RAPORT ROCZNY GRUPY KAPITAŁOWEJ TVN S.A.
ZA ROK FINANSOWY ZAKOŃCZONY 31 GRUDNIA 2008R.

Szanowni Akcjonariusze,

Przekazujemy Raport Roczny Grupy Kapitałowej TVN – wiodącej prywatnej grupy medialnej w Polsce – za 2008 rok.

Rok 2008 potwierdził naszą wiodącą pozycję na rynku telewizyjnym i internetowym w Polsce.

Rok 2008 był bez wątpienia okresem ważnych dokonań na polu programowym. Dzięki odpowiednio sprofilowanej ofercie programowej kanał TVN pokonał swoich rywali podczas dwóch najważniejszych sezonów – wiosennego i jesiennego. Nasze kanały TVN 24 i TVN oraz portal Onet.pl były w 2008 r. najbardziej opiniotwórczymi mediami w swoich kategoriach.

TVN był niekwestionowanym liderem rynku w grupie (16-49) oraz jedynym spośród dużych kanałów telewizyjnych w Polsce, który odnotował wzrost udziałów w najważniejszych kategoriach. W 2008 r. w komercyjnej grupie docelowej (16-49) zagregowany całodobowy udział w rynku wszystkich kanałów telewizyjnych Grupy TVN wzrósł do 22,9%, a w peak time udział ten wzrósł do 25,1%.

O tym, że nasze wysiłki zostały docenione świadczą nie tylko wyniki oglądalności. Głosując w plebiscycie *Telekamery 2009,* widzowie przyznali naszym gwiazdom i programom sześć z dziesięciu statuetek. *Telekamery 2009* przyznano programowi Mam Talent!, a także gwiazdom naszych seriali Marcie Żmudzie-Trzebiatowskiej i Tomaszowi Karolakowi. Osobowością w rozrywce uznano Szymona Majewskiego, a spośród dziennikarzy Telekamery otrzymali Justyna Pochanke i Bogdan Rymanowski. Bogdan Rymanowski został też uhonorowany najbardziej prestiżową nagrodą branży dziennikarskiej – tytułem Dziennikarza Roku 2008. W plebiscycie Grand Press 2008 tryumfowała również Beata Biel z redakcji Superwizjera TVN, która otrzymała nagrodę za najlepszy reportaż telewizyjny. Nominacje w tej kategorii zdobyły jeszcze trzy inne materiały redakcji Superwizjera TVN.

W 2008 roku pozycję lidera wśród wszystkich portali internetowych ugruntował Onet.pl. Był bezkonkurencyjny zarówno pod względem liczby użytkowników, łącznej liczby przeczytanych stron, jak i łącznego czasu spędzanego na portalu. Onet.pl był również niekwestionowanym liderem na rynku reklamy internetowej.

W 2008 r. Grupa Onet.pl była liderem nie tylko w kategorii portali. Wśród serwisów randkowych pozycję lidera umocnił wortal Sympatia.pl. Lokalizator internetowy Zumi.pl okazał się najlepszy w Polsce pod względem innowacyjności i jakości oferowanego produktu, wprowadzając jako pierwszy lokalizator w Polsce wideo wizytówki firm oraz wersję mobilną dla telefonów komórkowych. W 2008 r. Zumi.pl podwoił liczbę swoich użytkowników. Przychody osiągane przez Zumi.pl, obok reklamy graficznej stały się w 2008 r. jednym z najważniejszych czynników wzrostu przychodów Onetu. W 2008 r. Przejmując spółkę technologiczną SunWeb, Onet kontynuował strategię rozwoju w obszarze e-commerce. Zrealizowano ponad 20 nowych projektów internetowych, w tym m.in. strony Tygodnika Powszechnego, Onet Locals – TVN Warszawa, Euro i Pekin 2008 oraz wortal show-biznesowy Plejada.

Nowe przedsięwzięcia.

W marcu wystartował wortal Plejada.pl, który już po 7 miesiącach miał 2,2 miliona użytkowników, stając się najpopularniejszym serwisem show-biznesowym w Polsce. Plejada.pl jest pierwszym na polskim rynku projektem, dostępnym od razu na trzech platformach - w internecie, w telefonach komórkowych (wersja „lajt") oraz na platformie „n".

W czerwcu kupiliśmy 25% plus 1 akcję ITI Neovision – operatora platformy cyfrowej „n" i Telewizji na Kartę. Objęcie tych udziałów jest dla nas strategicznym krokiem w kierunku dystrybucji płatnej telewizji. Z entuzjazmem obserwujemy potencjał wynikający z konwergencji płatnej i ogólnodostępnej telewizji, która – poprzez powiększanie i rozwijanie naszego portfolio kanałów tematycznych – umożliwia nam skuteczną obronę przed postępującą fragmentacją widowni. Inwestycja w atrakcyjny rynek płatnej telewizji w Polsce oznacza również dla TVN dalszą dywersyfikację źródeł przychodów, a wraz z rozwojem platformy „n" – także możliwość zabezpieczenia przed zmianami koniunktury na rynku reklamowym. ITI Neovision to najdynamiczniej rosnący operator płatnej telewizji w Polsce, który na koniec roku 2008 miał już 600 tysięcy klientów.

W grudniu rozpoczęliśmy emisję TVN Warszawa, lokalnego kanału o Warszawie i jej mieszkańcach. Po raz kolejny nawiązujemy w ten sposób do doświadczeń i wzorców z najbardziej rozwiniętych rynków telewizyjnych świata.

Nasze starania zostały zauważone przez profesjonalistów.

W 2008 roku Grupa TVN została uznana za spółkę mediową o najlepszych relacjach inwestorskich w Europie. W rankingu sporządzonym przez Institutional Investor, wydawcę najbardziej opiniotwórczych magazynów biznesowych, Grupa TVN pokonała wszystkie wiodące europejskie koncerny telewizyjne.

Opinię tę podzielają również eksperci z polskiego rynku kapitałowego. W dorocznym rankingu Pulsu Biznesu, ponad 180 doradców inwestycyjnych, maklerów giełdowych i analityków rynku uznało Grupę TVN za spółkę o najlepszych relacjach z inwestorami.

W Badaniu Image Profile Telewizja TVN, pokonując setkę rywali, została uznana przez kadrę zarządzającą z ponad 500 przedsiębiorstw za markę o najlepszym wizerunku w Polsce. Wysokie, czwarte miejsce zajęła również Grupa Onet.

W 2008 r. Grupa TVN, podobnie jak w latach wcześniejszych, została też uznana za najcenniejszą firmę medialną w rankingu "100 najcenniejszych firm w Polsce", opracowanym przez tygodnik Newsweek Polska i firmę doradczą A.T. Kearney.

Gotowi do podjęcia wyzwania.

Gruntowny przegląd portfolio prowadzonych przez nas projektów, dokonany w 2008 r. oraz doskonałe wyniki operacyjne i finansowe odnotowane w tym okresie upoważniają mnie do stwierdzenia, że jesteśmy dobrze przygotowani do wyzwań, jakie bez wątpienia czekają nas w roku 2009. Globalny kryzys o bezprecedensowej skali będzie miał wpływ na polska gospodarkę i otoczenie naszej działalności. Będziemy funkcjonować w warunkach niższego wzrostu i dużej niepewności.

Dlatego priorytetem pozostanie dla nas wspieranie integracji wewnątrz Grupy, która umożliwi nam dalszą optymalizację kosztów i jeszcze lepszą ich kontrolę.

Naszym strategicznym celem w 2009 r. będzie umacnianie naszej przewagi nad konkurencją, zarówno w obszarze programowym (produkcja i nabywania praw), jak i poprzez efektywne wykorzystanie potencjału wynikającego z wieloplatformowego charakteru naszej Grupy, w tym potencjału posiadanych przez nas marek – TVN, Onet, platforma n. Pozycja lidera na rynku telewizyjnym i w Internecie oraz rozszerzenie działalności o płatną telewizję i telesprzedaż pozwala nam nawet w trudnych warunkach rynkowych myśleć o wzmacnianiu stabilności naszej Grupy w oparciu o dywersyfikację źródeł przychodów i o dalszym, zrównoważonym rozwoju.

Piotr Walter
Prezes Zarządu TVN S.A.

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI GRUPY KAPITAŁOWEJ TVN S.A.

ZA ROK FINANSOWY ZAKOŃCZONY 31 GRUDNIA 2008R.

SPIS TREŚCI

CZĘŚĆ I..... 4

PUNKT 1. INFORMACJE PODSTAWOWE..... 4
PUNKT 2. CHARAKTERYSTYKA GRUPY TVN.....17
Punkt 3. OMÓWIENIE WYNIKÓW OPERACYJNYCH I FINANSOWYCH ORAZ PERSPEKTYW ROZWOJU 55
PUNKT 4. ORGANY NADZORUJĄCE I ZARZĄDZAJĄCE, KIEROWNICTWO I PRACOWNICY 89
PUNKT 5. GŁÓWNI AKCJONARIUSZE I TRANSAKCJE Z PODMIOTAMI POWIĄZANYMI.....101
PUNKT 6. INFORMACJE FINANSOWE 107
PUNKT 7. OFERTA I NOTOWANIA.....109
PUNKT 8. INFORMACJE DODATKOWE 110

CZĘŚĆ II.....121

PUNKT 9. PODSTAWOWE USŁUGI KSIĘGOWE I WYNAGRODZENIE ZA TE USŁUGI.....121

CZĘŚĆ III.....122

Punkt 10. SPRAWOZDANIE FINANSOWE.....122

Wprowadzenie i definicje

TVN S.A. i jej spółki zależne w chwili obecnej są właścicielami oraz nadawcami trzynastu kanałów telewizyjnych: TVN, TVN 7, TVN 24, TVN Turbo, TVN Meteo, TVN Style, ITVN, TVN Lingua, Discovery Historia, Telezakupy Mango 24, NTL Radomsko, TVN CNBC Biznes i TVN Warszawa. Prócz dziesięcioletniej licencji na nadawanie naziemne kanału TVN, posiadamy także odrębne licencje na nadawanie wszystkich naszych kanałów drogą satelitarną i za pośrednictwem sieci kablowych. Dodatkowo posiadamy licencję na nadawanie naziemne w Radomsku i okolicach poprzez naszą spółkę zależną NTL Radomsko Sp. z o.o. Jesteśmy również właścicielem portalu Onet.pl, lidera na polskim rynku portali internetowych, oraz szeregu mniejszych wortali tematycznych. Posiadamy także i zarządzamy Zumi.pl, Plejada.pl oraz TVN24.pl. Posiadamy również mniejszościowy udział w platformie 'n', satelitarnej platformie cyfrowej nowej generacji oferującej usługę płatnej telewizji, posiadającej na dzień 31 grudnia 2008 roku na terenie Polski bazę 500,000 abonentów. Spółka zależna platformy 'n' oferuje usługę telewizyjną na zasadzie przedpłaty, pod marką *Telewizji na kartę*, (TNK) i do końca 2008 roku sprzedała 140,000 kart dostępowych TNK.

Siedziba i główne biuro TVN S.A. mieści się przy ul. Wiertniczej 166, 02-952 Warszawa, Polska.

Poniższy raport został przygotowany zgodnie z Sekcją 4,16 Umowy Obligacji z dnia 2 grudnia 2003 r. związaną z naszymi Obligacjami lub określaną dalej „Umową Obligacji", zgodnie z Rozporządzeniem Ministra Finansów w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz z Ustawą o rachunkowości.

W niniejszym Sprawozdaniu słowa „my", „nas", „nasze", „Grupa TVN" i „Grupa" odnoszą się, zależnie od kontekstu, do TVN S.A. i jej spółek zależnych objętych konsolidacją; „Spółka" odnosi się do TVN S.A.; „Grupa Onet" odnosi się do Grupy Onet.pl S.A., właściciela portalu internetowego Onet.pl, lidera na polskim rynku portali internetowych, który nabyliśmy w lipcu 2006 r.; „gwaranci" odnosi się do Spółki , Grupy Onet i Mango Media razem, „gwarant" odnosi się do każdego z nich z osobna, „Mango Media" odnosi się do Mango Media Sp. z o.o. działającej na rynku telesprzedaży, którą nabyliśmy w maju 2007 r. „TVN" odnosi się do naszego bezpłatnego kanału nadawanego drogą naziemną; „TVN 7" oznacza nasz bezpłatny kanał rozpowszechniany drogą satelitarną i kablową; „TVN 24" oznacza kanał informacyjny TVN 24; „TVN Turbo" oznacza nasz kanał motoryzacyjny; „TVN Meteo" odnosi się do naszego kanału telewizyjnego poświęconego pogodzie; „TVN Style" odnosi się do naszego kanału tematycznego poświęconego zdrowiu i urodzie; „ITVN" odnosi się do naszego polskojęzycznego kanału skierowanego do widzów polskiego pochodzenia, mieszkających za granicą; „TVN Gra" odnosi się do naszego interaktywnego kanału telewizyjnego, którego działalność zakończyliśmy 30 maja 2008 roku; „TVN Lingua" odnosi się do naszego kanału edukacyjnego, uczącego języków obcych; „TVN Med" odnosi się do kanału edukacyjnego skierowanego do lekarzy, którego działalność zakończyliśmy 31 grudnia 2008 roku. „tvnmed.pl" to obecnie wortal edukacyjny skierowany do lekarzy i osób zainteresowanych tematyką medyczną; „Discovery Historia" odnosi się do kanału historycznego, który przygotowujemy we współpracy z Discovery Networks Poland; „Telezakupy Mango 24" odnosi się do naszego kanału poświęconego telesprzedaży; „NTL Radomsko" odnosi się do naszego kanału regionalnego, które kupiliśmy odpowiednio w 2007 i 2005 r.; „TVN CNBC Biznes" odnosi się do naszego kanału biznesowego, który nadajemy we współpracy z CNBC Europe; „TVN Warszawa" to nasz kanał skierowany do mieszkańców Warszawy uruchomiony w grudniu 2008 roku. „Onet.pl" odnosi się do portalu internetowego Onet.pl, lidera na polskim rynku portali internetowych, który nabyliśmy w 2006 r. „TVN24.pl" oznacza nasz wortal internetowy, który działa od marca 2007 roku „Zumi.pl" to, natomiast, internetowy katalog firm utworzony w kwietniu 2007 roku; „Plejada.pl" odnosi się do multimedialnego wortalu uruchomionego w marcu 2008 roku; „Platforma 'n'" i „n" to platforma cyfrowa nowej generacji uruchomiona w październiku 2006 roku, "TNK" odnosi się do *Telewizji na kartę*, usługi telewizyjnej dostępnej na zasadzie przedpłaty, posiadanej i obsługiwanej przez platformę 'n', uruchomionej w

październiku 2008 roku. „Obligacje Senior Notes" oznaczają obligacje oprocentowane 9,5%, wyemitowane przez TVN Finance Corporation plc. 2 grudnia 2003 r.; „TVN Finance" oznacza TVN Finance Corporation plc; „Obligacje PLN" odnoszą się do obligacji o całkowitej wartości nominalnej 500.000 zł., wyemitowanych przez TVN S.A. 23 czerwca 2008 roku; „Wielowalutowa umowa kredytowa" odnosi się do naszej wielowalutowej umowy kredytowej o wartości 200.000 zł zawartej z Bankiem Pekao S.A.; „Akcje" oznaczają nasze akcje zwykłe notowane na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.

Stwierdzenia odnoszące się do przyszłych oczekiwań

Niniejsze sprawozdanie zawiera stwierdzenia odnoszące się do przyszłych oczekiwań w brzmieniu określonym przez amerykańskie prawa federalne dotyczące papierów wartościowych, odnoszące się do naszej działalności, wyników finansowych i wyników operacyjnych. Wiele takich stwierdzeń zawiera się w określeniach takich jak „może", „będzie", „oczekiwać", „przewidywać", „uważać", „szacować" oraz podobnych, użytych w niniejszym Sprawozdaniu. Z natury stwierdzenia te podlegają wielu założeniom, ryzyku i niepewności. W związku z tym rzeczywiste wyniki mogą zasadniczo różnić się od tych, które wyrażono, lub których można oczekiwać na podstawie stwierdzeń odnoszących się do przyszłych oczekiwań. Zwracamy uwagę czytelników, aby zbytnio nie polegali na takich stwierdzeniach, gdyż są one aktualne jedynie w momencie sporządzania niniejszego Sprawozdania.

Powyższe zastrzeżenia należy uwzględnić w związku z wszelkimi dalszymi pisemnymi lub ustnymi stwierdzeniami odnoszącymi się do przyszłych oczekiwań, wydanymi przez nas lub przez osoby działające w naszym imieniu. Nie bierzemy na siebie żadnego zobowiązania do weryfikacji ani do potwierdzenia oczekiwań analityków lub danych szacunkowych, ani też do publicznego wydania jakichkolwiek korekt do tego typu stwierdzeń w celu odzwierciedlenia zdarzeń lub okoliczności zachodzących po dacie wydania niniejszego Sprawozdania.

W punkcie 1 „Informacje podstawowe – Czynniki ryzyka", punkcie 3 „Omówienie wyników operacyjnych i finansowych oraz perspektyw rozwoju", a także w innych miejscach niniejszego Sprawozdania przedstawiamy istotne czynniki ryzyka, które mogą spowodować, że nasze rzeczywiste wyniki będą w znacznym stopniu różnić się od naszych oczekiwań. Te zastrzeżenia dotyczą wszystkich stwierdzeń odnoszących się do przyszłych oczekiwań, wydanych przez nas lub przez osoby działające w naszym imieniu. Twierdząc, że zdarzenie, warunki lub okoliczności mogą lub będą mieć na nas niekorzystny wpływ, mamy na myśli ich wpływ na naszą działalność, sytuację finansową, wyniki działalności, a także zdolność dokonywania płatności z tytułu Obligacji.

Dane branżowe i rynkowe

W niniejszym Sprawozdaniu przedstawiamy informacje dotyczące naszej działalności, jak również rynków, na który działamy i na których działają nasi konkurenci. Informacje o rynku, jego wielkości, udziale w nim, naszej pozycji, wskaźnikach wzrostu, jak również inne dane branżowe dotyczące naszej działalności i rynku, obejmują dane i raporty opracowane przez różne strony trzecie, informacje uzyskane w wyniku rozmów z naszymi klientami i wartości oszacowane wewnętrznie. Dane rynkowe i branżowe dotyczące naszej działalności uzyskaliśmy od dostawców danych branżowych, w tym:

- AGB Nielsen Media Research Sp. z o.o. („AGB") – niezależne źródło danych o udziałach w rynku i danych branżowych polskiego sektora nadawców telewizyjnych. AGB jest głównym dostawcą danych telemetrycznych i danych o rynku reklamy w Polsce. AGB rejestruje i analizuje preferencje widowni przy pomocy telemetrów, czyli urządzeń elektronicznych podłączonych do odbiorników telewizyjnych, które rejestrują nawyki widzów. AGB monitoruje oglądalność kanałów na podstawie próby, którą uznaje się za reprezentatywną dla całej polskiej widowni telewizyjnej;

- Expert Monitor – polska spółka badawcza, która monitoruje i analizuje dane rynkowe dla telewizji, radia, reklamy drukowanej, reklamy zewnętrznej i reklamy internetowej;

- Zenith Optimedia – globalny dom mediowy, który prowadzi badania rynkowe obejmujące wszystkie formy mediów reklamowych;

- Starlink – dom mediowy, który monitoruje i analizuje dane rynkowe dotyczące wszystkich form mediów elektronicznych;

- MediaEdge CIA („MediaEdge") – dostawca danych szacunkowych na temat przychodów z reklam;

- Interactive Advertising Bureau Polska, lub IAB Polska, jest polskim oddziałem Interactive Advertising Bureau (IAB), organizacji zrzeszającej głównych graczy na rynku internetowym w Stanach Zjednoczonych, która pomaga swoim członkom i całemu przemysłowi poprzez ustanawianie standardów, przeprowadzanie badań i edukację;

- Badanie Megapanel PBI/Gemius, które jest głównym źródłem informacji dotyczących ruchu w Internecie, przeprowadzane przez Polskie Badania Internetu Sp. z o.o. (PBI), polską firmę istniejącą od stycznia 2004 r.;

- SMG/KRC Millward Brown Company lub SMG/KRC, jest polskim oddziałem Millward Brown, jednej z wiodących, globalnych firm badawczych. SMG/KRC prowadzi w Polsce badanie Net Track, które dostarcza informacje dotyczące polskich użytkowników Internetu;

- Główny Urząd Statystyczny lub GUS;

- World Advertising Research Center (WARC) – dostawca danych światowych dotyczących działań marketingowych, reklamy, mediów, pozyskiwanych z ponad 40 międzynarodowych źródeł.

Wierzymy, że publikacje, ankiety i prognozy branżowe są wiarygodne, ale nie dokonaliśmy ich niezależnej weryfikacji, i nie możemy gwarantować ich dokładności ani kompletności.

Poza tym, w wielu przypadkach w niniejszym Sprawozdaniu, zawarliśmy stwierdzenia dotyczące naszej branży i naszej pozycji na rynku oparte na własnym doświadczeniu i naszych badaniach warunków rynkowych. Nie możemy zapewnić, że przyjęte założenia prawidłowo odzwierciedlają naszą pozycję rynkową. Nasze badania wewnętrzne nie zostały zweryfikowane przez żadne niezależne źródła.

Prezentacja informacji finansowych

O ile nie stwierdzono inaczej, informacje finansowe zawarte w Sprawozdaniu zostały sporządzone zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej („MSSF") zatwierdzonymi przez Unię Europejską.

Wszystkie dane liczbowe zawarte w niniejszym dokumencie przedstawiono w tysiącach, o ile nie wskazano inaczej. W odniesieniu do niektórych informacji finansowych zawartych w niniejszym Sprawozdaniu wprowadzono korekty z tytułu zaokrągleń. W efekcie, niektóre liczby, wykazane sumarycznie w niniejszym Sprawozdaniu, mogą nie stanowić dokładnych sum arytmetycznych liczb wchodzących w ich skład.

CZĘŚĆ I

PUNKT 1. INFORMACJE PODSTAWOWE

Prezentacja pozycji walutowych i informacje o kursach wymiany

W niniejszym Sprawozdaniu: (i) „PLN", „zł" lub „złoty" dotyczy oficjalnej waluty Rzeczpospolitej Polskiej; (ii) „USD" lub „dolar" oznacza obowiązującą walutę Stanów Zjednoczonych Ameryki; oraz (iii) „EUR" lub „euro" oznacza wspólną walutę Państw Członkowskich uczestniczących w Trzecim Etapie Europejskiej Unii Gospodarczo-Walutowej Traktatu ustanawiającego Wspólnotę Europejską z późniejszymi zmianami. O ile nie wskazano inaczej, wszystkie wartości przedstawione w niniejszym raporcie wykazano w tysiącach.

Poniższa tabela przedstawia wybrane informacje dotyczące kursu średniego kupna/sprzedaży na podany okres, publikowanego przez Narodowy Bank Polski („NBP") dla złotego („obowiązujący kurs wymiany NBP"), wyrażonego w złotych za dolara i w złotych za euro. Poniższe kursy walutowe mogą różnić się od rzeczywistych kursów zastosowanych dla celów sporządzania naszego skonsolidowanego sprawozdania finansowego i innych informacji finansowych przedstawionych w niniejszym Sprawozdaniu. Prezentacja kursów wymiany nie miała sugerować, że kwoty w złotych faktycznie odzwierciedlają określone kwoty w dolarach lub euro ani że kwoty takie mogły być przeliczone na dolary lub euro, według określonej stawki.

Dla ułatwienia, niektóre kwoty przedstawione w złotych w załączonym sprawozdaniu finansowym na dzień 31 grudnia 2008 r. i za rok zakończony tą datą zostały przeliczone na euro według kursu 4,1724 zł za 1,00 euro, czyli według obowiązującego kursu wymiany NBP na dzień 31 grudnia 2008 r.

	Rok zakończony 31 grudnia				
Rok (złoty za 1,00 dolara)	**2004**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**
Kurs wymiany na koniec okresu	2,99	3,26	2,91	2,44	2,96
Średni kurs wymiany w ciągu okresu[(1)]	3,64	3,25	3,10	2,77	2,41
Najwyższy kurs wymiany w ciągu okresu	4,06	3,45	3,30	3,04	3,13
Najniższy kurs wymiany w ciągu okresu	2,97	2,91	2,86	2,43	2,02

[(1)] Średni kurs celny ogłoszony przez NBP ostatniego dnia roboczego każdego miesiąca w danym okresie.

Miesiąc (złoty za 1,00 dolara)	**Najwyższy kurs wymiany w ciągu miesiąca**	**Najniższy kurs wymiany w ciągu miesiąca**
styczeń 2008r.	2,53	2,41
luty 2008r.	2,50	2,32
marzec 2008 r.	2,33	2,23
kwiecień 2008 r.	2,24	2,13
maj 2008 r.	2,23	2,15
czerwiec 2008 r.	2,20	2,12
lipiec 2008 r.	2,13	2,02
sierpień 2008 r.	2,27	2,06
wrzesień 2008 r.	2,45	2,25
październik 2008 r.	3,13	2,39
listopad 2008 r.	3,08	2,73
grudzień 2008 r.	3,08	2,85
styczeń 2009 r.	3,46	2,88

	Rok zakończony 31 grudnia				
Rok (złoty za 1,00 euro)	**2004**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**
Kurs wymiany na koniec okresu	4,08	3,86	3,83	3,58	4,17
Średni kurs wymiany w ciągu okresu[(1)]	4,52	4,02	3,90	3,78	3,51
Najwyższy kurs wymiany w ciągu okresu	4,91	4,28	4,11	3,94	4,18
Najniższy kurs wymiany w ciągu okresu	4,05	3,82	3,76	3,57	3,20

(1) Średni kurs celny złotego do euro ogłoszony przez NBP ostatniego dnia roboczego każdego miesiąca w danym okresie.

Miesiąc (złoty za 1,00 euro)	**Najwyższy kurs wymiany w ciągu miesiąca**	**Najniższy kurs wymiany w ciągu miesiąca**
styczeń 2008r.	3,66	3,57
luty 2008r.	3,62	3,52
marzec 2008 r.	3,57	3,52
kwiecień 2008 r.	3,51	3,41
maj 2008 r.	3,45	3,38
czerwiec 2008 r.	3,39	3,35
lipiec 2008 r.	3,36	3,20
sierpień 2008 r.	3,35	3,21
wrzesień 2008 r.	3,47	3,28
październik 2008 r.	3,93	3,38
listopad 2008 r.	3,88	3,50
grudzień 2008 r.	4,18	3,83
styczeń 2009 r.	4,44	3,92

Wybrane dane finansowe

W tabeli poniżej przedstawiono wybrane historyczne dane finansowe za lata zakończone 31 grudnia 2008, 2007, 2006, 2005 i 2004, które należy analizować z uwzględnieniem punktu 3 - „Omówienie wyników operacyjnych i finansowych oraz perspektyw rozwoju" i skonsolidowanych sprawozdań finansowych (łącznie z notami), zawartych w punkcie 10 niniejszego sprawozdania. Dane finansowe zgodne z MSSF uzyskano ze zbadanych, skonsolidowanych sprawozdań finansowych. Dokonaliśmy zmiany klasyfikacji niektórych pozycji rachunku wyników i rachunku przepływów pieniężnych za lata zakończone 31 grudnia 2007, aby zapewnić ich porównywalność.

Dla ułatwienia, niektóre kwoty przedstawione w złotych za rok zakończony 31 grudnia 2008 r. zostały przeliczone na euro według kursu 4,1724 zł za 1,00 euro (obowiązujący kurs wymiany NBP złotego do euro na 31 grudnia 2008 r.). Takie przeliczenie nie miało sugerować, że kwoty w złotych faktycznie odzwierciedlają określone kwoty w euro ani że kwoty takie mogły być przeliczone na euro według wymienionej stawki, czy jakiejkolwiek innej stawki. Wszystkie kwoty w poniższej tabeli i przypisach wyrażono w tysiącach.

	Rok zakończony 31 grudnia,					
	2004	2005	2006	2007	2008	2008
(w tys.)			**PLN**			**EUR**
Skonsolidowany Rachunek zysków i strat						
Przychody ze sprzedaży	717.072	860.343	1.165.027	1.554.729	1.897.309	454.728
Zysk z działalności operacyjnej	178.140	255.427	348.515	482.012	631.875	151.442
Zysk brutto	240.381	263.620	334.297	297.232	447.552	107.265
Zysk wyłączając opcję wbudowaną	162.871	168.525	232.370	330.478	380.238	91.132
Zysk netto przypadający akcjonariuszom TVN SA	196.304	209.273	258.825	243.308	363.676	87.162
Skonsolidowany rachunek przepływów pieniężnych						
Wpływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	165.221	222.358	437.331	419.959	615.354	147.482
Wypływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(88.679)	(44.499)	(762.327)	(174.751)	(813.388)	(194.945)
(Wypływy)/wpływy pieniężne netto z działalności finansowej	(114.787)	(162.825)	348.832	(239.912)	271.513	65.074
(Zmniejszenie) /Zwiększenie stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	(38.245)	15.034	23.836	5.296	73.479	17.611
Średnia ważona liczba wyemitowanych akcji zwykłych (nie w tysiącach)	329.000.000	325.464.535	329.830.715	345.979.725	348.585.264	348.585.264
Średnia ważona liczba potencjalnych akcji zwykłych (nie w tysiącach)	329.000.000	325.464.535	334.936.631	352.494.544	353.066.178	353.066.178
Podstawowy zysk na jedną akcję (nie w tysiącach)	0,60	0,64	0,78	0,70	1,04	0,25
Skorygowany podstawowy zysk na jedną akcję (nie w tysiącach)	0,50	0,52	0,70	0,96	1,09	0,26
Rozwodniony zysk na jedną akcję(nie w tysiącach)	0,60	0,64	0,77	0,69	1,03	0,25
Dywidenda zapłacona lub deklarowana na jedną akcję (nie w tysiącach)	0,00	0,00	0,00	0,37	0,49	0,12
Skonsolidowane inne dane finansowe						
EBITDA*	211.662	294.042	399.956	554.102	711.378	170.496
Marża EBITDA	29,5%	34,2%	34,3%	35,6%	37,5%	37,5%
Marża operacyjna	24,8%	29,7%	29,9%	31,0%	33,3%	33,3%
Skonsolidowany bilans						
	Na dzień 31 grudnia 2004 PLN	**Na dzień 31 grudnia 2005 PLN**	**Na dzień 31 grudnia 2006 PLN**	**Na dzień 31 grudnia 2007 PLN**	**Na dzień 31 grudnia 2008 PLN**	**Na dzień 31 grudnia 2008 EUR**
Aktywa	1.389.314	1.441.365	2.578.658	2.744.925	3.753.174	899.524
Aktywa krótkoterminowe	392.860	496.710	592.100	645.446	1.201.394	287.938
Zobowiązania długoterminowe	914.077	888.793	1.026.596	967.064	1.637.872	392.549
Zobowiązania krótkoterminowe	170.982	155.897	314.897	348.100	468.348	112.249
Kapitał własny	304.255	396.675	1.237.165	1.429.761	1.646.954	394.726
Kapitał zakładowy	65.800	63.970	68.702	69.455	69.903	16.754

** EBITDA definiujemy jako zysk/(stratę) określone zgodnie z MSSF, przed amortyzacją (z zastrzeżeniem licencji programowych), odpisami z tytułu utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych, przychodami/ (kosztami) finansowymi, netto (w tym przychodami i kosztami odsetkowymi oraz zyskami i stratami kursowymi), podatkiem dochodowym oraz udziałem w wyniku netto spółek stowarzyszonych. Różnice pomiędzy EBITDA a wykazanym zyskiem z działalności operacyjnej obejmują amortyzację i odpisy (oraz ich odwrócenie) z tytułu utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych, wykazane w tabeli powyżej. Jesteśmy przekonani, że EBITDA stanowi przydatny uzupełniający wskaźnik finansowy, odzwierciedlający płynność spółek mediowych. EBITDA nie jest wskaźnikiem według MSSF i nie należy uznawać go za alternatywę wskaźnika zysku/(straty) netto według MSSF, za wskaźnik wyników operacyjnych, wskaźnik przepływów pieniężnych z działalności operacyjnej zgodnie z MSSF czy wskaźnik płynności. Należy pamiętać, że EBITDA nie stanowi ujednoliconego ani ustandaryzowanego wskaźnika i w związku z tym jego wyliczenie może być różne w zależności od spółki, a nasza prezentacja i wyliczenie EBITDA może być odmienne niż zastosowane przez inne spółki.*

Czynniki ryzyka

Niniejszy rozdział opisuje główne rodzaje ryzyka i niepewności wpływające na nas i na naszą działalność. Poza opisanymi poniżej, istnieją inne rodzaje ryzyka i niepewności, które nas dotyczą. Poza tym, pewne rodzaje ryzyka i niepewności, mogą być nam obecnie nieznane lub możemy uznawać je za nieistotne. Wymienione ryzyka mogą mieć negatywny wpływ na naszą działalność, sytuację finansową, płynność i wyniki działalności operacyjnej..

Nasze wyniki operacyjne uzależnione są od ogólnej sytuacji gospodarczej

Wyniki naszej działalności w dużej mierze zależą od przychodów uzyskiwanych z emisji reklam, a popyt na reklamę zależy od ogólnej sytuacji gospodarczej. Niesprzyjające warunki ekonomiczne, a w szczególności pogorszenie się sytuacji gospodarczej Polski, mogą mieć niekorzystny wpływ na polską branżę reklamową, a w konsekwencji na nasze wyniki. Ograniczenie działalności przez klientów zlecających nam emisję reklam może mieć negatywny wpływ na nasze przychody i wyniki z działalności operacyjnej w przyszłości. Co więcej, w czasie poprzednich okresów pogorszenia sytuacji gospodarczej siła rynkowa reklamodawców w stosunku do nadawców reklam wzrosła, co negatywnie wpłynęło na ceny i marże nadawców telewizyjnych. W ostatnich latach gospodarka polska rozwijała się w dobrym tempie mierzonym wzrostem PKB, ale nie ma pewności, że tendencja ta się utrzyma. Nie wiadomo również, czy poprawa sytuacji gospodarczej wpłynie na wzrost przychodów z emisji reklam. Nie możemy też przewidzieć prawdopodobieństwa utrzymania się wyżej opisanych trendów jak również nie możemy przewidzieć, jaki wpływ, jeśli jakikolwiek, będzie miał obecny globalny kryzys na Polską gospodarkę, rynek finansowy i nas. Dodatkowo akty terroryzmu, klęski żywiołowe, konflikty militarne lub niestabilność polityczna mogą powodować niepewność ekonomiczną, która to z kolei może negatywnie wpłynąć na nasze działania, sytuację finansową, wyniki oraz przepływy pieniężne.

Obserwowane pogorszenie sytuacji ekonomicznej może wpłynąć na nasze wyniki.

Globalna gospodarka zmaga się z największym kryzysem od czasu Drugiej Wojny Światowej. Sytuacja ekonomiczna pogarsza się, prognozy makroekonomiczne instytucji finansowych i organizacji międzynarodowych są konsekwentnie obniżane, co skutkuje znaczną niepewnością, co do skali oraz czasu trwania globalnej recesji.

Polska gospodarka, która naszym zdaniem, wykazuje niższy stopień braku równowagi niż większość krajów sąsiadujących, także została dotknięta globalnym kryzysem. Większość instytucji finansowych prognozujących rozwój polskiej gospodarki oczekuje kontynuacji wzrostu PKB. Równocześnie jednak, nie ma pewności, że taki wzrost będzie miał miejsce. Dodatkowo, znacząca fluktuacja kursów walut oraz mniejsza dostępność finansowania mogą mieć negatywny wpływ zarówno na klientów indywidualnych jak i firmy, obniżając poziom ich zaufania oraz pogarszając ich kondycję finansową. Wpływ, jaki ta sytuacja może mieć na poziom wzrostu polskiej gospodarki jest niepewny. Wolne tempo wzrostu lub jego spadek mogą mieć negatywny wpływ na rynek reklamy i konsekwentnie na naszą zyskowność.

Jesteśmy podatni na ryzyko wzrostu konkurencji w kontekście spędzania czasu wolnego i dostępnej rozrywki dla naszej widowni, która wzrasta na skutek postępu technologicznego

Oprócz różnych czynników konkurencyjności, omawianych w kolejnych punktach, nasza działalność biznesowa uzależniona jest od rosnącej konkurencji w kontekście spędzania czasu wolnego i dostępnej rozrywki dla widowni. Firmy wchodzące w skład Grupy konkurują ze sobą i wszystkimi innymi źródłami informacji i rozrywki, włączając w to filmy, imprezy na żywo, transmisje radiowe, produkty wideo do użytku domowego i prasę. Postęp technologiczny, dzięki któremu dostępne są wideo na żądanie, nowe formaty wideo, czy możliwości pozyskiwania materiałów przez Internet, wpłynęło na zwiększenie liczby mediów i różnorodność rozrywki

dostępnej dla konsumentów oraz zintensyfikowało wyzwania wynikające z rosnącej fragmentacji widowni. Poszerzająca się rynkowa oferta może mieć negatywny wpływ nie tylko na popyt konsumentów na nasze produkty i usługi, ale również na popyt na reklamy w Grupie. Jeśli nie zareagujemy we właściwy sposób na dalszy wzrost różnorodności metod spędzania czasu wolnego przez widzów, może to mieć negatywny wpływ zarówno na naszą pozycję konkurencyjną, jak i nasze przychody.

Porażka w zarządzaniu wzrostem i dywersyfikacją naszej działalności może przynieść negatywne efekty

Kontynuujemy proces wzrostu i dywersyfikacji naszej działalności. W rezultacie, musimy rozwijać i dostosowywać naszą infrastrukturę oraz, w pewnych obszarach, zwiększać liczbę naszego personelu. Naszą działalność w znacznym stopniu opieramy na narzędziach informatycznych (IT), zarówno na poziomie transakcyjnym jak i raportowym. Wskutek dynamicznego rozwoju naszej oferty, jesteśmy zmuszeni dokonywać ciągłych usprawnień posiadanych przez nas rozwiązań IT. Usprawnienia te wymagają z dedykowania znaczących ilości zasobów i odznaczają się dużym poziomem skomplikowania. Stąd też konieczna jest rozsądna polityka zarządzania zasobami, stosownie do poziomu skomplikowania usprawnienia i wymaganego poziomu nakładów. Jeśli nie będziemy w stanie dostosować systemów do naszego wzrostu, w odpowiednim czasie, może to mieć negatywny wpływ na naszą działalność.

Ponadto w ostatnim okresie znacząco wzrosła liczba naszego personelu, i w dalszym ciągu zamierzamy zwiększać tę liczbę w wybranych obszarach naszej działalności. Wzrost ten wymaga czasu i zaangażowania od naszego kierownictwa wyższego szczebla. Jeśli nie będziemy w stanie skutecznie zarządzać dużą i zróżnicowaną geograficznie grupą pracowników lub nie będziemy przewidywać wzrostu i potrzeb personelu, może to również mieć negatywny wpływ na naszą działalność.

Nasz sukces zależy od umiejętności pozyskiwania i utrzymania kluczowych pracowników

Nasz sukces w dużym stopniu zależy od zaangażowania i umiejętności kluczowych pracowników, a także od naszej zdolności do pozyskania i zatrzymania takich osób. Nasza kadra zarządzająca ma znaczące doświadczenie w polskiej branży nadawców telewizyjnych i w istotnym stopniu przyczyniła się do naszego rozwoju i sukcesu. Utrata którejkolwiek z tych osób może mieć istotny negatywny wpływ na naszą działalność. Chociaż do tej pory udawało się nam zatrudniać właściwych pracowników, obecnie obserwuje się silną konkurencję o wysoko wykwalifikowany personel. W związku z tym nie ma pewności, czy będziemy nadal w stanie skutecznie pozyskiwać i zatrzymać wysoko wykwalifikowanych pracowników.

Jesteśmy podatni na ryzyko związane ze zmianą kursów walutowych

Wahania kursów walut wpływają i będą wpływać na istotną część naszych kosztów operacyjnych i nakładów inwestycyjnych. Duża część naszych zobowiązań i kosztów oraz część aktywów wyrażana jest w walutach obcych, głównie w euro i w dolarach. Ponieważ przeważająca część naszych przychodów generowana jest w złotych, jesteśmy narażeni na ryzyko walutowe w związku z obecnym lub przyszłym zadłużeniem oraz zobowiązaniami wyrażonymi w walutach obcych. Osłabienie kursu złotego w stosunku do walut, w których musimy dokonywać płatności, spowoduje wzrost udziału procentowego kosztów operacyjnych i finansowych oraz nakładów inwestycyjnych w przychodach ze sprzedaży netto. Podczas gdy możemy dążyć do zabezpieczenia naszej ekspozycji walutowej, zakupienie odpowiednich instrumentów zabezpieczających lub zawarcie ich przy zachowaniu efektywnej kosztowo stawki może być niemożliwe. Oceniamy, iż 15% osłabienie kursu złotego względem euro i względem dolara, bez uwzględniania zawartych transakcji zabezpieczających spowodowałoby

pogorszenie naszego wyniku finansowego brutto za okres dwunastu miesięcy zakończonych 31 grudnia 2008 r. o 92.702 zł w stosunku do faktycznie osiągniętego wyniku.

W związku z wysokim zadłużeniem, możemy nie być w stanie realizować nowych inwestycji lub wykorzystywać pojawiające się szanse

Zobowiązania oprocentowane stanowią ważny składnik naszego finansowania. Na 31 grudnia 2008 r. nasze łączne zadłużenie (wartość nominalna wraz z naliczonymi odsetkami) wyniosło 1.563.457 zł, podczas gdy koszt obsługi zadłużenia (wyłączając amortyzację kosztów emisji) za 12 miesięcy zakończonych 31 grudnia 2008 r. był równy 106.296 zł. Wskaźnik zadłużenie do EBITDA na 31 grudnia 2008 r. wyniósł 1,5x. Poziom naszego zadłużenia może ograniczyć zdolność do zaciągania nowego zadłużenia na bardziej korzystnych warunkach oraz naszą zdolność do finansowania potencjalnych przejęć lub projektów inwestycyjnych, co mogłoby mieć niekorzystny wpływ na naszą płynność, działalność i sytuację finansową.

Nasza elastyczność komercyjna i finansowa jest również ograniczona zobowiązaniami dotyczącymi Obligacjami *Senior Notes*, *Obligacjami PLN* oraz naszego zadłużenia uprzywilejowanego wynikającego z umowy linii kredytowej podpisanej z Bankiem Pekao S.A. Zarówno umowa linii kredytowej, jak i Obligacji podlegają standardowym warunkom ograniczającym wykorzystanie przez nas posiadanych środków.

Każde naruszenie ograniczeń wynikających z umowy linii kredytowej lub warunków związanych z Obligacjami może spowodować konieczność wcześniejszej spłaty kredytu bankowego lub wezwanie do przedterminowego wykupu Obligacji. Przedterminowa spłata kredytu lub Obligacji może mieć istotny negatywny wpływ na naszą możliwość obsługi pozostałych zobowiązań, a w konsekwencji doprowadzić do naszej niewypłacalności.

Nabycie mniejszościowego pakietu udziałów w platformie cyfrowej 'n' stanowi ryzyko dla naszej działalności

W czerwcu 2008 r. zakończyliśmy transakcję nabycia od naszego pośredniego udziałowca, ITI Media Group N.V., mniejszościowego pakietu akcji w spółce Neovision Holding B.V., właściciela spółki ITI Neovision Sp. z o.o., „ITI Neovision", posiadającej i będącej operatorem polskiej telewizyjnej platformy cyfrowej „n". ITI Neovision Sp. z o.o. obecnie przynosi straty i może je przynosić także jeszcze przez znaczący okres ,wymagając tym samym wsparcia finansowego w tym czasie. Możemy wesprzeć finansowo ITI Neovision Sp. z o.o. poprzez udzielenie jej pożyczki w przewidywanej przyszłości. Nie ma pewności, że ITI Neovision Sp. z o.o. z czasem stanie się jednostką zyskowną lub, że odzyskamy zainwestowane w formie pożyczek środki. Zobacz Punkt 5. „Główni akcjonariusze i transakcje z podmiotami powiązanymi".

Po upływie trzech lub czterech lat od momentu transakcji, mamy prawo do zakupu kolejnych 25 procent udziałów po cenie odpowiadającej ówczesnej wartości rynkowej. Nie ma pewności, że będziemy w stanie wykorzystać powyższe prawo, nie ma także pewności, że będziemy w stanie sprzedać obecnie posiadane udziały po cenie równej co najmniej 95.000 euro.

Inne przejęcia i inwestycje, które możemy poczynić w przyszłości mogą mieć wpływ na wyniki naszej działalności operacyjnej, mogą również wymagać nakładów finansowych oraz zaangażowania członków Zarządu.

Naszym zamiarem jest kontynuowanie działań związanych z nabywaniem nowych kanałów telewizyjnych oraz dalszymi inwestycjami w kanały tematyczne i inne przedsięwzięcia. Nie można jednak zagwarantować, iż działania takie będą zyskowne i nie przyczynią się do poniesienia znacznych strat w przyszłości. W szczególności integracja ze strukturami Grupy TVN może wymagać poniesienia znacznych kosztów i zaangażowania dodatkowych zasobów,

które w innym przypadku mogłyby być wykorzystane na nasz dalszy rozwój. W konsekwencji może to mieć negatywny wpływ na naszą bieżącą działalność operacyjną.

Utrata wartości marki i wartości firmy zaalokowanych do segmentu online mogą negatywnie wpłynąć na nasze wyniki

Klasyfikujemy markę Onet.pl jako wartość niematerialną z nieokreślonym okresem użytkowania i alokujemy markę oraz wartość firmy do ośrodka wypracowującego środki pieniężne: „nowe media". Corocznie testujemy ośrodek wypracowujący wartości pieniężne nowe media, włączając markę i wartość firmy, pod kątem utraty wartości. Wartość odzyskiwalna ośrodka wypracowującego wartości pieniężne jest ustalana na bazie wartości godziwej pomniejszonej o koszt sprzedaży ośrodka. Testujemy całą wartość bilansową ośrodka wypracowującego środki pieniężne i w przypadku utraty wartości odpisy aktualizujące są czynione w pierwszej kolejności w stosunku do wartości firmy. W przypadku całkowitego odpisu wartości firmy, kontynuujemy testowanie marki pod kątem utraty wartości i dalsze potencjalne odpisy są czynione względem marki i innych aktywów zaalokowanych do ośrodka wypracowującego środki pieniężne nowe media.

W teście utraty wartości wykonanym przez nas na dzień 31 grudnia 2008 r. w związku z brakiem aktywnego rynku wyceny podobnych ośrodków wypracowujących środki pieniężne, kalkulacja wartości godziwej pomniejszonej o koszt sprzedaży, została oparta na zdyskontowanych przepływach pieniężnych. Koszt sprzedaży został przyjęty jako 1% bieżącej wartości ośrodka wypracowującego środki pieniężne. Kalkulacja wartości godziwej wymaga użycia szacunków związanych z prognozowanymi przepływami pieniężnymi w oparciu o plany finansowe zatwierdzane przez zarząd obejmujące okres do roku 2013. Główne założenia zawarte w planach finansowych to roczne stopy wzrostu całego rynku reklamy w Polsce, które wzrastają od 0% w 2009 roku do 12,0% w 2013 roku, wzrost udziału rynku reklam internetowych w ogólnym rynku reklam w Polsce z 17,0% w roku 2009 do 34,1% w roku 2013 stabilny udział Onetu w rynku reklamy internetowej oraz stopa dyskonta w wysokości 12,2% w roku 2009 i w latach następnych.

W rocznym teście pod kątem utraty wartości na dzień 31 grudnia 2008 r. przepływy pieniężne wykraczające poza okres planów finansowych były ekstrapolowane przy zastosowaniu szacunkowej stopy wzrostu 18% w roku 2014 i obniżającej się do 6% w roku 2021 i 4% w latach następnych. Uważamy, że główne założenia zawarte w testowaniu utraty wartości ośrodka wypracowującego środki pieniężne nowe media na dzień 31 grudnia 2008 r. są uzasadnione i uwzględniają zasadę ostrożności. Gdyby jednak któreś z głównych założeń użytych w szacunku utraty wartości niekorzystnie się zmieniło, rozpoznalibyśmy utratę wartości. Rozpoznalibyśmy utratę wartości przy następujących zmianach głównych założeń:

	Niekorzystna zmiana o:
Roczny wzrost rynku reklamy w Polsce w latach 2009 – 2013*	40 p.b.
Udział rynku reklamy internetowej w całkowitym rynku reklamy w Polsce w latach 2009-2013*	70 p.b.
Udział Onet-u w rynku reklamy internetowej w latach 2009-2013*	30 p.b.
Stopa dyskonta*	60 p.b.
Krańcowa stopa wzrostu*	160 p.b.

** Przy pozostałych parametrach bez zmian*

Na dzień 31 grudnia 2008 r., wartość godziwa ośrodka wypracowującego środki pieniężne on-line pomniejszona o koszt sprzedaży przekroczyła wartość bilansową zaalokowaną do ośrodka o 144.000 zł.

Interesy naszego głównego akcjonariusza mogą stać w sprzeczności z interesami posiadaczy Obligacji i innych akcjonariuszy mniejszościowych

ITI Holdings S.A. lub „ITI Holdings" pośrednio lub bezpośrednio jest w posiadaniu 61,05% naszych akcji i ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy. Poza tym, kilku członków naszej Rady Nadzorczej – Aldona Wejchert, Romano Fanconi, Bruno Valsangiacomo, Wojciech Kostrzewa i Paweł Kosmala - pełni jednocześnie funkcje kierownicze w ITI Holdings lub spółkach bezpośrednio lub pośrednio kontrolowanych przez ITI Holdings. W efekcie, ITI Holdings i wymienione osoby – ze względu na posiadane akcje lub stanowisko sprawowane w naszej Radzie Nadzorczej – mogą bezpośrednio lub pośrednio mieć uprawnienia umożliwiające im wpływanie na naszą strukturę prawną i kapitałową, jak również zdolność do mianowania i zmiany kierownictwa, i zatwierdzania innych zmian w naszej działalności. Ich interesy w pewnych okolicznościach mogą być sprzeczne z interesami posiadaczy Obligacji i akcjonariuszy mniejszościowych. Patrz punkt 5. „Główni akcjonariusze i transakcje z podmiotami powiązanymi".

Nasza działalność internetowa zależy od stałego rozwoju i utrzymania infrastruktury internetowej

Sukces i dostępność produktów i usług internetowych częściowo zależy od stałego rozwoju i jakości utrzymania infrastruktury internetowej, włączając w to protokoły, architekturę, sieć, pojemność i bezpieczeństwo danych. Spam, wirusy, i inne ataki mogą mieć wpływ nie tylko na szybkość, solidność i dostępność Internetu ale również na coraz bardziej pożądaną jego funkcję, jako ośrodka handlu, informacji i zaangażowania użytkowników. Jeśli Internet okaże się niezdolny, by sprostać nowym zagrożeniom i rosnącym wymaganiom stawianym przed nim, plany naszej działalności, kontakty z klientami i reklamodawcami, ruch na stronach internetowych i przychody mogą być zagrożone.

Przerwy, opóźnienia lub brak dostępu do naszych serwisów mogą negatywnie wpłynąć na naszą markę i wyniki operacyjne

Nasza działalność jest podatna na pożary, powodzie, przerwy w dostawie prądu, problemy telekomunikacyjne, ataki terrorystyczne i inne podobne wydarzenia. Pomimo wprowadzenia przez nas różnych zabezpieczeń sieci, nasze usługi są wrażliwe na różne wirusy komputerowe, fizyczne i elektroniczne włamania, sabotaż i podobne zakłócenia spowodowane nieupoważnionym dostępem do naszych systemów komputerowych. W przyszłości możemy ulec atakowi na nasze strony internetowe. Nie mamy wystarczającej pojemności stron dla wszystkich naszych usług i część naszych systemów nie jest w pełni uodporniona na takie zdarzenia. Niepowodzenie przy wprowadzaniu tych zmian w odpowiednim czasie może skutkować opóźnieniami lub przerwami w dostępie do naszych usług, co z kolei może skutkować utratą użytkowników lub spadkiem wartości naszej marki i negatywnym wpływem na nasze wyniki operacyjne. Możemy nie być odpowiednio ubezpieczeni, aby skompensować powstałe w ten sposób straty.

Nasza działalność nadawcza uzależniona jest od szybkich zmian technologii

Branża nadawców telewizyjnych pozostaje pod dużym wpływem zmian technologii. Nie ma żadnej pewności, że wprowadzane przez nas technologie nie staną się przestarzałe. Wprowadzanie nowych technologii lub zmian w systemach nadawania sygnału telewizyjnego może spowodować konieczność dokonania inwestycji w celu ulepszenia lub wymiany istniejących systemów. Jeżeli nowe rozwiązania technologiczne w branży nadawców

telewizyjnych pojawią się wcześniej niż zakładamy, konieczne może być poniesienie znaczących nakładów inwestycyjnych lub zaangażowanie innych zasobów niezbędnych do wprowadzenia nowych technologii, przy czym możliwe jest, że koszty takie nie będą mogły być przeniesione na reklamodawców. Ponadto, branża nadawców telewizyjnych może potencjalnie spotkać się z dodatkową konkurencją ze strony cyfrowych nadawców naziemnych, co może spowodować konieczność poniesienia dodatkowych istotnych nakładów na rozwój i wdrożenie tej technologii. Wdrożenie technologii cyfrowej naziemnej transmisji sygnału telewizyjnego wymagać będzie znaczących inwestycji w celu rozbudowy infrastruktury nadawczej, jak również decyzji dotyczących podziału kosztów związanych z wyposażeniem widowni w odbiorniki sygnału cyfrowego, kosztów równoczesnego nadawania sygnału telewizyjnego w systemie analogowym i cyfrowym do czasu pełnego przejścia na transmisję cyfrową oraz przydziału częstotliwości i koncesji w ramach częstotliwości cyfrowych. Wprowadzenie technologii związanych z cyfrową telewizją naziemną lub innych nowych rozwiązań może zwiększyć presję konkurencyjną wobec nas. Sprostanie pojawiającej się konkurencji może wymagać od nas poniesienia dodatkowych nakładów na instalację, zastosowanie i obsługę nowych technologii. Jednocześnie, brak takich nakładów może spowodować spadek naszej konkurencyjności.

Nasze wyniki operacyjne uzależnione są od znaczenia telewizji i Internetu jako nośników reklamy

Większość naszych przychodów pochodzi z tytułu emisji reklam w kanałach telewizyjnych i Internecie dostępnych na terenie Polski. Za okres 12 miesięcy zakończonych 31 grudnia 2008 r. stanowiły one około 77,8% naszych łącznych przychodów. Na rynku reklamy nadawcy telewizyjni konkurują o wpływy z emisji reklam z innymi mediami, takimi jak gazety, czasopisma, radio, Internet i reklama zewnętrzna (bilbordy, logo i reklama umieszczana na środkach transportu). Zgodnie z danymi Starlink, wydatki netto na reklamę telewizyjną w Polsce w 2008 r. wyniosły około 49,1% łącznych wydatków netto na reklamę, natomiast wydatki netto na reklamę internetową Polsce w 2008 r. wyniosły około 10,3% (włączając reklamę graficzną i związaną z wyszukiwarkami) łącznych wydatków netto na reklamę. Nie ma jednak pewności, że rynek reklamy telewizyjnej i internetowej utrzyma swoją obecną pozycję na polskim rynku reklamy. Nie wiadomo również, czy w przyszłości nie nastąpią zmiany przepisów faworyzujące inne media lub innych nadawców telewizyjnych. Nasilająca się konkurencja pomiędzy mediami reklamowymi powstająca w wyniku rozwoju nowych form reklamy, mogłaby mieć niekorzystny wpływ na wielkość uzyskiwanych przez nas przychodów z emisji reklam a w następstwie na naszą działalność, sytuację finansową i wyniki działalności operacyjnej.

Ponadto, nasza zdolność do generowania przychodów z emisji reklam jest uzależniona w dużym stopniu od naszego zasięgu technicznego, cen czasu antenowego, oglądalności, zmian w preferencjach widowni, zmian pokoleniowych i innych zmian demograficznych w Polsce, rozwoju technologicznego w mediach, konkurencji ze strony innych mediów oraz cyklów i sezonowości na polskim rynku reklamy. Nie ma pewności, że będziemy w stanie właściwie reagować na powyższe zmiany. Zmniejszenie ogólnego zainteresowania telewizją lub Internetem, a w szczególności naszymi kanałami telewizyjnymi w związku ze wzrostem akceptacji innych form rozrywki lub zmniejszeniem zainteresowania telewizją, jako medium reklamowym, może mieć znaczny negatywny wpływ na naszą działalność, sytuację finansową, wyniki z działalności operacyjnej i przepływy pieniężne.

Podlegamy intensywnej konkurencji

Polski rynek nadawców telewizyjnych i rynek reklamy charakteryzują się wysokim stopniem konkurencji.

Konkurujemy pod względem zawartości programowej oraz oglądalności z innymi polskimi prywatnymi i publicznymi kanałami telewizyjnymi rozpowszechnianymi z nadajników naziemnych oraz dystrybuowanymi poprzez telewizje kablowe i satelitarne platformy cyfrowe.

Konkurujemy o wpływy z emisji reklam poprzez zasięg i popularność naszych kanałów, strukturę widowni oraz oferowane ceny czasu reklamowego.

Nasi konkurenci mogą dysponować szerszymi zasobami finansowymi i marketingowymi, a także posiadać inne zasoby, których my nie posiadamy. W związku z tym istnieje ryzyko, że w przyszłości podmioty te podejmą bardziej intensywne działania rozwojowe, przeprowadzą udane kampanie promocyjne swojej oferty programowej i zastosują bardziej agresywną politykę cenową, niekorzystną dla nas lub przygotują bardziej atrakcyjną ofertę skierowaną do obecnych i potencjalnych reklamodawców. Ponadto, aby bezpośrednio konkurować z nami o widownię i reklamodawców, inne kanały telewizyjne mogą zmienić swoją zawartość programową lub format. Wierzymy, że możemy obecnie skutecznie konkurować na rynku, ale nie można zapewnić, że będzie to możliwe w przyszłości. Poza tym, nie wiadomo, czy będziemy zdolni utrzymać lub dalej zwiększać swój obecny udział w rynku. Poza tym, siła rynkowa reklamodawców w relacji do nadawców reklam może wzrosnąć, co mogłoby mieć negatywny wpływ na ceny w branży i potencjalnie na nasze wyniki. Niemożność skutecznego konkurowania na rynku nadawców telewizyjnych, internetowych i rynku reklamy może mieć negatywny wpływ na naszą działalność, sytuację finansową, wyniki z działalności operacyjnej i przepływy pieniężne.

Rynek reklamy internetowej charakteryzuje się również wysokim stopniem konkurencji. Jest on bardzo atrakcyjny dla nowych graczy z powodu ciągle rosnącej liczby użytkowników, rosnącego zainteresowania ofertami oraz rosnącym zainteresowaniem reklamodawców właśnie tym rynkiem. Nowi globalni gracze, tacy jak Google, MSN albo Yahoo mogą mieć znacznie większe zasoby finansowe przeznaczone na budowę pozycji na rynku, niż te, którymi my dysponujemy. Polityka i zachowanie naszych obecnych i potencjalnych konkurentów w stosunku do cen i wprowadzania nowych ofert na rynku reklamy internetowej może doprowadzić do zmian naszych cen i oferowanych przez nas produktów, a to może negatywnie wpłynąć na nasze przychody.

Nasze koncesje mogą nie zostać przedłużone lub mogą zostać uchylone

Posiadamy koncesje na rozpowszechnianie kanału TVN w sposób naziemny i na rozpowszechnianie wszystkich naszych kanałów drogą satelitarną. Podobnie, jak wszystkie koncesje udzielane w Polsce, każda z tych koncesji została udzielona na czas określony. Koncesja udzielona TVN na rozpowszechnianie kanału telewizyjnego drogą naziemną wygasa w 2014 r., podczas gdy nasze pozostałe koncesje wygasną do 2018. Ustawa o Radiofonii i Telewizji, akty wykonawcze wydane na jej podstawie oraz stosowane orzecznictwo sądowe gwarantują koncesjonariuszom ponowne uzyskanie koncesji po upływie okresu, na który udzielono ich pierwotnie. Jednakże obowiązujące prawo nie jest całkiem jasne w tym temacie i nie możemy zapewnić, że licencje zostaną nam automatycznie przedłużone. W związku z tym, nie można zagwarantować, że ponownie uzyskamy posiadane przez nas koncesje na rozpowszechnianie kanału telewizyjnego po upływie okresu, na który zostały pierwotnie wydane. Nieprzedłużenie posiadanych koncesji może mieć istotny negatywny wpływ na naszą działalność, sytuację finansową, wyniki z działalności operacyjnej i przepływy pieniężne.

Ponadto, nie można zagwarantować, że nowe koncesje wydane zostaną na tych samych warunkach, i że w przyszłości nie zostaną wprowadzone dodatkowe ograniczenia lub warunki. Aby utrzymać nasze koncesje, podobnie jak inni nadawcy telewizyjni, jesteśmy zobowiązani do przestrzegania Ustawy o Radiofonii i Telewizji, przepisów wydanych przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji („KRRiT"), a także warunków naszych koncesji. Nasze koncesje zostałyby uchylone w przypadku stwierdzenia istotnego naruszenia Ustawy o Radiofonii i Telewizji lub ich warunków. Poza tym, w przypadku stwierdzenia, że sposób prowadzenia działalności w ramach koncesji narusza Ustawę o Radiofonii i Telewizji lub warunki koncesji, jeśli taka niezgodność nie zostanie wyeliminowana w ciągu wskazanego okresu, nasze koncesje zostaną uchylone. Uchylenie koncesji miałoby negatywny wpływ na naszą działalność, sytuację finansową, wyniki z działalności operacyjnej i przepływy pieniężne.

W postępowaniach o udzielenie koncesji na rozpowszechnianie kanałów telewizyjnych drogą naziemną i za pośrednictwem satelitów w Polsce konkurujemy z innymi nadawcami telewizyjnymi i potencjalnie z podmiotami, które dopiero wejdą na rynek, wśród których mogą znaleźć się więksi nadawcy, w szczególności pochodzący z państw członkowskich Unii Europejskiej.

Nasza działalność komercyjna uzależniona jest od ulegających zmianom przepisów oraz zależy od ograniczeń dotyczących struktury własnościowej polskich nadawców telewizyjnych

Przystąpienie Polski do Unii Europejskiej 1 maja 2004 r. spowodowało zmianę wielu ustaw krajowych i zmianę lub uchylenie wydanych na ich podstawie przepisów wykonawczych. Jednocześnie należało wdrożyć wiele dyrektyw obowiązujących w Unii Europejskiej lub dyrektywy te będą musiały być wdrożone w przyszłości. Wiele z powyższych zmian ustaw i przepisów może mieć negatywny wpływ na naszą działalność komercyjną i wiązać się z koniecznością poniesienia istotnych kosztów, w celu uzyskania zgodności z przepisami po zmianach.

Ustawa o Radiofonii i Telewizji wprowadza ograniczenia w zakresie nabywania i posiadania akcji i udziałów polskich podmiotów posiadających koncesje na rozpowszechnianie kanałów telewizyjnych przez osoby zagraniczne spoza Europejskiego Obszaru Gospodarczego. W ramach naszej koncesji, zmienionej 28 października 2004 r., otrzymaliśmy od KRRiT ogólną zgodę umożliwiającą nabycie naszych akcji przez osobę zagraniczną spoza Europejskiego Obszaru Gospodarczego. Osoba zagraniczna spoza Europejskiego Obszaru Gospodarczego nie może posiadać więcej niż 49% naszego kapitału akcyjnego lub 49% praw głosu na Walnym Zgromadzeniu. W przypadku nabycia ponad 49% naszego kapitału akcyjnego lub przejęcia kontroli nad więcej niż 49% praw głosu z akcji przez osobę zagraniczną spoza Europejskiego Obszaru Gospodarczego, moglibyśmy dopuścić się naruszenia Ustawy o Radiofonii i Telewizji, warunków ogólnej zgody otrzymanej od KRRiT i naszej koncesji. Naruszenie obowiązującego prawa i przepisów, w tym progów ustalonych w ogólnym zezwoleniu może spowodować utratę koncesji, co wywarłoby istotny negatywny wpływ na naszą działalność, sytuację finansową, wyniki z działalności operacyjnej i przepływy pieniężne.

Przejście na transmisję sygnału telewizyjnego w postaci sygnału cyfrowego może wymagać dodatkowych inwestycji i może przyczynić się do wzrostu konkurencji

Obecnie w Polsce planowana jest migracja z transmisji analogowego sygnału telewizyjnego na transmisję sygnału cyfrowego. Konkretny termin oraz plan wdrożenia powyższej zmiany nie są jeszcze pewne. Nie możemy przewidzieć, jaki efekt będzie miała ta migracja na naszą obecną działalność operacyjną lub możliwości pozyskania dodatkowych uprawnień lub licencji na nadawanie dla naszych dotychczasowych lub nowych kanałów, jeśli takie będą wymagane. Ponadto taka zmiany może wymagać dodatkowych inwestycji kapitałowych i zaangażowania istotnych zasobów dla wdrożenia transmisji sygnału w postaci cyfrowej oraz pozyskania alternatywnego systemu dystrybucji, takiego jak cyfrowa platforma (DTH). Wszystko to może wymagać pozyskania dodatkowych uprawnień lub może spowodować wzrost konkurencji na rynku dystrybutorów. Możemy nie posiadać dostępu do wystarczających zasobów w momencie, gdy taka inwestycja będzie wymagana.

Wpływ przepisów dotyczących rozpowszechniania kanałów telewizyjnych na treść naszych programów i reklam

Nasza działalność podlega przepisom uchwalonym zgodnie z Ustawą o Radiofonii i Telewizji, regulującym między innymi treść kanałów telewizyjnych, a także treść i czas reklam nadawanych na naszych kanałach telewizyjnych. W szczególności, postanowienia Ustawy o Radiofonii i Telewizji wymagają, aby określony procent nadawanych programów stanowiły programy wyprodukowane w języku polskim oraz programy europejskie. Nie można

zagwarantować, że przepisy prawa polskiego i obowiązujące zasady nie zostaną zaostrzone, w tym również w wyniku dalszych zmian mających na celu dostosowanie polskich rozwiązań prawnych do wymogów Unii Europejskiej. Zmiany ustaw, zasad, przepisów lub reguł mogą utrudnić uzyskanie zgodności i zmusić nas do poniesienia dodatkowych nakładów inwestycyjnych lub wprowadzenia innych zmian, które mogą niekorzystnie wpłynąć na naszą działalność, sytuację finansową, wyniki z działalności operacyjnej i przepływy pieniężne. Nasze koncesje zostałyby uchylone w przypadku stwierdzenia istotnego naruszenia Ustawy o Radiofonii i Telewizji lub warunków koncesji. Poza tym, w przypadku stwierdzenia, że sposób prowadzenia działalności w ramach koncesji narusza Ustawę o Radiofonii i Telewizji lub warunki koncesji, jeśli taka niezgodność nie zostanie wyeliminowana w ciągu wskazanego okresu, nasze koncesje zostaną uchylone. Uchylenie którejkolwiek z posiadanych koncesji może mieć istotny negatywny wpływ na naszą działalność, sytuację finansową, wyniki z działalności operacyjnej i przepływy pieniężne.

Koszty naszej produkcji lub zakupu mogą wzrosnąć albo możemy nie być w stanie wyprodukować lub zakupić zawartości programowej atrakcyjnej dla naszej widowni

Sukces komercyjny naszych kanałów telewizyjnych w dużej mierze zależy od możliwości opracowania, wyprodukowania lub zakupienia programów telewizyjnych odpowiadających gustom widowni, zapewniających wysoki udział w widowni i w konsekwencji generujących wysokie przychody z tytułu emisji reklam. Nie możemy zapewnić, że będziemy w stanie w dalszym ciągu produkować lub nabywać takie programy. W przypadku wzrostu konkurencji ze strony istniejących i nowych kanałów telewizyjnych nasze koszty pozyskania programów telewizyjnych mogą wzrosnąć. Silniejsza konkurencja może również spowodować wzrost kosztów nabycia zawartości programowej, atrakcyjnej dla naszych widzów, takiej jak filmy i popularne seriale telewizyjne. Ponadto, nasze koszty związane z lokalnymi programami telewizyjnymi mogą wzrosnąć związku z wprowadzeniem nowych ustaw i przepisów, które nałożą na nadawców telewizyjnych obowiązek zwiększenia liczby emitowanych programów produkcji krajowej. Taki wzrost może mieć istotny negatywny wpływ na naszą działalność, sytuację finansową, wyniki z działalności operacyjnej i przepływy pieniężne.

Ponieśliśmy znaczne koszty w celu dostarczenia usług dodatkowych, które mogą nie odnieść sukcesu w generowaniu znaczących przychodów

Oferujemy, opartą na opłatach, ofertę dodatkową do wielu naszych bezpłatnych usług internetowych, włączając w to e-mail, finanse, gry, muzykę, sport, video na żądanie (VoD) jak również zasobów Zumi.pl i Plejada.pl. Cykle rozwoju dla tych technologii są długie i wymagają poniesienia przez nas znacznych nakładów inwestycyjnych. Przestaliśmy już oferować pewne niedochodowe usługi dodatkowe. W trakcie tworzenia efektywnej metody osiągania przez nas przychodów z usług dodatkowych musimy kontynuować dostarczanie nowych usług, które są atrakcyjne dla naszych użytkowników. Ogólne warunki ekonomiczne mogą mieć wpływ na gotowość użytkowników do płacenia za takie usługi. Jeśli nie będziemy w stanie wygenerować z tych usług dochodów większych niż koszty ich dostarczania, może to mieć negatywny wpływ na nasze wyniki finansowe, wyniki operacyjne i przepływy pieniężne.

Istnieją ryzyka związane z inwestycjami na rynkach wschodzących, takich jak Polska

Od 1989 r. Polska podlega transformacji z kraju jednopartyjnego z gospodarką centralną w pluralistyczną demokrację z gospodarką wolnorynkową. Zmiany, które zaszły w czasie tej transformacji, obejmowały prywatyzację niektórych aktywów państwowych, wyeliminowanie kontroli kursów walut, modernizację polskiego systemu bankowego i utworzenie nowoczesnego rynku kapitałowego. Większość reform była korzystna dla spółek prywatnych, w tym nadawców telewizyjnych. Nie można mieć jednak pewności, że dalsze reformy gospodarcze w Polsce będą udane, uwzględniając również reformy wprowadzane w związku z przystąpieniem Polski do Unii Europejskiej w maju 2004 r. Wszelkie niepowodzenia bieżących reform polityczno-

gospodarczych w Polsce lub nieudana integracja systemu gospodarczego, prawnego i regulacyjnego Polski z Unią Europejską mogą mieć niekorzystny wpływ na naszą działalność.

Akcjonariusze mogą nie mieć możliwości podjęcia działań przeciwko nam lub naszemu kierownictwu i mogą nie mieć możliwości wykonania orzeczeń uzyskanych w związku z naruszeniem amerykańskich przepisów dotyczących papierów wartościowych

Jesteśmy publiczną spółką akcyjną utworzoną zgodnie z prawem polskim. Obligatariusze i akcjonariusze mniejszościowi w Polsce, Stanach Zjednoczonych i innych krajach mogą posiadać różne prawa. Wszyscy członkowie zarządu i kadry kierowniczej wyższego szczebla mieszkają poza Stanami Zjednoczonymi. W zasadzie wszystkie nasze aktywa i wszystkie aktywa naszych członków zarządu i kadry kierowniczej również znajdują się poza Stanami Zjednoczonymi. W efekcie, akcjonariusze mogą nie mieć możliwości skutecznego podjęcia działań w Stanach Zjednoczonych przeciwko nam lub wymienionym osobom lub wykonania orzeczenia wydanego przez sądy amerykańskie w oparciu o postanowienia o odpowiedzialności cywilnej zgodnie z amerykańskim prawem federalnym i stanowym dotyczącym papierów wartościowych.

PUNKT 2. CHARAKTERYSTYKA GRUPY TVN

Historia i rozwój Grupy TVN i informacje o działalności

Wprowadzenie

TVN S.A. powstała w 1995 r. jako spółka z ograniczoną odpowiedzialnością, TVN Sp. z o.o. Działalność nadawczą rozpoczęła w październiku 1997 r. W 2004 r., TVN Sp. z o.o. została przekształcona w spółkę akcyjną, TVN S.A. Spółka podlega postanowieniom polskiego Kodeksu spółek handlowych i jest wpisana do Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, pod numerem KRS 0000213007. Zakres działalności Spółki obejmuje realizację wszystkich działań związanych z sektorem telewizyjnym, zgodnie z § 5 Statutu.

Nasza siedziba i główne biuro mieści się przy ul. Wiertniczej 166, 02-952 Warszawa, Polska. Numer telefonu: +48 22 856 60 60.

Grupa TVN S.A. jest największą prywatną grupą medialną w Polsce. Obecnie nadajemy trzynaście należących do nas kanałów telewizyjnych: TVN, TVN 7, TVN 24, TVN Meteo, TVN Turbo, ITVN, TVN Style, TVN Lingua, Discovery Historia, Telezakupy Mango 24, NTL Radomsko, TVN CNBC Biznes oraz TVN Warszawa. TVN, nasz główny, ogólnodostępny kanał jest uznawany na polskim rynku za wiodącego nadawcę w zakresie niezależnych programów informacyjnych oraz rozrywkowych. TVN 7 jest dostępny drogą satelitarną i za pośrednictwem sieci kablowych. Oferta programowa TVN 7 stanowi uzupełnienie oferty programowej TVN. TVN 7 emituje filmy fabularne, seriale i w mniejszym stopniu teleturnieje. TVN 24 jest pierwszym całodobowym kanałem informacyjnym w Polsce. TVN CNBC Biznes to uruchomiony we współpracy z CNBC Europe kanał biznesowy. TVN Meteo jest pierwszym w kraju kanałem poświęconym w całości pogodzie, a TVN Turbo to kanał tematyczny skierowany do mężczyzn. TVN Style jest kanałem skierowany do kobiet, skupiającym się na tematyce zdrowia i urody. Discovery Historia to kanał historyczny uruchomiony we współpracy z Discovery Networks. TVN Lingua jest kanałem edukacyjnym uczącym języków obcych. Telezakupy Mango 24 to jedyny całodobowy kanał poświęcony telesprzedaży w Polsce. ITVN to kanał skierowany do Polaków mieszkających za granicą. Kanał dostępny jest w Europie, Stanach Zjednoczonych i Australii. NTL jest lokalnym kanałem telewizyjnym adresowanym do mieszkańców Radomska i okolic. TVN Warszawa to kanał skierowany do mieszkańców Warszawy. Nasze kanały telewizyjne wzajemnie zwiększają swoją efektywność operacyjną poprzez dzielenie się treściami programowymi, infrastrukturą i know-how. Jesteśmy także właścicielem wiodącego polskiego portalu internetowego Onet.pl, posiadającego szereg serwisów tematycznych m.in.: informacje, sport, muzyka. W marcu 2007 roku uruchomiliśmy tvn24.pl, pierwszy informacyjny wortal w Polsce, który w swoich publikacjach łączy informacje tekstowe, głosowe, jak i video. W 2007 r. uruchomiliśmy wyszukiwarkę tele-adresową – Zumi.pl. Grupa Onet jest także właścicielem największego polskiego portalu randkowego Sympatia.pl, jak również największego serwisu typu blog – blog.onet.pl. W marcu 2008 roku uruchomiliśmy informacyjno-rozrywkowy portal poświęcony gwiazdom show-biznesu - plejada.pl. Uruchomiliśmy także tvnmed.pl – internetową platformę edukacyjną skierowaną do polskich lekarzy. Posiadamy mniejszościowy udział w utworzonej w październiku 2006 roku platformie cyfrowej ‘n’, oferującej dostęp do płatnej telewizji, która 31 grudnia 2008 roku posiadała bazę 500.000 abonentów (nie w tysiącach). Platforma ‘n’ jest właścicielem spółki, która w październiku 2008 r. uruchomiła TNK (*Telewizja na kartę*), usługę odbieraną przez 92.000 (nie w tysiącach) klientów według danych na 31 grudnia 2008 roku.

6 grudnia 2004 r. nasz akcjonariusz, N-Vision B.V. („N-Vision”), odsprzedał 79.561.010 akcji serii A (stanowiących około 24,2% łącznego wyemitowanego kapitału akcyjnego w obrocie) w ofercie publicznej w Polsce i w ofercie skierowanej do kwalifikowanych inwestorów instytucjonalnych poza Polską. 15 grudnia 2004 r. N-Vision zrealizował ofertę wymiany

dodatkowych akcji serii A w zamian za akcje ITI Holdings. W ramach wynagrodzenia wypłaconego w ofercie wymiany, N-Vision przekazał 8.632.071 akcji serii A Spółki znajdujących się w jego posiadaniu (stanowiących około 13,1% łącznego wyemitowanego kapitału akcyjnego w obrocie) na rzecz uczestniczących w ofercie akcjonariuszy ITI Holdings. Z dniem 7 grudnia 2004 r., akcje serii A, w tym akcje sprzedane we wtórnej ofercie i wymienione w ofercie wymiany, zostały dopuszczone do obrotu na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.

W październiku 2006 r. zakończyliśmy proces zakupu 100% udziałów w Grupie Onet, która jest właścicielem portalu internetowego Onet.pl, lidera na polskim rynku portali internetowych, za łączną kwotę 1.407.449 zł. Onet.pl został założony w 1996 r. i obecnie oferuje przeszło 300 serwisów tematycznych. Jego główne przychody pochodzą ze sprzedaży reklam internetowych natomiast pozostałe przychody pochodzą z opłat licencyjnych z dodatkowych usług oferowanych użytkownikom.

W dniu 23 maja 2007 r. nabyliśmy Mango Media, firmę działającą na rynku telesprzedaży za łączną kwotę 13.000 euro. Mango Media nadaje program telesprzedażowy - Telezakupy Mango 24.

W dniu 28 grudnia 2007 r. miała miejsce rejestracja połączenia spółki TVN S.A. z TVN Turbo Sp. z o.o. Połączenie nastąpiło przez przeniesienie całego majątku TVN Turbo (spółka przejmowana) na TVN S.A. (spółka przejmująca) zgodnie z art. 492 § 1 pkt. 1 Kodeksu spółek handlowych.

W dniu 25 czerwca 2008 roku nabyliśmy 25% udziałów plus jeden udział w spółce Neovision Holding B.V oraz proporcjonalnego udziału w należnościach z tytułu udzielonych pożyczek wewnątrzgrupowych, za całkowitą kwotę 95.000 euro. ITI Neovision zarządza platformą ‘n’, jedną z najnowocześniejszych platform cyfrowych, oferującą kanały w jakości HD oraz jako pierwsza w Polsce oferującą zaawansowane usługi takie jak PVR (możliwość zatrzymywania i przewijania właśnie oglądanego programu) lub VoD (wideo na żądanie).

W dniu 3 października 2008 roku spółka zależna ITI Neovision uruchomiła usługę dostępu do cyfrowej płatnej telewizji na zasadach przedpłaty - *Telewizja na kartę*. Telewizja ta jest skierowana przede wszystkim, ale nie jedynie, do odbiorców satelitarnej telewizji analogowej, a w swoim pakiecie oferuje 10 kanałów płatnych oraz setki darmowych. Tylko w ciągu trzech miesięcy zakończonych 31 grudnia 2008 r. sprzedano ponad 140,000 kart dostępowych TNK i dokonano ponad 92,000 aktywacji.

Wierzymy, że wyróżniamy się wśród innych nadawców telewizyjnych i portali internetowych w Polsce jakością i innowacyjnością oferty programowej. W ramach naszego głównego kanału, TVN, programy selekcjonowane są i planowane w taki sposób, aby przyciągnąć i utrzymać widownię docelową, czyli osoby w wieku 16-49 lat, mieszkające w miastach powyżej 100.000 mieszkańców, szczególnie w czasie najwyższej oglądalności (*peak time*), czyli od godziny 18:00 do godziny 23:00. Kanał TVN 7 uzupełnia ofertę programową TVN i umożliwia zaspokojenie potrzeb naszych reklamodawców, którym zależy na przekazywaniu treści reklamowych z określoną częstotliwością. Ponadto, w celu dostosowania się do specyficznych potrzeb komunikacyjnych naszych reklamodawców, rozpoczęliśmy nadawanie kanałów tematycznych, skierowanych do grup widowni docelowej, które wykazują zainteresowanie produktami oferowanymi przez danych reklamodawców. Według AGB, w roku 2008 wszystkie nasze kanały uzyskały całodobowy udział ogólnokrajowy na poziomie 22,0% a kanał TVN osiągnął udział w grupie docelowej w *peak-time* na poziomie 26,2%. Tak wysoki udział widowni docelowej zwiększa naszą atrakcyjność dla reklamodawców. Dane AGB wskazują również, że w 2008 r. osiągnęliśmy 28,7% udział w reklamie telewizyjnej w Polsce (*share of voice*). Ostatnie dostępne dane, według Megapanel PBI/Gemius (z listopada 2008 r.), szacują, że miesięczna całkowita liczba użytkowników portalu Onet.pl wyniosła w listopadzie 2008 r. 10,0 milionów (nie w tysiącach), podczas gdy średni czas spędzony w portalu, w przeliczeniu na użytkownika wyniósł w 2008 r. 381 minuty miesięcznie.

Umiejętność przekładania udziału widowni i odwiedzin na stronach na przychody z reklam w połączeniu ze ścisłą kontrolą kosztów zapewniła nam doskonałe wyniki finansowe. W okresie od 2001 r. do 2008 r. złożona roczna stopa wzrostu przychodów wyniosła 22,1%. W okresie 12 miesięcy zakończonych 31 grudnia 2008 r., osiągnęliśmy skonsolidowane przychody w wysokości 1.897.309 zł i EBITDA w wysokości 711.378 zł, przy marży EBITDA na poziomie 37,5%.

Informacje o branży

Segment nadawania i produkcji telewizyjnej

Polski rynek nadawców telewizyjnych

Polska to największy kraj pod względem liczby mieszkańców w Europie Środkowej (ponad 38 milionów). Według AGB w 2008 r. około 100% spośród 13,5 milionów gospodarstw domowych posiadało przynajmniej jeden odbiornik telewizyjny, a około 30.2% gospodarstw domowych miało więcej niż jeden odbiornik telewizyjny.

Polski rynek nadawców telewizyjnych tworzą nadawcy publiczni i prywatni nadawcy komercyjni, wśród których znajdują się liczni nadawcy o zasięgu regionalnym i ogólnokrajowym. Na 31 grudnia 2008 r., wskaźnik penetracji rynku telewizji kablowej w Polsce wyniósł 32%, a telewizji satelitarnej 35%. Szacujemy, iż około 13% łącznej liczby odbiorców telewizji satelitarnej i kablowej posiada dwa lub więcej odbiorników satelitarnych lub odbiornik satelitarny i dostęp do telewizji kablowych albo wykorzystuje odbiornik satelitarny poza granicami kraju. Uwzględniając to, szacujemy, iż 46% gospodarstw domowych odbiera jedynie naziemny sygnał telewizyjny. Widzowie odbierający sygnał drogą naziemną odbierają pięć a maksymalnie siedem kanałów polskojęzycznych, a widzowie korzystający z telewizji kablowej i sygnału satelitarnego mogą odbierać ponad 120 kanałów polskojęzycznych.

Telewizja w Polsce pojawiła się w latach 50, gdy nadawanie rozpoczęła publiczna Telewizja Polska S.A. powszechnie znana jako TVP. TVP nadaje dwa kanały ogólnopolskie – TVP1 i TVP2 oraz pięć kanałów tematycznych. TVP 1 i TVP 2 nadają w głównej mierze polskie programy rozrywkowe, filmy, seriale, programy sportowe, dokumentalne i informacyjne. TVP HD to polska stacja ogólnotematyczna uruchomiona w 2008 roku, nadawana w wysokiej rozdzielczości obrazu. TVP Info to kanał informacyjny uruchomiony w 2007 roku poświęcony informacjom z kraju i zagranicy. TVP Kultura uruchomiony został w 2005 roku i poświęcony jest tematyce kulturalnej. TVP Sport to kanał sportowy uruchomiony w 2006 roku. TVP Historia powstał w 2006 roku. To kanał historyczny, oparty przede wszystkim na produkcji własnych programów oraz zasobach archiwalnych TVP. Dodatkowo TVP nadaje również kanał TVP Polonia, zawierający głównie programy przeznaczone dla Polaków mieszkających w Stanach Zjednoczonych, Europie i Australii. Oferta programowa TVP Polonia składa się w głównej mierze z polskich filmów i seriali uzupełnianych programami sportowymi i informacyjnymi.

Do 1992 r. TVP była jedynym polskim nadawcą telewizyjnym. Od tego czasu, w wyniku otwarcia polskiego rynku telewizyjnego dla prywatnych nadawców komercyjnych, liczba kanałów telewizyjnych znacznie wzrosła. W chwili obecnej polski sektor nadawców telewizyjnych obejmuje czterech nadawców o zasięgu krajowym, wielu mniejszych nadawców regionalnych (regionalne kanały są dostępne na platformach satelitarnych i kablowych) oraz nadawców zagranicznych, którzy oferują kanały obcojęzyczne, głównie w języku niemieckim i angielskim. TVP osiąga około 24,0% (w 2007 roku) swoich przychodów z opłat abonamentowych pobieranych od wszystkich gospodarstw domowych posiadających odbiornik telewizyjny oraz pozostałymi pochodzącymi z reklam. Głównym źródłem finansowania pozostałych kanałów telewizyjnych są reklamy, a także opłaty za transmisję drogą kablową i satelitarną.

Według danych AGB NMR oglądanie telewizji jest popularnym sposobem spędzania wolnego czasu w Polsce, a w 2008 r. przeciętny widz oglądał telewizję przez około 232 minut dziennie. W tabeli poniżej przedstawiono średni dzienny czas oglądania telewizji (w minutach) w Polsce w porównaniu do pięciu krajów Europy Zachodniej w 2005/2006 r.

Kraj	Średni czas w minutach
Włochy	267
Polska	240
Niemcy	226
Hiszpania	217
Francja	215
Czechy	206

Źródło: MediaEdge, Europe Marketing i Media Pocket Book 2007, dane za 2005/2006 r. (najnowsze dostępne dane)

Polski rynek reklamowy

Nie licząc Rosji i Ukrainy, Polska to największy rynek reklamowy w Europie Środkowej i Wschodniej. W 2008 r. łączne wydatki netto na reklamę w Polsce wyniosły około 7,752 miliarda zł. Według danych Starlink opracowanych przez Starlink łączne wydatki netto na reklamę dla wszystkich polskich mediów wzrosły w 2008 r. o 12,2%.

