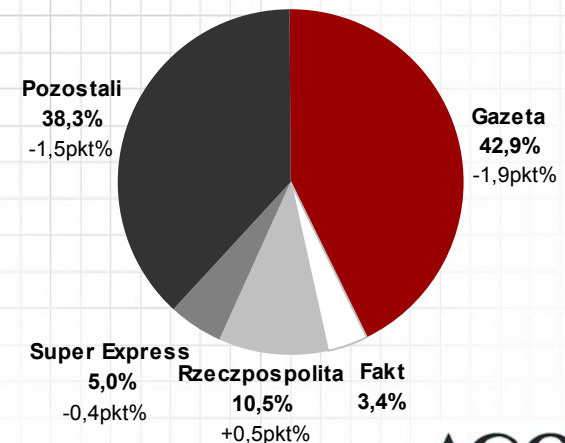


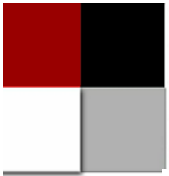
Udział w wydatkach na reklamę dzienników

I kw. 2004



II kw. 2004





Książki dobrze rokują

Koncepcja

- ▶ produkt wysokiej jakości
- ▶ domowa biblioteka
- ▶ atrakcyjna cena (15 zł)
- ▶ sprzedawane razem z *Gazetą*

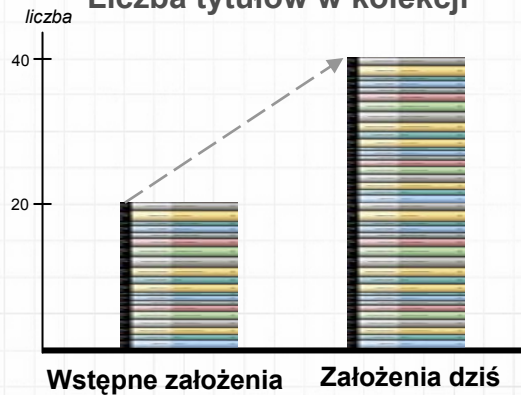


Cele

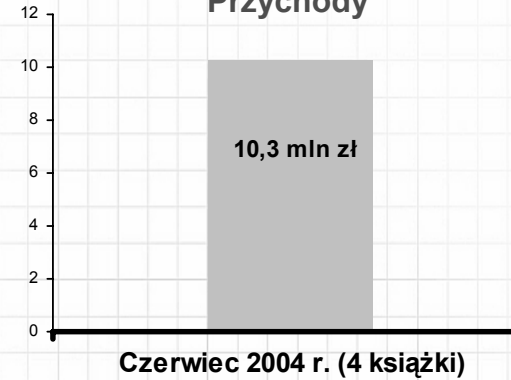
- ▶ promocja wizerunku *Gazety*
- ▶ wzrost sprzedaży *Gazety*
- ▶ wzrost przychodów i zysków

Wstępne wyniki powyżej oczekiwań

Liczba tytułów w kolekcji



Przychody



Nakład



Poprawa wyników segmentu Gazety

Wyniki segmentu prasowego i internetu (wybrane pozycje)

