

BUKAREST

BUDAPEST

SZÓFIA

az

ESTMEDIA

Vagyonkezelő Nyrt.

2012. I. negyedéves

IFRS szerint konszolidált, nem auditált gyorsjelentése

2012. május 18.

PESTI ÉS ESTAROK

EXIT

SAPTE SERI

ηχογραμματα



ÖSSZEFOGLALÓ

3

ÜZLETI JELENTÉS

7

- 8 | I. Bevezetés
- 10 | II. Vállalati események és eredmények, konszolidált eredmények
 - 10 | II.1. Vállalati események
 - 14 | II.2. Vállalati eredmények
 - 16 | II.3. Konszolidált adatok
- 17 | III. A beszámolási időszak egyéb jelentős eseményei
 - 19 | III.1. Részvény adatok
- 20 | IV. Médiapiaci környezet
- 22 | V. Event üzletág
 - 22 | V.1. A Sziget-akvizíció
 - 23 | V.2. A Sziget-akvizíció jelentősége
 - 24 | V.3. Fesztiválok
- 25 | VI. A Társaság tevékenységének főbb kockázatai
- 27 | VII. A Társaság rövid- és középtávú feladatai
- 28 | VIII. A Társaság főbb célkitűzései

2

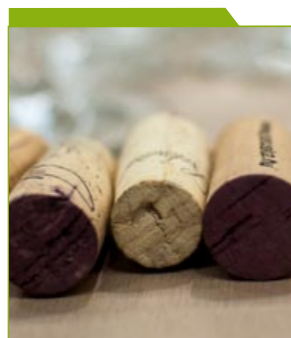
A JELENTŐSEBB TÉTELEK, VÁLTOZÁSOK MAGYARÁZATA

29

- 30 | I. Mérleg
 - 31 | I.1. Eszközök
 - 33 | I.2. Források
- 35 | II. Eredménykimutatás

ADATLAPOK

37



1043. SZÁM

2012 | XXI. ÉVFOLYAM/20.

FILM 005-031. oldal

TARTALOM

17 CSÜTÖRTÖK Paszkál
18 PÉNTEK Erik, Alexandra, Szandra
19 SZOMBAT Juci, Milla
20 VASÁRNAP Bernát, Felícia
21 HÉTFŐ Konstantin
22 KEDD Júlia, Rita

EXIT

006. oldal
Filmpremier
A DIKTÁTOR

KAJAPIA 047. oldal

TURMIX 049-074. oldal

033-046. oldal

073. oldal
Interjú
ALEXANDER BARD

050-053
055-058
059
060
061-064
066-067
068-069
070-071
072
073-074

Kiadás
Könyv
Sztárok
Tévé
Sport
Street
Horoszkóp
Interjú

Koncert & parti
Napibontás
Klubadatok
Zeneinterjú
Lemez

SZERKESZTŐSÉG

Felölts szerkesztő: Mészáros Orsolya
Szerkesztők: Borek Richard, Fodor Tamás, Kirsch András, Mészáros Orsolya, Rajkó Vera, Toth Csaba, Vajda Judit
Programszerkesztők: N. Toth Orsi, Szűcs Brigitta, Szűcs Zsuzsanna
Tördelészerkesztők: Tóth Gábor, Bacsa Endre, Kovács András

A SZERKESZTŐSÉG CÍME

1038 Budapest, Lajos u. 74-76. 3. emelet
E-mail: exit@estmedia.hu Tel.: 1/436-5000

A szerkesztőség minden beérkezett és ingyenes megjelenésére alkalmas programinformáció a saját szerkesztési elveinek megfelelő módon kezel.

NYOMDA

Théma Nyomda, 1106 Budapest, Jászberényi út 55.
Ugyvezető igazgató: Cseeszai Róbert
ISSN 1786-2108

EXIT 003

1042. SZÁM

2012 | XXI. ÉVFOLYAM/19.