Zgodnie z danymi Starlink reklama telewizyjna pozostaje dominującym medium w Polsce i w ciągu 12 miesięcy zakończonych 31 grudnia 2008 r. około 49,1% łącznych wydatków netto na reklamę dotyczyło tego medium. Rynek reklamy telewizyjnej stanowił około 48,8% łącznych wydatków netto na reklamę w 2007 r. W 2008 r. wydatki na reklamę telewizyjną netto wyniosły w Polsce około 3,8 miliarda zł i były o 14,5% wyższe niż w roku 2007.

W tabeli poniżej przedstawiono procentowe udziały różnych mediów reklamowych w wydatkach netto na reklamę.

	Rok	
Media	**2007**	**2008**
Telewizja	48,8	49,3
Czasopisma	12,6	11,7
Gazety	11,4	10,3
Radio	8,3	8,1
Reklama zewnętrzna	9,1	9,1
Internet (włączając reklamę graficzna i wyszukiwarki)	8,6	10,4
Kino	1,2	1,2
Razem	100.0	100.0

Źródło: Starlink. Opracowując powyższe dane, Starlink wprowadził pewne korekty z tytułu zaokrągleń. W efekcie tego przedstawione powyżej wartości sumaryczne mogą nie stanowić dokładnych sum liczb składowych.

Wydatki netto na reklamę telewizyjną wylicza się w oparciu o oferowane przez nadawców telewizyjnych i agencje reklamowe ceny netto czasu antenowego przeznaczonego na emisję reklam, po uwzględnieniu rabatów i upustów. Łączna kwota tych rabatów i upustów nie jest ujawniana, ale szacujemy, że w 2008 r. wydatki netto na reklamę telewizyjną wynosiły około 65% wykazywanych wydatków brutto. Patrz: „Perspektywy rynku reklamy telewizyjnej w Polsce".

Jak wynika z naszego doświadczenia, grupa docelowa preferowana przez reklamodawców w Polsce obejmuje widzów w wieku 16-49 lat, mieszkających w miastach powyżej 100.000 mieszkańców. Uznaje się, że widzowie tacy osiągają dochody i wykazują siłę nabywczą powyżej średniej. Poza tym, naszym zdaniem, na strukturę wydatków tej grupy widzów można łatwiej wpływać przy pomocy reklamy niż na widzów z innych grup.

Wydatki na reklamę telewizyjną w Polsce w *peak-time* (18.00-23.00) stanowią około 56,0% łącznych wydatków na reklamę telewizyjną (według AGB NMR). Naszym zdaniem, reklamodawcy preferują *peak-time*, ponieważ są przekonani, że w ten sposób dotrą do największej liczby widzów w wybranej grupie demograficznej.

Perspektywy rynku reklamy telewizyjnej w Polsce

Wierzymy, że mimo globalnego kryzysu ekonomicznego w długoterminowej perspektywie wydatki na reklamę w Polsce wzrosną w związku z poniższymi czynnikami:

- oczekiwany wzrost PKB w Polsce,
- ceny czasu antenowego (CPT) są wciąż 35%* niższe niż w Zachodniej Europie, reklamy zaś są tańsze niż w niektórych krajach Europy Wschodniej, takich jak Czechy czy Węgry,
- czas reklamowy jest wyprzedany,
- telewizja jest najskuteczniejszym medium biorąc pod uwagę cenę, zasięg oraz efektywność przekazu.

**Źródło: Dane dla EU-12 za 2007 r. WARC*

Nasze kanały telewizyjne

W październiku 1997 r. uruchomiliśmy nasz pierwszy ogólnodostępny kanał telewizyjny TVN, transmitowany na częstotliwościach naziemnych. W kwietniu 2004 r., otrzymaliśmy nową skonsolidowaną dziesięcioletnią koncesję na nadawanie kanału telewizyjnego TVN, która zastąpiła posiadane przez nas koncesje regionalne. Oferta programowa TVN była początkowo skupiona wokół programu informacyjnego - *Fakty* - który szybko zyskał znaczną oglądalność i okazał się tym programem TVN, który osiągnął wysokie notowania. Kanał TVN, jako pierwszy w Polsce wprowadził emisję programów interwencyjnych w czasie najwyższej oglądalności. W 1998 r. na antenie zagościło *Pod napięciem*, a w 2002 r. *Uwaga!.*

Inne istotne sukcesy kanału TVN obejmują emisję światowych formatów rozrywkowych, takich jak *Milionerzy, Big Brother*, *Niania*, *Taniec z gwiazdami*, *You Can Dance – Po Prostu Tańcz*, *Mam talent!* i lokalnie produkowane seriale takie jak *Na Wspólnej, Kryminalni*, *Twarzą w Twarz*, *39 i pół* oraz *Teraz albo nigdy.*

Od chwili uruchomienia kanału TVN nabyliśmy i uruchomiliśmy dodatkowo trzynaście kanałów oraz we współpracy z Discovery Networks Poland uruchomiliśmy Discovery Historia.

Poniższa tabela przedstawia charakterystykę naszych kanałów.

Nasze kanały telewizyjne

Kanał telewizyjny	Data uruchomienia	Rodzaj	Dystrybucja sygnału	Dostępność	Penetracja gospodarstw domowych
TVN	1997	rozrywkowo-informacyjny	nadajniki naziemne i satelitarne, w tym platformy cyfrowe i telewizje kablowe	bezpłatny	88%
TVN 24	2001	informacyjny	satelitarne platformy cyfrowe, telewizje kablowe i DSL, Internet	abonament	48%
TVN 7	2002	rozrywkowy	satelitarne platformy cyfrowe, telewizje kablowe i DSL	bezpłatny dostęp z satelity	52%
TVN Meteo	2003	pogoda	satelitarne platformy cyfrowe, telewizje kablowe i DSL	abonament	47%
TVN Turbo	2003	motoryzacyjny	satelitarne platformy cyfrowe, telewizje kablowe i DSL	abonament	46%
TVN Style	2004	zdrowie i uroda	satelitarne platformy cyfrowe telewizje kablowe i DSL	abonament	46%
ITVN	2004	rozrywkowy	nadajniki satelitarne telewizje kablowe	abonament	n/d(1)
TVN Lingua	2006	edukacja	platforma cyfrowa, telewizje kablowe i DSL	abonament	8%
Discovery Historia(2)	2006	historia	platforma cyfrowa	abonament	-
NTL Radomsko(3)	1995	regionalny	nadajnik naziemny i lokalna sieć kablowa	bezpłatny	-
Telezakupy Mango 24(4)	2003	telesprzedaż	nadajniki naziemne, satelitarne platformy cyfrowe, telewizje kablowe i DSL	bezpłatny dostęp z satelity	44%
TVN CNBC Biznes	2007	biznes	satelitarne platformy cyfrowe, telewizje kablowe i DSL. Internet	abonament	26%
TVN Warszawa	2008	Informacje lokalne i rozrywka	nadajniki naziemne i satelitarne, platformy cyfrowe i telewizje kablowe oraz DSL	bezpłatny dostęp z satelity	-

(1) Brak danych statystycznych na temat penetracji gospodarstw domowych w krajach, gdzie dostępny jest kanał ITVN.
(2) We współpracy z Discovery Networks Poland.
(3) Zakupiony przez nas. w 2005 r.
(4) Zakupiony przez nas. w 2007 r.

TVN

TVN to stacja nadająca 24 godziny na dobę, emitująca m.in. programy informacyjne, programy typu talk show, teleturnieje, filmy, seriale dokumentalne i fabularne.

Poniższa tabela przedstawia filmy i programy, które w 2008 r. osiągnęły najwyższą oglądalność ogólnokrajową. Można uznać, że były to najbardziej udane programy emitowane w TVN, a przedstawione dane potwierdzają silną pozycję zarówno naszych programów produkowanych lokalnie, jak i tych zakupionych:

10 programów o najwyższej oglądalności w skali kraju

Data	Tytuł	Opis	Oglądalność ogólnokrajowa(%)
05 kwietnia 2008 r.	Milionerzy	Program rozrywkowy	45,5%
05 sierpnia 2008 r.	Fakty	Program informacyjny	39.7%
29 listopada 2008 r.	Mam talent	Program rozrywkowy	38,1%
27 listopada 2008 r.	W-11 Wydział Śledczy	Serial docu-crime	33,4%
24 maja 2008 r.	Taniec z Gwiazdami	Program rozrywkowy	32,8%
06 marca 2008 r.	Zróbmy sobie wnuka	Film	32,0%
10 października 2008 r.	Shrek 2	Film	31,6%
29 listopada 2008 r.	W morzu ognia	Film	31,5%
07 lipca 2008 r.	Uwaga!	Program publicystyczny	31,0%
14 luty 2008 r.	Nigdy w Życiu	Serial	30,7%

Źródło: AGB.

Układ ramówki TVN

Układ ramówki naszej stacji dostosowany jest do widowni, którą uznajemy za najbardziej atrakcyjną z punktu widzenia reklamodawców. Prowadzimy szczegółową analizę oglądalności i określamy zainteresowana i zachowania widowni, a także ogólne trendy rynkowe, pragnąc w ten sposób zapewnić ofertę programową odpowiadającą zainteresowaniom i przyzwyczajeniom naszej widowni docelowej.

Układ programów w TVN w ciągu roku oparty jest głównie na ramówce wiosennej i jesiennej. Ramówki TVN dopasowane są do sezonowości polskiego rynku reklamy telewizyjnej, który jest najbardziej aktywny wiosną i jesienią. Na lato i zimę, czyli w okresach spadku sprzedaży reklam, planujemy powtórki i inne programy, które nie generują wysokich kosztów.

Ramówka TVN jest zaplanowana w taki sposób, aby uzyskać i utrzymać przywiązania widowni, a także by promować przepływ widzów z jednego programu na następny, oglądanie programów w kolejnych dniach i przechodzenie od *access prime-time* do *prime-time*. Na przykład, *access prime-time*, czyli czas antenowy od 16:00 do 19:00 posiada ustaloną ramówkę, co oznacza, że o tej samej porze każdego dnia pokazywany jest ten sam program, co ma zachęcać widzów do codziennego oglądania i zatrzymać ich przy telewizorze od *access prime-time* do *prime-time*, czyli od 19:00 do 23:00 – w czasie najbardziej atrakcyjnym z punktu widzenia reklamodawców, a co za tym idzie i nadawców. W 2008 r. programy typu talk show oraz seriale fabularne nadawane były od poniedziałku do piątku w *access prime-time,* siedem razy w tygodniu nadawane były natomiast programy informacyjne i publicystyczne. Dodatkowo wczesne *prime-time* (20.00 do 21.30) wypełnione było programami typu docu-crime nadawanymi od poniedziałku do czwartku. Takie ułożenie programów w ramówce buduje długoterminową przywiązanie widzów i prowadzi do stale wzrastających wyników oglądalności.

Prime-time jest zarezerwowany dla oferty programowej najwyższej jakości, w tym programów rozrywkowych, seriali i filmów fabularnych.

Poniżej przedstawiamy zestawienie różnych formatów emitowanych w TVN w 2007 r. i 2008 r.:

Format programu	2007 w % całkowitego czasu programowego	2008 w % całkowitego czasu programowego
Programy rozrywkowe produkcji krajowej	38,4	42,4
Filmy i seriale produkcji krajowej	15,6	14,5
Programy Call TV	8,3	8,2
Zakupione filmy	14,7	14,4
Zakupione seriale	8,9	7,3
Zakupione telenowele	3,0	1,0
Programy informacyjne	3,8	3,4
Telezakupy	7,3	8,8
Razem	**100,0**	**100,0**

Poniższe tabele przedstawiają programy TVN z ramówki wiosennej oraz jesiennej w 2008 r., które osiągnęły najlepsze wyniki mierzone na podstawie średniej oglądalności w grupie docelowej. Tabela ta pokazuje siłę lokalnie produkowanych programów:

Dziesięć programów o najwyższych ratingach w grupie docelowej w wiosennej ramówce

Tytuł	Opis	Średni rating (%)
Taniec z Gwiazdami	Program rozrywkowy	18,7
39 i pół	Serial	17,1
Sposób na teściową	Film	16,5
Na Wspólnej	Serial	16,3
Teraz albo nigdy!	Serial	15,8
Pan i Pani Smith	Film	15,8
You Can Dance – Po prostu tańcz!	Program rozrywkowy	15,4
Milionerzy	Program rozrywkowy	15,2
Fakty	Program informacyjny	14,4
Madagaskar	Film	14,3

Dziesięć programów o najwyższych ratingach w grupie docelowej w jesiennej ramówce

Tytuł	Opis	Średni rating (%)
Mam Talent!	Program rozrywkowy	20,6
Shrek 2	Film	18,8
Step up – Taniec zmysłów	Film	17,9
Taniec z Gwiazdami	Program rozrywkowy	15,5
Madagaskar	Film	15,2
Tylko mnie kochaj	Film	14,4
Podwójne ryzyko	Film	14,0
Na Wspólnej	Serial	14,0
Domino Day 2008	Program rozrywkowy	13,7
Fakty	Program informacyjny	13,7

Wierzymy, że lokalna produkcja to ta zawartość programowa, która pomaga nam w zdobywaniu lokalności widzów. Naszą opinię potwierdzają analizy oglądalności, z których wynika, że produkowane lokalnie programy polskojęzyczne konsekwentnie osiągają wyższą oglądalność niż programy zagraniczne. Wykorzystaliśmy popularność programów polskojęzycznych, zwiększając udział programów produkcji krajowej w naszej ramówce w czasie o najlepszej oglądalności od godziny 18:00 do 23:00, z około 63% w 2007 r. do około 65% w 2008 r.

Programy informacyjne i publicystyczne

Kładziemy nacisk na produkcję programów informacyjnych, które są postrzegane przez naszych widzów, jako rzetelne i niezależne źródła informacji o bieżących wydarzeniach.

Główny program informacyjny, *Fakty*, zapewnia niezależne, zawsze przygotowywane według najwyższych standardów wiadomości. W ciągu ostatnich kilku lat nasi dziennikarze otrzymali szereg nagród za swoje osiągnięcia zawodowe: m.in. Justyna Pochanke zdobyła najbardziej prestiżową nagrodę w branży – tytuł Dziennikarza Roku 2005 przyznawany przez miesięcznik *Press* i została dwukrotnie (w 2008 i 2009 r.) nagrodzona Telekamerą w kategorii informacje, a Kamil Durczok otrzymał Złotą Telekamerę 2008. Profesjonalizm i doskonałe przygotowanie techniczne *Faktów* zapewniły, że oglądalność wzrosła z 21,5% w 2000 r. do 39,7% w 2008 r. Tomasz Sekielski i Andrzej Morozowski, gospodarze naszego programu publicystycznego *Teraz My!* otrzymali Telekamerę 2008 w kategorii „publicystyka". Bogdan Rymanowski, dziennikarz TVN24 i gospodarz programu *Kawa na ławę* w TVN, uznany został przez miesięcznik *Press* „Dziennikarzem Roku 2008" oraz nagrodzony został Telekamerą 2009 w kategorii „publicystyka".

TVN nadaje również inny wysoko oceniany program interwencyjny – *Uwaga!*. W 2008 roku redakcja programu został uhonorowany nagrodą specjalną w tegorocznej edycji konkursu "Libertas et Auxilium", zorganizowanego przez Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich, Centrum im. Adama Smitha oraz Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Programy rozrywkowe

Utrzymujemy doskonałą reputację w dziedzinie innowacyjnej rozrywki wysokiej jakości. Zbudowaliśmy ją na podstawie programów, które osiągnęły tak dobre wyniki jak *Milionerzy*, ze średnią oglądalnością w grupie docelowej 55,5%*, You Can Dance – Po Prostu Tańcz,* które osiągnęło średnią oglądalnością w grupie docelowej na poziomie 43,6% oraz *Taniec z Gwiazdami*, który w tej samej grupie uzyskał 44,4% oglądalności. We wrześniu 2008 roku rozpoczęliśmy także produkcję i emisję nowego programu rozrywkowego *Mam Talent* – polskiej wersji programu *Got Talent*. Nowy program został przyjęty wyjątkowo dobrze, jego oglądalność w grupie docelowej sięgnęła 59,1%, a dzięki licznym głosom widzów program otrzymał Telekamerę 2009 w kategorii „rozrywka". Opracowując własne programy rozrywkowe, staramy się również wzmacniać wizerunek gospodarzy tych programów. Naszym zdaniem odnosimy i mamy nadzieję dalej odnosić sukcesy w kreowaniu osobowości polskich mediów.

W 2008 roku nasz program rozrywkowy *Szymon Majewski Show* osiągnął średnią oglądalność w grupie docelowej na poziomie 38%. Program ten jest dziełem naszej gwiazdy, Szymona Majewskiego, prezentera, który dzięki nam stał się jedną z najpopularniejszych polskich gwiazd. W 2007 roku program został wyróżniony Telekamerą w kategorii „rozrywka" a w 2009 roku Szymon Majewski otrzymał tę nagrodę ponownie, tym razem w kategorii „osobowość w rozrywce". Nasz drugi wiodący program rozrywkowy *Kuba Wojewódzki* w 2008 roku osiągnął średnią oglądalność w grupie docelowej na poziomie 40,5%.

Seriale fabularne i telenowele

Jednym z elementów naszej obecnej ramówki jest produkowany lokalnie serial *Na Wspólnej*, który zaczęliśmy nadawać w 2003 r., a którego udział w grupie docelowej wzrósł z 19,1% w 2003 r. do 45,4% w 2008 r. Serial *Na Wspólnej* otrzymał Telekamerę 2008 w kategorii serial obyczajowy. W 2008 roku produkowaliśmy i emitowaliśmy serial *Teraz albo nigdy,* oryginalny serial TVN, który osiągnął średni udział w grupie docelowej na poziomie 39,8% w 2008 r. W tym samym czasie produkowaliśmy i emitowaliśmy nowy serial komediowy *39 i pół,* który w zeszłym roku osiągnął średni udział w grupie docelowej na poziomie 44,6% W roku 2008 produkowaliśmy i nadawaliśmy także serial komediowy *Niania* (adaptacja zdobywcy nagrody Emmy *The Nanny), którego*, średnia oglądalność w grupie docelowej wyniosła 43%. *Niania* otrzymała Telekamerę 2007 i 2008 dla najlepszego serialu komediowego. Agnieszka Dygant (grającą tytułową rolę niani) otrzymała natomiast w 2008 roku Telekamerę dla najpopularniejszej aktorki.

W 2008 r. produkowaliśmy i emitowaliśmy dwa seriale typu docu-crime *W-11 Wydział Śledczy* i *Detektywi*. Oba z nich osiągały bardzo dobre wyniki oglądalności ze średnią oglądalnością w grupie docelowej na poziomie odpowiednio 34,1% i 36,5%. Jesteśmy pierwszym polskim nadawcą telewizyjnym, który zdecydował się na skorzystanie z innowacyjnego formatu, gdzie prawdziwe wydarzenia odtwarzane są przez osoby niebędące aktorami. Dzięki temu, programy te są bardzo efektywne kosztowo a z drugiej strony bardzo atrakcyjne programowo.

Zakupione filmy i seriale

Nabywamy prawa do emisji filmów i seriali od czołowych międzynarodowych studiów filmowych, takich jak Warner Brothers, DreamWorks, Paramount Pictures i Universal Studios. Zwykle nabywamy prawa, które umożliwiają do trzech lub czterech emisji danej produkcji, w tym prawo do premierowej emisji danego filmu bądź serialu w bezpłatnej polskiej telewizji. Do filmów nadanych przez TVN w 2008 roku należały *Shrek 2, Ostatni Samurai, Monachium, Terminal* a do grupy seriali znajdujących się w ramówce naszej stacji dołączyły *Dexter* i *Californication*.

Najatrakcyjniejsze filmy fabularne najczęściej nadawane są w *peak-time* w piątkowe i sobotnie wieczory, seriale zaś wieczorem w poniedziałki i wtorki. Seriale zagraniczne emitowane są zazwyczaj w miesiącach letnich lub poza *access prime time* i *prime time*.

TVN 7

TVN 7 to bezpłatny kanał dostępny za pośrednictwem sieci kablowych i cyfrowych platform satelitarnych, który został uruchomiony w 2002 r. TVN 7 wykorzystuje zawartość programową, infrastrukturę i *know-how* naszego głównego kanału *TVN*, dzięki czemu koszty operacyjne tego kanału utrzymywane są na stosunkowo niskim poziomie, co umożliwia nam pokrycie kosztów poniesionych już dzięki rosnącym przychodom z reklam.

TVN 7 nadaje 24 godzin na dobę, siedem dni w tygodniu, prezentując filmy fabularne, seriale telewizyjne, programy rozrywkowe i teleturnieje. Oferta programowa TVN 7 stanowi uzupełnienie oferty kanału TVN, a ukierunkowanie jej na nieco inne grupy widowni docelowej gwarantuje, że TVN 7 i TVN nie tylko w większym stopniu docierają do widowni docelowej, ale też nie konkurują ze sobą o widownię. Ponadto, kanał TVN 7 umożliwia nam zwiększenie częstotliwości emisji reklam, a także, co jest najważniejsze, bardziej efektywne wykorzystanie archiwum programowego TVN.

TVN 24

TVN 24 to kanał, który nadaje przez 24 godziny na dobę i jest poświęcony wyłącznie wiadomościom z kraju i zagranicy oraz sprawom publicznym interesującym polskich widzów. W większości zawartość nadawanych programów informacyjnych z kraju jest produkcją własną, opracowaną przez dziewięć ośrodków regionalnych i własny zespół reporterów. Relacje z wydarzeń zagranicznych są nadawane na podstawie umów TVN 24 z międzynarodowymi serwisami, takimi jak Reuters i Associated Press Television News (APTN).

Kanał TVN 24 dostępny jest w około 6,7 miliona gospodarstw domowych za pośrednictwem cyfrowych platform satelitarnych działających w Polsce, takich jak Cyfra+, Cyfrowy Polsat i platforma cyfrowa „n" oraz przez ponad 450 sieci kablowych (spośród ponad 540 dostępnych). Do głównych operatorów oferujących kanał TVN 24 należą UPC, Multimedia Polska, Vectra i Aster.

Oceniamy, że w zasięgu TVN 24 znajduje się około 98% abonentów płatnych sieci kablowych i sieci cyfrowych w Polsce.

TVN Meteo

W maju 2003 r. uruchomiliśmy pierwszy w Polsce kanał tematyczny poświęcony pogodzie – TVN Meteo, płatny kanał dostępny za pośrednictwem platform cyfrowych i telewizji kablowych. Na 31 grudnia 2008 r. TVN Meteo posiadało 6,3 miliona abonentów.

TVN Turbo

W grudniu 2003 r. uruchomiliśmy TVN Turbo, pierwszy w Polsce, nie poświęcony tematyce sportowej, kanał skierowany do męskiej widowni. TVN Turbo jest dostępny dla widzów za pośrednictwem operatorów platform cyfrowych oraz telewizji kablowych. Oferta programowa TVN Turbo oparta jest głównie na produkcjach krajowych, takich jak *Raport Turbo*, *Automaniak, Gadżet Lab, Legendy PRL, Zakup Kontrolowany* oraz na udzielonych licencjach zagranicznych na takie programy, jak *Technology Jones, Boneyard, Motovision* oraz dokumentalne filmy skierowane do męskiej części widowni. Na 31 grudnia 2008 r. TVN Turbo posiadał 6,5 miliona abonentów.

ITVN

W kwietniu 2004 r. uruchomiliśmy kanał ITVN, skierowany do około 20 milionów osób polskiego pochodzenia mieszkających za granicą. ITVN to płatny kanał dostępny za pośrednictwem platform cyfrowych i sieci kablowych. Jego ramówka zawiera niemal wyłącznie polskie treści programowe i obejmuje programy rozrywkowe, programy sportowe, seriale i programy publicystyczne. Na 31 grudnia 2008 r. ITVN posiadał 69.490 (nie w tysiącach) abonentów.

TVN Style

W sierpniu 2004 r. uruchomiliśmy skierowany do kobiet płatny kanał TVN Style, dostępny za pośrednictwem platform cyfrowych i sieci kablowych. Zawartość programowa TVN Style oparta jest głównie na produkcjach krajowych, takich jak *Miasto Kobiet, 66 Naj, Taka miłość się nie zdarza, Lekcja Stylu, SOS Uroda, Damy radę,* a także programach zagranicznych takich jak *Perfekcyjna Pani Domu, Jak Dobrze Wyglądać Nago* czy *Zaklinacze Wnętrz.* Na 31 grudnia 2008 r. TVN Style posiadało 6,6 miliona abonentów.

NTL Radomsko

W grudniu 2005 r. zakupiliśmy NTL Radomsko, kanał telewizyjny nadający regionalne informacje dla mieszkańców Radomska i okolic. NTL nadaje własny program przez 2 godziny dziennie, a przez pozostały czas transmituje program TVN. Przychody tego kanału pochodzą z reklam.

TVN Lingua

W październiku 2006 r. uruchomiliśmy TVN Lingua – edukacyjny kanał telewizyjny nadający głównie programy nastawione na pomoc widzom w nauce języka angielskiego, niemieckiego, francuskiego i hiszpańskiego. TVN Lingua jest dostępny na nowej platformie cyfrowej "n", Cyfra+ oraz w sieciach kablowych. Zawartość programowa TVN Lingua oparta jest głównie na produkcji krajowej. Na 31 grudnia 2008 r. TVN Lingua posiadała 1,5 miliona abonentów.

Discovery Historia

W listopadzie 2006 r. we współpracy z Discovery Networks Poland uruchomiliśmy kanał historyczny Discovery Historia. Discovery Historia jest dostępny na nowej platformie cyfrowej "n". Zawartość programowa Discovery Historia oparta jest zarówno na produkcji lokalnej, jak i zakupionych programach.

Telezakupy Mango 24

W maju 2007 r. zakupiliśmy Telezakupy Mango 24, jedyny 24 godzinny kanał telesprzedażowy w Polsce. Telezakupy Mango 24 są dostępne w sieciach kablowych i na platformach cyfrowych. Przychody tego kanału pochodzą głównie ze sprzedaży produktów. Na 31 grudnia 2008 r. Telezakupy Mango 24 posiadały 6,0 milionów abonentów.

TVN CNBC Biznes

W lipcu 2007 r. uruchomiliśmy we współpracy z CNBC kanał biznesowy TVN CNBC Biznes, dostępny w sieciach kablowych i na platformach cyfrowych. Techniczna i redakcyjna współpraca z CNBC pozwala TVN CNBC Biznes na dostarczanie informacji biznesowych z całego świata. Na 31 grudnia 2008 r. TVN CNBC Biznes posiadało 3,7 miliona abonentów.

TVN Warszawa

W dniu grudniu 2008 r. uruchomiliśmy TVN Warszawa, pierwszy kanał telewizyjny całkowicie poświęcony stolicy Polski, Warszawie. Kanał koncentruje się nowościach dotyczących Warszawy, rozrywce oraz wydarzeniach lokalnych. W ramówce TVN Warszawa znajdują się poranne informacje *Witaj Warszawo*, *Stolica*, *Rytmy Miasta* oraz 10 innych programów. TVN Warszawa obecnie dociera do 600,000 gospodarstw domowych w Warszawie i ponad 1,8 miliona w całej Polsce poprzez platformy cyfrowe i sieci kablowe.

Rynek płatnej telewizji – ITI Neovision

W czerwcu 2008 zakupiliśmy mniejszościowy pakiet akcji akcjonariusza ITI Neovision. ITI Neovision jest właścicielem i operatorem cyfrowej platformy działającej pod nazwą 'n' oferującej płatne usługi telewizyjne. 'n' dostarcza odbiorcom swoje kanały telewizyjne poprzez satelitę. W celu odbioru serwisów platformy 'n' potrzebna jest antena satelitarna oraz oferowany przez 'n' dekoder z kartą dostępową. Klienci zazwyczaj zawierają umowy na okres od 12 do 24 miesięcy oraz zobowiązani są do zapłaty jednorazowej opłaty aktywacyjnej.

Oferta programowa platformy ‘n’ składa się z kanałów telewizyjnych zarówno własnych, jak i licencjonowanych przez innych nadawców, pogrupowanych w sześć pakietów tematycznych. Poniższa tabela ukazuje podstawowy opis pakietów platformy ‘n’ dostępnych dla abonentów:

Pakiet	**Opis**
Informacja i rozrywka…….	Informacje ze świata i Polski, popularne kanały informacyjne i rozrywkowe
Hity filmowe.....	Najpopularniejsze światowe produkcje filmowe
Kultura, nauka, świat…….	Nauka stosowana, historia, cywilizacja, natura, języki, kultura
Sporty i motoryzacja……..	Treść o tematyce sportowej i motoryzacyjnej
Dzieci……	Kanały dla dzieci we wszystkich grupach wiekowych, edukacja
Style, moda, muzyka…….	Muzyka i rozrywka, talk shows, pokazy mody, edukacja.

Abonenci wybierają pakiety tematyczne w zależności od swoich zainteresowań. Dodatkowo, w ofercie platformy ‘n’ znajdują się również pakiety kanałów filmowych klasy *premium*. Abonenci platformy ‘n’ mogą wybrać odpowiednio skonfigurowany dekoder wyposażony w twardy dysk, który umożliwia im korzystanie z usługi „wideo na żądanie” (VoD). Płatność za VoD pobierana jest w formie miesięcznego stałego abonamentu lub też po każdorazowym zakupie dostępu do filmu z oferty VoD. W pakiecie oferty VoD znajdują się polskie i zagraniczne filmy oraz seriale.

W październiku 2008 r. ITI Neovision poprzez swoją spółkę zależną Cyfrowy Dom Sp. z o.o., uruchomiła usługę dostępu do płatnej telewizji cyfrowej pod nazwą „*Telewizja na kartę*”, funkcjonującą na zasadzie przedpłaty. W okresie niespełna trzech miesięcy sprzedanych zostało 140,000 kart dostępowych TNK, z czego 92,000 abonentów aktywowało usługę. TNK sprzedaje same karty dekodujące lub zestawy kart dostępowych wraz z prostym w obsłudze dekoderem, co umożliwia abonentom dostęp do oferowanych telewizyjnych kanałów satelitarnych bezpłatnie przez okres pierwszych trzech miesięcy od aktywacji. Po upływie początkowych trzech miesięcy abonenci mogą oglądać jedynie określone bezpłatne kanały satelitarne, dopóki nie wniosą dodatkowej opłaty w celu uzyskania dalszego dostępu do pełnej oferty programowej. Z abonentami nie są zawierane umowy i istnieje dla nich pełna dowolność jeżeli chodzi o moment kolejnych wpłat za dostęp do płatnych kanałów tematycznych.

Platforma ‘n’ jest również producentem własnych kanałów telewizyjnych, które są oferowane jej abonentom:

nSport

W październiku 2006 r. ITI Neovision uruchomił kanał nSport, nadawany w jakości high definition kanał telewizyjny oferujący bieżące informacje oraz publicystykę dotyczącą tematyki sportowej, a także relacje zarówno z polskich, jak i międzynarodowych wydarzeń sportowych, takich jak Liga Mistrzów, Puchar UEFA, NHL, NFL, Puchar Polski w piłce nożnej. nSport jest dostępny poprzez usługę satelitarną ‘n’, a od października 2008 r. nSport dostępny jest również poprzez usługę TNK w jakości cyfrowej, w standardowej rozdzielczości.

MGM HD

W grudniu 2006 roku ITI Neovision wprowadził do swojej oferty kanał MGM HD, kanał filmowy w jakości HD, produkowany we współpracy z MGM Networks, Inc. W Polsce kanał dostępny jest wyłącznie w ofercie platformy 'n'.

nTalk

W październiku 2007 roku ITI Neovision uruchomił kanał nTalk, pierwszy polski kanał nadający programy typu talk-show, takie jak *David Letterman*, *Jay Leno* lub *Oprah Winfrey show,* jak również najlepsze polskie programy typu talk-show, takie jak *Kuba Wojewódzki* lub *Szymon Majewski show.* nTalk jest dostępny jedynie w ofercie platformy 'n'

Wojna i Pokój

W listopadzie 2006 roku ITI Neovision uruchomił kanał Wojna i Pokój, pierwszy w Polsce kanał filmowy prezentujący klasykę kina rosyjskiego i radzieckiego, najnowsze produkcje znanych rosyjskich i radzieckich reżyserów oraz najpopularniejsze rosyjskie seriale telewizyjne. Wojna i Pokój jest dostępny jedynie poprzez cyfrową platformę 'n'.

Przychody 'n'

Platforma cyfrowa 'n' uzyskuje swoje przychody z opłat abonamentowych opłat za aktywację, sprzedaży urządzeń, reklam, sprzedaży programów i innych źródeł.

Opłaty abonamentowe

Przychody z opłat abonamentowych pochodzą z comiesięcznych opłat klientów 'n' za dostęp do pakietów programowych i usług VoD. Przychody z abonamentów uzależnione są od liczby abonentów, rodzaju usług z jakich korzystają, jak również od ceny w danym okresie. Opłaty klientów uzależnione są od liczby wybranych przez nich pakietów i mogą wzrosnąć, jeśli klient zdecyduje się na usługę VoD lub pakiety dodatkowe. Poniższa tabela prezentuje cennik platformy 'n' na dzień 31 grudnia 2008 r.:

Pakiet/usługa*	**Cena (w zł)**
Informacja i rozrywka…….	6**
Hity filmowe.....	16
Kultura, nauka, świat…….	16
Sporty i motoryzacja…….	16
Dzieci……..	16
Style, moda, muzyka……	16
Opcjonalne pakiety Premium (Filmbox, Cinemax, HBO)……	15 –35
Pakiety VoD ……..	30

** Klienci muszą wybrać przynajmniej dwa pakiety*
*** Klient wybiera trzy lub więcej pakietów.*

'n' oferuje swoje usługi abonentom po cenach promocyjnych w celu zwiększenia zasięgu platformy. W przypadku ofert promocyjnych dostępnych jedynie w ograniczonym czasie, odnoszących się jednak do całkowitego okresu obowiązywania umowy abonenckiej, 'n' rozpoznaje upust proporcjonalnie przez cały czas trwania umowy.

Opłaty aktywacyjne. Opłaty aktywacyjne są jednorazowymi opłatami pobieranymi od abonentów w momencie podpisania umowy. Przychody z aktywacji uzależnione są od liczby podpisanych umów oraz wysokości opłaty aktywacyjnej, która zależy od rodzaju dekodera i anteny satelitarnej.

Sprzedaż urządzeń. Cyfrowy Dom, spółka zależna ITI Neovision, sprzedaje dekodery umożliwiające dostęp do oferty Telewizji Na Kartę (TNK).

Przychody z reklam. 'n' uzyskuje przychody ze sprzedaży reklam telewizyjnych emitowanych we własnych kanałach. Zdolność generowania przychodów z reklam na platformie 'n' zależy bezpośrednio od zasięgu kanałów, który z kolei uzależniony jest od rozwoju bazy abonentów 'n', jak również możliwości dystrybucji kanałów do innych dystrybutorów usług telewizyjnych.

Sprzedaż programów. 'n' sprzedaje licencje na nadawanie własnych programów i kanałów podmiotom powiązanym i stronom trzecim.

Pozostałe przychody obejmują:

- Sprzedaż usług takich jak produkcja programów, czy usługi doradcze w kwestiach technicznych, zarządczych i innych świadczone podmiotom powiązanym.
- Inne niż abonamenty i opłaty aktywacyjne opłaty uzyskane od abonentów, określone w regulaminie świadczenia usług.

Koszty 'n'

Koszty operacyjne 'n' składają się z kosztów programowych, amortyzacji dekoderów i innych aktywów trwałych oraz amortyzacji wartości niematerialnych i prawnych, kosztu sprzedanych dekoderów, wydatków na marketing, prowizji, wydatków na nadawanie i pozostałych.

Koszty programowe. Wyróżnić można trzy kategorie kosztów programowych 'n': (i) długoterminowe licencje programowe, których koszt jest amortyzowany przez okres trwania licencji, (ii) licencje programowe, które wliczane są w bieżące koszty operacyjne oraz (iii) koszty produkcji programów.

'n' pozyskuje długoterminowe licencje na nadawanie filmów, wydarzeń sportowych oraz prawa do kanałów telewizyjnych, za które płaci stałą opłatę. Takie prawa są kapitalizowane i amortyzowane w okresie, na jaki licencja została przyznana.

W przypadku innych licencji na nadawanie kanałów telewizyjnych, najczęściej w odniesieniu do kanałów oferowanych 'n' bez wyłączności, 'n' płaci opłatę obliczaną jako iloczyn liczby aktywnych abonentów i ceny jednostkowej za abonenta. Takie opłaty są rozliczane w okresie, w którym powstały.

Koszty produkcji programów związane są z produkowanymi przez 'n' kanałami, jak również usługą VoD. Koszty produkcji zawierają usługi podwykonawców, wynajem sprzętu, tłumaczenia oraz koszty materiałów.

Amortyzacja. Dekodery, które 'n' dostarcza swoim abonentom pozostają własnością platformy. Klienci są zobowiązani zwrócić je po rozwiązaniu umowy. Dekodery są amortyzowane przez okres 5 lat.
Pozostała amortyzacja odnosi się do urządzeń IT, licencji, wyposażenia call center i biur.

Koszt sprzedanych dekoderów. Koszt sprzedanych dekoderów odnosi się do kosztu dekoderów sprzedanych klientom TNK.

Koszty marketingu. Na koszty marketingu składają się wydatki związane z kampaniami reklamowymi w telewizji, radiu, prasie, Internecie i punktach sprzedaży 'n', istotne dla promocji platformy i zwiększenia rozpoznawalności marki. Najważniejszym elementem wydatków marketingowych są koszty emisji reklam platformy w telewizji, radiu oraz prasie jak i Internecie. 'n' ponosi także wydatki związane z produkcją spotów reklamowych, materiałów marketingowych, opłaty za usługi agencji reklamowych, jak również badania rynku i działania PR.

Prowizje. 'n' płaci prowizje jej dystrybutorom oraz call center za pozyskiwanie nowych abonentów oraz sprzedaż usług oferowanych przez 'n'. Wartość prowizji uzależniona jest od liczby pozyskanych klientów jak również rodzaju usług, z jakich klient zdecyduje się skorzystać oraz długości umowy. Za osiągnięcie oczekiwanych celów sprzedażowych 'n' płaci dystrybutorom dodatkowe premie.

Koszty nadawania. Koszty nadawania składają się z opłat za wynajem nadajników satelitarnych oraz opłat za usługi transmisji sygnału telewizyjnego do satelity.

Pozostałe koszty. Do podstawowych składników pozostałych kosztów należą: koszt kart dekodujących, opłaty za druk rachunków i ich wysyłkę do abonentów, opłaty telekomunikacyjne, opłaty dla Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej oraz tantiemy płacone organizacjom zbiorowego zarządzania prawami autorskimi, rezerwy na należności zagrożone, wynagrodzenia, opłaty za wynajem powierzchni biurowych, utrzymanie systemów informatycznych, usługi doradcze.

Kluczowe wskaźniki

Zarówno my, jak i platforma 'n', wykorzystujemy wskaźniki wydajności dla oceny rozwoju platformy 'n', jej wyników finansowych oraz całej działalności. Kluczowymi wskaźnikami są liczba abonentów, przyrost liczby abonentów brutto, wskaźnik migracji abonentów, średni przychód na użytkownika (ARPU) oraz skorygowany ARPU.

Liczba abonentów. Liczba abonentów to liczba klientów, którzy korzystają z usług 'n', to znaczy takich, którzy aktywowali usługę i z niej nie zrezygnowali. W przypadku usług telewizyjnych w systemie przedpłaconym (TNK) liczba abonentów odnosi się to jedynie do klientów mających dostęp do pakietu kanałów płatnych.

Przyrost liczby abonentów brutto. Przyrost liczby abonentów brutto to liczba nowych abonentów, którzy aktywowali usługę w danym okresie.

Wskaźnik migracji abonentów *(CHURN)*. Wskaźnik migracji to liczba abonentów, którzy zrezygnowali z usług 'n' w danym okresie. Migrujący abonent to taki, który zaprzestał korzystania z usług oferowanych przez 'n' gdy wygasła jego umowa lub 'n' zawiesiło dostarczanie usług z powodu zadłużenia abonenta. Abonentom, którzy uregulowali zobowiązania usługa jest ponownie aktywowana. Takie przypadki obniżają raportowany wskaźnik migracji w okresie, w którym usługa była ponownie aktywowana. Wskaźnik migracji liczony jest jako liczba abonentów, którzy zrezygnowali z usługi podzielona przez średnią liczbę abonentów w danym okresie.

Średni przychód na użytkownika. Wskaźnik ARPU liczony jest jako rozpoznany przychód z opłat abonamentowych (w odniesieniu do pakietów tematycznych, opcjonalnych pakietów *premium* oraz usługi VoD), podzielony przez średnią liczbę abonentów w danym okresie.

Skorygowany średni przychód na użytkownika. Skorygowany wskaźnik ARPU liczony jest jako należny przychód z opłat abonamentowych (w odniesieniu do pakietów tematycznych, opcjonalnych pakietów *premium* oraz usługi VoD), podzielony przez średnią liczbę abonentów, którzy zobowiązani są do ponoszenia opłat abonamentowych w danym okresie.

Konkurencja

Na polskim rynku płatnej telewizji satelitarnej obecni są trzej gracze – ITI Neovision, właściciel i operator cyfrowej platformy 'n' i świadczący usługi w systemie przepłaconym TNK, Cyfrowy Polsat S.A. właściciel i operator platformy cyfrowej „Cyfrowy Polsat" oraz Canal+ Cyfrowy Sp. z o.o. właściciel i operator platformy „Cyfra+".

Platforma 'n' konkuruje o abonentów z "Cyfrowym Polsatem" i "Cyfrą+". W tabeli poniżej przedstawiono liczbę abonentów wszystkich platform na koniec lat 2006, 2007 i 2008

	Liczba abonentów (w tysiącach)		
Platformy	**2006**	**2007**	**2008**
'n' (1)…….	71	272	493*
TNK (1)…….	-	-	92
Razem 'n' i TNK……..	71	272	585
Cyfrowy Polsat (2)……..	1.274	2.068	2.727
Cyfra + (3)……	920	1.070	1.380
Razem…….	**2.265**	**3.410**	**4.692**

** Na dzień 31 grudnia 2008 roku platforma 'n' posiadała bazę ponad 500.000 abonentów, z których ponad 493.000 aktywowało usługę.*
(1) dane TVN; (2) Centrum Inwestorskie Cyfrowy Polsat; (3) Dane dostępne publicznie

Zmiany udziału naszych kanałów w oglądalności

Znaczna część naszych przychodów pochodzi z reklam telewizyjnych, chociaż poza przychodami z reklam, dzięki płatnym kanałom uzyskujemy również przychody z abonamentów od telewizji kablowych i operatorów platform cyfrowych.

W obecnym środowisku polskiego rynku reklamowego, reklamodawcy dzielą swoje nakłady na reklamy telewizyjne pomiędzy kanały, kierując się oglądalnością każdego z nich w skali kraju, profilem demograficznym widowni i ceną. Aby zmaksymalizować nasze przychody z reklam, staramy się zwiększyć oglądalność wśród widzów, którzy naszym zdaniem są atrakcyjni dla reklamodawców, opracowując i nadając programy skierowane specjalnie dla tej grupy widzów.

Nadawcy telewizyjni i reklamodawcy korzystają z badań oglądalności, aby określić liczbę i charakterystykę demograficzną widowni oglądającej kanał. Udziały w oglądalności wyrażane są jako wartość procentowa ogólnej liczby widzów podczas transmisji. Ratingi odzwierciedlają natomiast faktyczną oglądalność programów jako udział procentowy w całej populacji.

Nasza oglądalność rośnie od momentu uruchomienia naszego pierwszego kanału, TVN, w 1997 r. Według AGB w 2008 r., nasze kanały telewizyjne osiągnęły średnio łączną oglądalność całodobową w skali kraju na poziomie 22,0%

W tabeli poniżej przedstawiono nasz całodobowy udział w widowni ogólnokrajowej (zdefiniowanej jako widzowie w wieku powyżej 4 lat) w porównaniu z naszymi głównymi konkurentami za poszczególne lata od 2004 r.

Widownia ogólnokrajowa całodobowo

Kanał	2004 (%)	2005 (%)	2006 (%)	2007 (%)	2008 (%)
Grupa TVN, w tym m.in:	**17,6**	**18,3**	**20,8**	**21,8**	**22,0**
TVN.....	14,7	15,0	16,7	16,5	16,7
TVN 7	2,0	1,6	1,4	1,5	1,6
TVN 24	0,9	1,2	2,0	3,0	2,7
TVN Meteo	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1
TVN Turbo.....	0,0	0,3	0,3	0,3	0,4
TVN Style	0,0	0,1	0,3	0,4	0,4
TVP 1	24,9	24,6	24,0	23,2	22,6
TVP 2	20,5	21,7	20,1	18,0	16,8
Polsat	16,2	16,7	16,1	16,8	15,4
TV 4	2,8	2,2	2,1	2,1	1,8
Pozostałe	17,8	16,5	16,9	18,1	21,4

Źródło: AGB

W 2005 r. średni całodobowy udział w widowni ogólnokrajowej TVN 7 uległ obniżeniu, co wynikało ze zmian systemu telemetrycznego AGB, wprowadzonych po przeprowadzeniu standardowej weryfikacji systemu. Weryfikacja została przeprowadzona na podstawie danych dostarczonych przez Główny Urząd Statystyczny oraz badania założycielskiego. Najistotniejsza zmiana dotyczyła penetracji polskiego rynku przez telewizję kablową i satelitarną. Według AGB w wyniku zmiany panelu zasięg telewizji kablowej obniżył się w 2005 r. z 40,8% w grudniu 2004 r. do 34,4%, podczas gdy zasięg telewizji satelitarnej (bez telewizji kablowej) zwiększył się z 16,1% w grudniu 2004 r. do 19,2%.

Wewnętrzna analiza oglądalności koncentruje się na naszym udziale w widowni docelowej. W szczególności, obserwujemy udział w widowni docelowej w *peak-time* czyli od 18:00 do 23:00 i *prime-time* od 19:00 do 23:00. W tabeli poniżej przedstawiono całodobowy udział w widowni ogólnokrajowej w *peak-time* w porównaniu z naszymi głównymi konkurentami za poszczególne lata od początku 2004 r.

Widownia ogólnokrajowa w *peak-time*

Kanał	2004 (%)	2005 (%)	2006 (%)	2007 (%)	2008 (%)
Grupa TVN, w tym m.in:	**20,0**	**20,4**	**23,7**	**24,3**	**24,7**
TVN	17,3	17,7	20,4	20,0	20,4
TVN 7.....	2,0	1,6	1,4	1,4	1,6
TVN 24	0,5	0,7	1,3	2,1	1,9
TVN Meteo.....	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1
TVN Turbo	0,1	0,2	0,3	0,3	0,3
TVN Style	0,0	0,1	0,2	0,3	0,3
TVP 1	24,6	25,0	24,6	23,5	22,5
TVP 2	20,9	21,7	19,5	17,7	17,3
Polsat	17,9	18,0	17,4	18,6	17,6
TV 4	2,7	2,2	1,9	2,1	1,8
Pozostałe	13,9	12,7	12,9	13,8	16,1

Źródło: AGB

W tabeli poniżej przedstawiono nasz całodobowy udział w grupie docelowej w porównaniu z naszymi głównymi konkurentami za poszczególne lata od 2004 r.

Grupa docelowa całodobowo

Kanał	2004(%)	2005(%)	2006(%)	2007(%)	2008 (%)
TVN.....	19,8	22,2	23,8	21,9	22,0
TVN 7	3,2	2,2	2,4	2,5	2,8
TVN 24.....	2,0	2,7	4,2	6,2	4,9
TVN Meteo.....	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1
TVN Turbo	0,5	0,7	0,6	1,2	1,3
TVN Style.....	-	0,3	0,7	0,9	0,9
TVP 1	16,8	16,5	15,8	14,6	14,5
TVP 2	14,6	15,2	14,5	12,6	12,4
Polsat.....	14,9	15,2	15,3	16,4	15,4

Źródło: AGB.

Grupy docelowe

TVN	16-49, miasta 100.000 +
TVN 7	16-34, miasta 100.000 +
TVN 24	25+, miasta 100.000 +, przychody powyżej średniej
TVN Meteo	Miasta
TVN Style	Kobiety, 18-54, miasta
TVN Turbo	Mężczyźni, 16-39, miasta
TVP 1*	16-49, miasta 100.000 +
TVP 2*	16-49, miasta 100.000 +
Polsat*	16-49, miasta 100.000 +

** Ustalone tylko dla celów porównawczych*

Poniższa tabela przedstawia udział TVN w grupie docelowej w *peak-time* w porównaniu z naszymi głównymi konkurentami od 2004 r.

Udział w grupie docelowej w *peak-time*

Kanał	2004 (%)	2005 (%)	2006 (%)	2007 (%)	2008 (%)
TVN	24,1	26,6	29,4	26,4	26,2
TVP 1	16,7	17,0	16,2	15,3	15,1
TVP 2	14,2	14,9	13,7	12,0	12,7
Polsat	16,9	16,3	16,5	18,6	17,8
Inne	28,1	25,2	24,2	27,7	28,2

Grupa docelowa zdefiniowana jest jako osoby w wieku pomiędzy 16 i 49 lat, mieszkający w dużych miastach.
Źródło: AGB.

Zmiany w naszym udziale w rynku reklamy telewizyjnej

Tworzymy naszą ofertę programową tak, aby przyciągnąć i utrzymać widownię docelową, co potwierdzają nasze wyniki w udziale w widowni docelowej w *peak-time*. Nasz udział w wydatkach netto na reklamę telewizyjną w Polsce odzwierciedla naszą zdolność do konsekwentnego pozyskiwania widowni docelowej. Dane AGB wskazują, że w 2008 r. Grupa TVN osiągnęła 40.8% udział w reklamie telewizyjnej w Polsce (*share of voice, GRP30", 16-49, miasta 100.000 +, 18:00-23:00*). W tym samym okresie nasz udział w widowni w grupie docelowej w *peak-time* wyniósł 26,2%. Jesteśmy przekonani, że sukces ten wynika z naszego wysokiego udziału w widowni docelowej w *peak-time* i z wewnętrznych działań handlowo-marketingowych.

Po wprowadzeniu kanałów tematycznych jesteśmy już w stanie zapewnić naszym reklamodawcom dostęp do określonych grup w ramach widowni docelowej, co naszym zdaniem zapewnia większą efektywność komunikacji marketingowej..

W tabeli poniżej przedstawiono nasz całodobowy udział w widowni ogólnokrajowej i nasz udział w wydatkach reklamowych mierzony na podstawie dostarczonych punktów GRP w porównaniu z głównymi konkurentami w 2008 r.

Grupa	Całodobowy udział w widowni ogólnokrajowej (%)	Udział w rynku (share of voice) (%)
Grupa TVN	22,0	28,7
Grupa TVP	44,7	37,7
Grupa Polsat	19,0	26,1
Pozostali	14.3	7,1
Razem	**100,0**	**100,0**

Źródło: AGB

W tabeli poniżej przedstawiono nasz udział w grupie docelowej w *peak-time* i udział w wydatkach na reklamę telewizyjną netto mierzonych na podstawie dostarczonych punktów GRP w porównaniu z naszymi głównymi konkurentami w 2008 r.

Grupa	Udział w grupie docelowej w *peak-time* (%)	Udział w rynku (share of voice) (%)
Grupa TVN	32,2	40,8
Grupa TVP	31,3	23,2
Grupa Polsat	22,0	27,4
Pozostali	14,5	8,7
Razem	**100,0**	**100,0**

Źródło: AGB

Reklama Telewizyjna

Sprzedaż czasu reklamowego

Czas antenowy przeznaczony na reklamy sprzedajemy szerokiej i zróżnicowanej grupie reklamodawców, do których należą spółki międzynarodowe i krajowe. Większość naszych przychodów z reklam w 2008 r. pochodziła od agencji reklamowych reprezentujących różnych reklamodawców, podczas gdy pozostałą część stanowiły przychody wynikające bezpośrednio z umów z indywidualnymi reklamodawcami. W ciągu 12 miesięcy zakończonych 31 grudnia 2008 r. 10 największych reklamodawców odpowiadało za około 24% przychodów z reklam ogółem, przy czym żaden z reklamodawców nie przekroczył 4% naszych przychodów z reklam. Do głównych klientów reklamowych w 2008 r. należeli Danone Sp. z o.o., L'Oreal Polska Sp. z o.o., Mars Polska Sp. z o.o., Nestle Polska SA, Polkomtel SA, Polska Telefonia Cyfrowa Sp. z o.o., Procter & Gamble DS Polska Sp. z o.o., PTK Centertel Sp. z o.o., Unilever Polska SA. i US Pharmacia Sp. z o.o.

Chcąc zapewnić naszym klientom reklamowym elastyczność, sprzedajemy czas reklamowy wyceniany w oparciu o (i) koszt w przeliczeniu na punkt ratingowy (*gross rating point – GRP*); oraz (ii) stały cennik. W 2008 r. 30,1% sprzedaży reklam w kanale TVN opartych było o pakiety punktów ratingowych w porównaniu do 71,3% w 2007 roku. Patrz punkt 3 „Omówienie wyników operacyjnych i finansowych oraz perspektyw rozwoju". Większość naszych klientów dąży do minimalizowania wydatków oferując w zamian stałe warunki współpracy.

W systemie opartym o cennik stały reklamy emitowane są o określonych, z góry ustalanych z reklamodawcami, porach. Koszt emisji reklam uzależniony jest od pory dnia i sezonu, kiedy dana reklama jest emitowana oraz od długości filmu reklamowego. Zgodnie z zasadami obowiązującymi na rynku oferujemy domom mediowym i ich klientom rabaty w stosunku do cen z naszego cennika stałego.

Dzięki emisji reklam według pakietów punktów ratingowych reklamodawcy mogą określić liczbę punktów ratingowych, jaką zamierzają osiągnąć dla swojej reklamy w danym okresie. Jeden punkt ratingowy (GRP) odpowiada jednemu procentowi populacji powyżej czwartego roku życia. W przypadku Polski, jeden GRP odpowiada 358.000 mieszkańców (nie w tysiącach). Pora emisji reklamy jest ustalana zazwyczaj z miesięcznym wyprzedzeniem, w sposób umożliwiający nam osiągnięcie uzgodnionego z reklamodawcą poziomu GRP przy jednoczesnej maksymalizacji wykorzystania i opłacalności dostępnego czasu antenowego przeznaczonego na reklamy. Szczegółowy opis wyceny czasu antenowego przeznaczonego na reklamy zawarto w punkcie 3 „Omówienie wyników operacyjnych i finansowych oraz perspektyw rozwoju".

Zespół działu sprzedaży

Zespół działu sprzedaży reklamy telewizyjnej składa się z około 194 pracowników odpowiedzialnych za sprzedaż czasu antenowego przeznaczonego na reklamy, pozyskiwanie

sponsorów, planowanie kampanii reklamowych, analizy posprzedażowe, badania rynku i analizy, rozwój nowych produktów oraz, co najważniejsze, rozwój relacji z obecnymi i potencjalnymi reklamodawcami. Oprócz doradztwa dotyczącego harmonogramów emisji reklam, specjaliści ds. sprzedaży reklam ściśle współpracują z reklamodawcami przy opracowywaniu specjalnych kampanii reklamowych, obejmujących także sponsorowanie określonych programów i związane z tym możliwości wspólnej promocji.

Wraz z działem programowym, zespół działu sprzedaży codziennie otrzymuje wskaźniki oglądalności dostarczane przez AGB. Dane te są analizowane i porównywane z oglądalnością konkurentów, co pozwala nam określić najbardziej efektywną strategię ustalania harmonogramów emisji reklam, umożliwiając skuteczne dotarcie do preferowanej przez reklamodawców widowni. Dodatkowo, zespół sprzedaży prowadzi szeroko zakrojone analizy rynkowe uwzględniające różne sektory polskiej gospodarki i główne grupy widowni docelowej. Jest on też odpowiedzialny za zapewnienie pełnej zgodności harmonogramów emisji reklam ze zleceniami reklamodawców dotyczącymi czasu i kontekstu emisji.

Polski rynek telewizji kablowej i satelitarnej

Zgodnie ze *Sprawozdaniem Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji* polscy nadawcy telewizyjni nadają 10 kanałów za pośrednictwem nadajników naziemnych, 52 satelitarnych i 262 za pośrednictwem telewizjach kablowych. Wszystkie kanały posiadają koncesję wydaną przez KRRiT. Rynek telewizji kablowej przechodzi przez proces konsolidacji, ale wciąż jest bardzo rozdrobniony i obejmuje około 540 operatorów oraz 1.100 sieci. Do największych operatorów polskich, osiągających zagregowaną penetrację polskich gospodarstw domowych na poziomie prawie 60%, należą UPC, Aster, Vectra i Multimedia. Polski rynek płatnej telewizji satelitarnej podzielony jest pomiędzy trzech operatorów platform cyfrowych: Canal + Cyfrowy Sp. z o.o. , który obsługuje Cyfrę+, Cyfrowy Polsat S. A., który obsługuje Cyfrowy Polsat i ITI Neovision Sp z o.o. obsługujący platformę „n" i TNK. Operatorzy satelitarni oferują ponad 120 kanałów polskojęzycznych, w tym kanały polskie i kanały tłumaczone na język polski, a także kilkaset kanałów zagranicznych. Według naszych szacunków, 46% polskich gospodarstw domowych korzysta jedynie z nadajników naziemnych, odbierając kanały bezpłatne.

Na 31 grudnia 2008 r. operatorzy satelitarni obsługiwali 4,7 miliona abonentów lub 35% polskich gospodarstw domowych, podczas gdy telewizje kablowe dostępne były dla 4.34 miliona abonentów lub 32% gospodarstw domowych w Polsce. Szacujemy, iż około 13% łącznej liczby odbiorców telewizji satelitarnej i kablowej posiada dwa lub więcej odbiorników satelitarnych lub odbiornik satelitarny i dostęp do telewizji kablowych albo wykorzystuje odbiornik satelitarny poza granicami kraju. W tabeli poniżej przedstawiono rozwój rynku telewizji kablowej i cyfrowej od 2003 r. (liczba abonentów na koniec roku):

(w tysiącach)	**2003**	**2004**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**
Abonenci telewizji kablowej (kanały płatne i bezpłatne)	3.566	3.670	3.700	3.900	4.250	4.340
Abonenci telewizji satelitarnej	900	1.010	1.315	**2.265**	**3.410**	**4.692**
Razem	**4.466**	**4.680**	**5.015**	**6.165**	**7.660**	**9.032**
Abonenci płatnej telewizji kablowej	2.380	2.430	2.520	2.610	2.740	2.910
Abonenci telewizji satelitarnej	900	1.010	1.315	1.790	2.925	3.875
Łącznie abonenci kanałów płatnych	**3.280**	**3.440**	**3.835**	**4.400**	**5.665**	**6.785**

Źródło: szacunki TVN

Organy regulacyjne zobowiązują operatorów telewizji kablowych w Polsce do oferowania bezpłatnych kanałów naziemnych. W efekcie, kanał TVN emitowany jest przez wszystkich operatorów telewizji kablowej i platform satelitarnych. Bezpłatny jest również kanał TVN 7, także transmitowany przez operatorów telewizji kablowej i platform satelitarnych. Kanały tematyczne (wyłączając TVN Warszawa) działają w oparciu o opłaty od telewizji kablowych i operatorów satelitarnych.

Źródła zawartości programowej

Programy produkowane przez Grupę TVN

Produkujemy wiele różnych programów, w tym programy informacyjne i publicystyczne, programy dokumentalne, *reality show*, *talk show*, teleturnieje i seriale obyczajowe. W 2008 r. wyprodukowaliśmy około 3.175 godzin programów dla kanału TVN. W możliwie najszerszym zakresie, przy produkcji programów korzystamy z własnych pracowników, ale do poszczególnych przedsięwzięć zatrudniamy również pracowników tymczasowych (w tym scenarzystów, aktorów, producentów i reżyserów). Dodatkowe możliwości produkcyjne w razie potrzeby daje nam współpraca z niezależnymi spółkami produkcyjnymi, co obniża koszy ogólne związane z pomieszczeniami i urządzeniami niezbędnymi dla celów produkcji. Zlecamy produkcję niektórych programów rozrywkowych, *reality show* i seriali obyczajowych. Dążymy do nawiązania ściślejszej współpracy z polskimi spółkami zależnymi firm produkcyjnych o międzynarodowej skali, takich jak Fremantle Polska Sp. z o.o., Mastiff Media Polska Sp. z o.o., Constantin Entertainment, a także z grupą polskich producentów niezależnych.

Poza naszym głównym studiem informacyjnym w Warszawie, prowadzimy dziewięć regionalnych biur informacyjnych, co daje nam pełny zasięg informacyjny dla Polski. Każde biuro regionalne może wysłać swoje ekipy sprawozdawcze do dowolnego miejsca w Polsce. Najnowocześniejsze urządzenia transmisyjne, umożliwiają natychmiastowy przesył obrazu i prowadzenie bezpośrednich sprawozdań z miejsca zdarzenia. Jeśli chodzi o informacje zagraniczne, zawarliśmy umowy z międzynarodowymi serwisami, takimi jak Reuters, APTN oraz European News Exchange („ENEX"). Nasze zespoły sprawozdawcze uczestniczyły w opracowywaniu informacji z najważniejszych zdarzeń, takich jak Olimpiada, EURO 2008, Wybory Prezydenckie w USA, Konflikt Rosja – Gruzja. TVN 24 ma również stałych korespondentów zagranicznych w Moskwie, Brukseli, Londynie i Waszyngtonie.

Zakupione programy zagraniczne

Prawa do emisji w większości nabywane są w ramach trzech rodzajów kontraktów: kontraktów na pełną produkcję (*output*), określoną ilość (*volume*) i kontraktów jednorazowych (*spot*). Kontrakty na pełną produkcję obejmują nabycie prawa do emisji całej bieżącej i przyszłej produkcji określonego studia filmowego. Kontrakty na określoną ilość dotyczą nabycia określonej ilości zawartości programowej. Kontrakty jednorazowe umożliwiają nabycie prawa do emisji pojedynczych seriali lub filmów.

Podpisaliśmy kontrakty z głównymi studiami hollywoodzkimi, w tym z Warner Brothers i Paramount Pictures. Nie jesteśmy uzależnieni od żadnego dystrybutora, a żaden z naszych dostawców nie stanowi więcej niż 6.6% kosztów operacyjnych.

Dystrybucja sygnału i zasięg

Kanały telewizyjne w Polsce rozpowszechniane są za pośrednictwem naziemnych nadajników telewizyjnych, telewizji kablowych, a także cyfrowego sygnału satelitarnego. Sygnał TVN dystrybuowany jest w następujący sposób: 41% za pośrednictwem transmisji naziemnej, 34% przez telewizje kablowe i 25% przez satelitę. Sygnał ten dociera do około 88% wszystkich gospodarstw domowych w Polsce.

Nasze kanały telewizyjne TVN 24, TVN 7, TVN Turbo, TVN Meteo, ITVN, TVN Style, TVN CNBC Biznes, TVN Lingua, Telezakupy Mango 24 i TVN Warszawa nadawane są za pośrednictwem platform satelitarnych i telewizji kablowych. Discovery Historia dostępny jest na satelitarnej platformie cyfrowej 'n'. NTL Radomsko jest nadawany za pośrednictwem nadajnika naziemnego.

Sygnał naziemny TVN transmitujemy przy pomocy sieci złożonej z 33 nadajników. Dystrybucja przez telewizje kablowe prowadzona jest za pośrednictwem większości telewizji

kablowych w Polsce. Możliwości satelitarne zapewniają nam dwa transpondery na satelicie HotBird 7A Eutelsat. Jeden z transponderów wykorzystywany jest do przesyłu pakietów cyfrowych kanałów telewizyjnych, obejmujących nasze kanały, takie jak TVN, TVN 7, TVN24, TVN Meteo, TVN Turbo, TVN CNBC Biznes, TVN Style oraz Telezakupy Mango 24. Sygnał przeznaczony jest dla nadajników naziemnych, telewizji kablowych i do odbioru cyfrowego z satelity. Drugi transponder służy do dystrybucji satelitarnej sygnału TVN HD, TVN Warszawa, TVN Lingua. 15 grudnia 2008 wyłączyliśmy analogowy przesył kanału TVN. Od 3 października 2008 roku nasze kanały (włączając TVN 7, TVN 24, TVN Turbo, TVN Style, TVN CNBC Biznes, TVN Meteo, TVN Lingua) są dystrybuowane także poprzez TNK.

W przeszłości dokonaliśmy poważnych inwestycji w nasze studia nadawcze i ich wyposażenie. Urządzenia transmisyjne mieszczą się w studiach w Warszawie i Krakowie, a także w innych głównych miastach Polski. Nasze główne studio jest w pełni oparte na technologii cyfrowej, co zapewnia wysoką wydajność przetwarzania, a także sygnał video i audio o wysokiej jakości i niezawodności.

Konkurencja

Nasz główny kanał, TVN, konkuruje o widownię, a tym samym reklamodawców z kanałami o zasięgu krajowym, takimi jak TVP1, TVP2 i Polsat. Nasze pozostałe kanały konkurują z kanałami regionalnymi działającymi w Polsce i z kanałami dystrybuowanymi za pośrednictwem telewizji satelitarnych i kablowych. W tabeli poniżej przedstawiono penetrację gospodarstw domowych przez TVN i naszych głównych konkurentów na dzień 31 grudnia 2008 r. Penetrację gospodarstw domowych mierzy się zdolnością gospodarstwa domowego do odbioru sygnału telewizyjnego bez względu na jego jakość.

Kanał	Przybliżona penetracja gospodarstw domowych
TVP1	100%
TVP2	100%
Polsat	97%
TVN	88%

Źródło: AGB.

Według AGB w 2008 r. TVP1, TVP2 i Polsat łącznie osiągnęły udział w widowni ogólnokrajowej całodobowo na poziomie 54,9%. Nasz udział w rynku w tym okresie wyniósł 16,7%. Łączny udział w widowni ogólnokrajowej całodobowo TVP1, TVP2 i Polsatu na obszarze zasięgu TVN wynosił 49,8%, podczas gdy TVN osiągnął poziom 19,0%.

Telewizja w Polsce pojawiła się w latach 50, gdy nadawanie rozpoczęła publiczna Telewizja Polska S.A. powszechnie znana jako TVP. TVP nadaje dwa kanały ogólnopolskie – TVP1 i TVP2 oraz pięć kanałów tematycznych. TVP 1 i TVP 2 nadają w głównej mierze polskie programy rozrywkowe, filmy, seriale, programy sportowe, programy dokumentalne i informacyjne. TVP HD to polska stacja ogólnotematyczna uruchomiona w 2008 roku, nadawana w wysokiej rozdzielczości. TVP Info to kanał informacyjny uruchomiony w 2007 roku poświęcony informacjom z kraju i zagranicy. TVP Kultura uruchomiony został w 2005 roku, poświęcony jest tematyce kulturalnej. TVP Sport to kanał sportowych uruchomiony w 2006 roku. TVP Historia powstał w 2006 roku, to kanał historyczny, oparty przede wszystkim na produkcji własnych programów oraz zasobach archiwalnych TVP. Dodatkowo, TVP nadaje również kanał TVP Polonia, zawierający głównie programy przeznaczone dla Polaków mieszkających w Stanach Zjednoczonych, Europie i Australii. Oferta programowa TVP Polonia składa się w głównej mierze z polskich filmów i seriali uzupełnianych programami sportowymi i informacyjnymi.

TVP uzyskuje przychody z reklam i obowiązkowych opłat abonamentowych, które nie są dostępne telewizjom komercyjnym. TVP osiąga około 24,0% (w 2007 roku) swoich przychodów z obowiązkowych opłat abonamentowych, podczas gdy pozostałe przychody pochodzą głównie

z reklam. W związku z tym, uznajemy TVP za jednego z naszych głównych konkurentów. W przeciwieństwie do pozostałych nadawców telewizyjnych, TVP jest jednak ograniczona przez polskie organy regulacyjne, które zabraniają jej przerywania programów reklamami.

Telewizja Polsat jest pierwszą polską telewizją niepubliczną, która rozpoczęła nadawanie w 1992 r. Polsat emituje polskie programy rozrywkowe, filmy, seriale, programy sportowe i informacyjne. W marcu 1997 r., telewizja Polsat uruchomiła Polsat 2 – bezpłatny program transmitowany przez satelitę, emitujący programy informacyjne i publicystyczne. Polsat nadaje również sześć programów tematycznych: Polsat Sport, Polsat Sport Extra, Polsat Sport HD, Polsat Cafe, Polsat Play oraz Polsat News. Polsat posiada także 90% udziałów w Polskie Media S.A. nadawcy kanału TV4 oraz 100% udziałów w TV Biznes Media Biznes Spółka z o.o. nadawcy kanału TV Biznes.

Pozostałe udziały w oglądalności podzielone są pomiędzy ponad 120 polskojęzycznych kanałów kablowych i satelitarnych. Według AGB w 2008 r. pozostali uczestnicy rynku posiadali łączny udział w całodobowej ogólnopolskiej widowni na poziomie 22,4%.

Segment online

Online w Polsce

Polska posiada największą liczbę użytkowników Internetu w Europie Środkowej - 15,8 miliona użytkowników (październik 2008 r., PBI Megapanel/Gemius, wiek 7+). Według GUS, w 2008 r. w przybliżeniu 59% z 13,5 miliona gospodarstw domowych (z przynajmniej 1 osobą w wieku 16-74) w kraju miało komputer, 48% z gospodarstw domowych miało dostęp do Internetu, a 38% z gospodarstw domowych miało szerokopasmowy dostęp do Internetu. Szerokopasmowy dostęp do Internetu rozumiany jest jako stałe połączenie z Internetem umożliwiające transfer z prędkością 144 kb/s i powyżej.

Polski rynek internetowy składa się z prywatnych portali internetowych i innych tematycznych stron internetowych, wortali, które oferują swoje usługi poprzez globalny Internet. Większość tych usług jest skierowana do Polaków żyjących w Polsce lub za granicą. Zwykle dostęp do Internetu jest uzyskiwany poprzez komputery osobiste, ale rośnie również dostęp do Internetu poprzez urządzenia przenośne. Według comScore Networks, w czerwcu 2008 r., 25% użytkowników Internetu z Wielkiej Brytanii regularnie korzystało z dostępu do Internetu przez telefony komórkowe. Według SMG/KRC Net Track w trzecim kwartale 2008 roku, penetracja Internetu w Polsce była na poziomie 46,2% wśród populacji w wieku powyżej 15 lat, w porównaniu do 41,3% w 2007 r.

Użytkowanie Internetu w Polsce miało swój początek w 1991 r., wraz z pierwszym połączeniem przez protokół internetowy (IP) przeprowadzonym pomiędzy Uniwersytetem Warszawskim i Uniwersytetem w Kopenhadze. Jego rozwój został zorganizowany pod patronatem NASK, organizacji akademickiej założonej w Polsce, by ułatwić rozwój i łączenie lokalnych akademickich sieci naukowych, a także ich połączenia z siecią globalną. W 1994 r. zaprezentowany został pierwszy polski serwer (gdzie ulokowana była Polish Home Page - przodek polskich portali). W 1995 r. liczba użytkowników Internetu w Polsce wyniosła 500 i składała się praktycznie wyłącznie z naukowców i studentów. Począwszy od 1995 r., TP S.A. uruchomiła w Polsce sieć POLPAK-T, a w 1996 r. udostępniła pierwsze ogólnodostępne wdzwaniane połączenie z Internetem. Umożliwiło to uzyskanie dostępu do Internetu w Polsce i jego wykorzystanie osobom spoza społeczności akademickiej. W 1995 r. i 1996 r. zostały uruchomione pierwsze polskie portale internetowe, Wirtualna Polska i Onet. W 1996 r. Polbox umożliwił polskim użytkownikom dostęp do pierwszych darmowych kont poczty elektronicznej (e-mail) i kont pozwalających na posiadanie stron. Obecnie takie usługi są standardem dla największych portali, włączając w to Onet.pl, a oferta ta stanowi uzupełnienie dla kont e-mail i pozostałych usług o wzbogaconej zawartości albo funkcjonalności, które są płatnymi usługami.

Poniższa tabela zawiera zestawienie podstawowych statystyk przedstawiających użytkowanie Internetu na wybranych rynkach europejskich:

Państwo lub region	Liczba użytkowników Internetu (nie w tysiącach) (również jako % populacji) (1)	Procent regularnych użytkowników Internetu (2)	Procent użytkowników którzy w ciągu ostatnich 3 miesięcy zamówili/zakupili przez Internet (2)	Zasięg Internetu szerokopasmo-wego w populacji (2)	Procentowy udział gospodarstw domowych z dostępem do Internetu (2)
Polska	**13,9m (46.2%)**	**44%**	**12%**	**38%**	**48%**
Niemcy	53,2m (64,6%)	68%	42%	55%	75%
Francja	34,9m (54,7%	63%	28%	57%	62%
Włochy	33,1m (57,0%)	37%	7%	31%	42%
Hiszpania	25,6m (63,3%)	49%	13%	45%	51%
Wielka Brytania	41,8m (68,6%)	70%	49%	62%	71%
EU (27 krajów)	**293,0m (59,9%)**	**60%**	**25%**	**48%**	**60%**

(1) Źródło: Dane Internet World Stats, 2008 r. włączając średnie Unii Europejskiej; dla Polski w oparciu o badania SMG/KRC Net Track za 3 kw. 2008 r., wśród osób w wieku 15+.

(2)Źródło: Badanie technologii informacyjnych i komunikacyjnych w przedsiębiorstwach, Eurostat, 2008 r.; populacja objęta badaniem to osoby w wieku 16-74; szerokopasmowy dostęp do Internetu rozumiany jest jako stałe połączenie z Internetem umożliwiające transfer z prędkością 144kb/s lub więcej; regularnie oznacza co najmniej raz w tygodniu w ciągu trzech miesięcy przed badaniem.

Polskie portale internetowe w głównej mierze finansowane są przez przychody reklamowe, a w mniejszym stopniu przez opłaty za usługi płatne.

Reklama internetowa

Polski rynek reklamy internetowej

Reklama internetowa jest najszybciej rozwijającym się medium reklamowym w Polsce. Według IAB rynek reklamy internetowej w 2007 roku wyniósł 743 milionów zł (nie w tysiącach), a w pierwszej połowie 2008 roku wyniósł 531 milionów zł (nie w tysiącach) w porównaniu do 339 milionów zł (nie w tysiącach) w pierwszej połowie 2007 roku, wzrost o 57,0%. Według szacunków IAB reklama internetowa w Polsce może w 2008 r. osiągnąć poziom około 1 miliarda zł (nie w tysiącach).

Szacunki dotyczące rynku reklamy internetowej netto oparte są na pochodzących z monitoringu informacjach dotyczących wydatków brutto na reklamę, po uwzględnieniu szacunkowych wartości upustów/rabatów i VAT. Szacunki rynku reklamy netto wyłączają również transakcje barterowe o charakterze mediowym. Szacunkowa wartość rynku reklamy internetowej netto w Polsce oparta jest na informacjach dostępnych jednostkom skupiającym się na tym segmencie rynku, w tym IAB Polska.

Według naszego doświadczenia, preferowany przez reklamodawców internetowych w Polsce, profil demograficzny obejmuje użytkowników Internetu w wieku między 16 a 49 rokiem życia, mieszkających w miastach o wielkości powyżej 100.000 mieszkańców. Odbiorcy ci są postrzegani, jako osoby z dochodami oraz poziomem wydatków powyżej średniej krajowej. Ponadto uważamy, że schemat realizowania wydatków przez tę grupę użytkowników jest prawdopodobnie bardziej podatny na reklamę niż w przypadku innych użytkowników.

Perspektywy rynku reklamy internetowej w Polsce

Uważamy, że wydatki na reklamę internetową w Polsce w długoterminowej perspektywie będą rosły, w wyniku licznych czynników, obejmujących m.in.:

- wzrost penetracji Internetu w Polsce i wydatków na reklamę przypadających na osobę do poziomu porównywalnego ze średnimi w krajach Europy Zachodniej;

- rosnące przesunięcie w użytkowaniu mediów, od mediów tradycyjnych, w szczególności od rynku prasowego, w stronę Internetu;

- rosnące przenikanie się mediów (konwergencja) pomiędzy telewizją, internetem i telefonią komórkową,

- rozwój badań marketingowych – wspólna platforma pomiaru efektywności reklamy dla reklamowdawcow

- oczekiwany wzrost produktu krajowego brutto i wzrost poziomu wydatków konsumentów.

Portale i strony internetowe

Onet.pl

Grupę Onet zakupiliśmy w październiku 2006 r. Onet.pl jest wiodącym polskim portalem internetowym, oferującym ponad 300 usług o charakterze medialnym i komunikacyjnym, włączając zawartość multimedialną, dostępną bezpłatnie albo za opłatą, w przypadku płatnych treści lub usług o dodatkowych funkcjonalnościach. Treści multimedialne zawierają bezpośrednie relacje z wydarzeń (czerpane z naszego kanału TVN 24), teledyski, popularne programy i seriale nadawane w kanałach Grupy TVN, w tym między innymi transmisje na żywo wszystkich meczy polskiej reprezentacji podczas Olimpiady. Serwisy tematyczne oferowane przez Onet.pl są zwykle liderami w swoich kategoriach tematycznych, włączając w to blog.onet.pl, który jest wiodącą polską stroną internetową tego typu, z przeszło 1,7 milionami (nie w tysiącach) blogów oraz Sympatia.pl, pierwszy serwis randkowy, z 2,5 milionami (nie w tysiącach) zarejestrowanych profili.

Onet.pl jest również liderem w 7 z 12 kategorii tematycznych. Informacje i Media, Kultura i Rozrywka, Biznes, Sport, Styl Życia, Społeczności Internetowe i Podróże to kategorie, w których serwisy Onet.pl są najbardziej popularne wśród polskich użytkowników Internetu.

Onet.pl oferuje swoim użytkownikom wiele płatnych usług, w tym: serwis aukcyjny, ogłoszenia drobne, serwis randkowy, płatny dostęp do atrakcyjnych treści, rozbudowane usługi e-mailowe, płatny hosting, pośrednictwo w sprzedaży i rejestracji domen, i inne.

W ciągu 2008 r. umocniła się pozycja usług oferowanych przez Onet.pl:

- Zumi.pl to wyszukiwarka tele-adresowa i serwis lokalizacyjny, umożliwiający precyzyjną lokalizację wielu punktów. Zumi jest jedną z trzech najpopularniejszych usług w tej kategorii. Jej miesięczna liczba użytkowników wzrosła o 114%, do 2,9 miliona (nie w tysiacach) (MegapanelPBI/Gemius, listopad 2008 r.) w porównaniu do 1,3 miliona użytkowników (nie w tysiącach) w roku 2007.

- Lajt.onet.pl to mobilna wersja Onet.pl umożliwiająca użytkownikom dostęp do informacji, e-maila i innych usług za pośrednictwem telefonu. Na podstawie wewnętrznych danych na 31 grudnia 2008 r. lajt.onet.pl posiadał 398,412 (nie w tysiacach) unikalnych użytkowników miesięcznie w porównaniu do 160,000 (nie w tysiącach) unikalnych użytkowników w 2007 roku – wzrost o 149%

Grupa Onet stała się także właścicielem wortalu Mojeciuchy.pl, który wzbogaca i uzupełnia kategorię tematyczną Styl Życia, skierowaną przede wszystkim do kobiet zainteresowanych modą. Ponadto Grupa Onet utworzyła nową spółkę SunWeb Sp. z o.o., która specjalizuje się w sprzedaży i rozwoju oprogramowania w obszarze handlu internetowego.

W 2008 roku Onet uruchomił nową wersję strony głównej portalu mającą na celu rozbudowanie funkcjonalności i zawartości strony oraz poprawę jej przejrzystości i nawigacji.

Od początku 2000 r., od kiedy udostępniono pierwsze wyniki niezależnych badań rynkowych, Onet.pl utrzymuje swoją pozycję jako lider na rynku polskich portali. Według najnowszych dostępnych danych Megapanelu PBI/Gemius (za listopad 2008 r.) 64,0% polskich użytkowników Internetu korzystało z portalu Onet.pl w ciągu miesiąca, a ich liczba wyniosła 10,0 milionów (nie w tysiącach). Onet.pl odnotował 3,5 miliarda (nie w tysiącach) odsłon miesięcznie, a użytkownicy spędzili na stronach Onet.pl łącznie 62,4 miliona godzin (nie w tysiącach).

TVN 24.pl

W marcu 2007 r., w oparciu o kanał TVN 24, uruchomiliśmy nowy wortal informacyjny tvn24.pl. Większości informacji prezentowanych na stronach tvn24.pl towarzyszą zdjęcia, pliki wideo oraz nagrania audio.

Tvn24.pl odnotowało w październiku 2008 r. 2 miliony unikatowych użytkowników i 47 milionów odsłon.

Uruchomienie tvn24.pl pozwoliło TVN 24 na wypracowanie bliższej więzi z widzami, mającymi możliwość zamieszczania na wortalu własnych filmów, wiadomości i komentarzy, które coraz częściej są używane jako źródło materiałów dla kanału TVN 24.

Plejada.pl

Plejada.pl to multimedialna, interaktywna strona poświęcona gwiazdom show-biznesu uruchomiona w marcu 2008 roku jako wspólne przedsięwzięcie TVN i Onet.pl. Plejada.pl jest dostępna przez Internet, telefony komórkowe oraz platformę ‘n’.

Inne strony internetowe

Poniższa tabela przedstawia strony internetowe znajdujące się w naszym posiadaniu i przez nas zarządzane, w tym wortale działające pod własnymi markami. Niektóre z tych wortali, szczególnie serwis randkowy Sympatia.pl, są liderami rynku w ich segmentach rynkowych.

Strony internetowe	**Data uruchomienia**	**Typ/rodzaj**	**Dostępność**	**Zasięg** (1)
Republika.pl ...	1998	wortal hostingowi	zawartość darmowa i płatna	18%
Tenbit.pl	2000	wortal rozrywkowy	zawartość darmowa i płatna	1%
Blog.pl	2001	wortal społecznościowy	zawartość darmowa i płatna	5%
Digart.pl (2)	2001	wortal społecznościowy/sztuki cyfrowej	zawartość darmowa	2%
Sympatia.pl	2002	wortal Radkowy	zawartość darmowa i płatna	5%
Betspace.pl(2)...	2006	wortal edukacyjno-informacyjny o zakładach sportowych	zawartość darmowa	n/a
Zumi.....	2007	wyszukiwarka adresowa i lokalizator	zawartość darmowa i płatna	18%
Onet.tv	2007	telewizja internetowa	zawartość darmowa	10%
TVNMed.pl……	2008	internetowa platforma edukacyjna dla lekarzy	zawartość darmowa	n/a

(1) Zasięg wśród wszystkich użytkowników Internetu (dane, jeśli dostępne, z: Megapanel PBI/Gemius, listopad 2008)
(2) Strony nie zawarte w danych o zasięgu Onet.pl w listopad 2008 r.

Reklama internetowa

Sprzedaż reklamy internetowej

Większość naszej reklamy internetowej sprzedajemy naszym ostatecznym klientom usług reklamowych za pośrednictwem domów mediowych. Większość przychodów generowanych przez nas z internetowych usług marketingowych jest osiągana ze sprzedaży internetowej reklamy graficznej oferowanej w formie: wyświetlania reklam typu "rich media", wyświetlania linków tekstowych do stron internetowych reklamodawców (marketing wyszukiwarkowy), a także realizacji transakcji handlu elektronicznego (*e-commerce*).

Dostosowując się do potrzeb naszych klientów, nasze internetowe usługi reklamowe oferujemy w oparciu o różne modele wyceny, takie jak: CPM („koszt za tysiąc"), opłata stała (opłata za okres wyświetlania), CPC („koszt za kliknięcie"), lub podobne do modelu CPA („koszt za czynność"), a także hybrydy tych modeli. Większość naszych internetowych usług reklamowych realizowana jest w oparciu o model CPM.

Zespół sprzedaży reklamy internetowej

Nasz zespół sprzedaży reklamy i marketingu internetowego składa się z około 100 pracowników, odpowiedzialnych za sprzedaż reklamy internetowej i pozostałych internetowych usług marketingowych, planowania kampanii, analizy, rozwój nowych usług marketingowych i współpracy z istniejącymi i potencjalnymi reklamodawcami. Zespół sprzedaży ściśle współpracuje z zespołem zajmującym się badaniami rynkowymi i analizami w obszarze nowych mediów. Nasz zespół sprzedaży internetowych usług marketingowych obejmuje również regionalnych przedstawicieli, promujących i sprzedających nasze internetowe usługi marketingowe we wszystkich głównych regionach w Polsce.

Polski rynek dostępu do Internetu

Według badań Net Track SMG/KRC, w trzecim kwartale 2008 r. 88% osób korzystających z Internetu w domu łączyło się z Internetem za pomocą stałych łączy, a tylko 2,4% użytkowników za pomocą połączenia telefonicznego (pozostali łączyli się bezprzewodowo 6%, telefonów komórkowych 1% i w inny sposób). W analogicznym okresie 2007 r. dane te wynosiły odpowiednio 89% i 4,2%. Użytkownicy korzystający ze stałego dostępu do Internetu, spędzają w Internecie więcej czasu, w większym zakresie wykorzystują zawartość multimedialną, usługi komunikacyjne i rozrywkę tam dostępną.

Według informacji opublikowanych przez Telekomunikację Polską S.A., głównego dostawcę szerokopasmowego Internetu w Polsce, oraz innych dostępnych informacji na temat tego rynku, przewidujemy, że liczba użytkowników Internetu, posiadających szerokopasmowe łącze dostępowe (definiowane jako użytkowane przez osoby, które płacą stałą opłatę za dostęp, niezależnie od prędkości transferu) na koniec 2008 r. wynosiła około 5,3 miliony.

Poniższa tabela przedstawia szacunkową liczbę połączeń dostępowych obsługiwanych przez głównych dostawców dostępu do Internetu:

Dostawca	**Liczba użytkowników**
TP S.A. (1)	2,4 miliona
Operatorzy telewizji kablowej (2)	0,9 miliona
Pozostali (3)	2,0 miliona
Razem	**5,3 miliona**

(1) W oparciu o szacunki TP S.A., szacunki łącznie z szerokopasmowy dostępem do Internetu (Orange FreeDom)
(2) W oparciu o szacunki Onet.pl
(3) Pozostali, włączając alternatywnych operatorów, oferujących dostęp do Internetu poprzez lokalną pętlę abonencką, połączenia zestawiane, domowe sieci LAN czy bezprzewodowo itd., szacunki Onet.pl

Konkurencja

Portal Onet.pl oraz nasze wortale tematyczne budują swoją pozycję na rynku internetowym działając w tzw. obszarze premium. Przez obszar premium rozumie się głównie duże portale tematyczne, liderów kategorii wortalowych oraz serwisy internetowe posiadające ugruntowany i wiarygodny brand, wysokiej jakości kwalifikowany kontent, zapewniajacy wiarygodne, atrakcyjne kontekstowo oraz efektywne kosztowo środowisko marketingowe dla reklamodawców.