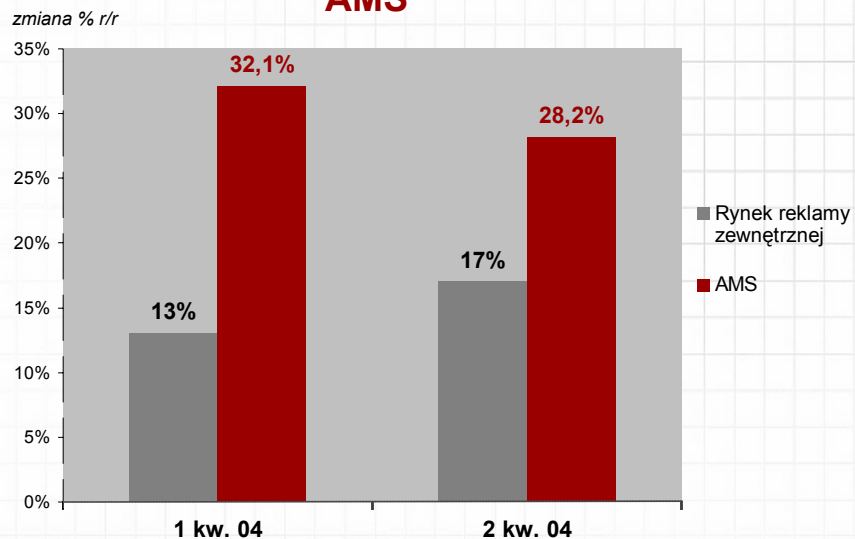
<i>mln PLN</i>	1 kw. 04	<i>zmiana % r/r</i>	2 kw. 04	<i>zmiana % r/r</i>	1 poł. 04	<i>zmiana % r/r</i>
Przychody	162,6	3,9%	195,5	13,4%	358,1	8,9%
- sprzedaż prasy	45,9	-2,3%	48,3	13,9%	94,2	5,4%
- reklama	101,4	3,2%	122,5	3,8%	224,0	3,5%
- inne (w tym książki)	15,2	35,9%	24,7	106,7%	39,9	72,5%
Koszty operacyjne:	148,9	5,2%	159,1	13,6%	308,0	9,4%
- materiały	37,2	-3,4%	39,2	9,8%	76,4	3,0%
- wynagrodzenia i świadczenia	45,4	1,8%	42,8	-4,3%	88,2	-1,1%
- promocja i marketing	11,5	49,4%	23,3	164,8%	34,8	110,9%
- restrukturyzacja	7,0	-	0,9	-	6,1	-
EBIT	13,7	-8,7%	36,4	12,7%	50,1	5,9%
EBITDA	32,4	-15,2%	54,5	0,0%	86,9	-6,3%
Zatrudnienie (na koniec okresu)	2971	-3,0%	2818	-7,4%	2818	-7,4%

Gazeta			Metro			Internet		
<i>mln PLN</i>	1 poł. 04	<i>zmiana % r/r</i>		1 poł. 04	<i>zmiana % r/r</i>		1 poł. 04	<i>zmiana % r/r</i>
Sprzedaż prasy	94,2	5,5%	Reklama (mln PLN)	2,1	7,7%	Liczba wizyt (mln)	12,2	62,0%
Reklama	217,3	4,0%	Udział rynku stoł.	4,4%	1,1pp	Przychody (mln PLN)	5,0	25,0%
Liczba stron ogł. (mln)	39,3	5,3%	Czytelnictwo	27,8%	6,9pkt%			

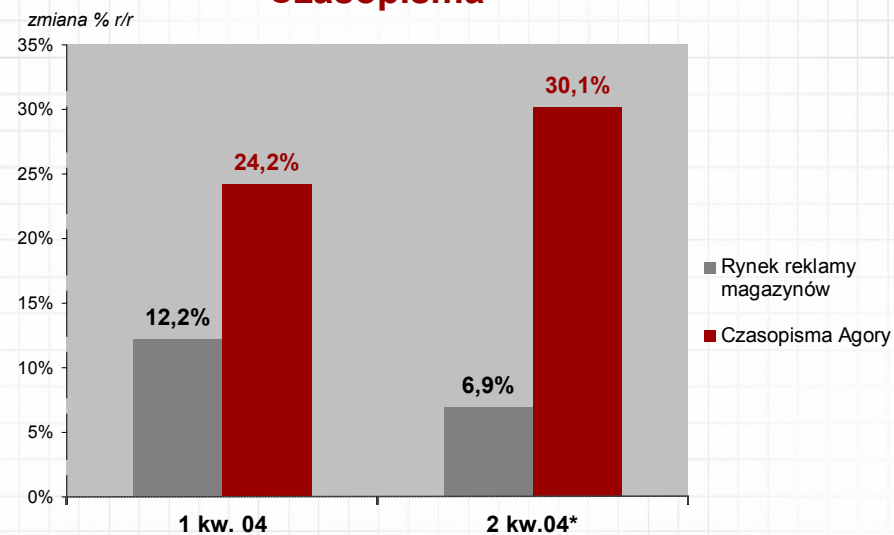
Źródło: czytelnictwo Metra: PBC Daily, SMG/ KRC A Millward Brown Company, wskaźnik CCS (czytelnictwo cyklu sezonowego), Warszawa, N=2061; udział w rynku reklamy: szacunki Agory; internet: GemiusTraffic, Gemius S.A.