FILM 005-028. oldal

TARTALOM

10 CSÜTÖRTÖK Ármán, Pálma, Milla
11 PÉNTEK Ferenc
12 SZOMBAT Pongrácz, Gyöngy
13 VASÁRNAP Szervác, Imola, Imelda

EXIT

006. oldal
Filmpremier
ÉJSZÓTÁRNYÉK

006-007
008-011
012-027
028

Filmpremier
Filmkereső
Moziműsor
Filmhírek, DVD

ZENE 029-043. oldal

030. oldal
Koncert & parti
HARDFLOOR (D)

030-031
032-037
038-039
040-041
043

Koncert & parti
Napibontás
Klubadatok
Lemez
Zenehírek

SZERKESZTŐSÉG

Felölts szerkesztő: Mészáros Orsolya
Szerkesztők: Borek Richard, Fodor Tamás, Kirsch András, Mészáros Orsolya, Rajkó Vera, Toth Csaba, Vajda Judit
Programszerkesztők: N. Toth Orsi, Szűcs Brigitta, Szűcs Zsuzsanna
Tördelészerkesztők: Tóth Gábor, Bacsa Endre, Kovács András

A SZERKESZTŐSÉG CÍME

1038 Budapest, Lajos u. 74-76. 3. emelet
E-mail: exit@estmedia.hu Tel.: 1/436-5000

A szerkesztőség minden beérkezett és ingyenes megjelenésére alkalmas programinformáció a saját szerkesztési elveinek megfelelő módon kezel.

NYOMDA

Théma Nyomda, 1106 Budapest, Jászberényi út 55.
Ugyvezető igazgató: Cseeszai Róbert
ISSN 1786-2108

EXIT 003



1043. SZÁM

2012 | XXI. ÉVFOLYAM/20.

FILM 005-031. oldal

TARTALOM

17 CSÜTÖRTÖK Paszkál
18 PÉNTEK Erik, Alexandra, Szandra
19 SZOMBAT Juci, Milla
20 VASÁRNAP Bernát, Felícia
21 HÉTFŐ Konstantin
22 KEDD Júlia, Rita

EXIT

006. oldal
Filmpremier
A DIKTÁTOR

KAJAPIA 047. oldal

TURMIX 049-074. oldal

033-046. oldal

073. oldal
Interjú
ALEXANDER BARD

050-053
055-058
059
060
061-064
066-067
068-069
070-071
072
073-074

Kiadás
Könyv
Sztárok
Tévé
Sport
Street
Horoszkóp
Interjú

Koncert & parti
Napibontás
Klubadatok
Zeneinterjú
Lemez

SZERKESZTŐSÉG

Felölts szerkesztő: Mészáros Orsolya
Szerkesztők: Borek Richard, Fodor Tamás, Kirsch András, Mészáros Orsolya, Rajkó Vera, Toth Csaba, Vajda Judit
Programszerkesztők: N. Toth Orsi, Szűcs Brigitta, Szűcs Zsuzsanna
Tördelészerkesztők: Tóth Gábor, Bacsa Endre, Kovács András

A SZERKESZTŐSÉG CÍME

1038 Budapest, Lajos u. 74-76. 3. emelet
E-mail: exit@estmedia.hu Tel.: 1/436-5000

A szerkesztőség minden beérkezett és ingyenes megjelenésére alkalmas programinformáció a saját szerkesztési elveinek megfelelő módon kezel.

NYOMDA

Théma Nyomda, 1106 Budapest, Jászberényi út 55.
Ugyvezető igazgató: Cseeszai Róbert
ISSN 1786-2108

EXIT 003

1042. SZÁM

2012 | XXI. ÉVFOLYAM/19.

FILM 005-028. oldal

TARTALOM

10 CSÜTÖRTÖK Ármán, Pálma, Milla
11 PÉNTEK Ferenc
12 SZOMBAT Pongrácz, Gyöngy
13 VASÁRNAP Szervác, Imola, Imelda

EXIT

006. oldal
Filmpremier
ÉJSZÓTÁRNYÉK

006-007
008-011
012-027
028

Filmpremier
Filmkereső
Moziműsor
Filmhírek, DVD

ZENE 029-043. oldal

030. oldal
Koncert & parti
HARDFLOOR (D)