Drugi obszar rynku internetowego buduje bardzo duża liczba serwisów internetowych i stron www użytkowników Internetu, nie zapewniająca wysokiej jakości kontentu oraz kontekstu reklamowego, która tworzy z punktu widzenia rynku reklamowego obszar non-premium/low cost.

Uwzględniajac powyższe Portal Onet.pl konkuruje zasadniczo z innymi dużymi polskimi portalami, jak WP.pl, Gazeta.pl i Interia.pl, ale rywalizuje też z innymi stronami internetowymi, jak Google.pl lub innymi wortalami tematycznymi. Nasze pozostałe strony internetowe (wortale tematyczne), lub poszczególne części tematyczne Onet.pl, konkurują o użytkowników w głównej mierze z innymi wortalami tematycznymi, natomiast o reklamodawców z sieciami reklamowymi, sprzedającymi zazwyczaj powierzchnię reklamową na konkurencyjnych tematycznych stronach internetowych.

Poniższe tabele przedstawiają zasięg i liczbę użytkowników portalu Onet.pl i pozostałych stron i portali z czołowej ósemki polskich stron internetowych (w oparciu o kryterium zasięgu) według stanu na listopad 2008 r., a także średnią 7-dniowych okresów tego miesiąca. Zasięg pokazuje, jaki procent całkowitej populacji użytkowników Internetu odwiedził stronę internetową co najmniej raz podczas określonego okresu czasu. Liczba rzeczywistych użytkowników to natomiast liczba unikalnych odwiedzających, którzy odwiedzili stronę internetową, co najmniej raz w określonych granicach czasowych.

Poniższa tabela przedstawia zasięg i liczbę użytkowników w listopadzie 2008 r.

Strony internetowe	Typ	Zasięg	Użytkownicy ("real users")
Google.pl	wyszukiwarka	85,8%	13.573
Onet.pl	**Portal**	**63,1%**	**9.978**
WP.pl	Portal	55,2%	8.733
nasza-klasa.pl	portal społecznościowy	53,5%	8.455
Allegro.pl	aukcje internetowe	52,4%	8.285
Interia.pl	Portal	49,6%	7.839
o2.pl	Portal	47,9%	7.568
Gazeta.pl	Portal	45,5%	7.189

Źródło: Megapanel PBI/Gemius, listopad 2008.

Poniższa tabela przedstawia średni zasięg i liczbę użytkowników w ciągu 7-dniowych okresów w listopadzie 2008 r.

Strony internetowe	Typ	Zasięg	Użytkownicy ("real users")
Google.pl	wyszukiwarka	71,9%	11.370
Onet.pl	**Portal**	**43,7%**	**6.910**
nasza-klasa.pl	portal społecznościowy	39,6%	6.264
WP.pl	Portal	35,4%	5.601
Allegro.pl	aukcje internetowe	32,8%	5.192
o2.pl	Portal	29,1%	4.609
Interia.pl	Portal	27,9%	4.409
Gazeta.pl	Portal	24,5%	3.879

Źródło: Megapanel PBI/Gemius, średni, 7-dniowy okres dla 1-28 listopad 2008.

Poniższa tabela przedstawia liczbę odsłon dokonanych przez użytkowników portalu Onet.pl i pozostałych z siedmiu wiodących polskich stron internetowych (w oparciu o kryterium dokonanej liczby odsłon), według stanu na listopad 2008 r. Liczba odsłon odnosi się do liczby obejrzanych stron przez wszystkich użytkowników Internetu odwiedzających stronę internetową co najmniej raz w określonym czasie.

Strony internetowe	Typ	Liczba odsłon
nasza-klasa.pl	portal społecznościowy	10.982.130
Allegro.pl	aukcje internetowe	4.620.188
Google.pl	wyszukiwarka	3.554.133
Onet.pl	**portal**	**3.536.345**
WP.pl	portal	2.224.528
o2.pl	portal	1.163.913
Interia.pl	portal	1.161.924
Gazeta.pl	portal	674.398

Źródło: Megapanel PBI/Gemius, listopad 2008.

Poniższa tabela przedstawia całkowity, miesięczny czas spędzony przez użytkowników portalu Onet.pl i pozostałych siedmiu wiodących polskich stron internetowych (w oparciu o kryterium spędzonego czasu), na listopad 2008 r. Tabela zawiera również średni, miesięczny czas spędzony przez użytkowników na stronach internetowych. Całkowity czas spędzony przez użytkowników odzwierciedla sumę czasu, jaki wszyscy użytkownicy określonej strony internetowej spędzili na niej w ciągu miesiąca.

Strony internetowe	Typ	Całkowity czas (w godzinach)	Średni czas na użytkownika (w godzinach : minutach)
nasza-klasa.pl……..	portal społecznościowy	109.287	12:56
Google.pl.....	wyszukiwarka	87.711	6:28
**Onet.pl.....	**portal**	62.459	**6:16**
WP.pl.....	portal	42.832	4:54
Allegro.pl.....	aukcje internetowe	40.700	4:55
o2.pl.....	portal	29.384	3:53
Interia.pl.....	portal	26.413	3:22
Gazeta.pl.....	portal	12.647	1:46

Źródło: Megapanel PBI/Gemius, listopad 2008.

Kierunki dalszego rozwoju

Aby maksymalizować wartość Spółki dla naszych akcjonariuszy pragniemy utrzymać wysokie przychody, rentowność i przepływy pieniężne. W tym celu zamierzamy wykorzystać nasze silne strony i realizować następujące strategie:

Opracowywanie i pozyskiwanie atrakcyjnej zawartości programowej – Produkcja, pozyskiwanie, nadawanie i dystrybucja atrakcyjnych i innowacyjnych programów to główny element naszej strategii. Nasze badania wskazują, że dużą popularnością wśród widowni docelowej cieszą się programy produkowane w Polsce. Będziemy w dalszym ciągu tworzyć innowacyjne, wysokiej jakości programy polskie, w szczególności seriale i filmy, korzystając z wewnętrznych możliwości produkcyjnych i dobrych stosunków z niezależnymi producentami polskimi i spółkami produkcyjnymi. Aby zapewnić emisję programów atrakcyjnych dla naszej widowni, będziemy również w dalszym ciągu posiłkować się dobrymi stosunkami z wiodącymi międzynarodowymi dostawcami zawartości programowej, w tym Warner Brothers, DreamWorks i Paramount Pictures. Zamierzamy zwiększyć nasz udział w widowni docelowej, w szczególności w *peak-time*, pozyskując atrakcyjną zawartość programową i opracowując interesującą ramówkę. W tym celu korzystamy z badań oglądalności i naszej wiedzy rynkowej, co pozwala rozumieć i przewidzieć upodobania naszej widowni.

Koncentracja na potrzebach naszych klientów — Nadal zamierzamy dostarczać naszym klientom reklamowym treści programowych spełniających ich oczekiwania i w pełni zaspokajających ich potrzeby. Staramy się odpowiadać na zapotrzebowanie reklamodawców w trzech obszarach, zapewniając: (i) odpowiedni zasięg kampanii reklamowych poprzez osiągnięcie zakładanego udziału w oglądalności dla zdefiniowanych grup docelowych, (ii) odpowiednią częstotliwość emisji reklam oraz (iii) odpowiednią jakość środowiska programowego, w którym odbywa się komunikacja marketingowa reklamodawców. Zamierzamy osiągać te cele dzięki opracowaniu, pozyskaniu i nadawaniu atrakcyjnych dla docelowej widowni programów, zapewniających osiągnięcie optymalnego udziału w oglądalności w grupie docelowej określonej przez reklamodawców oraz poprzez uruchamianie lub kupowanie programów tematycznych, które zapewnią nam optymalny udział w naszych grupach docelowych.

Przekształcenie wzrostu oglądalności w przychody z reklam - Krajowy rynek mediowy jest znacznie rozdrobniony, dzięki czemu uzyskujemy szanse na zwiększenie rozpoznawalności naszej marki, w szczególności poprzez tworzenie nowych programów tematycznych, stanowiących jednocześnie atrakcyjną propozycję dla reklamodawców. Rozpoznawanie oczekiwań i gustów określonych grup odbiorców w ramach widowni docelowej umożliwia nam efektywne konkurowanie na rynku reklamodawców, zarówno z innymi nadawcami telewizyjnymi, jak i z innymi mediami reklamowymi, takimi jak gazety i magazyny. Nasz czas reklamowy sprzedajemy na podstawie naszej możliwości dotarcia do widowni docelowej. Nasz zespół działu sprzedaży dociera do szerokiego grona reklamodawców.

Identyfikowanie i wykorzystanie alternatywnych źródeł przychodów - Nadal będziemy analizowali możliwości rozszerzenia prowadzonej działalności w ramach rynku reklamy telewizyjnej, głównie poprzez rozpoznawanie możliwości tworzenia nowych programów zarówno w Polsce jak i za granicą. W 2008 r. około 22,2% przychodów realizowanych było w ramach sponsoringu, telezakupów, programów z udziałem telewidzów za pośrednictwem telefonów, opłat abonamentowych za korzystanie z usług platformy cyfrowej oraz kablowej. Działalność ta ma w większości charakter komplementarny wobec działalności podstawowej, oferując reklamodawcom dodatkowe możliwości w zakresie promocji ich produktów, towarów i usług. W celu osiągania dalszego wzrostu rentowności oraz przychodów, będziemy kontynuowali prace nad określeniem i rozwojem nowych źródeł przychodów.

Rozwój i integracja naszej działalności internetowej - Dystrybucja programów telewizyjnych przez Internet jest kluczowym elementem naszej strategii. Rozpoczęliśmy już sprzedaż wybranych programów przez Onet.pl, nasz portal internetowy. Zamierzamy również uruchomić dodatkowe wortale oraz serwisy skierowane częściowo na te sektory rynku reklamowego na których jesteśmy niedostatecznie reprezentowani lub wręcz w ogóle nie reprezentowani. Zamierzamy również wzbogacić nasz portal Onet.pl poprzez produkcję określonej treści wideo dla tego portalu oraz poprzez dostarczanie dostępu do bieżących informacji i treści o charakterze rozrywkowym produkowanych przez nasz segment nadawania i produkcji telewizyjnej.

Dalsza dywersyfikacja źródeł naszego przychodu dzięki rozwojowi działalności telezakupowej – Zamierzamy w dalszym ciągu rozwijać naszą działalność telezakupową dzięki poszerzaniu oferty o nowe, dobrze dopasowane do grup odbiorców produkty.

Wzajemna promocja wszystkich naszych platform - Zamierzamy wykorzystać nasze kanały telewizyjne do promocji naszej działalności internetowej i wzmocnienia naszej marki internetowej. Zamierzamy również użyć portalu Onet.pl, do promocji treści telewizyjnych, którą produkujemy i nadajemy.

Rozwój zintegrowanych produktów sprzedaży - Zamierzamy rozwinąć nowe produkty sprzedaży, w celu maksymalizacji skuteczności i wydajności, zarówno reklam telewizyjnych, jak i internetowych.

Umocnienie naszej pozycji na rynku dystrybucji – Zamierzamy wspierać rozwój cyfrowej platformy ‘n’, z możliwością przejęcia kontroli nad firmą, dla zabezpieczenia dystrybucji naszych kanałów oraz dywersyfikacji źródeł przychodu.

Nieruchomości

Na nasze nieruchomości składają się głównie stacje nadawcze, obiekty produkcyjne i biura, z których wszystkie zlokalizowane są w Polsce. Uważamy, że obiekty te są dobrze utrzymane oraz w dobrym stanie. Ponadto, posiadamy prawo dzierżawy wieczystej w stosunku do kilku niezabudowanych działek w Warszawie oraz jesteśmy właścicielami jednej w Krakowie, przeznaczonej na nasze centrum informacyjne dla segmentu online. Patrz również punkt 5 „Główni akcjonariusze i transakcje z podmiotami powiązanymi - Wynajem pomieszczeń biurowych i studyjnych” poniżej, gdzie opisujemy warunki wynajmu niektórych powierzchni biurowych i studyjnych.

Własność intelektualna

Nasze prawa własności intelektualnej dotyczące kanałów i programów chronimy przed nielegalnym wykorzystaniem przez strony trzecie poprzez rejestrowanie ich zgodnie z obowiązującymi przepisami dotyczącymi praw własności intelektualnej. Chronimy również nasze znaki towarowe, rejestrując je w Urzędzie Patentowym RP. Aktualnie w Urzędzie

Patentowym zarejestrowaliśmy miedzy innymi logo TVN jako międzynarodowy znak towarowy, TVN 24 jako znak towarowy słowny, TVN 7 jako znak towarowy słowny i logo, ITVN (słowny), TVN Meteo (słowny i logo), TVN Turbo (słowny i logo), TVN Style (słowny i logo), Onet (słowny), Onet.pl (logo), Sympatia.pl (słowny i logo), Zumi.pl (logo), Onet.tv (logo) e-mocje jako słowny znak towarowy, Tenbit znak towarowy i Republika www znak towarowy, złożyliśmy wniosek o rejestrację znaków towarowych TVN Med (słowny i logo), TVN Lingua znak towarowy (słowny i logo),), TVN Warszawa (słowny i dwa logo), TVN Media school (słowny), Plejada (dwa logo), plejad.pl (słowny). Nabyliśmy niezbędne prawa i koncesje do produkowanych i nadawanych programów.

Większość programów wytwarzanych przez strony trzecie nadajemy na podstawie sublicencji. Ponadto, w odniesieniu do honorariów płaconych aktorom i wykonawcom, zawarliśmy umowy z polskimi stowarzyszeniami odpowiedzialnymi za zbieranie i wypłacanie honorariów.

Ubezpieczenie

Jesteśmy ubezpieczeni na mocy polis zwyczajowo zawieranych w branży nadawców telewizyjnych. Na 31 grudnia 2008 r. jesteśmy ubezpieczeni od różnych rodzajów ryzyka. Najważniejsze polisy ubezpieczeniowe są podane poniżej:

- Polisa ubezpieczeniowa wydana przez TU Hestia S.A. ubezpieczająca wszystkie aktywa segmentu nadawczo telewizyjnego. Wartość aktywów ubezpieczonych na mocy tej polisy wynosi 387.681 zł. Polisa jest ważna od 1 lipca 2008 r. do 30 czerwca 2009 r.

- Polisa ubezpieczeniowa wydana przez STU Ergo Hestia S.A. i PZU S.A. ubezpieczająca wszystkie aktywa Grupy Onet od wszelkiego ryzyka. Wartość aktywów ubezpieczonych na mocy tej polisy wynosi 34.480 zł. Polisa jest ważna od 1 lipca 2008 r. do 30 czerwca 2009 r.

- Polisa wydana przez TU Hestia S.A. ubezpieczająca TVN S.A. od utraty zysków. Zysk brutto ubezpieczony na mocy tej polisy jest ograniczony do 829.358 zł. Polisa jest ważna od 1 lipca 2008 r. do 30 czerwca 2009 r.

- Polisa wydana przez STU Ergo TU Hestia S.A. i PZU S.A. ubezpieczająca Grupę Onet od utraty zysków. Zysk brutto ubezpieczony na mocy tej polisy jest ograniczony do 123.500 zł. Polisa jest ważna od 1 lipca 2008 r. do 30 czerwca 2009 r.

- Polisa wydana przez STU TU Hestia S.A. i PZU S.A. ubezpieczająca wszystkie sprzęty elektroniczne Grupy Onet. Wartość sprzętu ubezpieczonego na mocy tej polisy wynosi 33.055 zł. Polisa jest ważna od 1 lipca 2008 r. do 30 czerwca 2009 r.

- Polisa ubezpieczająca odpowiedzialność cywilną dyrekcji i kadry kierowniczej wystawiona przez PZU S.A. Kwota ubezpieczenia na mocy tej polisy ograniczona jest do 125.000 zł i polisa ważna jest na cały świat. Polisa jest ważna od 1 maja 2008 r. do 30 kwietnia 2009 r.

- Polisa ubezpieczająca odpowiedzialność cywilną wystawiona przez STU Ergo Hestia S.A. i PZU S.A. dla Grupy Onet. Całkowita kwota ubezpieczenia na mocy tej polisy ograniczona jest do 30.000 zł. Polisa jest ważna od 1 lipca 2008 r. do 30 czerwca 2009 r.

- Polisa ubezpieczająca wystawiona przez Atradius Credit Insurance NV S.A. Oddział w Polsce zabezpieczająca poszczególne nadawczo telewizyjne należności handlowe. Wartość aktywów objętych tą polisą wynosi 370.700 zł z maksymalnym limitem w wysokości 60.000 zł. Polisa ta jest ważna od 1 grudnia 2007 r. do 28 lutego 2010 r.

- Polisa EAR wydana przez TU Allianz Polska S.A. i STU Ergo Hestia S.A. ubezpieczająca wszystkie ryzyka budowy Data Center. Kwota ubezpieczenia na mocy tej polisy ograniczona jest do 64.015 zł. Polisa jest ważna od 22 lutego 2008 r. do 26 listopada 2009 r.

Dodatkowo, poza opisanymi powyżej polisami ubezpieczeniowymi, ubezpieczamy również naszą flotę samochodową i zagraniczne podróże służbowe naszych pracowników. Tym samym uważamy, że nasze aktywa są ubezpieczone w wystarczającym stopniu. Na rzecz naszych pracowników opłacamy także ubezpieczenie na życie, będące zabezpieczeniem na wypadek śmierci lub poważnej choroby.

Regulacje

Ogólne

Rozpowszechnianie kanałów telewizyjnych jest w Polsce regulowane Konstytucją RP oraz Ustawą o Radiofonii i Telewizji.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji (KRRiT) jest urzędem odpowiedzialnym za nadzór nad rozpowszechnianiem kanałów telewizyjnych i radiowych oraz za egzekwowanie Ustawy o Radiofonii i Telewizji w Polsce. KRRiT przyznaje koncesje na rozpowszechnianie kanałów telewizyjnych i nadzoruje działalność polskich nadawców telewizyjnych.

Internet w Polsce regulowany jest ustawą z 18 lipca 2002 r. dotyczącą dostarczania usług drogą elektroniczną. Ustawa ta wprowadza dyrektywę o handlu elektronicznym dotyczącą usług i transakcji internetowych. Nie ma żadnej rządowej agencji poświęconej wyłącznie nadzorowi tego sektora. Urząd Komunikacji Elektronicznej, („UKE") nadzoruje i reguluje rynek telekomunikacji jako całość. Prowadzenie działalności internetowej nie wymaga żadnych koncesji czy pozwoleń od agencji lub organów rządowych.

Koncesje na rozpowszechnianie kanałów telewizyjnych

KRRiT wydaje koncesje na rozpowszechnianie kanałów telewizyjnych na okres dziesięciu lat. Koncesje nie są przenoszalne. KRRiT ma prawo cofnąć koncesję, jeśli nadawca rażąco naruszy swoje zobowiązania wynikające z Ustawy o Radiofonii i Telewizji lub warunki koncesji. Ponadto KRRiT może cofnąć koncesję, jeśli koncesjonowana działalność nadawcy wykonywana jest w sposób, który uznany zostanie za sprzeczny z Ustawą o Radiofonii i Telewizji lub z warunkami koncesji i nie zaniecha działania sprzecznego z przepisami w wyznaczonym terminie. Ustawa o Radiofonii i Telewizji przewiduje procedurę odnowienia lub przedłużenia koncesji.

W niektórych przypadkach, po wygaśnięciu lub cofnięciu koncesji, prawo nadawcy do rozpowszechniania kanałów na częstotliwościach objętych daną koncesją przestaje obowiązywać. Po wygaśnięciu koncesji, KRRiT może ogłosić przetarg publiczny na nową koncesję dla częstotliwości objętych wygasłą koncesją, do którego może przystąpić poprzedni koncesjonariusz.

W kwietniu 2004 r. KRRiT zatwierdziła konsolidację wszystkich naszych obowiązujących koncesji na rozpowszechnianie kanałów telewizyjnych drogą naziemną i scaliła je w jedną ogólnokrajową koncesję na rozpowszechnianie kanałów drogą naziemną. Nowa koncesja zastąpiła kilka koncesji regionalnych, które nam wcześniej przyznano.

Tabela poniżej przedstawia polskie koncesje, których posiadaczami jesteśmy obecnie:

Kanał	Rodzaj licencji	Data ważności
TVN	Koncesja na rozpowszechnianie programów telewizyjnych drogą naziemną	14 kwietnia 2014 r.
TVN Warszawa	Koncesja na rozpowszechnianie programów telewizyjnych drogą satelitarną	29 czerwca 2018 r.
TVN International West	Koncesja na rozpowszechnianie programów telewizyjnych drogą satelitarną	5 maja 2018 r.
TVN CNBC Biznes	Koncesja na rozpowszechnianie programów telewizyjnych drogą satelitarną	30 sierpnia 2017 r.
TVN Lingua	Koncesja na rozpowszechnianie programów telewizyjnych drogą satelitarną	4 lutego 2017 r.
TVN Style	Koncesja na rozpowszechnianie programów telewizyjnych drogą satelitarną	28 lipca 2014 r.
TVN Turbo	Koncesja na rozpowszechnianie programów telewizyjnych drogą satelitarną	12 lutego 2014 r.
ITVN	Koncesja na rozpowszechnianie programów telewizyjnych drogą satelitarną	10 lutego 2014 r.
TVN Meteo	Koncesja na rozpowszechnianie programów telewizyjnych drogą satelitarną	26 czerwca 2013 r.
TVN 7	Koncesja na rozpowszechnianie programów telewizyjnych drogą satelitarną	25 lutego 2012 r.
TVN24	Koncesja na rozpowszechnianie programów telewizyjnych drogą satelitarną	26 września 2011 r.

Koncesje zobowiązują nas do powiadamiania KRRiT między innymi o nabywanych udziałach w innych spółkach z branży medialnej, zmianach w składzie zarządu i rady nadzorczej oraz ujawniania KRRiT innych danych, dotyczących naszej działalności w zakresie jaki obowiązuje każdego innego przedsiębiorcę

Uważamy, że przestrzegamy warunków nadanych nam koncesji oraz wszystkich odnośnych ustaw i przepisów.

Ograniczenia dotyczące zagranicznych akcjonariuszy

Udziały zagranicznych akcjonariuszy ogranicza Ustawa o Radiofonii i Telewizji. Obecnie koncesji można udzielać:

- osobom z obywatelstwem polskim i zamieszkującym w Polsce oraz podmiotom, których siedziby znajdują się w Polsce;

- osobom zagranicznym oraz jednostkom zależnym zagranicznych podmiotów, których siedziby znajdują się w Europejskim Obszarze Gospodarczym;

- podmiotom nie mającym siedziby w Europejskim Obszarze Gospodarczym, o ile: (i) taki udział nie przekracza 49% kapitału zakładowego jednostki, (ii) prawa głosu znajdujące się w posiadaniu lub pod kontrolą obywateli lub jednostek spoza Europejskiego Obszaru Gospodarczego (EOG) lub ich jednostek zależnych nie przekraczają 49% łącznych praw głosu w takiej spółce. (iii) dokumenty założycielskie takiej spółki stanowią, że większość składu zarządu i rady nadzorczej muszą stanowić obywatele Polski zamieszkali w Polsce.

Ponadto, nabycie akcji/udziałów polskich nadawców przez osoby zamieszkujące lub mające siedzibę poza EOG wymaga uprzedniej zgody KRRiT.

Na mocy posiadanych przez nas koncesji, zgodnie ze zmianami z 22 września 2004 r., otrzymaliśmy od KRRiT zgodę na nabywanie naszych akcji przez obywateli i jednostki spoza EOG, pod warunkiem, że te osoby lub jednostki nie uzyskają i nie będą kontrolować więcej niż 49% naszego kapitału zakładowego i 49% praw głosu. Patrz również „Ryzyko związane z

ulegającymi zmianom przepisami regulującymi naszą działalność komercyjną i z ograniczeniami dotyczącymi struktury własnościowej polskich nadawców telewizyjnych".

Udziały zagranicznych akcjonariuszy w portalach internetowych, głównego aktywa naszej działalności online, nie są ograniczone lub regulowane żadnymi przepisami prawa czy też innymi regulacjami. Jedyne wymagania dotyczące posiadania i zmian udziałów w przypadku przedsiębiorstw z sektora online, pochodzą z ogólnych regulacji polskiego prawa antymonopolowego.

Ograniczenia dotyczące programów i reklamy

Ustawa o Radiofonii i Telewizji reguluje również zawartość programową kanałów emitowanych przez nadawców telewizyjnych. Wyznacza ona minimalne wymogi dla emitowanych programów pierwotnie stworzonych w języku polskim oraz programów pochodzenia europejskiego. Ponadto, od każdego nadawcy wymaga się zapewnienia, że 10% programów pochodzenia europejskiego będzie pozyskiwana od niezależnych producentów.

Koncesje na rozpowszechnianie kanałów telewizyjnych przyznane przez KRRiT wyznaczają szczegółowe warunki określające rodzaj programów nadawanych przez nadawców telewizyjnych. Każda z naszych koncesji wymaga od nas nadawania programu przez określoną, minimalną liczbę godzin dziennie. Koncesje te wymagają nadawania określonych kategorii programów przez określoną, minimalną liczbę godzin. Programy te obejmują m.in. wiadomości, programy oświatowe i familijne

Polskie przepisy prawne dotyczące rozpowszechniania kanałów nakładają ograniczenia na nadawanie reklam. Obecnie nadawcom wolno poświęcić 15% łącznego czasu nadawania na reklamy, a na godzinę można nadawać nie więcej niż 12 minut reklam. Ponadto obowiązują ograniczenia dotyczące reklam określonych rodzajów produktów, takich jak, alkohol czy leki. Reklama papierosów jest całkowicie zabroniona.

Pod względem usług świadczonych przez sektor nowe media, nie ma w Polsce żadnych konkretnych regulacji narzuconych na nas poza tymi obowiązującymi media w Polsce. W przypadku reklamy, nasze działania w zakresie nowych mediów wynikają z ograniczeń dotyczących reklamy określonych typów produktów, takich jak alkohol, z wyjątkiem piwa, którego reklama nie może być kierowana do nieletnich, leki na receptę i tytoń.

Struktura organizacyjna

W skład Grupy TVN wchodzą następujące jednostki:

Jednostka	Kraj założenia	31 grudnia 2008 r. udział %	31,grudnia 2008 r., % głosów na walnym zgromadzeniu
TVN S.A.	Polska	n/a	n/a
Discovery TVN Sp. z o.o.....	Wielka Brytania	50	50
Dream Lab Onet.pl Sp. z o.o.....	Polska	100	100
El-Trade Sp. z o.o	Polska	100	100
Grupa Onet Poland Holding B.V.....	Holandia	100	100
Grupa Onet.pl S.A.....	Polska	100	100
Mango Media Sp. z o.o……	Polska	100	100
Media Entertainment Ventures International Limited.....	Malta	100	100
Neovision Holding B.V*……..	Holandia	25	25
NTL-Radomsko Sp. z o.o.	Polska	100	100
Polski Operator Telewizyjny Sp. z o.o.	Polska	50	50
Polskie Badania Internetu Sp. z o.o....	Polska	20	20
SunWeb Sp. z o.o…….	Polska	100	100
Thema Film Sp. z o.o……	Polska	96	96
Tivien Sp. z o.o.	Polska	100	100
TVN Finance Corporation plc	Wielka Brytania	100	100

** Neovision Holding B.V. posiada 100% udziałów ITI Neovision Sp. z o.o. (Pol ska) i Neovision UK Ltd. (Wielka Brytania) oraz 99% udziałów w Cyfrowy Dom Sp. z o.o. i 45 % udziałów w MGM Channel Poland Ltd.*

PUNKT 3. OMÓWIENIE WYNIKÓW OPERACYJNYCH I FINANSOWYCH ORAZ PERSPEKTYW ROZWOJU

Z poniższym omówieniem oraz analizą naszej sytuacji finansowej i wyników należy zapoznawać się wraz ze skonsolidowanym zbadanym sprawozdaniem finansowym oraz innymi informacjami finansowymi przedstawionymi w innych częściach niniejszego raportu rocznego.

Sprawozdanie finansowe zostało sporządzone w złotych, zgodnie z MSSF zatwierdzonymi przez Unię Europejską. Metodą pełną konsolidujemy, zgodnie z MSSF wszystkie nasze jednostki zależne.

Wpływ zmian w składzie grupy kapitałowej na raportowany wynik finansowy

W dniu 25 czerwca 2008 r. nabyliśmy 25% udziałów plus jeden udział w cyfrowej platformie 'n', natomiast 23 maja 2007 r. zakupiliśmy Mango Media, zajmujące się działalnością telesprzedażową. Powyższe transakcje opisujemy bardziej szczegółowo w innej części niniejszego raportu. W rezultacie tych transakcji wyniki finansowe za okres dwunastu miesięcy zakończonych 31 grudnia 2008 r. nie są porównywalne z wynikami finansowymi za 2007 r. Okres dwunastu miesięcy zakończonych 31 grudnia 2008 r. zawiera wyniki finansowe Mango Media za cały okres, przy czym porównywalny okres 2007 r. zawiera wyniki finansowe Mango Media jedynie za okres od 24 maja do 31 grudnia 2007 r. Wyniki za dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2008 r. zawierają nasz udział w stracie netto platformy cyfrowej 'n' za okres od 25 czerwca do 31 grudnia 2008 r. Udział w wyniku platformy cyfrowej 'n' nie jest uwzględniany w 2007 r. W celu zapewnienia porównywalności wyników finansowych zidentyfikowaliśmy wpływ powyżej opisanych transakcji, tam gdzie jest on istotny, w danym okresie sprawozdawczym.

Nasz rok obrotowy kończy się 31 grudnia każdego roku. Odniesienia do lat 2006, 2007 i 2008 stanowią odniesienia odpowiednio do lat zakończonych 31 grudnia 2006, 2007 i 2008 r. O ile nie zaznaczyliśmy inaczej, odniesienia do złotych, euro i dolarów amerykańskich (zł, USD i EUR) dotyczą tysięcy złotych, dolarów amerykańskich i euro..

Podsumowanie

Tabela poniżej przedstawia streszczenie naszych skonsolidowanych wyników za każdy z trzech lat zakończonych 31 grudnia.

	Rok zakończony 31 grudnia					
(PLN)	**2008**	**2007**	**Wzrost/ (spadek) 2008 do 2007 (%)**	**2007**	**2006**	**Wzrost/ (spadek) 2007 do 2006 (%)**
Przychody netto	1.897.309	1.554.729	22,0	1.554.729	1.165.027	33,5
Zysk z działalności operacyjnej.....	631.875	482.012	31,1	482.012	348.515	38,3
Zysk netto	363.676	243.308	49,5	243.308	258.825	(6)
Wpływ opcji wbudowanych, po opodatkowaniu,…….	16.562	87.170	(81,0)	87.170	(26.455)	429,5
Udział w stracie netto platformy cyfrowej 'n', po opodatkowaniu……	76.509	-	-	-	-	-
Zysk netto z wyłączeniem opcji wbudowanych i udziału w stracie platformy cyfrowej 'n'……	**456.747**	**330.478**	**38,2**	**330.478**	**232.370**	**42,2**

Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2008 r.

Szacujemy, że rynek reklamy telewizyjnej wzrósł o 14,5% w okresie dwunastu miesięcy zakończonych 31 grudnia 2008 r. w porównaniu do analogicznego okresu 2007 r.

Poniżej przedstawiamy najważniejsze zdarzenia 2008 roku.

- Nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej netto wzrósł do 34,7% z 32,9% w analogicznym okresie 2007 r.

- Ogólny, całodobowy udział wszystkich naszych kanałów w rynku wzrósł do poziomu 22,0% z 21,8% w 2007 r.

- Całodobowy udział wszystkich naszych kanałów w komercyjnej grupie docelowej wzrósł do 22,9% z 22,5% w 2007 r. Udział wszystkich naszych kanałów w komercyjnej grupie docelowej w *peak time* wzrósł do 24,9% z 24,5% w 2007 r.

- Udział naszego kanału TVN w *peak time* w grupie docelowej wzrósł do 20,6% z 20,3% w 2007 r.

- TVN był jedynym ogólnopolskim kanałem, który zwiększył swój udział w oglądalności w komercyjnej grupie docelowej w *peak time* w 2008 r.

- Udział naszego kanału TVN 7 w *peak time* w grupie docelowej wzrósł do 3,0% z 2,6% w 2007 r.

- Nasz portal Onet.pl w okresie jedenastu miesięcy zakończonych 30 listopada 2008 r. odnotował 9,8 milionów użytkowników miesięcznie w porównaniu do 9,6 milionów w analogicznym okresie 2007 r. Średni czas spędzony na portalu Onet.pl, w tym samym okresie, wzrósł do 63,0 milionów godzin z 56,4 milionów godzin w analogicznym okresie 2007 r. (wszystkie dane nie w tysiącach)

- Platforma cyfrowa ‘n’ zwiększyła swoją bazę abonencką o 228.000.abonentów w okresie dwunastu miesięcy zakończonych 31 grudnia 2008 r. Na 31 grudnia 2008 r. platforma posiadała 500.000 podpisanych umów o świadczenie usług oraz 493.000 aktywnych abonentów. W grudniu platforma cyfrowa ‘n’ odnotowała ARPU w wysokości 56 zł (nie w tysiącach) miesięcznie oraz skorygowany ARPU w wysokości 60 zł (nie w tysiącach).

- 3 października 2008 r. ITI Neovision, spółka będąca właścicielem i operatorem platformy cyfrowej ‘n’ uruchomiła nową platformę satelitarną „Telewizja na kartę”. Do 31 grudnia 2008 r. Telewizja na kartę” sprzedała ponad 140.000 kart dostępowych oraz posiadała 92.000 abonentów na zasadzie przedpłaty (*pre-paid*). Łącznie na 31 grudnia 2008 r., platforma cyfrowa ‘n’ oraz „TNK” posiadały 585.000 abonentów.

- Nasze przychody netto wzrosły o 22,0% do 1.897.309 zł z 1.554.729 zł w 2007 r. Cena punktu ratingowego GRP w naszym kanale TVN wzrosła efektywnie o 29,4%, co zostało częściowo skompensowane spadkiem ilości sprzedanych punktów ratingowych o 7,1%. Gotówkowe przychody Onetu z tytułu reklamy wzrosły o 20,8% do 124.012 zł.

- Przychody Mango Media, za pośrednictwem którego prowadzimy działalność telezakupową zwiększył swoje przychody o 172,0% do 50.703 zł w 2008 r.

- Nasz zysk operacyjny wzrósł o 31,1% do 631.875 zł. Nasza marża operacyjna wyniosła 33,3%.

- Nasz wskaźnik EBITDA wzrósł o 28,4% do 711.378 zł z 554.102 zł w 2007 r. Marża EBITDA wyniosła 37,5% w porównaniu do 33,6% w analogicznym okresie 2007 r.

- Nasz zysk netto wyniósł 363.676 zł w porównaniu do 243.308 zł w 2007 r.

- Nasz zysk netto z wyłączeniem naszego udziału w stracie netto platformy cyfrowej ‘n’ oraz strat rozpoznanych na wycenie opcji wbudowanych w Obligacje *Senior Notes* wyniósł 456.747 zł, w porównaniu z 330.478 zł w analogicznym okresie 2007 r.

- 27 marca 2008 r. uruchomiliśmy nasz wortal internetowy Plejada.pl. Jest to wortal rozrywkowy, który w grudniu 2008 r. zanotował 35,7 miliona odsłon (nie w tysiącach).

- 30 maja 2008 r. zakończyliśmy działalność kanału *call TV* TVN Gra, w związku z nieosiągnięciem przez ten kanał założonego poziomu rentowności.

- 23 czerwca 2008 r. wyemitowaliśmy Obligacje PLN o całkowitej wartości nominalnej 500.000 zł. Obligacje te są oprocentowane według zmiennej stawki WIBOR powiększonej o 2,75% marży.

- 25 czerwca 2008 roku nabyliśmy 25% udziałów plus 1 udział w spółce Neovision Holding B.V, opcję do przejęcia kontroli oraz proporcjonalny udział w należnościach z tytułu udzielonych pożyczek wewnątrzgrupowych, za całkowitą kwotę 95.000 euro.

- 30 czerwca 2008 r. zawarliśmy wielowalutową umowę kredytową z Bankiem Pekao S.A. na łączną kwotę 200.000 zł. Zastąpiła ona umowę linii kredytowych z Bankiem Pekao S.A., która została zawarta 26 czerwca 2006 r. i w myśl której uzyskaliśmy dostęp do dwóch linii kredytowych o całkowitej wartości 50.000 euro.

- 12 sierpnia 2008 r. ogłosiliśmy program wykupu naszych akcji. Planujemy zakupić nie więcej niż 35.000 akcji lub 10% kapitału zakładowego, za nie więcej niż 500.000 złotych. 30 października 2008 r. Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie TVN S.A. podjęło uchwałę zatwierdzającą program wykupu akcji. Wykup rozpoczął się 17 listopada 2008 r. i zakończy nie później niż 31 grudnia 2009 r. W okresie pomiędzy 17 listopada 2008r. oraz 21 stycznia 2009 r. wykupiliśmy 3.903.188 akcji (nie w tysiącach) po średniej cenie w wysokości 12,81 zł (nie w tysiącach), za całkowitą kwotę 50.000 zł.

- 15 grudnia 2008 r. uruchomiliśmy kanał TVN Warszawa, skierowany do mieszkańców Warszawy.

- 31 grudnia 2008 zakończyliśmy działalność kanału TVN Med, w związku z nie osiągnięciem przez ten kanał założonego poziomu rentowności. Od tego momentu kanał ten jest dostępny jako edukacyjna platforma internetowa ukierunkowana na polskich lekarzy.

Wybrane dane finansowe

Poniższa tabela przedstawia podsumowanie skonsolidowanych, historycznych danych finansowych za wskazane okresy. Dane należy analizować z uwzględnieniem rocznych skonsolidowanych sprawozdań finansowych (łącznie z notami), oraz omówieniem wyników operacyjnych i finansowych zawartych w niniejszym raporcie.

Wybrane dane finansowe zostały przeliczone na euro po kursie 4,1724 zł za 1,00 euro (kurs średni NBP z dnia 31 grudnia 2008 r.). Takie przeliczenie nie miało sugerować, że kwoty w złotych faktycznie odzwierciedlają określone kwoty w euro ani że kwoty takie mogły być przeliczone na euro według wymienionego kursu, czy jakiegokolwiek innego kursu. Wszystkie kwoty w poniższej tabeli i przypisach wyrażono w tysiącach (chyba że zaznaczono inaczej).

	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia			
	2007	2007	2008	2008
	zł	euro	zł	euro
Skonsolidowany rachunek zysków i strat				
Przychody ze sprzedaży netto	1.554.729	372.622	1.897.309	454.728
Zysk z działalności operacyjnej	482.012	115.524	631.875	151.442
Zysk brutto	297.232	71.238	447.552	107.265
Skorygowany zysk przypadający akcjonariuszom TVN S.A.	330.478	79.206	380.238	91.132
Zysk netto przypadający akcjonariuszom TVN S.A.	243.308	58.314	363.676	87.162
Skonsolidowany rachunek przepływów pieniężnych				
Wpływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	419.959	100.652	615.354	147.482
Wypływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(174.751)	(41.883)	(813.388)	(194.945)
(Wypływy)/wpływy pieniężne netto z działalności finansowej	(239.912)	(57.500)	271.513	65.074
Zwiększenie stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	5.296	1.269	73.479	17.611
Średnia ważona liczba wyemitowanych akcji zwykłych (nie w tysiącach)	345.979.725	345.979.725	348.585.264	348.585.264
Średnia ważona liczba potencjalnych akcji zwykłych (nie w tysiącach)	352.494.544	352.494.544	353.066.178	353.066.178
Podstawowy zysk na jedną akcję (nie w tysiącach)	0,70	0,17	1,04	0,25
Skorygowany podstawowy zysk na jedną akcję (nie w tysiącach)	0,96	0,23	1,09	0,26
Rozwodniony zysk na jedną akcję (nie w tysiącach)	0,69	0,17	1,03	0,25
Dywidenda zapłacona lub deklarowana (nie w tysiącach)	0,37	0,09	0,49	0,12
Pozostałe dane				
EBITDA*	554.102	132.802	711.378	170.496
Marża EBITDA	35,6%	35,6%	37,5%	37,5%
Marża operacyjna	31,0%	31,0%	33,3%	33,3%
Skonsolidowany bilans	Na dzień 31 grudnia 2007	Na dzień 31 grudnia 2007	Na dzień 31 grudnia 2008	Na dzień 31 grudnia 2008
	zł	euro	zł	euro
Aktywa	2.744.925	657.877	3.753.174	899.524
Aktywa krótkoterminowe	645.446	154.694	1.201.394	287.938
Zobowiązania długoterminowe	967.064	231.776	1.637.872	392.549
Zobowiązania krótkoterminowe	348.100	83.429	468.348	112.249
Kapitał własny	1.429.761	342.671	1.646.954	394.726
Kapitał zakładowy	69.455	16.646	69.903	16.754

* EBITDA definiujemy jako zysk/(stratę) określone zgodnie z MSSF, przed amortyzacją (z zastrzeżeniem licencji programowych), odpisami z tytułu utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych, przychodami/ (kosztami) finansowymi, netto (w tym przychodami i kosztami odsetkowymi oraz zyskami i stratami kursowymi), podatkiem dochodowym oraz udziałem w wyniku netto spółek stowarzyszonych. Różnice pomiędzy EBITDA a wykazanym zyskiem z działalności operacyjnej obejmują amortyzację i odpisy z tytułu utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych, wykazane w tabeli powyżej. Jesteśmy przekonani, że EBITDA stanowi przydatny uzupełniający wskaźnik finansowy, odzwierciedlający płynność spółek mediowych. EBITDA nie jest wskaźnikiem według MSSF i nie należy uznawać go za alternatywę wskaźnika zysku/(straty) netto według MSSF, za wskaźnik wyników operacyjnych, wskaźnik przepływów pieniężnych z działalności operacyjnej zgodnie z MSSF czy wskaźnik płynności. Należy pamiętać. że EBITDA nie stanowi ujednoliconego ani ustandaryzowanego wskaźnika i w związku z tym jego wyliczenie może być różne w zależności od spółki, a nasza prezentacja i wyliczenie EBITDA może być odmienne niż zastosowane przez inne spółki.

ŹRÓDŁA PRZYCHODÓW NETTO ZE SPRZEDAŻY

Przychody netto z tytułu reklamy

Znaczną część naszych przychodów czerpiemy z emisji reklam telewizyjnych i internetowych. W 2008 r. 77,8% naszych całkowitych przychodów netto to przychody z tytułu emisji reklam telewizyjnych i internetowych.

Przychody z tytułu reklam telewizyjnych

Większość naszych reklam telewizyjnych sprzedajemy za pośrednictwem domów mediowych i agencji reklamowych. Obecnie na polskim rynku reklamowym reklamodawcy podejmując decyzje dotyczące wyboru kanału telewizyjnego, w którym wyemitują swoje reklamy, kierują się jego oglądalnością, profilem demograficznym widowni oraz cennikiem danego nadawcy telewizyjnego.

Dając klientom większą swobodę wyboru oferujemy dwa rodzaje cennika dotyczącego emisji reklam. Pierwszy jest cennikiem o stałych cenach, uzależnionych od pory nadawania i czasu trwania reklamy. Drugi cennik polega na sprzedaży pakietów punktów ratingowych (*gross rating points* – GRP). W przypadku Polski, jeden punkt ratingowy równa się liczbie 358.000 (nie w tysiącach) mieszkańców powyżej czwartego roku życia. Obecnie większość emisji reklam realizowana jest na podstawie naszych cenników stałych.

Cennik stały. W 2008 r., 70,0% naszych przychodów z emisji reklam pochodziło ze sprzedaży opartej o cennik stały, w porównaniu z 28,7% w 2007 r. W systemie opartym o cennik stały reklamy emitowane są o określonych, z góry ustalanych z reklamodawcami, porach. Koszt emisji reklam uzależniony jest od pory dnia i sezonu, kiedy dana reklama jest emitowana oraz od długości filmu reklamowego. Zgodnie z zasadami obowiązującymi na rynku oferujemy domom mediowym i ich klientom rabaty w stosunku do cen z naszego cennika stałego.

Cennik oparty na punktach ratingowych. Przychody zrealizowane w oparciu o cennik oparty na punktach ratingowych (GRP) w 2008 r. stanowiły 30,1% w porównaniu do 71,3% w 2007 r. Dzięki emisji reklam opartej na pakietach punktów ratingowych reklamodawcy mogą określić liczbę punktów ratingowych, jaką zamierzają osiągnąć dla swojej reklamy w danym okresie czasu, czyli, do jakiej liczby widzów chcą dotrzeć. Pora emisji reklamy jest ustalana zazwyczaj z miesięcznym wyprzedzeniem, w sposób umożliwiający nam osiągnięcie, uzgodnionego z reklamodawcą, poziomu punktów ratingowych przy jednoczesnej maksymalizacji wykorzystania i opłacalności dostępnego czasu antenowego. Ceny ustalane na podstawie punktów ratingowych wahają się w zależności od grupy demograficznej, do której adresowana jest reklama, elastyczności pozostawionej nam przez reklamodawców co do harmonogramu emisji reklam oraz od oferowanych rabatów. Na ogół struktura pakietów jest opracowana w taki sposób, aby zapewnić lepsze wykorzystanie czasu antenowego poza godzinami najwyższej oglądalności (na przykład za każdy GRP zakupiony w czasie najwyższej oglądalności *peak time* reklamodawca zobowiązany jest zakupić co najmniej jeden punkt GRP poza tym czasem).

Zwykle ustalamy porę emisji reklam na miesiąc przed ich nadaniem. Ceny płacone przez reklamodawców, niezależnie od tego czy emisja realizowana jest w ramach cennika opartego na pakietach punktów ratingowych, czy cennika stałego, są zwykle wyższe w miesiącach najwyższej oglądalności, takich jak np. październik i listopad, niż w miesiącach o niskiej oglądalności, takich jak lipiec i sierpień. Zgodnie z praktyką stosowaną w branży telewizyjnej, w celu optymalizacji ratingów i przychodów nie sprzedajemy całego dostępnego czasu antenowego. W sezonie największej oglądalności sprzedajemy ponad 89,7% czasu reklamowego w *peak time* i ponad 62,4% czasu poza tymi godzinami. W miesiącach mniejszej oglądalności sprzedajemy około 96,4% czasu reklamowego w *peak time* i około 64,4% czasu

poza tymi godzinami. Przychody z tytułu reklam ujmujemy w okresie, w którym reklama została nadana. Zgodnie z praktyką stosowaną na rynku reklamy udzielamy agencjom reklamowym oraz reklamodawcom rabatów. Przychody z tytułu emisji reklam ewidencjonowane są w ujęciu netto, po uwzględnieniu rabatów.

Przychody z internetowych usług marketingowych

Większość usług związanych z oferowaniem reklamy internetowej sprzedajemy za pośrednictwem domów mediowych.

Większość przychodów generowanych przez nas z reklam internetowych osiągana jest ze sprzedaży internetowej reklamy graficznej, włączając: wyświetlanie reklam typu "rich media", wyświetlanie linków tekstowych do stron internetowych reklamodawców (marketing wyszukiwarkowy), a także realizacja transakcji handlu elektronicznego (e-commerce).

Wyświetlanie reklam. Generujemy przychody związane z wyświetlaniem reklam na stronach internetowych Onet.pl, Zumi.pl, wortalach Plejada.pl i TVN24.pl oraz stronach internetowych naszych partnerów uczestniczących w programie OnetKontekst w momencie, gdy realizowane są „odsłony". „Odsłona" jest generowana w momencie, gdy reklama pojawia się na stronie, która jest właśnie oglądana przez użytkownika.

Wyświetlanie odwołań tekstowych do stron internetowych reklamodawców. Generujemy przychody z wyświetlania odwołań tekstowych kierujących do stron internetowych naszych reklamodawców, które to odwołania umieszczane są na stronach internetowych Onet, oraz stronach internetowych uczestniczących w programie OnetKontekst. Przychody z tego typu transakcji rozpoznajemy w momencie, gdy mają miejsce „kliknięcia". „Kliknięcie" występuje w momencie, gdy użytkownik wybierze odwołanie reklamodawcy.

Transakcje handlu elektronicznego (e-commerce). Przychody ze sprzedaży usług marketingowych obejmują również przychody transakcyjne, które uzyskiwane są z tytułu ułatwiania zawierania transakcji handlu elektronicznego za pośrednictwem stron internetowych Onet. Rozpoznajemy przychody z tego typu transakcji, gdy jest potwierdzenie, że transakcje zostały zawarte, a więc na przykład, gdy zostanie złożone zamówienie przez Pasaż Handlowy (Pasaż Onet.pl.).

Internetowy katalog firm. Przychody ze sprzedaży usług marketingowych obejmują również sprzedaż usług internetowego katalogu firm Zumi.pl. Formy reklamy oferowanej na tej stronie obejmują odnośniki tekstowe, formy graficzne, reklamy typu „rich media" i inne typy reklamy internetowej. Płatności za usługi w serwisie są pobierane z góry. Rozpoznajemy przychody w trakcie wykonywania usług.

W celu zapewnienia elastyczności naszym klientom, oferujemy nasze internetowe usługi reklamowe w oparciu o różne modele wyceny, takie jak: koszt za tysiąc ("CPM"), opłata stała (opłata za okres wyświetlania), koszt za kliknięcie ("CPC"), lub podobne do modelu koszt za akcję („CPA "), a także hybrydy tych modeli. Większość naszych internetowych usług reklamowych realizowana jest w oparciu o model CPM.

Koszt za tysiąc (CPM). Reklamy zakupione w oparciu o model CPM wyceniane są na podstawie wyświetleń – reklamodawca płaci za liczbę wyświetleń reklamy zamówionych i wykonanych na naszych stronie stronach internetowych. „Odsłona" jest generowana w momencie, gdy reklama pojawia się na stronie, która jest właśnie oglądana przez użytkownika. Najmniejsza liczba wyświetleń, które może zakupić reklamodawca to 1.000 ("mille" czyli tysiąc).

Opłata stała. Reklamy wyceniane na podstawie stałej opłaty są wyświetlane przez określony czas, zlecony przez reklamodawcę.

Koszt za kliknięcie (CPC). W modelu CPC, reklamodawcy płacą za kliknięcia w daną reklamę, dokonywane przez użytkowników. Model ten ma głównie zastosowanie w marketing wyszukiwarkowym (SEM).

Koszt za akcję (CPA). Model CPA zakłada płatność za zaistnienie określonej „akcji" (czynności), którą wykonuje użytkownik – może to być na przykład zamówienie produktu, zarejestrowanie w bazie danych, itp.

W pewnych przypadkach zawieramy transakcje, w ramach których usługa emisji reklam świadczona jest w zamian za towary i usługi, takie jak np. reklama w innych mediach, korzystanie z programów telewizyjnych i treści internetowych. Przychody z tytułu sprzedaży barterowej ewidencjonowane są przy zastosowaniu cen rynkowych za otrzymane towary lub świadczone usługi. W 2008 r. transakcje barterowe stanowiły 1,3% naszych skonsolidowanych przychodów ze sprzedaży.

Przychody z tytułu udzielania licencji na emisję niektórych kanałów telewizyjnych Grupy TVN operatorom sieci telewizji kablowych i satelitarnych platform cyfrowych.

Osiągamy również przychody z tytułu udzielania licencji na rozpowszechnianie niektórych kanałów telewizyjnych operatorom sieci telewizji kablowych i satelitarnych platform cyfrowych. W okresie 2008 r. 6,6% skonsolidowanych przychodów pochodziło z tego tytułu. Zasadniczo, umowy z operatorami satelitarnych platform cyfrowych i operatorami sieci telewizji kablowych wyszczególniają stawki za każdego abonenta mającego dostęp do dystrybuowanych kanałów telewizyjnych podczas odpowiedniego okresu. Miesięczna opłata licencyjna płacona przez operatorów satelitarnych platform cyfrowych lub operatorów sieci telewizji kablowych jest wyliczana jako iloczyn odpowiednich stawek za abonenta i średniej liczby abonentów tych operatorów, którzy odbierają jeden lub więcej naszych kanałów telewizyjnych podczas odpowiedniego okresu.

Pozostałe przychody

Pozostałe przychody ze sprzedaży w 2008 r. stanowiły 15,6% naszych skonsolidowanych przychodów ze sprzedaży. Pozostałe przychody ze sprzedaży obejmują głównie przychody ze świadczeń sponsorskich, przychody z tytułu usług związanych z udziałem widzów w programach za pośrednictwem połączeń telefonicznych oraz komunikatów SMS, telezakupów i dystrybucji kinowej wyprodukowanych przez nas filmów.

- Przychody ze świadczeń sponsorskich, które stanowiły 7,2% przychodów w 2008 r., uzyskujemy ze wskazania firmy sponsora, jego znaku towarowego lub nazwy jednego z produktów lub usług sponsora przed danym programem lub po jego zakończeniu lub przed albo po zapowiedziach danego programu. Zwykle dany program jest sponsorowany przez maksymalnie trzech sponsorów.

- Sprzedaż towarów/telezakupy w 2008 r. stanowiły 2,7% przychodów. Uzyskujemy przychody ze sprzedaży produktów oferowanych w trakcie określonych programów na antenie naszych kanałów, głównie TVN i TVN 7, poprzez nasz kanał telesprzedażowy Mango Media i za pośrednictwem strony internetowej Mango Media.

- Przychody z tytułu usług związanych z udziałem widzów w programach za pośrednictwem połączeń telefonicznych oraz komunikatów SMS stanowiły około 2,2% przychodów w 2008 r. Widzowie za pomocą połączeń telefonicznych lub krótkich wiadomości tekstowych mogą uczestniczyć w programach i wygrywać nagrody (uczestnicy ponoszą odpowiednio wyższy koszt połączenia telefonicznego / komunikatu SMS).

- Przychody z opłat za usługi internetowe stanowiły 1,3% naszych przychodów w 2008 r. Przychody z tego tytułu uzyskujemy z naszej działalności internetowej, a składają się na nie przychody ze sprzedaży różnego rodzaju usług płatnych, które kierujemy do użytkowników indywidualnych oraz instytucjonalnych. Obejmują one, między innymi, przychody uzyskiwane ze sprzedaży treści internetowych, płatności za dostęp do serwisów tematycznych, sprzedaży płatnych kont poczty elektronicznej, usług hostingowych, rejestracji oraz sprzedaży domen internetowych, opłat z serwisów aukcyjnych, publikacji ogłoszeń oraz serwisów towarzysko-randkowych i sprzedaży dostępu do Internetu. Przychody z opłat zawierają również przychody ze sprzedaży usług telekomunikacyjnych. Przychody z opłat internetowych rozpoznajemy w momencie, gdy usługi są wykonywane.

- Sprzedaż licencji na programy telewizyjne, włączając dystrybucję kinową produkowanych przez nas filmów.

- Sprzedaż usług technicznych powiązanych z emisją oraz innych usług technicznych satelitarnej platformie cyfrowej ‘n’ również stanowią nasze pozostałe przychody.

Przychodami z SMS, telefonicznego uczestnictwa w programach telewizyjnych dzielimy się z usługodawcą, czyli np.: operatorem telekomunikacyjnym albo dostawcą produktu.

Koszty

Największa część naszych kosztów operacyjnych, 49,7% w 2008 r., dotyczy zakupu i produkcji programów telewizyjnych i treści internetowych. W 2008 r. odpowiednio 56,0% wyemitowanych programów w kanale TVN stanowiły produkcje własne, 19,0% stanowiły programy wyprodukowane na zlecenie TVN przez podmioty trzecie, a 24,9% stanowiły gotowe programy zakupione przez TVN.

Na nasze koszty operacyjne składają się:

- amortyzacja kosztów produkcji telewizyjnej, stanowiąca 65,1% kosztów uzyskania przychodu poniesionych w 2008 r., obejmuje amortyzację kosztów produkcji programów wytworzonych specjalnie dla nas lub przez nas na licencji od strony trzeciej, albo na naszej licencji, amortyzację praw do programów wytworzonych przez podmioty trzecie, na które uzyskaliśmy od tych stron licencje oraz koszty produkcji treści internetowych.

  Amortyzacja zależy od szacowanej liczby emisji i typu programów. Na przykład, przyjmujemy różne stawki amortyzacji dla filmów, seriali, filmów animowanych i wiadomości. W związku z tym koszty programów ujmujemy albo z chwilą pierwszej emisji, w wypadku wiadomości i programów dotyczących aktualnych wydarzeń, albo – w wypadku filmów fabularnych, dokumentalnych i innych programów emitowanych zazwyczaj do czterech razy – z końcem trzeciej emisji albo z końcem licencji, w zależności od tego, która z tych dat nastąpi wcześniej. Koszty dotyczące treści internetowych są amortyzowane w 100% w momencie udostępnienia danej usługi bądź informacji. Dalsze informacje dotyczące naszych zasad amortyzacji przedstawiamy w Nocie 2.12 do naszego skonsolidowanego sprawozdania finansowego za 2008 r.

- koszty własne sprzedaży towarów i usług;

- koszty nadawania, na które składają się głównie koszty wynajmu satelitów i naziemnych mocy transmisyjnych;

- pensje pracowników;

- koszty programu motywacyjnego;

- honoraria płacone związkom artystów i profesjonalistów w branży rozrywkowej, takim jak ZAiKS (Związek Autorów i Kompozytorów Scenicznych) oraz PISF (Polski Instytut Sztuki Filmowej);

- amortyzacja sprzętu telewizyjnego i nadawczego oraz informatycznego;

- koszty marketingu i badań;

- koszty wynajmu i utrzymania naszych lokali;

- koszty konsultingowe dotyczące usług technicznych, finansowych i prawnych;

- opłata za usługi płatna na mocy Umowy Usługowej zawartej w dniu 22 lipca 2004 r. między nami a Grupą ITI, która została przedłużona na rok 2008 uchwałą naszej rady nadzorczej w dniu 17 grudnia 2007 roku. Uchwałą z dnia 11 grudnia 2008 r. rada nadzorcza udzieliła zgody na dalsze świadczenie usług w ramach Umowy Usługowej w 2009 roku.

Koszty uzyskania przychodu składają się głównie z kosztów produkcji i nadawania programów telewizyjnych, honorariów i kosztów związanych z produkcją treści internetowych.

Czynniki mające wpływ na nasze wyniki

Czynniki mające wpływ na nasze przychody i koszty

Charakterystyka rynku reklamy telewizyjnej w Polsce. Cena za emisję reklam telewizyjnych uzależniona jest głównie od popytu na emitowane reklamy i udziału w oglądalności oraz rabatów handlowych, upustów ilościowych oraz prowizji za pośrednictwo wynegocjowanych przez kupującego. Udział w oglądalności stanowi odsetek telewidzów oglądających dany kanał telewizyjny w określonym czasie. Popyt na emisję reklam w Polsce zależy w dużym stopniu od ogólnych warunków gospodarczych. Ponieważ emitowane reklamy telewizyjne w Polsce sprzedawane są za pośrednictwem domów mediowych, otrzymujących rabaty ilościowe i prowizje za pośrednictwo od dokonanej sprzedaży, większa część reklam jest w Polsce sprzedawana po cenach znacznie niższych od publikowanych stawek. Zniżki handlowe stanowią różnicę pomiędzy zawartymi w cennikach stawkami za minuty reklam, a faktycznymi cenami brutto, po jakich sprzedawane są punkty ratingowe bądź minuty reklam, przed odjęciem ewentualnych prowizji i rabatów agencyjnych. Choć łączna suma zniżek i opustów nie jest ujawniana, szacujemy, że nakłady netto na reklamę telewizyjną w 2008 r. stanowiły około 65% wykazywanych nakładów brutto w Polsce. Na polskim rynku reklamy telewizyjnej panuje silna konkurencja. Polityka i działania naszych konkurentów w zakresie ustalania cen i czasów emisji mogą spowodować zmiany w sposobie ustalania cen i czasów emisji przez nas, co może z kolei wpłynąć na wysokość osiąganych przez nas przychodów ze sprzedaży.

Charakterystyka rynku reklamy internetowej w Polsce. Cena za jaką sprzedajemy reklamy internetowe uzależniona jest głównie od popytu na nie, formy reklamowej, zasięgu, liczby odsłon, czasu spędzanego na stronie, cech demograficznych internautów oraz rabatów handlowych, upustów ilościowych oraz prowizji za pośrednictwo wynegocjowanych przez kupującego. Formy reklamowe obejmują najprostsze formy bannerowe umieszczane na górze strony, poprzez animowane kreacje typu *rich-media*, aż do najbardziej zaawansowanych form z wykorzystaniem przekazu wideo. Zasięg oznacza udział internautów którzy co najmniej raz odwiedzili daną stronę internetową w trakcie określonego okresu czasu. Liczba odsłon oznacza liczbę wygenerowaną przez internautów w trakcie odwiedzin na danej stronie. Czas spędzony na stronie oznacza średni czas, jaki internauta spędza na stronie, lub łączny czas jaki

użytkownicy Internetu spędzają na stronie internetowej w trakcie określonego czasu. Cechy demograficzne internautów zawierają cechy oraz profile tematyczne ich zainteresowań. Podobnie jak w przypadku reklamy telewizyjnej, znaczna część reklamy internetowej sprzedawana jest za pośrednictwem domów mediowych, otrzymujących rabaty ilościowe i prowizje za pośrednictwo od dokonanej sprzedaży stąd większa część reklam jest w Polsce sprzedawana po cenach znacznie niższych od publikowanych stawek. Zniżki handlowe stanowią różnicę pomiędzy zawartymi w cennikach stawkami za reklamę internetową, a faktycznymi cenami brutto, po jakich sprzedawane są te usługi, przed odjęciem ewentualnych prowizji i rabatów agencyjnych. Polski rynek internetowych usług reklamowych jest bardzo konkurencyjny. Polityka i zachowania naszych konkurentów zależą od cen i wprowadzanych nowych ofert do internetowych usług reklamowych, a to z kolei ma wpływ na nasze stawki i oferowane usługi, a w konsekwencji również na nasze przychody.

Sezonowość reklamy telewizyjnej. Widownia telewizyjna w Polsce podlega sezonowym zmianom – jesienią i wiosną liczba widzów jest większa niż w miesiącach letnich, kiedy telewizja konkuruje z wieloma innymi sposobami spędzania wolnego czasu. Latem, gdy liczba widzów się zmniejsza, reklamodawcy znacznie obniżają wydatki na reklamę telewizyjną. W rezultacie, przychody z emisji reklam telewizyjnych osiągają zwykle najniższy poziom w trzecim kwartale każdego roku kalendarzowego. Z kolei w czwartym kwartale roku kalendarzowego przychody z tytułu emisji reklam osiągają zwykle najwyższy poziom. W 2008 r. około 30,9% przychodów z tytułu emisji reklam osiągnęliśmy w pierwszym kwartale, a odpowiednio w drugim, trzecim i czwartym kwartale osiągnęliśmy 19,7%, 17,7% i 31,7% przychodów. Ponadto widownia telewizyjna w Polsce podlega zmianom miesięcznym i rocznym. Liczba GRP, które możemy sprzedać, częściowo zależy od średniej liczby minut spędzonych przed telewizorem przez przeciętnego Polaka, co określamy mianem poziomu ATV. W związku z tym, jeśli poziom ATV rośnie, zwiększa się pula GRP, a jeśli spada, pula GRP również maleje. W 2008 r. poziom ATV (dla widzów w wieku 16-49 lat, przez cały dzień) wynosił 188, w porównaniu do 210 w 2007 r.

Sezonowość reklamy internetowej. Liczba użytkowników Internetu w Polsce stale rośnie podlegając przy tym sezonowym zmianom - jesienią i wiosną liczba widzów jest większa niż w miesiącach letnich, kiedy Internet konkuruje z wieloma innymi sposobami spędzania wolnego czasu. Latem, gdy liczba widzów się zmniejsza, reklamodawcy znacznie obniżają wydatki na reklamę, w tym na reklamę internetową. W rezultacie, przychody z tytułu reklam internetowych zwykle osiągają najniższy poziom w trzecim kwartale każdego roku kalendarzowego. W 2008 r. około 19,8% przychodów internetowych Onet osiągnął w pierwszym kwartale, a odpowiednio w drugim, trzecim i czwartym kwartale osiągnął 24,9%, 22,3% i 33,0% przychodów.

Cykliczność polskiego rynku reklam. Wielkość przychodów z tytułu emisji reklam w Polsce odzwierciedlała zmiany ogólnej sytuacji gospodarczej, przychody te są wyższe w okresach szybkiego rozwoju gospodarczego, zaś w czasie recesji ulegają obniżeniu. Nie możemy zapewnić, że tendencje te utrzymają się, ani też nie jesteśmy w stanie określić jaki wpływ na polską gospodarkę i na nas wywrze bieżący globalny kryzys. Abstrahując od wspomnianej wyżej sezonowości przewidywania dotyczące poziomu wydatków na reklamę są możliwe z miesięcznym wyprzedzeniem, nie możemy więc z dokładnością oszacować naszych przyszłych przychodów z tytułu emisji reklam.

Dostępność atrakcyjnej treści. Nasz sukces w zakresie generowania przychodów z tytułu emisji reklam, emitowania kanałów na satelitarnych platformach cyfrowych i w sieciach telewizji kablowych oraz przychodów z innych źródeł jest uzależniony od utrzymania wysokiego udziału w oglądalności w ramach swojej widowni docelowej, szczególnie w czasie najwyższej oglądalności *prime time.* Z kolei zdolność do osiągania wysokiego udziału w oglądalności wśród docelowej widowni zależy w dużej mierze od jakości emitowanych przez nas programów odpowiadających gustom jej docelowej grupy widowni. Zgodnie z danymi AGB, 2008 r. wszystkie nasze kanały osiągnęły średni udział w oglądalności całodobowej w skali ogólnopolskiej na poziomie 22,0%. Nasz kanał TVN osiągnął udział w oglądalności w grupie

docelowej w *peak time* na poziomie 20,6% w 2008 r. W naszej opinii, wysoki udział w oglądalności na polskim rynku wynika z atrakcyjnej oferty programowej, która pozwala na dysponowanie wyższą liczbą punktów ratingowych (GRP), przy jednoczesnej maksymalizacji wykorzystania i opłacalności dostępnego czasu antenowego. Uważając, iż dotychczas z powodzeniem produkowaliśmy i zdobywaliśmy programy odpowiadające gustom naszej docelowej widowni, nadal konkurujemy z pozostałymi nadawcami w pozyskiwaniu programów uwzględniających zmiany w oczekiwaniach naszej widowni i trendów na rynku telewizyjnym. Wzrost poziomu konkurencji może spowodować, iż aby utrzymać tendencję wzrostową naszego udziału w oglądalności, będziemy musieli zwiększyć wydatki związane z produkcją i kupnem atrakcyjnych programów.

Pozostałe czynniki mające wpływ na wyniki

Ryzyko walutowe. Przychody netto ze sprzedaży osiągane przez nas są wyrażone głównie w złotych, podczas gdy znaczna część naszych kosztów operacyjnych, zadłużenie oraz wydatki kapitałowe wyrażone są w walutach obcych, głównie w euro oraz, w mniejszym zakresie, w dolarach amerykańskich. Oceniamy, iż 15% osłabienie kursu złotego względem euro i względem dolara, przy pozostałych czynnikach niezmiennych oraz bez uwzględniania zawartych transakcji zabezpieczających spowodowałoby pogorszenie naszego wyniku finansowego brutto za okres dwunastu miesięcy zakończonych 31 grudnia 2008 r. o 92.702 zł w stosunku do faktycznie osiągniętego wyniku. We wrześniu 2008 zawarliśmy transakcje opcji walutowych o wartości nominalnej 225.000 euro, zapadające 15 grudnia 2008 r. i z przedziałem kursu złotego do euro pomiędzy 3,30 a 3,50. W wyniku wspomnianych wyżej transakcji znaczna część naszej otwartej pozycji netto w euro na dzień 30 września 2008 r. była zabezpieczona do 15 grudnia 2008 r. 13 października 2008 r. zawarliśmy transakcje opcji walutowych o wartości nominalnej 225.000 euro, przedziałem kursu złotego do euro pomiędzy 3,30 i 3,60 oraz terminem zapadalności 15 stycznia 2009 r. We wrześniu 2008 r. nabyliśmy opcje walutowe put i call w dolarach w celu ograniczenia wpływu na nasz wynik finansowy netto wahań kursu PLN/USD w stosunku do przyszłych płatności z tytułu zobowiązań programowych. Strategia zabezpieczająca oparta na opcjach put i call w dolarach posiadała łączną wartość nominalną 40.479 dolarów, terminy realizacji pomiędzy 23 marca 2009 r. i 22 grudnia 2009 r., zaś przedział kursu PLN/USD w jakim je zawarto to 2,10-2,45. Nie stosujemy rachunkowości zabezpieczeń opcji związku z opcjami w dolarach. Wartość godziwa opcji walutowych w dolarach na 31 grudnia 2008 r. ustalona była na podstawie wycen przeprowadzonych przez nasze banki. Zmiana wartości godziwej opcji została ujęta w rachunku zysków i strat.

Opodatkowanie. Podlegamy opodatkowaniu podatkiem dochodowym od osób prawnych obowiązującym w Polsce. Podatek odroczony wykazywany w bilansie wynika z tymczasowych różnic w zakresie uznawania przychodów i kosztów na potrzeby rachunkowości i przepisów podatkowych, występujących na dzień bilansowy. Nasze aktywa z tytułu podatku odroczonego przede wszystkim dotyczą ulgi inwestycyjnej z tytułu inwestycji Onet-u w specjalnej strefie ekonomicznej oraz rezerw i rozliczeń międzyokresowych kosztów, które nie stanowią kosztów uzyskania przychodu. Uznawanie aktywów z tytułu odroczonego podatku dochodowego zależy od oceny prawdopodobieństwa spełnienia kryteriów działalności w specjalnej strefie ekonomicznej oraz wystąpienia przyszłych zysków podlegających opodatkowaniu, od których będzie możliwe odliczenie strat podatkowych z lat ubiegłych.

Aktualizacja wyceny wbudowanych opcji. Możemy wykupić wszystkie lub część Obligacji *Senior Notes* w dniu lub po dniu 15 grudnia 2008 r., według ceny wykupu po 104,75% ich wartości nominalnej, po dniu 15 grudnia 2009 r. – 103,167% po dniu 15 grudnia 2010 r. – 101,583% i po 15 grudnia 2011 r. i później – 100,000%. Tę opcję wcześniejszego wykupu wyceniamy i ujmujemy jako aktywo. Wycenę przeprowadzamy zgodnie z modelem Brace-Gątarek-Musiela, a wynik wyceny zależy przede wszystkim od ceny rynkowej naszych Obligacji *Senior Notes*.

W dniu 8 lutego 2008 r. wykupiliśmy Obligacje *Senior Notes* o wartości nominalnej 10.000 euro za kwotę 10.200 euro (36.587 zł). W dniu 24 października 2008 r. wykupiliśmy Obligacje *Senior Notes* o wartości nominalnej 10.000 euro za kwotę 9.400 euro (34.141 zł). Zaewidencjonowaliśmy wykup Obligacji *Senior Notes* jako pomniejszenie odpowiadającej mu części zobowiązania z tytułu Obligacji Senior Notes. W wyniku tego, różnica pomiędzy kwotą zapłaty i wartością bieżącą Obligacji *Senior Notes* została rozpoznana w rachunku zysków i strat w kosztach finansowych. Wartość nominalna Obligacji *Senior Notes* po wykupie wynosi 215.000 euro.

W ciągu dwunastu miesięcy zakończonych 31 grudnia 2008 r. cena rynkowa naszych Obligacji Senior Notes spadła z 104,5 na dzień 31 grudnia 2007 r. do 84,0 na 31 grudnia 2008 r., w wyniku czego rozpoznaliśmy niepieniężną stratę finansową w wysokości 20.447 zł. Na 31 grudnia 2008 r. wartość aktywa wynosi 0 zł.

W wyniku wykupu Obligacji *Senior Notes* w wysokości 20.000 euro wycena opcji wbudowanej w Obligacje *Senior Notes* na 31 grudnia 2008 r. odnosi się do pozostałej części naszej Obligacji *Senior Notes* o wartości nominalnej 215.000 euro.

Inwestycja w platformę cyfrową 'n'. 25 czerwca 2008 r. nabyliśmy od podmiotu dominującego ITI Media Group N.V. za łączną kwotę 95.000 euro, 25% udziałów plus jeden udział spółki Neovision Holding B.V. w Amsterdamie, która jest jedynym udziałowcem spółki ITI Neovision Sp. z o.o., będącej właścicielem i operatorem polskiej telewizyjnej platformy cyfrowej „n". Łączna kwota zapłacona przez TVN z tytułu tej transakcji w kwocie 95.000 euro zawierała proporcjonalny udział w należnościach z tytułu pożyczek wewnątrzgrupowych udzielonych ITI Neovision oraz opcję przejęcia kontroli po upływie trzech lub czterech lat. Inwestycja ta została sklasyfikowana jako inwestycja w podmiot stowarzyszony i jest konsolidowana metodą praw własności.

Emisja Obligacji PLN. W dniu 23 czerwca 2008 r. wyemitowaliśmy Obligacje PLN o łącznej wartości nominalnej 500.000 zł. Obligacje PLN zostały wyemitowane w jednej serii składającej się z (nie w tysiącach) 5.000 niezabezpieczonych obligacji na okaziciela, w formie zdematerializowanej, o wartości nominalnej (nie w tysiącach) 100.000 zł każda, z datą wykupu przypadająca w dniu 14 czerwca 2013 r. oraz z opcją wcześniejszego wykupu po stronie TVN w trzecim bądź czwartym roku po emisji. Obligacje PLN są oprocentowane w półrocznych okresach odsetkowych, odsetki są płatne w formie pieniężnej i naliczane od wartości nominalnej, według zmiennej stopy procentowej równej stawce WIBOR 6m powiększonej o 2,75%.

Sytuacja finansowa

Nasze rzeczowe aktywa trwałe wzrosły o 97.232 zł lub o 38,9% do 347.400 zł na 31 grudnia 2008 r. z 250.168 na 31 grudnia 2007 r. Wzrost ten wynika głównie z zakupu sprzętu telewizyjnego, nadawczego i technicznego o wartości 67.745 zł, pojazdów o wartości 12.730, zakupu gruntów o wartości 8.103 zł jak również z prac związanych z budową studia telewizyjnego i budową serwerowi o wartości 47.107 zł co zostało częściowo skompensowane roczną amortyzacją w wysokości 60.117 zł.

Nasze inne wartości niematerialne wzrosły o 5.827 zł lub o 11,4% i wyniosły 56.796 zł na 31 grudnia 2008 r. w porównaniu z 50.969 zł na 31 grudnia 2007 r. Wzrost ten wynika głównie z zakupów oprogramowania komputerowego i pozostałego w łącznej kwocie 20.988 zł oraz rozpoznania wartego 5.975 zł oprogramowania wytworzonego we własnym zakresie, co zostało częściowo skompensowane roczną amortyzacją w wysokości 21.271 zł.

Nasze inwestycje w jednostki stowarzyszone wzrosły do 120.076 zł na 31 grudnia 2008 r. z 83 zł na 31 grudnia 2007 r. Wzrost ten wynika z naszej inwestycji w platformę cyfrową 'n' i

składa się z kwoty kosztu inwestycji w wysokości 214.433 zł, pomniejszoną o nasz udział w stracie netto platformy cyfrowej ‘n’ w wysokości 94.455 zł za okres od 25 czerwca 2008 r. do 31 grudnia 2008 r.

Pożyczki dla jednostki stowarzyszonej wzrosły do 179.138 zł na 31 grudnia 2008 r. Kwota ta obejmuje pożyczki w kwocie 109.384 zł udzielone platformie cyfrowej ‘n’ objęte przez nas w chwili dokonywania inwestycji, pożyczki w kwocie 28.180 zł udzielone do 31 grudnia 2008 r., dodatnie różnice kursowe w wysokości 35.807 zł rozpoznane na pożyczkach udzielonych platformie cyfrowej ‘n’ wg stanu na 31 grudnia 2008 r. oraz naliczone odsetki w wysokości 5.767 zł.

Nasze aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego wzrosły o 21.878 zł do 34.515 zł z 12.637 zł, co było głównie związane z rozpoznaniem naszego udziału w stracie netto platformy cyfrowej ‘n’.

Nasze długo- i krótkoterminowe aktywa programowe wzrosły o 40.461 zł lub o 13,2% i wyniosły 347.417 zł na dzień 31 grudnia 2008 r. w porównaniu do 306.956 zł na 31 grudnia 2007. Wzrost ten wynikał głównie z przyrostu o 43.438 zł poziomu biblioteki produkcji lokalnej. W 2008 r. produkowaliśmy nowe seriale oraz filmy które będą emitowane w telewizji lub dystrybuowane w kinach w 2009 roku. Wzrost ten był częściowo skompensowany emisją większej ilości zakupionych programów w stosunku do dokonanych zakupów.

Nasze finansowe instrumenty pochodne wzrosły o 125.598 zł do 149.865 zł na 31 grudnia 2008 r. z 24.267 zł na 31 grudnia 2007 r. Kwota ta stanowi wartość godziwą naszych opcji walutowych zabezpieczających naszą ekspozycję walutową wobec euro i dolara amerykańskiego. Wzrost wartości godziwej tych opcji wynikał ze znaczącego osłabienia się złotego wobec euro i dolara na dzień 31 grudnia 2008 r. Wzrost ten był częściowo skompensowany spadkiem wartości godziwej opcji wbudowanych w Obligacje *Senior Notes*, która spadła do 0 zł na 31 grudnia 2008 r. z 20.447 zł na 31 grudnia 2007 r., co odzwierciedlało spadek ceny rynkowej naszych *Senior Notes* z 104.5 na dzień 31 grudnia 2007 r. do 84 na dzień 31 grudnia 2008 r.

Nasze rozliczenia międzyokresowe i inne aktywa obrotowe wzrosły o 19.686 zł lub 62,3% do 51.286 zł na 31 grudnia 2008 r. z 31.600 zł na 31 grudnia 2007 r. Wzrost ten częściowo wynikał ze wzrostu przedpłat programowych w wysokości 9.021 zł oraz częściowo z rozszerzenia naszej działalności związanej z telezakupami oraz związanym z tym zakupem towarów przeznaczonych do sprzedaży.

Saldo środków pieniężnych wzrosło o 74.495 zł do 184.867 zł na 31 grudnia 2008 r., z 110.372 zł na 31 grudnia 2007 r., częściowo wskutek emisji Obligacji PLN w kwocie 500.000 zł, oraz częściowo w wyniku wpływów pieniężnych z działalności operacyjnej, co częściowo skompensowały wypływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej, w szczególności nabycie pakietu 25% plus jednego udziału platformy cyfrowej ‘n’ za 95.000 euro w maju 2008 r..

Nasze krótkoterminowe aktywa finansowe dostępne do sprzedaży wzrosły do 315.616 zł na 31 grudnia 2008. Kwota ta stanowi wartość naszych inwestycji w polskie krótkoterminowe bony skarbowe.

Kapitał zapasowy z emisji akcji powyżej wartości nominalnej wzrósł o 39.478 zł lub o 6,97% do 605.805 zł na 31 grudnia 2008 r. z 566.327 zł na 31 grudnia 2007 r. głównie w wyniku emisji akcji dla uczestników naszego programu motywacyjnego.

Nasze akcje własne wyniosły 37.428 zł. Kwota ta reprezentuje nasze akcje, jakie odkupiliśmy w ramach Programu Wykupu Akcji.

Nasze inne kapitały rezerwowe wzrosły o 22.215 zł lub o 25,6% do 109.048 zł z 86.833 zł. Wzrost ten wynika z rozpoznania wartości godziwej opcji przyznanych w ramach naszego

programu motywacyjnego, pomniejszonego częściowo o realizację części przyznanych w ramach programu opcji.

Zobowiązanie z tytułu pożyczek długoterminowych (obejmujące zobowiązania z tytułu Obligacji *Senior Notes*, Obligacji PLN oraz wykorzystanej kwoty w ramach wielowalutowej umowy kredytowej z Bankiem Pekao S.A.), wyłączając naliczone odsetki, wzrosło o 673.512 zł lub o 85,2% do 1.463.900 zł na 31 grudnia 2008 r. z 790.388 zł na 31 grudnia 2007 r., w wyniku emisji Obligacji PLN na rynku polskim o wartości nominalnej 500.000 zł w dniu 23 czerwca 2008 r., częściowo z faktu wykorzystania pożyczki rewolwingowej w kwocie nominalnej 110.000 zł oraz częściowo z faktu rozpoznania różnic kursowych na naszych Obligacjach *Senior Notes* w wysokości 130.605 zł w wyniku osłabienia się złotego wobec euro na 31 grudnia 2008 w porównaniu do 31 grudnia 2007 r., co częściowo skompensował fakt odkupu Obligacji *Senior Notes* o wartości nominalnej 20.000 euro w roku 2008.

Nasze zobowiązania z tytułu dostaw i usług wzrosły o 30.798 zł lub o 27.7% do 141.905 zł na 31 grudnia 2008 r. z 111.107 zł na 31 grudnia 2007 r. Wzrost ten był głównie spowodowany wyższym poziomem zobowiązań z tytułu zakupów środków trwałych i wartości niematerialnych i prawnych związanych z realizacją naszych inwestycji pod koniec roku.

Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego od osób prawnych spadły o 2.664 zł do 40.559 zł na 31 grudnia 2008 r. z 43.223 zł na 31 grudnia 2007 r. głównie ze względu na wyższy poziom zaliczek na podatek dochodowy jakie wpłaciliśmy w 2008 r. w porównaniu do 2007 r.

Nasze kredyt w rachunku bieżącym wzrósł do 48.733 zł na 31 grudnia 2008 r. Zobowiązanie to zostało zaciągnięte w ramach wielowalutowej umowy kredytowej.

Nasze pozostałe zobowiązania i rozliczenia międzyokresowe wzrosły o 39.055 zł do 229.493 zł zł na 31 grudnia 2008 r. ze 190.438 zł na 31 grudnia 2007 r., głównie z uwagi na wyższy poziom rezerw na upusty i rabaty sprzedażowe.

Wyniki operacyjne

Okres dwunastu miesięcy zakończonych 31 grudnia 2008 r. w porównaniu z okresem dwunastu miesięcy zakończonych 31 grudnia 2007 r.

Przychody netto. Nasze przychody netto w 2008 r. wzrosły o 342.580 zł lub o 22,0%, do 1.897.309 zł z 1.554.729 zł w 2007 r. Wzrost ten wynikał głównie ze wzrostu przychodów reklamowych o 22,0%, wzrostu o 32,8% przychodów z tytułu świadczeń sponsorskich, wzrostu o 32,8% przychodów z tytułu udzielenia licencji na emisję programów operatorom telewizji kablowych i satelitarnych oraz 176,7% wzrostu przychodów z tytułu sprzedaży towarów. Wzrosty te były częściowo zneutralizowane spadkiem o 33,1% przychodów z tytułu audiotele. Wyłączając przychody Mango Media, nasze przychody netto wzrosły o 20,2% do 1.846.606 zł.

W 2008 r. przychody reklamowe wzrosły o 265.653 zł lub o 22,0%, do 1.475.252 zł z 1.209.599 zł w 2007 r. Wzrost przychodów zawdzięczamy przede wszystkim wzrostowi przychodów reklamowych o 187.175 zł lub o 19,9% w kanale TVN, co wynika przede wszystkim ze wzrostu udziału sprzedaży wg cennika stałego do 70,0% z 28,7% w 2007 r. Ceny czasu reklamowego w cenniku stałym są wyższe niż ceny pakietów punktów ratingowych. Odnotowaliśmy efektywny wzrost cen o 29,4%, co zostało częściowo skompensowane 7,1% spadkiem ilości sprzedanych punktów ratingowych. Nasze pozostałe kanały telewizyjne wygenerowały o 37.067 zł więcej przychodów z reklamy w 2008 r. niż w 2007 r. Wzrost ten wynikał głównie ze wzrostu przychodów reklamowych o 14.846 zł oraz o 13.902 zł w kanałach TVN 7 i TVN 24, co wynikało głównie z wzrostu cen. Przychody reklamowe Onet.pl wzrosły o 18,1% do 23.495 zł, co wynikało głównie z większej ilości sprzedanych reklam.

W 2008 r. pozostałe pozycje przychodów wzrosły o 76.927 zł lub o 22,3%, do 422.057 zł w porównaniu z 345.130 zł w 2007 r. Wzrost ten przede wszystkim wynikał ze wzrostu o 32,8% przychodów ze świadczeń sponsorskich oraz wzrostu o 32,8% przychodów z tytułu udzielenia licencji na emisję programów operatorom telewizji kablowych i satelitarnych jak również wzrostu o 176,7% przychodów ze sprzedaży towarów. Wzrost ten został częściowo skompensowany 33,1% spadkiem przychodów z audiotele. Przychody ze świadczeń sponsorskich wzrosły o 33.727 zł lub 32,8% w 2008 r. głównie na skutek zwiększenia ilości sponsorowanych programów i wzrostu ceny. Przychody z tytułu udzielenia licencji na emisję programów operatorom telewizji kablowych i satelitarnych wzrosły o 31.166 zł lub o 32,8% głównie na skutek wzrostu liczby abonentów wszystkich naszych płatnych programów, która wzrosła średnio o około 1,1 miliona (nie w tysiącach) w 2008 r. w porównaniu do 2007 r. Ponieważ nasze ceny za abonenta są wyrażane w euro lub dolarach amerykańskich, wzrost ten został częściowo skompensowany przez niski kurs tych walut wobec złotego, w 2008 r. Nasz przychód ze sprzedaży towarów wzrósł o 26.618 zł lub o 176,7% do 41.678 zł w 2008 r. z 15.060 zł w 2007 r. Wzrost ten wynika głównie z ponad dwukrotnego wzrostu wolumenu sprzedaży towarów w Mango Media w 2008 r. w porównaniu do 2007 r. Wyłączając przychody Mango Media pozostałe przychody wzrosły o 14,1% do 376.042 zł.

Niższy poziom przychodów z audiotele o 21.111 zł lub o 33,1% wynika z naszej decyzji o zakończeniu działalności naszego kanału audiotele TVN Gra oraz zastąpieniu pasm audiotele w kanale TVN codziennym programem porannym *Dzień dobry TVN*, co doprowadziło do zwiększenia naszych łącznych przychodów.

Koszty własne sprzedaży. Koszty własne sprzedaży w 2008 r. wzrosły o 148.730 zł lub o 18,2% do 967.153 zł z 818.423 zł w 2007 r. Wzrost ten odzwierciedla naszą decyzję odnośnie wzmocnienia ramówek wiosennej i jesiennej w kanale TVN, celem wzmocnienia naszej pozycji rynkowej pod względem zarówno udziałów w oglądalności jak i udziału w rynku reklamy netto. Wyłączając koszty Mango Media, koszty własne sprzedaży wzrosły o 16,2% do 937.091 zł.