Znaczny wzrost przychodów w innych przedsiębiorstwach

AMS

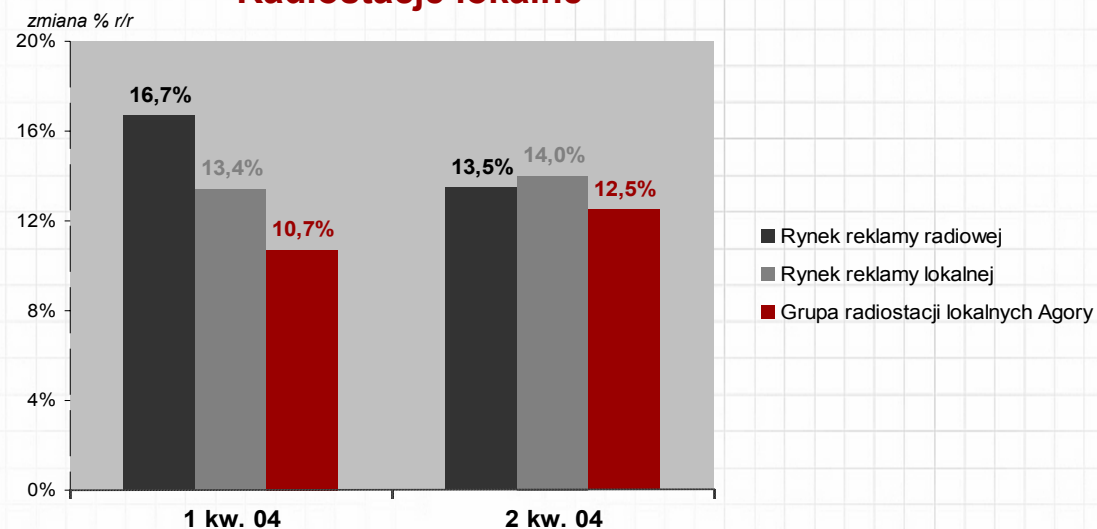


Czasopisma



* Zawiera przychody nowego tytułu Avanti wydawanego od marca 2004 r.

