

Uchwała Rady Nadzorczej w sprawie zwięzłej oceny sytuacji Spółki w 2009 roku

12.05.2010

W związku z przyjęciem przez Agorę SA ("Spółka") Dobrych praktyk spółek notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. uchwalonych na podstawie § 29 Regulaminu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A., Rada Nadzorcza Spółki uchwała, co następuje:

1. Rada Nadzorcza Spółki oceniła sytuację Spółki w roku 2009.

Swoją ocenę Rada Nadzorcza formułuje na podstawie przeglądu spraw Grupy Agora ("Grupa") i dyskusji z Zarządem Spółki, prowadzonych na posiedzeniach odbywanych z udziałem Zarządu i na bieżąco. Rada bierze także pod uwagę ocenę sprawozdań finansowych za pierwsze półrocze i rok obrotowy 2009 dokonaną przez Komitet Audytu, który odbywał posiedzenia z udziałem audytora Spółki. Ocenę sytuacji rynkowej Rada Nadzorcza opiera o powszechnie dostępne informacje o działaniach innych podmiotów, w związku z czym zwraca uwagę na szacunkowy jedynie charakter danych i formułowanych na ich podstawie wniosków.

Rok 2009 zaowocował zmianami strukturalnymi na rynku mediów, w szczególności dalszą fragmentacją ofert medialnych. Na zmiany zachodzące na rynku mediów dodatkowo nałożyły się skutki recesji na rynku reklamy, powodującej spadek przychodów reklamowych we wszystkich mediach poza internetem.

Rok 2009 był okresem realizacji najintensywniejszego etapu planu poprawy efektywności operacyjnej w Grupie Agory. Dzięki jego skutecznej realizacji, pomimo kryzysu na rynku reklamy, Grupa zwiększyła zysk netto do poziomu 38,3 mln zł i poprawiła rentowność, zwiększając marżę EBITDA operacyjna do 13%.

Ze względu na trudną sytuację rynkową, szczególnie w branżach kluczowych dla działalności Grupy, jej przychody ze sprzedaży spadły o 13% i wyniosły 1,1 mld zł, z czego 66% pochodziło ze sprzedaży reklam. Grupie udało się wygenerować wysokie przepływy gotówkowe, a środki pieniężne w posiadaniu Grupy na koniec 2009 r. wyniosły 278,7 mln zł (w tym gotówka i jej ekwiwalenty w wysokości 124,2 mln zł oraz 154,5 mln zł zainwestowane w bezpieczne krótkoterminowe papiery wartościowe). Natomiast zadłużenie kredytowe Grupy na koniec grudnia 2009 r. wyniosło 94,8 mln zł. Przegląd procesów biznesowych pozwolił na ograniczenie kosztów operacyjnych w całej Grupie o 14,3%. Przyczyniło się do tego głównie ograniczenie kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników o 10,2% oraz wydatków na reprezentację i reklamę - o 31,2%.

Rok 2009 przyniósł istotne zmiany na rynku dzienników. Wydawca "Polska the Times" podjął decyzję o zamknięciu 9 z 18 wydań lokalnych tytułu. Dodatkowo, we wrześniu 2009 r. jeden z tytułów zniknął z rynku wskutek połączenia "Gazety Prawnej" i "Dziennika Polska Europa Świat". Na rynku pojawił się nowy tytuł "Dziennik Gazeta Prawna", którego wydawca zrezygnował z wydań sobotnich.

Miniony rok przyniósł również podwyżki cen okładowych poszczególnych dzienników. "Gazeta Wyborcza" dzięki dwukrotnej podwyżce ceny okładowej w 2009 r. zwiększyła przychód na jeden sprzedany egzemplarz o 9,6% w stosunku do 2008. Gazeta pozostaje nie tylko najchętniej czytany dziennikiem opiniotwórczym, ale posiada też najwyższy udział w wydatkach reklamowych w dziennikach (38%).

"Metro" zwiększyło swój udział w wydatkach na reklamę w dziennikach do 4%. Zmiany redakcyjne i makiety sprawiły, że "Metro" stało się trzecim najpoczytniejszym dziennikiem w Polsce. Bogata i innowacyjna oferta reklamowa pozwala tytułowi lepiej pozyskiwać reklamodawców. Działania "Metra" zostały także wyróżnione przez tygodnik "Media&Marketing Polska" za niepowtarzalną jakość gazety, dynamiczny rozwój oferty sprzedażowej i społecznościowe działania w internecie.

W ubiegłym roku Grupa Agora dynamicznie rozwijała swoją działalność internetową. Serwisy Grupy Gazeta.pl awansowały na trzecią pozycję wśród ogólnoinformacyjnych portali w Polsce.

Oferowane internautom treści były wzbogacane zarówno poprzez oferowanie nowych serwisów jak i dynamiczny rozwój oferty audiowizualnej. Każdego miesiąca w serwisach Grupy pojawiało się około tysiąca nowych materiałów wideo.