Wzrost kosztów amortyzacji produkcji lokalnej o 85.021 zł lub 20,2% do 506.655 zł w 2008 r. z 421.634 zł w 2007 r. odzwierciedla w głównej mierze naszą decyzję o nadawaniu pierwszych emisji programów takich jak *Mam talent!*, *Milionerzy*, *Clever*, *You can dance*, oraz *Teraz albo nigdy* w ramówkach wiosennej i jesiennej, zastępując nimi drugie emisje lokalnie produkowanych programów. Ramówki były również wspierane większą ilością drugich emisji naszych lokalnych produkcji w porównaniu do analogicznego okresu 2007 r. Wzrost średniego kosztu produkcji wynika częściowo z faktu produkcji programów rozrywkowych i seriali o relatywnie większej skali, co związane jest z ich wyższym kosztem, a także częściowo ze względu na fakt rozpoczęcia produkcji realizowanej w standardzie *high definition*. Wzrost ten wynika też częściowo z kosztów związanych z naszymi serwisami informacyjnymi. W 2008 roku ponieśliśmy koszty helikoptera oraz ośrodków lokalnych wspierających nasz serwis informacyjny *Fakty* oraz inne programy informacyjne. Nadawaliśmy też więcej nowych programów oraz większą ilość emisji na żywo na antenie naszego kanału TVN 24. Ponieśliśmy także koszty bezpośrednich transmisji z wydarzeń takich jak igrzyska olimpijskie czy EURO 2008. Wzrost ten wynikał też częściowo z faktu uruchomienia naszego kanału TVN CNBC Biznes w sierpniu 2007 r.

Koszty wynagrodzenia pracowników nie bezpośrednio produkcyjnych wzrosły o 18.539 zł lub 34,3% do 72.640 zł z 54.101 zł w 2007 r. Wzrost ten wynika częściowo z faktu utworzenia przez nas nowej jednostki zajmującej się tworzeniem scenariuszy i produkcją filmów i seriali, do których posiadamy wszystkie prawa. Wynika on również ze wzrostu wynagrodzeń programowych średnio o 12,8% w ciągu roku.

Procentowo, nasze koszty własne sprzedaży w 2008 r. spadły do 51,0% przychodów netto w porównaniu z 52,6% w 2007 r.

Koszty sprzedaży. Nasze koszty sprzedaży w 2008 r. wzrosły o 25.320 zł lub o 20,0% do 151.772 zł z 126.452 zł w 2007 r. Wzrost ten wynikał częściowo ze wzrostu kosztów promocji naszego kanału TVN, w związku z promocją wiosennej i jesiennej ramówki, częściowo w związku z odświeżeniem wizerunku naszego kanału TVN 7 jak również zwiększonego marketingu TVN Turbo. Wzrost kosztów marketingu dotyczył też Onet.pl i Zumi.pl, głównie porozumień w formie barterów. Koszty pracownicze wzrosły o 34,6%, co wynikało głównie ze wzrostu liczby pracowników, w szczególności handlowców zatrudnionych dla naszych nowych kanałów, takich jak TVN CNBC Biznes oraz TVN Warszawa, jak i naszego internetowego katalogu firm Zumi.pl. Wyłączając koszty Mango Media koszty sprzedaży wzrosły o 16,3% do 144.587 zł.

Procentowo, nasze koszty sprzedaży w 2008 r. spadły do 8,0% przychodów netto w porównaniu z 8,1% w 2007 r.

Koszty ogólnego zarządu. Nasze koszty ogólnego zarządu wzrosły o 22.793 zł lub o 18,1% do 148.801 zł w 2008 r. w porównaniu z 126.008 zł w 2007 r. Wyłączając wpływ obniżającej koszty korekty podatku VAT, dokonanej w 2007 r., nasze koszty ogólnego zarządu wzrosły o 20.493 lub 16,0%. Wzrost ten wynika głównie z wzrostu o 9.846 zł kosztów pracowniczych, co wynikało głównie z wzrostu liczby pracowników i średniego poziomu wynagrodzenia o 7,6% a także wzrostu kosztów wynajmu, wyposażenia i utrzymania budynków o 5.104 zł, głównie ze względu na fakt wynajęcia i wyposażenia dodatkowych powierzchni celem lokalizacji naszych nowych jednostek biznesowych jak i wyższych kosztów utrzymania aktualnie zajmowanych budynków. Ponadto wzrost ten spowodowały zmiana sposobu szacowania rezerw na odprawy emerytalne w roku 2007 oraz zmiana podejścia rachunkowego do niektórych licencji komputerowych, które w bieżącym roku zostały sklasyfikowane jako koszty operacyjne, podczas gdy poprzednio licencje te były klasyfikowane jako aktywa bilansowe i były amortyzowane.

Procentowo, nasze koszty ogólnego zarządu w 2008 r. spadły do 7,8% przychodów netto w porównaniu z 8,1% w 2007 r.

Zysk z działalności operacyjnej. Zysk z działalności operacyjnej wzrósł o 149.863 zł lub o 31,1% do 631.875 zł w 2008 r. w porównaniu z 482.012 zł w 2007 r. Wzrost ten wynikał przede wszystkim ze wzrostu przychodów częściowo skompensowanego wzrostem kosztów operacyjnych. Wyłączając wyniki Mango Media zysk z działalności operacyjnej wzrósł o 29,6% do 622.847 zł.

Nasza marża zysku na działalności operacyjnej w 2008 r. wzrosła do 33,3% z 31,0% w 2007 r.

Przychody inwestycyjne, netto. Wykazaliśmy przychody inwestycyjne, netto w wysokości 81.090 zł w 2008 r. w porównaniu z przychodami inwestycyjnymi, netto w wysokości 19.344 zł w 2007 r. Wzrost ten wynika częściowo z zysku na naszych opcjach walutowych zabezpieczających naszą ekspozycję wobec dolara amerykańskiego w wysokości 22.672 zł, spowodowanego osłabieniem się złotego wobec dolara w 2008 r., częściowo w wyniku wzrostu przychodów odsetkowych o 19.643 zł, głównie wskutek udzielenia pożyczek platformie cyfrowej ‘n’ oraz częściowo w wyniku rozpoznania przychodów odsetkowych na bonach skarbowych jakie zakupiliśmy w 2008 r. Rozpoznaliśmy też dodatnie różnice kursowe w wysokości 33.404 na pożyczkach udzielonych przez nas platformie cyfrowej ‘n’ w porównaniu do dodatnich różnic kursowych w wysokości 13.973 zł, rozpoznanych głównie na zakupionych prawach programowych w 2007 r.

Koszty finansowe, netto. Wykazaliśmy koszty finansowe netto w wysokości 170.973 zł w 2008 r. w porównaniu do kosztów finansowych netto w wysokości 204.124 zł w 2007 r.

Wykazaliśmy stratę z aktualizacji wartości opcji wbudowanych w Obligacje *Senior Notes* w wysokości 20.477 zł w 2008 r. w porównaniu do straty z aktualizacji wartości opcji

wcześniejszej spłaty wbudowanych w Obligacje *Senior Notes* w wysokości 107.617 zł w 2007 r. Na dzień 31 grudnia 2008 r. wartość godziwa tych opcji wyniosła 0 zł.

Koszty odsetek wyniosły 112.768 zł w 2008 r. w porównaniu do 94.763 zł w 2007 r. Wzrost ten wynika głównie z faktu płacenia przez nas odsetek od Obligacji PLN, które wyniosły 24.776 zł w 2008 r. oraz odsetek które płaciliśmy od wykorzystanej części wielowalutowej linii kredytowej.

Wykazaliśmy ujemne różnice kursowe wynikające z Obligacji *Senior Notes*, które wyniosły 130.605 zł w 2008 r. w porównaniu do dodatnich różnic kursowych w wysokości 58.562 zł, które wykazaliśmy w 2007 r. Wykazaliśmy zysk na opcjach walutowych w wysokości 100.558 zł, zakupionych w celu zneutralizowania potencjalnych strat z tytułu różnic kursowych na naszych Obligacjach *Senior Notes*.

Udział w stratach jednostek stowarzyszonych. Nasz udział w stratach jednostek stowarzyszonych wyniósł 94.440 zł w 2008 r. Kwota ta wynikała głownie z udziału w stracie netto platformy cyfrowej 'n' w okresie od 25 czerwca do 31 grudnia 2008 r., który wyniósł 94.455 zł. Udział w stracie netto platformy cyfrowej 'n' obejmuje głównie nasz udział w stracie z działalności operacyjnej platformy cyfrowej 'n' w wysokości 41.602 zł oraz nasz udział w poniesionych przez 'n' stratach z tytułu różnic kursowych na udzielonych przez akcjonariuszy pożyczkach denominowanych w euro w wysokości 43.214 zł.

Zysk brutto. Zysk brutto wyniósł 447.552 zł w 2008 r. w porównaniu do 297.232 zł w 2007 r. Wzrost zysku brutto wynika głównie ze wzrostu zysku z działalności operacyjnej oraz mniejszej straty na opcji wbudowanej w nasze Obligacje *Senior Notes*. Wyłączając wyniki Mango Media i udział w stracie netto platformy cyfrowej 'n', nasz zysk brutto wyniósł 533.011 zł.

Podatek dochodowy. Wykazaliśmy łączny podatek dochodowy w wysokości 83.876 zł w 2008 r. w porównaniu do 53.924 zł w 2007 r. Efektywna stopa podatku wyniosła 18,7%, w porównaniu do 18,1% w 2007 r.

Zysk netto. Nasz zysk netto wyniósł 363.676 zł w 2008 r. w porównaniu do 243.308 zł w 2007 r. Wyłączając efekt wyceny opcji wbudowanej i udział w stracie platformy cyfrowej 'n', nasz zysk netto wzrósł o 126.269 zł lub o 38,2% do 456.747 zł z 330.478 zł w 2007 r.

Poniższa tabela przedstawia wynik netto i wynik netto z wyłączeniem opcji wbudowanych i udziału w stracie platformy cyfrowej 'n' za dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2008 r. i 2007 r.

	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia,	
	2008	2007
	zł	zł
Zysk netto	363.676	243.308
Udział w stracie platformy cyfrowej 'n', po uwzględnieniu efektu podatku	76.509	-
Wpływ opcji wbudowanych, po uwzględnieniu efektu podatku	16.562	87.170
Zysk netto z wyłączeniem opcji wbudowanych i udziału w stracie platformy cyfrowej 'n'	456.747	330.478

Wyniki w podziale na segmenty

Nasza działalność składa się z dwóch odrębnych segmentów, nadawania i produkcji telewizyjnej oraz online. Obecnie raportujemy obydwa te segmenty rozdzielnie. Decyzje finansowe i alokacje zasobów podejmowane są w oparciu o wewnętrzne raporty zarządcze ukazujące przychody i wyniki operacyjne po segmentach.

Poniższa tabela przedstawia sumaryczne wyniki w podziale na segmenty za dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2008 r. i 2007 r.

	Telewizja, nadawanie i produkcja telewizyjna		Online		Niealokowane**		Razem	
	Zakończonych miesięcy zakończonych 31 grudnia 2008 r.	Zakończonych ć miesięcy zakończonych 31 grudnia 2007 r.	Zakończonych miesięcy zakończonych 31 grudnia 2008 r.	Zakończonych miesięcy zakończonych 31 grudnia 2007 r.	Zakończonych miesięcy zakończonych 31 grudnia 2008 r.	Zakończonych miesięcy zakończonych 31 grudnia 2007 r.	Zakończonych miesięcy zakończonych 31 grudnia 2008 r.	Zakończonych miesięcy zakończonych 31 grudnia 2007 r.
Sprzedaż do stron trzecich	1.700.923	1.399.351	196.386	155.378	-	-	1.897.309	1.554.729
Sprzedaż pomiędzy	6.567	8.110	9.869	7.108	(16.436)	(15.218)	-	-
Przychody ze sprzedaży	**1.707.490**	**1.407.461**	**206.255**	**162.486**	**(16.436)**	**(15.218)**	**1.897.309**	**1.554.729**
Wynik segmentu	635.630	498.544	34.866	19.345	(38.621)	(35.877)	631.875	482.012
Wynik segmentu wyłączając koszty programu motywacyjnego	662.257	519.928	42.636	35.808	(32.948)	(28.892)	671.945	526.845
EBITDA*	**696.363**	**554.671**	**55.521**	**35.308**	**(40.506)**	**(35.877)**	**711.378**	**554.102**
EBITDA* wyłączając koszty programu motywacyjnego	722.922	576.055	63.291	51.771	(34.835)	(28.892)	751.448	598.934
Marża EBITDA*	**40,8%**	**39,4%**	**26,9%**	**21,7%**	**-**	**-**	**37,5%**	**35,6%**
Marża EBITDA* wyłączając koszty programu motywacyjnego	42,3%	40,9%	30,7%	31,9%	-	-	39,6%	38,5%

*EBITDA zdefiniowana jest jako wynik finansowy netto ustalony zgodnie z MSSF, przed odliczeniem amortyzacji (poza amortyzacją licencji programowych), odpisów z tytułu utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych, przychodów inwestycyjnych netto i kosztów finansowych netto (łącznie z przychodami i kosztami z tytułu odsetek oraz różnicami kursowymi) podatku dochodowego oraz udziału w wyniku netto spółek stowarzyszonych. Pozycją uzgadniającą EBITDA do zysku z działalności operacyjnej przedstawionego w sprawozdaniu finansowym jest amortyzacja oraz odpisy z tytułu utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych. Uważamy, że EBITDA stanowi pożyteczny dodatkowy wskaźnik pomiaru płynności spółek medialnych. EBITDA nie jest miernikiem zgodnym z MSSF i nie powinna być uznawana za alternatywny, wobec zgodnych z MSSF, miernik wyniku finansowego netto, wskaźnik wyników operacyjnych, miernik przepływów pieniężnych z działalności operacyjnej czy wskaźnik płynności. Należy zauważyć, że EBITDA nie jest jednolitym czy standardowym miernikiem, a tym samym jej wyliczenie może się znacznie różnić w zależności od spółki, w związku z czym przedstawione i wyliczane przez nas EBITDA może nie być porównywalne z innymi spółkami.

**Koszty niealokowane zawierają koszty ogólne zarządzania Grupą, które powstają na poziomie Grupy i nie są bezpośrednio alokowane do kosztów segmentu. Są to koszty: raportowania finansowego i budżetowania, audytu wewnętrznego, relacji z inwestorami, obsługi prawnej oraz koszty administracyjne, IT, zarządzania Grupą jak również odwrócenie utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych. Alokacja oparta jest na szacunkowym czasie przeznaczanym indywidualnie przez każdą funkcję na aktywności niezwiązane z działalnością segmentów.

Nadawanie i produkcja telewizyjna.

Poniższa tabela przedstawia sumaryczne wyniki segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej za dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2008 r. i 2007 r.

	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia							
	2008				2007			
	Przychody	EBITDA	Marża EBITDA	Marża EBITDA wyłączając koszty programu motywacyjnego	Przychody	EBITDA	Marża EBITDA	Marża EBITDA wyłączając koszty programu motywacyjnego
Kanał TVN	1.277.046	607.803	47,6%	49,7%	1.077.756	494.756	45,9%	48,1%
Kanał TVN 24	177.183	64.544	36,4%	38,8%	141.130	47.561	33,7%	36,1%
Pozostałe kanały TV	259.459	22.991	8,9%	9,3%	197.105	14.470	7,3%	7,8%
Razem	**1.713.688**	**695.338**	**40,6%**	**42,4%**	**1.415.991**	**556.787**	**39,3%**	**41,3%**
Wyłączenia konsolidacyjne (wewnątrz i międzysegmentowe)	(6.198)	1.025	-	-	(8.530)	(2.116)	-	-
Razem segment	**1.707.490**	**696.363**	**40,8%**	**42,3%**	**1.407.461**	**554.671**	**39,4%**	**40,9%**

Przychody netto w segmencie nadawania i produkcji telewizyjnej w 2008 r. wzrosły o 300.029 zł lub o 21,3%, do 1.707.490 zł z 1.407.461 zł w 2007 r.

Wzrost przychodów zawdzięczamy przede wszystkim wzrostowi przychodów reklamowych o 187.175 zł lub o 19,9% w kanale TVN, co wynika przede wszystkim ze wzrostu udziału sprzedaży wg cennika stałego do 70,0% z 28,7% w 2007 r. Ceny czasu reklamowego w cenniku stałym są wyższe aniżeli ceny pakietów punktów ratingowych. Efektywna zmiana ceny wyniosła 29,4%. Częściowo skompensował to spadek ilości sprzedanych punktów ratingowych o 7,1%. Przychody z tytułu świadczenia usług sponsorskich w kanale TVN wzrosły o 33.163 zł do 107.469 zł.

Przychody TVN 24 wzrosły o 36.053 zł lub o 25,5% głównie na skutek wzrostu wzrosty przychodów z opłat z tytułu udzielenia licencji na emisję programów operatorom telewizji kablowych i satelitarnych o 24.817 zł, ze względu na wyższą średnią liczbę abonentów o 1,0 mln oraz częściowo w związku ze wzrostem przychodów reklamowych o 13.902 zł. Przychody naszych pozostałych kanałów wzrosły o 62.354 zł, częściowo na skutek wzrostu o 27.224 zł przychodów z tytułu działalności telezakupowej realizowanej przez Mango Media, oraz wzrostu o 24,4% przychodów z tytułu reklamy. Przychody z tytułu reklamy kanału TVN 7 wzrosły o 14.846 zł, przychody kanału TVN Style wzrosły o 4.276 zł. Całkowite przychody kanału TVN CNBC Biznes wzrosły o 6.914 zł.

EBITDA wzrosła o 141.692 zł lub o 25,5 % do 696.363 zł. zł w 2008 r. z 554. 671 zł w 2007 r. Marża EBITDA wzrosła do 40,8% z 39,4% w analogicznym okresie 2007 r. Marża EBITDA wyłączając koszty programu motywacyjnego wzrosła do 42,3% z 40,9% w 2007 r. EBITDA naszych pozostałych kanałów wzrosła o 8.521 zł lub o 58,9%. Zysk na poziomie EBITDA naszych pozostałych kanałów wyniósł w 2008 r. 22.991 zł, w porównaniu do 14.470 zł w roku 2007. Wyłączając straty związane z rozpoczęciem działalności przez kanał TVN Warszawa, nasze pozostałe kanały zwiększyły EBITDA o 16.706 zł lub 115.4% do 31.178 zł w

2008 r. z 14.472 zł w 2007 r. Negatywny wpływ na wynik EBITDA naszych pozostałych kanałów miał również jednorazowy odpis aktualizujący wartość naszej biblioteki programowej.

Segment Online

Poniższa tabela przedstawia sumaryczne wyniki segmentu online za dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2008 r. i 2007 r.

	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia							
	2008				2007			
	Przychody	EBITDA	Marża EBITDA	Gotówkowa marża EBITDA wyłączając koszty programu motywacyjnego	Przychody	EBITDA	Marża EBITDA	Gotówkowa marża EBITDA wyłączając koszty programu motywacyjnego
Onet.pl	187.235	61.973	33,1%	42,7%	162.694	48.880	30,0%	43,8%
Pozostałe	26.855	(5.822)			3.455	(14.799)		
Razem	**214.090**	**56.151**	**26,2%**	**37,6%**	**166.149**	**34.081**	**20,5%**	**36,4%**
Wyłączenia konsolidacyjne (wewnątrz i międzysegmentowe)	(7.835)	(630)	-	-	(3.663)	1.227	-	-
Razem segment	**206.255**	**55.521**	**26,9%**	**38,1%**	**162.486**	**35.308**	**21,7%**	**38,0%**
Razem segment - gotówka	**179.625**	**68.362**	**-**	**38,1%**	**135.139**	**51.384**	**-**	**38,0%**

Przychody segmentu online w o 2008 r. wzrosły o 43.769 zł lub o 26,9% i wyniosły 206.255 zł w porównaniu do 162.486 zł w analogicznym okresie 2007 r. Przychody gotówkowe segmentu (przychody z włączeniem transakcji barterowych) wzrosły do poziomu 179.625 zł z 135.139 zł w 2007 r., częściowo na skutek wzrostu gotówkowych przychodów z reklamy w Onet.pl o 21.359 zł oraz częściowo na skutek wzrostu gotówkowych przychodów Zumi.pl o 15.482 zł. Przychód wortali Internetowych klasyfikowanych jako „Pozostałe" wzrósł o 23.400 zł lub o 677% do 26.855 zł w 2008 z 3.455 zł w 2007. Na przychód ten składa się przychód naszych nowych produktów takich jak Zumi.pl, TVN24.pl oraz Plejada.pl.

EBITDA segmentu wzrosła do 55.521 zł. Gotówkowa EBITDA segmentu (EBITDA z wyłączeniem barterów oraz kosztów programu motywacyjnego) wyniosła 68.362 zł. Gotówkowa marża EBITDA segmentu wyniosła 38,1% w porównaniu do 38,0% w analogicznym okresie 2007 r. Wortale internetowe klasyfikowane jako pozostałe znacząco poprawiły swoje wyniki, z malejącymi stratami z 14.779 zł w 2007 roku do 5.822 zł w 2008 roku, głównie na skutek wyższego poziomu EBITDA Zumi.pl.

Niealokowane

Koszty niealokowane zawierają koszty ogólne zarządzania Grupą oraz część kosztów programu motywacyjnego, które powstają na poziomie Grupy i nie są bezpośrednio alokowane do kosztów segmentu a także korekty konsolidacyjne pomiędzy segmentem nadawania i produkcji telewizyjnej oraz online. Nie alokowana strata wyniosła 38.621 zł w 2008 r. w porównaniu do straty w wysokości 35.877 zł w 2007 r. Wzrost ten spowodowany był wyższym poziomem promocji pomiędzy segmentami nadawania i produkcji telewizyjnej oraz online oraz częściowo wyższym poziomem kosztów pracowniczych w naszych działach wsparcia, w szczególności informatyki, księgowości i kontrolingu. Wzrosty te częściowo skompensowało odwrócenie utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych w wysokości 1.885 zł.

Płynność i zasoby kapitałowe

Sytuacja dotychczasowa

Dotychczas zaspokajaliśmy nasze potrzeby kapitałowe przede wszystkim przez łączne wykorzystanie (i) środków pochodzących z działalności operacyjnej. (ii) pożyczek w ramach linii kredytowych udostępnianych przez osoby trzecie oraz (iii) Obligacji Senior Notes i PLN. Szersze omówienie pożyczek i kredytów znajduje się w Nocie 24 do zbadanego sprawozdania finansowego dołączonego do niniejszego Sprawozdania.

W poniższej tabeli znajduje się zestawienie przepływów pieniężnych za lata 2006, 2007 i 2008.

	Rok			
	2006	**2007**	**2008**	**2008**
(w tysiącach)		**zł**		**euro [1]**
Środki pieniężne pochodzące z działalności operacyjnej	452.391	507.669	725.951	173.989
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej.....	437.331	419.959	615.354	147.482
Przepływy pieniężne netto wykorzystane w działalności inwestycyjnej.....	(762.327)	(174.751)	(813.388)	(194.945)
Przepływy pieniężne netto (wykorzystane w)/ pochodzące z działalności finansowej	348.832	(239.912)	271.513	65.074
Zwiększenie stanu środków pieniężnych .	23.836	5.296	73.479	17,611

[1] Dla wygody czytelnika przeliczyliśmy kwoty w złotych za rok zakończony 31 grudnia 2008 r. na euro wg kursu 4,1724 zł za 1.00 euro (efektywnego kursu NBP wymiany złotych na euro na 31 grudnia 2008 r.). Nie należy traktować tego przeliczenia jako stwierdzenia że takie kwoty w złotych faktycznie odpowiadają tym kwotom w euro lub że mogą lub mogłyby być wymienione na euro po wskazanych tu kursach lub po jakimkolwiek innym kursie.

Środki pieniężne pochodzące z działalności operacyjnej

Środki pieniężne pochodzące z działalności operacyjnej wzrosły o 218.282 zł, do 725.951zł w 2008 r. z 507.669 zł w 2007 r. Wzrost ten przypisujemy przede wszystkim zwiększeniu EBITDA o 157.276 zł oraz pozytywnej zmiany w poziomie kapitału obrotowego o 96.401 zł. Wzrost ten został częściowo skompensowany większymi płatnościami za licencje programowe o 11.701 zł oraz wzrostem o 16.094 zł wydatków na wyprodukowane lokalnie, niewyemitowane jeszcze programy.

Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej

Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej obejmują wszystkie środki pieniężne pochodzące z działalności operacyjnej, pomniejszone o płatności z tytułu podatku dochodowego. Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej w 2008 r. wyniosły 615.354 zł w porównaniu do 419.959 zł w 2007 r. Wzrost ten wynika ze wzrostu środków pochodzących z działalności operacyjnej częściowo skompensowanych wzrostem zapłaconego podatku o 22.887 zł.

Przepływy pieniężne netto wykorzystane w działalności inwestycyjnej

Przepływy pieniężne netto wykorzystane w działalności inwestycyjnej w 2008 r. wyniosły 813.388 zł w porównaniu z 174.751 zł w analogicznym okresie 2007 r. Wzrost przepływów pieniężnych netto wykorzystanych w działalności inwestycyjnej w 2008 r. wynika w głównej mierze z nabycia pakietu mniejszościowego w platformie cyfrowej 'n' za 95.000 euro i częściowo z inwestycji nadwyżkowych środków pieniężnych w kwocie 349.729 zł w polskie bony skarbowe.

Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej

Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej w 2008 r. wyniosły 271.513 zł w porównaniu do przepływów pieniężnych netto wykorzystanych w działalności finansowej w kwocie 239.912 zł w 2007 r. Przepływy pieniężne netto wygenerowane z działalności finansowej w 2008 r. obejmowały głównie wpływy pochodzące z emisji Obligacji PLN w wysokości 498.670 zł oraz wpływy uzyskane z tytułu wielowalutowej umowy kredytowej w wysokości 158.608, które zostały częściowo skompensowane wypłatą dywidendy w wysokości 171.196 zł, płatnością odsetek naliczonych w stosunku do naszych Obligacji *Senior Notes* i Obligacji PLN w wysokości 105.988 zł oraz wykupem Obligacji *Senior Notes* o wartości nominalnej 20.000 euro.

Łącznie środki pieniężne wg stanu na 31 grudnia 2008 r. wyniosły 184.867 zł, a na 31 grudnia 2007 r. 110.372 zł. Środki pieniężne przechowujemy w postaci depozytów bankowych w złotych, euro i dolarach oraz krótkoterminowych bonach skarbowych.

Planowana płynność i zasoby kapitałowe

Przewidujemy, że nasze podstawowe przyszłe potrzeby w zakresie środków finansowych będą dotyczyć sfinansowania naszego Programu Wykupu Akcji, opisanego w innej części niniejszego raportu, inwestycji poprzez pożyczki lub kapitały własne w platformę cyfrową 'n', nakładów inwestycyjnych związanych z obiektami telewizyjnymi i nadawczymi oraz sprzętem, uruchomienia lub nabycia nowych kanałów tematycznych i działalności internetowych oraz obsługi zadłużenia z tytułu naszych Obligacji – zarówno Obligacji *Senior Notes* jaki i Obligacji PLN. Uważamy, że obecny stan naszych środków, płynnych aktywów finansowych dostępnych do sprzedaży, środków dostępnych w ramach uprzywilejowanych linii kredytowych oraz środki wygenerowane z działalności operacyjnej będą wystarczające na sfinansowanie tych potrzeb.

Poniższa tabela przedstawia składowe naszego zadłużenia brutto, środków pieniężnych i ich ekwiwalentów oraz płynnych aktywów finansowych dostępnych do sprzedaży na 31 grudnia 2008 r.

	Wartość	Kupon/ efektywne oprocentowanie	Termin zapadalności
Senior Notes (wartość nominalna*)……..	897.066	9.50%	2013
Obligacje PLN (wartość nominalna)…….……	500.000	WIBOR 6m + 2.75%	2013
Rewolwingowa linia kredytowa……..	110.000	WIBOR 6m + 1.00**	2011
Kredyt w rachunku bieżącym……..……....	48.723	WIBOR 1m + 1.00**	2011
Odsetki naliczone od obligacji i kredytu bankowego..……...	7.658	-	-
Pożyczka bankowa Mango Media……	10	-	-
Łączne zadłużenie brutto…….	**1.563.457**	**-**	**-**
Środki pieniężne w kasie i na rachunkach bankowych……..	131.316	-	-
Polskie bony skarbowe denominowane w złotych……	38.671	6,30%	18 lutego 2009
Polskie bony skarbowe denominowane w złotych……	14.880	5,95%	18 lutego 2009
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty…….	**184.867**	**-**	
Polskie bony skarbowe denominowane w złotych……	69.616	6,15%	11 lutego 2009
Polskie bony skarbowe denominowane w złotych……	36.797	6,15%	11 lutego 2009
Polskie bony skarbowe denominowane w złotych……	24.834	6,20%	18 lutego 2009
Polskie bony skarbowe denominowane w złotych……	24.616	6,30%	15 kwietnia 2009
Polskie bony skarbowe denominowane w złotych……	24.616	6,30%	15 kwietnia 2009
Polskie bony skarbowe denominowane w złotych……	12.800	6,30%	15 kwietnia 2009
Polskie bony skarbowe denominowane w złotych……	97.870	6,05%	27 maja 2009
Polskie bony skarbowe denominowane w złotych……..	24.467	6,10%	27 maja 2009
Suma…….	**500.483**	**-**	**-**
Zadłużenie netto…….	**1.062.974**	**-**	**-**

* Wartość ta jest przemnożeniem wartości nominalnej obligacji *Senior Notes* w kwocie 215.000 euro przez kurs złotego do euro w wysokości 4,1724zł (kurs średni NBP z dnia 31 grudnia 2008 r.).
** Poziom marzy uzależniony od wysokości wskaźnika skonsolidowanego zadłużenia netto do EBITDA. Może on ulec zwiększeniu maksymalnie do 1.6% w sytuacji, gdy wskaźnik skonsolidowanego zadłużenia netto do EBITDA wyniesie 2.5 lub więcej.

Współczynnik skonsolidowanego zadłużenia netto (określony jako zobowiązania z tytułu obligacji, kredytów i pożyczek razem (wartość nominalna i naliczone odsetki) po odliczeniu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów (z wyłączeniem środków o ograniczonej możliwości dysponowania), płynnych aktywów finansowych dostępnych do sprzedaży oraz depozytów bankowych z terminem zapadalności powyżej 3 miesięcy, do skonsolidowanego kapitału własnego wyniósł 0,6x na 31 grudnia 2008 r. i 0,5x na 31 grudnia 2007 r.

Wskaźnik skonsolidowanego zadłużenia netto/EBITDA wzrósł do 1,5 z 1,3 w 2007 r. Wzrost ten wynika głównie z faktu zakupienia pakietu 25% plus jednego udziału platformy cyfrowej ‘n’. Zadłużenie netto reprezentuje wartość nominalną zobowiązań z tytułu kredytów, pożyczek i obligacji na dzień bilansowy łącznie z naliczonymi odsetkami pomniejszoną o wartość środków pieniężnych i ich ekwiwalentów oraz płynnych aktywów finansowych dostępnych do sprzedaży. EBITDA jest wyliczana za ostatnie 12 miesięcy i zdefiniowana jest jako wynik finansowy netto przed odliczeniem amortyzacji (poza amortyzacją licencji programowych), odpisów z tytułu utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych, przychodów inwestycyjnych netto i kosztów finansowych netto, udziałów w stracie jednostki stowarzyszonej oraz podatku dochodowego.

Nasze zobowiązania krótkoterminowe wyniosły 468.348 zł na 31 grudnia 2008 r. w porównaniu do 348.100 zł na 31 grudnia 2007 r. Wzrost ten wynika głównie z zaciągniętego kredytu w rachunku bieżącym, częściowo ze wzrostu innych zobowiązań.

Nasze łączne zadłużenie na dzień 31 grudnia 2008 r., wyłączając naliczone odsetki, składało się z 855.432 zł zadłużenia z tytułu naszych Obligacji Senior Notes, 498.539 zł zadłużenia z tytułu naszych Obligacji PLN oraz 158.608 zł pozyskanych na mocy Wielowalutowej umowy kredytowej oraz linii debetowej.

Obligacje Senior Notes

Należąca do nas w całości spółka zależna TVN Finance, wyemitowała Obligacje na łączną kwotę nominalną 235.000 euro zgodnie z umową obligacji z 2 grudnia 2003 r. ze zmianami i uzupełnieniami z dnia 26 marca 2004 r. oraz drugą uzupełniającą umową obligacji z 16 czerwca 2004 r. i trzecią uzupełniającą umową obligacji z 31 sierpnia 2006 r. zawartą przez TVN S.A., TVN Finance, TVN 24, Grupę Onet i JPMorgan Chase Bank jako powiernika. prowadzącego rejestr oraz agenta transferowego i głównego agenta płatności. Umowę obligacji razem z trzema umowami uzupełniającymi nazywamy łącznie „Umową Obligacji".

Obligacje mają termin wykupu 15 grudnia 2013 r. i uprawniają do odsetek wg stopy 9,5% rocznie. Odsetki są należne co pół roku z dołu 15 czerwca i 15 grudnia każdego roku. Obligacje są całkowicie i bezwarunkowo gwarantowane przez TVN S.A. i Grupę Onet jako niezabezpieczone zobowiązania uprzywilejowane. W pewnych okolicznościach pozostałe spółki zależne TVN S.A. mogą być zmuszone do zagwarantowania w przyszłości Obligacji. Jeśli TVN Finance nie będzie w stanie dokonać płatności z tytułu Obligacji w terminie zapadalności, gwaranci będą musieli je przejąć.

8 lutego 2008 r. odkupiliśmy Obligacje Senior Notes o wartości nominalnej 10.000 euro za kwotę 10.200 euro (36.587 zł). 24 października 2008 r. odkupiliśmy obligacje Senior Notes o wartości nominalnej 10.000 euro za 9.400 euro (34.141 zł). Transakcje te zostały rozpoznane jako pomniejszenie odpowiadającej im kwoty zobowiązania z tytułu Obligacji Senior Notes.

Opcjonalne odkupienie

Obligacje mogą być odkupione w całości lub w części w dowolnym momencie po 15 grudnia 2008 r. po cenie wykupu równej kwocie nominalnej plus premia. Obligacje mogą też być odkupowane po wystąpieniu określonych zdarzeń podatkowych.

Zmiana kontroli

W Obligacje wbudowana jest opcja sprzedaży. która może zostać zrealizowana przez posiadaczy Obligacji po cenie kupna wynoszącej 101% wartości nominalnej w przypadku, gdy nastąpi zmiana kontroli. Zmiana kontroli jest zdefiniowana jako następujące zdarzenie:

- inna osoba niż Dozwoleni Posiadacze stanie się faktycznym posiadaczem ponad 35% głosów z naszych akcji uprawnionych do głosowania, zaś Dozwoleni Posiadacze posiadać będą mniejszy procent głosów niż ta osoba;
- zatwierdzeni członkowie Rady przestaną stanowić większość Rady Nadzorczej;
- sprzedamy istotną większość naszych aktywów;
- zostanie przyjęty plan zakładający likwidację lub rozwiązanie Spółki; lub
- przestaniemy posiadać 100% akcji TVN Finance Corporation plc.

Warunki

Umowa Obligacji zawiera określone warunki, które m.in. ograniczają możliwość wykonywania następujących czynności przez nas i nasze spółki zależne:

- zaciąganie lub gwarantowanie dodatkowego zadłużenia;
- dokonywanie inwestycji lub innych płatności o ograniczonej możliwości dysponowania;
- ustanawianie zastawów;
- zawieranie transakcji sprzedaży i leasingu zwrotnego;
- sprzedaż aktywów i akcji spółek zależnych;
- wypłata dywidendy lub dokonywanie innych wypłat albo wykupywanie lub umarzanie ich akcji;
- zawieranie określonych transakcji ze spółkami powiązanymi i stowarzyszonymi;
- zawieranie umów, które ograniczają możliwość wypłaty dywidendy przez nasze spółki zależne podlegające ograniczeniom (określone w Umowie Obligacji);
- sprzedaż lub emisja akcji naszych spółek zależnych podlegających ograniczeniom;
- konsolidacja, fuzja lub sprzedaż całości lub istotnej większości naszych aktywów;
- zakup, przedpłata lub umorzenie pożyczek podporządkowanych przed terminem ich spłaty; oraz
- prowadzenie określonej działalności.

Ograniczenia te podlegają jednak wielu ważnym zastrzeżeniom i wyjątkom.

Przypadki niedopełnienia postanowień

Umowa Obligacji określa zwyczajowe zdarzenia niedopełnienia jej postanowień, takie jak zaleganie z płatnościami, określone zaległości wzajemne wobec innego zadłużenia i zobowiązań, a także określone przypadki upadłości, niewypłacalności lub reorganizacji. W razie wystąpienia i utrzymywania się przypadku niedopełnienia zobowiązań (z wyjątkiem spowodowanego upadłością lub niewypłacalnością), osoby posiadające co najmniej 25% kwoty nominalnej Obligacji mogą uznać wszystkie pozostające w obiegu Obligacje za należne do spłaty. W razie wystąpienia i utrzymywania się przypadku niedopełnienia zobowiązań z powodu upadłości lub niewypłacalności wszystkie pozostające w obiegu Obligacje staną się wymagalne bez jakiegokolwiek oświadczenia lub innej czynności ze strony posiadaczy obligacji.

Obligacje PLN

W dniu 23 czerwca 2008 r. wyemitowaliśmy Obligacje PLN o łącznej wartości nominalnej 500.000 zł. Obligacje PLN zostały wyemitowane w jednej serii składającej się z (nie w tysiącach) 5.000 niezabezpieczonych obligacji na okaziciela, w formie zdematerializowanej, o wartości nominalnej (nie w tysiącach) 100.000 zł każda, z data wykupu przypadająca w dniu 14 czerwca 2013 r. oraz z opcją wcześniejszego wykupu po stronie TVN w trzecim bądź czwartym roku po emisji. Obligacje PLN są oprocentowane w półrocznych okresach odsetkowych, odsetki są płatne w formie pieniężnej i naliczane od wartości nominalnej, według zmiennej stopy procentowej równej stawce WIBOR 6m powiększonej o 2,75%.

Wielowalutowa umowa kredytowa

Zawarliśmy wielowalutową umowę kredytową z Bankiem Pekao S.A. na łączną kwotę 200.000 zł. Środki pieniężne pozyskane przez TVN w ramach umowy mogą zostać przeznaczone na ogólne cele związane z prowadzoną działalnością w tym na finansowanie inwestycji kapitałowych. Umowa ta została zawarta na okres trzech lat od daty jej podpisania. Oprocentowanie wykorzystanej części kredytu będzie obliczone w oparciu o zmienną stopę procentową 6m WIBOR, LIBOR lub EURIBOR (w zależności od waluty kredytu) powiększoną o marżę, wynoszącą obecnie 1%. Umowa kredytowa została zabezpieczona na należnościach handlowych TVN S.A. do kwoty 25.000 euro. Gwarantami umowy są Grupa Onet.pl S.A. i Mango Media Sp. z o.o., spółki zależne od TVN S.A. Na 31 grudnia 2008 r. wykorzystaliśmy 168.526 zł, głównie w ramach kredytu w rachunku bieżącym oraz w formie gwarancji wystawionych przez bank.

Na dzień 31 grudnia 2008 r., następujące kwoty zostały wykorzystane w ramach umowy:

- 110.000 zł tytułem rewolwingowej linii kredytowej;
- 48.723 zł tytułem kredytu w rachunku bieżącym;
- 2.026 euro i 1.351 zł w formie gwarancji udzielonych przez bank w naszym imieniu.

Zobowiązania do przyszłych płatności i zobowiązania pozabilansowe

Poniższa tabela zawiera zestawienie w złotych zobowiązań umownych, zobowiązań z tytułu dostaw i usług oraz płatności kapitałowych, do których jesteśmy zobowiązani na 31 grudnia 2008 r. z tytułu leasingu operacyjnego i innych umów. Informacje przedstawione poniżej odzwierciedlają terminy spłaty naszych zobowiązań. Terminy te mogą się znacznie różnić od faktycznej zapadalności tych należności.

	Rok zakończony 31 grudnia						
	2009	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**Dalsze lata**	**Razem**
	zł	zł	zł	zł	zł	zł	zł
Leasing operacyjny							
Leasing transponderów satelitarnych	29.083	34.315	34.315	15.016	-	-	112.729
Leasing innych urządzeń technicznych	6.600	6.600	6.600	6.600	6.600	-	33.000
Pozostałe umowy leasingu operacyjnego	45.010	38.345	35.937	33.758	29.119	63.369	245.538
Zobowiązania wynikające z zakupu treści programowych	118.293	175.180	173.667	196.812	178.833	51.737	894.522
Leasing operacyjny razem	**198.986**	**254.440**	**250.519**	**252.186**	**214.552**	**115.106**	**1.285.789**
Zobowiązania z tytułu zakupu wyposażenia i oprogramowania[2].	1.304	-	-	-	-	-	**1.304**
Łączne zobowiązania pieniężne	**200.290**	**254.440**	**250.519**	**252.186**	**214.552**	**115.106**	**1.287.093**
Zobowiązania z tytułu umów barterowych [1]	3.466	-	-	-	-	-	3.466
Zobowiązania pieniężne i inne zobowiązania razem	**203.756**	**254.440**	**250.519**	**252.186**	**214.552**	**115.106**	**1.290.559**

(1) Na 31 grudnia 2008 r. z tytułu umów barterowych posiadamy niespłacone zobowiązania umowne w wysokości 3.466 zł, które zostaną rozliczone w formie reklam na zasadach i po cenach rynkowych.
(2) Do 3 marca 2017 r. zamierzamy zainwestować 215.782 zł w specjalnej strefie ekonomicznej w Krakowie. Na 31 grudnia 2008 r. pozostałe zobowiązanie wynosi 167.080 zł

Najważniejsze zasady rachunkowości

Skonsolidowane sprawozdania finansowe sporządzamy zgodnie z MSSF zatwierdzonymi przez Unię Europejską.

W nocie 4 do naszego skonsolidowanego sprawozdania finansowego za rok zakończony 31 grudnia 2008 r. zawartego w niniejszym Sprawozdaniu znajduje się omówienie najważniejszych oszacowań rachunkowych i osądów. Poniższe najważniejsze zasady rachunkowości nie stanowią wyczerpującej listy wszystkich naszych zasad rachunkowości. W wielu przypadkach sposób księgowania określonych transakcji jest szczegółowo narzucony przez MSSF, bez potrzeby korzystania z osądu kierownictwa co do ich stosowania. Są też dziedziny, w których korzystanie z osądu kierownictwa przy doborze dostępnych metod nie prowadziłoby do istotnie różnych wyników.

Informacje dotyczące ryzyka rynkowego

Nasza działalność naraża nas na różne rodzaje ryzyka finansowego, wliczając ryzyko rynkowe, ryzyko kredytowe oraz ryzyko utraty płynności. Ogólny proces zarządzania naszym ryzykiem koncentruje się na nieprzewidywalności rynków finansowych oraz stara się minimalizować potencjalne niekorzystne wpływy na nasze wyniki finansowe. Wykorzystujemy pochodne instrumenty finansowe w celu zabezpieczenia się przed niektórymi rodzajami ryzyka, pod warunkiem, że instrumenty zabezpieczające są uznane za efektywne kosztowo.

Zarządzamy ryzykiem zgodnie z polityką zatwierdzoną przez zarząd i radę nadzorczą. Nasz polityka skarbowa określa zasady zarządzania ryzykiem finansowym i płynnością poprzez ustalenie czynników ryzyka finansowego, na które jesteśmy narażeni i źródeł tych czynników. Szczegóły obowiązków, działań i metodologii przyjętych do identyfikacji, pomiaru, monitorowania i raportowania ryzyka jak również do prognozowania przyszłych przepływów pieniężnych oraz niedoborów i nadwyżek aktywów pieniężnych netto są zawarte w zatwierdzonych instrukcjach uzupełniających.

Następujące jednostki organizacyjne w departamencie finansowym grupy biorą udział w procesie zarządzania ryzykiem: komitet ryzyka, sekcja zarządzania płynnością, dział zarządzania ryzykiem, dział planowania i analiz finansowych oraz dział księgowości i raportowania. Komitet ryzyka składa się z Wiceprezesa Zarządu oraz szefów poszczególnych działów departamentu finansowego. Komitet ryzyka odbywa comiesięczne spotkania i opierając się na analizie ryzyk finansowych rekomenduje strategię zarządzania ryzykiem finansowym, zatwierdzaną następnie przez zarząd. Rada nadzorcza zatwierdza dopuszczalne limity ryzyka oraz uczestniczy w konsultacjach przed zawarciem transakcji zabezpieczających. Zespół planowania i analiz finansowych szacuje i identyfikuje wymiar ryzyka finansowego opierając się na informacjach dostarczanych przez zespoły operacyjne, których działalność może być narażona na ryzyko. Zespół zarządzania płynnością analizuje czynniki ryzyka wpływające na nas, prognozuje nasze przepływy finansowe oraz warunki rynkowe i wskaźniki makroekonomiczne i proponuje efektywne kosztowo strategie zabezpieczające. Zespół księgowości i raportowania monitoruje skutki księgowe strategii zabezpieczających i weryfikuje rozliczenia transakcji.

Ryzyko rynkowe związane z obligacjami Senior Notes

Cena obligacji *Senior Notes* zależy od naszej wiarygodności kredytowej, a także od względnej siły rynku obligacji jako całości. Ujmujemy w aktywach wartość opcji wcześniejszego wykupu związanej z obligacjami *Senior Notes* i wycena ta w dużej mierze zależy od ceny rynkowej obligacji. W związku z tym jesteśmy narażeni na ryzyko spadku ceny rynkowej obligacji *Senior Notes*.

Obligacje *Senior Notes* są notowane na Giełdzie Papierów Wartościowych w Luksemburgu. Wartość godziwa opcji wcześniejszego wykupu ujęta przez nas na dzień

bilansowy odzwierciedla cenę rynkową obligacji *Senior Notes* według ostatniej dostępnej w serwisie Reuters wyceny przed datą bilansową.

Ryzyko zmiany kursu walut

Nasze przychody ze sprzedaży wyrażone są głównie w złotych polskich. Ryzyko zmiany kursu walut powstaje głównie na naszych zobowiązaniach z tytułu obligacji *Senior Notes* oraz powiązanymi z nimi wbudowanymi opcjami wcześniejszej spłaty i na pożyczkach dla jednostki stowarzyszonej, które są wyrażone w euro oraz z tytułu zobowiązań wobec dostawców zagranicznych licencji programowych, z tytułu najmu satelitów oraz kosztów czynszu, które są wyrażone w dolarach lub euro. Pozostałe koszty wyrażone są głównie w złotych polskich.

Naszą polityką w zakresie zarządzania ryzykiem zmiany kursów walut jest pokrycie znanych ryzyk bez podejmowania obrotu instrumentami finansowymi. Na podstawie oceny zagrożenia ryzykiem kursowym, nabywamy pochodne instrumenty finansowe w celu odpowiedniego zarządzania tym ryzykiem. W celu naszego zabezpieczenia korzystamy z opcji kupna waluty, kontraktów swap i walutowych kontraktów terminowych. W odniesieniu do wszystkich transakcji zabezpieczających i zabezpieczanych wymagana jest regularna i systematyczna sprawozdawczość zarządcza.

Ryzyko zmiany przepływów pieniężnych oraz wartości godziwej w wyniku zmiany stopy procentowej

Narażenie nas na ryzyko zmiany stopy procentowej powstaje w związku z oprocentowanymi aktywami i zobowiązaniami. Głównymi pozycjami oprocentowanymi są obligacje *Senior Notes*, Obligacje PLN oraz pożyczki udzielone jednostce stowarzyszonej. Z uwagi na to, że obligacje *Senior Notes* mają stałe oprocentowanie, narażeni jesteśmy na ryzyko zmiany wartości godziwej w wyniku zmiany stopy procentowej. Ponieważ obligacje *Senior Notes* wycenia się według zamortyzowanego kosztu, zmiany w wartości godziwej tych instrumentów nie mają bezpośredniego wpływu na wycenę obligacji *Senior Notes* na bilansie.

Obligacje PLN w wartości nominalnej 500.000 złotych zostały wyemitowane 23 czerwca 2008 r. i są oprocentowane według zmiennej stopy procentowej zależnej od WIBOR. Naraża to nas na ryzyko zmiany stopy procentowej. Gdyby na dzień 31 grudnia 2008 r. stopa procentowa WIBOR wzrosła/zmniejszyła się o 75 p.p. przy utrzymaniu innych parametrów, zysk netto w roku (po uwzględnieniu efektu opodatkowania) byłby o 141 zł niższy/wyższy.

Pożyczki udzielone jednostce stowarzyszonej są oprocentowane według zmiennej stopy procentowej zależnej od EURIBOR. Naraża to nas na ryzyko zmiany stopy procentowej. Gdyby na dzień 31 grudnia 2008 r. stopa procentowa EURIBOR wzrosła/zmniejszyła się o 100 p.p. przy utrzymaniu innych parametrów, zysk netto w okresie (po uwzględnieniu efektu opodatkowania) byłby o 876 zł wyższy/niższy.

Na dzień 31 grudnia 2008 r. posiadaliśmy bony skarbowe denominowane w złotych polskich za kwotę 315.616. Bony te są narażone na ryzyko zmian wartości godziwej z tytułu zmiany stopy procentowej. Wartość godziwa bonów ustalana jest w oparciu o ceny podane w serwisie Reuters. Gdyby na dzień 31 grudnia 2008 r. stopa procentowa WIBOR wzrosła/zmniejszyła się o 75 p.p. zmiana wartości godziwej w kapitałach byłaby o 474 zł niższa/wyższa.

Nie stosujemy instrumentów finansowych ani innych metod służących zabezpieczeniu się przed ryzykiem zmiany stopy procentowej ze względu na ich niską, w naszej ocenie, efektywność w stosunku do kosztu.

Ryzyko kredytowe

Aktywa finansowe potencjalnie narażające nas na koncentrację ryzyka kredytowego obejmują głównie należności z tytułu dostaw i usług, pożyczki dla jednostki stowarzyszonej oraz należności od jednostek powiązanych. Lokujemy swoje środki pieniężne i ich ekwiwalenty, oraz krótkoterminowe aktywa finansowe dostępne do sprzedaży oraz opcje walutowe w instytucjach finansowych uznawanych przez nas za wiarygodne, na podstawie analizy aktualnych ocen ratingowych. Nie uważamy, aby bieżąca koncentracja ryzyka kredytowego była znacząca.

Przeprowadzamy bieżące oceny zdolności kredytowej swoich odbiorców i zasadniczo nie wymagamy żadnych zabezpieczeń. Przedpłaty wymagane są od odbiorców, w stosunku do których nie posiadamy historii płatności lub historia rozliczeń nie jest pozytywna, oraz takich, którzy nie zadeklarowali wystarczająco wysokich wydatków lub którzy w naszej ocenie nie posiadają zdolności kredytowej. Udzielamy kredytu kupieckiego odbiorcom, którzy posiadają pozytywną historię spłat z poprzednich okresów, zadeklarowali wystarczająco duże obroty z nami, oraz posiadają zdolność kredytową ocenioną na podstawie źródeł wewnętrznych lub zewnętrznych. Przeprowadzamy ciągłą ocenę segmentów branżowych rynku koncentrując się na ich płynności i wiarygodności kredytowej, modyfikujemy swoją politykę kredytową aby odpowiadała bieżącym i spodziewanym warunkom panującym na rynku.

Definiujemy swoją ekspozycję na ryzyko kredytowe jako całość nierozliczonych należności (wraz z saldami przeterminowanymi) i monitorujemy salda regularnie w odniesieniu do każdego pojedynczego klienta dokonującego płatności. Większość naszych obrotów dotyczy domów mediowych (70% należności z tytułu dostaw i usług na dzień 31 grudnia 2008 r.), które zarządzają kampaniami marketingowymi reklamodawców i regulują swoje zobowiązania wobec nas po otrzymaniu należności od swoich klientów. Suma przychodów od dziesięciu największych reklamodawców stanowiła 16,0%, a przychody od największego reklamodawcy nie przekraczały 2,0% naszych łącznych przychodów za rok zakończony 31 grudnia 2008 r. Agencje reklamowe w Polsce mają zwykle formę prawną spółek z ograniczoną odpowiedzialnością z niewielką wartością aktywów netto w przypadku niewypłacalności. Największe agencje reklamowe w Polsce, z którymi współpracujemy to oddziały i jednostki zależne dużych międzynarodowych firm posiadających dobrą opinię. W zakresie w jakim jest to uzasadnione i efektywne kosztowo, obniżamy narażenie na ryzyko kredytowe przez ubezpieczanie należności u jednego z wiodących ubezpieczycieli.

Nie przewidujemy żadnych istotnych strat w wyniku niewypłacalności naszych klientów w odniesieniu do kwot zawartych w należnościach z tytułu dostaw i usług na dzień 31 grudnia 2008 r. Nie oczekujemy żadnych strat w odniesieniu do finansowych instrumentów pochodnych, spowodowanych ryzykiem kredytowym.

Nie postrzegamy ryzyka kredytowego towarzyszącego pożyczkom udzielonym jednostce stowarzyszonej jako znaczącego.

Ryzyko utraty płynności

Utrzymujemy zasoby środków pieniężnych wystarczające dla regulowania wymagalnych zobowiązań oraz posiada dodatkowe możliwości finansowania dzięki przyznanym liniom kredytowym. Monitorujemy nasze przewidywane przepływy pieniężne. Przewidujemy, że podstawowe przyszłe potrzeby w zakresie środków finansowych będą dotyczyć inwestycji kapitałowych, wypłat dywidendy, wykupu akcji własnych, nakładów inwestycyjnych związanych z obiektami telewizyjnymi i nadawczymi oraz sprzętem, obsługi zadłużenia z tytułu obligacji *Senior Notes* i Obligacji PLN, oraz uruchomienia nowych kanałów tematycznych. Według nas obecny stan środków pieniężnych, płynne aktywa finansowe dostępne do sprzedaży, środki wygenerowane z działalności operacyjnej oraz środki dostępne w ramach uprzywilejowanych linii kredytowych będą wystarczające na sfinansowanie tych potrzeb. Niemniej jednak, jeśli w wyniku obecnego kryzysu płynności w sektorze bankowym pozyskiwanie finansowania zewnętrznego, na rozsądnych ekonomicznie warunkach, stanie się niemożliwe w dłuższym okresie, lub spowolnienie gospodarcze albo trudności finansowe klientów przełożą się negatywnie na środki pozyskiwane z naszej działalności operacyjnej, zrewidujemy swoje potrzeby finansowe tak aby zapewnić, że nasze istniejące zobowiązania finansowe będą wypełniane w najbliższej przyszłości.

Na dzień 31 grudnia 2008 r. posiadaliśmy środki pieniężne i ich ekwiwalenty, płynne krótkoterminowe aktywa finansowe oraz przyznane niewykorzystane środki w ramach wielowalutowej umowy kredytowej w wysokości 531.957 zł (w porównaniu do 282.652 zł na dzień 31 grudnia 2007 r.)

Pochodne instrumenty finansowe i działania zabezpieczające

Pochodne instrumenty finansowe wykazujemy w bilansie według wartości godziwej. Metoda ujmowania powstających zysków i strat zależy od tego, czy dany instrument pochodny stanowi instrument zabezpieczający, a jeżeli tak, od charakteru pozycji zabezpieczanej.

W dniu zawarcia kontraktu pochodnego uznajemy niektóre instrumenty pochodne za (1) zabezpieczenie wartości godziwej ujętego składnika aktywów lub zobowiązania (zabezpieczenie wartości godziwej), (2) zabezpieczenie wysoce prawdopodobnej planowanej transakcji (zabezpieczenie przepływów pieniężnych) lub (3) zabezpieczenie udziałów w aktywach netto jednostek prowadzących działalność za granicą.

Zmiany wartości godziwej instrumentów pochodnych wyznaczonych na zabezpieczenia wartości godziwej, które spełniają wymagane kryteria i są wysoce skuteczne, ujmujemy w rachunku zysków i strat, wraz z wszelkimi zmianami wartości godziwej zabezpieczanego składnika aktywów lub zobowiązania, dotyczącego ryzyka, przed którym się zabezpieczamy. Stosujemy rachunkowość zabezpieczeń do zabezpieczania ryzyka kursowego na pożyczkach. Zyski i straty związane ze skuteczną i nieskuteczną częścią zabezpieczenia rozpoznajemy w rachunku zysków i strat w kosztach finansowych.

Skuteczną część zmian wartości godziwej instrumentów pochodnych wyznaczonych jako zabezpieczenia przepływów pieniężnych, które spełniają wymagane kryteria, ujmujemy w kapitale własnym. Zyski lub straty z tytułu części nieskutecznej ujmujemy od razu w rachunku zysków i strat w kosztach finansowych. Jeżeli planowana transakcja powoduje ujęcie nie finansowego składnika aktywów lub zobowiązania nie finansowego, zyski i straty uprzednio ujęte w kapitale własnym wyłączamy z kapitału własnego i uwzględniamy w początkowej wycenie danego składnika aktywów lub zobowiązania. W przeciwnym razie kwoty ujęte w kapitale własnym przenosimy do rachunku zysków i strat oraz zaliczamy do przychodów lub kosztów w tych samych okresach, w których zabezpieczana planowana transakcja jest odzwierciedlana w rachunku zysków i strat (na przykład, kiedy następuje planowana sprzedaż).

Niektóre transakcje pochodne, chociaż stanowią skuteczne pod względem ekonomicznym zabezpieczenia zgodnie z naszą polityką zarządzania ryzykiem, nie kwalifikują się do stosowania rachunkowości zabezpieczeń zgodnie z wymogami MSR 39 Zmiany wartości godziwej instrumentów pochodnych, które nie kwalifikują się do stosowania rachunkowości zabezpieczeń zgodnie z MSR 39, ujmujemy od razu w rachunku zysków i strat.

Gdy następuje wygaśnięcie lub sprzedaż instrumentu zabezpieczającego albo gdy zabezpieczenie nie spełnia kryteriów stosowania rachunkowości zabezpieczeń zgodnie z MSR 39, wszelkie skumulowane zyski lub straty nagromadzone do tego czasu w kapitale własnym, pozostają w nim i zostaną ujęte w rachunku zysków i strat w momencie ostatecznego ujęcia planowanej transakcji w rachunku zysków i strat. Gdy nie przewidujemy już, aby planowana transakcja miała nastąpić, skumulowany zysk lub strata, które były wykazywane w kapitale własnym, od razu przenosimy do rachunku zysków i strat.

W momencie zawarcia transakcji dokumentujemy związek pomiędzy instrumentami zabezpieczającymi, a pozycjami zabezpieczanymi oraz cel zarządzania ryzykiem i strategię zawierania różnych transakcji zabezpieczających. Proces ten obejmuje powiązywanie wszystkich instrumentów pochodnych wyznaczonych na zabezpieczenia z konkretnymi aktywami i zobowiązaniami lub z konkretnymi uprawdopodobnionymi przyszłymi zobowiązaniami lub planowanymi transakcjami. Zarówno w momencie rozpoczęcia zabezpieczenia, jak i na bieżąco, dokumentujemy także swoją ocenę tego, czy instrumenty pochodne stosowane w transakcjach zabezpieczających są wysoce skuteczne w kompensowaniu zmian wartości godziwej lub przepływów pieniężnych pozycji zabezpieczanych.

Wyodrębniamy wbudowane instrumenty pochodne z umów zasadniczych i wykazujemy je, jeżeli cechy ekonomiczne i ryzyko wbudowanego instrumentu pochodnego i umowy zasadniczej nie są ze sobą ściśle powiązane, a odrębny instrument, którego charakterystyka

odpowiada cechom wbudowanego instrumentu pochodnego, spełniałby definicję instrumentu pochodnego oraz jeśli instrument złożony nie jest wykazywany w wartości godziwej ze zmianami wartości godziwej odnoszonymi do rachunku zysków i strat.

Nowe standardy rachunkowości i sprawozdawczości finansowej

Pewne nowe standardy rachunkowości i interpretacje KIMSF zostały opublikowane przez Radę ds. Międzynarodowych Standardów Rachunkowości od dnia publikacji ostatniego sprawozdania finansowego, które są obowiązkowe dla okresów sprawozdawczych rozpoczynających się po dniu 1 stycznia 2009 r. Poniżej przedstawiamy naszą ocenę dotyczącą wpływu tych nowych standardów.

Zmiany do MSR 32 „Instrumenty finansowe: Prezentacja" i do MSR 1 „Prezentacja sprawozdań finansowych – instrumenty finansowe z opcją wykupu na żądanie posiadacza i zobowiązania powstające w wyniku likwidacji."

Zmiany zostały opublikowane 14 lutego 2008 r. i mają zastosowanie do okresów rocznych rozpoczynających się od 1 stycznia 2009 r. Dozwolone jest wcześniejsze zastosowanie. Zmiany wymagają, aby jednostki kwalifikowały do kapitałów instrumenty finansowe z opcją wykupu na żądanie posiadacza oraz instrumenty lub ich składowe, które nakładają na jednostkę obowiązek wobec innego podmiotu przyznania wypłaty odpowiedniego udziału w aktywach netto tylko w przypadku jej likwidacji. Wymagane są dodatkowe ujawnienia dotyczące instrumentów na które mają wpływ omawiane zmiany. Zmiany nie będą miały wpływu na nasze sprawozdania finansowe.

Zmiany do MSSF 1 Zastosowanie MSSF po raz pierwszy i MSR 27 Skonsolidowane i jednostkowe sprawozdania finansowe - Koszt inwestycji w jednostkę zależną, współzależną lub stowarzyszoną

Zmiany zostały opublikowane 22 maja 2008 r. Zmiany do MSSF 1 pozwalają jednostkom stosującym standardy po raz pierwszy, w ich jednostkowych sprawozdaniach finansowych, użyć opcji zakładanego kosztu dla ustalenia kosztów inwestycji w jednostkę zależną, jednostkę znajdującą się pod wspólną kontrolą lub w jednostkę stowarzyszoną. Ponadto, gdy jednostka dokonuje zmiany struktury jej grupy poprzez powołanie nowego podmiotu jako swojej jednostki dominującej (przy spełnieniu określonych kryteriów), zmiany wymagają aby nowa jednostka dominująca dokonywała pomiaru kosztów jako wartości bilansowej jej udziałów w pozycjach kapitałów prezentowanych w jednostkowych sprawozdaniach finansowych pierwotnej jednostki dominującej w dniu reorganizacji. Nowe wymogi będą miały zastosowanie do okresów rocznych rozpoczynających się od 1 stycznia 2009 r. Dozwolone jest wcześniejsze zastosowanie. Zmiany nie będą miały wpływu na nasze sprawozdania finansowe.

KIMSF 15 Umowy na budowę nieruchomości

Interpretacja została opublikowana 3 lipca 2008 r. Odnosi się ona do ujmowania przychodów i odpowiadających im wydatków przez jednostki, które podejmują się budowy nieruchomości samodzielnie lub przez podwykonawców. Interpretacja zawiera wskazówki w jaki sposób ustalić, czy umowa na budowę nieruchomości podlega zakresowi MSR 11 „Umowy na usługi budowlane" lub MSR 18 „Przychody" oraz kiedy przychody z budowy powinny być rozpoznawane. Interpretacja ma zastosowanie dla okresów rocznych rozpoczynających się od 1 stycznia 2009 r., przy czym powinna być również stosowana retrospektywnie. Interpretacja nie ma dla nas zastosowania.

KIMSF 16 Zabezpieczenie inwestycji netto w jednostkach zagranicznych

Interpretacja została opublikowana 3 lipca 2008 r. KIMSF 16 ma zastosowanie do jednostek, które zabezpieczają ryzyko kursowe wynikające z ich inwestycji netto w jednostkach zagranicznych i chcą zastosować zasady rachunkowości zabezpieczeń zgodnie z MSR 39. KIMSF 16 dostarcza wskazówek (1) jak identyfikować ryzyko walutowe jako zabezpieczone ryzyko w zabezpieczeniu inwestycji netto w jednostkach zagranicznych; (2) gdzie, w zakresie grupy przedsiębiorstw, instrumenty zabezpieczające które stanowią zabezpieczenie inwestycji netto w jednostkach zagranicznych mogą być utrzymywane aby zakwalifikować je do rachunkowości zabezpieczeń i (3) w jaki sposób jednostka powinna ustalać wartości podlegające przeklasyfikowaniu z kapitałów do rachunku wyników zarówno dla instrumentu zabezpieczającego, jak i dla zabezpieczanej pozycji. KIMSF 16 ma zastosowanie dla okresów rocznych rozpoczynających się 1 października 2008 r. lub później. Interpretacja nie ma wpływu na nasze sprawozdanie finansowe.

Zmiany do MSSF

Rada ds. Międzynarodowych Standardów Rachunkowości opublikowała „Zmiany do MSSF", które aktualizują 20 standardów. Aktualizacja dotyczy prezentacji, rozpoznawania oraz wyceny a także obejmuje zmiany terminologii i redakcji. Większość ze zmian będzie miała zastosowanie dla okresów rocznych rozpoczynających się 1 stycznia 2009 r.. Grupa będzie stosować zmiany zgodnie z postanowieniami przejściowymi. Obecnie analizujemy wpływ zmian standardów na sporządzane naszego sprawozdania finansowego.

Zmiany do MSR 39 Instrumenty finansowe: ujmowanie i wycena: Kwalifikujące się pozycje zabezpieczane

Zmiana została opublikowana 31 lipca 2008 r. Zawiera ona dodatkowe wytyczne, które instrumenty mogą zostać wyznaczone jako pozycje zabezpieczane. Zmiana ma zastosowanie retrospektywne dla okresów rocznych rozpoczynających się po od 1 lipca 2009 r. Dozwolone jest wcześniejsze zastosowanie. Zastosujemy zmiany, ale nie będą one miały wpływu na nasze sprawozdanie finansowe.

KIMSF 17 - Dystrybucja aktywów niepieniężnych na rzecz właścicieli

Interpretacja została opublikowana 27 listopada 2008 r. KIMSF 17 zawiera wytyczne w zakresie rozliczania dystrybucji aktywów niepieniężnych na rzecz właścicieli. Interpretacja wskazuje, że: (1) poprawnie zatwierdzona dywidenda powinna być niezwłocznie ujmowana w księgach, (2) należna dywidenda powinna być wyceniona w wartości godziwej aktywów, które podlegają dystrybucji, (3) przedsiębiorstwo powinno ujmować w rachunku zysków i strat różnicę pomiędzy wypłaconą dywidendą i wartością godziwą aktywów dystrybuowanych. IFRIC 17 ma zastosowanie do okresów rocznych rozpoczynających się po 1 lipca 2009 r. Dozwolone jest wcześniejsze stosowanie. Interpretacja nie ma wpływu na nasze sprawozdanie finansowe.

KIMSF 18 – Przeniesienie aktywów przez klientów

Interpretacja została opublikowana 29 stycznia 2009 r. i ma zastosowanie głównie do sektora usług użyteczności publicznej. Interpretacja wyjaśnia wymogi MSSF dotyczące umów, w których przedsiębiorstwo otrzymuje od klienta aktywo trwałe, którego następnie musi użyć w celu podłączenia klienta do sieci lub w celu zapewnienia klientowi nieprzerwanej obsługi. Interpretacja powinna zostać zastosowana do aktywów przekazanych przez klientów po 1 lipca 2009 r. Interpretacja nie ma wpływu na nasze sprawozdanie finansowe.

Ponadto poniższe standardy i interpretacje KIMSF wydano do zastosowania w przyszłości, a ich omówienie znalazło się w naszym rocznym sprawozdaniu finansowym za rok zakończony 31 grudnia 2007 r.:

- *MSSF 8 – Segmenty operacyjne – mający zastosowanie z dniem lub po 1 stycznia 2009 r.*
- *Zmiany do MSR 23 Koszty finansowania zewnętrznego - mający zastosowanie z dniem 1 stycznia 2009 r.,*

- *Zmiany do MSR 1 - Prezentacja sprawozdań finansowych - mający zastosowanie z dniem 1 stycznia 2009 r.,*
- *Zmiany do MSSF 3 Połączenie jednostek gospodarczych oraz zmiana do MSR 27 skonsolidowane i jednostkowe sprawozdania finansowe - mający zastosowanie z dniem 1 lipca 2009 r.,*
- *Zmiana do MSSF 2 - Płatności rozliczane w akcjach - mający zastosowanie z dniem 1 stycznia 2009 r.,*
- *KIMSF 13 – Programy lojalnościowe dla klientów,*
- *KIMSF 14 – Limity dla aktywów z tytułu programu określonych świadczeń, minimalne wymogi w zakresie finansowania i ich wzajemne oddziaływanie.*

W dniu przygotowania niniejszego sprawozdania finansowego poniższe standardy i interpretacje KIMSF nie zostały przyjęte przez UE:

- *Zmiany do MSSF 3 Połączenie jednostek gospodarczych oraz zmiana do MSR 27 skonsolidowane i jednostkowe sprawozdania finansowe,*
- *KIMSF 12 – Przygotowania do korzystania z koncesji na świadczenie usług,*
- *Zmiany do MSR 32 "Instrumenty Finansowe: Prezentacja" i MSR 1 "Prezentacja sprawozdań finansowych – instrumenty finansowe z opcją wykupu na żądanie posiadacza i zobowiązania powstające w wyniku likwidacji,*
- *Zmiany do MSSF 1 Zastosowanie MSSF po raz pierwszy i MSR 27 Skonsolidowane i jednostkowe sprawozdania finansowe - Koszt inwestycji w jednostkę zależną, współzależną lub stowarzyszoną,*
- *KIMSF 15 Umowy na budowę nieruchomości,*
- *KIMSF 16 Zabezpieczenie inwestycji netto w jednostkach zagranicznych,*
- *Zmiany do MSSF*
- *Zmiany do MSR 39 Instrumenty finansowe: ujmowanie i wycena*
- *KIMSF 17 - Dystrybucja aktywów niepieniężnych na rzecz właścicieli*
- *KIMSF 18 – Przeniesienie aktywów przez klientów*

PUNKT 4. ORGANY NADZORUJĄCE I ZARZĄDZAJĄCE, KIEROWNICTWO I PRACOWNICY

Dążymy do tego, aby nasz ład korporacyjny był przejrzysty i spełniał stosowne standardy polskie i międzynarodowe. Stosujemy się do wszelkich najlepszych praktyk ogłoszonych i opublikowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie w 2007 r.

Zgodnie z polskim prawem spółek realizujemy proces podejmowania decyzji poprzez Walne Zgromadzenia Akcjonariuszy, posiedzenia Zarządu i posiedzenia Rady Nadzorczej. Te organy kierownicze podlegają obowiązującym przepisom polskiego kodeksu spółek handlowych, naszemu statutowi i wewnętrznemu regulaminowi Zarządu oraz Rady Nadzorczej.

Zarząd jest odpowiedzialny za bieżące kierowanie naszą działalnością. Zarząd musi składać się minimum z trzech członków, w tym prezesa oraz co najmniej jednego wiceprezesa. Członków zarządu mianuje rada nadzorcza na odnawialne trzyletnie kadencje i może ich odwoływać lub zawieszać tylko z określonego powodu. Członkowie naszego zarządu zostali powołani przez radę nadzorczą w dniu 10 maja 2007 roku na trzyletnią, wspólną kadencję. Nasz statut przewiduje, że do kworum wymagana jest obecność co najmniej połowy członków zarządu. Uchwały zarządu są przyjmowane zwykłą większością głosów członków obecnych na posiedzeniu, jeśli jest kworum lub w drodze jednogłośnej pisemnej uchwały, pod warunkiem, że wszyscy członkowie zarządu zostali poinformowani o treści proponowanej uchwały. W razie równowagi głosów, prezes zarządu oddaje głos rozstrzygający.

Podstawową funkcją rady nadzorczej jest nadzorowanie działalności zarządu. Rada nadzorcza może liczyć od siedmiu do jedenastu członków, z których każdy jest powoływany na odnawialną trzyletnią wspólną kadencję. Kadencja członków obecnej rady nadzorczej, którzy zostali powołani z dniem 8 czerwca 2006 r., upływa po zatwierdzeniu naszego sprawozdania finansowego za 2008 r. przez zwyczajne walne zgromadzenie akcjonariuszy.

Nasz statut przewiduje, że do kworum wymagana jest obecność co najmniej połowy członków rady nadzorczej. Uchwały rady nadzorczej mogą być podejmowane albo w drodze głosowania, zwykłą większością głosów członków obecnych na posiedzeniu, o ile jest kworum (wliczając osoby głosujące na piśmie i reprezentowane przez obecnego osobiście innego członka rady nadzorczej) lub przez jednomyślną uchwałę na piśmie, pod warunkiem, że wszyscy członkowie rady zostali o niej należycie powiadomieni.

Do zadań rady nadzorczej należy m.in. (i) analizowanie sprawozdań finansowych i sprawozdań zarządu, (ii) reprezentowanie Spółki przy zawieraniu umów i sporach z członkami zarządu, (iii) udzielanie zgody na zawarcie przez zarząd istotnych umów, (iv) zatwierdzanie regulaminu zarządu, (v) wyrażanie zgody na zwiększenie naszego kapitału zakładowego oraz (vi) zatwierdzanie rocznych sprawozdań finansowych do publikacji.

W skład naszej rady nadzorczej wchodzi sześciu niezależnych członków rady. Omówienie zasad przestrzeganych przez naszą radę nadzorczą dotyczących podmiotów powiązanych znajduje się w części 5 „Główni akcjonariusze i transakcje z podmiotami powiązanymi".

Zarząd musi regularnie składać sprawozdania radzie nadzorczej i musi uzyskać uprzednią zgodę rady nadzorczej w niektórych kwestiach określonych w statucie. W szczególności rada nadzorcza przegląda nasze roczne sprawozdania finansowe, sprawozdania zarządu i zgłaszane przez zarząd propozycje sposobu podziału zysku. Ponadto, rada nadzorcza wyznacza rewidentów i zatwierdza nasz budżet oraz budżety wszystkich naszych spółek zależnych.

Ogólnie rzecz biorąc rada nadzorcza nie może podejmować decyzji zarządczych ani ingerować w bieżące kierowanie działalnością.

Zarząd

Obecnie nasz zarząd liczy dziesięciu członków. W poniższej tabeli przedstawiono imiona, nazwiska, stanowiska, rok mianowania i rok, w którym wygasa bieżąca kadencja każdego z członków zarządu.

Imię i nazwisko	Wiek	Stanowisko	Rok pierwszego powołania	Rok powołania na obecną kadencję	Rok upływu kadencji
Piotr Walter	42	Prezes Zarządu Dyrektor Generalny	1999	2007	2010
Karen Burgess	42	Wiceprezes Zarządu ds. finansowych	2001	2007	2010
Edward Miszczak	53	Wiceprezes Zarządu ds. programowych	1999	2007	2010
Łukasz Wejchert.....	35	Wiceprezes Zarządu ds. multimediów	2006	2007	2010
Tomasz Berezowski	49	Członek Zarządu ds. technicznych	2003	2007	2010
Olgierd Dobrzyński.....	38	Członek Zarządu ds. rozwoju biznesu	2006	2007	2010
Waldemar Ostrowski	47	Członek Zarządu ds. badań	2001	2007	2010
Adam Pieczyński.....	52	Członek Zarządu ds. informacji	2006	2007	2010
Jarosław Potasz.....	46	Członek Zarządu ds. produkcji programowej	2001	2007	2010
Piotr Tyborowicz.....	40	Członek Zarządu ds. sprzedaży	2000	2007	2010

Piotr Walter jest Prezesem Zarządu i Dyrektorem Generalnym TVN S.A. od lipca 2001 r. W latach 1999-2001, pełnił w Spółce funkcję Dyrektora ds. Marketingu. W latach 1991-1999 zajmował szereg stanowisk w ITI Film Studio. Piotr Walter jest synem Mariusza Waltera Wiceprezydenta ITI Holdings S.A. Piotra Walter ukończył Columbia College w Chicago oraz International Institute for Management Development w Lozannie.

Karen Burgess pełni funkcje Wiceprezesa Zarządu ds. Finansowych TVN S.A. od listopada 2001 r. Poprzednio była Partnerem w firmie audytorskiej PricewaterhouseCoopers, gdzie pracowała przez 13 lat. Posiada uprawnienia biegłego rewidenta, ukończyła Uniwersytet w Pretorii.

Edward Miszczak jest Wiceprezesem Zarządu TVN S.A. od 1999 r. Jest odpowiedzialny przede wszystkim za Dział Programowy. Od 1997 r. był Prezesem oraz Dyrektorem Generalnym TV Wisła. Przed zatrudnieniem w TVN zajmował stanowisko Wiceprezesa największej w Polsce komercyjnej rozgłośni radiowej RMF FM. Edward Miszczak ukończył wydział historyczny Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie.

Łukasz Wejchert jest Wiceprezesem Zarządu TVN S.A., odpowiedzialnym za pion multimediów od sierpnia 2006 r. Jest związany z Grupą ITI od 1997 roku. W latach 2002-2004 był Wiceprezesem Grupy Onet, a następnie w 2004 r. został jej Prezesem. Karierę zawodową rozpoczął w 1995 r. w Banku ING. Łukasz Wejchert jest synem Jana Wejcherta, Prezydenta ITI Holdings S.A. Ukończył Portobello Business College (w Dublinie) na kierunku Finanse i Ekonomia.

Tomasz Berezowski jest Członkiem Zarządu TVN S.A. i pełni funkcję Dyrektora ds. Technicznych od początku 2003 r. Od roku 1999 do 2003 prowadził własną działalność. W

latach 1997-1999 był zatrudniony na stanowisku Wiceprezesa i Dyrektora ds. Technicznych w TV Wisła oraz Dyrektora ds. Techniki Zewnętrznej w TVN S.A. Przedtem zajmował stanowisko Dyrektora ds. Technicznych w rozgłośni radiowej RMF FM. Tomasz Berezowski studiował na Politechnice Krakowskiej.

Olgierd Dobrzyński jest Członkiem Zarządu TVN S.A., odpowiedzialnym za rozwój biznesu od sierpnia 2006 r. W latach 2003 - 2006 był Wiceprezesem Zarządu TVN 24 Sp. z o.o. nadzorującym również rozwój nowych kanałów tematycznych Grupy TVN. Jest założycielem i był udziałowcem CT Creative Team S.A. w latach 1999-2001. Olgierd Dobrzyński ukończył Wydział Zarządzania na Uniwersytecie Warszawskim oraz studiował finanse na Franklin & Marshall College i University of Southern Indiana w USA.

Waldemar Ostrowski jest Członkiem Zarządu TVN S.A. odpowiedzialnym za analizy strategiczne, marketing oraz promocję od 2001 roku. Przed zatrudnieniem w TVN S.A. pracował w agencji reklamowej J. Walter Thompson jako specjalista strategiczny ds. planowania i badań oraz w Gazecie Wyborczej. Waldemar Ostrowski ukończył Wydział Socjologii Uniwersytetu Warszawskiego.

Adam Pieczyński jest Członkiem Zarządu TVN S.A., odpowiedzialnym za pion informacyjny, od sierpnia 2006 r. Z TVN 24 związany jest od 2000 r., od 2005 r. jako prezes zarządu TVN 24 Sp. z o.o. Wcześniej (1994-2000) zajmował między innymi stanowisko Redaktora Naczelnego Wiadomości w Telewizji Polskiej S.A. Adam Pieczyński ukończył Wydział Neofilologii na Uniwersytecie Warszawskim.

Jarosław Potasz jest Członkiem Zarządu TVN S.A. odpowiedzialnym za produkcję programów telewizyjnych od 2001 r. Przed zatrudnieniem w TVN S.A. był Wiceprezesem i Dyrektorem w Wydawnictwie Gazety Krakowskiej. Jarosław Potasz ukończył Wydział Mechaniczny Politechniki Krakowskiej.

Piotr Tyborowicz jest Członkiem Zarządu TVN S.A. i pełni funkcje Dyrektora ds. Sprzedaży od 2000 r. W latach 1997-2000 zajmował stanowisko kierownika sprzedaży. Przed zatrudnieniem w TVN S.A. pracował jako Kierownik Sprzedaży w Publi Polska. Piotr Tyborowicz ukończył Akademię Teologii Katolickiej w Warszawie.

Wynagrodzenia

W poniższej tabeli przedstawiono wynagrodzenie zarządu, na które składa się wynagrodzenie podstawowe i premie faktycznie wypłacone w ciągu roku zakończonego 31 grudnia 2008 r.:

Imię i nazwisko	Wynagrodzenie	Premie (1)	Razem
Piotr Walter	1.245	800	2.045
Karen Burgess	1.120	540	1.660
Edward Miszczak	843	390	1.233
Łukasz Wejchert	846	492	1.338
Tomasz Berezowski	527	175	702
Olgierd Dobrzyński	605	142	747
Waldemar Ostrowski	518	175	693
Adam Pieczyński	638	191	829
Jarosław Potasz	540	175	715
Piotr Tyborowicz	523	-	523
Razem	**7.405**	**3.080**	**10.485**

(1) Premie zapłacone za 2007 r.

Wynagrodzenie związane z akcjami

Wszyscy członkowie naszego zarządu uczestniczą w programie motywacyjnym, który wprowadziliśmy w grudniu 2005 r. (program motywacyjny I) i w lipcu 2006 r. (program motywacyjny II). W ramach programu motywacyjnego I opcje na zakup akcji zostały przyznane w trzech transzach w grudniu 2005 r., wrześniu 2006 r. i wrześniu 2007 r. W ramach programu motywacyjnego II opcje na zakup akcji zostały przyznane w czterech transzach. Wszystkie transze zostały udzielone, pod warunkiem spełnienia określonych warunków umożliwiających nabycie praw. Komitet ds. transakcji powiązanych i wynagrodzeń rekomendował, a rada nadzorcza zatwierdziła liczbę akcji przyznanych członkom zarządu

Szczegóły programu motywacyjnego przedstawione są poniżej.

Poniższa tabela zawiera zestawienie liczby opcji na zakup akcji przyznanych poszczególnym członkom zarządu:

Imię i nazwisko	Liczba opcji na zakup akcji przyznanych w ramach programu motywacyjnego I i II (nie w tysiącach)	Liczba opcji uprawniających do objęcia akcji na 31 grudnia 2008 r. (nie w tysiącach)
Piotr Walter	622.600	435.820
Karen Burgess	526.290	377.555
Edward Miszczak	526.290	377.555
Łukasz Wejchert	577.065	430.805
Tomasz Berezowski	336.030	241.065
Olgierd Dobrzyński	314.115	219.150
Waldemar Ostrowski	336.030	241.065
Adam Pieczyński	314.115	219.150
Jarosław Potasz	336.030	241.065
Piotr Tyborowicz	336.030	241.065

Poniższa tabela przedstawia liczbę akcji (nie w tysiącach) będących w posiadaniu bezpośrednio lub pośrednio przez członków zarządu na dzień 31 grudnia 2008r.

Imię i nazwisko	Liczba akcji
Piotr Walter	20.000
Karen Burgess	138.735
Edward Miszczak	75.300
Łukasz Wejchert	515.805
Tomasz Berezowski	0
Olgierd Dobrzyński	939
Waldemar Ostrowski	45.089
Adam Pieczyński	0
Jarosław Potasz	78.450
Piotr Tyborowicz	0

Rada Nadzorcza

Nasz statut określa kryteria niezależności członków rady nadzorczej. Zgodnie z definicją, niezależny członek rady nadzorczej to osoba, która spełnia wszystkie następujące kryteria:

- nie jest pracownikiem Spółki;
- nie pełniła funkcji członka zarządu Spółki w ciągu trzech lat poprzedzających powołanie do rady nadzorczej;
- nie jest osobą pozostającą w bliskich stosunkach z członkiem rady nadzorczej lub zarządu Spółki lub wyższym rangą pracownikiem Spółki;
- nie otrzymuje żadnego wynagrodzenia od Spółki lub spółek stowarzyszonych, oprócz wynagrodzenia otrzymywanego z tytułu uczestnictwa w radzie nadzorczej;
- posiada mniej niż 5% akcji Spółki;

- nie jest osobą pozostającą w bliskich stosunkach z którymkolwiek z akcjonariuszy posiadających 5% lub więcej akcji Spółki (dotyczy akcjonariuszy będących osobami fizycznymi); oraz

- nie jest pracownikiem ani członkiem organów zarządzających lub nadzorujących któregokolwiek z akcjonariuszy, posiadających 10% lub więcej akcji Spółki, ani nie jest związana z takim akcjonariuszem w żaden inny istotny sposób.

Obecnie rada nadzorcza liczy jedenastu członków. W poniższej tabeli przedstawiono ich imiona, nazwiska, stanowiska, rok pierwszego mianowania i rok powołania na trwającą obecnie kadencję.

Imię i nazwisko	Wiek	Stanowisko	Rok pierwszego mianowania	Rok mianowania na obecną kadencję
Wojciech Kostrzewa …	48	Przewodniczący rady nadzorczej Przewodniczący Komitetu ds. transakcji powiązanych i wynagrodzeń	2005	2006
Bruno Valsangiacomo..	53	Zastępca Przewodniczącego rady nadzorczej Członek Komitetu audytu	1999	2006
Arnold Bahlmann……	56	Niezależny członek rady nadzorczej Członek Komitetu ds. transakcji powiązanych i wynagrodzeń	2005	2006
Romano Fanconi……	43	Członek rady nadzorczej	2004	2006
Paweł Gricuk……	44	Niezależny członek rady nadzorczej Członek Komitetu audytu Członek Komitetu ds. transakcji powiązanych i wynagrodzeń	2005	2006
Paweł Kosmala…….	58	Członek rady nadzorczej	2008	2008
Wiesław Rozłucki……..	61	Niezależny członek rady nadzorczej Przewodniczący Komitetu audytu	2007	2007
Andrzej Rybicki.....	60	Niezależny członek rady nadzorczej	2006	2006
Markus Tellenbach…..	48	Niezależny członek rady nadzorczej	2008	2008
Aldona Wejchert ……..	39	Członek rady nadzorczej	2007	2007
Gabriel Wujek……	56	Niezależny członek rady nadzorczej	2008	2008

Kadencja członków rady nadzorczej wygasa podczas Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy, podczas którego zatwierdzane jest skonsolidowane sprawozdanie finansowe Spółki za 2008 r.

Wojciech Kostrzewa, jest Prezesem Zarządu i Dyrektorem Zarządzającym ITI Holdings S.A. W latach 1988 - 1991 był pracownikiem naukowym w Institut für Weltwirtschaft w Kilonii. Od grudnia 1989 do grudnia 1991 był doradcą ministra finansów, prof. Leszka Balcerowicza. W 1990 roku objął stanowisko prezesa Polskiego Banku Rozwoju S.A. W 1996 roku objął stanowisko w BRE Banku S.A. a od maja 1998 roku do listopada 2004 roku kierował BRE Bankiem. Od stycznia 2002 do listopada 2004 pełnił także funkcję członka zarządu regionalnego Commerzbank odpowiedzialnego za działalność operacyjną banku w Centralnej i Wschodniej Europie. Od 2007 Wiceprezes Polskiej Konfederacji Pracodawców Prywatnych Lewiatan. Członek Polskiej Rady Biznesu. Jest absolwentem Wydziału Ekonomicznego Uniwersytetu w Kilonii (Niemcy).