Radiostacje lokalne

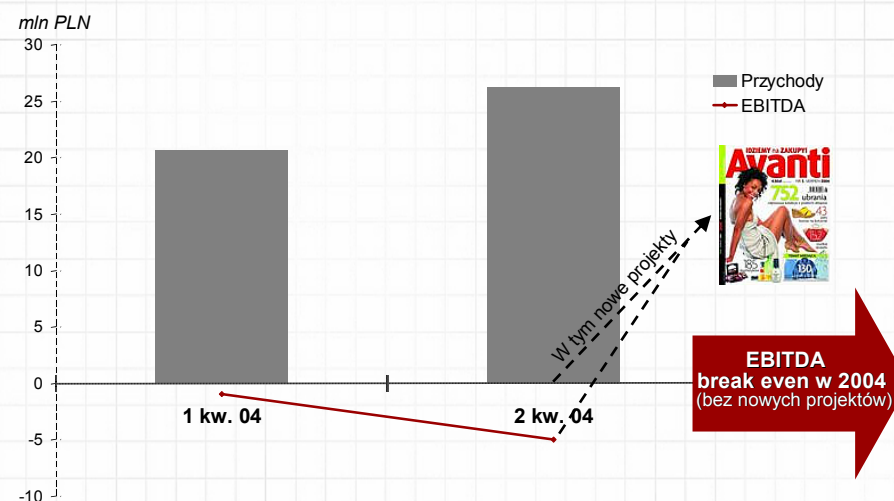


Wyniki nowych przedsięwzięć zgodne z planem

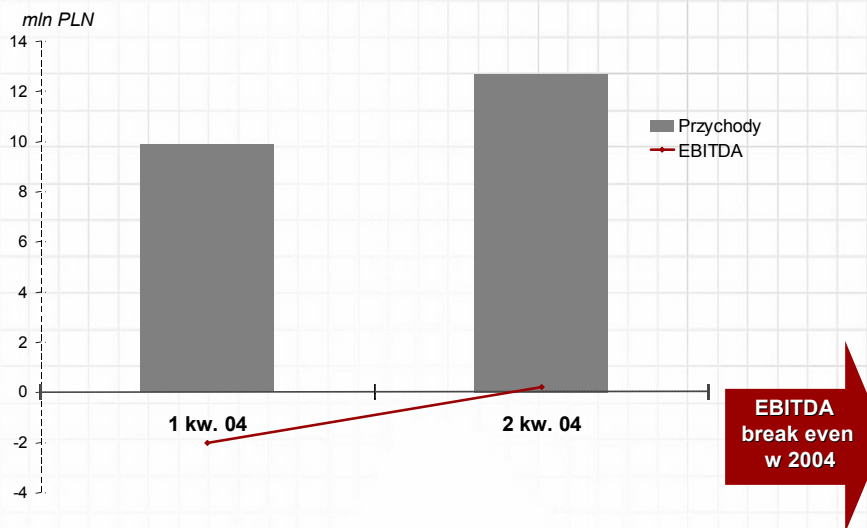
AMS



Czasopisma

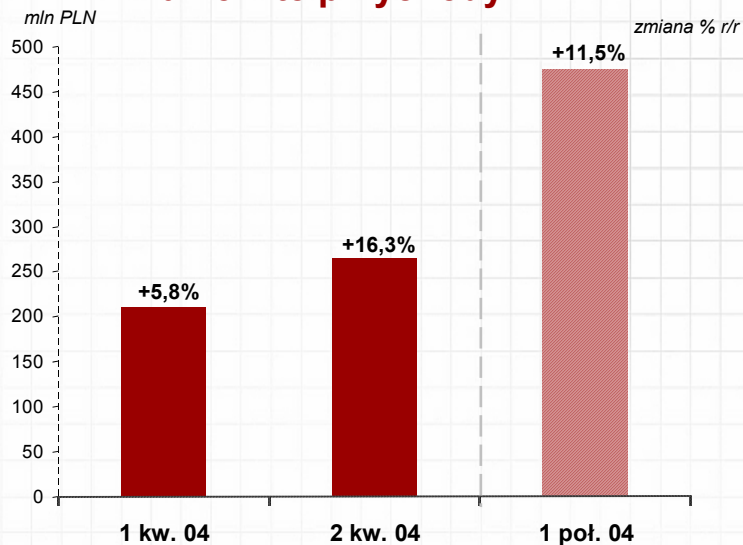


Radiostacje lokalne

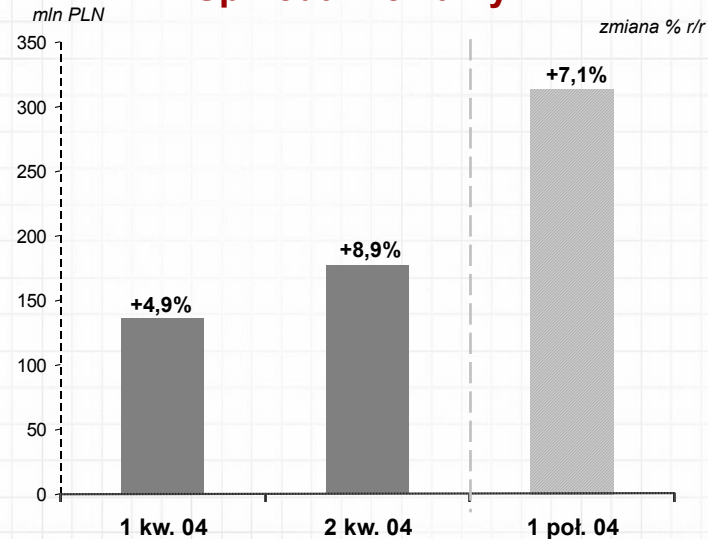


Dwucyfrowy wzrost przychodów Grupy

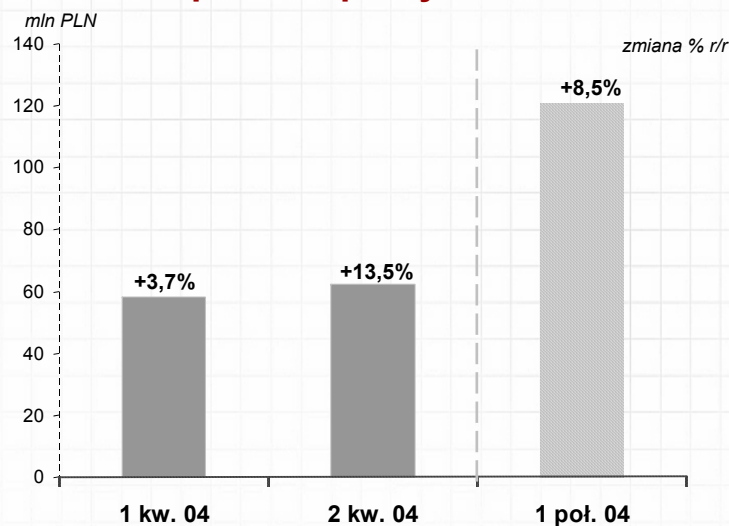
Całkowite przychody



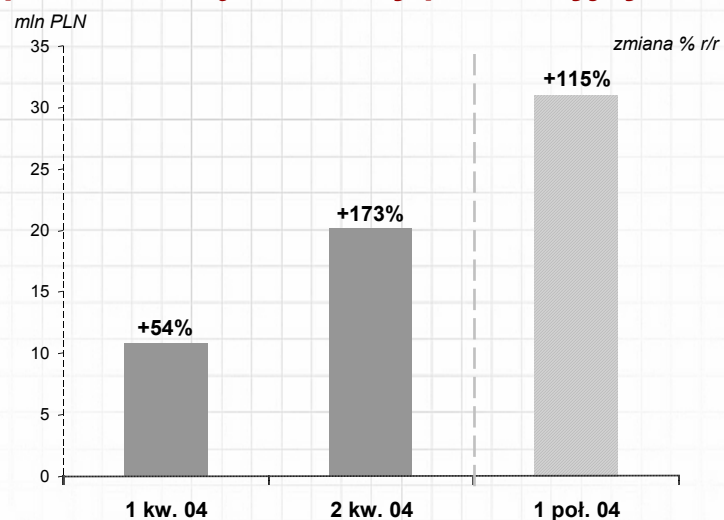
Sprzedaż reklamy



Sprzedaż prasy



Sprzedaż książek i mocy produkcyjnych



Restrukturyzacja poprawia wynik

Wyniki finansowe grupy Agora (wybrane pozycje)

<i>mln PLN</i>	1 kw. 04	<i>zmiana % r/r</i>	2 kw. 04	<i>zmiana % r/r</i>	1 poł. 04	<i>zmiana % r/r</i>
Przychody	210,2	5,8%	264,8	16,3%	475,0	11,5%
- sprzedaż prasy	58,2	3,7%	62,5	13,5%	120,7	8,5%