030-031
032-037
038-039
040-041
043

Koncert & parti
Napibontás
Klubadatok
Lemez
Zenehírek

SZERKESZTŐSÉG

Felölts szerkesztő: Mészáros Orsolya
Szerkesztők: Borek Richard, Fodor Tamás, Kirsch András, Mészáros Orsolya, Rajkó Vera, Toth Csaba, Vajda Judit
Programszerkesztők: N. Toth Orsi, Szűcs Brigitta, Szűcs Zsuzsanna
Tördelészerkesztők: Tóth Gábor, Bacsa Endre, Kovács András

A SZERKESZTŐSÉG CÍME

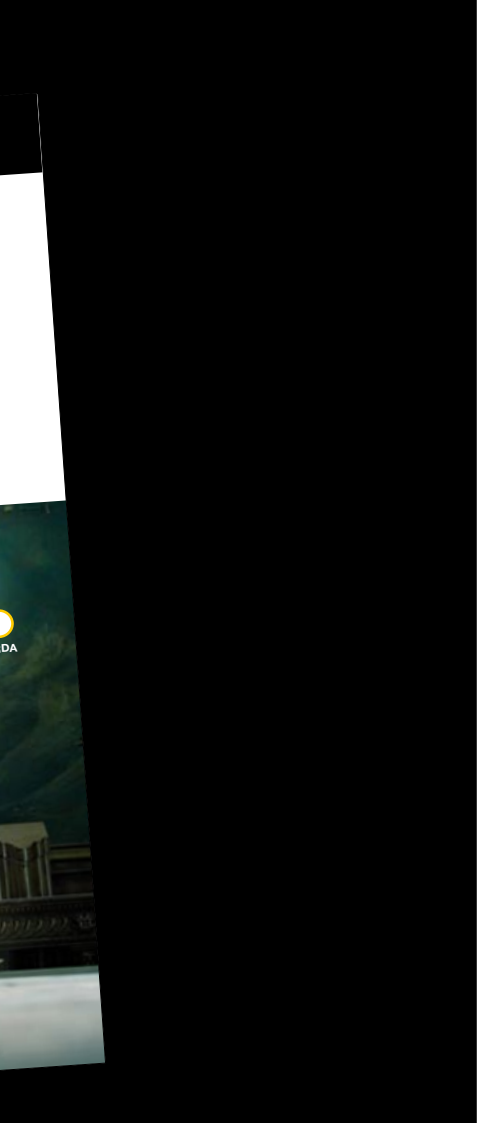
1038 Budapest, Lajos u. 74-76. 3. emelet
E-mail: exit@estmedia.hu Tel.: 1/436-5000

A szerkesztőség minden beérkezett és ingyenes megjelenésére alkalmas programinformáció a saját szerkesztési elveinek megfelelő módon kezel.

NYOMDA

Théma Nyomda, 1106 Budapest, Jászberényi út 55.
Ugyvezető igazgató: Cseeszai Róbert
ISSN 1786-2108

EXIT 003



Az EST MEDIA Nyrt. stratégiája szerint a Társaság fókuszterülete a média. A médiapiac fejlődésére elsősorban a teljes hirdetési piac volumenének alakulása hat, aki bármilyen platformon népszerű és hirdetési szempontból értékes terméket tud előállítani, az sikeres lehet, mindez szaktudás és piacismeret kérdése. A Társaság alapvető célja a médiatermékek eredményességének javítása, a növekedési lehetőségek megragadása mellett.

A cégcsoport stratégiájának megvalósítása körében 2009 és 2011 eleje között a széles, intenzíven fejlődő és több lábon álló portfólióban láttuk a növekedés és az eredményes működés zálogát. 2011 első negyedévének végére azonban világossá vált, hogy – nem kis részben a világgazdasági válság és annak a magyar reklámpiacra gyakorolt elhúzóó negatív hatása miatt – a csökkenő eredménytermelő képességű vagy veszteségbe forduló hagyományos média tevékenységeink, az új piaci területekre való belépés költségei és kezdeti veszteségei, valamint az akvizíciós növekedés együtt és egyszerre nem finanszírozható. Ennek megfelelően szükségessé vált a cégcsoport új szervező elv mentén történő reorganizációja, amely a rövid távú üzemi eredményesség elérését és növelését helyezi előtérbe a hosszú távú perspektívában értelmezhető, szélesebb alapokon nyugvó, de rövidebb távon ráfordításokkal járó sokelemű portfólió üzemeltetésével szemben. A reorganizáció keretében a III. negyedévben új tőke bevonására, hazai és nemzetközi akvizíciókra is sor került. Ez a megelőző évek üzemi veszteségeinek fedezésén túl a bizonyítottan sikeres alaptevékenységekhez (program guide, event) való visszatérést és egyben ezek terjeszkedését is elősegíti: a cégcsoport programkalauz termékei három országban, a 40 milliós magyar, román és bolgár piacot lefedve, platform-függetlenül elérhetőek.