Bruno Valsangiacomo, dołączył do ITI Holdings S.A. w 1991 jako akcjonariusz, dziś jest Wiceprezydentem ITI Holdings S.A. Swoje szerokie kompetencje i bogate doświadczenie w dziedzinie bankowości zdobył pracując przez 20 lat w czołowych instytucjach finansowych w Szwajcarii takich jak UBS (1972 do 1982) czy Banque Paribas (1982 do 1991). W roku 1991 założył FFC Fincoord Finance Coordinators Ltd., firmę doradczą specjalizującą się w zakresie bankowości inwestycyjnej. Reprezentując zarówno polskich jak i zachodnich klientów, Bruno Valsangiacomo zainicjował oraz doprowadził do pozytywnego zamknięcia wielu

skomplikowanych transakcji w Polsce. Doskonała znajomość polskiej branży medialnej, spożywczej, farmaceutycznej oraz dystrybucyjnej umożliwiła mu udział w wielu znaczących z punktu widzenia zmian zachodzących na rynku polskim przedsięwzięciach. W roku 1991 Bruno Valsangiacomo dołączył do Jana Wejcherta i Mariusza Waltera jako trzeci główny akcjonariusz ITI Holdings S.A. Absolwent School of Economics and Administration w Zurychu.

Arnold Bahlmann jest konsultantem prywatnego funduszu inwestycyjnego Pereira, największego amerykańskiego funduszu private equity. Przez ponad 20 lat pracował na różnych stanowiskach w firmie Bertelsmann AG, zaczynając w 1982 r. jako kierownik ds. planowania strategicznego. Zakończył swoją karierę w firmie Bertelsmann w 2003 r. jako Prezes i Dyrektor Generalny Bertelsmann Springer oraz członek Rady Wykonawczej Bertelsmann AG. Arnold Bahlmann pełni też funkcję członka rady nadzorczej YOC AG, Senator Entertainment AG, Germany 1 Ltd., Business Gateway AG and Telegate AG. Ukończył Uniwersytet w Kolonii, gdzie się doktoryzował.

Romano Fanconi, dołączył do ITI Holdings S.A w 1995 roku i jest Sekretarzem Spółki odpowiedzialnym za administrację, rachunkowość, zarządzanie kontraktami, strukturę podatkową, koordynację przeglądów due diligence, analizy finansowe, przygotowanie biznesplanów i inne usługi pomocnicze w spółce. Wcześniej Romano Fanconi piastował wiele stanowisk na rynku bankowym (UBS i Credit Suisse). Absolwent Lucerne School of Economics, Business and Administration.

Paweł Gricuk, jest prezesem Petrolinvest S.A. W latach 1993-2005 pracował w banku JP Morgan w Londynie. Paweł Gricuk jest członkiem rady nadzorczej Bioton S.A. Ukończył Wydział Ekonomii i Handlu Zagranicznego na Uniwersytecie Łódzkim oraz Pekiński Uniwersytet Studiów Zagranicznych.

Paweł Kosmala, w 1974 roku rozpoczął pracę w przedsiębiorstwie handlu zagranicznego Paged. W latach 1987-1992 był radcą handlowym Ambasady Polski w Republice Irlandii. Od 1992 do 1995 roku prezes zarządu firmy Seabridge Poland, miedzynarodowej firmy spedycyjnej. W 1995 roku dołączył do ITI Holdings S.A obejmując stanowisko prezesa zarządu Chio Lilly Snack Foods, czołowego polskiego producenta chipsów ziemniaczanych i innych słonych przekąsek. W latach 2002-2006 był prezesem zarządu Grupy Onet.pl S.A., spółki notowanej na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie, zarządzającej największym polskim portalem internetowym Onet.pl. Od roku 2001 pełni funkcję wiceprezesa ITI Corporation Sp. z o.o. Paweł Kosmala jest również członkiem rady nadzorczej KP Legia Warszawa S.S.A, a od czerwca 2007 także członkiem Rady Dyrektorów ITI Holdings. Jest absolwentem SGGW w Warszawie. Ukończył seminaria dla wyższej kadry zarządzającej z dziedziny finansów i zarządzania zasobami ludzkimi w London Business School.

Andrzej Rybicki, w 1995 roku założył Grupę Advanced Digital Broadcast Holdings S.A. Obecnie jest jej Prezesem i Przewodniczącym Rady Nadzorczej. W latach 1974-1978 zajmował szereg stanowisk technicznych, biznesowych i marketingowych w Nokia Corp. i Salora OY, w Blonder-Tongue Laboratories, Inc. w latach 1979-1988, oraz pełnił funkcję dyrektora ds. inżynierii w General Instruments Corp. w latach 1988-1990. Od 1990 do 1996 r. zajmował stanowisko dyrektora ds. marketingu w STMicroeletronics, Region Azja/Pacyfik, gdzie zainicjował i kierował rozwojem biznesowym i rozwojem produkcji pierwszego na świecie kompletnego zintegrowanego układu scalonego dla dekoderów telewizji cyfrowej. Jednocześnie, aktywnie uczestniczył w rozwoju norm obrazu cyfrowego i kompresji sygnału audio (MPEG), które zostały następnie przyjęte jako normy w skali globalnej. Jest absolwentem Politechniki Poznańskiej.

Markus Tellenbach, w 2007 roku utworzył i nadal piastuje stanowisko Przewodniczącego Rady Nadzorczej Convers Media. Od grudnia 2002 roku do marca 2007 roku pracował jako dyrektor SBS Broadcasting. Dołączył do SBS w lutym 2001 roku jako COO, Prezydentem firmy mianowany został we wrześniu 2001 roku, a w sierpniu 2002 roku objął

stanowisko prezesa. Przed przejściem do SBS pracował jako Prezes KirchPayTV GmbH & Co oraz jako Prezes Premiere World, wiodącego operatora niemieckiej płatnej telewizji. W latach 1994 do 1999 pracował jako Dyrektor Zarządzający Vox Fernsehen, niemieckiego nadawcy będącego własnością Bertelsmann, Canal Plus oraz News Corporation.

Aldona Wejchert, od 2005 roku jest Przewodniczącą Rady Nadzorczej Multikino S.A. Ponadto jest Członkiem Rady Fundacji TVN „Nie jesteś sam" oraz Członkiem Rady Powierniczej Muzeum Narodowego w Warszawie. W latach 1996-2003 Dyrektor Generalny i Wiceprezes Zarządu Multikino S.A., pierwszego w Polsce operatora multipleksów. W latach 2003 – 2005 pełniła funkcję Prezesa Zarządu Multikino S.A. Absolwentka Szkoły Głównej Handlowej. Dodatkowe wykształcenie biznesowe zdobyła w London Business School w Wielkiej Brytanii.

Dr Wiesław Rozłucki, jest absolwentem Wydziału Handlu Zagranicznego Szkoły Głównej Handlowej (1970). Uzyskał stopień doktora w zakresie geografii ekonomicznej. W latach 1973-1989 był asystentem i adiunktem w Polskiej Akademii Nauk. W latach 1979-1980 jako stypendysta British Council studiował w London School of Economics. W latach 1990-1994 był doradcą Ministra Finansów, dyrektorem Departamentu Rozwoju Rynku Kapitałowego w Ministerstwie Przekształceń Własnościowych oraz członkiem Komisji Papierów Wartościowych.
Dr W.Rozłucki był prezesem Zarządu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie od jej założenia w 1991 r. przez 5 kadencji do 2006 r. Był również przewodniczącym rady nadzorczej Krajowego Depozytu Papierów Wartościowych oraz członkiem władz Światowej Federacji Giełd i Federacji Giełd Europejskich. Dr W. Rozłucki jest aktywnie zaangażowany w ruch corporate governance w Polsce. Jest współzałożycielem i przewodniczącym rady programowej Polskiego Instytutu Dyrektorów, Harvard Business Review Polska, a także członkiem rady Fundacji im. L.Pagi. Jest również członkiem rad nadzorczych dużych spółek publicznych: TP SA, TVN, Polimex-Mostostal, Bank BPH. Prowadzi doradztwo strategiczne i finansowe, działając jako doradca Rothschild Polska oraz Warburg Pincus International.

Gabriel Wujek, jest wspólnikiem kancelarii prawniczej Radzikowski, Szubielska i Wspólnicy. sp.k. będącej częścią amerykańskiej firmy prawniczej Chadbourne & Parke LLP z siedzibą w Nowym Jorku. Od 1 stycznia 2004 r. do 31 grudnia 2007 r. wspólnik zarządzający warszawskiego biura Chadbourne & Parke. W latach 1990-2003 wspólnik amerykańskiej firmy prawniczej Altheimer & Gray z siedzibą w Chicago oraz wspólnik zarządzający warszawskiego biura Altheimer & Gray. W latach 1986-1990 pełnił funkcje wicedyrektora oraz dyrektora Departamentu Prawnego w Ministerstwie Współpracy Gospodarczej z Zagranicą. W latach 1980-85 doradca prawny w Biurze Radcy Handlowego w Nowym Jorku.
W latach 1973-1999 pracownik naukowy Wydziału Handlu Zagranicznego oraz Kolegium Gospodarki Światowej Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie.
Arbiter Sądu Arbitrażowego przy Krajowej Izbie Gospodarczej oraz Sądu Arbitrażowego przy Polskiej Konfederacji Pracodawców Prywatnych Lewiatan.
Absolwent Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego. Doktor nauk prawnych. Autor wielu publikacji z zakresu prawa handlowego i gospodarczego oraz inwestycji międzynarodowych.

Komitety rady nadzorczej

W ramach rady nadzorczej utworzyliśmy dwa komitety, Komitet audytu oraz Komitet ds. transakcji powiązanych i wynagrodzeń, z których każdy składa się z trzech członków Rady Nadzorczej w tym, co najmniej dwóch niezależnych członków.

Komitet Audytu

Obowiązki Komitetu audytu zostały określone w Regulaminie Komitetu audytu, zatwierdzonym przez radę nadzorczą. Komitet audytu nadzoruje proces sprawozdawczości finansowej w celu zapewnienia równowagi, przejrzystości i integralności publikowanych informacji finansowych, określa efektywność naszej wewnętrznej kontroli finansowej, ocenia ryzyka systemu zarządzania, efektywność funkcjonowania audytu wewnętrznego. Dodatkowo Komitet audytu doradza radzie nadzorczej w zakresie wyboru audytora oraz oceny wykonania audytu zewnętrznego.

W wykonywaniu swoich obowiązków Komitet audytu prowadzi efektywną współpracę z radą nadzorczą, zarządem, szczeblem menadżerskim oraz audytem zewnętrznym i wewnętrznym.

Komitet audytu składa się z trzech członków – obecnie: Wiesław Rozłucki (przewodniczący), Paweł Gricuk i Bruno Valsangiacomo. Wszyscy członkowie komitetu ds. audytu posiadają odpowiednie kwalifikacje i doświadczenie w księgowości i finansach, dwóch członków jest niezależnych.

Komitet audytu spotyka się regularnie. Wiceprezes do spraw finansowych oraz przedstawiciele audytu wewnętrznego i zewnętrznego uczestniczą w spotkaniach na zaproszenie. W 2008 r. komitet ds. audytu odbył sześć posiedzeń.

Komitet ds. transakcji powiązanych i wynagrodzeń

Obowiązki Komitetu ds. transakcji powiązanych i wynagrodzeń zostały jasno określone w regulaminie rady nadzorczej i obejmują analizę transakcji z podmiotami powiązanymi, przegląd wynagrodzenia kierownictwa i członków rady nadzorczej oraz przedstawianie rekomendacji w tych kwestiach radzie nadzorczej.

W skład Komitetu ds. transakcji powiązanych i wynagrodzeń wchodzą: Wojciech Kostrzewa (przewodniczący), Arnold Bahlmann i Paweł Gricuk.

Komitet powstał 17 czerwca 2005 r. i w roku 2008 odbył trzy posiedzenia, aby dokonać przeglądu naszego programu motywacyjnego, wynagrodzenia członków zarządu oraz transakcji z podmiotami powiązanymi. Szczegóły dotyczące naszego programu motywacyjnego zostały przedstawione poniżej, punkt 5 „Główni akcjonariusze i transakcje z podmiotami powiązanymi" zawiera szczegóły dotyczące transakcji z podmiotami powiązanymi.

Wynagrodzenie

Poniższa tabela zawiera zestawienie wynagrodzenia rady nadzorczej, czyli wypłat za rok zakończony 31 grudnia 2008 r. (wyłączając wynagrodzenie za czwarty kwartał 2008 roku, które zostało przyznane ale nie wypłacone)

Imię i nazwisko	*Wynagrodzenie (w tys. zł)*
Wojciech Kostrzewa	192
Bruno Valsangiacomo	156
Arnold Bahlmann	108
Romano Fanconi	72
Pawel Gricuk	144
Paweł Kosmala	47
Sandra Nowak	21
Wiesław Rozłucki	132
Andrzej Rybicki	72
Markus Tellenbach	47
Aldona Wejchert	72
Gabriel Wujek	63
Razem	**1.126**

Własność akcji

Poniższa tabela zawiera zestawienie akcji znajdujących się w posiadaniu poszczególnych członków rady nadzorczej na dzień 31 grudnia 2008 r.:

Imię i nazwisko	*Liczba akcji*
Wojciech Kostrzewa	100.000
Bruno Valsangiacomo	660.417
Arnold Bahlmann	106.330
Romano Fanconi	32.000
Paweł Gricuk	-
Paweł Kosmala	-
Wiesław Rozłucki	-
Andrzej Rybicki	-
Markus Tellenbach	-
Aldona Wejchert	-
Gabriel Wujek	-

Odprawy dla członków rady nadzorczej i zarządu

Zgodnie z polskim prawem, osoby zatrudnione w naszym zarządzie, po otrzymaniu powiadomienia o rozwiązaniu stosunku pracy, mają prawo otrzymywać pełne wynagrodzenie za ustawowy okres wypowiedzenia. Wszystkim członkom naszego zarządu przysługują sześciomiesięczne okresy wypowiedzenia. Wszyscy członkowie naszego zarządu zawarli z nami umowy o zakazie konkurencji, które uprawniają ich do dalszego wynagrodzenia po rozwiązaniu stosunku pracy, które jest obliczane jako określony procent wynagrodzenia otrzymywanego przez nich w uzgodnionym okresie bezpośrednio poprzedzającym rozwiązanie stosunku pracy. Żaden z członków zarządu nie jest uprawniony do jakichkolwiek świadczeń w momencie zakończenia pracy.

Zatrudnienie

Na dzień 31 grudnia 2008 r. mieliśmy 2.304 pełnoetatowych pracowników. W tej liczbie zawierało się 357 pracowników kierownictwa i administracji, 1.061 pracowników ds. produkcji i programowych, 78 w dziale marketingu, 371 w dziale technicznym i 437 w dziale sprzedaży. Wzrost w stosunku do 2007 r. wynika w głównej mierze z zatrudnienia dodatkowych pracowników do wspierania dalszego rozwoju naszej działalności telewizyjnej, internetowej i telezakupowej. Żaden z naszych pracowników nie jest członkiem związku zawodowego, ani nie jest objęty żadnym układem zbiorowym lub podobnym porozumieniem. Jesteśmy przekonani, że nasze stosunki z pracownikami są dobre.

Na dzień 31 grudnia 2007 r. mieliśmy 1.798 pełnoetatowych pracowników. W tej liczbie zawierało się 320 pracowników kierownictwa i administracji, 830 pracowników ds. produkcji i programowych, 73 w dziale marketingu, 290 w dziale technicznym i 285 w dziale sprzedaży.

Na dzień 31 grudnia 2006 r. mieliśmy 1.382 pełnoetatowych pracowników. W tej liczbie zawierało się 210 pracowników kierownictwa i administracji, 683 pracowników ds. produkcji i programowych, 73 w dziale marketingu, 220 w dziale technicznym i 196 w dziale sprzedaży.

Program motywacyjny oparty na opcjach na zakup akcji

27 grudnia 2005 r. nasza rada nadzorcza zatwierdziła Regulamin Programu Motywacyjnego I. 8 czerwca 2006 r. Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy podjęło uchwałę w sprawie warunkowego podwyższenia kapitału zakładowego i emisji warrantów subskrypcyjnych.

31 lipca 2006 r. rada nadzorcza zatwierdziła Regulamin Programu Motywacyjnego II, będącego konsekwencją nabycia Grupy Onet.pl, 26 września 2006 r. Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy podjęło uchwałę w sprawie warunkowego podwyższenia kapitału zakładowego i emisji warrantów subskrypcyjnych.

Program Motywacyjny II zastąpił program motywacyjny istniejący w Grupie Onet.

Celem Programów Motywacyjnych jest stworzenie dodatkowych elementów motywacyjnych, które mają skłaniać wysoko wykwalifikowany personel, w tym kierownictwo najwyższego szczebla, kluczowych pracowników i współpracowników, członków zarządów spółek z Grupy TVN, aby dbali o wzrost wartości Spółki w perspektywie długoterminowej, przez przyznanie im prawa zakupu akcji serii „C" i „E". Zgodnie z Regulaminami Programów Motywacyjnych, wyemitowanych zostanie łącznie do 9.870.000 akcji serii „C" oraz 5.948.005 akcji serii „E", aby umożliwić uczestnikom programu skorzystanie z prawa do zakupu akcji.

Cena realizacji opcji w otrzymanej transzy jest określona w regulaminie programu motywacyjnego. Uczestnicy programu motywacyjnego będą mieli możliwość realizacji opcji w otrzymanej transzy w następujących cenach w chwili gdy warunki nabywania uprawnień zostaną zrealizowane:

Program Motywacyjny I

Uczestnicy planu motywacyjnego będą mieli prawo do nabycia akcji danej serii po następujących cenach, pod warunkiem spełnienia warunków uprawniających do akcji we wskazanych okresach:

Transza	Liczba opcji (nie w tysiącach)	Cena realizacji	Okres nabywania uprawnień
C1	384.060	8,66 zł	opcje uprawniające
C2	1.669.330	9,58 zł	opcje uprawniające
C3	3.479.210	10,58 zł	do 1 stycznia 2009 r.
Razem	**5.532.600**		

Program Motywacyjny II

Uczestnicy planu motywacyjnego będą mieli prawo do nabycia akcji danej serii po następujących cenach, pod warunkiem spełnienia warunków uprawniających do akcji we wskazanych okresach:

Seria	Liczba opcji (nie w tysiącach)	Cena wykonania opcji	Okres nabywania uprawnień
E1	217.730	8,66 zł	opcje uprawniające
E2	282.135	9,58 zł	opcje uprawniające
E3	1.337.516	10,58 zł	opcje uprawniające
E4	2.441.065	11,68 zł	do 1 kwietnia 2009 r.
E4	2.833.670	11,68 zł	do 1 stycznia 2010 r.
Razem	**7.112.116**		

Cena nabycia akcji w seriach C1 i E1 została określona na podstawie ceny rynkowej akcji w dniu 31 grudnia 2004 r. i powiększonej o 10,5%. Cena nabycia w poszczególnych seriach C2/E2 i C3/E3 i E4 została określona w oparciu o cenę nabycia w poprzedzającej serii powiększoną o 10,5%.

Łączny koszt Programu Motywacyjnego I szacuje się na 74.124 zł i jest on ujmowany w naszych kosztach w okresie zaczynającym się od czwartego kwartału 2005 r. a kończącym się z końcem 2008 r. W związku z tym w kosztach działalności operacyjnej wykazaliśmy koszt w wysokości 43.593 zł. w 2006 r. i 21.453 zł w 2007 r. i 8.481 zł w 2008 roku.

Łączny koszt Programu Motywacyjnego II szacuje się na 110.101 zł w odniesieniu do akcji serii „E". Z całkowitej wartości godziwej przyznanych opcji objęcia akcji serii „E" w wysokości 70.775 zł pomniejszone o część odpowiadającą wartości opcji uprawniających do objęcia akcji przyznanych zgodnie z oryginalnym programem istniejącym w Grupie Onet który został zmodyfikowany w momencie nabycia Grupy Onet, będzie rozpoznana w okresie od 31 lipca 2006 r. do 31 marca 2009 r. Natomiast 39.326 zł wartości godziwej opcji w odniesieniu do serii „E" przyznanych w dniu 18 grudnia 2007 r. będzie rozpoznane w okresie od 18 grudnia 2007 r. do 31 grudnia 2009 r. W 2007 r. rozpoznaliśmy w kosztach działalności operacyjnej 23.379, 31.589 zł w 2008 r., a w 2009 r. rozpoznamy 21.740 zł.

PUNKT 5. GŁÓWNI AKCJONARIUSZE I TRANSAKCJE Z PODMIOTAMI POWIĄZANYMI

Główni akcjonariusze

W poniższej tabeli przedstawiono właścicieli akcji TVN S.A. na 31 grudnia 2008 r.:

Akcjonariusz	Liczba akcji	% kapitału akcyjnego	Liczba głosów	% głosów	
	(2)	(2)	(2)	(2)	(3)
Strateurop International B.V. [1]	180.355.430	51,60%	180.355.430	51,60%	52,40%
N-Vision B.V. [1]	23.048.635	6,59%	23.048.635	6,59%	6,65%
Cadizin Trading&Investment [1]	10.001.400	2,86%	10.001.400	2,86%	2,89%
ITI Impresario [1]	1.400	0,00%	1.400	0,00%	0,00%
Pozostali akcjonariusze	136.108.549	38,95%	136.108.549	38,95%	38,06%
Razem	**349.515.414**	**100,00%**	**349.515.414**	**100,00%**	**100,00%**

(1) Jednostki kontrolowane przez ITI Holdings S.A.
(2) Z włączeniem akcji własnych.
(3) Z wyłączeniem akcji własnych.

Zgodnie z polskim kodeksem spółek handlowych akcjonariusze mogą uczestniczyć w walnych zgromadzeniach akcjonariuszy i mogą wykonywać prawo głosu osobiście lub przez pełnomocnika upoważnionego na piśmie. Każda akcja uprawnia do oddania jednego głosu na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy.

Zgodnie z polskim kodeksem spółek handlowych jeden lub kilku akcjonariuszy reprezentujących, co najmniej jedną dziesiątą kapitału zakładowego pozostającego w obiegu może zażądać zwołania walnego zgromadzenia akcjonariuszy i zgłosić sprawy do porządku obrad następnego zgromadzenia. Żądanie takie należy złożyć do zarządu na piśmie co najmniej miesiąc przed proponowaną datą następnego walnego zgromadzenia akcjonariuszy. Jeśli zarząd nie zwoła walnego zgromadzenia akcjonariuszy w ciągu dwóch tygodni od złożenia żądania, wówczas wnioskujący o to akcjonariusze mogą zwołać takie zgromadzenie po uzyskaniu zgody sądu rejestrowego. Sąd rejestrowy wyznacza przewodniczącego takiego zgromadzenia.

Poniżej prezentujemy istotne zmiany w ilości posiadanych akcji przez naszych głównych udziałowców, na przestrzeni ostatnich trzech lat.

W dniu 23 listopada 2007 r. oraz 27 grudnia 2007 r. zostaliśmy poinformowani o przeniesieniu odpowiednio 72.140.965 oraz 7.150.000 (nie w tysiącach) naszych akcji przez naszego akcjonariusza N-Vision B.V. (N-Vision) na rzecz naszego innego akcjonariusza Strateurop International B.V. (Strateurop). Akcje te stanowiły wkład niepieniężny na pokrycie kapitału zakładowego Strateurop w zamian za akcje tej spółki pochodzące z nowej emisji.

Rezultatem wyżej opisanych transakcji było zmniejszenie liczby posiadanych akcji przez N-Vision do 37.261.960 (nie w tysiącach), co stanowiło 10,73% udziału w naszym kapitale zakładowym i głosach. W przypadku Strateurop, liczba posiadanych akcji zwiększyła się do 178.597.985 (nie w tysiącach), co stanowiło 51,44% udziału w naszym kapitale zakładowym i głosach.

W dniu 29 lutego 2008 r. N-Vision przekazało 10.000.000 (nie w tysiącach) naszych akcji spółce Cadizin Trading & Investments Limited (Cadizin). Akcje te stanowiły wkład niepieniężny na pokrycie kapitału zakładowego Cadizin w zamian za akcje tej spółki pochodzące z nowej emisji.

Po dokonaniu transakcji, N-Vision posiadało 27.261.960 (nie w tysiącach) co stanowiło 7,85% udziału w naszym kapitale zakładowym i głosach podczas gdy Cadizin posiadało

10.000.000 (nie w tysiącach) naszych akcji reprezentujących 2,88% udziału w naszym kapitale zakładowym i głosach.

W dniu 11 kwietnia 2008 r. N-Vision przekazało 1.757.445 (nie w tysiącach) naszych akcji spółce Strateurop. Akcje te stanowiły wkład niepieniężny na pokrycie kapitału zakładowego Strateurop w zamian za akcje tej spółki pochodzące a nowej emisji.

Zmiany w strukturze naszego akcjonariatu, dokonane pomiędzy Strateurop, N-Vision oraz Cadizin były ukierunkowane na optymalizację struktury właścicielskiej na poziomie podmiotu kontrolującego wymienione trzy spółki. Ponadto, jako że każda z wymienionych trzech spółek jest bezpośrednio lub pośrednio kontrolowana przez ten sam podmiot, ostateczny udział głównego akcjonariusza w naszym kapitale zakładowym pozostał na niezmienionym poziomie.

Transakcje z podmiotami powiązanymi

Jesteśmy stroną różnych umów i innych porozumień z członkami Grupy ITI, pośrednimi udziałowcami tych spółek i niektórymi spółkami należącymi do tych udziałowców. W 2008 r. umowy te dotyczyły (i) pożyczek i gwarancji, (ii) wynajmu pomieszczeń biurowych, (iii) nadawania i usług produkcyjnych, (iv) wynajmu sprzętu, (v) kupna i sprzedaży programów, (vi) usług doradczych.

Nasza rada nadzorcza przyjęła zasady mające na celu uregulowanie transakcji między nami i podmiotami powiązanymi. Podmioty powiązane to m.in. nasi główni akcjonariusze i ich spółki stowarzyszone, członkowie naszego zarządu i rady nadzorczej oraz nasi pracownicy i członkowie ich najbliższej rodziny. Zasady dotyczące transakcji z podmiotami powiązanymi stanowią, że warunki każdej umowy między nami i podmiotem powiązanym powinny być dla nas nie mniej korzystne niż warunki, które można by uzyskać w transakcji na zasadach rynkowych zawartej z niezależnym podmiotem. Zasady dotyczące transakcji z podmiotami powiązanymi przewidują też, że (i) umowy, których wartość przekracza 150.000 (nie w tysiącach) euro zawarte z podmiotami powiązanymi będącymi osobami fizycznymi oraz (ii) umowy, których wartość przekracza 500.000 (nie w tysiącach) euro zawarte z podmiotami powiązanymi będącymi organizacjami lub spółkami muszą być zatwierdzone uchwałą przyjętą większością głosów rady nadzorczej, w tym pozytywnym głosem większości niezależnych członków rady, gdzie „niezależny" definiuje się zgodnie z „Dobrymi praktykami w spółkach publicznych" Warszawskiej Giełdy Papierów Wartościowych.

Ponadto, walne zgromadzenie akcjonariuszy, które odbyło się 10 maja 2005 r., utworzyło w ramach rady nadzorczej Komitet ds. transakcji z podmiotami powiązanymi i wynagrodzeń. Obowiązki Komitetu ds. transakcji powiązanych i wynagrodzeń obejmą m.in. weryfikację warunków transakcji z podmiotami powiązanymi, aby zapewnić, że transakcje te są zgodne z przyjętymi przez nas w tej kwestii zasadami.

Zarządzanie, finanse i inne usługi

22 lipca 2004 r. zawarliśmy umowę o usługi (Umowa o Usługi), z ITI Services AG, czyli ITI Services, spółką należącą do Grupy ITI, dotyczącą określonych usług zarządczych, sprzedaży, doradztwa finansowego oraz innych usług.

Umowa o Usługi została następnie rozszerzona 28 kwietnia 2005 r. i 23 grudnia 2005 r. i 23 października 2006 r. tak, aby objęła usługi świadczone przez ITI Corporation i Market Link Sp. z o.o. ("Market Link"), spółek należących do Grupy ITI, obowiązkiem świadczenia usług na rzecz TVN oraz spółki Grupa Onet.pl S.A.

Zgodnie z Umową o Usługi, ITI Services, ITI Corporation i Market Link zobowiązały się zapewnić nam określone usługi dotyczące wsparcia sprzedaży i zaopatrzenia, badań

rynkowych i branżowych, informatyki, rachunkowości i zarządzania finansami, zasobami ludzkimi, doradztwa prawnego, relacji z inwestorami oraz innych dziedzin. Co roku dokonujemy przeglądu zakresu i jakości usług razem z ITI Services, ITI Corporation.

Zgodnie z Umową o Usługi, zobowiązaliśmy się zapłacić ITI Services, ITI Corporation i Market Link roczne wynagrodzenie w wysokości do 3.000 euro w zamian za (i) wyżej wymienione usługi oraz (ii) jako roczną opłatę za gwarancję równą 3% kwoty zobowiązań naszych lub naszych spółek zależnych gwarantowanych lub wspieranych finansowo w inny sposób przez lub w imieniu ITI Services.

Ponadto, zobowiązaliśmy się pokryć uzasadnione koszty i wydatki ITI Services, ITI Corporation i Market Link poniesione w związku z zapewnieniem usług i gwarancji. Niemniej jednak, dopóki warunki umowy obligacji dotyczącej Obligacji ograniczają roczne wynagrodzenie płacone na rzecz Grupy ITI 3.000 euro, łączna kwota opłat za usługi, opłaty za gwarancję, kwot zapłaconych z tytułu zwrotu kosztów i wydatków oraz innych kwot wypłaconych ITI Services, razem z innymi opłatami i pozostałymi wydatkami, które wypłacamy my lub spółki podlegające ograniczeniom (określone w umowie obligacji) jakimkolwiek członkom Grupy ITI, jest ograniczona do 3.000 euro Umowa o Usługi wygasa 31 grudnia 2009 r. Niemniej jednak z dniem 1 stycznia 2005 r. realizacja zobowiązań każdej ze stron z tytułu Umowy o Usługi będzie zależeć od zatwierdzenia przez naszą radę nadzorczą budżetu rocznego obejmującego kwoty należne z tytułu tej umowy.

Uchwałą z 12 grudnia 2006 r. nasza rada nadzorcza zatwierdziła realizację usługi przez ITI Services i ITI Corporation w roku 2007, a uchwałą podjętą 17 grudnia 2007 roku - w 2008 r. Uchwałą z dnia 11 grudnia 2008 r. rada nadzorcza udzieliła zgody na świadczenie usług w 2009 roku w ramach zawartej Umowy o Usługi, za wynagrodzenie nieprzekraczające łącznie w 2009 roku kwoty 1.760 euro

Wynajem pomieszczeń biurowych i studyjnych

Dzierżawimy grunty i wynajmujemy pomieszczenia biurowe i studyjne na mocy umów wynajmu i podnajmu z niektórymi spółkami Grupy ITI, z których najbardziej znaczące to Poland Media Properties S.A. i Diverti Sp. z o.o.

Podnajem pomieszczeń

W dniu 14 marca 1997 r. zawarliśmy z ITI Poland Sp. z o.o. umowę podnajmu powierzchni 3.850 m^2 na okres do 31 marca 2007 r. dotyczącą pomieszczeń przy ul. Augustówka 3 w Warszawie. Wykorzystywaliśmy te pomieszczenia do całości naszej działalności. 24 października 2006 r. ta umowa została zakończona i zastąpiona następującą:

- umowa podnajmu z 24 października 2006 r. zawarta pomiędzy Brel-An Sp. z o.o. i ITI Poland Sp. z o.o., dotycząca wynajmu powierzchni biurowej przy ul. Augustówka 3 w Warszawie, na okres 10 lat (od 1 listopada 2006 r. do 31 października 2016 r.) z miesięcznym czynszem w wysokości 63.000 euro (nie w tysiącach).

- umowa podnajmu z 24 października 2006 r. z ITI Poland Sp. z o.o., dotycząca wynajmu studia przy ul. Augustówka 3 w Warszawie, na okres 10 lat (od 1 listopada 2006 r. do 31 października 2016 r.), z miesięcznym czynszem w wysokości 12.000 euro (nie w tysiącach).

Poland Media Properties S.A. jest prawnym następcą ITI Poland Sp. z o.o.

Podnajem pomieszczeń od Diverti Sp. z o.o. (prawny następca Business Centre Sp. z o.o.)

Dnia 27 października 2003 r. zawarliśmy dwie umowy najmu z Media Business Centre Sp. z o.o. dotyczące łącznej powierzchni 3.993 m^2 na okresy kończące się, odpowiednio, w 2007 r. i 2013 r. dotyczące pomieszczeń przy ul. Wiertniczej 166 w Warszawie. Wykorzystujemy te pomieszczenia do całości naszej działalności. 11 sierpnia 2006 r. umowy te zostały rozwiązane i zastąpione umową, na okres dziesięciu lat zawartą z Multikino S.A. Prawa i obowiązki wynikające z umowy z Multikino S.A. zostały następnie przeniesione na Diverti Sp. z o.o., spółkę, która wydzieliła się z Multikina S.A..

W trakcie okresu 2003-2008 umowa ta była kilkakrotnie zmieniana w związku z zajmowaniem przez nas dodatkowej powierzchni i na koniec 2008 r. wynajmowana przez nas powierzchnia wyniosła 9.946,46 m^2. Miesięczny czynsz wynikający z tej umowy wyniósł 221.000 euro (nie w tysiącach) plus 65.000 zł (nie w tysiącach) co obejmuje powierzchnię biurową, studyjną i miejsca parkingowe i powiększony jest dodatkowo o koszty związane z eksploatacją w wysokości 322.000 zł miesięcznie (nie w tysiącach),.

Inwestycja w cyfrową platformę 'n'

25 czerwca 2008 r. nabyliśmy od podmiotu dominującego ITI Media Group N.V. 25 procent udziałów plus 1 udział spółki Neovision Holding B.V. z siedzibą w Amsterdamie, Holandia, która jest jedynym udziałowcem spółki ITI Neovision Sp. z o.o., będącej właścicielem i operatorem polskiej telewizyjnej platformy cyfrowej 'n'. Łączna wartość wynagrodzenia zapłaconego przez TVN z tytułu tej transakcji wyniosła 95.000 euro., włączając w to proporcjonalny udział w należnościach z tytułu pożyczek wewnątrzgrupowych, udzielonych ITI Neovision, a także opcję przejęcia kontroli. Po upływie trzech lub czterech lat od momentu transakcji, mamy prawo do zakupu kolejnych 25 procent udziałów po cenie odpowiadającej ówczesnej wartości rynkowej.

Klasyfikujemy naszą inwestycję jako inwestycję w spółkę zależną i rozliczamy metodą praw własności. W naszym skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym całkowita inwestycja została podzielona na inwestycje w spółkę zależną oraz należności od spółki zależnej. Wartość początkowo przypisana inwestycji w spółkę zależną odzwierciedla cenę zapłaconą ITI Media Group pomniejszoną o wartość godziwą przejętych pożyczek. Wartość godziwa należności została oszacowana na podstawie modelu wyceny uwzględniającego koszty kredytu i oprocentowanie.

Pożyczki oprocentowane są na poziomie 8,25% w skali roku, ich wartości nominalne to 25.100 euro, 4.500 euro i 5.700 euro, a terminy spłaty to odpowiednio 31 grudnia 2015 r., 5 kwietnia 2011 r. i 19 lipca 2011r. Odsetki są naliczane po efektywnej stopie oprocentowania, odpowiednio 9,45% dla pożyczek płatnych 31 grudnia 2015 i 9,84% dla pożyczek płatnych 5 kwietnia i 19 lipca 2011 roku. Odsetki płatne są w dniu wygaśnięcia pożyczek.

W oparciu o biznes plan ITI Neovison i projekcje dostępne w dniu przejęcia zgodziliśmy się partycypować pro-rata w uzupełnianiu potrzeb finansowych ITI Neovision w postaci wewnątrz firmowych pożyczek. Na dzień 31 grudnia 2008 roku wysokość pożyczek udzielonych ITI Neovision od momentu przejęcia wynosi 28.180 zł.

Transakcje z ITI Neovision Sp. z o.o.

Nasze przychody

Poprzez nasze kanały telewizyjne emitujemy spoty reklamowe platformy ‘n’ oraz TNK, jak również reklamujemy ich usługi na naszych stronach internetowych. Nasz całkowity przychód z reklamy ‘n’ i TNK wyniósł w 2008 roku 18.883 zł.

ITI Neovision dystrybuuje nasze kanały poprzez cyfrową platformę ‘n’ oraz w ramach usługi TNK. Nasze całkowite przychody ze sprzedaży licencji na nasze kanały wyniósły w 2008 roku 14.046 zł.

Świadczymy na rzecz ITI Neovision usługi nadawcze (playout, uplink, wynajem systemów *back up*, multiplexing), usługi archiwizacji, usługi wsparcia oraz utrzymania IT, a także usługi przygotowywania ramówek telewizyjnych

Na rzecz ITI Neovision wypożyczamy także telewizyjny sprzęt produkcyjny po rynkowych cenach.

Dodatkowo podnajęliśmy ITI Neovision powierzchnię studyjną oraz sprzęt, jak również użyczyliśmy licencji do aplikacji produkcyjnych głównie na potrzeby kanału nSport.

Dostarczamy ITI Neovision usługi produkcyjne (realizacja, grafika, kamerzyści, edycja), jak również wynajmujemy sprzęt telewizyjny i pomieszczenia naszych biur regionalnych.

Nasz całkowity przychód z usług nadawczych, wynajmu, produkcji telewizyjnej i innych usług wyniósł w 2008 roku 26.626 zł.

Nasze koszty

ITI Neovision produkuje wiadomości sportowe za wynagrodzeniem w wysokości 2.000 zł dla TVN 24 i programu informacyjnego TVN Fakty.

W 2008 roku ITI Neovision za wynagrodzeniem w wysokości 1.788 zł rozdystrybuował dekodery cyfrowej platformy ‘n’ wśród abonentów naszego kanału TVN Med a także świadczył inne usługi na rzecz tego kanału.

Umowa pożyczki z ITI Neovision Sp. z o.o.

25 czerwca 2008 roku, w związku z zakupem mniejszościowego pakietu akcji Neovision Holding B.V., nabyliśmy proporcjonalny udział w pożyczkach udzielonych ITI Neovision o nominalnej wartości 35.300 euro. Pożyczki oprocentowane są na poziomie 8,25% w skali roku, ich wartości nominalne to 25.100 euro, 4.500 euro i 5.700 euro, a terminy spłaty to odpowiednio 31 grudnia 2015 r., 5 kwietnia 2011 r. i 19 lipca 2011r.

Po zakupie mniejszościowego pakietu akcji udzieliliśmy ITI Neovision pożyczki o całkowitej wartości 8.180 euro lub 28.180 zł i oprocentowaniu 8,25% w skali roku, której termin spłaty przypada na 30 czerwca 2015 roku.

Transakcje z podmiotami powiązanymi wewnątrz Grupy TVN

Umowa pożyczki dla GOPH BV

W wyniku zakupu 82,3% GOPH BV od ITI Media Group N.V. nabyliśmy również pożyczkę GOPH BV. Odsetki od tej umowy wynoszą 8,25% w skali roku, spłata tej umowy ma nastąpić 31 grudnia 2016 r. W latach 2006 – 2008 zawarliśmy kolejne umowy pożyczki na łączoną kwotę 160 zł i 20 euro z terminem spłaty przypadającym odpowiednio na 31 grudnia 2010 roku i 31 grudnia 2010 roku. Wysokość pożyczki na 31 grudnia 2008 r. wyniosła 88.970zł (włącznie z naliczonymi odsetkami).

Umowa gwarancyjna Senior Notes z Grupą Onet

31 sierpnia 2006 roku podpisaliśmy Trzecią Dodatkową Umowę Gwarancyjną z Grupą Onet, na mocy której Grupa Onet staje się gwarantem i jako taki posiada wszystkie prawa oraz obowiązki wynikające z Umowy Obligacji. Płacimy Grupie Onet opłatę w wysokości 470 euro na rok za otrzymane gwarancje.

Umowa gwarancyjna z Grupą Onet

30 czerwca 2008 roku podpisaliśmy Umowę gwarancyjną z Grupą Onet, na mocy której Grupa Onet staje się gwarantem wielowalutowej umowy kredytowej podpisanej z Bankiem Pekao SA do maksymalnej wartości 270.000 zł. Jesteśmy zobowiązani płacić Grupie Onet opłatę gwarancyjną w wysokości 540 zł w skali roku. Umowa wygasa 30 czerwca 2011 roku.

Umowa gwarancyjna z Mango Media

30 czerwca 2008 roku podpisaliśmy Umowę gwarancyjną z Mango Media, na mocy której Mango Media staje się gwarantem wielowalutowej umowy kredytowej podpisanej z Bankiem Pekao SA do maksymalnej wartości 270.000 zł. Jesteśmy zobowiązani płacić Mango Media opłatę gwarancyjną w wysokości 540 zł w skali roku. Umowa wygasa 30 czerwca 2011 roku.

PUNKT 6. INFORMACJE FINANSOWE

Skonsolidowane sprawozdanie finansowe i inne informacje finansowe

Sprawozdanie finansowe

Sprawozdanie finansowe składane razem z niniejszym Raportem znajduje się na stronach F-1 do F-71.

Postępowanie prawne

Obecnie nie toczy się wobec nas żadne postępowanie prawne, którego wartość przekraczałaby 10% naszego kapitału własnego.

Wykup akcji

30 października 2008 roku nasi akcjonariusze zatwierdzili program wykupu akcji własnych. Program pozwala nam na wykup 35 milionów akcji (nie w tysiącach), ale nie więcej niż 10% naszego kapitału zakładowego liczonego na ostatni dzień programu. Program kończy się 31 grudnia 2009 roku, a akcjonariusze wyrazili zgodę aby na sfinansowanie zakupu przeznaczyć maksymalnie 471.750 zł na sfinansowanie wykupu. Pierwsza transza 50.000 złotych przeznaczona na wykup akcji została uruchomiona 17 listopada 2008 roku. Do końca 2008 roku zakupiliśmy 2.956.170 (nie w tysiącach) akcji za całkowitą kwotę 37.428 złoty. Do 21 stycznia 2009 r. wykupiliśmy łącznie 3.903.188 akcji (nie w tysiącach) po średniej cenie w wysokości 12,81 zł, w ramach pierwszej transzy 50.000 złotych. W dniu 5 lutego 2009 roku uruchomiliśmy w ramach programu drugą transzę w wysokości 50.000 zł. Do dnia przygotowania niniejszego sprawozdania nabyliśmy w ramach drugiej transzy 728.134 akcje (nie w tysiącach) za łączną kwotę 7.691 zł.

Zasady wypłaty dywidendy

Naszą intencją jest dystrybuowanie od 30% do 50% naszego rocznego zysku netto w ramach wypłaty rocznej dywidendy, co będzie uzależnione od dostępnych środków pieniężnych, spełnienia limitów dystrybucji zagregowanego zysku netto przewidzianego w umowie obligacji Senior Notes oraz wymaganych, naszymi umowami kredytowymi i Obligacji, wskaźników zadłużenia.

12 czerwca 2008 wypłaciliśmy dywidendę w wysokości 171.180 zł (lub 0,49 zł na akcję).

Wyjaśnienie różnic pomiędzy wynikami finansowymi wykazanymi w naszym raporcie rocznym, a wcześniej publikowanymi przez nas prognozami wyników na 2008 rok.

Tabela poniżej przedstawia porównanie naszych skonsolidowanych wyników finansowych za rok zakończony 31 grudnia 2008 r. z zaktualizowaną prognozą wyników 2008 roku ogłoszoną przez nas w dniu 7 listopada 2008 r.

	Rzeczywiste wyniki 2008 r.	**Zaktualizowana prognoza wyników 2008 r.**
Wzrost przychodów	22%	20%-22%
Marża EBITDA	37,5%	37%
Nakłady kapitałowe*	185.633 zł	180.000 zł
Udział w stracie netto platformy ‘n’	94.455 zł	45.000 zł

** Definiowane jako zwiększenia wartości brutto aktywów trwałych oraz pozostałych wartości niematerialnych i prawnych*

Wyniki finansowe osiągnięte przez nas w 2008 r. są, z jednym wyjątkiem, zgodne z wcześniej publikowanymi prognozami. Różnica dotyczy naszego wyższego udziału w stracie netto platformy cyfrowej ‘n’, wynikającej głównie z wpływu znaczącego osłabienia złotego wobec euro na wyceny pożyczek walutowych udzielonych ‘n’ przez akcjonariuszy, to jest podmioty wchodzące w skład Grupy ITI oraz przez nas. Cześć z naszego udziału w stracie netto platformy cyfrowej ‘n’ jest kompensowana zyskami w kwocie 35 mln zł osiągniętymi przez nas z tytułu dodatnich różnic kursowych na wycenie udzielonych przez nas pożyczek. W efekcie, wpływ udziału w stracie platformy ‘n’ ma nasz wynik wyniósł efektywnie 59 mln zł wobec wcześniej prognozowanych 45 mln zł.

Istotne zmiany

Poza zdarzeniami opisanymi w części 3. oraz innych pozycjach niniejszego Raportu Rocznego, od 31 grudnia 2007 r. nie wystąpiły istotne zmiany w naszej sytuacji finansowej ani wynikach działalności operacyjnej.

PUNKT 7. OFERTA I NOTOWANIA

Informacje na temat notowań i rynków

Dnia 30 grudnia 2003 r. nasze Obligacje zaczęły być notowane na Giełdzie Papierów Wartościowych w Luksemburgu. Obligacje znajdują się w obrocie na rynku pozagiełdowym, natomiast nie ma aktywnego rynku, na którym prowadzony byłby obrót tymi papierami wartościowymi.

Od dnia 7 grudnia 2004 r. nasze Akcje są notowane na rynku regulowanym na Warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych.

29 grudnia 2006 r. miał miejsce podział akcji w stosunku 1 do 5. Zmieniliśmy nominalną wartość akcji z 1 zł na 20 groszy. Liczba akcji zwiększyła się do 343.508.455 (nie w tysiącach).

Na dzień 31 grudnia 2008 roku liczba akcji TVN S.A. wynosiła 349.515.414 (nie w tysiącach), liczba ta zawiera 2.956.170 (nie w tysiącach) wykupionych akcji. Kapitał zakładowy TVN S.A. wynosi 69.903 zł.

Zmiany cen naszych akcji przedstawiono w poniższej tabeli:

(zł, nie w tysiącach)	Najwyższa cena akcji w miesiącu	Najniższa cena akcji w miesiącu
Lipiec 2008	18.28	14.20
Sierpień 2008	19.47	17.12
Wrzesień 2008	18.50	15.05
Październik 2008	18.46	10.60
Listopad 2008	14.79	11.02
Grudzień 2008	13.95	12.10

(zł, nie w tysiącach)	Najwyższa cena akcji w kwartale	Najniższa cena akcji w kwartale
Pierwszy kwartał zakończony 31 marca 2007 r.	29,28	22,30
Drugi kwartał zakończony 30 czerwca 2007 r.	27,90	21,00
Trzeci kwartał zakończony 30 września 2007 r.	24,40	19,50
Czwarty kwartał zakończony 31 grudnia 2007 r.	26,60	21,06
Pierwszy kwartał zakończony 31 marca 2008 r.	26,75	20,47
Drugi kwartał zakończony 30 czerwca 2008 r.	24,40	15,75
Trzeci kwartał zakończony 30 września 2008 r.	19,47	14,20
Czwarty kwartał zakończony 31 grudnia 2008 r.	18,46	10,60

(zł, nie w tysiącach)	31 grudnia, 2004	31 grudnia, 2005	31 grudni, 2006	31 grudnia, 2007	31 grudnia, 2008
Cena akcji na koniec okresu	7,84	15,60	24,90	25,00	13,46
Średnia cena w danym okresie	7,60	10,24	20,17	24,36	18,56
Najwyższa cena akcji w danym okresie	8,20	16,40	26,60	29,28	26,75
Najniższa cena akcji w danym okresie	6,88	7,40	15,10	19,50	10,60

PUNKT 8. INFORMACJE DODATKOWE

Statut Spółki

Niniejszy punkt zawiera streszczenie istotnych postanowień Statutu Spółki, jak również informacji w zakresie kapitału zakładowego, akcji, kodeksu spółek handlowych i innych przepisów prawa, które są ważne z punktu widzenia naszej działalności. Opis ten nie jest pełny i zawiera odesłania do naszego Statutu, kodeksu spółek handlowych oraz do innych przepisów prawa obowiązujących na dzień niniejszego sprawozdania.

TVN Sp. z o. o. została utworzona 22 maja 1995 r. i została wpisana do rejestru handlowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla Miasta Stołecznego Warszawy, Sąd Gospodarczy, Wydział XVI Handlowo-Rejestrowy, pod numerem RHB 43929. Dnia 12 czerwca 2001 r. Sąd rejestrowy wydał postanowienie o wpisaniu TVN Sp. z o.o. do Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000018906.

2 lipca 2004 r. nadzwyczajne walne zgromadzenie wspólników TVN Sp. z o.o. jednogłośnie przyjęło uchwałę nr 12 w sprawie przekształcenia TVN Sp. z o.o. w spółkę akcyjną, TVN S.A. Przekształcenie to zostało zarejestrowane urzędowo 30 lipca 2004 r. poprzez dokonanie z tą datą wpisania TVN S.A. do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez sąd rejestrowy pod numerem KRS 0000213007.

Kapitał zakładowy

Kapitał zakładowy składa się z 349.515.414 akcji imiennych i na okaziciela serii A, B, D, C1, E1 i E2 o wartości nominalnej 20 groszy każda (obejmujących 180.355.430 akcji imiennych oraz 169.159.984 akcji na okaziciela), nie w tysiącach. 8 czerwca 2006 r. zatwierdzone zostało warunkowe podwyższenie kapitału zakładowego spółki do 9.870.000 (nie w tysiącach) akcji serii C spółki wymaganych w celu realizacji pracowniczego planu motywacyjnego, 26 września 2006 r. zatwierdzone zostało warunkowe podwyższenie kapitału zakładowego spółki do 8.781.675 akcji (nie w tysiącach) serii E spółki wymaganych w celu realizacji pracowniczego planu motywacyjnego.

Zgodnie z §7 ustępem 1 Statutu, Zarząd może w ciągu 3 lat od dnia 1 stycznia 2008 r. dokonać podwyższenia kapitału zakładowego, przez dokonanie jednego albo kilku kolejnych podwyższeń kapitału zakładowego w ramach kapitału docelowego, o łączną kwotę nie wyższą niż 15.000.000 zł (nie w tysiącach), tj. o 75.000.000 (nie w tysiącach) akcji (przy założeniu, że wartość nominalna pojedynczej akcji pozostanie na poziomie 20 groszy). Prawo podwyższenia kapitału akcyjnego dotyczy także akcji obejmowanych w zamian za wkłady niepieniężne oraz możliwości emisji warrantów subskrybcyjnych (§7 ustęp 2 i 3 Statutu). Zgodnie z §7 ustępem 4 i §21 ustępem 2.8 Statutu, uchwały Zarządu w sprawie: (i) wskazania daty otwarcia i zamknięcia subskrypcji, (ii) ustalenia ceny emisyjnej, (iii) wydania akcji w zamian za wkłady niepieniężne (iv) emisji warrantów wymagają wyrażenia zgody przez radę nadzorczą.

Emisja akcji

Podwyższenie kapitału zakładowego może nastąpić w wyniku emisji nowych akcji bądź podwyższenia wartości nominalnej istniejących akcji oraz wymaga uchwały walnego zgromadzenia akcjonariuszy podjętej kwalifikowaną większością trzech czwartych głosów.

Obok zwykłego podwyższenia kapitału zakładowego, kodeks spółek handlowych przewiduje również (i) podwyższenie kapitału zakładowego ze środków z kapitału rezerwowego lub kapitału zapasowego, (ii) podwyższenie kapitału zakładowego do wysokości kapitału docelowego oraz (iii) warunkowe podwyższenie kapitału zakładowego.

Obrót akcjami

Nasze akcje są przedmiotem swobodnego obrotu i nie podlegają żadnym ograniczeniom, z wyjątkiem tych wynikających ze Statutu, kodeksu spółek handlowych, ustawy o obrocie instrumentami finansowymi, ustawy o ofercie publicznej, ustawy o radiofonii i telewizji, a także innych istotnych przepisów prawa, z których to ograniczeń ważniejsze omówiono w skrócie poniżej.

W myśl §10 ustępu, 1 naszego Statutu zbycie akcji imiennych wymaga uprzedniej zgody zarządu. Zarząd powiadamia akcjonariusza o wyrażeniu zgody lub odmowie jej wyrażenia w ciągu 30 dni od otrzymania od akcjonariusza pisemnego zawiadomienia o zamiarze zbycia akcji, określającego liczbę zbywanych akcji oraz cenę zbycia. W przypadku gdy zarząd odmówi wyrażenia zgody na zbycie akcji, obowiązany jest wskazać, w ciągu dwóch miesięcy od otrzymania pisemnego zawiadomienia, nabywcę, który nabędzie te akcje za cenę , która nie może być niższa niż średnia cena tych akcji z ostatnich 30 dni obrotu na Warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych powiększona o 7,5% ceny określonej w zawiadomieniu, chyba że zbywca i nabywca wskazany przez zarząd uzgodnili inną cenę

Umowa o zbyciu akcji na rzecz nabywcy wskazanego przez Zarząd powinna być zawarta, a cena za akcje zapłacona przez nabywcę, w ciągu 14 dni od daty wskazania nabywcy przez Zarząd, chyba że nabywca i zbywca postanowią inaczej. W przypadku gdy nabywca wskazany przez Zarząd nie nabędzie akcji w wymaganym terminie, akcjonariusz może sprzedać akcje innej osobie lub dokonać zamiany akcji imiennych na akcje na okaziciela i nie wymaga to zgody Zarządu. Ograniczenia w zbywaniu akcji wynikające z §10 ustępu 1 naszego Statutu nie mają zastosowania do zbywania akcji imiennych na rzecz niektórych podmiotów stowarzyszonych ze Spółką.

W myśl §10 ustępu 2 naszego Statutu w okresie obowiązywania przepisów prawa ograniczających liczbę akcji, jaka może być nabyta przez podmioty zagraniczne mające siedzibę w kraju, który nie należy do EOG, akcje imienne serii A można zbyć jedynie na rzecz osoby fizycznej będącej rezydentem państwa należącego do Europejskiego Obszaru Gospodarczego lub osoby prawnej bądź organizacji nie posiadającej osobowości prawnej, która ma siedzibę w państwie należącym do Europejskiego Obszaru Gospodarczego, z zastrzeżeniem warunków określonych w koncesjach na nadawanie.

W myśl §10 ustępu 3 naszego Statutu w okresie obowiązywania przepisów prawa ograniczających liczbę akcji, jaka może być nabyta przez podmioty zagraniczne mające siedzibę w kraju, który nie należy do EOG, akcje imienne serii A można zbyć na rzecz osoby fizycznej będącej rezydentem państwa należącego do Europejskiego Obszaru Gospodarczego lub osoby prawnej bądź organizacji nie posiadającej osobowości prawnej, która ma siedzibę w państwie należącym do Europejskiego Obszaru Gospodarczego, jedynie za zgodą Przewodniczącego KRRiT.

Zamiana akcji imiennych na akcje na okaziciela

Zgodnie z § 9 Statutu zamiana akcji imiennych na akcje na okaziciela może nastąpić jedynie na wniosek akcjonariusza i wymaga uprzedniej zgody Zarządu, przy czym taka zgoda nie może zostać cofnięta, jeśli przed zamianą akcjonariusz spełni warunki przewidziane w części „Obrót akcjami" powyżej.

Prawa głosu

W myśl artykułu 412 § 1 kodeksu spółek handlowych akcjonariusze mogą uczestniczyć w walnych zgromadzeniach akcjonariuszy i wykonywać prawo głosu osobiście bądź przez pełnomocnika.

Zgodnie z artykułem 411 kodeksu spółek handlowych każda akcja daje prawo do jednego głosu na walnych zgromadzeniach akcjonariuszy. Zgodnie z polskim kodeksem spółek handlowych, żadna z naszych akacji nie jest uprzywilejowana.

Zgodnie z §13 ustępem 4 Statutu dopóki przepisy prawa będą tego wymagać, prawa głosu przysługujące podmiotom zagranicznym mającym siedzibę w państwie, które nie należy Europejskiego Obszaru Gospodarczego (łącznie z jednostkami zależnymi takich podmiotów zagranicznych), nie mogą przekroczyć 49%.

Zgodnie z artykułem 400 kodeksu spółek handlowych akcjonariusz lub akcjonariusze reprezentujący co najmniej jedną dziesiątą kapitału zakładowego mogą żądać zwołania nadzwyczajnego walnego zgromadzenia, jak również umieszczenia określonych spraw w porządku obrad najbliższego walnego zgromadzenia. Żądanie takie należy złożyć na piśmie do zarządu najpóźniej na miesiąc przed proponowanym terminem walnego zgromadzenia. Jeżeli w terminie dwóch tygodni od dnia przedstawienia żądania zarządowi nadzwyczajne walne zgromadzenie nie zostanie zwołane, sąd rejestrowy może, po wezwaniu zarządu do złożenia oświadczenia, upoważnić do zwołania nadzwyczajnego walnego zgromadzenia akcjonariuszy występujących z tym żądaniem. Sąd wyznacza przewodniczącego tego zgromadzenia.

Rada Nadzorcza

Zgodnie z artykułem 385 §1 kodeksu spółek handlowych członkowie rady nadzorczej są powoływani i odwoływani przez walne zgromadzenie akcjonariuszy.

Zgodnie z artykułem 385 §3 kodeksu spółek handlowych na wniosek akcjonariuszy, reprezentujących co najmniej 20% naszego kapitału zakładowego, wybór rady nadzorczej powinien być dokonany przez najbliższe walne zgromadzenie w drodze głosowania oddzielnymi grupami, nawet gdy statut przewiduje inny sposób powołania rady nadzorczej.

Zarząd

Zarząd kieruje działalnością Spółki i reprezentuje ją przed osobami trzecimi. Następujący członkowie Zarządu posiadają prokurę: (i) prezes zarządu – prokura samoistna lub (ii) dwóch członków zarządu – prokura łączna.

Zarząd może składać się, z co najmniej trzech członków, w tym z prezesa i przynajmniej jednego wiceprezesa, powoływanych i odwoływanych przez radę nadzorczą.

Liczbę członków zarządu określa rada nadzorcza. Członkowie zarządu są powoływani wspólnie na okres trzyletni.

Zarząd podejmuje uchwały zwykłą większością głosów podczas posiedzeń lub bez ich zwoływania. Jeśli uchwała jest podejmowania podczas posiedzeń zarządu wymagane jest kworum równe połowie liczby członków. W przypadku nierozstrzygniętego głosowania, prezes zarządu ma głos rozstrzygający

Następujące czynności podejmowane przez zarząd wymagają uprzedniej zgody rady nadzorczej:

- zawieranie umów z akcjonariuszem większościowym lub podmiotem z nim stowarzyszonym bądź zaciąganie zobowiązań wobec nich w łącznej kwocie przewyższającej równowartość 500 euro w danym roku obrotowym, z wyjątkiem transakcji przewidzianych i zatwierdzonych w budżecie.

- zawieranie umowy lub zmiana umowy pomiędzy nami a innymi podmiotami, łącznie z podmiotami zależnymi (z wyjątkiem podmiotów zależnych, w których Spółka ma 100% udziałów), które to zawarcie lub zmiana prowadziłyby do sytuacji, w której Spółka

zobowiązana jest do poniesienia kosztów lub dostarczenia towarów bądź usług na łączną kwotę wyższą niż 5.000 euro w danym roku, lub w inny sposób byłyby istotne dla działalności Spółki lub jej podmiotów zależnych, z zastrzeżeniem, że niniejsze postanowienie nie ma zastosowania do umów o programy oraz wydatków uwzględnionych i zatwierdzonych w budżecie;

- ponoszenie nakładów inwestycyjnych na zakup lub dzierżawę środków trwałych nie uwzględnionych w budżecie, na łączną kwotę przekraczającą równowartość 5.000 euro w danym roku obrotowym;

- nabywanie papierów wartościowych lub udziałów w innych spółkach za łączną kwotę przekraczającą równowartość 5.000 euro w danym roku obrotowym, z wyjątkiem transakcji przewidzianych w budżecie;

- zbywanie (w tym oddawanie w leasing i dzierżawę) lub obciążanie składników majątku, których łączna wartość przekracza 5.000 euro w danym roku obrotowym, z wyjątkiem transakcji przewidzianych w budżecie;

- wykonywanie praw przysługujących wobec podmiotów zależnych w zakresie wyrażania zgody na podejmowanie przez nie czynności określonych powyżej;

- podejmowanie innych czynności, nie wymienionych powyżej, z wyjątkiem tych związanych z bieżącą działalnością, które prowadziłyby do powstania zobowiązania lub wygaśnięcia zobowiązania osoby trzeciej wobec Emitenta, których łączna wartość przekracza 5.000 euro, z wyjątkiem transakcji przewidzianych w budżecie.

Prawo do zaciągania zobowiązań

Zarząd nie może zaciągać pożyczek, kredytów lub innych form finansowania, z wyjątkiem refinansowania istniejących zobowiązań, na łączną kwotę wyższą niż 5.000 EUR w danym roku obrotowym, bez zgody rady nadzorczej, chyba że są one przewidziane w rocznym planie finansowym.

Prawo poboru

Zgodnie z art. 433 § 1 kodeksu spółek handlowych nasi akcjonariusze mają prawo pierwszeństwa objęcia nowych akcji proporcjonalnie do liczby akcji znajdujących się już w ich posiadaniu.

W interesie spółki Walne Zgromadzenie może pozbawić akcjonariuszy prawa poboru akcji w całości lub w części na mocy uchwały podjętej większością 80% głosów, jeśli proponowana uchwała została zapowiedziana w porządku obrad Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy, a zarząd przedstawi pisemną opinie uzasadniającą podjęcie uchwały, zgodnie z art. 433 § 2 kodeksu spółek handlowych.

Zgodnie z art. 433 § 3 kodeksu spółek handlowych, powyższe wymogi art. 433 § 1 kodeksu spółek handlowych nie muszą być spełnione, jeśli uchwała o podwyższeniu kapitału zakładowego stanowi, że nowe akcje:

- mają być objęte w całości przez instytucję finansową (tzn. subemitenta), która następnie zaoferuje je akcjonariuszom celem umożliwienia im wykonania prawa poboru na warunkach określonych w uchwale lub

- mają być objęte przez subemitenta w przypadku, gdy akcjonariusze, którym przysługuje prawo poboru, nie obejmą części lub całości oferowanych im akcji.

Zgodnie z § 7, ust. 5, Statutu naszej spółki Zarząd ma prawo, w granicach kapitału docelowego, również w przypadku emisji praw poboru, pozbawić dotychczasowych akcjonariuszy prawa pierwszeństwa w całości lub w części, pod warunkiem uzyskania uprzedniej zgody Rady Nadzorczej.

Dywidendy i udziały w zyskach

Zgodnie z artykułem 347 § 1 kodeksu spółek handlowych Akcjonariusze mają prawo do udziału w zysku wykazanym w sprawozdaniu finansowym, zbadanym przez biegłego rewidenta, który został przeznaczony przez walne zgromadzenie do wypłaty akcjonariuszom.

Zgodnie z artykułem 395 kodeksu spółek handlowych uchwałę o podziale zysku i wypłacie dywidendy (lub pokryciu straty) podejmuje zwyczajne walne zgromadzenie zwołane w ciągu sześciu miesięcy od zakończenia roku obrotowego.

W myśl artykułu 347 §2 kodeksu spółek handlowych zysk rozdziela się w stosunku do liczby akcji.

§ 27 ustęp 2 Statutu upoważnia zarząd do wypłacenia akcjonariuszom zaliczki w danym roku obrotowym na poczet dywidendy oczekiwanej za ten rok obrotowy, o ile TVN ma wystarczające środki na wypłacenie takiej zaliczki. Wypłacenie zaliczki na poczet przyszłej dywidendy wymaga zgody rady nadzorczej (artykuł 349 § 1 kodeksu spółek handlowych oraz § 21 ustęp 2 (9) Statutu Spółki).

Zgodnie z artykułem 349 § 2 kodeksu spółek handlowych Spółka może wypłacić zaliczkę na poczet przewidywanej dywidendy, jeżeli jej sprawozdanie finansowe za ostatni rok obrotowy, zbadane przez biegłego rewidenta, wykazuje zysk. Zaliczka stanowić może najwyżej połowę zysku osiągniętego od końca ostatniego roku obrotowego, wykazanego w sprawozdaniu finansowym, zbadanym przez biegłego rewidenta, powiększonego o niewypłacone zyski z poprzednich lat obrotowych, umieszczone w kapitałach rezerwowych przeznaczonych na wypłatę dywidendy, oraz pomniejszonego o straty z lat ubiegłych i akcje własne Spółki.

Ważny interes zarządu

Statut nie zawiera szczególnych postanowień w zakresie ważnego interesu zarządu. Dlatego też znajdują tu zastosowanie ogólne zasady przewidziane kodeksem spółek handlowych.

Zgodnie z artykułem 379 kodeksu spółek handlowych i paragrafem 21 ustęp 2 (2) Statutu, w umowie między Spółką a członkiem zarządu, jak również w sporze z nim spółkę reprezentuje rada nadzorcza albo pełnomocnik powołany uchwałą walnego zgromadzenia.

Ponadto, zgodnie z artykułem 15 kodeksu spółek handlowych Zawarcie przez spółkę kapitałową umowy kredytu, pożyczki, poręczenia lub innej podobnej umowy z członkiem zarządu, rady nadzorczej, prokurentem, likwidatorem albo na rzecz którejkolwiek z tych osób wymaga zgody walnego zgromadzenia. Na zawarcie umowy pomiędzy członkami zarządu, prokurentami lub likwidatorem podmiotu dominującego a podmiotem zależnym Spółki musi wyrazić zgodę walne zgromadzenie podmiotu dominującego.

Zgodnie z artykułem 377 kodeksu spółek handlowych w przypadku sprzeczności interesów spółki z interesami członka zarządu, jego współmałżonka, krewnych i powinowatych do drugiego stopnia oraz osób, z którymi jest powiązany osobiście, członek zarządu powinien wstrzymać się od udziału w głosowaniu nad rozstrzyganiem takich przypadków.

Ponadto, zgodnie z artykułem 380 § 1 kodeksu spółek handlowych Członek zarządu nie może bez zgody spółki zajmować się interesami konkurencyjnymi ani też uczestniczyć w spółce

konkurencyjnej jako wspólnik spółki cywilnej, spółki osobowej lub jako członek organu spółki kapitałowej bądź uczestniczyć w innej konkurencyjnej osobie prawnej jako członek organu. Zakaz ten obejmuje także udział w konkurencyjnej spółce kapitałowej, w przypadku posiadania w niej przez członka zarządu co najmniej 10% udziałów albo akcji bądź prawa do powołania co najmniej jednego członka zarządu.

Wynagrodzenie członków zarządu

Zgodnie z artykułem 378 kodeksu spółek handlowych rada nadzorcza ustala wynagrodzenie członków zarządu zatrudnionych na podstawie umowy o pracę lub innej umowy. Walne zgromadzenie może upoważnić radę nadzorczą do ustalenia, że wynagrodzenie członków zarządu obejmuje również prawo do określonego udziału w zysku rocznym spółki, który jest przeznaczony do podziału między akcjonariuszy.

Brak dyskryminacji członków zarządu ze względu na wiek

Statut Spółki ani przepisy kodeksu spółek handlowych nie zawierają postanowień dotyczących wieku członków zarządu.

Likwidacja Spółki

Zgodnie ze Statutem w przypadku likwidacji Spółki zgromadzenie akcjonariuszy na wniosek rady nadzorczej powołuje likwidatorów spośród członków zarządu i określa proces likwidacji. Do innych kwestii dotyczących likwidacji, które nie są uregulowane Statutem, mają zastosowanie artykuły 459 – 478 kodeksu spółek handlowych.

Ogólne zasady przewidują, że składniki majątku mogą zostać rozdysponowana pomiędzy akcjonariuszy po zaspokojeniu roszczeń wszystkich wierzycieli. Podziału majątku nie można dokonać przed upływem jednego roku od daty otwarcia likwidacji lub wezwania wierzycieli. Majątek rozdziela się pomiędzy akcjonariuszy proporcjonalnie do udziałów w kapitale zakładowym.

Umorzenie

Umorzenia akcji dokonuje się za zgodą akcjonariusza (umorzenie dobrowolne), z zastrzeżeniem obowiązujących przepisów prawa. Statut nie przewiduje umorzenia akcji bez zgody akcjonariusza (umorzenia przymusowego).

Wezwania do pokrycia kapitału

Zgodnie z kodeksem spółek handlowych akcjonariusze są zobowiązani do wniesienia pełnego wkładu na akcje. Wpłaty powinny być dokonywane równomiernie na wszystkie akcje.

Postanowienia w zakresie zmiany kontroli

Decydujące znaczenie dla zagadnienia kontroli ma Decyzja KRRiT z dnia 22 września 2004 r. zezwalająca na nabywanie lub obejmowanie akcji TVN SA na okaziciela będących w obrocie giełdowym jedynie w granicach 49% kapitału zakładowego Spółki. Wiąże się to z art. 35 Ustawy o Radiofonii i Telewizji, który przewiduje, że udziały osób zagranicznych spoza terenu EOG w kapitale zakładowym spółki oraz odpowiednio prawa głosów tych osób na walnym zgromadzeniu nie mogą przekroczyć łącznie 49 procent.

Zmiany w koncesjach przyznanych TVN S.A. na nadawanie, dokonane z chwilą dopuszczenia do obrotu na Warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych, stanowią najpoważniejszą przeszkodę na drodze do zmiany kontroli. Na skutek tych zmian akcjonariusze Spółki, N-Vision, Strateurop International B.V., nie mogą zmniejszyć pakietu posiadanych przez nich akcji poniżej liczby uprawniającej do 51% głosów na zgromadzeniach akcjonariuszy.

Ograniczenia te stanowią zabezpieczenie przed przejęciem lub zmianą kontroli i praktycznie uniemożliwiają przejęcie Spółki.

Postanowienia zabezpieczające przed przejęciem są również zawarte w Statucie Spółki.

Pomimo że akcje TVN S.A. mają równe prawa w zakresie głosu i dywidendy, najskuteczniejszy mechanizm obrony zapewniają akcje imienne. Z uwagi na fakt, że zamiana akcji imiennych na akcje na okaziciela jak również inne rozporządzenie akcjami imiennymi wymaga pisemnej zgody Zarządu, zarząd ostatecznie decyduje o zmianach w zakresie akcji imiennych, zgodnie z artykułami 9 i 10 Statutu. Obecnie kapitał zakładowy TVN S.A. składa się z 180.355.430 akcji imiennych, które stanowią 51,94% kapitału zakładowego. Ponadto, w przypadku podwyższania kapitału zakładowego akcjonariusze mają prawo poboru, a pozbawienie ich tego prawa, inaczej niż w sytuacji opisanej poniżej, wymaga przyjęcia uchwały przez akcjonariuszy reprezentujących przynajmniej 80% kapitału, bądź, w przypadku podwyższania kapitału do wysokości kapitału przewidzianego, uchwały zarządu po uzyskaniu zgody rady nadzorczej. Zarząd może dokonać podwyższenia kapitału zakładowego o 15.000 zł, w myśl artykułu 7 Statutu Spółki, w ciągu trzech lat od daty rejestracji przekształcenia, tj. do 1 stycznia 2011 r.

Mimo że przepisy kodeksu spółek handlowych przewidują, że walne zgromadzenie akcjonariuszy ma prawo odwołania członków zarządu, Statut Spółki zezwala na ich odwołanie bądź zawieszenie jedynie z ważnych przyczyn. Uchwała musi wskazywać przyczyny odwołania bądź zawieszenia, przez co pozycja Zarządu jest silniejsza.

Czynności niezbędne do zmiany praw przysługujących akcjonariuszom

Zgodnie z artykułem 415 kodeksu spółek handlowych uchwała dotycząca zmiany Statutu, zwiększająca świadczenia akcjonariuszy lub uszczuplająca prawa przyznane osobiście poszczególnym akcjonariuszom wymaga zgody wszystkich akcjonariuszy, których dotyczy. Kodeks spółek handlowych przewiduje, że zmiany Statutu wymagają uchwały zapadającej większością trzech czwartych głosów na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy.

Ujawnienie posiadania znacznych pakietów akcji

Rozdział 4 ustawy o ofercie publicznej reguluje zobowiązania akcjonariuszy do ujawniania stanu posiadania akcji. Informację o nabyciu i zbyciu akcji należy zgłaszać do Komitetu Papierów Wartościowych i Giełd, jak również do Spółki, oraz należy ją ogłaszać publicznie.

Obowiązek zawiadomienia dotyczy w szczególności następujących czynności:

- nabycia lub zbycia akcji, w wyniku czego osiągnięty lub przekroczony został próg 5%,10%, 15%, 20%, 25%, 33%, 50%, 75% lub 90% ogólnej liczby głosów;

- sprzedaż akcji, w wyniku której sprzedane zostało 5%,10%, 15%, 20%, 25%, 33%, 50%, 75% lub 90% całkowitej ogólnej liczby głosów, jeśli akcjonariusz posiadał przed transakcją 5%,10%, 15%, 20%, 25%, 33%, 50%, 75% lub 90% całkowitej ogólnej liczby głosów;

- nabycia lub zbycia akcji, w wyniku czego osiągnięty lub przekroczony został próg 2%, ogólnej liczby głosów w przypadku, gdy akcjonariusz posiadał uprzednio ponad 10% ogólnej liczby głosów oraz

- nabycia lub zbycia akcji, w wyniku czego osiągnięty lub przekroczony został próg 1%, ogólnej liczby głosów w przypadku, gdy akcjonariusz posiadał uprzednio ponad 33% ogólnej liczby głosów.

W przypadku gdy akcjonariuszowi przysługuje mniej niż 33% ogólnej liczby głosów i nabywa on akcje zwiększające jego liczbę głosów o ponad 10% ogólnej liczby głosów w okresie krótszym niż 60 dni, takie nabycie może nastąpić w wyniku ogłoszenia wezwania do zapisywania się na sprzedaż lub zamianę tych akcji.

W przypadku gdy akcjonariuszowi przysługuje 33% lub więcej ogólnej liczby głosów i nabywa on akcje zwiększające jego liczbę głosów o ponad 5% ogólnej liczby głosów w okresie krótszym niż jeden rok, takie nabycie może nastąpić wyłącznie w wyniku ogłoszenia wezwania do zapisywania się na sprzedaż lub zamianę tych akcji.

Przekroczenie 33% ogólnej liczby głosów w spółce publicznej może nastąpić wyłącznie w wyniku ogłoszenia wezwania do zapisywania się na sprzedaż lub zamianę akcji tej spółki w liczbie zapewniającej osiągnięcie co najmniej 66% ogólnej liczby głosów.

Przekroczenie 66% ogólnej liczby głosów w spółce publicznej może nastąpić wyłącznie w wyniku ogłoszenia wezwania do zapisywania się na sprzedaż lub zamianę wszystkich pozostałych akcji tej spółki.

Ponadto, Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów ma prawo kontrolowania koncentracji udziałów. Zgodnie z artykułem 13 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów musi być powiadomiony o zamiarze dokonania transakcji zakupu akcji skutkującym bezpośrednio lub pośrednio z objęciem kontroli nad spółką, pod warunkiem że wspólny obrót obydwu przedsiębiorstw uczestniczących w tej koncentracji osiągnięty na terytorium Rzeczypospolitej przekracza kwotę 50.000 euro lub w skali światowej – kwotę 1.000.000 euro.

Zmiany kapitału zakładowego

Podwyższenie lub obniżenie kapitału zakładowego wymaga zmiany Statutu. Zgodnie z artykułem 415 kodeksu spółek handlowych zmiany Statutu mogą być dokonane jedynie w drodze uchwały zapadającej większością trzech czwartych głosów.

Ważniejsze umowy

Umowa licencyjna z Warner Bros. International Television

W dniu 23 grudnia 2008 r. zawarliśmy, na warunkach rynkowych, umowę licencyjną z Warner Bros. International Television Distribution Inc. na mocy której zakupimy prawa do nadawania filmów i seriali pochodzących z istniejących zbiorów programowych Warner Bros. oraz niektórych jego przyszłych produkcji na terytorium Polski w okresie czteroletnim rozpoczynającym się 1 maja 2009 r. Prawa do nadawania udzielone na podstawie umowy obejmują prawa do nadawania w ramach bezpłatnej telewizji naziemnej, w kanałach tematycznych oraz emisję licencjonowanych programów w wysokiej rozdzielczości (format High Definition).

Umowa licencyjna z Paramount Pictures

W dniu 11 grudnia 2008 r. zawarliśmy, na warunkach rynkowych, umowę licencyjną z Paramount Pictures na mocy której zakupimy prawa do nadawania filmów i seriali pochodzących ze zbiorów programowych Paramount Pictures oraz niektórych jego przyszłych produkcji na terytorium Polski w okresie pięcioletnim rozpoczynającym się 1 grudnia 2008 r. Prawa do nadawania udzielone na podstawie umowy obejmują prawa do nadawania w ramach bezpłatnej telewizji naziemnej, kanałach tematycznych, telewizji płatnej oraz na zasadach subskrybcji VoD (wideo na żądanie).

Obligacje PLN

W dniu 23 czerwca 2008 r. wyemitowaliśmy Obligacje PLN o łącznej wartości nominalnej 500.000 zł. Obligacje PLN zostały wyemitowane w jednej serii składającej się z 5.000 (nie w tysiącach) niezabezpieczonych obligacji na okaziciela, w formie zdematerializowanej, zgodnie z Ustawą o Obligacjach z dnia 29 czerwca 1995 roku (Dziennik Ustaw 2000 r., Nr 120, pozycja 1300 z późniejszymi zmianami), o wartości nominalnej 100.000 (nie w tysiącach) zł każda, z datą wykupu przypadająca na 14 czerwca 2013 r. oraz z opcją wcześniejszego wykupu po stronie TVN w trzecim bądź czwartym roku po emisji. Obligacje PLN są oprocentowane w półrocznych okresach odsetkowych, odsetki będą naliczane i płatne w formie pieniężnej od wartości nominalnej, według zmiennej stopy procentowej równej stawce WIBOR 6m powiększonej o 2,75%.

Obligacje emitowane są zgodnie z art. 9 pkt 3 Ustawy o Obligacjach (oferta niepubliczna). Cena emisyjna jednej obligacji PLN była równa jej wartości nominalnej. Obligacje stanowią nieodwołalne, niepodporządkowane, niezabezpieczone, bezwarunkowe zobowiązania, są równe i bez pierwszeństwa zaspokojenia względem oraz (z zastrzeżeniem wyjątków z bezwzględnie obowiązujących przepisów prawa) są równe względem wszystkich pozostałych obecnych lub przyszłych niepodporządkowanych i niezabezpieczonych zobowiązań oraz podlegają zaspokojeniu na takich samych zasadach jak te zobowiązania.

Środki pozyskiwane z emisji Obligacji PLN powiększyły kwotę posiadanej przez nas gotówki. Informacje na temat wykorzystania posiadanych przez nas w 2008 roku środków pieniężnych przedstawiliśmy w punkcie 3 niniejszego raportu.

Wielowalutowa umowa kredytowa

Od dnia 30 czerwca 2008 roku posiadamy wielowalutową umowę kredytową z Bankiem Pekao S.A. na łączną kwotę 200.000 zł. Środki pieniężne pozyskane przez TVN w ramach umowy mogą zostać przeznaczone na ogólne cele związane z prowadzoną działalnością w tym na finansowanie inwestycji kapitałowych oraz innych wydatków inwestycyjnych. Umowa ta została zawarta na okres do 30 czerwca 2011 roku. Oprocentowanie wykorzystanej części kredytu będzie obliczone w oparciu o zmienną stopę procentową 6m WIBOR, LIBOR lub EURIBOR (w zależności od waluty kredytu) powiększoną o marżę, wynoszącą na dzień podpisania umowy 1%. Umowa kredytowa została zabezpieczona na należnościach handlowych TVN S.A. do kwoty 25.000 euro. Gwarantami umowy są Grupa Onet.pl S.A. i Mango Media Sp. z o.o., spółki zależne od TVN S.A. Wszyscy gwaranci wspólnie i osobno gwarantuje wypełnienie zobowiązania do maksymalnej wartości 270.000 zł, płatne natychmiast do Banku Peako S.A. w razie niedopełnienia zapisów umowy.

Kontrola wymiany walut

Transakcje dewizowe reguluje ustawa z dnia 27 lipca 2002 r. prawo dewizowe, która weszła w życie z dniem 1 października 2002 r., zwana dalej prawem dewizowym. Zasadniczo prawo dewizowe zezwala na transakcje dewizowe, z ograniczeniami przewidzianymi w tej ustawie. Obrót dewizowy z państwami członkowskimi Unii Europejskiej, Europejskiego Obszaru Gospodarczego i Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (w tym ze Stanami Zjednoczonymi) jest w większości przypadków dozwolony bez ograniczeń. Ograniczenia występują natomiast w przypadku nierezydentów z krajów trzecich, tj. wszystkich krajów, które nie są państwami członkowskimi Unii Europejskiej, Europejskiego Obszaru Gospodarczego i Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju. Zwolnienie z ograniczeń i zobowiązań przewidzianych prawem dewizowym wymaga ogólnego lub indywidualnego zezwolenia dewizowego. Minister właściwy do spraw finansów publicznych udziela, w drodze rozporządzenia, ogólnych zezwoleń dewizowych. Zezwolenia takie mogą dotyczyć wszystkich

lub rodzajowo określonej kategorii podmiotów oraz wszystkich lub rodzajowo określonych czynności. W konsekwencji niektóre ograniczenia przewidziane prawem dewizowym wyłącza rozporządzenie Ministra Finansów o w sprawie ogólnych zezwoleń dewizowych z dnia 4 września 2007 r., które weszło w życie dnia 3 października 2007r. Podczas, gdy wprowadzenie zmian do prawa dewizowego jako ustawy wymaga przeprowadzenia procesu legislacyjnego, wprowadzenie zmian do rozporządzenia Ministra Finansów leży wyłącznie w gestii Ministra Finansów.

Prawo dewizowe przewiduje równe traktowanie waluty polskiej i walut obcych wskazanych w wykazie walut wymienialnych podczas przeprowadzania i rozliczania transakcji z osobami mającymi siedzibę lub miejsce zamieszkania w krajach trzecich. Zgodnie z tą zasadą płatności na rzecz nierezydentów (według definicji zawartej w ustawie) mogą być dokonywane i wyrażone w walutach wymienialnych lub w walucie polskiej i są traktowane na równi.

Ograniczenia przewidziane prawem dewizowym dotyczą transakcji z krajami trzecimi, takich jak:

1. Transfer krajowych lub zagranicznych środków płatniczych przez rezydentów do krajów trzecich, z przeznaczeniem na podjęcie lub rozszerzenie w tych krajach działalności gospodarczej, w tym na nabycie nieruchomości, z kilkoma wyjątkami takimi jak przekazanie środków płatniczych na pokrycie kosztów usług w krajach trzecich;

2. Zbywanie w Polsce przez nierezydentów z krajów trzecich, a także przez organizacje międzynarodowe, do których nie należy Polska, zarówno pośrednio jak i bezpośrednio:

    - papierów wartościowych dłużnych o terminie wykupu krótszym niż rok, z wyjątkiem nabytych w Polsce;
    - wierzytelności z wyjątkiem nabytych w Polsce lub od Polaka w zakresie niewymagającym zezwolenia dewizowego.

3. Nabywanie przez rezydentów, zarówno bezpośrednio, jak i za pośrednictwem innych podmiotów:

    - udziałów i akcji w spółkach mających siedzibę w krajach trzecich, a także obejmowanie udziałów i akcji w takich spółkach;
    - jednostek uczestnictwa w funduszach zbiorowego inwestowania mających siedzibę w krajach trzecich;
    - papierów wartościowych dłużnych wyemitowanych bądź wystawionych przez nierezydentów z krajów trzecich;
    - waluty obce zbywanych przez nierezydentów z krajów trzecich, w zamian za inne obce lub krajowe środki płatnicze;
    - wierzytelności zbywanych przez nierezydentów z krajów trzecich.

Należy podkreślić, że ograniczenie dotyczące zawierania umów mogących skutkować zobowiązaniem do uiszczenia zapłaty w walucie obcej w Polsce zostało uchylone dnia 24 stycznia 2009 r. Powyższa zmiana związana jest z nowelizacją Kodeksu cywilnego, w wyniku której zniesiona została zasada walutowości.

Ponadto, prawo dewizowe nakłada określone obowiązki. Rezydenci są obowiązani dokonywać przekazów pieniężnych za granicę oraz rozliczeń w kraju z nierezydentami za pośrednictwem uprawnionych banków, jeżeli kwota przekazu lub rozliczenia przekracza równowartość 15.000 euro. Obowiązek dokonywania rozliczeń za pośrednictwem uprawnionych banków nie dotyczy przypadków, w których stroną rozliczenia jest uprawniony bank.

Rezydenci dokonujący obrotu dewizowego oraz osoby prowadzące kantory wymiany walut są obowiązani przekazywać Narodowemu Bankowi Polskiemu dane w zakresie niezbędnym do sporządzania bilansu płatniczego oraz międzynarodowej pozycji inwestycyjnej.

Przywoływane dokumenty

Wszelkie dokumenty dotyczące Spółki, na które powołuje się niniejsze opracowanie, są dostępne do wglądu w siedzibie Spółki. Osoby zainteresowane prosimy o kontakt z Dariuszem Choryło pod numerem telefonu (+48 22) 856-66-14.

CZĘŚĆ II

PUNKT 9. PODSTAWOWE USŁUGI KSIĘGOWE I WYNAGRODZENIE ZA TE USŁUGI

Spółka zawarła umowy z PricewaterhouseCoopers Sp. z o.o. o przegląd i badanie śródrocznych i rocznych sprawozdań finansowych od 18 marca 2008 r. Umowy te obejmują przegląd sprawozdań finansowych za okres zakończony 30 czerwca 2008 r. oraz badanie sprawozdań za okres zakończony do dnia 31 grudnia 2008 r.

Poniższe zestawienie zawiera wykaz usług księgowych i wynagrodzenia za te usługi w okresie dwunastu miesięcy zakończonych 31 grudnia 2007 r. oraz 31 grudnia 2008r.