- reklama	136,3	4,9%	177,4	8,9%	313,7	7,1%
- inne (w tym książki)	15,7	25,2%	24,9	158,9%	40,6	83,1%
Koszty operacyjne:	216,8	10,0%	239,4	15,4%	456,2	12,8%
- materiały	40,7	-1,4%	50,5	26,9%	91,1	12,5%
- wynagrodzenia i świadczenia	59,5	4,9%	58,0	0,7%	117,5	2,8%
- reprezentacja i reklama	17,2	62,3%	31,1	88,5%	48,3	78,2%
Pozostałe koszty operacyjne:	99,4	12,3%	99,8	6,5%	199,3	9,3%
- odpis wartości firmy	3,6	5,9%	3,6	12,5%	7,2	9,1%
- restrukturyzacja	7,3	-	1,2	-	8,5	-
EBIT	-6,6	-	25,4	26,4%	18,8	-13,0%
EBITDA	25,0	-33,9%	56,5	4,4%	81,5	-11,3%
Marża EBITDA	11,9%	-7,1pp	21,3%	-2,5pp	17,2%	-4,4pp
Wynik netto	-9,3	-93,8%	21,1	62,3%	11,8	43,9%

Pozostałe koszty operacyjne (jednorazowe)

<i>mln PLN</i>	1 kw. 04	2 kw. 04
Koszty restrukturyzacji	7,3	1,2**
Wzrost rezerw na należności w AMS	1,5*	-