Az EST MEDIA Nyrt. a magyar médiapiac egyik jelentős szereplőjeként nem vonhatja ki magát az iparágra jellemző piaci környezet alól sem. A médiapiac, illetve az EST MEDIA portfóliója szempontjából meghatározó jelentőségű reklámpiac mérete mindenkor a belső fogyasztás függvénye. Önmagában azonban a GDP alakulása – amennyiben annak fő tényezői az exportra termelő nagyvállalatok – nem korrelál szükségszerűen a belső fogyasztás alakulásával, ráadásul a fogyasztói szokásokat nagyban befolyásolhatják egyéb makrogazdasági tényezők is (pl. árfolyamok, kamatszintek). Az elmúlt három évben a magyarországi reklámpiac először jelentősen szűkülött, majd ezen a beszűkülött szinten látszik stabilizálódni.

A reorganizációs lépések – elsősorban a veszteséges üzletágak leépítése – miatt a Társaság első negyedéves konszolidált árbevétele a 2011-es év azonos időszakának adataihoz képest csökkent.

- A 2012. év I. negyedévében a Társaság konszolidált árbevétele 388 millió forint volt. Az év első negyedéve a Média Üzletág területén a reklámpiac historikus ciklikusságából adódóan a bevételek szempontjából a leggyengébb periódusnak számít. Ebben az időszakban – tekintve, hogy a tevékenység súlypontja ott kifejezetten a nyári hónapokra helyeződik – az Event Üzletág sem járul hozzá lényeges mértékben a konszolidált árbevételhez.
- A cégcsoport konszolidált üzemi szintű eredménye és az EBITDA-ja 36, illetve 49 millió forinttal, 18, illetve 29 százalékkal, míg a konszolidált adózott eredmény 45 millió forinttal és 23 százalékkal mutat kedvezőbb képet a bázisidőszaki adatokhoz képest, ami az árbevétel csökkenésénél nagyobb mértékű, a reorganizációnak köszönhetően elért költségcsökkentésnek tudható be. Ugyanakkor – az év szokásosan leggyengébb időszakát jelentő első negyedévben – mind a konszolidált üzemi szintű eredmény, mind az EBITDA, mind az adózott eredmény negatív tartományban maradt (-164, -118 és -147 millió forint),
- 2012 július elejéig a legfontosabb feladatunk a meglévő, a Sziget Kft.-beli és egyéb részesedéseinket terhelő, mintegy 805 millió forintos tőkeösszegű kötelezettségeink refinanszírozása. Ennek érdekében – az egyéb finanszírozási lehetőségek aktív keresése mellett – a Sziget Kft. kisebbségi tulajdonosaival szorosan együttműködünk egy, várhatóan a nyár közepéig lebonyolításra kerülő kötvénykibocsátásban. A kibocsátás alapja és fedezete egyrészt a Sziget Kft. működése és az abból származó eredmény, másrészt az EST MEDIA cégcsoport egyéb médiatevékenységéből származó eredmény lesz. A Sziget Kft. kisebbségi tulajdonosai a kibocsátásban való közreműködésükön túl készek kiegészítő garanciát is nyújtani a kötvénybirtokosok részére.
- Amellett, hogy a Sziget Kft. kisebbségi tulajdonosaival együttműködésben mindent elkövetünk a kötvénykibocsátás vagy egyéb forrásbevonás sikeressége érdekében, óvatos gazdálkodóként fel kell készülnünk arra az eshetőségre is, ha nem volna lehetséges a szükséges forrásokat előteremteni. Erre az esetre az a célunk, hogy a kötelezettségek lejáratára ne érintse kedvezőtlenül az EST MEDIA cégcsoport médiatevékenységét. Ennek megfelelően a kötvénykibocsátás vagy egyéb forrásteremtési tevékenység mellett, arra és csak arra az esetre, ha ezek nem vezetnének eredményre, 2012. június közepétől nyilvános pályázatot írunk ki a Sziget Kft.-beli részesedésünk értékesítésére. A Sziget Kft. kisebbségi tulajdonosai ebben a körben elkötelezték magukat amellett, hogy a pályázati eljárás esetleges sikertelensége esetén is legalább olyan áron megvásárolják a Sziget Kft.-beli részesedésünket, hogy a részesedést terhelő kötelezettségeinket abból visszafizethessük, illetve lezárhassuk és a kölcsönök mögé nyújtott egyéb – például a program kalauz üzletágunkat terhelő – fedezetek felszabadulhassanak. Ebben az egyébként nem kívánt esetben tehát a Média Üzletágunk érintetlenül, mintegy 805 millió forintos tőkeösszegű kötelezettség alól mentesülve folytathatná majd működését.
- Mindezek mellett a 2012-es év elejére levontuk a 2011-es év eseményeiből a megfelelő tanulságokat. Az Event területen átfogó, költséghatékonyabb működést megalapozó intézkedési csomaggal készülünk az idei szezonra. A hagyományos média területen pedig a reorganizáció eredményeképpen összehangoltan működött egy nemzetközi multi-platform out-of-home média-portfólió. Mindezek megeremthetik a cégcsoport nyereséges működésének alapjait.