(w złotych)	**2008**	**2007**
Wynagrodzenia za badanie (1)	1.179	1.153
Doradztwo podatkowe(2)	-	114
Doradztwo księgowe i pozostałe	-	85
Wynagrodzenia łączne	**1.179**	**1.352**

(1) Wynagrodzenia za badanie to wynagrodzenia za przegląd i badanie śródrocznych i rocznych, jednostkowych i skonsolidowanych sprawozdań finansowych. Pozycja ta obejmuje wydatki i wynagrodzenia za usługi świadczone w odniesieniu do przeglądów i badania sprawozdań finansowych za rok obrotowy, niezależnie od daty faktury wystawionej za te usługi i wydatki.

(2) Pozycja ta obejmuje wydatki i wynagrodzenia za usługi świadczone w okresie od stycznia do dnia 31 grudnia roku obrotowego, niezależnie od daty faktury wystawionej za te usługi i wydatki.

CZĘŚĆ III

PUNKT 10. SPRAWOZDANIE FINANSOWE

Skonsolidowane sprawozdanie finansowe TVN S.A. stanowiące część niniejszego Raportu Rocznego jest zawarte na stronach od F-1 do F-77 w następującym porządku:

	Strona
Opinia niezależnego biegłego rewidenta	
Oświadczenie zarządu	
Zbadane skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok zakończony 31 grudnia 2008 r.	
Informacje TVN	F-1
Skonsolidowany rachunek zysków i strat	F-4
Skonsolidowany bilans	F-5
Skonsolidowane zestawienie zmian w kapitale własnym.....	F-6
Skonsolidowany rachunek przepływów pieniężnych	F-9
Informacje dodatkowe do skonsolidowanego sprawozdania finansowego.....	F-10
Raport niezależnego biegłego rewidenta z badania	

PRICEWATERHOUSECOOPERS

PricewaterhouseCoopers Sp. z o.o.
Al. Armii Ludowej 14
00-638 Warszawa, Polska
Telefon +48 (0) 22 523 4000
Faks +48 (0) 22 508 4040
www.pwc.com/pl

Opinia niezależnego biegłego rewidenta

Dla Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy i Rady Nadzorczej TVN S.A.

Przeprowadziliśmy badanie załączonego skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej TVN S.A. (zwanej dalej „Grupą"), w której jednostką dominującą jest TVN S.A. (zwanej dalej „Jednostką dominującą") z siedzibą w Warszawie przy ulicy Wiertniczej 166, obejmującego:

(a) skonsolidowany bilans sporządzony na dzień 31 grudnia 2008 r., który po stronie aktywów i pasywów wykazuje sumę 3.753.174 tys. zł;

(b) skonsolidowany rachunek zysków i strat za rok obrotowy od 1 stycznia do 31 grudnia 2008 r. wykazujący zysk netto w kwocie 363.676 tys. zł;

(c) skonsolidowane zestawienie zmian w kapitale własnym za rok obrotowy od 1 stycznia do 31 grudnia 2008 r. wykazujące zwiększenie kapitału własnego o kwotę 217.193 tys. zł;

(d) skonsolidowany rachunek przepływów pieniężnych za rok obrotowy od 1 stycznia do 31 grudnia 2008 r. wykazujący wpływy pieniężne netto w kwocie 73.479 tys. zł;

(e) informację dodatkową o przyjętych zasadach rachunkowości oraz inne informacje objaśniające.

Za sporządzenie zgodnego z obowiązującymi przepisami skonsolidowanego sprawozdania finansowego oraz sprawozdania z działalności Grupy odpowiedzialny jest Zarząd Jednostki dominującej. Naszym zadaniem było wyrażenie opinii o skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym na podstawie przeprowadzonego badania.

Badanie przeprowadziliśmy stosownie do obowiązujących na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej:

(a) przepisów rozdziału 7 Ustawy z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości („Ustawa" - Dz.U. z 2002 r. Nr 76 poz. 694 z późniejszymi zmianami);

(b) norm wykonywania zawodu biegłego rewidenta, wydanych przez Krajową Radę Biegłych Rewidentów w Polsce.

Badanie zostało zaplanowane i przeprowadzone tak, aby uzyskać wystarczającą pewność, że skonsolidowane sprawozdanie finansowe nie zawiera istotnych błędów i przeoczeń. Badanie obejmowało między innymi sprawdzenie, na podstawie wybranej próby, dowodów potwierdzających kwoty i informacje wykazane w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym. Badanie obejmowało również ocenę zasad rachunkowości stosowanych przez Grupę oraz istotnych oszacowań dokonywanych przy sporządzeniu skonsolidowanego sprawozdania finansowego, a także ogólną ocenę jego prezentacji. Uważamy, że nasze badanie stanowiło wystarczającą podstawę dla wyrażenia opinii.

PRICEWATERHOUSECOOPERS

Opinia niezależnego biegłego rewidenta

Dla Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy i Rady Nadzorczej TVN S.A. (cd.)

Informacje zawarte w sprawozdaniu z działalności Grupy uwzględniają postanowienia Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 19 października 2005 r. w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych („Rozporządzenie" – Dz. U. Nr 209 poz. 1744) i są zgodne z informacjami zawartymi w zbadanym skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym.

Naszym zdaniem, załączone skonsolidowane sprawozdanie finansowe we wszystkich istotnych aspektach:

(a) zostało sporządzone na podstawie prawidłowo prowadzonej dokumentacji konsolidacyjnej;

(b) jest zgodne w formie i treści z obowiązującymi Grupę przepisami prawa;

(c) przedstawia rzetelnie i jasno sytuację majątkową i finansową Grupy na dzień 31 grudnia 2008 r. oraz wynik finansowy za rok obrotowy od 1 stycznia do 31 grudnia 2008 r. zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej zatwierdzonymi przez Unię Europejską.

Działający w imieniu PricewaterhouseCoopers Sp. z o.o. i przeprowadzający badanie:

Waldemar K. Lachowski
Członek Zarządu
Biegły Rewident
Numer ewidencyjny 9345/7004

PricewaterhouseCoopers Sp. z o.o.

Spółka wpisana na listę podmiotów uprawnionych do badania sprawozdań finansowych pod numerem 144

Warszawa, 19 lutego 2009 r.

OŚWIADCZENIE ZARZĄDU

Niniejsze skonsolidowane sprawozdanie finansowe TVN S.A. i jej jednostek zależnych („Grupa TVN") za rok zakończony 31 grudnia 2008 r. zostało sporządzone w celu przedstawienia sytuacji finansowej, wyników działalności oraz przepływów pieniężnych zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej („MSSF") zatwierdzonymi przez UE, wydanymi i obowiązującymi na dzień bilansowy.

Skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy TVN za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2008 r. zawiera: skonsolidowany rachunek zysków i strat, skonsolidowany bilans, skonsolidowane zestawienie zmian w kapitale własnym, skonsolidowany rachunek przepływów pieniężnych oraz informacje dodatkowe do skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

Zgodnie z wymogami Rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 19 października 2005 r. w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych, Zarząd TVN S.A. niniejszym oświadcza, że:

- wedle jego najlepszej wiedzy, roczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe i dane porównywalne sporządzone zostały zgodnie z obowiązującymi zasadami rachunkowości oraz odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową Grupy oraz jej wynik finansowy, a sprawozdanie Zarządu z działalności zawiera prawdziwy obraz rozwoju i osiągnięć Grupy oraz jej sytuacji, w tym opis podstawowych ryzyk i zagrożeń;

- podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych, dokonujący badania rocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego został wybrany zgodnie z przepisami prawa. Podmiot ten oraz biegły rewident dokonujący tego badania, spełniali warunki do wyrażenia bezstronnej i niezależnej opinii o badaniu, zgodnie z przepisami ustawy o rachunkowości.

Niniejsze skonsolidowane sprawozdanie finansowe zostało zatwierdzone przez Zarząd i Radę Nadzorczą TVN S.A. w dniu 19 lutego 2009 r. wraz ze sprawozdaniem z działalności Grupy TVN za 2008 rok.

Piotr Walter Prezes Zarządu	Karen Burgess Wiceprezes Zarządu	Edward Miszczak Wiceprezes Zarządu
Jan Łukasz Wejchert Wiceprezes Zarządu	Tomasz Berezowski Członek Zarządu	Olgierd Dobrzyński Członek Zarządu
Waldemar Ostrowski Członek Zarządu	Adam Pieczyński Członek Zarządu	Jarosław Potasz Członek Zarządu
		Piotr Tyborowicz Członek Zarządu

Warszawa, 19 lutego 2009 r.

Grupa TVN

Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok zakończony 31 grudnia 2008 r.

Grupa TVN

Spis treści **Strona**

Informacje o TVN	F-1
Skonsolidowany rachunek zysków i strat	F-4
Skonsolidowany bilans	F-5
Skonsolidowane zestawienie zmian w kapitale własnym	F-6
Skonsolidowany rachunek przepływów pieniężnych	F-9
Informacja dodatkowa do skonsolidowanego sprawozdania finansowego	F-10

Informacje o TVN

1. Działalność podstawowa

TVN S.A. („Spółka") i jej jednostki zależne („Grupa TVN", „Grupa") są nadawcami lub współnadawcami trzynastu kanałów telewizyjnych w Polsce: TVN, TVN 7, TVN 24, TVN Meteo, TVN Turbo, ITVN, TVN Style, TVN Lingua, TVN CNBC Biznes, TVN Warszawa, Discovery Historia, NTL Radomsko oraz Telezakupy Mango 24. Kanały należące do Grupy emitują wiadomości, programy informacyjne i rozrywkowe, seriale, filmy fabularne oraz programy oferujące telezakupy. Grupa posiada również wiodący w Polsce portal Onet.pl, oferujący serwisy takie jak Zumi.pl, Sympatia.pl, OnetBlog oraz OnetLajt.

2. Siedziba

TVN S.A.
ul. Wiertnicza 166
02-952 Warszawa

3. Rada Nadzorcza

- Wojciech Kostrzewa - Przewodniczący
- Bruno Valsangiacomo - Zastępca Przewodniczącego
- Arnold Bahlmann
- Romano Fanconi
- Paweł Gricuk
- Paweł Kosmala (powołany 9 maja 2008 r.)
- Sandra Nowak (zrezygnowała 7 stycznia 2008 r.)
- Wiesław Rozłucki
- Andrzej Rybicki
- Markus Tellenbach (powołany 9 maja 2008 r.)
- Aldona Wejchert
- Gabriel Wujek (powołany 15 lutego 2008 r.)

4. Zarząd

- Piotr Walter - Prezes
- Karen Burgess - Wiceprezes
- Edward Miszczak - Wiceprezes
- Jan Łukasz Wejchert - Wiceprezes
- Tomasz Berezowski
- Olgierd Dobrzyński
- Waldemar Ostrowski
- Adam Pieczyński
- Jarosław Potasz
- Piotr Tyborowicz

5. Biegły rewident

PricewaterhouseCoopers Sp. z o.o.
Al. Armii Ludowej 14
00-638 Warszawa

6. Główna kancelaria prawna

Clifford Chance
ul. Lwowska 19
00-660 Warszawa

7. Główny bank

Bank Polska Kasa Opieki S.A. ("Pekao S.A.")
ul. Grzybowska 53/57
00-950 Warszawa

8. Spółki zależne

Telewizja, nadawanie i produkcja telewizyjna

- TVN Finance Corporation plc
  One London Wall
  Londyn EC2Y 5EB
  Wielka Brytania
- El-Trade Sp. z o.o.
  ul. Wiertnicza 166
  02-952 Warszawa
- Tivien Sp. z o.o.
  ul. Augustówka 3
  02-981 Warszawa
- NTL Radomsko Sp. z o.o.
  ul. 11 Listopada 2
  97-500 Radomsko
- Mango Media Sp. z o.o.
  ul. Kościuszki 61
  81-703 Sopot
- Thema Film Sp. z o.o.
  ul. Powsińska 4
  02-920 Warszawa

On-line

- Grupa Onet.pl S.A.
  ul. G. Zapolskiej 44
  30-126 Kraków
- Dream Lab Onet.pl Sp. z o.o.
  ul. G. Zapolskiej 44
  30-126 Kraków
- Grupa Onet Poland Holding B.V.
  De Boelelaan 7
  NL-1083 Amsterdam
  Holandia
- Media Entertainment Ventures International Limited
  Palazzo Pietro Stiges 90, Strait Street
  Valetta VLT 05
  Malta
- SunWeb Sp. z o.o.
  ul. G. Zapolskiej 44
  30-126 Kraków

9. Wspólne przedsięwzięcia (*joint ventures*)

- Polski Operator Telewizyjny Sp. z o.o.
  ul. Huculska 6
  00-730 Warszawa
- Discovery TVN Ltd
  566 Chiswick High Road
  Londyn W4 5YB
  Wielka Brytania

10. Jednostki stowarzyszone

- Polskie Badania Internetu Sp. z o.o.
  Al. Jerozolimskie 44
  00-950 Warszawa
- Neovision Holding B.V.
  De Boelelaan 7
  NL-1083 Amsterdam
  Holandia

TVN S.A.
Skonsolidowany rachunek zysków i strat
(w złotych; wszystkie kwoty w tysiącach, o ile nie zaznaczono inaczej)

	Nota	Rok zakończony 31 grudnia 2008 r.	Rok zakończony 31 grudnia 2007 r.
Przychody ze sprzedaży	6	1.897.309	1.554.729
Koszty własne sprzedaży	7	(967.153)	(818.423)
Koszty sprzedaży	7	(151.772)	(126.452)
Koszty ogólnego zarządu	7	(148.801)	(126.008)
Pozostałe przychody/(koszty) operacyjne, netto	7	2.292	(1.834)
Zysk z działalności operacyjnej		**631.875**	**482.012**
Przychody inwestycyjne, netto	8	81.090	19.344
Koszty finansowe, netto	8	(170.973)	(204.124)
Udział w stracie jednostki stowarzyszonej	15	(94.440)	-
Zysk brutto		**447.552**	**297.232**
Podatek dochodowy	27	(83.876)	(53.924)
Zysk netto przypadający akcjonariuszom TVN S.A.		**363.676**	**243.308**
Podstawowy i rozwodniony zysk na jedną akcję przypadający akcjonariuszom TVN S.A. (nie w tysiącach)			
- podstawowy	9	1,04	0,70
- rozwodniony	9	1,03	0,69

Dodatkowe ujawnienie dotyczące wpływu wyceny opcji wbudowanej:			
Zysk netto przypadający akcjonariuszom TVN S.A.		363.676	243.308
Wpływ na zysk, po uwzględnieniu podatku, straty z wyceny opcji wbudowanej	8, 27	16.562	87.170
Skorygowany zysk netto przypadający akcjonariuszom TVN S.A.		**380.238**	**330.478**

Grupa prezentuje skorygowany zysk, aby odzwierciedlić wpływ bezgotówkowych strat/zysków z tytułu wyceny w wartości godziwej opcji wcześniejszej spłaty, wbudowanych w obligacje *Senior Notes*. Zasady księgowe dotyczące opcji wbudowanych mają charakter techniczny, oparty na osądach i kierują się interpretacjami w zakresie rachunkowości. Grupa jest przekonana, iż prezentacja zysku netto skorygowanego o tę pozycję, pozwala czytelnikowi sprawozdania lepiej zrozumieć jej operacyjne i finansowe wyniki.

TVN S.A.
Skonsolidowany bilans
(w złotych; wszystkie kwoty w tysiącach, o ile nie zaznaczono inaczej)

	Nota	Na dzień 31 grudnia 2008 r.	Na dzień 31 grudnia 2007 r.
AKTYWA			
Aktywa trwałe			
Rzeczowe aktywa trwałe	10	347.400	250.168
Wartość firmy	11	952.657	952.657
Marka	12	693.688	693.688
Inne wartości niematerialne	13	56.796	50.969
Długoterminowe aktywa programowe	14	154.741	127.433
Inwestycje w jednostki stowarzyszone	15	120.076	83
Pożyczka dla jednostki stowarzyszonej	15	179.138	-
Aktywa finansowe dostępne do sprzedaży	17	7.588	7.588
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	27	34.515	12.637
Pozostałe aktywa trwałe	20	5.181	4.256
		2.551.780	**2.099.479**
Aktywa obrotowe			
Krótkoterminowe aktywa programowe	14	192.676	179.523
Należności z tytułu dostaw i usług	18	305.834	299.590
Aktywa finansowe dostępne do sprzedaży	17	315.616	-
Finansowe instrumenty pochodne	19	149.865	24.267
Rozliczenia międzyokresowe i inne aktywa obrotowe	20	51.286	31.600
Należności z tytułu podatku dochodowego od osób prawnych		1.250	94
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	21	184.867	110.372
		1.201.394	**645.446**
AKTYWA RAZEM		**3.753.174**	**2.744.925**
PASYWA			
KAPITAŁ WŁASNY			
Kapitał zakładowy	22	69.903	69.455
Kapitał zapasowy z emisji akcji powyżej wartości nominalnej		605.805	566.327
Akcje własne	23	(37.428)	-
Kapitał zapasowy (8%)		23.152	22.901
Inne kapitały rezerwowe		109.048	86.833
Skumulowany zysk		876.474	684.245
		1.646.954	**1.429.761**
ZOBOWIĄZANIA			
Zobowiązania długoterminowe			
Obligacje *Senior Notes* oprocentowane 9,5% o terminie wykupu w 2013 r.	24	855.432	790.388
Obligacje PLN o terminie wykupu w 2013 r.	24	498.593	-
Kredyt bankowy	24	109.875	-
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	27	165.679	166.578
Długoterminowe zobowiązania z tytułu dostaw i usług	25	6.951	8.724
Pozostałe zobowiązania długoterminowe		1.342	1.374
		1.637.872	**967.064**
Zobowiązania krótkoterminowe			
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług	25	141.905	111.107
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego od osób prawnych		40.559	43.223
Odsetki naliczone od obligacji i kredytów bankowych	24	7.658	3.332
Kredyt w rachunku bieżącym	24	48.733	-
Pozostałe zobowiązania oraz rozliczenia międzyokresowe	26	229.493	190.438
		468.348	**348.100**
Zobowiązania razem		**2.106.220**	**1.315.164**
PASYWA RAZEM		**3.753.174**	**2.744.925**

TVN S.A.
Skonsolidowane zestawienie zmian w kapitale własnym
(w złotych; wszystkie kwoty w tysiącach, o ile nie zaznaczono inaczej)

	Liczba akcji (nie w tysiącach)	Kapitał zakładowy	Kapitał zapasowy z emisji akcji powyżej wartości nominalnej	Kapitał zapasowy (8%)	Kapitał z tyt. programu przydziału opcji objęcia akcji	Skumulowany zysk	Kapitał własny
Stan na 1 stycznia 2007 r.	**343.508.455**	**68.702**	**499.238**	**21.323**	**77.087**	**570.815**	**1.237.165**
Zysk netto w roku	-	-	-	-	-	243.308	243.308
Suma przychodów ujętych w roku obrotowym	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**243.308**	**243.308**
Emisja akcji	3.764.520	753	67.571	-	(35.086)	-	33.238
Koszt emisji akcji	-	-	(482)	-	-	-	(482)
Koszt programu przydziału opcji objęcia akcji w roku (1)	-	-	-	-	44.832	-	44.832
Dywidenda zatwierdzona i wypłacona	-	-	-	-	-	(128.300)	(128.300)
Podział zysku za rok 2006 - odpis na kapitał zapasowy (8%)	-	-	-	1.578	-	(1.578)	-
Stan na 31 grudnia 2007 r.	**347.272.975**	**69.455**	**566.327**	**22.901**	**86.833**	**684.245**	**1.429.761**

TVN S.A.
Skonsolidowane zestawienie zmian w kapitale własnym
(w złotych; wszystkie kwoty w tysiącach, o ile nie zaznaczono inaczej)

	Liczba akcji (nie w tysiącach)	Kapitał zakładowy	Kapitał zapasowy z emisji akcji powyżej wartości nominalnej	Akcje własne	Kapitał zapasowy (8%)	Inne kapitały rezerwowe (*)	Skumulowany zysk	Kapitał własny
Stan na 1 stycznia 2008 r.	**347.272.975**	**69.455**	**566.327**	**-**	**22.901**	**86.833**	**684.245**	**1.429.761**
Zysk na wartości godziwej aktywów finansowych dostępnych do sprzedaży	-	-	-	-	-	668	-	668
Podatek odroczony z tytułu zysku na wartości godziwej aktywów finansowych dostępnych do sprzedaży	-	-	-	-	-	(127)	-	(127)
Przychody ujęte bezpośrednio w kapitale własnym	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**541**	**-**	**541**
Zysk netto w roku	-	-	-	-	-	-	363.676	363.676
Suma przychodów ujętych w roku obrotowym	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**541**	**363.676**	**364.217**
Emisja akcji (2)	2.242.439	448	39.623	-	-	(18.396)	-	21.675
Koszt emisji akcji	-	-	(145)	-	-	-	-	(145)
Dywidenda zatwierdzona i wypłacona (4)	-	-	-	-	-	-	(171.180)	(171.180)
Koszty dywidendy	-	-	-	-	-	-	(16)	(16)
Zakup akcji własnych (3)	-	-	-	(37.428)	-	-	-	(37.428)
Koszt programu przydziału opcji objęcia akcji w roku (1)	-	-	-	-	-	40.070	-	40.070
Podział zysku za rok 2007 - odpis na kapitał zapasowy (8%)	-	-	-	-	251	-	(251)	-
Stan na 31 grudnia 2008 r.	**349.515.414**	**69.903**	**605.805**	**(37.428)**	**23.152**	**109.048**	**876.474**	**1.646.954**

(1) W dniu 27 grudnia 2005 r. TVN S.A. wprowadziła Program Motywacyjny I oparty na akcjach serii C. W dniu 8 czerwca 2006 r. Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy zatwierdziło warunkowe podwyższenie kapitału zakładowego o kwotę do 1.974 wymagane do realizacji Programu Motywacyjnego I.

W dniu 31 lipca 2006 r., w związku z nabyciem Grupa Onet.pl S.A., TVN S.A. wprowadziła Program Motywacyjny II oparty na akcjach serii E. W dniu 26 września 2006 r. Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy zatwierdziło warunkowe podwyższenie kapitału zakładowego o kwotę do 1.756 wymagane do realizacji Programu Motywacyjnego II .

(2) W roku zakończonym 31 grudnia 2008 r. w wyniku realizacji opcji objęcia akcji, przyznanych uczestnikom programów motywacyjnych w TVN został wyemitowanych i w pełni opłaconych 2.242.439 (nie w tysiącach) akcji serii C1, C2, E1, E2 i E3 .

(3) W roku zakończonym 31 grudnia 2008 r. 2.956.170 (nie w tysiącach) akcji zostało nabytych przez Spółkę w celu umorzenia (patrz Nota 23). Akcje te są uwzględnione w łącznej liczbie akcji w emisji na dzień 31 grudnia 2008 r. do czasu aż Zgromadzenie Akcjonariuszy podejmie uchwałę o ich umorzeniu.

(4) Dywidenda wypłacona w 2008 r. wynosiła 0,49 złotych na akcję (nie w tysiącach).

Skumulowany zysk obejmuje kwotę 471.750 przeznaczoną na program wykupu akcji (zob. Nota 23) i kwotę 405.032 będącą częścią skumulowanego zysku jednostkowego TVN S.A., która może być dystrybuowana. Obligacje *Senior Notes* (zob. Nota 24) narzucają pewne ograniczenia na wypłatę dywidendy.

*** Inne kapitały rezerwowe**

	Kapitał z tyt. programu przydziału opcji objęcia akcji	**Kapitał rezerwowy z wyceny aktywów finansowych dostępnych do sprzedaży**	**Razem**
Stan na 1 stycznia 2008 r.	**86.833**	**-**	**86.833**
Emisja akcji	(18.396)	-	(18.396)
Obciążenie w okresie	40.070	668	40.738
Podatek odroczony wynikający z obciążenia w okresie	-	(127)	(127)
Stan na 31 grudnia 2008 r.	**108.507**	**541**	**109.048**

TVN S.A.
Skonsolidowany rachunek przepływów pieniężnych
(w złotych; wszystkie kwoty w tysiącach, o ile nie zaznaczono inaczej)

	Nota	Rok zakończony 31 grudnia 2008 r.	Rok zakończony 31 grudnia 2007 r.
Działalność operacyjna			
Wpływy środków pieniężnych z działalności operacyjnej	**28**	725.951	507.669
Podatek zapłacony		(110.597)	(87.710)
Wpływy pieniężne netto z działalności operacyjnej		**615.354**	**419.959**
Działalność inwestycyjna			
Nabycie jednostek zależnych, netto (bez nabytych środków pieniężnych)		-	(49.561)
Nabycie jednostki stowarzyszonej	**15**	(323.817)	-
Wypływy z tytułu nabycia rzeczowych aktywów trwałych		(135.761)	(111.164)
Wpływy z tytułu sprzedaży rzeczowych aktywów trwałych		622	779
Wypływy z tytułu nabycia wartości niematerialnych		(21.107)	(17.685)
Wypływy z tytułu nabycia aktywów finansowych dostępnych do sprzedaży	**17**	(349.729)	(2.745)
Wpływy z tytułu sprzedaży aktywów finansowych dostępnych do sprzedaży	**17**	39.773	-
Pożyczki udzielone jednostce stowarzyszonej	**15**	(28.180)	-
Wypływy z tytułu nabycia opcji	**19**	(6.987)	-
Odsetki otrzymane		11.798	5.625
Wypływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej		**(813.388)**	**(174.751)**
Działalność finansowa			
Emisja akcji, po uwzględnieniu kosztów	**22,33**	21.530	32.756
Nabycie akcji własnych, po uwzględnieniu koszów	**23**	(37.428)	-
Dywidenda wypłacona		(171.196)	(128.300)
Wykup obligacji *Senior Notes* o terminie wykupu w 2013 roku	**24**	(70.728)	-
Wypływy z tytułu nabycia opcji	**19**	(27.105)	(17.545)
Wpływy z tytułu wcześniejszego rozliczenia opcji	**19**	5.362	(40.725)
Kredyt bankowy	**24**	110.000	(500)
Kredyt w rachunku bieżącym	**24**	48.608	-
Emisja Obligacji PLN o terminie wykupu w 2013 roku	**24**	498.458	-
Odsetki zapłacone		(105.988)	(85.598)
Wpływy/ (Wypływy) pieniężne netto z działalności finansowej		**271.513**	**(239.912)**
Zwiększenie stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów		**73.479**	**5.296**
Stan środków pieniężnych i ich ekwiwalentów na początku roku	**21**	110.372	104.611
Skutki zmian kursów walutowych		1.016	465
Stan środków pieniężnych i ich ekwiwalentów na końcu roku	**21**	**184.867**	**110.372**

1. TVN

W dniu 19 lutego 2009 r. niniejsze skonsolidowane sprawozdanie finansowe zostało zatwierdzone przez Zarząd i Radę Nadzorczą TVN S.A.

TVN S.A. (do 29 lipca 2004 r. TVN Sp. z o.o.) została utworzona w maju 1995 r. i jest publiczną spółką prawa polskiego notowaną na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie, działającą w sektorze mediów i rozrywki.

Spółka należy do grupy podmiotów kontrolowanych przez International Trading and Investments Holdings S.A. z siedzibą w Luksemburgu („ITI Holdings") i jej jednostki zależne („Grupę Kapitałową ITI"). Grupa Kapitałowa ITI działa w Polsce od 1984 r. i jest największą grupą w sektorze medialno-rozrywkowym w Polsce.

Skład Grupy TVN przedstawiono w Nocie 31.

W dniu 25 czerwca 2008 r. Grupa zakończyła transakcję nabycia od ITI Media Group N. V. 25% udziałów plus 1 udział w kapitale zakładowym Neovision Holding B. V., spółki zarejestrowanej w Amsterdamie, jedynego udziałowca ITI Neovision Sp. z o.o., właściciela i operatora cyfrowej platformy telewizyjnej 'n' w Polsce. Za łączną kwotę 95 mln EUR Grupa nabyła 25% udziałów plus jeden udział w Neovision Holding B. V. oraz proporcjonalny udział w pożyczkach udzielonych ITI Neovision Sp. z o.o. (patrz Nota 15).

W dniu 23 czerwca 2008 r. Grupa przeprowadziła z Bankiem Pekao S.A., Bankiem Handlowym S.A. w Warszawie i BRE Bankiem S.A. Program Emisji Obligacji, w wyniku którego wyemitowała obligacje o łącznej wartości nominalnej 500.000 (patrz Nota 24).

W dniu 30 czerwca 2008 r. Grupa zawarła umowę wielowalutowej linii kredytowej z Bankiem Pekao S. A. na łączną kwotę 200.000 (patrz Nota 24).

W dniu 15 października 2008 r. Grupa założyła spółkę SunWeb sp. z o.o., spółkę zależną od Grupa Onet.pl S.A., która zajmuje się tworzeniem oprogramowania do sklepów internetowych.

W dniu 30 października 2008 r. Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy zatwierdziło program wykupu akcji własnych TVN S.A. w celu umorzenia w maksymalnej ilości 35 milionów akcji za maksymalną kwotę 500.000. Program rozpoczął się 17 listopada 2008 r. i zakończy się 31 grudnia 2009 r. W ramach programu do końca 2008 roku Grupa nabyła 2.956.170 akcji własnych (nie w tysiącach) (patrz Nota 23).

W dniu 15 grudnia 2008 r. Grupa uruchomiła nowy kanał TVN Warszawa, bezpłatny kanał kablowy i satelitarny nadający wiadomości lokalne i informacje poświęcone Warszawie.

2. ZASADY RACHUNKOWOŚCI

2.1. Podstawa sporządzenia sprawozdania finansowego

Niniejsze skonsolidowane sprawozdanie finansowe zostało sporządzone przy założeniu kontynuacji działalności, zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej („MSSF") zatwierdzonymi przez Unię Europejską („UE"), wydanymi i obowiązującymi na dzień bilansowy. Zasady rachunkowości zastosowane przy sporządzaniu skonsolidowanego sprawozdania finansowego za rok zakończony 31 grudnia 2008 r. są spójne z zasadami zastosowanymi przy sporządzaniu rocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego za rok zakończony 31 grudnia 2007 r., za wyjątkiem nowych zasad rachunkowości opisanych poniżej oraz standardów i interpretacji, które obowiązują dla okresów sprawozdawczych rozpoczynających się po 1 stycznia 2008 r.

W roku 2008 Grupa wprowadziła:

(i) KIMSF 11 „Transakcje w grupie kapitałowej i transakcje na akcjach własnych". Interpretacja daje wytyczne dotyczące ujęcia transakcji, w których jednostka rozlicza płatności w instrumentach kapitałowych jednostki lub spółki dominującej. Interpretacja nie miała wpływu na sprawozdanie finansowe Grupy.

*(ii) Zmiany do MSR 39 Instrumenty finansowe: ujmowanie i wycena, oraz MSSF 7: Instrumenty finansowe: ujawnienia, z*miany wprowadzają możliwość dokonywania pewnych reklasyfikacji instrumentów finansowych dla jednostek stosujących Międzynarodowe Standardy Sprawozdawczości Finansowej. Dotyczy to reklasyfikacji, które były już wcześniej dozwolone przez Amerykańskie Standardy Rachunkowości (US GAAP). Zmiany te nie mają wpływu na sprawozdanie finansowe Grupy.

Niniejsze skonsolidowane sprawozdanie finansowe zostało sporządzone według zasady kosztu historycznego, z wyjątkiem aktywów i zobowiązań finansowych (w tym instrumentów pochodnych) wycenianych w wartości godziwej w korespondencji z rachunkiem zysków i strat oraz aktywów finansowych dostępnych do sprzedaży.

Skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy za rok zakończony 31 grudnia 2007 r. sporządzone zgodnie z MSSF zatwierdzonymi przez UE, dostępne jest na stronie: http://investor.tvn.pl.

2.2. Sprawozdawczość dotycząca segmentów

Segment branżowy to grupa aktywów i działalności zaangażowanych w dostarczanie indywidualnych produktów i usług lub grupy powiązanych produktów lub usług, które podlegają ryzykom i zwrotom z poniesionych nakładów inwestycyjnych innym niż pozostałe segmenty branżowe.

Koszty operacyjne, włącznie z kosztami centralnej administracji są alokowane do segmentów, do których się odnoszą.

Grupa działa głównie na terytorium Polski i większość jej aktywów znajduje się na terenie Polski. Aktywa znajdujące się poza Polską stanowią poniżej 10% łącznych aktywów Grupy. W konsekwencji, nie przedstawiono danych w ujęciu geograficznym.

2. ZASADY RACHUNKOWOŚCI (CD.)

2.3. Konsolidacja

Skonsolidowane zostały jednostki zależne, czyli jednostki, w których Grupa ma pośrednie lub bezpośrednie udziały w wysokości przekraczającej połowę całkowitej liczby głosów lub w inny sposób sprawuje kontrolę nad ich działalnością. Jednostki zależne konsoliduje się od dnia, w którym Grupa przejmuje faktyczną kontrolę nad daną jednostką, natomiast zaprzestaje się ich konsolidacji z dniem, w którym Grupa traci nad daną jednostką kontrolę.

Przejęcie jednostek zależnych przez Grupę rozlicza się metodą nabycia. Cenę przejęcia stanowi wartość godziwa wydanych aktywów i zaciągniętych lub przejętych zobowiązań na dzień przejęcia, powiększona o koszty poniesione bezpośrednio w związku z przejęciem. Możliwe do zidentyfikowania aktywa oraz zobowiązania i zobowiązania warunkowe przejęte w ramach połączenia jednostek wycenia się początkowo według ich wartości godziwej na dzień przejęcia. Nadwyżkę ceny przejęcia nad wartością godziwą udziału Grupy w możliwych do zidentyfikowania aktywach netto spółki przejętej wykazuje się jako wartość firmy. Spółka stosuje metodę nabycia w odniesieniu do transakcji z jednostkami znajdującymi się pod wspólną kontrolą.

Wszystkie transakcje wewnątrzgrupowe, rozrachunki oraz niezrealizowane zyski lub straty na transakcjach pomiędzy spółkami Grupy zostały wyłączone. Niezrealizowane straty na transakcjach pomiędzy spółkami Grupy podlegają wyłączeniu w takim zakresie, w jakim nie stanowią przesłanki utraty wartości.

2.4. Wspólne przedsięwzięcia (joint ventures)

Udziały Grupy we wspólnie kontrolowanych jednostkach są wykazywane metodą konsolidacji proporcjonalnej. Grupa łączy udziały w przychodach i kosztach, aktywach i pasywach oraz przepływach pieniężnych poszczególnych wspólnych przedsięwzięć dla poszczególnych pozycji, konsolidując je z analogicznymi pozycjami w sprawozdaniu finansowym Grupy. Grupa wykazuje na rzecz wspólnego przedsięwzięcia część zysków lub strat na sprzedaży aktywów przez Grupę na rzecz wspólnego przedsięwzięcia, które można przypisać innym udziałowcom przedsięwzięcia. Grupa nie wykazuje udziału w zyskach lub stratach ze wspólnego przedsięwzięcia wynikających z zakupu przez Grupę aktywów od wspólnego przedsięwzięcia do momentu odsprzedaży tych aktywów niezależnej jednostce. Niemniej jednak, strata na transakcji jest wykazywana natychmiast, jeśli strata stanowi przesłankę spadku cen sprzedaży netto aktywów obrotowych lub utraty wartości.

2.5. Jednostki stowarzyszone

Jednostki stowarzyszone, to wszelkie jednostki, na które Grupa wywiera znaczący wpływ, lecz ich nie kontroluje, zwykle posiadając od 20% do 50% ogólnej liczby głosów w organach stanowiących. Inwestycje w jednostkach stowarzyszonych rozlicza się metodą praw własności i ujmuje początkowo według kosztu. Inwestycja Grupy w jednostkę stowarzyszoną zawiera wartość firmy zidentyfikowaną przy nabyciu pomniejszoną o jakąkolwiek utratę wartości.

Udział Grupy w wyniku jednostek stowarzyszonych od dnia nabycia ujmuje się w rachunku zysków i strat, zaś jej udział w zmianach innych kapitałów od dnia nabycia – ujmuje się w kapitałach. O łączne zmiany kapitału od dnia nabycia koryguje się wartość bilansową inwestycji.

2. ZASADY RACHUNKOWOŚCI (CD.)

Gdy udział Grupy w stratach jednostki stowarzyszonej staje się równy lub większy od udziału Grupy w tej jednostce stowarzyszonej, z uwzględnieniem udziału w niezabezpieczonych pożyczkach, Grupa przestaje ujmować dalsze straty, chyba że wzięła na siebie obowiązek pokrycia strat lub dokonała płatności w imieniu danej jednostki stowarzyszonej. Niezrealizowane zyski na transakcjach pomiędzy Grupą a jej jednostkami stowarzyszonymi eliminuje się proporcjonalnie do udziału Grupy w jednostkach stowarzyszonych. Niezrealizowane straty również są eliminowane, chyba że transakcja dostarcza dowodów na wystąpienie utraty wartości przekazywanego składnika aktywów.

Kontrakty pomiędzy nabywcą i sprzedającym w sytuacji zakupu lub sprzedaży jednostki w przyszłości, uwzględniając opcje zawarte w umowach pozwalające zwiększyć udział Grupy w jednostkach stowarzyszonych, które mogą skutkować przejęciem kontroli, nie są rozpoznawane przez Grupę jako instrumenty finansowe.

2.6. Waluty obce

Załączone sprawozdanie finansowe przedstawione jest w złotych polskich. Złoty stanowi walutę prezentacji i walutę funkcjonalną TVN S.A.

Poszczególne pozycje sprawozdania finansowego każdej ze spółek Grupy są wyceniane z zastosowaniem waluty podstawowego środowiska gospodarczego, w którym spółka prowadzi działalność.

Aktywa i zobowiązania pieniężne wyrażone w walutach obcych przeliczane są na złote przy zastosowaniu kursów obowiązujących na dzień bilansowy. Transakcje wyrażone w walutach obcych przelicza się na walutę funkcjonalną przy zastosowaniu kursów obowiązujących w dniu zawarcia transakcji. Zyski i straty kursowe z tytułu rozliczenia tych transakcji oraz przeliczenia aktywów i zobowiązań pieniężnych według kursów wymiany walut na dzień bilansowy są ujmowane w rachunku zysków i strat, z wyjątkiem pozycji odraczanych w kapitale własnym jako kwalifikujące się zabezpieczenia przepływów pieniężnych.

Zmiany wartości godziwej pieniężnych papierów wartościowych, wyrażonych w walucie obcej, zaklasyfikowanych do aktywów finansowych dostępnych do sprzedaży dzieli się na różnice kursowe wynikające ze zmian zamortyzowanego kosztu papieru wartościowego oraz z pozostałych zmian wartości bilansowej papieru wartościowego. Różnice kursowe dotyczące zmian zamortyzowanego kosztu ujmuje się w rachunku zysków i strat, natomiast pozostałe zmiany wartości bilansowej ujmuje się w kapitale własnym.

Dla niepieniężnych aktywów finansowych zaklasyfikowanych do kategorii dostępnych do sprzedaży, zyski lub straty rozpoznane bezpośrednio w kapitale zawierają wszelkie związane z nimi elementy różnic kursowych.

2.7. Kursy walut oraz inflacja:

	Kurs wymiany złotego do dolara	**Kurs wymiany złotego do euro**
31 grudnia 2008 r.	2,9618	4,1724
31 grudnia 2007 r.	2,4350	3,5820

Wzrost wskaźnika cen towarów i usług konsumpcyjnych za rok zakończony 31 grudnia 2008 r. wyniósł 3,3% (4,0% za rok zakończony 31 grudnia 2007 r.).

2. ZASADY RACHUNKOWOŚCI (CD.)

2.8. Rzeczowe aktywa trwałe

Rzeczowe aktywa trwałe wykazuje się według kosztu historycznego pomniejszonego o odpisy amortyzacyjne. Jeżeli wartość księgowa danego składnika aktywów przewyższa jego szacunkową wartość odzyskiwalną (wyższą z dwóch wartości: wartości godziwej pomniejszonej o koszty doprowadzenia do sprzedaży i wartości użytkowej), jego wartość bilansowa jest spisywana do wartości odzyskiwalnej.

Późniejsze nakłady na środek trwały zwiększają jego wartość księgową, gdy istnieje prawdopodobieństwo, że jednostka uzyska z tego tytułu korzyści ekonomiczne, a koszt tego środka trwałego można wiarygodnie wycenić. Wszelkie pozostałe nakłady, a także wydatki na naprawę i konserwację, są odnoszone do rachunku zysków i strat w okresie, w którym zostały poniesione.

Odpisów amortyzacyjnych dokonuje się w celu rozliczenia metodą liniową ceny nabycia lub kosztów wytworzenia danego środka trwałego pomniejszonych o szacunkową wartość końcową, przez przewidywany okres ekonomicznej użyteczności. Przewidywane okresy ekonomicznej użyteczności przedstawione są poniżej:

	Okres
Sprzęt telewizyjny, nadawczy i inny techniczny	2-10 lat
Środki transportu	3-4 lat
Pojazdy studyjne	7 lat
Inwestycje w obcych środkach trwałych	do 10 lat
Meble i wyposażenie	4-5 lat

Inwestycje w obcych środkach trwałych amortyzuje się przez okres trwania umowy najmu, nie dłużej jednak niż przez okres ich użytkowania. Grunty nie podlegają amortyzacji. Amortyzację innych środków trwałych nalicza się metodą liniową w celu rozłożenia ich wartości początkowej pomniejszonej o wartość końcową, przez szacowane okresy ich użytkowania.

Zyski lub straty na sprzedaży rzeczowych aktywów trwałych ustala się drogą porównania wpływów ze sprzedaży z wartością bilansową i uwzględnia w wyniku z działalności operacyjnej.

Weryfikacji wartości końcowych i okresów użytkowania aktywów trwałych oraz stosownych korekt dokonuje się co najmniej na koniec każdego roku finansowego. W wyniku przeglądu przeprowadzonego na dzień 31 grudnia 2007 r. w stosunku do niektórych pozycji sprzętu telewizyjnego i nadawczego oraz środków transportu zmieniono przewidywane okresy użytkowania oraz wartości końcowe. Zmiany szacunków obowiązują od dnia 1 stycznia 2008 r. i spowodowały zmniejszenie kosztu amortyzacji w roku do 31 grudnia 2008 r. o 1.713. Nie stwierdzono konieczności istotnych korekt przewidywanych okresów użytkowania oraz wartości końcowych w wyniku przeglądu przeprowadzonego na dzień 31 grudnia 2008 r.

2. ZASADY RACHUNKOWOŚCI (CD.)

2.9. Wartość firmy

Wartość firmy stanowi nadwyżkę ceny nabycia nad wartością godziwą udziału Grupy w możliwych do zidentyfikowania aktywach netto nabytej jednostki zależnej na dzień nabycia. Wartość firmy jest wykazywana według kosztu pomniejszonego o skumulowane odpisy z tytułu utraty wartości. Wartość firmy z nabycia jednostek zależnych jest testowana corocznie pod kątem utraty wartości lub częściej jeżeli wskazują na to przesłanki utraty wartości. W celu przeprowadzenia testu pod kątem możliwej utraty wartości, wartość firmy alokowana jest do ośrodków wypracowujących środki pieniężne, które według oczekiwań będą czerpać korzyści z połączenia, dzięki któremu ta wartość firmy powstała. Grupa alokuje wartość firmy do segmentów branżowych, w których prowadzi działalność.

2.10. Marki

Marki nabyte w wyniku nabycia jednostek zależnych, z zastrzeżeniem sytuacji gdy nieokreślony okres ich użytkowania jest uzasadniony, są amortyzowane metodą liniową w okresie ich użytkowania. Marki o nieokreślonym okresie użytkowania są testowane corocznie pod kątem utraty wartości lub częściej, jeżeli występują przesłanki utraty wartości.

2.11. Inne wartości niematerialne

Relacje z odbiorcami

Relacje z odbiorcami nabyte w wyniku nabycia jednostek zależnych są amortyzowane metodą liniową w okresie ich szacowanego okresu użytkowania. Oczekiwany okres użytkowania relacji z odbiorcami rozpoznanych w związku z nabyciem Grupa Onet.pl wynosi 4 lata.

Kapitalizowane koszty prac rozwojowych

Koszty badań są rozpoznawane w momencie poniesienia wydatku. Wiarygodnie oszacowane koszty prac rozwojowych, które są bezpośrednio powiązane z pracami nad określonymi, unikalnymi i technicznie możliwymi do zrealizowania projektami technologicznymi i „know-how" pozostającymi pod kontrolą Grupy, które z dużym prawdopodobieństwem przyniosą w przyszłości przekraczającej 1 rok korzyści ekonomiczne przekraczające koszty ich wytworzenia oraz istnieje zamiar i możliwość wykorzystania lub sprzedaży tych projektów oraz istnieją odpowiednie zasoby wystarczające do zakończenia projektu, są ujmowane jako wartości niematerialne. Pozostałe koszty prac rozwojowych, które nie spełniają niniejszych kryteriów są rozpoznawane w rachunku wyników w chwili poniesienia. Wydatki na prace rozwojowe, które w przeszłości ujęto w kosztach, nie są kapitalizowane w kolejnym okresie. Kapitalizowane koszty prac rozwojowych zawierają bezpośrednio związane z projektem koszty wynagrodzeń oraz odpowiednią część pozostałych odnośnych kosztów ogólnych. Koszty prac rozwojowych ujęte w bilansie są amortyzowane metodą liniową przez przewidywany okres ich ekonomicznej przydatności. Większość z obecnie skapitalizowanych kosztów prac rozwojowych jest amortyzowana przez 3 lata. Skapitalizowane koszty prac rozwojowych są testowane pod kątem utraty wartości corocznie, zgodnie z MSR 36.

Inne wartości niematerialne

Wydatki na nabycie formatów programowych i koncesji na nadawanie programów telewizyjnych są kapitalizowane i amortyzowane metodą liniową przez przewidywany okres ich użytkowania:

2. ZASADY RACHUNKOWOŚCI (CD.)

	Okres
Formaty programowe	5 lat
Koncesje na nadawanie programów telewizyjnych	okres obowiązywania koncesji

Pozostałe wartości niematerialne obejmują nabyte oprogramowanie komputerowe. Nabyte oprogramowanie komputerowe jest kapitalizowane i amortyzowane metodą liniową przez okres od dwóch do trzech lat.

2.12. Aktywa programowe

Aktywa programowe obejmują nabyte licencje programowe, koprodukcje i produkcje własne. Aktywa programowe podlegają analizie pod kątem utraty wartości corocznie lub, gdy występują zdarzenia bądź zmiany wskazujące na to, że wartość bilansowa może nie być możliwa do odzyskania. Odpis z tytułu utraty wartości jest ujmowany w kwocie, o jaką wartość bilansowa danego składnika aktywów przewyższa jego wartość odzyskiwalną. Zasady rachunkowości dotyczące poszczególnych kategorii są przedstawione poniżej:

Nabyte licencje programowe

Nabyte przez Grupę na mocy umów licencyjnych prawa do programów oraz związane z nimi powstałe zobowiązania są ujmowane jako aktywa i zobowiązania w wartości bieżącej w chwili, gdy dany program zostaje Grupie udostępniony i rozpoczyna się okres obowiązywania licencji. Koszty przyporządkowuje się do poszczególnych programów w ramach nabywanych pakietów programowych na podstawie relatywnej wartości każdego z nich dla Grupy. Skapitalizowane koszty licencji programowych są ujmowane w bilansie według niezamortyzowanego kosztu lub szacowanej wartości odzyskiwalnej (będącej wyższą z dwóch kwot: wartości godziwej pomniejszonej o koszty doprowadzenia do sprzedaży lub wartości użytkowej), zależnie od tego, która z tych dwóch wartości jest niższa. Odpisy aktualizujące są ujmowane w kwocie, o jaką niezamortyzowany koszt przekracza możliwą do odzyskania wartość danego pakietu.

2. ZASADY RACHUNKOWOŚCI (CD.)

Licencje programowe nabyte przez Grupę amortyzuje się w następujący sposób:

Kategorie programów		Liczba emisji	Stawka amortyzacji przy każdej emisji		
			1.	2.	3.
NABYTE PROGRAMY					
1	**Filmy, w tym filmy fabularne,** wyprodukowane dla telewizji naziemnej lub kablowej, bez podziału na pierwszą emisję, składnik biblioteki i kolejną emisję.	1	100		
		2	60	40	
		3 lub więcej	50	35	15
2	**Cotygodniowe seriale fabularne**, w tym dramaty, komedie i seriale, pierwsze emisje lub składniki biblioteki, na żywo i animowane.	1	100		
		2	60	40	
		3 lub więcej	60	25	15
3	**Cotygodniowe seriale dokumentalne**, w tym seriale dokumentalne, telenowele dokumentalne, *reality shows* oraz programy przyrodnicze.	1	100		
		2	90	10	
		3 lub więcej	90	10	0
4	**Dokumentalne filmy rozrywkowe**. Jednorazowe dokumenty pokazujące mniej aktualne materiały.	1	100		
		2 lub więcej	80	20	0
5	**Krótkie formy komediowe**	1	100		
		2	60	40	
		3 lub więcej	55	35	10

Licencje programowe zalicza się do aktywów obrotowych i trwałych na podstawie szacowanego okresu ich emisji. Amortyzację kapitalizowanych kosztów licencji programowych ujmuje się w kosztach własnych sprzedaży.

Kapitalizowane koszty produkcji własnych

Kapitalizowane koszty produkcji własnych obejmują kapitalizowane koszty produkcji wewnętrznej i zewnętrznej programów wyprodukowanych przez Grupę lub na zlecenie Grupy lub na podstawie licencji własnych lub zakupionych od osób trzecich.

Kapitalizowane koszty produkcji własnych poszczególnych programów są wyceniane indywidualnie według kosztów ich wytworzenia, nie wyższych jednak od ich wartości możliwej do odzyskania. Koszty produkcji są amortyzowane na podstawie szacowanej liczby przyszłych emisji i szacowanych przyszłych przychodów, a sposób amortyzacji określa się indywidualnie dla każdego programu. Większość programów jest amortyzowanych w następujący sposób:

2. ZASADY RACHUNKOWOŚCI (CD.)

	Stawka amortyzacji przy każdej emisji
Programy emitowane drugi raz w *prime time*	60% pierwsza emisja, 40% druga emisja, lub 75% pierwsza emisja, 25% druga emisja
Programy emitowane drugi raz poza *prime time*	90% pierwsza emisja, 10% druga emisja
Programy z planowaną jedną emisją	100% pierwsza emisja
Seriale fabularne	50% pierwsza emisja, 30% druga emisja, 20% trzecia i następne emisje łącznie lub 66% pierwsza emisja, 20% druga emisja, 14% trzecia i następne emisje łącznie

Kapitalizowane koszty produkcji własnych klasyfikowane są do krótkoterminowych i długoterminowych aktywów na podstawie przewidywanej daty emisji. Amortyzacja kapitalizowanych kosztów produkcji własnych prezentowana jest w kosztach własnych sprzedaży.

Koprodukcja

Koprodukcje Grupy na potrzeby kinematografii wycenia się według kosztów ich wytworzenia, nie wyższych jednak od ich wartości możliwej do odzyskania. Koprodukcje są amortyzowane według indywidualnych stawek wyliczanych w oparciu o metodę, zgodnie z którą stosunek amortyzacji poszczególnych pozycji programowych do ich wartości początkowych odzwierciedla stosunek przychodów brutto z emisji tych pozycji do przewidywanych całkowitych przychodów brutto z emisji.

Archiwum wiadomości

Archiwa wiadomości zostały rozpoznane przy nabyciu jednostki zależnej i są amortyzowane w oparciu o ich średnie wykorzystanie minutowe w ciągu roku.

2.13. Utrata wartości aktywów niefinansowych

Aktywa o nieokreślonym okresie ekonomicznej użyteczności nie podlegają amortyzacji i są analizowane co roku pod kątem możliwej utraty wartości. Aktywa podlegające amortyzacji analizuje się pod kątem utraty wartości, ilekroć pewne zdarzenia lub zmiany okoliczności wskazują na możliwość niezrealizowania ich wartości bilansowej. Stratę z tytułu utraty wartości ujmuje się w wysokości kwoty, o jaką wartość bilansowa danego składnika aktywów przewyższa jego wartość odzyskiwalną. Wartość odzyskiwalna stanowi wyższą z dwóch kwot: wartości godziwej pomniejszonej o koszty doprowadzenia do sprzedaży i wartości użytkowej. Dla potrzeb analizy pod kątem utraty wartości, aktywa grupuje się na najniższym poziomie, dla którego występują możliwe do zidentyfikowania odrębne przepływy pieniężne (ośrodki wypracowujące środki pieniężne). Wartość firmy i markę przyporządkowuje się do grup ośrodków wypracowujących środki pieniężne zidentyfikowanych przez Grupę.

Niefinansowe aktywa trwałe, poza wartością firmy, które podlegały utracie wartości są analizowane pod kątem jej odwrócenia na każdy dzień sprawozdawczy.

2. ZASADY RACHUNKOWOŚCI (CD.)

2.14. Aktywa finansowe

Grupa zalicza swoje aktywa finansowe do następujących kategorii: aktywa finansowe wyceniane w wartości godziwej z zyskami lub stratami rozliczanymi w rachunku zysków i strat, pożyczki i należności, aktywa finansowe dostępne do sprzedaży i aktywa finansowe utrzymywane do terminu wymagalności. Klasyfikacja opiera się na kryterium celu nabycia aktywów finansowych. Zarząd Grupy określa klasyfikację swoich aktywów finansowych przy ich początkowym ujęciu, a następnie poddaje ją weryfikacji na każdy dzień sprawozdawczy.

(i) Aktywa finansowe wyceniane w wartości godziwej z zyskami lub stratami rozliczanymi w rachunku zysków i strat

Aktywa finansowe nabyte przede wszystkim w celu sprzedaży w krótkim terminie lub tak zaklasyfikowane przez Zarząd zalicza się do aktywów finansowych wycenianych w wartości godziwej, z zyskami lub stratami rozliczanymi w rachunku zysków i strat. Kategoria ta posiada dwie podkategorie: aktywa finansowe przeznaczone do obrotu oraz aktywa finansowe przeznaczone w momencie początkowego ujęcia do wyceny w wartości godziwej, z zyskami lub stratami rozliczanymi w rachunku zysków i strat. Instrumenty pochodne również klasyfikuje się jako przeznaczone do obrotu, chyba że zostały wyznaczone na zabezpieczenia. Aktywa z tej kategorii klasyfikuje się jako aktywa obrotowe, jeżeli są przeznaczone do obrotu lub jeżeli przewiduje się ich realizację w ciągu 12 miesięcy od dnia bilansowego.

(ii) Pożyczki i należności

Pożyczki i należności to nie zaliczane do instrumentów pochodnych aktywa finansowe o ustalonych lub możliwych do ustalenia płatnościach, nie notowane na aktywnym rynku. Zalicza się je do aktywów obrotowych, z wyjątkiem pozycji, których okres wymagalności przekracza 12 miesięcy od dnia bilansowego. Wówczas zalicza się je do aktywów trwałych. Należności ujmuje się w bilansie w pozycji należności z tytułu dostaw i usług (patrz Nota 2.16).

(iii) Aktywa finansowe dostępne do sprzedaży

Aktywa finansowe dostępne do sprzedaży to nie zaliczane do instrumentów pochodnych aktywa finansowe, które zostały przeznaczone do tej kategorii albo nie zostały zaliczone do żadnej z pozostałych kategorii. Zalicza się je do długoterminowych aktywów finansowych dostępnych do sprzedaży, chyba, że Zarząd ma wyraźny zamiar utrzymywania tych aktywów finansowych przez okres krótszy niż 12 miesięcy od dnia bilansowego albo będą sprzedane w celu pozyskania kapitału obrotowego. Wówczas ujmuje się je jako krótkoterminowe aktywa finansowe dostępne do sprzedaży.

(iv) Aktywa finansowe utrzymywane do terminu wymagalności

Aktywa finansowe utrzymywane do terminu wymagalności to nie zaliczane do instrumentów pochodnych aktywa finansowe o ustalonych lub możliwych do ustalenia płatnościach i ustalonym terminie wymagalności, które Zarząd ma zamiar i możliwość utrzymywania do terminu wymagalności. W bieżącym roku obrotowym Grupa nie posiadała aktywów finansowych należących do tej kategorii.

2. ZASADY RACHUNKOWOŚCI (CD.)

Nabycie i sprzedaż aktywów finansowych ujmuje się na dzień zawarcia transakcji – dzień, w którym Grupa zobowiązuje się do nabycia lub sprzedaży składnika aktywów. Aktywa finansowe ujmuje się początkowo według wartości godziwej powiększonej o koszty transakcji w odniesieniu do wszystkich aktywów finansowych, których nie wycenia się w wartości godziwej, z zyskami lub stratami rozliczanymi w rachunku zysków i strat. Aktywa finansowe wyceniane w wartości godziwej z zyskami lub stratami rozliczanymi w rachunku zysków i strat są rozpoznawane po wartości godziwej a koszty transakcji są ujmowane w rachunku zysków i strat.

Inwestycje wyłącza się z ksiąg rachunkowych, jeżeli prawa do otrzymywania przepływów pieniężnych z inwestycji wygasły lub zostały przeniesione i Grupa przekazała zasadniczo całe ryzyko i wszystkie korzyści z tytułu ich własności. Aktywa finansowe dostępne do sprzedaży i aktywa finansowe wyceniane w wartości godziwej z zyskami lub stratami rozliczanymi w rachunku zysków i strat wykazuje się po początkowym ujęciu według wartości godziwej. Pożyczki i należności wycenia się według zamortyzowanego kosztu przy zastosowaniu efektywnej stopy procentowej. Zrealizowane i niezrealizowane zyski i straty z tytułu zmian wartości godziwej aktywów finansowych wycenianych w wartości godziwej z zyskami lub stratami rozliczanymi w rachunku zysków i strat, łącznie z przychodami odsetkowymi i z tytułu dywidend, wykazuje się w okresie, w którym powstały.

Zmiany wartości godziwej pieniężnych papierów wartościowych, wyrażonych w walucie obcej i zaklasyfikowanych do aktywów finansowych dostępnych do sprzedaży, są analizowane w rozbiciu na różnice kursowe, które wynikają ze zmian zamortyzowanego kosztu papieru wartościowego oraz z pozostałych zmian wartości bilansowej papieru wartościowego. Różnice kursowe z tytułu pieniężnych papierów wartościowych ujmuje się w rachunku zysków i strat, natomiast różnice kursowe z tytułu niepieniężnych papierów wartościowych są ujmowane w kapitale własnym. Zmiany wartości godziwej pieniężnych oraz niepieniężnych papierów wartościowych zaliczonych do aktywów finansowych dostępnych do sprzedaży ujmuje się w kapitale własnym.

W razie sprzedaży papierów wartościowych zaliczonych do kategorii dostępnych do sprzedaży lub w przypadku utraty przez nie wartości – łączne dotychczasowe korekty do poziomu aktualnej wartości godziwej ujęte w kapitale wykazuje się w rachunku zysków i strat jako zyski i straty na inwestycyjnych papierach wartościowych.

Odsetki z papierów wartościowych zaliczonych do kategorii dostępnych do sprzedaży, naliczone metodą efektywnej stopy procentowej, ujmuje się w rachunku zysków i strat w przychodach inwestycyjnych, netto. Dywidendy z tytułu dostępnych do sprzedaży instrumentów kapitałowych ujmuje się w rachunku zysków i strat w pozostałych przychodach w momencie nabycia przez Grupę prawa do otrzymania płatności.

Wartości godziwe notowanych inwestycji określa się na podstawie bieżących cen kupna. Jeżeli nie ma aktywnego rynku na dane aktywa finansowe (a także w odniesieniu do nie notowanych papierów wartościowych), Grupa ustala wartość godziwą przy pomocy technik wyceny. Obejmują one wykorzystanie niedawno zawartych transakcji, przeprowadzonych na warunkach rynkowych, odniesienie do innych instrumentów, które są zasadniczo takie same, analizę zdyskontowanych przepływów pieniężnych oraz modele wyceny opcji dostosowane do konkretnej sytuacji Grupy.

Na każdy dzień bilansowy Grupa ocenia, czy istnieją obiektywne dowody na to, że nastąpiła utrata wartości składnika aktywów finansowych lub grupy aktywów finansowych. W przypadku kapitałowych papierów wartościowych zaliczonych do dostępnych do sprzedaży, przy ustalaniu, czy nastąpiła utrata wartości, bierze się pod uwagę m. in. znaczący lub przedłużający się spadek wartości godziwej papieru wartościowego poniżej kosztu.

2. ZASADY RACHUNKOWOŚCI (CD.)

Jeżeli występują tego rodzaju dowody w odniesieniu do aktywów finansowych dostępnych do sprzedaży, łączne dotychczasowe straty – ustalone jako różnica pomiędzy ceną nabycia a aktualną wartością godziwą, pomniejszone o ewentualne straty na tym składniku aktywów finansowych uprzednio ujęte w rachunku zysków i strat – wyłącza się z kapitału własnego i ujmuje w rachunku zysków i strat. Straty z tytułu utraty wartości instrumentów kapitałowych, ujęte wcześniej w rachunku zysków i strat, nie podlegają odwróceniu w korespondencji z rachunkiem zysków i strat. Ocena utraty wartości należności z tytułu dostaw i usług opisana jest w Nocie 2.16.

2.15. Pochodne instrumenty finansowe i działania zabezpieczające

Pochodne instrumenty finansowe są wykazywane w bilansie według wartości godziwej. Metoda ujmowania powstających zysków i strat zależy od tego, czy dany instrument pochodny stanowi instrument zabezpieczający, a jeżeli tak, od charakteru pozycji zabezpieczanej.

W dniu zawarcia kontraktu pochodnego Grupa uznaje niektóre instrumenty pochodne za (1) zabezpieczenie wartości godziwej ujętego składnika aktywów lub zobowiązania (zabezpieczenie wartości godziwej), (2) zabezpieczenie wysoce prawdopodobnej planowanej transakcji (zabezpieczenie przepływów pieniężnych) lub (3) zabezpieczenie udziałów w aktywach netto jednostek prowadzących działalność za granicą.

Zmiany wartości godziwej instrumentów pochodnych wyznaczonych na zabezpieczenia wartości godziwej, które spełniają wymagane kryteria i są wysoce skuteczne, są ujmowane w rachunku zysków i strat, wraz z wszelkimi zmianami wartości godziwej zabezpieczanego składnika aktywów lub zobowiązania, dotyczącego ryzyka, przed którym Grupa się zabezpiecza. Grupa stosuje rachunkowość zabezpieczeń do zabezpieczania ryzyka kursowego na pożyczkach. Zyski i straty związane ze skuteczną i nieskuteczną częścią zabezpieczenia są rozpoznawane w rachunku zysków i strat w kosztach finansowych.

Skuteczną część zmian wartości godziwej instrumentów pochodnych wyznaczonych jako zabezpieczenia przepływów pieniężnych, które spełniają wymagane kryteria, ujmuje się w kapitale własnym. Zyski lub straty z tytułu części nieskutecznej ujmuje się od razu w rachunku zysków i strat w kosztach finansowych. Jeżeli planowana transakcja powoduje ujęcie nie finansowego składnika aktywów lub zobowiązania nie finansowego, zyski i straty uprzednio ujęte w kapitale własnym są wyłączane z kapitału własnego i są uwzględniane w początkowej wycenie danego składnika aktywów lub zobowiązania. W przeciwnym razie kwoty ujęte w kapitale własnym są przenoszone do rachunku zysków i strat oraz zaliczane do przychodów lub kosztów w tych samych okresach, w których zabezpieczana planowana transakcja jest odzwierciedlana w rachunku zysków i strat (na przykład, kiedy następuje planowana sprzedaż).

Niektóre transakcje pochodne, chociaż stanowią skuteczne pod względem ekonomicznym zabezpieczenia zgodnie z polityką zarządzania ryzykiem Grupy, nie kwalifikują się do stosowania rachunkowości zabezpieczeń zgodnie z wymogami MSR 39. Zmiany wartości godziwej instrumentów pochodnych, które nie kwalifikują się do stosowania rachunkowości zabezpieczeń zgodnie z MSR 39, są ujmowane od razu w rachunku zysków i strat.

2. ZASADY RACHUNKOWOŚCI (CD.)

Gdy następuje wygaśnięcie lub sprzedaż instrumentu zabezpieczającego albo gdy zabezpieczenie nie spełnia kryteriów stosowania rachunkowości zabezpieczeń zgodnie z MSR 39, wszelkie skumulowane zyski lub straty nagromadzone do tego czasu w kapitale własnym, pozostają w nim i zostaną ujęte w rachunku zysków i strat w momencie ostatecznego ujęcia planowanej transakcji w rachunku zysków i strat. Gdy nie przewiduje się już, aby planowana transakcja miała nastąpić, skumulowany zysk lub strata, które były wykazywane w kapitale własnym, zostają od razu przeniesione do rachunku zysków i strat.

W momencie zawarcia transakcji Grupa dokumentuje związek pomiędzy instrumentami zabezpieczającymi a pozycjami zabezpieczanymi oraz cel zarządzania ryzykiem i strategię zawierania różnych transakcji zabezpieczających. Proces ten obejmuje powiązywanie wszystkich instrumentów pochodnych wyznaczonych na zabezpieczenia z konkretnymi aktywami i zobowiązaniami lub z konkretnymi uprawdopodobnionymi przyszłymi zobowiązaniami lub planowanymi transakcjami. Zarówno w momencie rozpoczęcia zabezpieczenia, jak i na bieżąco, Grupa dokumentuje także swoją ocenę tego, czy instrumenty pochodne stosowane w transakcjach zabezpieczających są wysoce skuteczne w kompensowaniu zmian wartości godziwej lub przepływów pieniężnych pozycji zabezpieczanych.

Grupa wyodrębnia wbudowane instrumenty pochodne z umów zasadniczych i wykazuje je, jeżeli cechy ekonomiczne i ryzyko wbudowanego instrumentu pochodnego i umowy zasadniczej nie są ze sobą ściśle powiązane, a odrębny instrument, którego charakterystyka odpowiada cechom wbudowanego instrumentu pochodnego, spełniałby definicję instrumentu pochodnego oraz instrument złożony nie jest wykazywany w wartości godziwej ze zmianami wartości godziwej odnoszonymi do rachunku zysków i strat.

2.16. Należności z tytułu dostaw i usług

Należności z tytułu dostaw i usług są początkowo ujmowane według wartości godziwej, a następnie wyceniane według zamortyzowanego kosztu przy zastosowaniu efektywnej stopy procentowej, pomniejszonego o odpisy z tytułu utraty wartości tych należności. Odpis z tytułu utraty wartości należności z tytułu dostaw i usług rozpoznaje się, gdy istnieją obiektywne dowody na to, że Grupa nie będzie w stanie otrzymać wszystkich należnych kwot wynikających z pierwotnych warunków należności. Poważne problemy finansowe dłużnika, prawdopodobieństwo, że dłużnik ogłosi bankructwo lub wystąpi o postępowanie układowe, brak, lub opóźnienia w płatnościach (powyżej 60 dni) są przesłankami wskazującymi, że należności z tytułu dostaw i usług utraciły wartość. Kwotę odpisu stanowi różnica pomiędzy wartością bilansową a wartością odzyskiwalną wyliczoną jako wartość bieżąca przewidywanych przyszłych przepływów pieniężnych, zdyskontowanych przy zastosowaniu efektywnej stopy dyskontowej. Saldo bilansowe należności jest pomniejszane o kwotę rezerwy, a odpis ujmuje się w rachunku zysków i strat w kosztach sprzedaży. W przypadku nieściągalności należności handlowej dokonuje się jej odpisu na koncie rezerw na należności handlowe. Kwoty, którymi obciąża się konto rezerwy, są zasadniczo spisywane, jeżeli nie przewiduje się odzyskania dodatkowych środków pieniężnych po wyczerpaniu wszystkich właściwych formalnych działań windykacyjnych. W przypadku późniejszej spłaty należności, gdy dokonano uprzednio jej odpisu, uznaje się koszty sprzedaży w rachunku zysków i strat.

2.17. Środki pieniężne i ich ekwiwalenty

Na środki pieniężne i ich ekwiwalenty składają się środki pieniężne w kasie, depozyty bankowe płatne na żądanie oraz inwestycje o wysokiej płynności i terminie zapadalności krótszym niż trzy miesiące od dnia zakupu. Wykorzystany kredyt w rachunku bieżącym jest prezentowany w bilansie w zobowiązaniach krótkoterminowych.

2. ZASADY RACHUNKOWOŚCI (CD.)

2.18. Kapitał zakładowy

Akcje zwykłe są zaliczane do kapitału własnego.

Koszty transakcyjne dotyczące emisji nowych akcji pomniejszają kapitał własny (po pomniejszeniu o ewentualne korzyści podatkowe) w stopniu, w jakim są bezpośrednio związane z daną transakcją kapitałową i w razie jej nie przeprowadzenia byłoby możliwe ich uniknięcie. Koszty transakcji kapitałowych obejmują koszty prawne, finansowe i koszty publikacji.

Akcje wyemitowane w wyniku realizacji opcji objęcia akcji przyznanych uczestnikom programów motywacyjnych TVN są ujmowane w kapitale zakładowym TVN w dniu, w którym następuje wpływ gotówki do Grupy.

2.19. Kapitał zapasowy z emisji akcji powyżej ich wartości nominalnej

Kapitał zapasowy z emisji akcji powyżej ich wartości nominalnej przedstawia wartość godziwą kwot wpłaconych do Spółki przez akcjonariuszy powyżej wartości nominalnej wyemitowanych akcji.

W kapitale zapasowym ujęta jest także różnica między wartością godziwą wykorzystanych opcji, ustaloną w dniu przydziału tych opcji, która w trakcie okresu karencji została rozpoznana w pozostałych kapitałach rezerwowych, a wartością nominalną wyemitowanych akcji.

2.20. Akcje własne

Jeśli którakolwiek ze spółek należących do Grupy nabędzie akcje Spółki (akcje własne), zapłacone wynagrodzenie obciąża kapitał własny do momentu, w którym akcje zostaną umorzone, wyemitowane ponownie lub zbyte. Jeśli akcje te zostaną następnie sprzedane lub ponownie wyemitowane, otrzymane wynagrodzenie po odliczeniu wszelkich możliwych do bezpośredniego przypisania kosztów przyrostowych transakcji oraz związanych z nimi skutków podatkowych, zostanie wliczone do kapitału własnego.

2.21. Kapitał zapasowy (8%)

Zgodnie z polskim kodeksem spółek handlowych spółka akcyjna musi przeznaczać co najmniej 8% rocznego zysku netto na kapitał zapasowy, do czasu, kiedy osiągnie on wysokość jednej trzeciej kapitału zakładowego. Kapitał zapasowy tworzony w trybie 8% odpisu nie podlega dystrybucji akcjonariuszom, ale może być pomniejszony proporcjonalnie do obniżenia kapitału zakładowego. Niniejszy kapitał zapasowy może zostać wykorzystany do pokrycia poniesionych strat.

2.22. Kredyty i pożyczki

Grupa początkowo ujmuje swoje kredyty i pożyczki według wartości godziwej po pomniejszeniu o poniesione koszty transakcyjne. Po początkowym ujęciu, kredyty i pożyczki są wykazywane według zamortyzowanego kosztu. Wszelkie różnice między wpływami z emisji (pomniejszonymi o koszty transakcyjne) a wartością wykupu, są rozkładane w czasie za pomocą metody efektywnej stopy procentowej przez okres trwania pożyczki lub kredytu.
Kredyty i pożyczki zalicza się do zobowiązań krótkoterminowych, chyba że Grupa posiada bezwarunkowe prawo do odroczenia spłaty zobowiązania o co najmniej 12 miesięcy od dnia bilansowego.

2. ZASADY RACHUNKOWOŚCI (CD.)

2.23. Odroczony podatek dochodowy

Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego jest ujmowana w pełni metodą zobowiązań dla wszystkich różnic przejściowych pomiędzy wartością podatkową aktywów i zobowiązań, a ich wartością księgową dla potrzeb sprawozdawczości finansowej. Odroczony podatek dochodowy ustala się przy zastosowaniu stawek (i przepisów) podatkowych obowiązujących prawnie na dzień bilansowy, które zgodnie z oczekiwaniami będą obowiązywać w momencie realizacji odnośnych aktywów z tytułu odroczonego podatku dochodowego lub uregulowania zobowiązania z tytułu odroczonego podatku dochodowego.

Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego ujmowana jest dla wszystkich podlegających rozliczeniom podatkowym różnic przejściowych powstających z tytułu inwestycji w jednostkach zależnych i stowarzyszonych, chyba że rozłożenie w czasie różnic przejściowych jest kontrolowane przez Grupę i prawdopodobne jest, że w możliwej do przewidzenia przyszłości różnice te ulegną odwróceniu.

Aktywa z tytułu podatku dochodowego są ujmowane dla wszystkich podlegających rozliczeniu podatkowemu różnic przejściowych powstających z tytułu inwestycji w jednostkach zależnych i stowarzyszonych w zakresie w jakim istnieje prawdopodobieństwo odwrócenia różnic przejściowych w przewidywalnej przyszłości, a zysk podatkowy umożliwi ich wykorzystanie.

Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego ujmuje się, w zakresie, w jakim istnieje prawdopodobieństwo, że w przyszłości zostanie osiągnięty dochód do opodatkowania, który zostanie pomniejszony o możliwe do wykorzystania różnice przejściowe.

W skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym Grupy nie kompensuje się ze sobą aktywów i zobowiązań podatkowych (ani bieżących, ani odroczonych), chyba że Grupa posiada możliwe do wyegzekwowania prawo do kompensowania ze sobą aktywów i zobowiązań podatkowych.

2.24. Ulga podatkowa

Grupa rozpoznaje aktywo z tytułu podatku odroczonego z tytułu ulgi podatkowej związanej z działalnością w specjalnej strefie ekonomicznej. Ulgi podatkowe są dostępne pod warunkiem spełnienia kryteriów związanych z minimalnym poziomem wydatków kapitałowych i zatrudnienia. Zasadniczo ulgi podatkowe są ujmowane w momencie, kiedy spełnienie tych kryteriów jest wysoko prawdopodobne, w szczególności w momencie poniesienia wydatku przy wysokim prawdopodobieństwie wykorzystania ulgi podatkowej w przyszłości.

2.25. Świadczenia na rzecz pracowników

Koszty świadczeń emerytalnych

Grupa uiszcza składki na rzecz państwowych programów emerytalnych określonych składek. Składki na rzecz programów emerytalnych określonych składek obciążają rachunek zysków i strat w okresie, do którego się odnoszą.

2. ZASADY RACHUNKOWOŚCI (CD.)

Programy oparte na przydziale akcji

Zarząd Grupy oraz niektórzy kluczowi pracownicy i współpracownicy otrzymują opcje objęcia akcji zgodnie z zasadami programu motywacyjnego wprowadzonego przez Grupę. Realizacja opcji jest związana z wymogiem zatrudnienia, a ich wartość godziwa jest ujmowana jako koszt świadczeń na rzecz pracowników z korespondującym z nim zwiększeniem odpowiedniej rezerwy w kapitale własnym w okresie nabywania tych uprawnień. Uzyskane wpływy po potrąceniu wszelkich możliwych do bezpośredniego przypisania kosztów transakcji są odnoszone do kapitału zakładowego (wartość nominalna) i nadwyżki ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej w momencie realizacji opcji.

Programy premiowe

Grupa ujmuje zobowiązania i koszty z tytułu premii. Grupa ujmuje z tego tytułu rezerwę, jeżeli podlega obowiązkowi wynikającemu z umowy lub jeżeli dotychczasowa praktyka zrodziła zwyczajowo oczekiwany obowiązek.

2.26. Rezerwy

Rezerwy są ujmowane, gdy Grupa ma obecny prawny lub zwyczajowy obowiązek, wynikający z przeszłych zdarzeń, gdy istnieje duże prawdopodobieństwo, że wymagany będzie wypływ zasobów związanych z określonymi korzyściami ekonomicznymi w celu wywiązania się z tego obowiązku, a jego wielkość można wiarygodnie oszacować. Rezerwy wycenia się w bieżącej wartości nakładów, które, jak się oczekuje, będą niezbędne do wypełnienia obowiązku.

2.27. Ujmowanie przychodów

Przychody ze sprzedaży wykazuje się w wartości godziwej otrzymanej lub należnej zapłaty z tytułu sprzedaży usług i towarów w zwykłym toku działalności Grupy. Przychody prezentowane są po pomniejszeniu o podatek od towarów i usług, zwroty, rabaty i opusty, a także po eliminacji sprzedaży wewnątrz Grupy.

Grupa ujmuje przychody ze sprzedaży, kiedy kwotę przychodów można wiarygodnie ustalić i gdy prawdopodobne jest, że jednostka uzyska w przyszłości korzyści ekonomiczne oraz spełnione zostały określone niżej kryteria dla każdego rodzaju działalności Grupy. Uznaje się, że wartości przychodów nie można wiarygodnie ustalić, dopóki nie zostaną wyjaśnione wszystkie zdarzenia warunkowe związane ze sprzedażą. Grupa opiera swoje szacunki na danych historycznych, analizując rodzaj kontrahenta, rodzaj transakcji i specyfikę każdej umowy.

(i) Sprzedaż usług

Przychody pochodzą głównie z emisji reklam telewizyjnych i internetowych i są ujmowane w okresie, w którym nastąpiła emisja. Pozostałe przychody ze sprzedaży usług pochodzą głownie z licencji oraz abonamentów od operatorów telewizji kablowych i telewizji satelitarnych oraz przychodów audiotele i są ujmowane w momencie wykonania usługi.

(ii) Sprzedaż towarów

Grupa prowadzi tele-sprzedaż towarów klientom indywidualnym. Przychody ze sprzedaży towarów ujmuje się w momencie, kiedy towar zostaje wysłany do klienta. Polityką Grupy jest sprzedaż towarów klientom detalicznym z prawem do zwrotu w terminie 10 dni. W celu oszacowania wielkości zwrotów oraz utworzenia na nie rezerwy w momencie sprzedaży, wykorzystuje się dotychczasowe doświadczenie z tym związane.

2. ZASADY RACHUNKOWOŚCI (CD.)

2.28. Dotacje rządowe

Dotacje rządowe związane z przychodami, rozpoznawane są w rachunku zysków i strat w korespondencji z kosztami dotyczącymi dotowanych zdarzeń w okresie, którego dotyczą. Dotacje pomniejszają te koszty produkcji, które nie zostałyby poniesione gdyby nie były dotowane.

2.29. Transakcje barterowe

Przychody z transakcji barterowych (emisja reklam w zamian za towary i usługi) ujmuje się w momencie emisji reklam. Otrzymane licencje programowe, towary lub usługi są ujmowane w kosztach lub kapitalizowane w momencie ich otrzymania lub wykorzystania. Grupa ujmuje transakcje barterowe według oszacowanej wartości godziwej otrzymanych licencji programowych, towarów lub usług. Jeżeli towary lub usługi otrzymano przed emisją reklamy, ujmowane jest zobowiązanie z tego tytułu. Analogicznie, jeżeli reklama telewizyjna została wyemitowana przed otrzymaniem towarów lub usług, ujmowana jest należność z tego tytułu.

W przypadku, gdy Grupa świadczy usługi reklamowe w zamian za inne usługi reklamowe, przychód jest rozpoznawany jedynie gdy usługi te mają różny charakter oraz kwota przychodu może być wiarygodnie ustalona. Przychody z transakcji barterowych są ujmowane w wartości godziwej należności otrzymanej lub do otrzymania. W przypadku gdy wartość godziwa otrzymanych usług nie może zostać wiarygodnie ustalona, przychody są ujmowane w wartości godziwej wyświadczonych usług, skorygowanych o ewentualne przepływy pieniężne.

2.30. Koszty reklamy

Wydatki na reklamę powiększają koszty w momencie pierwszej emisji lub publikacji.

2.31. Leasing

Leasing aktywów, przy którym znaczna część ryzyka i korzyści wynikających z tytułu własności faktycznie pozostają udziałem leasingodawcy, stanowi leasing operacyjny. Opłaty leasingowe uiszczane w ramach leasingu operacyjnego obciążają rachunek zysków i strat liniowo przez okres obowiązywania umowy leasingowej.
Leasing rzeczowych aktywów trwałych, przy którym Grupa przejmuje znaczącą część ryzyka i pożytków wynikających z tytułu własności, zalicza się do leasingu finansowego. Leasing finansowy jest kapitalizowany w momencie rozpoczęcia okresu leasingu według wartości godziwej składników majątku będących przedmiotem leasingu albo według wartości bieżącej minimalnych opłat leasingowych, jeżeli wartość ta jest niższa. Opłaty leasingowe są rozdzielane na kwotę stanowiącą zmniejszenie części kapitałowej zobowiązania oraz odsetki w taki sposób, aby uzyskać dla każdego okresu stałą stopę procentową w stosunku do pozostałej do spłacenia kwoty zobowiązania. Element odsetkowy obciąża rachunek zysków i strat przez okres obowiązywania umowy leasingowej. Rzeczowe aktywa trwałe użytkowane na mocy umów leasingu finansowego są amortyzowane przez okres leasingu lub okres ekonomicznej użyteczności, zależnie od tego, który z tych okresów jest krótszy.

2.32. Dywidenda

Dywidendy na rzecz akcjonariuszy Spółki ujmuje się jako zobowiązanie w sprawozdaniu finansowym Grupy w okresie, w którym nastąpiło ich zatwierdzenie przez akcjonariuszy Spółki.

2. ZASADY RACHUNKOWOŚCI (CD.)

Poniesione koszty bezpośrednio związane z wypłatą dywidendy, które w przeciwnym razie nie zostałyby poniesione, są ujmowane jako zmniejszenie kapitału. Obejmują one głównie koszty usług finansowych.

2.33. Porównawcze informacje finansowe

Dane porównawcze lub dane prezentowane w poprzednio opublikowanych sprawozdaniach finansowych zostały w razie potrzeby skorygowane w celu uwzględnienia zmian prezentacyjnych wprowadzonych w bieżącym okresie. Żadna z wprowadzonych zmian nie wpłynęła na uprzednio prezentowane kwoty zysku netto ani kapitału własnego.

2.34. Nowe standardy rachunkowości i interpretacje Komitetu ds. Interpretacji Międzynarodowej Sprawozdawczości Finansowej (KIMSF)

Pewne nowe standardy rachunkowości i interpretacje KIMSF zostały opublikowane przez Radę ds. Międzynarodowych Standardów Rachunkowości od dnia publikacji ostatniego sprawozdania finansowego, które są obowiązkowe dla okresów sprawozdawczych rozpoczynających się po dniu 1 stycznia 2009 r. Poniżej przedstawiono ocenę Grupy dotyczącą wpływu tych nowych standardów.

(i) Zmiany do MSR 32 „Instrumenty finansowe: Prezentacja" i do MSR 1 „Prezentacja sprawozdań finansowych – instrumenty finansowe z opcją wykupu na żądanie posiadacza i zobowiązania powstające w wyniku likwidacji."

Zmiany zostały opublikowane 14 lutego 2008 r. i mają zastosowanie do okresów rocznych rozpoczynających się od 1 stycznia 2009 r. Dozwolone jest wcześniejsze zastosowanie. Zmiany wymagają, aby jednostki kwalifikowały do kapitałów instrumenty finansowe z opcją wykupu na żądanie posiadacza oraz instrumenty lub ich składowe, które nakładają na jednostkę obowiązek wobec innego podmiotu przyznania wypłaty odpowiedniego udziału w aktywach netto tylko w przypadku jej likwidacji. Wymagane są dodatkowe ujawnienia dotyczące instrumentów na które mają wpływ omawiane zmiany. Zmiany nie będą miały wpływu na sprawozdanie finansowe Grupy.

(ii) Zmiany do MSSF 1 Zastosowanie MSSF po raz pierwszy i MSR 27 Skonsolidowane i jednostkowe sprawozdania finansowe - Koszt inwestycji w jednostkę zależną, wspólne przedsięwzięcie lub jednostkę stowarzyszoną

Zmiany zostały opublikowane 22 maja 2008 r. Zmiany do MSSF 1 pozwalają jednostkom stosującym Międzynarodowe Standardy Sprawozdawczości Finansowej po raz pierwszy, użyć w ich jednostkowych sprawozdaniach finansowych opcji zakładanego kosztu dla ustalenia kosztów inwestycji w jednostkę zależną, jednostkę znajdującą się pod wspólną kontrolą lub w jednostkę stowarzyszoną. Ponadto, gdy jednostka dokonuje zmiany struktury swojej grupy poprzez utworzenie nowego podmiotu jako swojej jednostki dominującej (przy spełnieniu odpowiednich kryteriów), zmiany wymagają aby nowa jednostka dominująca dokonywała pomiaru kosztów jako wartości bilansowej jej udziałów w pozycjach kapitałów prezentowanych w dniu reorganizacji w jednostkowych sprawozdaniach finansowych pierwotnej jednostki dominującej w dniu reorganizacji. Nowe wymogi będą miały zastosowanie do okresów rocznych rozpoczynających się od 1 stycznia 2009 r. Dozwolone jest wcześniejsze zastosowanie. Zmiany nie będą miały wpływu na sprawozdanie finansowe Grupy.

2. ZASADY RACHUNKOWOŚCI (CD.)

(iii) KIMSF 15 Umowy na budowę nieruchomości

Interpretacja została opublikowana 3 lipca 2008 r. Odnosi się ona do ujmowania przychodów i odpowiadających im wydatków przez jednostki, które podejmują się budowy nieruchomości samodzielnie lub przez podwykonawców. Interpretacja zawiera wskazówki w jaki sposób ustalić, czy umowa na budowę nieruchomości podlega zakresowi MSR 11 „Umowy na usługi budowlane" lub MSR 18 „Przychody" oraz kiedy przychody z budowy powinny być rozpoznawane. Interpretacja ma zastosowanie dla okresów rocznych rozpoczynających się od 1 stycznia 2009 r., przy czym powinna być również stosowana retrospektywnie. Interpretacja nie ma zastosowania do Grupy.

(iv) KIMSF 16 Zabezpieczenie inwestycji netto w jednostkach zagranicznych

Interpretacja została opublikowana 3 lipca 2008 r. KIMSF 16 ma zastosowanie do jednostek które zabezpieczają ryzyko kursowe wynikające z ich inwestycji netto w jednostkach zagranicznych i chcą zastosować zasady rachunkowości zabezpieczeń zgodnie z MSR 39. KIMSF 16 dostarcza wskazówek (1) jak identyfikować ryzyko walutowe jako zabezpieczone ryzyko w zabezpieczeniu inwestycji netto w jednostkach zagranicznych; (2) gdzie, w zakresie grupy przedsiębiorstw, instrumenty zabezpieczające które stanowią zabezpieczenie inwestycji netto w jednostkach zagranicznych mogą być utrzymywane aby zakwalifikować je do rachunkowości zabezpieczeń i (3) w jaki sposób jednostka powinna ustalać wartości podlegające przeklasyfikowaniu z kapitałów do rachunku wyników zarówno dla instrumentu zabezpieczającego, jak i dla zabezpieczanej pozycji. KIMSF 16 ma zastosowanie dla okresów rocznych rozpoczynających się od lub po 1 października 2008 r.. Interpretacja nie ma wpływu na sprawozdanie finansowe Grupy.