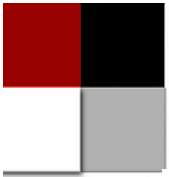
EBITDA przed kosztami restrukturyzacji

<i>mln PLN</i>	1 poł. 04
EBITDA	90,0
Marża EBITDA	19,0%

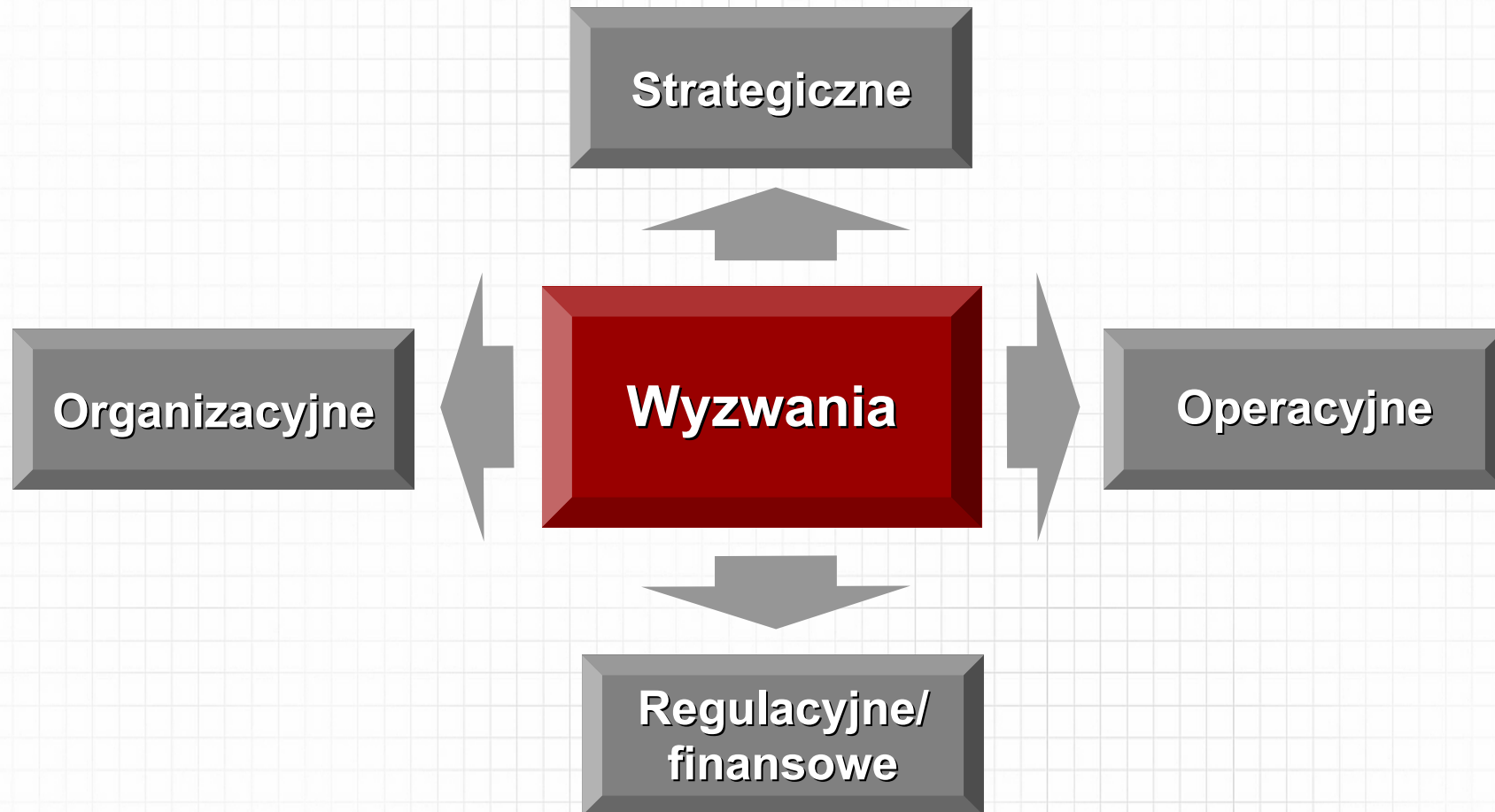
* Opóźnione efekty restrukturyzacji po przejęciu spółki