1. Ábra: A 2011Q1 és 2012Q1 IFRS szerint konszolidált, nem auditált gyorsjelentések főbb eredményadatainak az összehasonlítása

Megnevezés/ E Ft	2011Q1	2012Q1	Változás (E Ft)	Változás (%)
Árbevétel	562 361	388 068	-174 293	-31
Üzemi eredmény	-199 769	-164 102	35 667	18
Értékcsökkenés	32 369	45 491	13 122	41
EBITDA	-167 400	-118 611	48 789	29
Adózott vállalkozási eredmény	-192 813	-147 768	45 045	23



PANKOTAI CSABA

az EST MEDIA Nyrt.
vezérigazgatója
a 2012. év I. negyedévéről
és az elkövetkező időszakról:



„2012 első negyedévében tovább folytatódott a 2011-ben megindult reorganizáció. Mostanra a legfontosabb feladatok az összezsugorodott piachoz idomuló, fenntartható költségszint elérése, a sales tevékenység megerősítése és a cégcsoport nagy presztízsű márkáinak újjáépítése maradtak.

Ennek egyik kulcs eleme egy teljesen új értékesítési csoport felállítása volt. Ez azért vált elengedhetetlenül szükségessé, mert a tavalyi változások – termékek kikerülése a portfólióból – következtében a korábbi értékesítési osztály struktúrája is megváltozott, hiszen a hangsúly ismét a hagyományosan sikeres programkalauz termékekre került. Az új csapat valamennyi tagja a médiapiac különféle területein már komoly tapasztalattal rendelkező, elismert szakember. Jól szervezett, stratégiai megközelítésű munkájuk eredménye már a második negyedévben meg fog mutatkozni és az év második felére jelentős árbevétel emelkedést jelent majd a vállalatcsoportnak.

Befejeződött emellett a termékmenedzsment átszervezése, amellyel hatékonyabban szolgálható ki a multiplatformú média koncepció, illetve a cégcsoport pénzügyi, gazdasági egységeinek racionalizálása.

A termékfejlesztés is új alapokon folytatódott 2012 első negyedévében. Miután mindhárom országban piacra került a helyi programkalauzok okostelefonos applikációja, a további fejlesztés már a három célországra közösen, a Vodafone Magyarország és a Vodafone Románia szakembereinek támogatásával történik. Ennek eredményeképpen a harmadik negyedév közepére tervezzük a mobileST, a 7Seri Mobil, és a ProMobil következő verziójának kibocsátását. Nem csak a digitális, hanem a hagyományos, nyomtatott platformú média fejlesztése is a leányvállalatok bevonásával, a szinergiákat kihasználva történik. Terveink szerint a megújított nyomtatott termékek, köztük a teljesen átalakított EXIT magazin, a harmadik negyedév végéig piacra kerülnek.”