(v) Zmiany do MSSF

Rada ds. Międzynarodowych Standardów Rachunkowości opublikowała „Zmiany do MSSF", które aktualizują 20 standardów. Aktualizacja dotyczy prezentacji, rozpoznawania oraz wyceny a także obejmuje zmiany terminologii i redakcji. Większość ze zmian będzie miała zastosowanie dla okresów rocznych rozpoczynających się 1 stycznia 2009 r.. Grupa będzie stosować zmiany zgodnie z postanowieniami przejściowymi. Obecnie Grupa analizuje wpływ zmian standardów na sporządzane sprawozdania finansowe.

(vi) Zmiany do MSR 39 Instrumenty finansowe: ujmowanie i wycena: Kwalifikujące się pozycje zabezpieczane

Zmiana została opublikowana 31 lipca 2008 r. Zawiera dodatkowe wytyczne, które instrumenty mogą zostać wyznaczone jako pozycje zabezpieczane. Zmiana ma zastosowanie retrospektywne dla okresów rocznych rozpoczynających się od 1 lipca 2009 r. Dozwolone jest wcześniejsze zastosowanie. Grupa zastosuje zmiany, ale nie będą one miały wpływu na sprawozdanie finansowe Grupy.

(vii) KIMSF 17 Dystrybucja do właścicieli aktywów nie będących środkami pieniężnymi

Interpretacja została wydana 27 listopada 2008 r. KIMSF 17 ujednolica praktykę księgowego traktowania dystrybucji aktywów niepieniężnych na rzecz właścicieli. KIMSF 17 dostarcza następujących wskazówek: (1) należna dywidenda powinna być rozpoznana w momencie oficjalnego zatwierdzenia dywidendy, kiedy nie jest ona już uzależniona od uznania jednostki, (2) jednostka powinna wyceniać należną dywidendę w wartości godziwej aktywów netto przeznaczonych do dystrybucji, (3) jednostka powinna ująć różnicę między wartością należnej dywidendy a wartością bilansową dystrybuowanych aktywów netto w rachunku zysków i strat. KIMSF 17 stosuje się prospektywnie do okresów rocznych rozpoczynających

2. ZASADY RACHUNKOWOŚCI (CD.)

się 1 lipca 2009 roku lub po tej dacie. Dozwolone jest wcześniejsze zastosowanie. Interpretacja nie ma wpływu na sprawozdanie finansowe Grupy.

(viii) KIMSF 18 – Przeniesienie aktywów od klientów

Interpretacja została opublikowana 29 stycznia 2009 r. i ma zastosowanie głównie do sektora usług użyteczności publicznej. Interpretacja wyjaśnia wymogi MSSF dotyczące umów, w których przedsiębiorstwo otrzymuje od klienta aktywo trwałe, które następnie wykorzystuje w celu podłączenia klienta do sieci lub w celu zapewnienia klientowi obsługi świadczonej w sposób ciągły. Interpretacja powinna zostać zastosowana do aktywów przekazanych przez klientów po 1 lipca 2009 r. Interpretacja nie ma wpływu na sprawozdanie finansowe Grupy.

Ponadto poniższe standardy i interpretacje KIMSF wydano do zastosowania w przyszłości, a ich omówienie znalazło się w rocznym sprawozdaniu finansowym Grupy za rok zakończony 31 grudnia 2007 r.:

- *MSSF 8 – Segmenty operacyjne – mający zastosowanie od lub po 1 stycznia 2009 r.*
- *Zmiany do MSR 23 Koszty finansowania zewnętrznego - mający zastosowanie od 1 stycznia 2009 r.,*
- *Zmiany do MSR 1 - Prezentacja sprawozdań finansowych - mający zastosowanie od 1 stycznia 2009 r.,*
- *Zmiany do MSSF 3 Połączenie jednostek gospodarczych oraz zmiana do MSR 27 skonsolidowane i jednostkowe sprawozdania finansowe - mający zastosowanie od 1 lipca 2009 r.,*
- *Zmiana do MSSF 2 - Płatności rozliczane w akcjach - mający zastosowanie od 1 stycznia 2009 r.,*
- *KIMSF 13 – Programy lojalnościowe dla klientów,*
- *KIMSF 14 – Limity dla aktywów z tytułu programu określonych świadczeń, minimalne wymogi w zakresie finansowania i ich wzajemne oddziaływanie.*

W dniu przygotowania niniejszego sprawozdania finansowego poniższe standardy i interpretacje KIMSF nie zostały przyjęte przez UE:

- *Zmiany do MSSF 3 Połączenia jednostek gospodarczych oraz zmiana do MSR 27 Skonsolidowane i jednostkowe sprawozdania finansowe,*
- *KIMSF 12 – Przygotowania do korzystania z koncesji na świadczenie usług – interpretacja nie ma wpływu na sprawozdanie finansowe Grupy*
- *Zmiany do MSR 32 Instrumenty Finansowe: Prezentacja i MSR 1 Prezentacja sprawozdań finansowych – instrumenty finansowe z opcją wykupu na żądanie posiadacza i zobowiązania powstałe podczas likwidacji,*
- *Zmiany do MSSF 1 Zastosowanie MSSF po raz pierwszy i MSR 27 Skonsolidowane i jednostkowe sprawozdania finansowe - Koszt inwestycji w jednostkę zależną, wspólne przedsięwzięcie lub jednostkę stowarzyszoną,*
- *KIMSF 15 - Umowy na budowę nieruchomości,*
- *KIMSF 16 - Zabezpieczenie inwestycji netto w jednostkach zagranicznych,*
- *Zmiany do MSSF*
- *Zmiany do MSR 39 Instrumenty finansowe: ujmowanie i wycena, kwalifikujące się pozycje zabezpieczane*
- *KIMSF 17 - Dystrybucja do właścicieli aktywów nie będących środkami pieniężnymi*
- *KIMSF 18 – Przeniesienie aktywów od klientów*

3. ZARZĄDZANIE RYZYKIEM FINANSOWYM

3.1. Czynniki ryzyka finansowego

Działalność prowadzona przez Grupę naraża ją na różne rodzaje ryzyka finansowego: ryzyko rynkowe, ryzyko kredytowe oraz ryzyko utraty płynności. Ogólny proces zarządzania ryzykiem w Grupie koncentruje się na nieprzewidywalności rynków finansowych oraz stara się minimalizować potencjalne niekorzystne wpływy na wyniki finansowe Grupy. Grupa wykorzystuje pochodne instrumenty finansowe w celu zabezpieczenia się przed niektórymi rodzajami ryzyka, pod warunkiem, że instrumenty zabezpieczające są uznane za efektywne kosztowo.

Grupa zarządza ryzykiem zgodnie z polityką zatwierdzoną przez Zarząd i Radę Nadzorczą. Polityka Skarbowa TVN określa zasady zarządzania ryzykiem finansowym i płynnością poprzez ustalenie czynników ryzyka finansowego na które narażona jest Grupa i źródeł tych czynników. Szczegóły obowiązków, działań i metodologii przyjętych do identyfikacji, pomiaru, monitorowania i raportowania ryzyka jak również do prognozowania przyszłych przepływów pieniężnych oraz niedoborów i nadwyżek aktywów pieniężnych netto są zawarte w zatwierdzonych instrukcjach uzupełniających.

Następujące jednostki organizacyjne w departamencie finansowym grupy biorą udział w procesie zarządzania ryzykiem: komitet ryzyka, zespół zarządzania płynnością, zespół zarządzania ryzykiem, zespół planowania i analiz finansowych oraz zespół księgowości i raportowania. Komitet ryzyka składa się z Wiceprezesa Zarządu oraz szefów poszczególnych zespołów departamentu finansowego Grupy. Komitet ryzyka odbywa comiesięczne spotkania i opierając się na analizie ryzyk finansowych rekomenduje strategię zarządzania ryzykiem finansowym, zatwierdzaną następnie przez Zarząd. Rada Nadzorcza zatwierdza dopuszczalne limity ryzyka oraz uczestniczy w konsultacjach przed zawarciem transakcji zabezpieczających. Zespół planowania i analiz finansowych szacuje i identyfikuje wymiar ryzyka finansowego opierając się na informacjach dostarczanych przez zespoły operacyjne, których działalność może być narażona na ryzyko. Zespół zarządzania płynnością analizuje czynniki ryzyka wpływające na Grupę, prognozuje przepływy finansowe Grupy oraz warunki rynkowe i wskaźniki makroekonomiczne i proponuje efektywne kosztowo strategie zabezpieczające. Zespół księgowości i raportowania monitoruje skutki księgowe strategii zabezpieczających i weryfikuje rozliczenia transakcji.

(i) Ryzyko rynkowe

Ryzyko rynkowe związane z obligacjami Senior Notes

Cena obligacji *Senior Notes* zależy od wiarygodności kredytowej Grupy, a także od względnej siły rynku obligacji jako całości. Grupa ujmuje w aktywach wartość opcji wcześniejszego wykupu związanej z obligacjami *Senior Notes* (zobacz Nota 24) i wycena ta w dużej mierze zależy od ceny rynkowej obligacji. W związku z tym Grupa jest narażona na ryzyko zmiany ceny rynkowej obligacji *Senior Notes*.

Obligacje *Senior Notes* są notowane na Giełdzie Papierów Wartościowych w Luksemburgu. Wartość godziwa opcji wcześniejszego wykupu ujęta przez Grupę na dzień bilansowy odzwierciedla cenę rynkową obligacji *Senior Notes* według ostatniej dostępnej w serwisie Reuters wyceny przed datą bilansową. Wpływ zmiany ceny rynkowej obligacji *Senior Notes* na aktywa i rachunek zysków i strat Grupy został omówiony w Nocie 4(vi).

3. ZARZĄDZANIE RYZYKIEM FINANSOWYM (CD.)

Ryzyko zmiany kursu walut

Przychody Grupy ze sprzedaży wyrażone są głównie w złotych polskich. Ryzyko zmiany kursu walut powstaje głównie na zobowiązaniach Grupy z tytułu obligacji *Senior Notes* oraz powiązanymi z nimi wbudowanymi opcjami wcześniejszej spłaty i na pożyczkach dla jednostki stowarzyszonej, które są wyrażone w EUR oraz z tytułu zobowiązań wobec dostawców zagranicznych licencji programowych, z tytułu najmu satelitów oraz kosztów czynszu, które są wyrażone w USD lub EUR. Pozostałe koszty wyrażone są głównie w złotych polskich.

Polityką Grupy w zakresie zarządzania ryzykiem zmiany kursów walut jest pokrycie znanych ryzyk w sposób efektywny kosztowo bez podejmowania obrotu instrumentami finansowymi. Na podstawie oceny zagrożenia ryzykiem kursowym, Grupa nabywa pochodne instrumenty finansowe w celu odpowiedniego zarządzania tym ryzykiem. W celu zabezpieczenia Grupa korzysta z opcji kupna waluty, kontraktów swap i walutowych kontraktów terminowych. W odniesieniu do wszystkich transakcji zabezpieczających i zabezpieczanych wymagana jest regularna i systematyczna sprawozdawczość zarządcza.

Szacowany wpływ na zysk netto (po uwzględnieniu efektu opodatkowania) potencjalnego 15% wzrostu wartości EUR wobec PLN na pozycje bilansowe na koniec 2008 roku (2007: 5%), przyjmując wszystkie inne czynniki jako niezmienne oraz przy pominięciu wpływu pochodnych instrumentów finansowych nabytych w celu zabezpieczenia ryzyka w stosunku do pozycji bilansowych wyrażonych w EUR, przedstawiony jest poniżej:

	Rok zakończony 31 grudnia 2008 r.	**Rok zakończony 31 grudnia 2007 r.**
Zobowiązania:		
Obligacje *Senior Notes* oprocentowane 9,5% o terminie wykupu w 2013 r. wraz z naliczonymi odsetkami	(109.465)	(34.227)
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług	(841)	(124)
Pozostałe	(107)	(187)
Aktywa:		
Pożyczki dla jednostki stowarzyszonej	23.135	-
Wbudowane opcje wcześniejszej spłaty	-	828

Szacowany wpływ na zysk netto (po uwzględnieniu efektu opodatkowania) potencjalnego 15% wzrostu wartości USD wobec PLN na pozycje bilansowe na koniec 2008 roku (2007: 5%) przyjmując wszystkie inne czynniki jako niezmienne oraz przy pominięciu wpływu pochodnych instrumentów finansowych nabytych w celu zabezpieczenia ryzyka w stosunku do pozycji bilansowych wyrażonych w USD, przedstawiony jest poniżej:

	Rok zakończony 31 grudnia 2008 r.	**Rok zakończony 31 grudnia 2007 r.**
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług	(5.424)	(2.450)

Wpływ na zysk/(stratę) netto możliwych fluktuacji kursów walut obcych jest ograniczany przez finansowe instrumenty pochodne nabyte przez Grupę. Szczegóły dotyczące opcji walutowych w USD i EUR, które Grupa posiadała na dzień 31 grudnia 2008 r. zostały omówione w Nocie 19.

3. ZARZĄDZANIE RYZYKIEM FINANSOWYM (CD.)

Ryzyko zmiany przepływów pieniężnych oraz wartości godziwej w wyniku zmiany stopy procentowej

Narażenie Grupy na ryzyko zmiany stopy procentowej powstaje w związku z oprocentowanymi aktywami i zobowiązaniami. Głównymi pozycjami oprocentowanymi są obligacje *Senior Notes*, Obligacje PLN (zob. Nota 24) oraz pożyczki udzielone jednostce stowarzyszonej. Z uwagi na to, że obligacje *Senior Notes* mają stałe oprocentowanie, Grupa narażona jest na ryzyko zmiany wartości godziwej w wyniku zmiany stopy procentowej. Ponieważ obligacje *Senior Notes* wycenia się według zamortyzowanego kosztu, zmiany w wartości godziwej tych instrumentów nie mają bezpośredniego wpływu na wycenę obligacji *Senior Notes* na bilansie.

Obligacje PLN w wartości nominalnej 500.000 zostały wyemitowane 23 czerwca 2008 r. i są oprocentowane według zmiennej stopy procentowej zależnej od WIBOR. Naraża to Grupę na ryzyko zmiany stopy procentowej. Gdyby na dzień 31 grudnia 2008 r. stopa procentowa WIBOR wzrosła/zmniejszyła się o 75 b.p. przy utrzymaniu innych parametrów, zysk netto w roku (po uwzględnieniu efektu opodatkowania) byłby o 141 niższy/wyższy.

Pożyczki udzielone jednostce stowarzyszonej są oprocentowane według zmiennej stopy procentowej zależnej od EURIBOR. Naraża to Grupę na ryzyko zmiany stopy procentowej. Gdyby na dzień 31 grudnia 2008 r. stopa procentowa EURIBOR wzrosła/zmniejszyła się o 100 b.p. przy utrzymaniu innych parametrów, zysk netto w roku (po uwzględnieniu efektu opodatkowania) byłby o 876 wyższy/niższy.

Na dzień 31 grudnia 2008 r. Grupa posiadała bony skarbowe denominowane w złotych polskich w kwocie 315.616. Bony te są narażone na ryzyko zmian wartości godziwej z tytułu zmiany stopy procentowej. Wartość godziwa bonów ustalana jest w oparciu o ceny podane w serwisie Reuters. Gdyby na dzień 31 grudnia 2008 r. stopa procentowa WIBOR wzrosła/zmniejszyła się o 75 b.p. zmiana wartości godziwej w kapitałach byłaby o 474 niższa/wyższa. Szczegóły dotyczące posiadanych przez Grupę bonów skarbowych podane są w Nocie 17.

Grupa nie stosuje instrumentów finansowych ani innych metod służących zabezpieczeniu się przed ryzykiem zmiany stopy procentowej ze względu na ich niską, w ocenie Zarządu, efektywność w stosunku do kosztu.

(ii) Ryzyko kredytowe

Aktywa finansowe potencjalnie narażające Grupę na koncentrację ryzyka kredytowego obejmują głównie należności z tytułu dostaw i usług, pożyczki dla jednostki stowarzyszonej (zob. Nota 15) oraz należności od jednostek powiązanych. Grupa lokuje swoje środki pieniężne i ich ekwiwalenty, depozyty, krótkoterminowe aktywa finansowe dostępne do sprzedaży, oraz opcje walutowe w instytucjach finansowych uznawanych przez nią za wiarygodne, na podstawie analizy aktualnych ocen ratingowych (zob. Noty 17, 19 i 21). Grupa nie uważa, aby bieżąca koncentracja ryzyka kredytowego była znacząca.

Grupa przeprowadza bieżące oceny zdolności kredytowej swoich odbiorców i zasadniczo nie wymaga żadnych zabezpieczeń. Przedpłaty wymagane są od odbiorców, w stosunku do których Grupa nie posiada historii płatności lub historia rozliczeń nie jest pozytywna, oraz takich, którzy nie zadeklarowali wystarczająco wysokich wydatków w Grupie lub którzy w ocenie Grupy nie posiadają zdolności kredytowej. Kredyt kupiecki udzielany jest odbiorcom, którzy posiadają pozytywną historię spłat z poprzednich okresów, zadeklarowali wystarczająco duże obroty z Grupą, oraz posiadają zdolność kredytową ocenioną na podstawie źródeł wewnętrznych lub zewnętrznych. Grupa przeprowadza ciągłą ocenę segmentów branżowych rynku koncentrując się na ich płynności i wiarygodności kredytowej i

3. ZARZĄDZANIE RYZYKIEM FINANSOWYM (CD.)

modyfikuje swoją politykę kredytową, aby odpowiadała bieżącym i spodziewanym warunkom panującym na rynku.

Grupa definiuje swoją ekspozycję na ryzyko kredytowe jako całość nierozliczonych należności (wraz z saldami przeterminowanymi) i monitoruje salda regularnie w odniesieniu do każdego pojedynczego klienta dokonującego płatności. Większość obrotów Grupy dotyczy domów mediowych (70% należności z tytułu dostaw i usług na dzień 31 grudnia 2008 r.), które zarządzają kampaniami marketingowymi reklamodawców i regulują swoje zobowiązania wobec Grupy po otrzymaniu należności od swoich klientów.

Suma przychodów od dziesięciu największych reklamodawców stanowiła 16%, a przychody od największego reklamodawcy nie przekraczały 2% łącznych przychodów Grupy w roku zakończonym 31 grudnia 2008 r. Agencje reklamowe w Polsce mają zwykle formę prawną spółek z ograniczoną odpowiedzialnością z niewielką wartością aktywów netto w przypadku niewypłacalności.

Największe agencje reklamowe w Polsce, z którymi współpracuje Grupa to oddziały i jednostki zależne dużych międzynarodowych firm posiadających dobrą opinię. W zakresie w jakim jest to uzasadnione i efektywne kosztowo, Grupa obniża narażenie na ryzyko kredytowe przez ubezpieczanie należności u jednego z wiodących ubezpieczycieli.

Poniższa tabela przedstawia należności z tytułu dostaw i usług Grupy w podziale na rodzaj klientów:

Należności z tyt. dostaw i usług (netto)	**31 grudnia 2008 r.**	**31 grudnia 2007 r.**
Należności od agencji reklamowych	70%	73%
Należności od klientów indywidualnych	22%	24%
Należności od jednostek powiązanych	8%	3%
	100%	**100%**

Koncentracja należności z tytułu dostaw i usług od pięciu największych klientów wyrażona jako procent łącznych należności z tytułu dostaw i usług przedstawiona jest poniżej:

Należności z tytułu dostaw i usług (netto)	**31 grudnia 2008 r.**	**31 grudnia 2007 r.***
Agencja A	10%	11%
Agencja B	8%	6%
Agencja C	8%	5%
Agencja D	7%	10%
Agencja E	7%	3%
	40%	**35%**
Pozostali klienci	60%	65%
	100%	**100%**

* Dane z 2007 r. pokazują dane porównywalne każdej wskazanej Agencji.

Niektóre agencje reklamowe działające w Polsce jako oddzielne jednostki są częścią międzynarodowych grup finansowych kontrolowanych przez tych samych udziałowców. Koncentracja należności z tytułu dostaw i usług Grupy w podziale na łączne kwoty należne od międzynarodowych grup, w których skład wchodzą indywidualne agencje, wyrażona jako procent łącznych należności Grupy z tytułu dostaw i usług przedstawiona jest poniżej:

3. ZARZĄDZANIE RYZYKIEM FINANSOWYM (CD.)

Należności z tytułu dostaw i usług (netto)	31 grudnia 2008 r.	31 grudnia 2007 r.*
Grupa Agencji F	16%	12%
Grupa Agencji G	14%	20%
Grupa Agencji H	14%	16%
Grupa Agencji I	14%	13%
Grupa Agencji J	2%	2%
Pozostali klienci	40%	37%
	100%	**100%**

* Dane z 2007 r. pokazują dane porównywalne każdej wskazanej Grupy Agencji.

Zarząd nie przewiduje żadnych istotnych strat w wyniku niewypłacalności klientów Grupy w odniesieniu do kwot zawartych w należnościach z tytułu dostaw i usług na dzień 31 grudnia 2008 r. Grupa nie oczekuje żadnych strat w odniesieniu do finansowych instrumentów pochodnych, spowodowanych ryzykiem kredytowym.

Grupa nie postrzega ryzyka kredytowego towarzyszącego pożyczkom udzielonym jednostce stowarzyszonej jako znaczącego.

(iii) Ryzyko utraty płynności

Grupa utrzymuje zasoby środków pieniężnych wystarczające dla regulowania wymagalnych zobowiązań oraz posiada dodatkowe możliwości finansowania dzięki przyznanym liniom kredytowym (zob. Nota 24). Zarząd monitoruje przewidywane przepływy pieniężne Grupy. Grupa przewiduje, że podstawowe przyszłe potrzeby w zakresie środków finansowych będą dotyczyć inwestycji kapitałowych, wypłat dywidendy, wykupu akcji własnych, nakładów inwestycyjnych związanych z obiektami telewizyjnymi i nadawczymi oraz sprzętem, obsługi zadłużenia z tytułu obligacji *Senior Notes* i Obligacji PLN oraz uruchomienia nowych kanałów tematycznych. Według Grupy obecny stan środków pieniężnych, środki wygenerowane z działalności operacyjnej oraz środki dostępne w ramach przyznanych linii kredytowych będą wystarczające na sfinansowanie tych potrzeb.

Niemniej jednak, jeśli w wyniku obecnego kryzysu płynności w sektorze bankowym pozyskiwanie finansowania zewnętrznego, na rozsądnych ekonomicznie warunkach, stanie się niemożliwe w dłuższym okresie lub spowolnienie gospodarcze albo trudności finansowe klientów przełożą się negatywnie na środki pozyskiwane z działalności operacyjnej Grupy, Grupa zrewiduje swoje potrzeby finansowe tak aby zapewnić, że jej istniejące zobowiązania finansowe będą wypełniane w najbliższej przyszłości. Na dzień 31 grudnia 2008 r. Grupa dysponowała środkami pieniężnymi, płynnymi instrumentami finansowymi dostępnymi do sprzedaży oraz niewykorzystaną linią kredytową w łącznej kwocie 531.957 (282.652 na 31 grudnia 2007 r.).

Poniższa tabela przedstawia analizę zobowiązań finansowych Grupy do spłaty w przedziałach wiekowych, na podstawie okresu pozostałego do terminu spłaty na dzień bilansowy. Kwoty przedstawione w tabeli stanowią niezdyskontowane przepływy pieniężne wynikające z umów, wyłączając opcje wcześniejszej spłaty. Salda przypadające do spłaty w ciągu 12 miesięcy są wykazane w wartościach bilansowych, ponieważ wpływ dyskonta jest nieistotny co do wartości.

3. ZARZĄDZANIE RYZYKIEM FINANSOWYM (CD.)

	Do 1 roku	Od 1 roku do 2 lat	Powyżej 2 lat
31 grudnia 2008 r.			
Obligacje *Senior Notes* oprocentowane 9,5% o terminie wykupu w 2013 r.	85.221	85.221	1.152.730
Obligacje PLN o terminie wykupu w 2013 r.	46.315	46.315	615.843
Kredyt bankowy	8.557	8.557	116.206
Kredyt w rachunku bieżącym	48.733	-	-
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług	141.905	6.951	-
Pozostałe zobowiązania i rozliczenia międzyokresowe	133.032	1.342	-

	Do 1 roku	Od 1 roku do 2 lat	Powyżej 2 lat
31 grudnia 2007 r.			
Obligacje *Senior Notes* oprocentowane 9,5% o terminie wykupu w 2013 r.	79.968	79.968	1.081.674
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług	111.107	8.724	-
Pozostałe zobowiązania i rozliczenia międzyokresowe	94.334	1.374	-

3.2. Zarządzanie ryzykiem kapitałowym

Celem Grupy w zarządzaniu ryzykiem kapitałowym jest ochrona zdolności Grupy do kontynuowania działalności, aby możliwe było zapewnienie zwrotu z inwestycji akcjonariuszom oraz korzyści dla innych zainteresowanych stron, a także utrzymanie optymalnej struktury kapitału w celu obniżenia jego kosztu.

Aby utrzymać lub skorygować strukturę kapitału, Grupa może zmieniać kwotę dywidend do wypłacenia akcjonariuszom, emitować nowe akcje, zwiększać zadłużenie lub sprzedawać aktywa w celu obniżenia zadłużenia.

Grupa monitoruje strukturę kapitałów przy pomocy wskaźnika liczonego jako zadłużenie netto do EBITDA. Zadłużenie netto reprezentuje wartość nominalną zobowiązań z tytułu kredytów, pożyczek i obligacji (zob. Nota 24) na dzień bilansowy łącznie z naliczonymi odsetkami pomniejszoną o wartość środków pieniężnych i ich ekwiwalentów oraz płynnych aktywów finansowych dostępnych do sprzedaży. EBITDA jest wyliczana za ostatnie 12 miesięcy i zdefiniowana jest jako wynik finansowy netto przed odliczeniem amortyzacji (poza amortyzacją licencji programowych), odpisów z tytułu utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych, przychodów inwestycyjnych netto i kosztów finansowych netto, udziałów w stracie jednostki stowarzyszonej oraz podatku dochodowego.

	31 grudnia 2008 r.	31 grudnia 2007 r.
Zadłużenie netto	1.062.974	734.730
EBITDA	711.378	554.102
Wskaźnik zadłużenie netto /EBITDA	1,5	1,3

Celem Grupy jest utrzymywanie wskaźnika zadłużenie netto/EBITDA na poziomie nie przekraczającym 3,5.

3. ZARZĄDZANIE RYZYKIEM FINANSOWYM (CD.)

3.3. Szacowanie wartości godziwej

Wartość godziwa instrumentów finansowych znajdujących się w obrocie na aktywnym rynku oparta jest na notowaniach rynkowych na dzień bilansowy. Wartość godziwą instrumentów finansowych, które nie znajdują się w obrocie na aktywnym rynku ustala się przy wykorzystaniu technik wyceny. Grupa stosuje różne metody i przyjmuje założenia oparte na warunkach rynkowych występujących na każdy dzień bilansowy. Wartość godziwą aktywów finansowych dostępnych do sprzedaży wylicza się z wykorzystaniem wskaźników dla sektora oraz ostatniej dostępnej informacji finansowej na temat inwestycji. Wartość godziwa opcji walutowych jest ustalana na podstawie wyceny przeprowadzanej przez banki z jakich korzysta Grupa.

Wartość bilansowa z uwzględnieniem rezerwy na utratę wartości należności handlowych oraz wartość bilansowa zobowiązań handlowych są zbliżone do ich wartości godziwych z powodu ich krótkoterminowego charakteru.

4. WAŻNE OSZACOWANIA I OSĄDY KSIĘGOWE

Oszacowania i osądy podlegają stałej ocenie i wynikają z dotychczasowych doświadczeń oraz innych czynników, w tym przewidywań, co do przyszłych zdarzeń, które w danej sytuacji wydają się zasadne.

Ważne oszacowania i założenia

Grupa dokonuje oszacowań i przyjmuje założenia dotyczące przyszłości. Uzyskane w ten sposób oszacowania księgowe z definicji rzadko pokrywać się będą z faktycznymi rezultatami. Oszacowania i założenia, które niosą ze sobą znaczące ryzyko konieczności wprowadzenia istotnej korekty wartości bilansowej aktywów i zobowiązań w trakcie kolejnego roku obrotowego, zostały omówione poniżej.

(i) Szacowany okres użytkowania marki Onet.pl

Zgodnie z MSR 38.90 Grupa dokonała przeglądu następujących czynników, niezbędnych do określenia szacowanego okresu użytkowania marki Onet.pl:
- oczekiwane wykorzystania marki i ocena czy marka może być wydajnie zarządzana,
- utrata przydatności z przyczyn natury technicznej, technologicznej, handlowej lub innej,
- stabilność branży w której marka jest wykorzystywana i zamiany w popycie rynku na usługi medialne,
- oczekiwane działania konkurentów lub potencjalnych konkurentów na rynku mediów internetowych,
- poziom późniejszych nakładów niezbędnych do uzyskania oczekiwanych przyszłych korzyści ekonomicznych z marki,
- czy okres użytkowania marki jest zależny od okresów użytkowania innych aktywów.

Rozważywszy powyższe czynniki, Grupa uznała, że nie ma przewidywalnego limitu okresu, w którym marka Onet.pl będzie przynosiła Grupie wpływy pieniężne netto i z tego powodu przyjęto nieokreślony okres użytkowania marki Onet.pl.

W każdym okresie sprawozdawczym Grupa dokonuje przeglądu czy zdarzenia i okoliczności nadal uzasadniają przyjęcie nieokreślonego okresu użytkowania marki Onet.pl. W przypadku zmiany oceny okresu ekonomicznego użytkowania z nieokreślonego na określony, jej efekt jest ujmowany jako efekt zmiany szacunków księgowych.

4. WAŻNE OSZACOWANIA I OSĄDY KSIĘGOWE (CD.)

(ii) Szacowana utrata wartości marki i wartości firmy zaalokowanych do segmentu on-line

Grupa klasyfikuje markę Onet.pl jako wartość niematerialną z nieokreślonym okresem użytkowania i alokuje markę oraz wartość firmy do ośrodka wypracowującego środki pieniężne: „on-line". Grupa corocznie testuje ośrodek wypracowujący wartości pieniężne on-line, włączając markę i wartość firmy, pod kątem utraty wartości zgodnie z zasadą rachunkowości przedstawioną w Nocie 2.13. Wartość odzyskiwalna ośrodka wypracowującego wartości pieniężne jest ustalana na bazie wartości godziwej pomniejszonej o koszt sprzedaży ośrodka. Grupa testuje całą wartość bilansową ośrodka wypracowującego środki pieniężne i w przypadku utraty wartości odpisy aktualizujące są czynione w pierwszej kolejności w stosunku do wartości firmy. W przypadku całkowitego odpisu wartości firmy, Grupa kontynuuje testowanie marki pod kątem utraty wartości i dalsze potencjalne odpisy są czynione względem marki i innych aktywów zaalokowanych do ośrodka wypracowującego środki pieniężne on-line.

W teście utraty wartości wykonanym przez Grupę na dzień 31 grudnia 2008 r. w związku z brakiem aktywnego rynku wyceny podobnych ośrodków wypracowujących środki pieniężne, kalkulacja wartości godziwej pomniejszonej o koszt sprzedaży, została oparta na zdyskontowanych przepływach pieniężnych. Koszt sprzedaży został przyjęty jako 1% bieżącej wartości ośrodka wypracowującego środki pieniężne. Kalkulacja wartości godziwej wymagała użycia szacunków związanych z prognozowanymi przepływami pieniężnymi w oparciu o plany finansowe zatwierdzane przez zarząd obejmujące okres do roku 2013. Główne założenia zawarte w planach finansowych to roczne stopy wzrostu całego rynku reklamy w Polsce, które wzrastają od 0% w 2009 roku do 12,0% w 2013 roku, wzrost udziału rynku reklam internetowych w ogólnym rynku reklam w Polsce z 17% w roku 2009 do 34,1% w roku 2013, stabilny udział w Onetu w rynku reklamy internetowej oraz stopa dyskonta w wysokości 12,2% w roku 2009 i latach następnych.

W rocznym teście pod kątem utraty wartości na dzień 31 grudnia 2008 r. przepływy pieniężne wykraczające poza okres planów finansowych były ekstrapolowane przy zastosowaniu szacunkowej stopy wzrostu 18% w roku 2014 i obniżającej się do 6% w roku 2021 i 4% w latach następnych. Grupa uważa, że główne założenia zawarte w testowaniu utraty wartości ośrodka wypracowującego środki pieniężne on-line na dzień 31 grudnia 2008 r. są uzasadnione i uwzględniają zasadę ostrożności. Gdyby jednak któreś z głównych założeń użytych w szacunku utraty wartości zmieniło się niekorzystnie, Grupa rozpoznałaby utratę wartości. Grupa rozpoznałaby utratę wartości przy następujących zmianach głównych założeń:

	Niekorzystna zmiana o:
Roczna stopa wzrostu rynku reklamy w Polsce w latach 2009-2013*	40 b.p.
Udział rynku reklam internetowych w ogólnym rynku reklam w Polsce w latach 2009-2013*	70 b.p.
Udział Onetu w rynku reklam internetowych w Polsce w latach 2009-2013*	30 b.p.
Stopa dyskonta*	60 b.p.
Krańcowa stopa wzrostu*	160 b.p.

* Przy pozostałych parametrach bez zmian

Na dzień 31 grudnia 2008 r. wartość godziwa ośrodka wypracowującego środki pieniężne on-line pomniejszona o koszty sprzedaży przekraczała wartość bilansową zaalokowaną do ośrodka o 144 miliony.

4. WAŻNE OSZACOWANIA I OSĄDY KSIĘGOWE (CD.)

(iii) Szacowana utrata wartości firmy zaalokowanej do telewizyjnych kanałów tematycznych

Grupa corocznie testuje wartość firmy pod kątem utraty wartości, zgodnie z zasadą rachunkowości przedstawioną w Nocie 2.13. Wartości odzyskiwalne ośrodków wypracowujących środki pieniężne ustalono na podstawie wyliczeń wartości użytkowej. Wyliczenia te wymagają stosowania oszacowań dotyczących prognozowanych przepływów pieniężnych w oparciu o pięcioletnie biznesplany finansowe zatwierdzane przez Zarząd. Na dzień 31 grudnia 2008 r. przepływy pieniężne wykraczające poza okres pięcioletni były ekstrapolowane w przypadku TVN 24 przy zastosowaniu szacunkowej stopy wzrostu 3%. Inne kluczowe założenia zastosowane dla wyliczeń wartości użytkowej dotyczących TVN 24 to stopa dyskonta w wysokości 10,98% oraz założenia dotyczące rozwoju działalności, a także tempa wzrostu rynku reklamowego i rynku telewizji kablowej. Jeśli skorygowana szacowana stopa wzrostu dotycząca okresów wykraczających poza 5 lat wyniesie 0%, utrata wartości firmy nie wystąpi. Jeśli skorygowana szacowana stopa dyskonta stosowana do dyskontowania przepływów pieniężnych podwoi się w porównaniu do szacunków Zarządu, Grupa nadal nie rozpozna utraty wartości ośrodka wypracowującego środki pieniężne.

(iv) Szacowany okres użytkowania marki Mango

Zgodnie z MSR 38.90 Grupa dokonała przeglądu następujących czynników, niezbędnych do określenia szacowanego okresu użytkowania marki Mango:

- oczekiwane wykorzystania marki i ocena czy marka może być wydajnie zarządzana,
- utrata przydatności z przyczyn natury technicznej, technologicznej, handlowej lub innej,
- stabilność branży w której marka jest wykorzystywana i zamiany w popycie rynku na usługi teleshoppingu,
- oczekiwane działania konkurentów lub potencjalnych konkurentów na rynku teleshoppingu w sektorze mediów,
- poziom późniejszych nakładów niezbędnych do uzyskania oczekiwanych przyszłych korzyści ekonomicznych z marki,
- czy okres użytkowania marki jest zależny od okresów użytkowania innych aktywów.

Rozważywszy powyższe czynniki, Grupa uznała, że nie ma przewidywalnego limitu okresu, w którym marka Mango będzie przynosiła Grupie wpływy pieniężne netto i z tego powodu przyjęto nieokreślony okres użytkowania marki Mango.

W każdym okresie sprawozdawczym Grupa dokonuje przeglądu czy zdarzenia i okoliczności nadal uzasadniają przyjęcie nieokreślonego okresu użytkowania marki Mango. W przypadku zmiany oceny okresu ekonomicznego użytkowania z nieokreślonego na określony, jej efekt jest ujmowany jako efekt zmiany szacunków księgowych.

(v) Szacowana utrata wartości marki i wartości firmy zaalokowanych do segmentu teleshoppingu

Grupa klasyfikuje markę Mango jako wartość niematerialną z nieokreślonym okresem użytkowania i alokuje markę oraz wartość firmy do ośrodka wypracowującego środki pieniężne: „teleshopping". Grupa corocznie testuje ośrodek wypracowujący wartości pieniężne teleshopping, włączając markę i wartość firmy, pod kątem utraty wartości zgodnie z zasadą rachunkowości przedstawioną w Nocie 2.13. Wartość odzyskiwalna ośrodka wypracowującego wartości pieniężne jest ustalana na bazie wartości użytkowej. Grupa testuje całą wartość bilansową ośrodka wypracowującego środki pieniężne i w przypadku utraty wartości odpisy aktualizujące są czynione w pierwszej kolejności w stosunku do wartości firmy. W przypadku całkowitego odpisu wartości firmy, Grupa kontynuuje testowanie marki pod kątem utraty wartości i dalsze potencjalne odpisy są czynione względem marki i

4. WAŻNE OSZACOWANIA I OSĄDY KSIĘGOWE (CD.)

innych aktywów zaalokowanych do ośrodka wypracowującego środki pieniężne teleshopping.

Wyliczenia te wymagają stosowania oszacowań dotyczących prognozowanych przepływów pieniężnych w oparciu o pięcioletnie biznesplany finansowe zatwierdzane przez zarząd. W corocznym teście na utratę wartości przeprowadzonym na dzień 31 grudnia 2008 r. przepływy pieniężne wykraczające poza okres pięcioletni były ekstrapolowane w przypadku Mango Media przy zastosowaniu szacunkowej stopy wzrostu 1%. Inne kluczowe założenia zastosowane dla wyliczeń wartości użytkowej Mango Media to stopa dyskonta w wysokości 13,3%. Jeśli skorygowana szacowana stopa wzrostu dotycząca okresów wykraczających poza 5 lat wyniesie 0%, utrata wartości firmy nie wystąpi. Jeśli skorygowana szacowana stopa dyskonta stosowana do dyskontowania przepływów pieniężnych podwoi się w porównaniu do szacunków Zarządu, Grupa nadal nie rozpozna utraty wartości ośrodka wypracowującego środki pieniężne.

(vi) Wycena w wartości godziwej opcji wbudowanych w obligacje

Na każdy dzień sprawozdawczy Grupa wylicza wartość godziwą opcji wcześniejszej spłaty wbudowanych w obligacje *Senior Notes* z wykorzystaniem modelu Brace-Gątarek-Musiela. Ważnymi parametrami modelu są cena rynkowa obligacji *Senior Notes*, rentowności obligacji porównawczych oraz zmiany maksymalnego oprocentowania. Dane do modelu oparte są na informacjach podanych przez serwis Reuters na dzień wyceny opcji wbudowanej. Cena rynkowa obligacji *Senior Notes* podana jest przez serwis Reuters na podstawie danych z ostatniego dnia wyceny. Dokonując wyceny w wartości godziwej opcji wbudowanej na dzień 31 grudnia 2008 r., Grupa wprowadziła do modelu cenę rynkową 84,00, na podstawie ostatniego dostępnego notowania z 31 grudnia 2008 r. Wycena wykazała zerową wartość bilansową opcji. Na dzień przygotowania niniejszego sprawozdania finansowego ostatnia opublikowana przez Reuters cena rynkowa obligacji *Senior Notes* wynosiła 88,01 (według danych z dnia 12 lutego 2009 r.). Jeśli ta cena zostałaby wprowadzona do modelu wyceny, wartość godziwa opcji wcześniejszej spłaty również wyniosłaby zero.

(vii) Wycena wartości godziwej marki "n" na dzień 30 czerwca 2008 r.

Grupa dokonała wyceny marki "n" na dzień nabycia Neovision Holding B.V. w wysokości 88.200. W związku z brakiem właściwych rynkowych odniesień, Grupa dokonała oszacowania wartości godziwej marki „n" metodą opartą na szacunku oszczędności opłat licencyjnych (tzw. „*relief from royalty income method*"). Metoda oparta na szacunku oszczędności opłat licencyjnych przyjmuje, że wartość marki jest odzwierciedlona w obecnej wartości hipotetycznych przyszłych opłat licencyjnych, które właściciel marki musiałby ponieść, jeśli marka byłaby używana na podstawie licencji otrzymanej od innego przedsiębiorstwa.

Wycena taka wymaga użycia szacunków związanych z przewidywanymi przychodami ze sprzedaży firmowanej przez markę, oszacowania odpowiedniej stawki licencyjnej którą zastosuje się do planowanych przychodów, oszacowania stopy dyskonta przy uwzględnieniu czynnika ryzyka związanego z marką oraz oszacowania okresu użyteczności marki. W wycenie przyjęto opłatę licencyjną na poziomie 2%.

Projekcja przychodów została oparta na planie finansowym na lata 2008-2017. Grupa założyła szacowany okres użytkowania marki „n" na 10 lat. Stopa dyskonta przyjęta w wycenie wyniosła 12,05%. Wartość godziwa jest wrażliwa na zmiany przyjętego wzrostu przychodów i innych parametrów modelu wyceny. Zmniejszenie stopy wzrostu przychodów o 100 b.p. daje wycenę wartości godziwej w wysokości 84,720. Wskaźnik stawki licencyjnej na

4. WAŻNE OSZACOWANIA I OSĄDY KSIĘGOWE (CD.)

poziomie 3% dałby wartość godziwą w wysokości 132 milionów. Stopa dyskonta w wysokości 11% dałaby wartość godziwą w wysokości 93 milionów.

(viii) Szacowana utrata wartości inwestycji w jednostkę stowarzyszoną

Grupa corocznie testuje wartość inwestycji w jednostkę stowarzyszoną pod kątem utraty wartości. Grupa testuje łączną kwotę bilansową inwestycji w spółkę Neovision Holding BV (patrz Nota 15). Wartość odzyskiwalna inwestycji została ustalona na podstawie wyliczeń wartości użytkowej i przekraczała wartość bilansową inwestycji na dzień 31 grudnia 2008 r. Wyliczenia te wymagają stosowania oszacowań dotyczących prognozowanych przepływów pieniężnych w oparciu o pięcioletnie biznesplany finansowe zatwierdzane przez kierownictwo jednostki. Na dzień 31 grudnia 2008 r. przepływy pieniężne wykraczające poza okres pięcioletni były ekstrapolowane w przypadku Neovision Holding BV przy zastosowaniu szacunkowej stopy wzrostu 2%. Inne kluczowe założenia zastosowane dla wyliczeń wartości użytkowej dotyczących Neovision Holding BV to stopa dyskonta w wysokości 13,3% oraz założenia dotyczące rozwoju działalności, a także tempa wzrostu rynku DTH w Polsce. Jeśli skorygowana szacowana stopa wzrostu dotycząca okresów wykraczających poza 5 lat wyniesie 0%, utrata wartości inwestycji nie wystąpi. Grupa rozpoznałaby utratę wartości inwestycji w jednostkę stowarzyszoną, w przypadku gdyby skorygowana szacowana stopa dyskonta stosowana do dyskontowania przepływów pieniężnych wyniosła 26%.

(ix) Analiza bieżących warunków ekonomicznych

Trwający obecnie globalny kryzys finansowy, który rozpoczął się w połowie 2007 roku spowodował, między innymi, niższy poziom finansowania rynku kapitałowego, niższą płynność sektora bankowego i w niektórych przypadkach wyższe oprocentowanie pożyczek międzybankowych oraz duże wahania rynków akcji. Nieprzewidywalność światowych rynków finansowych doprowadziła również do upadków banków i planów naprawczych banków w Stanach Zjednoczonych Ameryki, Europie Zachodniej, Rosji i innych częściach świata. W tej chwili niemożliwe jest oszacowanie pełnego wpływu trwającego kryzysu finansowego ani pełne zabezpieczenie się przed jego skutkami.

Zarząd nie jest w stanie wiarygodnie oszacować wpływu na pozycję finansową Grupy jakiegokolwiek dalszego pogorszenia się płynności na rynkach finansowych oraz zwiększonych wahań na rynkach walutowych i giełdach. Zarząd wierzy, że podejmuje wszelkie konieczne działania w celu utrzymania zakresu działalności i wzrostu Grupy w obecnych warunkach.

Klienci Grupy mogą ucierpieć z powodu pogorszenia płynności, co w efekcie może mieć wpływ na ich zdolność do spłacenia swoich należności. Pogarszające się warunki działalności klientów mogą mieć wpływ na przewidywania Zarządu dotyczące przepływów pieniężnych i oszacowanie utraty wartości aktywów finansowych i niefinansowych. W zakresie, w jakim dostępna jest informacja, Zarząd poprawnie uwzględnił wpływ zmiany szacunków na oczekiwane przepływy pieniężne i szacunki utraty wartości.

5. INFORMACJE DOTYCZĄCE SEGMENTÓW DZIAŁALNOŚCI

Głównymi segmentami działalności Grupy są: telewizja, nadawanie i produkcja telewizyjna oraz on-line.

Segment branżowy to identyfikowalny składnik działalności Grupy zaangażowany w dostarczanie produktów i usług, które podlegają ryzykom i zwrotom z poniesionych nakładów inwestycyjnych innym niż pozostałe segmenty branżowe.

Segment telewizji, nadawania i produkcji telewizyjnej obejmuje głównie emisję wiadomości, programów informacyjnych i rozrywkowych oraz seriali i filmów fabularnych nadawanych w kanałach telewizyjnych w Polsce. Segment on-line obejmuje głównie wiodący portal internetowy w Polsce Onet.pl.

5. INFORMACJE DOTYCZĄCE SEGMENTÓW DZIAŁALNOŚCI (CD.)

	Telewizja, nadawanie i produkcja telewizyjna		On-line		Nie alokowane		Razem	
	Rok zakończony 31 grudnia 2008 r.	Rok zakończony 31 grudnia 2007 r.	Rok zakończony 31 grudnia 2008 r.	Rok zakończony 31 grudnia 2007 r.	Rok zakończony 31 grudnia 2008 r.	Rok zakończony 31 grudnia 2007 r.	Rok zakończony 31 grudnia 2008 r.	Rok zakończony 31 grudnia 2007 r.
Sprzedaż do stron trzecich	1.700.923	1.399.351	196.386	155.378	-	-	1.897.309	1.554.729
Sprzedaż pomiędzy segmentami	6.567	8.110	9.869	7.108	(16.436)	(15.218)	-	-
Przychody ze sprzedaży, netto	**1.707.490**	**1.407.461**	**206.255**	**162.486**	**(16.436)**	**(15.218)**	**1.897.309**	**1.554.729**
Wynik segmentu	**635.630**	**498.544**	**34.866**	**19.345**	**(38.621)**	**(35.877)**	**631.875**	**482.012**
Przychody inwestycyjne, netto (patrz Nota 8)							81.090	19.344
Koszty finansowe, netto (patrz Nota 8)							(170.973)	(204.124)
Udział w stracie jednostki stowarzyszonej							(94.440)	-
Zysk brutto							**447.552**	**297.232**
Podatek dochodowy, netto							(83.876)	(53.924)
Zysk netto							**363.676**	**243.308**
Utrata wartości/ (odwrócenie utraty wartości) aktywów trwałych	-	306	-	(23)	(1.885)	-	(1.885)	283
Nakłady inwestycyjne	121.905	85.451	61.728	40.602	-	-	183.633	126.053
Amortyzacja aktywów trwałych	49.984	43.298	10.133	8.914	-	-	60.117	52.212
Amortyzacja wart. niematerialnych	10.749	12.523	10.522	7.072	-	-	21.271	19.595
Znaczące koszty bezgotówkowe:								
Program przydziału opcji objęcia akcji	26.629	21.384	7.770	16.463	5.671	6.985	40.070	44.832
	31 grudnia 2008r .	31 grudnia 2007r.	31 grudnia 2008r	31 grudnia 2007r.	31 grudnia 2008r	31 grudnia 2007r	31 grudnia 2008r.	31 grudnia 2007r.
Aktywa segmentu, w tym:	**1.293.559**	**1.084.326**	**1.660.049**	**1.621.396**	**799.566**	**39.203**	**3.753.174**	**2.744.925**
Inwestycje w jednostki stowarzyszone	-	-	98	83	119.978	-	120.076	83
Zobowiązania segmentu	**325.708**	**282.305**	**61.182**	**38.527**	**1.719.330**	**994.332**	**2.106.220**	**1.315.164**

6. PRZYCHODY

	Rok zakończony 31 grudnia 2008 r.	Rok zakończony 31 grudnia 2007 r.
Przychody z emisji reklam	1.475.252	1.209.599
Przychody abonamentowe	150.396	123.748
Przychody ze sponsoringu	136.576	102.849
Przychody ze sprzedaży towarów	41.678	15.060
Pozostałe przychody	93.407	103.473
	1.897.309	**1.554.729**

Przychody abonamentowe obejmują przychody od operatorów telewizji kablowych i opłaty użytkowników internetu. Pozostałe przychody dotyczą głównie przychodów z audiotele oraz przychodów ze sprzedaży licencji.

Przychody obejmują przychody od jednostek powiązanych w wysokości 49.446 (rok zakończony 31 grudnia 2007 r.: 43.431) (zob. Nota 32).

7. KOSZTY DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ

	Rok zakończony 31 grudnia 2008 r.	Rok zakończony 31 grudnia 2007 r.
Amortyzacja kapitalizowanych kosztów produkcji własnej	506.655	421.634
Amortyzacja zakupionych licencji programowych i koprodukcji	122.860	123.712
Koszty wynagrodzeń i świadczeń dla pracowników	168.614	121.714
Opcje objęcia akcji przydzielone członkom Zarządu i pracownikom	40.070	44.832
Amortyzacja oraz utrata wartości	79.503	72.090
Koszty marketingu i badań	70.138	59.657
Opłaty z tytułu praw autorskich	67.174	58.887
Koszty nadawania programów telewizyjnych	51.635	49.339
Koszty sprzedanych towarów i usług	30.899	14.082
Koszty wynajmu	27.439	19.521
Odpisy aktualizujące wartość należności	2.261	4.979
Pozostałe	98.186	82.270
	1.265.434	**1.072.717**
Średnia liczba zatrudnionych pracowników	**2.308**	**1.622**

Powyższe koszty działalności operacyjnej obejmują koszty z tytułu leasingu operacyjnego za rok zakończony 31 grudnia 2008 r. w wysokości 103.242 (rok zakończony 31 grudnia 2007 r.: 81.622).

7. KOSZTY DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ (CD.)

Amortyzacja kapitalizowanych kosztów produkcji własnej za rok zakończony 31 grudnia 2008 r. została pomniejszona o dotację w wysokości 1.365 (rok zakończony 31 grudnia 2007 r.: 211).

Koszty działalności operacyjnej zawierają koszty badań i rozwoju w kwocie 1.333 za rok zakończony 31 grudnia 2008 r. (rok zakończony 31 grudnia 2007 r.:1.298).

W roku zakończonym 31 grudnia 2008 r. koszty amortyzacji i utraty wartości zostały pomniejszone o kwotę 1.885 będącą odwróceniem odpisów aktualizujących (w roku zakończonym 31 grudnia 2007 r. wzrost odpisów w kwocie 283).

8. PRZYCHODY INWESTYCYJNE I KOSZTY FINANSOWE

Przychody inwestycyjne, netto	Rok zakończony 31 grudnia 2008 r.	Rok zakończony 31 grudnia 2007 r.
Dodatnie różnice kursowe, netto	33.404	13.973
Zysk na zmianie wartości godziwej opcji walutowej - nie wyznaczonej jako instrument zabezpieczający	16.759	-
Przychody z tytułu odsetek	14.255	5.371
Zysk z rozliczenia opcji walutowej	5.913	-
Przychody z tytułu odsetek od pożyczki dla jednostki stowarzyszonej	5.767	-
Przychody z tytułu odsetek od aktywów dostępnych do sprzedaży	4.992	-
	81.090	**19.344**

8. PRZYCHODY INWESTYCYJNE I KOSZTY FINANSOWE (CD.)

Koszty finansowe, netto

Ujemne/(dodatnie) różnice kursowe od obligacji *Senior Notes*	130.605	(58.562)
Koszty z tytułu odsetek od obligacji *Senior Notes* oprocentowanych 9,5% (zob. Nota 24)	85.816	94.763
Koszty z tytułu odsetek od Obligacji PLN (zob. Nota 24)	24.776	
Strata/(zysk) na zmianie wartości godziwej instrumentów finansowych:		
- opcje walutowe - zabezpieczenia wartości godziwej (zob. Nota 19)	(123.066)	-
- opcje walutowe - część nie uznana jako zabezpieczająca (zob. Nota 19)	27.870	13.725
- opcje walutowe – wcześniejsza spłata	(5.362)	40.725
- wbudowane opcje wcześniejszej spłaty (zob. Nota 19, 24)	20.447	107.617
Koszty wykupu obligacji *Senior Notes* (zawierające spisanie kosztów emisji obligacji)*	2.724	-
Opłaty bankowe	2.561	2.895
Gwarancje od jednostek powiązanych (zob. Nota 32 (vi))	2.426	2.961
Koszty z tytułu odsetek od kredytów bankowych	2.176	-
	170.973	**204.124**

* Koszty obejmują premię płatną przy wykupie i spisaną część rozliczanych w czasie kosztów emisji obligacji w odniesieniu do wykupionych obligacji *Senior Notes* (patrz Nota 24).

9. PODSTAWOWY I ROZWODNIONY ZYSK NA JEDNĄ AKCJĘ (NIE W TYSIĄCACH)

(i) Zysk na jedną akcję z tytułu zysku przypadającego akcjonariuszom TVN S.A.

Podstawowy
Podstawowy zysk na jedną akcję oblicza się jako stosunek zysku netto przypadającego akcjonariuszom TVN S.A. i średniej ważonej liczby akcji zwykłych w obiegu w ciągu okresu, z wyłączeniem akcji zwykłych nabytych przez Spółkę.

	Rok zakończony 31 grudnia 2008 r.	Rok zakończony 31 grudnia 2007 r.
Zysk przypadający akcjonariuszom TVN S.A. (w tysiącach)	363.676	243.308
Średnia ważona liczba wyemitowanych akcji zwykłych	348.585.264	345.979.725
Podstawowy zysk na akcję	**1,04**	**0,70**

Rozwodniony
Rozwodniony zysk na jedną akcję oblicza się korygując średnią ważoną liczbę akcji zwykłych w obiegu w ciągu okresu, przy założeniu zamiany wszystkich potencjalnie rozwadniających akcji zwykłych. Spółka ma tylko jedną kategorię potencjalnych akcji zwykłych: opcje objęcia akcji.

Na podstawie ilości opcji objęcia akcji obliczono liczbę akcji, która mogłaby być nabyta po wartości godziwej (ustalonej jako średnia cena rynkowa akcji Spółki) na podstawie wartości pieniężnej praw subskrypcyjnych związanych z niewykorzystanymi opcjami objęcia akcji. Liczbę akcji obliczoną w powyższy sposób porównano z liczbą akcji, które byłyby wyemitowane przy założeniu, że opcje objęcia akcji zostałyby wykonane.

	Rok zakończony 31 grudnia 2008 r.	Rok zakończony 31 grudnia 2007 r.
Zysk przypadający akcjonariuszom TVN S.A. (w tysiącach)	363.676	243.308
Średnia ważona liczba wyemitowanych akcji zwykłych	348.585.264	345.979.725
Korekty z tytułu opcji objęcia akcji	4.480.914	6.514.819
Średnia ważona liczba potencjalnych akcji zwykłych dla potrzeb rozwodnionego zysku na akcję	353.066.178	352.494.544
Rozwodniony zysk na akcję	**1,03**	**0,69**

(ii) Zysk na jedną akcję z tytułu skorygowanego zysku przypadającego akcjonariuszom TVN S.A.

Grupa prezentuje skorygowany zysk, aby odzwierciedlić wpływ bezgotówkowych strat/zysków z tytułu wyceny w wartości godziwej opcji wcześniejszej spłaty, wbudowanych w obligacje *Senior Notes*. Zasady księgowe dotyczące opcji wbudowanych mają charakter techniczny, oparty na osądach i kierują się interpretacjami w zakresie rachunkowości. Grupa jest przekonana, iż prezentacja zysku netto skorygowanego o tę pozycję, pozwala czytelnikowi sprawozdania lepiej zrozumieć jej operacyjne i finansowe wyniki.

9. PODSTAWOWY I ROZWODNIONY ZYSK NA JEDNĄ AKCJĘ (NIE W TYSIĄCACH) (CD.)

Podstawowy

	Rok zakończony 31 grudnia 2008 r.	Rok zakończony 31 grudnia 2007 r.
Zysk przypadający akcjonariuszom TVN S.A (w tysiącach)	363.676	243.308
Wpływ na zysk, po uwzględnieniu podatku, straty z wyceny opcji wbudowanej (w tysiącach)	16.562	87.170
Skorygowany zysk przypadający akcjonariuszom TVN S.A. (w tysiącach)	380.238	330.478
Średnia ważona liczba wyemitowanych akcji zwykłych	348.585.264	345.979.725
Skorygowany podstawowy zysk na akcję	**1,09**	**0,96**

Rozwodniony

	Rok zakończony 31 grudnia 2008 r.	Rok zakończony 31 grudnia 2007 r.
Zysk przypadający akcjonariuszom TVN S.A. (w tysiącach)	363.676	243.308
Wpływ na zysk, po uwzględnieniu podatku, straty z wyceny opcji wbudowanej (w tysiącach)	16.562	87.170
Skorygowany zysk przypadający akcjonariuszom TVN S.A. (w tysiącach)	380.238	330.478
Średnia ważona liczba wyemitowanych akcji zwykłych	348.585.264	345.979.725
Korekty z tytułu opcji objęcia akcji	4.480.914	6.514.819
Średnia ważona liczba potencjalnych akcji zwykłych dla potrzeb skorygowanego rozwodnionego zysku na akcję	353.066.178	352.494.544
Skorygowany rozwodniony zysk na akcję	**1,08**	**0,94**

10. RZECZOWE AKTYWA TRWAŁE

Rzeczowe aktywa trwałe netto	31 grudnia 2008 r.	31 grudnia 2007 r.
Grunty	34.784	24.796
Budynki i budowle	163	172
Inwestycje w obcych środkach trwałych	37.806	27.184
Sprzęt telewizyjny, nadawczy i inny techniczny	183.792	159.986
Środki transportu	29.724	24.009
Meble i wyposażenie	8.544	8.311
Środki trwałe w budowie	52.587	5.710
	347.400	**250.168**

10. RZECZOWE AKTYWA TRWAŁE (CD.)

Zmiana stanu rzeczowych aktywów trwałych

	Grunty	Budynki i budowle	Inwestycje w obcych środkach trwałych	Sprzęt telewizyjny, nadawczy i techniczny	Środki transportu	Meble i wyposażenie	Środki trwałe w budowie	Razem
Wartość brutto								
1 stycznia 2007 r.	14.539	194	64.325	283.300	31.334	16.446	1.766	411.904
Nabycie jednostki zależnej	-	-	139	-	81	13	-	233
Zwiększenia	12.142	-	6.311	69.646	12.464	2.691	3.973	107.227
Zmniejszenia	-	-	(1.091)	(1.687)	(1.870)	(164)	(29)	(4.841)
31 grudnia 2007 r.	**26.681**	**194**	**69.684**	**351.259**	**42.009**	**18.986**	**5.710**	**514.523**
Umorzenie i odpisy z tytułu utraty wartości								
1 stycznia 2007 r.	1.885	13	37.083	155.365	13.485	8.085	-	215.916
Amortyzacja za okres	-	9	6.228	37.235	6.063	2.677	-	52.212
Zmniejszenia	-	-	(1.094)	(1.327)	(1.548)	(87)	-	(4.056)
Utrata wartości	-	-	283	-	-	-	-	283
31 grudnia 2007 r.	**1.885**	**22**	**42.500**	**191.273**	**18.000**	**10.675**	**-**	**264.355**
Wartość księgowa netto na 1 stycznia 2007 r.	**12.654**	**181**	**27.242**	**127.935**	**17.849**	**8.361**	**1.766**	**195.988**
Wartość księgowa netto na 31 grudnia 2007 r.	**24.796**	**172**	**27.184**	**159.986**	**24.009**	**8.311**	**5.710**	**250.168**

10. RZECZOWE AKTYWA TRWAŁE (CD.)

Zmiana stanu rzeczowych aktywów trwałych

	Grunty	Budynki i budowle	Inwestycje w obcych środkach trwałych	Sprzęt telewizyjny, nadawczy i techniczny	Środki transportu	Meble i wyposażenie	Środki trwałe w budowie	Razem
Wartość brutto								
1 stycznia 2008 r.	26.681	194	69.684	351.259	42.009	18.986	5.710	514.523
Zwiększenia	8.103	-	17.678	67.745	12.730	3.165	47.107	156.528
Zmniejszenia	-	-	(104)	(3.812)	(5.803)	(144)	(230)	(10.093)
31 grudnia 2008 r.	**34.784**	**194**	**87.258**	**415.192**	**48.936**	**22.007**	**52.587**	**660.958**
Umorzenie i odpisy z tytułu utraty wartości								
1 stycznia 2008 r.	1.885	22	42.500	191.273	18.000	10.675	-	264.355
Amortyzacja za okres	-	9	7.046	43.595	6.540	2.927	-	60.117
Zmniejszenia	-	-	(94)	(3.468)	(5.328)	(139)	-	(9.029)
Utrata wartości	(1.885)	-	-	-	-	-	-	(1.885)
31 grudnia 2008 r.	**-**	**31**	**49.452**	**231.400**	**19.212**	**13.463**	**-**	**313.558**
Wartość księgowa netto na 1 stycznia 2008 r.	**24.796**	**172**	**27.184**	**159.986**	**24.009**	**8.311**	**5.710**	**250.168**
Wartość księgowa netto na 31 grudnia 2008 r.	**34.784**	**163**	**37.806**	**183.792**	**29.724**	**8.544**	**52.587**	**347.400**

Amortyzacja w wysokości 48.799 została ujęta w kosztach własnych sprzedaży (rok zakończony 31 grudnia 2007 r.: 41.841), 1.642 w kosztach sprzedaży (rok zakończony 31 grudnia 2007 r.: 1.374) oraz 9.676 w kosztach ogólnego zarządu (rok zakończony 31 grudnia 2007 r.: 8.997). Odwrócenie rezerwy na utratę wartości w kwocie 1.885 zostało odniesione do pozostałych przychodów/(kosztów) operacyjnych, netto (w roku zakończonym 31 grudnia 2007: obciążenie w kwocie 306 w pozostałych przychodach/(kosztach) operacyjnych, netto, odwrócenie w kwocie 23 w kosztach ogólnych i administracji).

11. WARTOŚĆ FIRMY

1 stycznia 2007 r.	946.332
Nabycie Mango Media	6.325
31 grudnia 2007 r.	**952.657**

1 stycznia 2008 r.	952.657
31 grudnia 2008 r.	**952.657**

Wartość bilansowa wartości firmy przypisana jest do następujących zidentyfikowanych przez Grupę ośrodków wypracowujących środki pieniężne:

Tematyczne kanały telewizyjne	131.704
Jednostka produkcji telewizyjnej	12.423
On-line	802.205
Jednostka teleshoppingu	6.325
	952.657

12. MARKA

1 stycznia 2007	643.428
Nabycie Mango Media	50.260
31 grudnia 2007	**693.688**

1 stycznia 2008 r.	693.688
31 grudnia 2008 r.	**693.688**

Wartość bilansowa przypisana jest do następujących zidentyfikowanych przez Grupę marek:

Onet.pl (ośrodek wypracowujący środki pieniężne - on-line)	643.428
Mango (ośrodek wypracowujący środki pieniężne - teleshopping)	50.260
	693.688

13. INNE WARTOŚCI NIEMATERIALNE

	31 grudnia 2008 r.	**31 grudnia 2007 r.**
Koncesje na nadawanie programów telewizyjnych	7.644	8.653
Relacje z odbiorcami	5.855	9.553
Oprogramowanie wytworzone we własnym zakresie	6.984	5.217
Oprogramowanie komputerowe i pozostałe	36.313	27.546
	56.796	**50.969**

13. INNE WARTOŚCI NIEMATERIALNE (CD.)

Zmiana stanu innych wartości niematerialnych

	Koncesje na nadawanie programów telewizyjnych	Relacje z odbiorcami	Oprogramowanie wytworzone we własnym zakresie	Oprogramowanie komputerowe i pozostałe	Razem
Wartość brutto					
1 stycznia 2007 r.	12.728	14.792	3.486	48.632	79.638
Nabycie jednostki zależnej	-	-	-	20	20
Zwiększenia	12	-	3.868	14.946	18.826
Zmniejszenia	-	-	(333)	(802)	(1.135)
31 grudnia 2007 r.	**12.740**	**14.792**	**7.021**	**62.796**	**97.349**
Umorzenie i odpisy z tytułu utraty wartości					
1 stycznia 2007 r.	2.245	1.541	507	22.953	27.246
Amortyzacja za okres	1.842	3.698	1.630	12.425	19.595
Zmniejszenia	-	-	(333)	(128)	(461)
31 grudnia 2007 r.	**4.087**	**5.239**	**1.804**	**35.250**	**46.380**
Wartość księgowa netto na 1 stycznia 2007 r.	**10.483**	**13.251**	**2.979**	**25.679**	**52.392**
Wartość księgowa netto na 31 grudnia 2007 r.	**8.653**	**9.553**	**5.217**	**27.546**	**50.969**

	Koncesje na nadawanie programów telewizyjnych	Relacje z odbiorcami	Oprogramowanie wytworzone we własnym zakresie	Oprogramowanie komputerowe i pozostałe	Razem
Wartość brutto					
1 stycznia 2008 r.	12.740	14.792	7.021	62.796	97.349
Zwiększenia	142	-	5.975	20.988	27.105
Zmniejszenia	-	-	-	(20)	(20)
31 grudnia 2008 r.	**12.882**	**14.792**	**12.996**	**83.764**	**124.434**
Umorzenie i odpisy z tytułu utraty wartości					
1 stycznia 2008 r.	**4.087**	**5.239**	**1.804**	**35.250**	**46.380**
Amortyzacja za okres	1.151	3.698	4.208	12.214	21.271
Zmniejszenia	-	-	-	(13)	(13)
31 grudnia 2008 r.	**5.238**	**8.937**	**6.012**	**47.451**	**67.638**
Wartość księgowa netto na 1 stycznia 2008 r.	**8.653**	**9.553**	**5.217**	**27.546**	**50.969**
Wartość księgowa netto na 31 grudnia 2008 r.	**7.644**	**5.855**	**6.984**	**36.313**	**56.796**

Amortyzacja w wysokości 12.434 została ujęta w kosztach własnych sprzedaży (rok zakończony 31 grudnia 2007 r.: 11.543), 5.075 w kosztach sprzedaży (rok zakończony 31 grudnia 2007 r.: 4.852) oraz 3.762 w kosztach ogólnego zarządu (rok zakończony 31 grudnia 2007 r.: 3.200).

14. AKTYWA PROGRAMOWE

	31 grudnia 2008 r.	31 grudnia 2007 r.
Nabyte licencje programowe	172.707	187.263
Archiwum wiadomości	12.453	12.907
Koprodukcje	14.306	2.273
Kapitalizowane koszty produkcji własnych	147.951	104.513
	347.417	**306.956**
Krótkoterminowa część aktywów programowych	(192.676)	(179.523)
Długoterminowa część aktywów programowych	**154.741**	**127.433**

Zmiana stanu nabytych licencji programowych

	Rok zakończony 31 grudnia 2008 r.	Rok zakończony 31 grudnia 2007 r.
Wartość księgowa netto na 1 stycznia	187.263	199.247
Zwiększenia	106.218	107.186
Amortyzacja	(120.774)	(119.170)
Wartość księgowa netto na 31 grudnia	**172.707**	**187.263**

15. INWESTYCJA W POLSKĄ CYFROWĄ PLATFORMĘ TELEWIZYJNĄ "N"

W dniu 25 czerwca 2008 r. Grupa zakończyła transakcję nabycia od ITI Media Group N. V. ("ITI Media Group"), jednostki znajdującej się pod wspólną kontrolą, 25% udziałów plus 1 udział w kapitale zakładowym Neovision Holding B. V. ("Neovision Holding"), spółki zarejestrowanej w Amsterdamie. Neovision Holding jest jedynym udziałowcem ITI Neovision Sp. z o.o.(„ITI Neovision"), która jest właścicielem i operatorem cyfrowej platformy telewizyjnej 'n' w Polsce. Za łączną gotówkową kwotę 95 mln EUR (319.628 PLN) Grupa nabyła 25% udziałów plus jeden udział w Neovision Holding oraz proporcjonalny udział w pożyczkach udzielonych ITI Neovision o wartości nominalnej 35,3 mln EUR. Jako część transakcji Grupa nabyła opcję nabycia dodatkowo 25% udziałów Neovision Holding. Zgodnie z zasadami rachunkowości przyjętymi przez Grupę, te opcje nie są rozpoznawane jako instrumenty finansowe.

Grupa posiada znaczący wpływ na działalność ITI Neovision, ale nie posiada nad nią kontroli. W konsekwencji, inwestycja ta jest klasyfikowana jako inwestycja w jednostkę stowarzyszoną i ujmowana przy użyciu metody praw własności. W skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym łączna wartość inwestycji jest podzielona pomiędzy inwestycje w jednostki stowarzyszone i pożyczkę dla jednostki stowarzyszonej. Wartość przypisana wstępnie inwestycji w jednostkę stowarzyszoną odzwierciedla cenę zakupu zapłaconą do ITI Media Group pomniejszoną o wartość godziwą nabytych pożyczek. Wartość godziwa pożyczek została oszacowana z zastosowaniem modelu wyceny, który oparto głównie na marży kredytowej oraz rynkowych stopach procentowych.

15. INWESTYCJA W POLSKĄ CYFROWĄ PLATFORMĘ TELEWIZYJNĄ "N" (CD.)

Inwestycje w jednostki stowarzyszone	Rok zakończony 31 grudnia 2008 r.	Rok zakończony 31 grudnia 2007 r.
Początek roku	83	83
Inwestycja w Neovision Holding	211.819	-
Pozostałe koszty bezpośrednio związane z transakcją	2.614	-
Udział w stracie Neovision Holding*	(94.455)	-
Udział w zyskach Polskie Badania Internetu Sp. z o.o.	15	-
Koniec roku	**120,076**	**83**

* Zawiera amortyzację marki 'n' w kwocie 1.103

Pożyczka udzielona jednostce stowarzyszonej	Rok zakończony 31 grudnia 2008 r.	Rok zakończony 31 grudnia 2007 r.
Początek roku	-	-
Nabycie pożyczek w Neovision Holding	107.809	-
Pozostałe koszty bezpośrednio związane z transakcją	1.575	-
Naliczone odsetki	5.767	-
Pożyczki udzielone po nabyciu	28.180	-
Zyski z tytułu różnic kursowych	35.807	-
Koniec roku	**179.138**	**-**

Na dzień 31 grudnia 2008 r., Grupa posiadała następujące pożyczki udzielone jednostce stowarzyszonej:

Wartość nominalna (EUR)	Efektywna stopa procentowa	Data spłaty	Wartość bilansowa	Wartość godziwa
25.073	8,58%	31 grudnia 2015 r.	99.208	99.107
4.532	7,56%	5 kwietnia 2011 r.	24.969	25.004
5.666	7,56%	19 lipca 2011 r.	19.975	20.003
8.180	6,68%	30 czerwca 2015 r.	34.986	32.057
			179.138	**176.171**

Pożyczki dla jednostki stowarzyszonej nie są przeterminowane. Grupa definiuje maksymalne narażenie na ryzyko kredytowe w związku z pożyczkami dla jednostki stowarzyszonej jako łączną wartość nominalną pożyczek wraz z naliczonymi odsetkami. Maksymalne narażenie na ryzyko kredytowe pożyczek od jednostki stowarzyszonej na dzień 31 grudnia 2008 r. wynosiło 179.138. Wartość godziwa pożyczek udzielonych jednostce stowarzyszonej została oszacowana z zastosowaniem własnego modelu wyceny opartego głównie na marży kredytowej i rynkowych stopach procentowych.

15. INWESTYCJA W POLSKĄ CYFROWĄ PLATFORMĘ TELEWIZYJNĄ "N" (CD.)

Udział Grupy w wynikach Neovision Holding oraz zagregowane aktywa i pasywa jednostki stowarzyszonej na dzień 31 grudnia 2008 r. przedstawiają się następująco:

Nazwa	Kraj	Aktywa	Pasywa	Przychody	Wynik netto	Procent udziału %
Neovision Holding B.V.	Holandia	472.712	(1.155.603)	260.850	(373.412)*	25

* od daty inwestycji (25 czerwca 2008 r.)

Wartość godziwa łącznych aktywów i zobowiązań powstałych w wyniku nabycia, według wyceny z 30 czerwca 2008 r. przedstawiają się następująco:

	Wartość godziwa	Wartość bilansowa
Marka	88.200	-
Podatek odroczony dotyczący marki	(16.758)	-
Pozostałe aktywa	431.860	431.860
Pozostałe zobowiązania	(746.654)	(746.654)
Wartość nabytych zobowiązań netto	**(243.352)**	**(314.794)**
Udział Grupy	**25%**	
Wartość udziału Grupy w przejętych zobowiązaniach netto	**(60.838)**	

W procesie alokacji ceny zakupu Grupa zidentyfikowała i wyceniła niematerialne aktywa o charakterze marketingowym związane z marką „n". Wartość godziwa marki została oszacowana przy zastosowaniu metody opartej na szacunku oszczędności opłat licencyjnych. W procesie wyceny Grupa zastosowała stawkę opłaty licencyjnej w wysokości 2%, stopę dyskonta w wysokości 12,05%, wskaźnik beta marki w wysokości 1,06 oraz szacowany przewidywany okres użytkowania 10 lat.

Grupa nie zidentyfikowała innych aktywów niematerialnych w odniesieniu do inwestycji w platformę cyfrową 'n' mających potencjalnie wpływ na wartość przejętych zobowiązań netto.

Jednostka stowarzyszona nie może wypłacać dywidendy do czasu pokrycia skumulowanej straty netto.

16. KATEGORIE INSTRUMENTÓW FINANSOWYCH

31 grudnia 2008 r.	Pożyczki i należności	Instrumenty pochodne wykorzystane do zabezpieczeń	Aktywa finansowe wyceniane w wartości godziwej przez wynik finansowy	Dostępne do sprzedaży	Razem
Aktywa według bilansu					
Aktywa finansowe dostępne do sprzedaży	-	-	-	323.204	323.204
Finansowe instrumenty pochodne	-	120.515	29.350	-	149.865
Należności z tyt. dostaw i usług oraz pozostałe	305.834	-	-	-	305.834
Pożyczki dla jednostki stowarzyszonej	179.138	-	-	-	179.138
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	184.867	-	-	-	184.867
	669.839	**120.515**	**29.350**	**323.204**	**1.142.908**

31 grudnia 2008 r.	Inne zobowiązania finansowe	Razem
Zobowiązania według bilansu		
Obligacje *Senior Notes* oprocentowane 9,5% o terminie wykupu w 2013 r.	855.432	855.432
Obligacje PLN o terminie wykupu w 2013 r.	498.593	498.593
Kredyt bankowy	109.875	109.875
Odsetki naliczone od obligacji i kredytów bankowych	7.658	7.658
Kredyt w rachunku bieżącym	48.733	48.733
Długoterminowe zobowiązania z tytułu dostaw i usług	6.951	6.951
Krótkoterminowe zobowiązania z tytułu dostaw i usług	141.905	141.905
Pozostałe zobowiązania oraz rozliczenia międzyokresowe*	133.032	133.032
	1.802.179	**1.802.179**

* Kwota nie zawiera pozycji, które nie są zobowiązaniami finansowymi: “zobowiązania z tytułu VAT oraz innych podatków”, “koszt świadczeń pracowniczych”, “rozliczenia międzyokresowe przychodów”.

16. KATEGORIE INSTRUMENTÓW FINANSOWYCH (CD.)

31 grudnia 2007 r.	Pożyczki i należności	Instrumenty pochodne wykorzystane do zabezpieczeń	Aktywa finansowe wyceniane w wartości godziwej przez wynik finansowy	Dostępne do sprzedaży	Razem
Aktywa według bilansu					
Aktywa finansowe dostępne do sprzedaży	-	-	-	7.588	7.588
Finansowe instrumenty pochodne	-	3.820	20.447	-	24.267
Należności z tyt. dostaw i usług oraz pozostałe	299.590	-	-	-	299.590
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	110.372	-	-	-	110.372
	409.962	**3.820**	**20.447**	**7.588**	**441.817**

31 grudnia 2007 r.	Inne zobowiązania finansowe	Razem
Zobowiązania według bilansu		
Obligacje *Senior Notes* oprocentowane 9,5% o terminie wykupu w 2013 r.	790.388	790.388
Odsetki naliczone od obligacji i kredytów bankowych	3.332	3.332
Długoterminowe zobowiązania z tytułu dostaw i usług	8.724	8.724
Krótkoterminowe zobowiązania z tytułu dostaw i usług	111.107	111.107
Pozostałe zobowiązania oraz rozliczenia międzyokresowe*	94.334	94.334
	1.007.885	**1.007.885**

* Kwota nie zawiera pozycji, które nie są zobowiązaniami finansowymi: “zobowiązania z tytułu VAT oraz innych podatków”, “koszt świadczeń pracowniczych”, “rozliczenia międzyokresowe przychodów”.

17. AKTYWA FINANSOWE DOSTĘPNE DO SPRZEDAŻY

	31 grudnia 2008 r.	31 grudnia 2007 r.
Stan na początek roku	7.588	4.650
Nabycie bonów skarbowych	349.729	-
Sprzedaż bonów skarbowych	(39.773)	-
Zmiana wartości godziwej rozpoznana w kapitale	668	-
Przychody z tytułu odsetek ujęte w rachunku wyników	4.992	-
Konsolidacja jednostki zależnej	-	193
Wpłacony kapitał zakładowy	-	2.745
Stan na koniec roku	**323.204**	**7.588**
Minus: część długoterminowa	(7.588)	(7.588)
Część krótkoterminowa	**315.616**	**-**

17. AKTYWA FINANSOWE DOSTĘPNE DO SPRZEDAŻY (CD.)

Aktywa finansowe dostępne do sprzedaży zawierają:

	31 grudnia 2008 r.	31 grudnia 2007 r.
Papiery wartościowe notowane na aktywnym rynku:		
- polskie bony skarbowe	315.616	-
Papiery wartościowe nie notowane na aktywnym rynku:		
- Polskie Media S.A.	7.588	7.588
	323.204	**7.588**

Na dzień 31 grudnia 2008 r. Grupa posiadała następujące papiery wartościowe notowane na aktywnym rynku:

	Ocena ratingowa*	Efektywna stopa procentowa	Data zapadalności	Wartość nominalna	Wartość zakupu
polskie bony skarbowe	A-/A2	6.15%	11 lutego 2009 r.	107.000	104.685
polskie bony skarbowe	A-/A2	6.20%	18 lutego 2009 r.	25.000	24.411
polskie bony skarbowe	A-/A2	6.30%	15 kwietnia 2009 r.	63.000	61.021
polskie bony skarbowe	A-/A2	6.05%	27 maja 2009 r.	100.000	96.299
polskie bony skarbowe	A-/A2	6.10%	27 maja 2009 r.	25.000	24.117
				320.000	**310.533**

* Ocena ratingowa wg agencji Standard and Poor's oraz Moody's

Grupa definiuje maksymalne narażenie na ryzyko kredytowe związane z polskimi bonami skarbowymi na dzień 31 grudnia 2008 r. jako ich łączną wartość bilansową.

Grupa nie posiada znaczącego wpływu na politykę finansową i operacyjną spółki Polskie Media S.A. („Polskie Media"). Grupa oszacowała wartość inwestycji w Polskie Media na dzień 30 czerwca 2008 r. w oparciu o dostępne informacje finansowe przedstawione w rocznym sprawozdaniu tej spółki na dzień 31 grudnia 2007 r. oraz wskaźniki sprzedażowe dla sektora. Grupa oszacowała, że na dzień 31 grudnia 2008 r. nie wystąpiły przesłanki utraty wartości. W ciągu roku Grupa monitoruje wskaźniki oglądalności programu emitowanego przez Polskie Media pod kątem przesłanek utraty wartości. Udział Grupy w Polskich Mediach wynosi 5,59% w prawach głosów i 6,95% w kapitale zakładowym.

Żaden ze składników aktywów finansowych dostępnych do sprzedaży nie jest przeterminowany ani nie stracił na wartości.

18. NALEŻNOŚCI Z TYTUŁU DOSTAW I USŁUG

	31 grudnia 2008 r.	31 grudnia 2007 r.
Należności z tytułu dostaw i usług	290.487	297.865
Minus: rezerwa z tytułu utraty wartości należności	(9.993)	(8.238)
Należności z tytułu dostaw i usług, netto	280.494	289.627
Należności od jednostek powiązanych (zob. Nota 32 (iii))	25.340	9.963
	305.834	**299.590**

18. NALEŻNOŚCI Z TYTUŁU DOSTAW I USŁUG (CD.)

Ze względu na krótkoterminowy charakter należności z tytułu dostaw i usług ich wartość godziwa jest szacowana jako zbliżona do wartości księgowej. Koncentracja należności z tytułu dostaw i usług została omówiona w Nocie 3 (ii).

Wartości bilansowe należności Grupy z tytułu dostaw i usług są denominowane w walutach przedstawionych poniżej:

	31 grudnia 2008 r.	31 grudnia 2007 r.
PLN	292.549	285.539
USD	11.008	7.471
EUR	1.763	6.343
GBP	503	198
AUD	11	39
	305.834	**299.590**

Rezerwa na odpis aktualizujący wartość należności została utworzona indywidualnie dla należności przeterminowanych powyżej 60 dni lub należności od klientów, którzy nieoczekiwanie znaleźli się w trudnej sytuacji finansowej.

Zmiany rezerwy z tytułu utraty wartości należności handlowych:

	Rok zakończony 31 grudnia 2008 r.	Rok zakończony 31 grudnia 2007 r.
Początek roku	8.238	7.765
Odpis aktualizujący wartość należności handlowych, zmiana netto	2.293	4.979
Należności spisane jako nieściągalne	(538)	(4.506)
Koniec roku	**9.993**	**8.238**

Utworzenie i rozwiązanie rezerwy z tytułu utraty wartości należności zostało ujęte w kosztach sprzedaży w rachunku zysków i strat.

Na dzień 31 grudnia 2008 r. należności handlowe w kwocie 142.321 były przeterminowane, ale nie stwierdzono utraty ich wartości. Należności te dotyczą głównie należności szeregu klientów, z którymi Grupa nie doświadczała problemów z płatnościami. Analiza tych należności handlowych w przedziałach czasowych przedstawia się następująco:

	31 grudnia 2008 r.	31 grudnia 2007 r.
Do 30 dni	114.989	102.850
31-60 dni	14.915	20.412
Powyżej 60 dni	12.417	3.293
	142.321	**126.555**

Grupa definiuje narażenie na ryzyko kredytowe jako sumę nieotrzymanych należności z tytułu dostaw i usług. Maksymalny poziom narażenia na ryzyko kredytowe stanowi saldo należności z tytułu dostaw i usług. Maksymalne narażenie na ryzyko kredytowe na dzień 31 grudnia 2008 r. wynosiło 305.834 (31 grudnia 2007 r. : 299.590).

19. AKTYWA Z TYTUŁU FINANSOWYCH INSTRUMENTÓW POCHODNYCH

	31 grudnia 2008 r.	31 grudnia 2007 r.
Wbudowane opcje wcześniejszej spłaty (zob. Nota 24)	-	20.447
Opcje walutowe EUR	126.120	3.820
Opcje walutowe USD	23.745	-
Razem	**149.865**	**24.267**

Na skutek wykupu przez Grupę obligacji *Senior Notes* (patrz Nota 24) wycena wbudowanej opcji wcześniejszej spłaty na dzień 31 grudnia 2008 r. uwzględnia jedynie pozostałą kwotę obligacji *Senior Notes* w wartości nominalnej 215.000 EUR. Zmiana wartości bieżącej opcji wcześniejszej spłaty pomiędzy 31 grudnia 2008 r. a 31 grudnia 2007 r. została ujęta w rachunku zysków i strat (zob. Nota 8). Wycena wbudowanej opcji wcześniejszej spłaty na 31 grudnia 2008 r. jest omówiona w Nocie 4 (vi).

Grupa nabyła opcje walutowe put i call w EUR w celu ograniczenia wpływu na wynik finansowy netto Grupy wahań kursu PLN/EUR w stosunku do salda zobowiązań z tytułu obligacji *Senior Notes*. Strategia zabezpieczająca oparta na opcjach put i call w EUR posiadała łączną wartość nominalną 225.000 EUR, termin realizacji w dniu 15 stycznia 2009 r., zaś przedział kursu PLN/EUR w jakim ją zawarto to 3,30-3,60. Gdy kurs spot PLN/EUR pozostaje w korytarzu wyznaczonym przez opcje, wartość godziwa instrumentów składa się tylko z ich wartości czasowej, co odzwierciedla możliwość wzrostu wartości opcji w przyszłości. Wartość wewnętrzna opcji powstaje w momencie kiedy kurs spot PLN/EUR wychodzi poza korytarz opcji. Jest to odzwierciedlenie wartości opcji w przypadku realizacji w dniu wyceny a wartość opiera się na różnicy pomiędzy kursem spot i odpowiednim kursem korytarza opcji. Wartość wewnętrzna opcji walutowych została wyznaczona jako zabezpieczenie wartości godziwej. Wartość godziwa opcji walutowych w EUR na 31 grudnia 2008 r. ustalona była na podstawie wycen przeprowadzonych przez banki Grupy.

Na skutek wykupu przez Grupę obligacji *Senior Notes* (patrz Nota 24), Grupa rozwiązała dotychczasowe powiązanie zabezpieczające i ustanowiła nowe. Wszystkie parametry powiązania pozostały niezmienione, oprócz wartości nominalnej zabezpieczanej obligacji *Senior Notes*, która spadła do 215.000 EUR oraz faktu, że tylko część kontraktu opcyjnego odpowiadająca 215/225 została wyznaczona jako instrument zabezpieczający.

Na dzień 31 grudnia 2008 r. opcje walutowe w EUR posiadały wartość wewnętrzną w wysokości 128.790. Zmiana wartości godziwej opcji została ujęta w rachunku zysków i strat (zob. Nota 8).