** W tym likwidacja City Magazine

Źródło: Agora, MSSF



Przed nami dużo pracy



Maksymalizacja wartości portfela aktywów

	Stan na dziś	Cele	Podjęte/planowane działania
Rozwój	<ul style="list-style-type: none"> → Inwestycja w telewizję mało prawdopodobna w krótkim terminie → WSiP – zrezygnowaliśmy z przetargu 	<ul style="list-style-type: none"> → Zdefiniować alternatywne ścieżki budowania wartości dla firmy 	<ul style="list-style-type: none"> → Trwa projekt z zewnętrznymi konsultantami
Istniejące aktywa	<ul style="list-style-type: none"> → <i>Gazeta</i> – podstawowe przedsięwzięcie; silna pozycja rynkowa → Outdoor - #1 w Polsce → Czasopisma i radio – niewielkie udziały w rynku → Internet – mały udział w rynku 	<ul style="list-style-type: none"> → Zabezpieczyć pozycję lidera na rynku dzienników → Pozycja lidera kluczem do osiągnięcia rentowności → Zwiększenie udziału poprawi rentowność → Zbudować pozycję w niszy lojalnych i wartościowych użytkowników 	<ul style="list-style-type: none"> → Zakończona analiza i badania rynkowe; wdrażane zmiany → Inwestycje w nośniki; ograniczyć szkody wynikające z nowych przepisów → Wzrost organiczny i alianse → Bieżąca weryfikacja

Dalsze zwiększanie efektywności operacyjnej

Stan na dziś	Cele	Działania planowane/podjęte
<ul style="list-style-type: none">→ Czasopisma i AMS po reorganizacji→ Radia zrestrukturyzowane→ Scentralizowane płace i księgowość→ Wdrożony pierwszy etap usprawnienia sprzedaży, produkcji i promocji <i>Gazety</i>→ Zmiany w systemie wynagrodzeń	<ul style="list-style-type: none">→ Zwiększanie skuteczności organizacyjnej→ Ciągła poprawa efektywności, redukcja kosztów→ Lepsze wykorzystanie aktywów firmy	<ul style="list-style-type: none">→ Zmiany w <i>Gazecie</i> – zwiększyć skalę i rentowność→ Systematyczne zmiany w pionach, przegląd portfela magazynów i radiostacji→ Drugi etap przeglądu procesów (pomoc z zewnątrz)
<p>Niższe koszty i zatrudnienie Lepsza efektywność rynkowa</p>	<p>Zwiększyć ROE</p>	

Sprawy finansowe i regulacyjne

	Stan na dziś	Cele	Działania podjęte/planowane
Polityka dywidendowa	<ul style="list-style-type: none"> → Spółka nie płaci dywidendy; bez inwestycji rośnie wolna gotówka → Zapisy statutu ograniczają wypłaty dywidendy 	<ul style="list-style-type: none"> → Większa elastyczność 	<ul style="list-style-type: none"> → Wypracować i przedstawić zasady na przyszłość → Zmiany statutu do zatwierdzenia przez WZA w październiku 2004 r.
Standardy IFRS	<ul style="list-style-type: none"> → IFRS 3 – zasady wyceny wartości firmy z konsolidacji → IFRS 2 – płatności regulowane akcjami <p>Wchodzi w życie w styczniu 2005 r.</p>	<ul style="list-style-type: none"> → Sprawozdawczość zgodna z przepisami → Komunikacja do rynku 	<ul style="list-style-type: none"> → Analiza w trakcie: Wstępna ocena wpływu na wyniki: – IFRS 3 – pozytywny – IFRS 2 – negatywny

Rozwój zespołu kierowniczego

Stan na dziś	Cele	Działania planowane/podjęte
<ul style="list-style-type: none">→ Zarządzanie w warunkach ostrej konkurencji wymaga najwyższej klasy menedżerów→ Sukces zależy od jakości i tempa decyzji→ Zespół kierowniczy wyrósł z firmą; pełen poświęcenia, wąska gama doświadczeń→ Członkowie zarządu na stanowiskach od początku (15 lat)	<p><u>Na bieżąco</u></p> <ul style="list-style-type: none">→ Najlepsza kadra i umiejętności na każdym poziomie kierowniczym→ Efektywny proces zarządzania→ W czołówce innowacyjności <p><u>W ciągu 3-5 lat</u></p> <ul style="list-style-type: none">→ Przygotowanie planu sukcesji z góry, do gładkiego wdrożenia	<ul style="list-style-type: none">→ DC wyznacza program szkoleń dla menedżerów→ Nowy system motywacyjny zwiększa kompetencje kierowników i skutecznie ich rozlicza→ Dzięki „świeżej krwi” firma szybciej się uczy→ Dwie zmiany w składzie zarządu→ RN wyłoniła Komitet ds. Sukcesji, który kieruje projektem