W 2009 r. czasopisma wydawane przez Spółkę zdecydowanie poprawiły swoją rentowność, pomimo spadku przychodów wynikającego z recesji na rynku reklamy. Marża operacyjna EBITDA wzrosła do 19,6%. Kluczowe tytuły utrzymały pozycje w sprzedaży egzemplarzowej w swoich segmentach. Internetowe serwisy tytułów wydawanych przez Spółkę cieszyły się dużą popularnością wśród internautów, dlatego też Spółka kontynuowała intensywne prace nad poszerzaniem obecności kolejnych tytułów w internecie.

W 2009 r. grupa AMS umocniła swoją pozycję lidera w wydatkach na reklamę zewnętrzną powiększając swój udział do 27%. Przychody grupy AMS z reklamy spadały wolniej niż wartość wydatków na reklamę zewnętrzną dzięki atrakcyjnemu portfolio nośników w jej ofercie. Ponadto, udało się zoptymalizować portfel nośników oraz obniżyć jednostkowy koszt ich utrzymania.

Segment Radio utrzymał swój udział w wydatkach na reklamę radiową. Dynamicznie rozwijała się obecność radiowa w internecie. Platforma [Tuba.FM](#) oferowała swoim użytkownikom aż 31 muzycznych kanałów radiowych. Ponadto, w styczniu 2010 r., we współpracy z segmentem Internet powstał nowy portal informacyjny [Tokfm.pl](#). Dodatkowo, rozpoczęte zostały testy nowych kanałów dystrybucji.

Biorąc pod uwagę trudną sytuację rynkową w 2009 r. Rada Nadzorcza uważa, że Grupa Agory wyszła obronną ręką z tego trudnego okresu. Rada docenia skalę redukcji kosztów, jakie zostały wypracowane w ramach planu poprawy efektywności operacyjnej i elastyczność, z jaką Grupa Agora dostosowała się do zmiennych warunków na rynku reklamy. Rada uważa, że te działania przyniosą wymierne efekty w momencie odbicia na rynku reklamy.

2. Ocena kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem w Grupie Agora SA

Rada Nadzorcza wspólnie z Zarządem Spółki na bieżąco analizuje otoczenie rynkowe i czynniki ryzyka, na które narażona jest Grupa Agory.

Nowe projekty są analizowane i wyceniane. Grupa utrzymuje wysoką płynność i niskie zadłużenie, które pozwalają jej ograniczyć ryzyko finansowe. W przypadku zmian przepisów, Grupa odpowiednio dostosowuje do nich swoją działalność.

Obecnie w Grupie funkcjonuje system kontroli wewnętrznej i system zarządzania ryzykiem.

Główne elementy systemu kontroli wewnętrznej są składnikami procesów biznesowych Grupy i obejmują m.in.:

- procedury oraz regulaminy dotyczące m.in.: delegowania uprawnień i autoryzacji decyzji, oceny projektów biznesowych, rejestrowania i przetwarzania transakcji gospodarczych,
- procesy raportowania i kontroli transakcji oraz wyników poszczególnych obszarów działalności,
- kontrole w systemach informatycznych wspierające realizowanie procesów biznesowych oraz monitorujące działanie samych systemów.

Kadra zarządzająca realizuje poszczególne zadania wynikające z systemu kontroli wewnętrznej oraz stałego nadzoru nad jego efektywnością w ramach zarządzania poszczególnymi segmentami Grupy.

Ponadto, w Spółce funkcjonuje dział Audytu Wewnętrznego, którego zadaniem jest między innymi identyfikacja ryzyk z zakresu kontroli wewnętrznej i bezpieczeństwa oraz rekomendowanie Zarządowi działań zmierzających do ich ograniczenia. Dział ten wspomaga również kontrolę efektywności systemu poprzez systematyczne badania wybranych obszarów działalności, w celu eliminacji ewentualnych ryzyk.

Na system zarządzania ryzykiem składa się system kontroli wewnętrznej oraz stały i wielostopniowy nadzór Zarządu i kadry kierowniczej nad poszczególnymi segmentami biznesowymi. Ponadto, na bieżąco dokonywana jest ocena czynników ryzyka dla realizacji poszczególnych celów

biznesowych wynikających z przyjętej przez Zarząd strategii. W odpowiedzi na identyfikowane ryzyka, Zarząd oraz kadra kierownicza dokonują na bieżąco zmian w obowiązujących procedurach.

Na podstawie informacji przekazanych Radzie Nadzorczej oraz dyskusji z Zarządem i przedstawicielami działu Audytu Wewnętrznego Rada Nadzorcza uważa, że funkcjonujący system kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem sprawdził się w dotychczasowej działalności Spółki i Grupy.