Po dniu bilansowym, w dniach między 9 stycznia 2009 r. i 13 stycznia 2009 r. Grupa zamknęła opcje walutowe w EUR o łącznej wartości 210.000 i otrzymała premię w łącznej wysokości 91.630. Pozostała część opcji o wartości 15.000 EUR rozliczyła się w dniu 15 stycznia 2009 r. przynosząc premię w wysokości 9.384.

Grupa nabyła opcje walutowe put i call w USD w celu ograniczenia wpływu na wynik finansowy netto Grupy wahań kursu PLN/USD w stosunku do przyszłych płatności z tytułu zobowiązań programowych. Strategia zabezpieczająca oparta na opcjach put i call w USD posiadała łączną wartość nominalną 40.479 USD, terminy realizacji pomiędzy 23 marca 2009 r. i 22 grudnia 2009 r., zaś przedział kursu PLN/USD w jakim je zawarto to 2,10-2,45. Grupa nie stosuje rachunkowości zabezpieczeń związku z opcjami w USD. Wartość godziwa opcji walutowych w USD na 31 grudnia 2008 r. ustalona była na podstawie wycen przeprowadzonych przez banki Grupy. Zmiana wartości godziwej opcji uwzględniająca wartość zapłaconych i otrzymanych premii została ujęta w rachunku zysków i strat (zob. Nota 8).

19. AKTYWA Z TYTUŁU FINANSOWYCH INSTRUMENTÓW POCHODNYCH (CD.)

Umowy opcji walutowych zostały zawarte z bankami posiadającymi następujące oceny ratingowe (wg agencji Moody's):

	31 grudnia 2008 r.	31 grudnia 2007 r.
Bank z ocena ratingową Aa1	23.745	-
Banki z oceną ratingową A2	126.120	3.820
	149.865	**3.820**

Grupa definiuje maksymalne narażenie na ryzyko kredytowe w związku z pochodnymi instrumentami finansowymi jako wartość bilansową tych aktywów na dzień bilansowy. Na dzień 31 grudnia 2008 r. maksymalne narażenie na ryzyko kredytowe wynosiło 149.865 (na dzień 31 grudnia 2007 r. : 3.820).

20. ROZLICZENIA MIĘDZYOKRESOWE I POZOSTAŁE AKTYWA

	31 grudnia 2008 r.	31 grudnia 2007 r.
Przedpłaty dotyczące aktywów programowych	17.580	8.559
Zapasy pomniejszone o odpisy aktualizujące	11.758	7.266
Rozliczenia z pracownikami	3.543	3.326
Wsparcie techniczne	3.576	2.097
Pozostałe	20.010	14.608
	56.467	**35.856**
Krótkoterminowa część pozostałych aktywów	(51.286)	(31.600)
Długoterminowa część pozostałych aktywów	**5.181**	**4.256**

21. ŚRODKI PIENIĘŻNE I ICH EKWIWALENTY

	31 grudnia 2008 r.	31 grudnia 2007 r.
Środki pieniężne w banku i kasie	131.316	110.372
Krótkoterminowe bony skarbowe	53.551	-
	184.867	**110.372**

(i) **Środki pieniężne w banku** (ocena ratingowa Standard and Poor's):

	31 grudnia 2008 r.	31 grudnia 2007 r.
Bank z oceną ratingową AAA	84.420	-
Bank z oceną ratingową A	46.896	110.288
	131.316	**110.288**

21. ŚRODKI PIENIĘŻNE I ICH EKWIWALENTY (CD.)

(ii) Krótkoterminowe bony skarbowe:

	Ocena ratingowa*	Efektywna stopa procentowa	Data zapadalności	Wartość nominalna	Wartość zakupu
polskie bony skarbowe	A-/A2	6,30%	18 lutego 2009 r.	39.000	38.428
polskie bony skarbowe	A-/A2	5,95%	18 lutego 2009 r.	15.000	14.807
					53.235

* Ocena ratingowa wg agencji Standard and Poor's oraz Moody's

Grupa definiuje maksymalne narażenie na ryzyko kredytowe związane z polskimi bonami skarbowymi na dzień 31 grudnia 2008 r. jako ich łączną wartość bilansową.

W dniu 21 stycznia 2009 r. Grupa nabyła polskie bony skarbowe za kwotę 49.481 z datą zapadalności na dzień 15 kwietnia 2009 r.:

	Ocena ratingowa*	Efektywna stopa procentowa	Data zapadalności	Wartość nominalna	Wartość zakupu
polskie bony skarbowe	A-/A2	4,55%	15 kwietnia 2009 r.	50.000	49.481
					49.481

* Ocena ratingowa wg agencji Standard and Poor's oraz Moody's

22. KAPITAŁ ZAKŁADOWY (NIE W TYSIĄCACH)

Łączna docelowa liczba akcji zwykłych wynosi 413.499.585. Wartość nominalna jednej akcji wynosi 0,20. Łączna liczba wyemitowanych akcji zwykłych na dzień 31 grudnia 2008 r. wynosiła 349.515.414 akcji o jednostkowej wartości nominalnej 0,20. Wszystkie wyemitowane akcje są w pełni opłacone. Łączna liczba akcji zawiera akcje wyemitowane w związku z wykonaniem opcji objęcia akcji, które przyznano w ramach programów motywacyjnych (akcje serii C i E). Akcje ujmowane są przez Grupę w kapitale zakładowym po otrzymaniu wpłaty środków pieniężnych. Poniżej przedstawiono strukturę akcjonariatu na dzień 31 grudnia 2008 r.:

Akcjonariusz	Liczba akcji	% kapitału akcyjnego	Liczba głosów	% głosów	
	(2)	(2)	(2)	(2)	(3)
Strateurop International B.V. [1]	180.355.430	51,60%	180.355.430	51,60%	52,40%
N-Vision B.V. [1]	23.048.635	6,59%	23.048.635	6,59%	6,65%
Cadizin Trading&Investment [1]	10.001.400	2,86%	10.001.400	2,86%	2,89%
ITI Impresario [1]	1.400	0,00%	1.400	0,00%	0,00%
Pozostali akcjonariusze	136.108.549	38,95%	136.108.549	38,95%	38,06%
Razem	**349.515.414**	**100,00%**	**349.515.414**	**100,00%**	**100,00%**

[1] Jednostki znajdujące się pod kontrolą Grupy Kapitałowej ITI.
[2] Z włączeniem akcji własnych.
[3] Z wyłączeniem akcji własnych.

22. KAPITAŁ ZAKŁADOWY (NIE W TYSIĄCACH)

Na dzień 31 grudnia 2008 wszystkie wyemitowane akcje były zarejestrowane przez Sąd Rejestrowy.

Łączna liczba akcji na dzień 31 grudnia 2008 r. zawiera 2.956.170 akcji własnych (zob. nota 23).

W roku do dnia 31 grudnia 2008 r. zostało wyemitowanych 2.242.439 akcji serii C i E za łączną kwotę 21.675 (w tysiącach).

Zgodnie z przepisami polskiego Kodeksu Spółek Handlowych spółka TVN nie może wykonywać prawa głosu związanego z nabytymi akcjami własnymi.

23. WYKUP I UMORZENIE AKCJI WŁASNYCH

W dniu 30 października 2008 r. akcjonariusze Spółki zatwierdzili program wykupu akcji własnych w celu umorzenia. W ramach programu wykupu akcji własnych Grupa może nabyć do 35 milionów akcji, ale nie więcej niż 10% kapitału podstawowego Spółki według stanu na ostatni dzień programu za maksymalną kwotę 500.000. Program kończy się 31 grudnia 2009 r. a akcjonariusze Spółki zatwierdzili przeznaczenie skumulowanego zysku w maksymalnej kwocie 471.750 na sfinansowanie programu.

Pierwszy etap programu wykupu akcji własnych w wysokości 50.000 rozpoczął się w dniu 17 listopada 2008 r. Do dnia 31 grudnia 2008 r. Spółka nabyła 2.956.170 (nie w tysiącach) akcji za łączną kwotę 37.428.

Pomiędzy 1 stycznia 2009 r. i zakończeniem pierwszego etapu programu wykupu akcji w dniu 22 stycznia 2009 r. Grupa nabyła 947.018 (nie w tysiącach) akcji za łączną kwotę 12.572.

Drugi etap programu wykupu akcji własnych w wysokości 50.000 rozpoczął się w dniu 5 lutego 2009 r. Do dnia przygotowania niniejszego sprawozdania finansowego Grupa nabyła 728.134 akcje (nie w tysiącach) za łączną kwotę 7.691.

24. OBLIGACJE I KREDYTY

	31 grudnia 2008 r.	31 grudnia 2007 r.
Obligacje *Senior Notes* oprocentowane 9,5% o terminie wykupu w 2013 r.	855.432	790.388
Odsetki naliczone od obligacji *Senior Notes* oprocentowanych 9,5% o terminie wykupu w 2013 r.	3.551	3.332
Obligacje PLN o terminie wykupu w 2013 r.	498.593	-
Odsetki naliczone od Obligacji PLN o terminie wykupu w 2013 r.	2.156	-
Kredyt bankowy	109.875	-
Odsetki naliczone od kredytu bankowego	1.951	
Kredyt w rachunku bieżącym	48.733	-
	1.520.291	**793.720**
Krótkoterminowa część obligacji i kredytów	(56.391)	(3.332)
Długoterminowa część obligacji i kredytów	**1.463.900**	**790.388**

Obligacje Senior Notes

W dniu 2 grudnia 2003 r., poprzez swoją jednostkę zależną TVN Finance Corporation plc, Grupa dokonała emisji obligacji *Senior Notes* o wartości 235.000 EUR, oprocentowanych 9,5% w skali roku. Obligacje *Senior Notes* są notowane na Giełdzie Papierów Wartościowych w Luksemburgu. Odsetki są płatne w okresach półrocznych począwszy od 15 czerwca 2004 r. Termin wykupu obligacji *Senior Notes* to 15 grudnia 2013 r. Obligacje te stanowią niezabezpieczone uprzywilejowane zobowiązania długoterminowe, przy czym warunki zadłużenia zawierają określone ograniczenia dotyczące między innymi możliwości dalszego zadłużania, wypłaty dywidend, sprzedaży majątku oraz transakcji z jednostkami powiązanymi. Obligacje *Senior Notes* są w pełni i bezwarunkowo gwarantowane przez Spółkę oraz jej główną jednostkę zależną Grupa Onet.pl S.A. Obligacje *Senior Notes* wycenia się według zamortyzowanego kosztu, przy zastosowaniu efektywnej stopy procentowej 10,88%.

Dnia 8 lutego 2008 r. Grupa wykupiła obligacje *Senior Notes* w wartości nominalnej 10.000 EUR za kwotę 10.200 EUR (36.587 PLN). Dnia 24 października 2008 r. Grupa wykupiła obligacje *Senior Notes* w wartości nominalnej 10.000 EUR za kwotę 9.400 EUR (34.141 PLN). Grupa ujęła wykup obligacji *Senior Notes* jako pomniejszenie części zobowiązania z tego tytułu. W wyniku tego, różnica pomiędzy kwotą zapłaconą i odpowiadającą jej wartością bieżącą obligacji została rozpoznana w rachunku zysków i strat w kosztach finansowych (patrz Nota 8). Wartość nominalna obligacji *Senior Notes* po wykupie wynosi 215.000 EUR.

Wartość godziwą obligacji *Senior Notes*, bez naliczonych odsetek, oszacowano na dzień 31 grudnia 2008 r. w wysokości 753.535 PLN lub 180.600 EUR (879.650 PLN lub 245.575 EUR na dzień 31 grudnia 2007 r.), w oparciu o ostatnią dostępną cenę podaną przez serwis Reuters na dzień 31 grudnia 2008 r.

Grupa może dokonać spłaty całości lub części obligacji *Senior Notes* począwszy od 15 grudnia 2008 r., po cenie wykupu wynoszącej od 104,75% do 100% ich wartości nominalnej.

Grupa ujęła wbudowany instrument finansowy wynikający z wyżej opisanej opcji (patrz Nota 4(vi) i 19).

24. OBLIGACJE I KREDYTY (CD.)

Obligacje *Senior Notes* zawierają także opcję sprzedaży, która może zostać zrealizowana przez posiadaczy obligacji po cenie kupna wynoszącej 101% wartości nominalnej w przypadku, gdy nastąpi zmiana kontroli. Zmiana kontroli definiowana jest w następujący sposób:

i) osoba inna niż Dozwoleni Posiadacze stanie się właścicielem na własne dobro ponad 35% głosów z akcji Spółki uprawnionych do głosowania oraz Dozwoleni Posiadacze będą posiadać mniejszy procent głosów niż ta osoba;

ii) zatwierdzeni członkowie Rady przestaną stanowić większość Rady Nadzorczej;

iii) Spółka dokona sprzedaży znaczącej większości swoich aktywów;

iv) zostanie przyjęty plan zakładający likwidację lub rozwiązanie Spółki;

v) Spółka przestanie posiadać 100% akcji TVN Finance Corporation plc.

Obligacje PLN

Dnia 26 maja 2008 r. Grupa zawarła umowę z Bankiem Pekao S.A., Bankiem Handlowym w Warszawie S.A. i BRE Bankiem S.A. o przeprowadzenie Programu Emisji Obligacji („Program"). Program pozwala Grupie wyemitować uprzywilejowane, niezabezpieczone obligacje na okaziciela („Obligacje PLN") o maksymalnej wartości nominalnej 1 miliarda PLN. Program może być powiększony do kwoty nominalnej 2 miliardów PLN.

Dnia 23 czerwca 2008 r. Grupa dokonała emisji pierwszej serii Obligacji PLN o wartości nominalnej 500.000, oprocentowanej według zmiennej stopy procentowej WIBOR 6M plus 2,75% rocznie. Odsetki są wypłacane w okresach półrocznych począwszy od 14 grudnia 2008 r. Datą wykupu Obligacji PLN jest 14 czerwca 2013 r.. Obligacje PLN stanowią niezabezpieczone zobowiązanie i posiadają pewne restrykcje dotyczące rozporządzania lub nieodpowiedniego użycia aktywów. Koszty emisji Obligacji PLN wyniosły łącznie 1.542 i głównie obejmują prowizję banków pośredniczących oraz koszty usług prawnych. Obligacje PLN są wyceniane według zamortyzowanego kosztu przy zastosowaniu efektywnej stopy procentowej na poziomie 9,69%.

Grupa posiada jednorazową opcję wykupu całości lub 50% Obligacji PLN w dniu albo 14 czerwca 2011 r. lub 14 czerwca 2012 r., po cenie odkupu wynoszącej odpowiednio 102% lub 101% wartości nominalnej. Grupa oszacowała, że opcje wcześniejszej spłaty są ściśle powiązane z ekonomiczną charakterystyką głównego instrumentu (Obligacje PLN), gdyż cena wykonania opcji w każdej dacie wykonania jest bliska zamortyzowanemu kosztowi Obligacji PLN. W konsekwencji Grupa nie wyodrębniła wbudowanego instrumentu pochodnego.

Wartość godziwa Obligacji PLN, z wyłączeniem naliczonych odsetek, na dzień 31 grudnia 2008 r. została określona na 503.371. Obligacje PLN są niepubliczne i ich wartość godziwa została określona przy użyciu stosowanego wewnętrznie modelu wyceny stosującego jako główne parametry: rynkowe stopy procentowe, daty płatności oraz marżę kredytową.

Linia kredytowa

Do dnia 30 czerwca 2008 r. Grupa posiadała w Banku Pekao S.A. linię kredytową o wartości 50.000 EUR. Zabezpieczeniem tej linii były należności z tytułu dostaw i usług, pozostałe wartości niematerialne, sprzęt telewizyjny i nadawczy oraz aktywa programowe.

24. OBLIGACJE I KREDYTY (CD.)

W dniu 30 czerwca 2008 r. Grupa podpisała z Bankiem Pekao S.A. umowę wielowalutowej linii kredytowej o wartości 200.000. Linia kredytowa jest dostępna przez trzy lata i oprocentowana według stopy 6M WIBOR, EURIBOR lub LIBOR (zależnie od waluty kredytu) powiększonej o marżę, która jest uzależniona od stosunku skonsolidowanego zadłużenia netto do skonsolidowanej EBITDA Grupy. W dniu zawarcia umowy marża ta wynosiła 1%. Efektywna stopa procentowa jest równa w przybliżeniu stopie WIBOR powiększonej o odpowiednią marżę, a wartość godziwa kredytu bankowego na dzień 31 grudnia 2008 r. odpowiada jej wartości bilansowej. Linia kredytowa jest zabezpieczona cesją należności z tytułu dostaw i usług do wysokości równowartości kwoty 25.000 EUR. Linia kredytowa jest gwarantowana przez Grupę Onet.pl S.A. i Mango Media Sp. z o.o., jednostki w pełni zależne od TVN S.A. Na dzień 31 grudnia 2008 r. linia była wykorzystana w wysokości 168.526 PLN.

25. ZOBOWIĄZANIA Z TYTUŁU DOSTAW I USŁUG

	31 grudnia 2008 r.	31 grudnia 2007 r.
Zobowiązania z tyt. zakupionych licencji programowych	65.375	68.803
Zobowiązania z tytułu zakupu środków trwałych i wartości niematerialnych	33.885	9.034
Pozostałe zobowiązania z tyt. dostaw i usług	44.510	36.808
Zobowiązania wobec jednostek powiązanych (zob. Nota 32(iii))	5.086	5.186
	148.856	**119.831**
Krótkoterminowa część zobowiązań z tytułu dostaw i usług	**(141.905)**	**(111.107)**
Długoterminowa część zobowiązań z tytułu dostaw i usług	**6.951**	**8.724**

26. POZOSTAŁE ZOBOWIĄZANIA I ROZLICZENIA MIĘDZYOKRESOWE

	31 grudnia 2008 r.	31 grudnia 2007 r.
Zobowiązania z tytułu podatku VAT oraz innych podatków	29.639	32.675
Koszt świadczeń pracowniczych	45.175	35.520
Rozliczenia międzyokresowe przychodów	21.647	27.909
Koszty usług związanych z produkcją	14.908	11.741
Koszty usług związanych z nadawaniem satelitarnym	6.236	6.761
Inne zobowiązania i rozliczenia międzyokresowe	111.888	75.832
	229.493	**190.438**

27. PODATEK DOCHODOWY

	Rok zakończony 31 grudnia 2008 r.	Rok zakończony 31 grudnia 2007 r.
Podatek bieżący	(106.780)	(78.186)
Podatek odroczony	22.904	24.262
	(83.876)	**(53.924)**

Uzgodnienie zysku księgowego do podatku dochodowego za rok	**Rok zakończony 31 grudnia 2008 r.**	**Rok zakończony 31 grudnia 2007 r.**
Zysk brutto	447.552	297.232
Podatek według ustawowej stawki 19%	(85.035)	(56.474)
Wpływ kosztów planu przydziału opcji objęcia akcji, nie stanowiących kosztów uzyskania przychodów	(7.613)	(8.518)
Wpływ ulgi podatkowej wykorzystanej i odroczonej w związku z inwestycjami w specjalnej strefie ekonomicznej	14.574	14.442
Wpływ pozostałych kosztów nie stanowiących kosztów uzyskania przychodów oraz przychodów nie podlegających opodatkowaniu, netto	(5.802)	(3.374)
Podatek za rok	**(83.876)**	**(53.924)**

Organy skarbowe mogą dokonać kontroli ksiąg i ewidencji rachunkowej w każdej chwili, w ciągu pięciu lat od końca roku, w którym złożono deklarację podatkową, i nałożyć dodatkowe obciążenia podatkowe, wraz z odsetkami karnymi i innymi karami. Zarząd Spółki nie wie o żadnych okolicznościach, które mogą prowadzić do potencjalnych istotnych zobowiązań z tego tytułu.

Grupa działa częściowo w specjalnej strefie ekonomicznej w Krakowie i z tego tytułu ma prawo do 40% i 50% ulgi podatkowej z tytułu poniesionych nakładów inwestycyjnych oraz niektórych kosztów pracowniczych. Ulga podatkowa jest dostępna do dnia 31 grudnia 2017 r. i uwarunkowana poniesieniem określonych nakładów inwestycyjnych oraz stworzeniem i utrzymaniem pewnej liczby miejsc pracy. Na dzień 31 grudnia 2008 r. pozostała kwota przyszłych zobowiązań inwestycyjnych wynosiła 167.080. W 2008 r. Grupa skorzystała z ulg podatkowych w specjalnej strefie ekonomicznej w wysokości 10.775. Kwota ulgi w wysokości 11.936 została odroczona do przyszłego wykorzystania.

Zarząd jest przekonany, iż jest prawdopodobne, że w przyszłości zostanie osiągnięty dochód do opodatkowania netto umożliwiający wykorzystanie ujemnych różnic przejściowych i w związku z tym aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego zostały wykazane w kwocie przewidującej wykorzystanie strat i ulg podatkowych. Saldo odroczonego podatku dochodowego obliczono według stawki podatkowej 19%, obowiązującej na dzień 31 grudnia 2008 r.

27. PODATEK DOCHODOWY (CD.)

Aktywa i rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego, które Grupa spodziewa się rozliczyć:

	31 grudnia 2008 r.	31 grudnia 2007 r.
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego, netto		
- Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego, netto - do rozliczenia w okresie powyżej 12 miesięcy	(143.178)	(144.559)
- Aktywo/(rezerwa) z tytułu odroczonego podatku dochodowego, netto - do rozliczenia w ciągu 12 miesięcy	12.014	(9.382)
	(131.164)	**(153.941)**

Zmiana stanu aktywów z tytułu podatku odroczonego	**Rok zakończony 31 grudnia 2008 r.**	**Rok zakończony 31 grudnia 2007 r.**
Stan na początek okresu	12.637	6.235
Nabycie jednostki zależnej	-	49
Zmiana w roku	21.878	6.353
Stan na koniec okresu	**34.515**	**12.637**

Zmiana stanu rezerwy z tytułu podatku odroczonego	**Rok zakończony 31 grudnia 2008 r.**	**Rok zakończony 31 grudnia 2007 r.**
Stan na początek okresu	(166.578)	(174.637)
Nabycie jednostki zależnej *	-	(9.850)
Podatek odroczony ujęty w kapitale własnym, netto	(127)	-
Zmiana w roku	1.026	17.909
Stan na koniec okresu	**(165.679)**	**(166.578)**

*Podatek odroczony rozpoznany głównie na nabytej marce Mango Media

27. PODATEK DOCHODOWY (CD.)

	Różnice pomiędzy amortyzacją dla celów podatkowych i księgowych	Rezerwy i rozliczenia międzyokresowe nie stanowiące kosztów uzyskania przychodów	Koszty emisji obligacji	Niezrealizowane różnice kursowe	Pochodne aktywa/(zobowiązania) finansowe	Inwestycja w jednostce stowarzyszonej	Odsetki naliczone, nie zapłacone, netto	Inwestycje dostępne do sprzedaży	Nabyta marka i relacje z odbiorcami	Ulga inwestycyjna	Straty podatkowe do rozliczenia w latach przyszłych	Razem
Aktywa/(rezerwa) z tytułu podatku odroczonego na 1 stycznia 2007 r.	**2.693**	**17.570**	**(11.054)**	**(34.828)**	**(22.740)**	-	**(493)**	**1.198**	**(124.768)**	**352**	**3.668**	**(168.402)**
Nabycie jednostki zależnej	-	(471)	-	-	-	-	-	-	(9.330)	-	-	**(9.801)**
(Obciążenie)/uznanie zysku netto	(1.326)	10.882	1.142	(12.108)	20.805	-	(91)	-	659	7.785	(3.486)	**24.262**
Aktywa/(rezerwa) z tytułu podatku odroczonego na 31 grudnia 2007 r.	**1.367**	**27.981**	**(9.912)**	**(46.936)**	**(1.935)**	-	**(584)**	**1.198**	**(133.439)**	**8.137**	**182**	**(153.941)**
Aktywa/(rezerwa) z tytułu podatku odroczonego na 1 stycznia 2008 r.	**1.367**	**27.981**	**(9.912)**	**(46.936)**	**(1.935)**	-	**(584)**	**1.198**	**(133.439)**	**8.137**	**182**	**(153.941)**
(Obciążenie)/uznanie zysku netto	(3.764)	10.680	1.732	16.151	(22.032)	17.943	(2.054)	-	631	3.799	(182)	**22.904**
Obciążenie kapitału własnego	-	-	-	-	-	-	-	(127)	-	-	-	**(127)**
Aktywa/(rezerwa) z tytułu podatku odroczonego na 31 grudnia 2008 r.	**(2.397)**	**38.661**	**(8.180)**	**(30.785)**	**(23.967)**	**17.943**	**(2.638)**	**1.071**	**(132.808)**	**11.936**	-	**(131.164)**

28. NOTA DO SKONSOLIDOWANEGO RACHUNKU PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH

Uzgodnienie zysku netto z wpływami pieniężnymi z działalności operacyjnej

	Nota	Rok zakończony 31 grudnia 2008 r.	Rok zakończony 31 grudnia 2007 r.
Zysk netto		363.676	243.308
Podatek		83.876	53.924
Opcje objęcia akcji przyznane członkom Zarządu i pracownikom	7	40.070	44.832
Amortyzacja i trwała utrata wartości	7	79.503	72.090
Amortyzacja zakupionych licencji programowych i koprodukcji	7	122.860	123.712
Odpisy z tytułu utraty wartości należności	7	2.261	4.981
Strata/(zysk) na sprzedaży środków trwałych		107	(92)
Przychody inwestycyjne i koszty finansowe, netto	8	89.883	184.780
Udział w stracie jednostki stowarzyszonej		94.440	-
Opłaty za gwarancje	8	(2.426)	(2.961)
Płatności za licencje programowe		(139.771)	(128.070)
Zmiana salda skapitalizowanych kosztów produkcji własnej		(43.438)	(27.344)
Zmiany w kapitale obrotowym:			
Należności z tytułu dostaw i usług		(8.505)	(118.096)
Rozliczenia międzyokresowe i inne aktywa		(11.590)	(4.172)
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług		16.164	(9.286)
Pozostałe zobowiązania krótkoterminowe i rozliczenia międzyokresowe		38.841	70.063
		34.910	(61.491)
Wpływy pieniężne z działalności operacyjnej		**725.951**	**507.669**

Nabycie jednostek zależnych i stowarzyszonych, netto (bez nabytych środków pieniężnych)

Neovision Holding B.V.	15	323.817	-
Mango Media		-	49.561
		323.817	**49.561**

Transakcje bezgotówkowe

Przychody z transakcji barterowych, netto		(1.564)	(1.353)
Opcje objęcia akcji przyznane członkom Zarządu i pracownikom	7	40.070	44.832

29. AKTYWA WARUNKOWE

Grupa posiada aktywo warunkowe składające się z należności od urzędu skarbowego z tytułu VAT w wysokości 3.594 i odsetek w wysokości 12.834. Wyrok sądowy korzystny dla Grupy został ogłoszony w dniu 13 kwietnia 2006 r. W dniu 12 czerwca 2006 r. Izba Skarbowa wniosła do Naczelnego Sądu Administracyjnego o kasację tego wyroku. W dniu 9 października 2007 r. Naczelny Sąd Administracyjny w Krakowie odrzucił wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego i przekazał sprawę do ponownego rozpatrzenia. W dniu 23 lipca 2008 r. Wojewódzki Sąd Administracyjny uchylił decyzję Izby Skarbowej w części dotyczącej sankcji (w kwocie 1.078 powiększonej o należne odsetki), ale oddalił skargę Grupy w części postępowania dotyczącej podstawowej należności z tytułu VAT.

Grupa wystąpiła już do władz skarbowych o zwrot sankcji w wysokości 1.078 wraz z odsetkami należnymi, które na dzień 31 grudnia 2008 r. wyniosły 1.071. Łączna kwota 2.149 została ujęta na dzień 31 grudnia 2008 r. jako należność w korespondencji z przychodem w rachunku zysków i strat. W dniu 10 października 2008 r. Grupa wniosła apelację do Naczelnego Sądu Administracyjnego w sprawie podstawowej należności z tytułu VAT.

30. PRZYSZŁE ZOBOWIĄZANIA

Grupa jest stroną kilku umów leasingu operacyjnego oraz innych umów. Przyszłe zobowiązania wynikające z tych umów zostały przedstawione poniżej.

(i) Przyszłe zobowiązania związane z nabyciem aktywów programowych

Na dzień 31 grudnia 2008 r. Grupa posiadała przyszłe zobowiązania do płatności związane z nabyciem aktywów programowych. Harmonogram przyszłych płatności został przedstawiony poniżej:

Wymagalne w 2009 r.	118.293
Wymagalne w 2010 r.	175.180
Wymagalne w 2011 r.	173.667
Wymagalne w 2012 r.	196.812
Wymagalne w 2013 r.	178.833
Wymagalne w 2014 r. i później	51.737
	894.522

(ii) Łączne przyszłe opłaty minimalne z tytułu umów leasingu operacyjnego na dzień 31 grudnia 2008 r.:

	Jednostki powiązane	Jednostki niepowiązane	Razem
Wymagalne w 2009 r.	20.790	24.220	45.010
Wymagalne w 2010 r.	20.778	17.567	38.345
Wymagalne w 2011 r.	20.120	15.817	35.937
Wymagalne w 2012 r.	20.120	13.638	33.758
Wymagalne w 2013 r.	20.120	8.999	29.119
Wymagalne w 2014 r. i później	52.410	10.959	63.369
	154.338	**91.200**	**245.538**

30. PRZYSZŁE ZOBOWIĄZANIA (CD.)

Umowy podpisane z podmiotami powiązanymi dotyczą wynajmu powierzchni biurowej i studiów telewizyjnych od Poland Media Properties S.A. („Poland Media Properties", wcześniej ITI Poland S.A.) i Diverti Sp. z o.o. („Diverti"). Diverti jest spółką zależną Grupy ITI. Przyszłe zobowiązania wyrażone w walutach obcych zostały przeliczone na złote przy zastosowaniu kursu wymiany walut obowiązującego na dzień 31 grudnia 2008 r.

Umowy podpisane z podmiotami niepowiązanymi dotyczą wynajmu powierzchni biurowej i studiów telewizyjnych.

Poza umowami leasingu opisanymi powyżej, Grupa jest także stroną umów wynajmu pojemności transponderów satelitarnych. Na mocy tych umów Grupa zobowiązana jest do uiszczania rocznych opłat za wynajem. Przyszłe zobowiązania do płatności wynikające z tych umów zostały przedstawione w poniższym zestawieniu:

Wymagalne w 2009 r.	29.083
Wymagalne w 2010 r.	34.315
Wymagalne w 2011 r.	34.315
Wymagalne w 2012 r.	15.016
	112.729

Ponadto, Grupa jest stroną umów o obsługę i eksploatację nadajników telewizyjnych za roczną kwotę wynoszącą 6.600.

(iii) Przyszłe zobowiązania z tytułu umów barterowych

Na dzień 31 grudnia 2008 r. Grupa posiadała przyszłe zobowiązania do dostarczenia czasu antenowego dla emisji reklam na kwotę 3.466 w rozliczeniu za różnego typu zobowiązania (4.598 na dzień 31 grudnia 2007 r.). Usługa dostarczenia czasu antenowego dla emisji reklam będzie świadczona po cenach rynkowych zgodnie z warunkami umów.

(iv) Pozostałe przyszłe zobowiązania

Na dzień 31 grudnia 2008 r. Grupa posiada przyszłe zobowiązania do nabycia środków trwałych oraz wartości niematerialnych na kwotę 1.304 (5.334 na dzień 31 grudnia 2007 r.).

Dodatkowo, Grupa zobowiązała się do inwestycji w specjalnej strefie ekonomicznej w Krakowie na kwotę 215.782 do dnia 31 grudnia 2017 r. Na dzień 31 grudnia 2008 r. zobowiązanie pozostałe do realizacji wynosiło 167.080.

31. SPÓŁKI GRUPY

Skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy na dzień 31 grudnia 2008 r. obejmuje jednostkę dominującą oraz następujące jednostki zależne, wspólne przedsięwzięcia i jednostki stowarzyszone:

	Kraj rejestracji	31 grudnia 2008 r. Udział %	31 grudnia 2007 r. Udział %
Grupa Onet.pl S.A.	Polska	100	100
Dream Lab Onet Sp. z o.o.	Polska	100	100
Tivien Sp. z o.o.	Polska	100	100
El-Trade Sp. z o.o.	Polska	100	100
NTL Radomsko Sp. z o.o.	Polska	100	100
Mango Media Sp. z o.o.	Polska	100	100
SunWeb Sp. z o.o.	Polska	100	-
Thema Film Sp. z o.o.	Polska	96	96
TVN Finance Corporation plc	Wielka Brytania	100	100
Grupa Onet Poland Holding B.V.	Holandia	100	100
Media Entertainment Ventures Int Ltd	Malta	100	100
Polski Operator Telewizyjny Sp. z o.o.	Polska	50	50
Discovery TVN Ltd	Wielka Brytania	50	50
Neovision Holding B.V.*	Holandia	25	-
Polskie Badania Internetu Sp. z o.o.	Polska	20	20

* Neovision Holding B.V. posiada 100% udziałów ITI Neovision Sp. z o.o. (Polska) i Neovision UK Ltd. (Wielka Brytania) oraz 99% udziałów w Cyfrowy Dom Sp. z o.o. i 45 % udziałów w MGM Channel Poland Ltd.

Udział procentowy Grupy w kapitałach poszczególnych spółek jest równy udziałowi procentowemu Grupy w głosach.

32. TRANSAKCJE Z JEDNOSTKAMI POWIĄZANYMI

(i) Przychody:

	Rok zakończony 31 grudnia 2008 r.	Rok zakończony 31 grudnia 2007 r.
Grupa ITI	6.622	8.613
ITI Neovision *	42.799	34.779
Poland Media Properties	25	39
	49.446	**43.431**

* ITI Neovision jest jednostką stowarzyszoną Grupy (zob. Nota 31). Kwoty pokazane w tej nocie odnoszą się również do okresów, kiedy ITI Neovision nie było jednostką stowarzyszoną Grupy.

Przychody od Grupy Kapitałowej ITI i ITI Neovision obejmują przede wszystkim przychody z tytułu wykorzystania praw do emisji filmów, opłat licencyjnych, świadczenia usług produkcyjnych, technicznych i usług emisji reklam, pomniejszonych o prowizje. Poland Media Properties jest kontrolowana przez niektórych akcjonariuszy i dyrektorów Grupy Kapitałowej ITI.

Ponadto, Grupa rozpoznała przychody w wysokości 16.756 (10.401 w 2007 r.) z tytułu świadczeń reklamowych na rzecz ITI Neovision za pośrednictwem agencji reklamowych.

32. TRANSAKCJE Z JEDNOSTKAMI POWIĄZANYMI (CD.)

(ii) Koszty działalności operacyjnej:

	Rok zakończony 31 grudnia 2008 r.	Rok zakończony 31 grudnia 2007 r.
Grupa ITI	26.549	22.750
ITI Neovision	5.275	6.233
Poland Media Properties	535	584
	32.359	**29.567**

Koszty działalności operacyjnej dotyczące Grupy Kapitałowej ITI obejmują koszty wynajmu powierzchni biurowej oraz świadczenie pewnych usług zarządczych, sprzedażowych, doradztwa finansowego i innych.

Koszty działalności operacyjnej dotyczące Poland Media Properties obejmują koszty wynajmu powierzchni biurowej.

(iii) Salda należności/zobowiązań z tytułu sprzedaży/zakupu towarów i usług:

	31 grudnia 2008 r.	31 grudnia 2007 r.
Należności:		
Grupa Kapitałowa ITI	4.532	1.518
ITI Neovision	20.808	8.445
	25.340	**9.963**
Zobowiązania:		
Grupa Kapitałowa ITI	4.978	5.038
ITI Neovision	45	15
Poland Media Properties	63	133
	5.086	**5.186**

(iv) Pozostałe aktywa długoterminowe

Pozostałe aktywa długoterminowe zawierają kaucję z tytułu wynajmu zapłaconą do Grupy ITI przez TVN w kwocie 1.981.

(v) Zobowiązania leasingowe wobec jednostek powiązanych

Szczegółowe informacje podane są w Nocie 30.

(vi) Pozostałe

ITI Holdings udzieliła gwarancji na kwotę 25.000 USD na rzecz Warner Bros. International Television Distribution i na kwotę 8.000 USD na rzecz DreamWorks z tytułu licencji programowych nabywanych i nadawanych przez Grupę. W okresie roku zakończonego 31 grudnia 2008 r. Grupa ujęła koszty finansowe w wysokości 2.426 dotyczące tych gwarancji (w okresie roku zakończonego 31 grudnia 2007 r.: 2.961).

Dnia 25 czerwca 2008 r. Grupa zakończyła nabycie 25% udziałów plus 1 udział w kapitale zakładowym Neovision Holding od ITI Media Group (patrz Nota 15).

32. TRANSAKCJE Z JEDNOSTKAMI POWIĄZANYMI (CD.)

(vii) Wynagrodzenie Zarządu

Krótkoterminowe świadczenia pracownicze

Wynagrodzenie Zarządu wypłacone w roku zakończonym 31 grudnia 2008 r. wyniosło 10.485 (rok zakończony 31 grudnia 2007 r.: 9.863).

	Rok zakończony 31 grudnia 2008 r.		Rok zakończony 31 grudnia 2007 r.	
	Wynagrodzenie zasadnicze	*Premie**	*Wynagrodzenie zasadnicze*	*Premie***
Piotr Walter	1.245	800	1.239	593
Karen Burgess	1.120	540	1.119	353
Edward Miszczak	843	390	842	288
Jan Łukasz Wejchert	846	492	818	177
Tomasz Berezowski	527	175	539	122
Olgierd Dobrzyński	605	142	604	197
Waldemar Ostrowski	518	175	517	129
Adam Pieczyński	638	191	639	267
Jarosław Potasz	540	175	539	124
Piotr Tyborowicz	523	-	506	251
	7.405	**3.080**	**7.362**	**2.501**

*Premie wypłacone za 2007 rok
**Premie wypłacone za 2006 rok

Program oparty na przydziale opcji objęcia akcji

Członkowie Zarządu Spółki uczestniczą we wprowadzonym przez Grupę programie motywacyjnym polegającym na przydziale opcji objęcia akcji (patrz Nota 33), w następującej łącznej ilości podzielonej na cztery transze, o szacunkowej wartości godziwej ujętej w kosztach lub rozpoznanej jako część transakcji nabycia Grupa Onet.pl. Wartość godziwa opcji objęcia akcji przyznanych w dniu 27 grudnia 2005 r. została oszacowana w oparciu o cenę akcji 15,76 (nie w tysiącach) w tym dniu (po uwzględnieniu efektu późniejszego podziału wartości nominalnej akcji). Wartości godziwe opcji przyznanych w dniu 31 lipca 2006 r. i 18 grudnia 2007 r. zostały oszacowane w oparciu o ceny akcji (nie w tysiącach) odpowiednio: 21,30 i 24,75. Szczegóły programu przyznania opcji objęcia akcji przedstawione są w Nocie 33.

	Łączna liczba opcji objęcia akcji (nie w tysiącach)	Skumulowana wartość godziwa rozpoznana do dnia 31 grudnia 2008 r.*	Skumulowana wartość godziwa rozpoznana do dnia 31 grudnia 2007 r.*
Piotr Walter	622.600	7.387	5.950
Karen Burgess	526.290	6.275	5.095
Edward Miszczak	526.290	6.275	5.095
Jan Łukasz Wejchert	577.065	6.784	5.887
Tomasz Berezowski	336.030	4.007	3.253
Olgierd Dobrzyński	314.115	3.484	2.470
Waldemar Ostrowski	336.030	4.007	3.253
Adam Pieczyński	314.115	3.484	2.470
Jarosław Potasz	336.030	4.007	3.253
Piotr Tyborowicz	336.030	4.007	3.253

*Wyliczona jako stosunek wartości godziwej usług wyświadczonych od wprowadzenia programu do łącznej wartości godziwej programu.

32. TRANSAKCJE Z JEDNOSTKAMI POWIĄZANYMI (CD.)

(viii) Wynagrodzenie Rady Nadzorczej

Wynagrodzenie Rady Nadzorczej wypłacone w roku zakończonym 31 grudnia 2008 r. wyniosło 1.126 (rok zakończony 31 grudnia 2007 r.: 1.097).

	Rok zakończony * 31 grudnia 2008 r.	Rok zakończony 31 grudnia 2007 r.
Wojciech Kostrzewa	192	165
Jan Wejchert	-	10
Bruno Valsangiacomo	156	137
Arnold Bahlmann	108	90
Romano Fanconi	72	68
Paweł Gricuk	144	121
Paweł Kosmala	47	-
Sandra Nowak	21	263
Wiesław Rozłucki	132	92
Andrzej Rybicki	72	66
Markus Tellenbach	47	-
Mariusz Walter	-	10
Aldona Wejchert	72	56
Gabriel Wujek	63	-
Jan Adam Zieliński	-	19
	1.126	**1.097**

* Zawiera łączną kwotę 237 zaliczoną w koszty w 2008 r. i wypłaconą w 2009 r.

33. PROGRAM PRZYDZIAŁU OPCJI OBJĘCIA AKCJI

Opcje objęcia akcji przyznawane są wybranym członkom Zarządu, pracownikom i współpracownikom o kluczowym znaczeniu dla Grupy. Prawa do opcji są przyznawane w ramach dwóch programów:

(i) Program Motywacyjny I wprowadzony 27 grudnia 2005 r. w oparciu o akcje Serii C,
(ii) Program Motywacyjny II wprowadzony 31 lipca 2006 r. jako część transakcji nabycia Grupa Onet.pl, w oparciu o akcje Serii E.

Grupa nie ma zobowiązań prawnych ani zwyczajowych dotyczących wykupu opcji albo ich rozliczenia w gotówce.

Zmiany liczby istniejących opcji objęcia akcji i ich odpowiadającej przeciętnej ceny wykonania są następujące (nie w tysiącach):

	Rok zakończony 31 grudnia 2008 r.		Rok zakończony 31 grudnia 2007 r.	
	Przeciętna cena wykonania opcji	Przyznane opcje	Przeciętna cena wykonania opcji	Przyznane opcje
Na dzień 1 stycznia	10,62 zł	**14.887.155**	10,01 zł	**15.818.005**
Przyznane	-	-	11,68 zł	2.833.670
Wykonane	9,67 zł	(2.242.439)	8,83 zł	(3.764.520)
Na dzień 31 grudnia	10,79 zł	**12.644.716**	10,62 zł	**14.887.155**

33. PROGRAM PRZYDZIAŁU OPCJI OBJĘCIA AKCJI (CD.)

Średnia ważona cena rynkowa akcji w okresie roku zakończonego 31 grudnia 2008 r. wyniosła 20,95 (nie w tysiącach) za akcję.

Łączną wartość godziwą opcji oszacowano stosując model drzewa trójmianowego na 74.124 w odniesieniu do serii C i 110.101 w odniesieniu do serii E.

Model wyceny zakładał, że w przyszłości będą wypłacane dywidendy, zgodnie z polityką Grupy w tym zakresie. Wycena wartości godziwej opcji przyznanych przed dniem 1 stycznia 2007 r. zakładała, że w przyszłości dywidendy nie będą wypłacane. Program opcji objęcia akcji jest związany z warunkiem zatrudnienia.

Opcje można wykonać po ustalonych cenach po spełnieniu warunków uprawniających do realizacji uprawnień wskazanych poniżej (nie w tysiącach):

Seria	Liczba opcji	Cena wykonania opcji	Okres nabywania uprawnień
C1	384.060	PLN 8,66	opcje uprawniające
C2	1.669.330	PLN 9,58	opcje uprawniające
C3	3.479.210	PLN 10,58	do 1 stycznia 2009 r.
	5.532.600		

Seria	Liczba opcji	Cena wykonania opcji	Okres nabywania uprawnień
E1	217.730	PLN 8,66	opcje uprawniające
E2	282.135	PLN 9,58	opcje uprawniające
E3	1.337.516	PLN 10,58	opcje uprawniające
E4	2.441.065	PLN 11,68	do 1 kwietnia 2009 r.
E4	2.833.670	PLN 11,68	do 1 stycznia 2010 r.
	7.112.116		

Wszystkie opcje mogą być wykonane do 31 grudnia 2011 r. Pomiędzy 1 stycznia 2009 r. i datą przygotowania niniejszego sprawozdania finansowego nie zrealizowano żadnych opcji.

Grupa Kapitałowa TVN S.A.

Raport uzupełniający opinię niezależnego biegłego rewidenta z badania skonsolidowanego sprawozdania finansowego za rok obrotowy od 1 stycznia do 31 grudnia 2008 r.

Raport uzupełniający opinię niezależnego biegłego rewidenta z badania skonsolidowanego sprawozdania finansowego
Dla Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy i Rady Nadzorczej TVN S.A.

Raport zawiera 18 kolejno ponumerowanych stron i składa się z następujących części:

		Strona
I.	Ogólna charakterystyka Grupy	2
II.	Informacje dotyczące przeprowadzonego badania	5
III.	Charakterystyka wyników i sytuacji finansowej Grupy	6
IV.	Charakterystyka wybranych pozycji skonsolidowanego sprawozdania finansowego	8
V.	Stwierdzenia niezależnego biegłego rewidenta	17
VI.	Informacje i uwagi końcowe	18

I. Ogólna charakterystyka Grupy

(a) TVN S.A. (do 29 lipca 2004 r. TVN Sp. z o.o.) - Jednostka dominująca rozpoczęła działalność w 1997 roku. Akt założycielski sporządzono w formie aktu notarialnego przed notariuszem Piotrem Soroką prowadzącym kancelarię notarialną przy ul. Żurawiej 47 w Warszawie (Repertorium nr A – 3908/95) w dniu 22 maja 1995 r. i zarejestrowano w XVI Wydziale Gospodarczym – Rejestrowym Sądu Gospodarczego w Warszawie. W dniu 12 czerwca 2001 r. Sąd Rejonowy w Warszawie, XX Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego dokonał wpisu Jednostki dominującej do Rejestru Przedsiębiorców pod numerem KRS 0000018906. W dniu 2 lipca 2004 r. Zgromadzenie Wspólników Jednostki dominującej podjęło decyzję o przekształceniu TVN Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością w TVN Spółkę Akcyjną. W dniu 30 lipca 2004 r. przekształcenie zostało zarejestrowane, a TVN S.A. została wpisana do Rejestru Przedsiębiorców pod numerem KRS 0000213007. W dniu 29 października 2004 r. Komisja Papierów Wartościowych i Giełd podjęła decyzję o dopuszczeniu do publicznego obrotu 26.300.000 akcji Jednostki dominującej. Od dnia 7 grudnia 2004 r. akcje są notowane na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.

(b) W roku obrotowym objętym badaniem Jednostka dominująca prowadziła działalność w oparciu o koncesje wydane przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji.

(c) Dla celów rozliczeń z tytułu podatków Jednostce dominującej nadano dnia 4 lipca 1995 r. numer NIP 951-00-57-883. Dla celów statystycznych Jednostka dominująca otrzymała dnia 23 września 1997 r. numer REGON 011131245.

(d) Zarejestrowany kapitał zakładowy Jednostki dominującej na dzień 31 grudnia 2008 r. wynosi 69.903.082,80 zł i składa się z 349.515.414 akcji o wartości nominalnej 0,20 zł każda. Na dzień 31 grudnia 2008 r. wszystkie akcje były zarejestrowane w Krajowym Rejestrze Sądowym. Na dzień 31 grudnia 2008 roku łączna liczba akcji zawiera 2.956.170 akcji własnych.

(e) W badanym okresie przedmiotem działalności Grupy było nadawanie programów telewizyjnych w Polsce i generowanie przychodów z emisji reklam. Kanały należące do Grupy emitują wiadomości, programy informacyjne i rozrywkowe oraz seriale i filmy fabularne. Dodatkowo Grupa zarządza portalem internetowym Onet.pl.

(f) W okresie obrotowym członkami Zarządu Jednostki dominującej byli:

- Piotr Walter — Prezes Zarządu
- Karen Burgess — Wiceprezes Zarządu
- Edward Miszczak — Wiceprezes Zarządu
- Jan Łukasz Wejchert — Wiceprezes Zarządu
- Tomasz Berezowski — Członek Zarządu
- Olgierd Dobrzyński — Członek Zarządu
- Waldemar Ostrowski — Członek Zarządu
- Adam Pieczyński — Członek Zarządu
- Jarosław Potasz — Członek Zarządu
- Piotr Tyborowicz — Członek Zarządu

I. Ogólna charakterystyka Grupy (cd.)

(g) W skład Grupy Kapitałowej TVN S.A. na dzień 31 grudnia 2008 r. wchodzą następujące jednostki:

Nazwa jednostki	Charakterystyka powiązania kapitałowego (% własności)	Metoda konsolidacji	Podmiot badający sprawozdanie finansowe	Rodzaj opinii	Dzień bilansowy, na który sporządzono sprawozdanie finansowe
TVN S.A.	Dominująca	Nie dotyczy	PricewaterhouseCoopers Sp. z o.o.	Bez zastrzeżeń	31 grudnia 2008 r.
TVN Finance Corporation plc	Zależna 100%	Pełna	PricewaterhouseCoopers LLP	(*)	31 grudnia 2008 r.
Tivien Sp. z o.o.	Zależna 100%	Pełna	Spółka nie podlega badaniu	Nie dotyczy	31 grudnia 2008 r.
El-Trade Sp. z o.o.	Zależna 100%	Pełna	Spółka nie podlega badaniu	Nie dotyczy	31 grudnia 2008 r.
NTL Radomsko Sp. z o.o.	Zależna 100%	Pełna	Spółka nie podlega badaniu	Nie dotyczy	31 grudnia 2008 r.
Grupa Onet.pl S.A.	Zależna 100%	Pełna	PricewaterhouseCoopers Sp. z o.o.	Bez zastrzeżeń	31 grudnia 2008 r.
Grupa Onet Poland Holding B.V.	Zależna 100%	Pełna	Spółka nie podlega badaniu	Nie dotyczy	31 grudnia 2008 r.
Dream Lab Onet.pl Sp. z o.o.	Zależna 100%	Pełna	PricewaterhouseCoopers Sp. z o.o.	(*)	31 grudnia 2008 r.
Media Entertainment Ventures International Limited	Zależna 100%	Pełna	Spółka nie podlega badaniu	Nie dotyczy	31 grudnia 2008 r.
SunWeb Sp. z o.o.	Zależna 100%	Pełna	Spółka nie podlega badaniu	Nie dotyczy	31 grudnia 2008 r.
Mango Media Sp. z o.o.	Zależna 100%	Pełna	PricewaterhouseCoopers Sp. z o.o.	(*)	31 grudnia 2008 r.
Thema Film Sp. z o.o.	Zależna 96%	Pełna	Spółka nie podlega badaniu	Nie dotyczy	31 grudnia 2008 r.
Polskie Badania Internetu Sp. z o.o.	Stowarzyszona (20%)	Metoda praw własności	Spółka nie podlega badaniu	Nie dotyczy	31 grudnia 2008 r.
Neovision Holding B.V.	Stowarzyszona (25%)	Metoda praw własności	Spółka nie podlega badaniu (**)	Nie dotyczy	31 grudnia 2008 r.
Polski Operator Telewizyjny Sp. z o.o.	Wspólne przedsięwzięcie	Proporcjonalna	Spółka nie podlega badaniu	Nie dotyczy	31 grudnia 2008 r.
Discovery TVN Ltd	Wspólne przedsięwzięcie	Proporcjonalna	Spółka nie podlega badaniu	Nie dotyczy	31 grudnia 2008 r.

(*) Na dzień podpisania niniejszej opinii, opinia z badania sprawozdania finansowego nie została wydana.
(**) Spółka Neovision Holding B.V. nie podlegała badaniu. Badaniu podlegała natomiast spółka zależna w 100% od Neovision Holding B.V. - ITI Neovision Sp. z o.o., która jest właścicielem i operatorem cyfrowej platformy telewizyjnej ‘n’. Do dnia podpisania niniejszej opinii, opinia z badania sprawozdania finansowego - ITI Neovision Sp. z o.o. nie została wydana).

I. Ogólna charakterystyka Grupy (cd.)

(h) W dniu 25 czerwca 2008 r. Grupa zakończyła transakcję nabycia od ITI Media Group N. V. 25 % udziałów plus jeden udział w kapitale zakładowym Neovision Holding B. V., spółki zarejestrowanej w Amsterdamie, jedynego udziałowca ITI Neovision Sp. z o.o., właściciela i operatora cyfrowej platformy telewizyjnej 'n' w Polsce.

(i) Jednostka dominująca jest emitentem papierów wartościowych dopuszczonych do obrotu na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie i zgodnie z wymogami Ustawy o rachunkowości sporządza skonsolidowane sprawozdanie finansowe zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej (MSSF) zatwierdzonymi przez Unię Europejską.

II. Informacje dotyczące przeprowadzonego badania

(a) PricewaterhouseCoopers Sp. z o.o. została wybrana na biegłego rewidenta Grupy uchwałą nr 6 Rady Nadzorczej TVN S.A. z dnia 17 grudnia 2007 r. na podstawie paragrafu 21 ust. 2 pkt 10 Statutu Spółki.

(b) PricewaterhouseCoopers Sp. z o.o. oraz biegły rewident przeprowadzający badanie są niezależni od jednostek wchodzących w skład Grupy w rozumieniu art. 66 ust. 2 Ustawy o rachunkowości.

(c) Badanie przeprowadzono na podstawie umowy zawartej w dniu 18 marca 2008 r. w okresie:

- badanie wstępne od 13 do 24 października 2008 r.;
- badanie końcowe od 12 stycznia do 19 lutego 2009 r.

III. Charakterystyka wyników i sytuacji finansowej Grupy

TVN S.A. jest jednostką dominującą w Grupie, w skład której na dzień 31 grudnia 2008 r. wchodziło 11 konsolidowanych metodą pełną spółek zależnych; dane dwóch spółek stowarzyszonych zostały wykazane w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym metodą praw własności, a dane dwóch wspólnych przedsięwzięć zostały wykazane w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym metodą proporcjonalną.

Na dzień 31 grudnia 2007 r. w skład Grupy wchodziło 10 konsolidowanych metodą pełną spółek zależnych; dane 1 spółki stowarzyszonej zostały wykazane w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym metodą praw własności, a dane 2 wspólnych przedsięwzięć zostały wykazane w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym metodą proporcjonalną.

Skonsolidowane sprawozdanie finansowe nie uwzględnia wpływu inflacji. Ogólny wskaźnik zmian poziomu cen towarów i usług konsumpcyjnych (od grudnia do grudnia) wyniósł w badanym roku 3,3% (2007 r.: 4,0%). Poniższe komentarze przedstawiono w oparciu o wiedzę uzyskaną w trakcie badania skonsolidowanego sprawozdania finansowego:

- Na koniec roku obrotowego aktywa Grupy wyniosły 3.753.174 tys. zł. W ciągu roku suma bilansowa zwiększyła się o 1.008.249 tys. zł tj. o 36,7%. Zmiana ta wynika przede wszystkim z nabytych w 2008 roku krótkoterminowych aktywów finansowych dostępnych do sprzedaży w kwocie 315.616 tys. zł, zwiększenia salda aktywów z tytułu instrumentów pochodnych o 125.598 tys. zł oraz nabycia udziałów i pożyczek w jednostce stowarzyszonej Neovision Holding B. V., których łączna wartość bilansowa na 31 grudnia 2008 r. wyniosła 299.131 tys. zł. Wzrost sumy bilansowej został sfinansowany głównie poprzez emisję obligacji w nominalnej kwocie 500.000 tys. zł i zaciągnięty kredyt bankowy w wysokości 110.000 tys. zł, a także dzięki wypracowanemu zyskowi netto za 2008 rok w kwocie 363.676 tys. zł, częściowo skompensowanemu poprzez wypłatę dywidendy w kwocie 171.180 tys. zł.

- Na 31 grudnia 2008 r. udział agencji reklamowych w strukturze należności wynosił 70% w porównaniu z 73% na koniec poprzedniego roku obrotowego. Średni termin ściągalności należności uległ nieznacznemu wydłużeniu z 47 dni w roku 2007 do 48 dni w roku 2008.

- Pogorszeniu uległa struktura zadłużenia Grupy. Stopa zadłużenia wzrosła z 47,9% na koniec roku poprzedniego do 56,1% na koniec roku badanego, głównie w wyniku emisji obligacji oraz zaciągniętego kredytu bankowego i wykorzystanego kredytu w rachunku bieżącym oraz wzrostu wartości zobowiązania z tytułu emisji obligacji przez jednostkę zależną TVN Finance Corporation plc. w wyniku niekorzystnej zmiany kursu Euro względem złotego.

- Ogółem przychody Grupy ze sprzedaży wyniosły 1.897.309 tys. zł i wzrosły o 22,0% w porównaniu do roku poprzedniego. Wzrost ten wynikał głównie ze wzrostu przychodów z emisji reklam o 265.653 tys. zł oraz przychodów ze sponsoringu o 33.727 tys. zł. Podstawową działalnością Grupy w bieżącym roku obrotowym była emisja reklam. Wzrost przychodów z tej działalności był głównie wynikiem zwiększenia udziału sprzedaży cennikowej w łącznej wartości sprzedaży reklam oraz efektywnego wzrostu cen emitowanych reklam.

III. Charakterystyka wyników i sytuacji finansowej Grupy (cd.)

- Koszty własne sprzedaży w badanym roku obrotowym wzrosły o 148.730 tys. zł, tj. 18,2%. Łącznie koszty działalności operacyjnej wzrosły o 192.717 tys. zł, tj. 18,0%. Wzrost ten był głównie spowodowany zwiększeniem amortyzacji kapitalizowanych kosztów produkcji własnej o 85.021 tys. zł, kosztów wynagrodzeń i świadczeń dla pracowników o 46.900 tys. zł oraz kosztów sprzedanych towarów i usług o 16.817 tys. zł. Największą pozycję kosztów działalności Grupy stanowiła amortyzacja kapitalizowanych kosztów produkcji własnej, która wyniosły 506.655 tys. zł oraz koszty wynagrodzeń i zakupu licencji programowych, które wyniosły odpowiednio 168.614 tys. zł oraz 122.860 tys. zł.

- Wskaźnik rentowności mierzony zyskiem z działalności operacyjnej wyniósł 33,3% i był wyższy o 2,3 punktu procentowego od uzyskanego w roku poprzednim. Było to głównie spowodowane szybszym tempem wzrostu przychodów ze sprzedaży czasu antenowego w porównaniu do tempa wzrostu kosztów produkcji i nadawania programów telewizyjnych.

- Przychody inwestycyjne netto wzrosły w badanym roku obrotowym o 61.746 tys. zł głównie w wyniku osiągnięcia przez Grupę w roku 2008 wyższych o 19.431 tys. zł zysków z tytułu dodatnich różnic kursowych, zysków dotyczących opcji walutowych w kwocie 22.672 tys. zł i wyższych o 19.643 tys. zł przychodów z tytułu odsetek w porównaniu do roku poprzedniego. Wyższa kwota przychodów odsetkowych wynika głównie z nabytych w ciągu roku bonów skarbowych oraz pożyczek dla jednostki stowarzyszonej.

- W 2008 roku koszty finansowe netto spadły o 33.151 tys. zł. Główną przyczyną niższych kosztów finansowych w porównaniu do roku ubiegłego był rozpoznany zysk netto na zmianie wartości godziwej oraz rozliczeniu opcji walutowych w łącznej wysokości 100.558 tys. zł. oraz niższa o 87.170 tys. zł strata z tytułu spadku wartości wbudowanej opcji wcześniejszej spłaty zobowiązań z tytułu obligacji Senior Notes. Ponadto w roku 2007 Grupa rozpoznała stratę w kwocie 40.725 tys. zł z tytułu wcześniejszego rozliczenia transakcji zabezpieczających typu collar. Wpływ powyższych czynników został częściowo osłabiony przez ujemne różnice kursowe od obligacji Senior Notes w wysokości 130.605 tys. zł.

- Na dzień 31 grudnia 2008 roku sytuacja płatnicza Grupy uległa poprawie w porównaniu do 31 grudnia 2007 r.. Wskaźnik płynności wyniósł 2,6 na koniec roku 2008 (na koniec 2007 r.: 1,8). Zmiana ta jest spowodowana głównie nabyciem w 2008 roku polskich krótkoterminowych bonów skarbowych zakwalifikowanych do aktywów finansowych dostępnych do sprzedaży oraz do środków pieniężnych i ich ekwiwalentów, co zostało sfinansowane między innymi zaciągniętymi zobowiązaniami długoterminowymi.

- Efektywna stawka podatku dochodowego wynosi 18,7%, w porównaniu do 18,1% w 2007 roku. Efektywna stawka podatkowa nie wynosi wprost 19% ze względu na wpływ ulg podatkowych z tytułu nakładów inwestycyjnych poniesionych prze Grupę w specjalnej strefie ekonomicznej w Krakowie, który został częściowo skompensowany wpływem kosztów planu przydziału opcji objęcia akcji, nie stanowiących kosztów uzyskania przychodów oraz pozostałych kosztów nie stanowiących kosztów uzyskania przychodów i nie podlegających opodatkowaniu.

IV. Charakterystyka wybranych pozycji skonsolidowanego sprawozdania finansowego

SKONSOLIDOWANY BILANS na 31 grudnia 2008 r.

	Komentarz	31.12.2008 r. tys. zł	31.12.2007 r. tys. zł	Zmiana tys. zł	Zmiana (%)	31.12.2008 r. Struktura (%)	31.12.2007 r. Struktura (%)
AKTYWA							
Aktywa trwałe							
Rzeczowe aktywa trwałe	1	347.400	250.168	97.232	38,9	9,3	9,1
Wartość firmy	2	952.657	952.657	-	-	25,4	34,7
Marka	2	693.688	693.688	-	-	18,5	25,3
Inne wartości niematerialne		56.796	50.969	5.827	11,4	1,5	1,9
Długoterminowe aktywa programowe	3	154.741	127.433	27.308	21,4	4,1	4,6
Inwestycje w jednostki stowarzyszone		120.076	83	119.993	>999,9	3,2	0,0
Pożyczka do jednostki stowarzyszonej		179.138	-	179.138	n.d	4,8	0,0
Aktywa finansowe dostępne do sprzedaży	5	7.588	7.588	-	-	0,2	0,3
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego		34.515	12.637	21.878	173,1	0,9	0,4
Pozostałe aktywa trwałe		5.181	4.256	925	21,7	0,1	0,2
		2.551.780	**2.099.479**	**452.301**	**21,5**	**68,0**	**76,5**
Aktywa obrotowe							
Krótkoterminowe aktywa programowe	3	192.676	179.523	13.153	7,3	5,1	6,5
Należności z tytułu dostaw i usług	4	305.834	299.590	6.244	2,1	8,1	10,9
Aktywa finansowe dostępne do sprzedaży	5	315.616	-	315.616	n.d	8,5	0,0
Finansowe instrumenty pochodne	6	149.865	24.267	125.598	517,6	4,0	0,9
Rozliczenia międzyokresowe i inne aktywa obrotowe		51.286	31.600	19.686	62,3	1,4	1,2
Należności z tytułu podatku dochodowego od osób prawnych		1.250	94	1.156	>999,9	-	-
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty		184.867	110.372	74.495	67,5	4,9	4,0
		1.201.394	**645.446**	555.948	86,1	32,0	**23,5**
Aktywa razem		**3.753.174**	**2.744.925**	**1.008.249**	**36,7**	**100,0**	**100,0**

IV. Charakterystyka wybranych pozycji skonsolidowanego sprawozdania finansowego (cd.)

SKONSOLIDOWANY BILANS na 31 grudnia 2008 r. (cd.)

	Komentarz	31.12.2008r. tys. zł	31.12.2007 r. tys. zł	Zmiana tys. zł	Zmiana (%)	31.12.2008 r. Struktura (%)	31.12.2007 r. Struktura (%)
PASYWA							
KAPITAŁ WŁASNY							
Kapitał zakładowy	7	69.903	69.455	448	0,6	1,9	2,5
Kapitał zapasowy z emisji akcji powyżej wartości nominalnej		605.805	566.327	39.478	7,0	16,1	20,6
Akcje własne		(37.428)	-	(37.428)	n.d.	(1,0)	0,0
Kapitał zapasowy (8%)		23.152	22.901	251	1,1	0,6	0,8
Inne kapitały rezerwowe		109.048	86.833	22.215	25,6	2,9	3,2
Skumulowany zysk		876.474	684.245	192.229	28,1	23,4	25,0
		1.646.954	**1.429.761**	**217.193**	**15,2**	**43,9**	**52,1**
ZOBOWIĄZANIA							
Zobowiązania długoterminowe							
Obligacje *Senior Notes* oprocentowane 9,5% o terminie wykupu w 2013 r.	8	855.432	790.388	65.044	8,2	22,8	28,7
Obligacje PLN o terminie wykupu w 2013 r.	9	498.593	-	498.593	n.d.	13,3	0,0
Kredyt bankowy	10	109.875	-	109.875	n.d.	2,9	0,0
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego		165.679	166.578	(899)	(0,5)	4,4	6,1
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług	11	6.951	8.724	(1.773)	(20,3)	0,2	0,3
Pozostałe zobowiązania długoterminowe		1.342	1.374	(32)	(2,3)	0,0	0,1
		1.637.872	**967.064**	**670.808**	**69,4**	**43,6**	**35,2**
Zobowiązania krótkoterminowe							
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług	11	141.905	111.107	30.798	27,7	3,8	4,0
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego od osób prawnych		40.559	43.223	(2.664)	(6,2)	1,1	1,6
Odsetki naliczone od obligacji i kredytów bankowych		7.658	3.332	4.326	129,8	0,2	0,1
Kredyt w rachunku bieżącym	10	48.733	-	48.733	n.d.	1,3	0,0
Pozostałe zobowiązania oraz rozliczenia międzyokresowe	12	229.493	190.438	39.055	20,5	6,1	7,0
		468.348	**348.100**	**120.248**	**34,5**	**12,5**	**12,7**
Zobowiązania razem		**2.106.220**	**1.315.164**	**791.056**	**60,1**	**56,1**	**47,9**
Pasywa razem		**3.753.174**	**2.744.925**	**1.008.249**	**36,7**	**100,0**	**100,0**

IV. Charakterystyka wybranych pozycji skonsolidowanego sprawozdania finansowego (cd.)

SKONSOLIDOWANY RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT
Za okres obrotowy od 1 stycznia do 31 grudnia 2008 r.

	Komentarz	2008 tys. zł	2007 tys. zł	Zmiana tys. zł	Zmiana (%)	2008 Struktura (%)	2007 Struktura (%)
Przychody ze sprzedaży	13	1.897.309	1.554.729	342.580	22,0	100,0	100,0
Koszty własne sprzedaży	13	(967.153)	(818.423)	(148.730)	18,2	(51,0)	(52,6)
Koszty sprzedaży	13	(151.772)	(126.452)	(25.320)	20,0	(8,0)	(8,2)
Koszty ogólnego zarządu	13	(148.801)	(126.008)	(22.793)	18,1	(7,8)	(8,1)
Pozostałe przychody/(koszty) operacyjne, netto		2.292	(1.834)	4.126	(225,0)	0,1	(0,1)
Zysk z działalności operacyjnej		**631.875**	**482.012**	**149.863**	**31,1**	**33,3**	**31,0**
Przychody inwestycyjne, netto	14	81.090	19.344	61.746	319,2	4,3	1,2
Koszty finansowe, netto	14	(170.973)	(204.124)	33.151	16,2	(9,0)	(13,1)
Udział w stracie jednostki stowarzyszonej		(94.440)	-	(94.440)	n.d.	(5,0)	0,0
Zysk brutto		**447.552**	**297.232**	**150.320**	**50,6**	**23,6**	**19,1**
Podatek dochodowy		(83.876)	(53.924)	(29.952)	55,5	(4,4)	(3,5)
Zysk netto przypadający akcjonariuszom TVN S.A.		**363.676**	**243.308**	**120.368**	**49,5**	**19,2**	**15,6**

III. Charakterystyka wybranych pozycji skonsolidowanego sprawozdania finansowego (cd.)

Wybrane wskaźniki charakteryzujące sytuację majątkową i finansową oraz wyniki finansowe Grupy

Działalność gospodarczą Grupy, jej wynik finansowy za rok obrotowy oraz sytuację majątkową i finansową na dzień bilansowy w porównaniu do okresów poprzedzających charakteryzują następujące wskaźniki:

	2008	**2007**	**2006**
Wskaźniki aktywności			
- szybkość obrotu należności	48 dni	47 dni	41 dni
Wskaźniki rentowności			
- rentowność sprzedaży netto	19,2%	15,6%	22,2%
- rentowność operacyjna	33,3%	31,0%	29,9%
- ogólna rentowność kapitału	23,6%	18,2%	31,7%
Wskaźniki zadłużenia			
- stopa zadłużenia	56,1%	47,9%	52,0%
	31.12.2008	**31.12.2007**	**31.12.2006**
Wskaźniki płynności(*)			
- wskaźnik płynności I i II	2,6	1,8	1,5
Inne wskaźniki			
- efektywna stawka podatku dochodowego	18,7%	18,1%	22,6%

(*) Przy wyliczaniu wskaźnika płynności, z aktywów krótkoterminowych wyłączono wartość opcji wbudowanej w obligacje oprocentowane 9,5% o terminie wykupu 2013 r., której wartość na koniec 2008, 2007 oraz 2006 roku wyniosła odpowiednio 0 tys. zł, 20.447 tys. zł oraz 128.064 tys. zł.

IV. Charakterystyka wybranych pozycji skonsolidowanego sprawozdania finansowego (cd.)

Skonsolidowany bilans na dzień 31 grudnia 2008 r.

1. Rzeczowe aktywa trwałe

Rzeczowe aktywa trwałe pochodzą głównie z Jednostki dominującej w kwocie 263.970 tys. zł oraz ze skonsolidowanej Grupy Onet.pl S.A. w kwocie 82.171 tys. zł (dane przed wyłączeniami konsolidacyjnymi).

W badanym roku obrotowym Grupa Kapitałowa TVN S.A. nabyła środki trwałe o łącznej wartości brutto 156.528 tys. zł, z czego 107.588 tys. zł przypadało na nabycia przez Jednostkę dominującą a 48.045 tys. zł na nabycia przez skonsolidowaną Grupę Onet.pl S.A. (dane przed wyłączeniami konsolidacyjnymi). Zwiększania dotyczyły głównie zakupów sprzętu telewizyjnego, nadawczego i technicznego oraz zwiększeń środków trwałych w budowie. Jednocześnie dokonano likwidacji lub sprzedaży środków trwałych o wartości netto 1.064 tys. zł. Odpisy amortyzacyjne wyniosły w badanym okresie 60.117 tys. zł. W 2008 roku odwrócono odpis z tytułu utraty wartości gruntów w wysokości 1.885 tys. zł.

2. Wartość firmy i marki

Wartość firmy i marki wynosiły na 31 grudnia 2008 roku 1.646.345 tys. zł i ich wartość nie zmieniła się w porównaniu do salda na 31 grudnia 2007 roku. Na saldo wartości firmy i marek na dzień 31 grudnia 2008 r. składają się głównie salda rozpoznane w 2006 roku w wyniku nabycia Grupy Onet Poland Holding B.V. i Grupy Onet.pl S.A. w łącznej kwocie 1.445.633 tys. zł.

Wartość firmy oraz marki podlegają obowiązkowemu testowi na utratę wartości. Na dzień 31 grudnia 2008 r. test ten nie wykazał konieczności utworzenia odpisów aktualizacyjnych. Szczegóły przeprowadzonego przez Grupę testu na utratę wartości, zawierające m.in. opis metodologii oraz kluczowych założeń zostały zamieszczone w nocie nr 4 (ii) do skonsolidowanego sprawozdania finansowego. W nocie tej przedstawiono również analizę wrażliwości wykonanego testu względem zmian kluczowych założeń.

3. Aktywa programowe

Na saldo aktywów programowych składają się głównie: nabyte licencje programowe o wartości 172.707 tys. zł oraz kapitalizowane koszty produkcji własnych w kwocie 147.951 tys. zł. Wzrost aktywów programowych w bieżącym okresie o 40.461 tys. zł wynika głównie ze wzrostu salda kapitalizowanych kosztów produkcji własnych o 43.438 tys. zł i koprodukcji o 12.033 tys. zł, skompensowane spadkiem salda nabytych licencji programowych o 14.556 tys. zł.

4. Należności z tytułu dostaw i usług

Saldo należności z tytułu dostaw i usług wynosi 305.834 tys. zł i wzrosło nieznacznie w porównaniu do stanu na koniec roku poprzedniego (o 6.244 tys. zł, tj. o 2,1%). Na saldo należności z tytułu dostaw i usług składają się głównie salda z Jednostki dominującej w kwocie 267.411 tys. zł (dane przed wyłączeniami konsolidacyjnymi).

IV. Charakterystyka wybranych pozycji skonsolidowanego sprawozdania finansowego (cd.)

5. Aktywa finansowe dostępne do sprzedaży

Na saldo aktywów finansowych dostępnych do sprzedaży składają się głównie polskie bony skarbowe, które Grupa nabyła w 2008 roku i których wartość bilansowa wynosi 315.616 tys. zł.

6. Finansowe instrumenty pochodne

Na dzień 31 grudnia 2008 roku na saldo aktywów z tytułu finansowych instrumentów pochodnych w łącznej kwocie 149.865 tys. zł składają się opcje walutowe w euro i dolarze amerykańskim. Wzrost salda w porównaniu do roku poprzedniego wynika głównie ze wzrostu wartości godziwej opcji walutowych zakupionych w trakcie roku 2008, który był spowodowany głównie znaczącym osłabieniem kursu złotego względem euro oraz dolara amerykańskiego w drugiej połowie roku.

7. Kapitał zakładowy Jednostki dominującej

W badanym roku wielkość kapitału zakładowego została podwyższona o kwotę 448 tys. zł w związku z realizacją opcji przez pracowników objętych programem motywacyjnym. Łącznie w 2008 roku wyemitowano 2.242.439 szt. akcji. Wszystkie akcje zostały zarejestrowane w Krajowym Rejestrze Sądowym na dzień 31 grudnia 2008 r.

W dniu 30 października 2008 r. akcjonariusze Jednostki dominującej zatwierdzili program wykupu akcji własnych w celu ich umorzenia. Do dnia 31 grudnia 2008 r. Grupa nabyła 2.956.170 akcji za łączną kwotę 37.428 tys. zł.

Zgodnie z informacjami zawartymi w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym na dzień zatwierdzenia sprawozdania finansowego akcjonariuszami Jednostki dominującej byli:

Nazwa akcjonariusza	Liczba posiadanych akcji	% kapitału własnego	Liczba głosów	% posiadanych głosów	% posiadanych głosów
	(**)	(**)	(**)	(**)	(***)
Strateurop International B.V.(*)	180.355.430	51,60%	180.355.430	51,60%	52,04%
N-Vision B.V. (*)	23.048.635	6,59%	23.048.635	6,59%	6,65%
Cadizin Trading&Investments Limited (*)	10.001.400	2,86%	10.001.400	2,86%	2,89%
ITI Impresario (*)	1.400	0,00%	1.400	0,00%	0,00%
Pozostali akcjinariusze	136.108.549	38,95%	136.108.549	38,95%	38,42%
	349.515.414	**100,0%**	**349.515.414**	**100,0%**	**100,0%**

(*) Spółki znajdujące się pod kontrolą grupy kapitałowej ITI Holdings S.A.
(**) Włącznie z akcjami własnymi
(***) Z wyłączeniem akcji własnych

Łączna liczba akcji na dzień 31 grudnia 2008 r. zawiera 2.956.170 akcji własnych.

8. Obligacje oprocentowane 9,5% o terminie wykupu w 2013 r.

Na saldo składają się obligacje wyemitowane przez jednostkę zależną TVN Finance Corporation plc. Wzrost salda względem poprzedniego okresu wynika głównie ze zmiany kursu Euro względem złotego.

9. Obligacje PLN o terminie wykupu w 2013 r.

Saldo dotyczy obligacji wyemitowanych przez Jednostkę dominującą w dniu 23 czerwca 2008 r. o wartości nominalnej 500.000 tys. zł. Datą wykupu obligacji jest 14 czerwca 2013 r. Na 31 grudnia 2008 r. zobowiązanie z tytułu obligacji włącznie z naliczonymi odsetkami wyniosło 500.749 tys. zł i zostało wycenione według zamortyzowanego kosztu z uwzględnieniem efektywnej stopy procentowej na poziomie 9,69%.

10. Kredyt bankowy

Kredyt bankowy został zaciągnięty przez Jednostkę dominującą w ramach linii kredytowej w Banku Pekao S.A.. Na 31 grudnia 2008 r. saldo bilansowe kredytu wraz z naliczonymi odsetkami wyniosło 111.826 tys. zł.

11. Zobowiązania z tytułu dostaw i usług

Na saldo zobowiązań z tytułu dostaw i usług składają się zobowiązania z zakupu licencji programowych w kwocie 65.375 tys. zł (w 2007 r.: 68.803 tys. zł), zobowiązania z tytułu zakupu środków trwałych i wartości niematerialnych i prawnych w kwocie 33.885 tys. zł. (w 2007 r.: 9.034 tys. zł), pozostałe zobowiązania z tytułu dostaw i usług w kwocie 44.510 tys. zł (w 2007 r.: 36.808 tys. zł) oraz zobowiązania od jednostek powiązanych w kwocie 5.086 tys. zł (w 2007 r.: 5.186 tys. zł).

Wzrost salda zobowiązań z tytułu dostaw i usług wynika głównie ze wzrostu zobowiązań z tytułu zakupu środków trwałych i wartości niematerialnych o 24.851 tys. zł.

12. Pozostałe zobowiązania oraz rozliczenia międzyokresowe

Na saldo pozostałych zobowiązań oraz rozliczeń międzyokresowych składają się zobowiązania z tytułu podatku VAT oraz innych podatków w kwocie 29.639 tys. zł, zobowiązania z tytułu kosztów świadczeń pracowniczych w kwocie 45.175 tys. zł, rozliczenia międzyokresowe przychodów w kwocie 21.647 tys. zł, rezerwy na koszty usług związanych z produkcją w kwocie 14.908 tys. zł, rozliczenia z tytułu kosztu usług związanych z nadawaniem satelitarnym w kwocie 6.236 tys. zł oraz pozostałe zobowiązania i rozliczenia międzyokresowe w kwocie 111.888 tys. zł. Wzrost salda w roku 2008 wynika głównie ze wzrostu rezerw dotyczących rabatów sprzedażowych oraz wzrostu salda zobowiązań z tytułu świadczeń pracowniczych.

Skonsolidowany rachunek zysków i strat za rok obrotowy do 31 grudnia 2008 r.

13. Przychody ze sprzedaży i koszty działalności operacyjnej

W badanym roku obrotowym przychody Grupy osiągnęły kwotę 1.897.309 tys. zł. Główną ich część stanowiły przychody z tytułu emisji reklam (77,8% przychodów netto ze sprzedaży ogółem), które wyniosły 1.475.252 tys. zł, z czego 1.313.416 tys. zł zostało zrealizowane przez Jednostkę dominującą (przed wyłączeniami konsolidacyjnymi).

Pozostałą część przychodów Grupa uzyskała m.in. ze świadczeń sponsorskich, z tytułu opłat abonamentowych dotyczących emisji w sieciach kablowych i satelitarnych platformach cyfrowych, z tytułu sprzedaży towarów, a także z tytułu usług związanych z udziałem widzów w audycjach za pośrednictwem połączeń telefonicznych oraz komunikatów SMS i opłat użytkowników Internetu.

W odniesieniu do roku 2007 przychody Grupy wzrosły o 22,0%. Wzrost ten wynikał głównie ze wzrostu przychodów z emisji reklam o 265.653 tys. zł, przychodów abonamentowych o 26.648 tys. zł, przychodów ze sponsoringu o 33.727 tys. zł oraz przychodów ze sprzedaży towarów o 26.618 tys. zł.

Koszty własne sprzedaży w badanym roku obrotowym wzrosły o 148.730 tys. zł, tj. o 18,2% do kwoty 967.153 tys. zł. Koszty sprzedaży wzrosły o 25.320 tys. zł, tj. 20.0% do kwoty 151.772 tys. zł, a koszty ogólnego zarządu o 22.793 tys. zł, tj. 18,1% do kwoty 148.801 tys. zł.

14. Przychody inwestycyjne i koszty finansowe

Przychody inwestycyjne netto wzrosły w badanym roku obrotowym o 61.746 tys. zł głównie w wyniku osiągnięcia przez Grupę w roku 2008 wyższych o 19.431 tys. zł zysków z tytułu dodatnich różnic kursowych, zysków dotyczących opcji walutowych w kwocie 16.759 tys. zł i wyższych o 19.643 tys. zł przychodów z tytułu odsetek w porównaniu do roku poprzedniego. Wyższa kwota przychodów odsetkowych wynika głównie z nabytych w ciągu roku bonów skarbowych oraz pożyczek dla jednostki stowarzyszonej.

W 2008 roku koszty finansowe netto spadły o 33.151 tys. zł. Główną przyczyną niższych kosztów finansowych w porównaniu do roku ubiegłego był rozpoznany zysk netto na zmianie wartości godziwej oraz rozliczeniu opcji walutowych w łącznej wysokości 100.558 tys. zł. oraz niższa o 87.170 tys. zł strata z tytułu spadku wartości wbudowanej opcji wcześniejszej spłaty zobowiązań z tytułu obligacji Senior Notes. Ponadto w roku 2007 Grupa rozpoznała stratę w kwocie 40.725 tys. zł z tytułu wcześniejszego rozliczenia transakcji zabezpieczających typu collar. Wpływ powyższych czynników został częściowo osłabiony przez ujemne różnice kursowe od obligacji Senior Notes w wysokości 130.605 tys. zł.

V. Stwierdzenia niezależnego biegłego rewidenta

(a) Zarząd Jednostki dominującej przedstawił w toku badania żądane informacje, wyjaśnienia i oświadczenia oraz przedłożył oświadczenie o kompletnym ujęciu danych w dokumentacji konsolidacyjnej oraz wykazaniu wszelkich zobowiązań warunkowych, a także poinformował o istotnych zdarzeniach, które nastąpiły po dniu bilansowym do dnia złożenia oświadczenia.

(b) Zakres badania nie był ograniczony.

(c) Dokumentacja konsolidacyjna była kompletna i poprawna, a sposób jej przechowywania zapewnia właściwą ochronę.

(d) We wszystkich istotnych aspektach określone przez kierownika jednostki dominującej zasady rachunkowości oraz wykazywanie danych były zgodne z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej zatwierdzonymi przez Unię Europejską. Została zachowana ciągłość stosowanych zasad i metod w stosunku do okresu ubiegłego.

(e) We wszystkich istotnych aspektach konsolidacja kapitałów został przeprowadzona prawidłowo.

(f) Wyłączenia wzajemnych rozrachunków (należności i zobowiązań) oraz obrotów wewnętrznych (przychodów i kosztów) jednostek objętych konsolidacją zostały dokonane we wszystkich istotnych aspektach zgodnie z MSSF zatwierdzonymi przez Unię Europejską.

(g) Wyłączenia wyników nie zrealizowanych przez jednostki objęte konsolidacją, zawartych w wartości aktywów oraz z tytułu dywidend zostały dokonane we wszystkich istotnych aspektach zgodnie z MSSF zatwierdzonymi przez Unię Europejską.

(h) Nie stwierdzono w roku obrotowym objętym badaniem sprzedaży całości lub części udziałów lub akcji w jednostkach podporządkowanych.

(i) Informacja dodatkowa przedstawia wszystkie istotne informacje określone przez MSSF zatwierdzone przez Unię Europejską.

(j) Sprawozdanie z działalności Grupy Kapitałowej uwzględnia zagadnienia wymagane przepisami Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 19 października 2005 r. w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych („Rozporządzenie", Dz.U. 05.209.1744 z dnia 26 października 2005 r.).

(k) Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok poprzedzający zostało zbadane przez PricewaterhouseCoopers Sp. z o.o. Biegły rewident wydał na jego temat opinię bez zastrzeżeń.

(l) Skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy za rok obrotowy od 1 stycznia do 31 grudnia 2007 r. zostało zatwierdzone uchwałą nr 6 Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Jednostki dominującej dnia 9 maja 2008 r. oraz złożone w Krajowym Rejestrze Sądowym w Warszawie w dniu 14 maja 2008 r. i ogłoszone w Monitorze Polskim B numer 1225 w dniu 5 września 2008 r.

PricewaterhouseCoopers Sp. z o.o.
Al. Armii Ludowej 14
00-638 Warszawa
Poland
Telefon +48 (22) 523 4000
Faks +48 (22) 523 4040
http://www.pwc.com/pl

VI. Informacje i uwagi końcowe

Niniejszy raport został sporządzony w związku z badaniem skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej TVN S.A. („Grupa"), w której jednostką dominującą jest TVN S.A. („Jednostka dominująca") z siedzibą w Warszawie przy ulicy Wiertniczej 166. Badaniu podlegało skonsolidowane sprawozdanie finansowe obejmujące:

(a) skonsolidowany bilans sporządzony na dzień 31 grudnia 2008 r., który po stronie aktywów i pasywów wykazuje sumę 3.753.174 tys. zł;
(b) skonsolidowany rachunek zysków i strat za rok obrotowy od 1 stycznia do 31 grudnia 2008 r. wykazujący zysk netto w kwocie 363.676 tys. zł;
(c) skonsolidowane zestawienie zmian w kapitale własnym za rok obrotowy od 1 stycznia do 31 grudnia 2008 r. wykazujące zwiększenie kapitału własnego o kwotę 217.193 tys. zł;
(d) skonsolidowany rachunek przepływów pieniężnych za rok obrotowy od 1 stycznia do 31 grudnia 2008 r. wykazujący wpływy pieniężne netto w kwocie 73.479 tys. zł;
(e) informację dodatkową o przyjętych zasadach rachunkowości oraz inne informacje objaśniające.

Skonsolidowane sprawozdanie finansowe zostało podpisane przez Zarząd Jednostki dominującej dnia 19 lutego 2009 r. Raport powinien być odczytywany wraz z opinią niezależnego biegłego rewidenta dla Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy i Rady Nadzorczej TVN S.A. z dnia 19 lutego 2009 r. dotyczącą wyżej opisanego skonsolidowanego sprawozdania finansowego. Opinia o skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym wyraża ogólny wniosek wynikający z przeprowadzonego badania. Wniosek ten nie stanowi sumy ocen wyników badania poszczególnych pozycji skonsolidowanego sprawozdania bądź zagadnień, ale zakłada nadanie poszczególnym ustaleniom odpowiedniej wagi (istotności), uwzględniającej wpływ stwierdzonych faktów na rzetelność i prawidłowość skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

Działający w imieniu PricewaterhouseCoopers Sp. z o.o. i przeprowadzający badanie:

Waldemar K. Lachowski
Członek Zarządu
Biegły Rewident
Numer ewidencyjny 9345/7004

Spółka wpisana na listę podmiotów uprawnionych do badania sprawozdań finansowych pod numerem 144

Warszawa, 19 lutego 2009 r.