üzleti jelentés

- 8 | I. Bevezetés
- 10 | II. Vállalati események és eredmények, konszolidált eredmények
 - 10 | II.1. Vállalati események
 - 14 | II.2. Vállalati eredmények
 - 16 | II.3. Konszolidált adatok
- 17 | III. A beszámolási időszak egyéb jelentős eseményei
 - 19 | III.1. Részvény adatok
- 20 | IV. Médiapiaci környezet
- 22 | V. Event üzletág
 - 22 | V.1. A Sziget-akvizíció
 - 23 | V.2. A Sziget-akvizíció jelentősége
 - 24 | V.3. Fesztiválok
- 25 | VI. A Társaság tevékenységének főbb kockázatai
- 27 | VII. A Társaság rövid- és középtávú feladatai
- 28 | VIII. A Társaság főbb célkitűzései

Az EST MEDIA Nyrt. 2009. július 6-i Közgyűlése által elfogadott új cégcsoport stratégia szerint a Társaságnak egy üzletága van, a Média Üzletág. Ennek központi cége az EMG Média csoport Kft. (EMG), amely 100 százalékban az EST MEDIA Nyrt. tulajdonában áll. Közvetlenül az EST MEDIA Nyrt. tulajdonában áll ugyanakkor az EXIT Magazint kiadó EXIT Kiadói Kft. 80 százaléka, továbbá a romániai Șapte Seri lapcsaládot tulajdonló Șapte Nopti SRL 100 százaléka, valamint a bulgáriai Programata lapcsaládot tulajdonló Programata Media Group OOD 98 százaléka.

Az új stratégia megvalósítása körében 2009 és 2011 eleje között a széles, intenzíven fejlődő és több lábon álló portfólióban láttuk a növekedés és az eredményes működés zálogát. 2011 első negyedévének végére azonban világossá vált, hogy – nem kis részben a világgazdasági válság és annak a magyar reklámpiacra gyakorolt elhúzóó negatív hatása miatt – a csökkenő eredménytermelő képességű vagy veszteségre forduló hagyományos média tevékenységeink, az új piaci területekre való belépés költségei és kezdeti veszteségei, valamint az akvizíciós növekedés együtt és egyszerre nem finanszírozható. Ennek megfelelően szükségessé vált a cégcsoport új szervező elv mentén történő reorganizációja, amely a rövid távú üzemi eredményesség elérését és növelését helyezi előtérbe a hosszú távú perspektívában értelmezhető, szélesebb alapokon nyugvó, de rövidebb távon ráfordításokkal járó sokelemű portfólió üzemeltetésével szemben. A cégcsoport reorganizációs intézkedési tervét a Társaság 2011. június 24-i közgyűlése fogadta el. A reorganizált, nyereség termelésére képes működés alapjait az előző év végére leraktuk. A 2012. év központi feladata ennek teljes éves szinten történő megvalósítása.

Az EST MEDIA Nyrt. a magyar médiapiac egyik jelentős szereplőjeként nem vonhatja ki magát az iparágra jellemző piaci környezet alól. A médiapiac, illetve az EMG portfóliója szempontjából meghatározó jelentőségű reklámpiac mérete mindenkor a belső fogyasztás függvénye. Önmagában azonban a GDP alakulása – amennyiben annak fő tényezői az exportra termelő nagyvállalatok – nem korrelál szükségszerűen a belső fogyasztás alakulásával, ráadásul a fogyasztói szokásokat nagyban befolyásolhatják egyéb makrogazdasági tényezők is (pl. árfolyamok, kamatszintek). Az elmúlt három évben a magyarországi reklámpiac először jelentősen szűkült, majd ezen a beszűkült szinten látszik stabilizálódni.

A reorganizációs lépések – elsősorban a veszteséges üzletágak leépítése – miatt a Társaság első negyedéves konszolidált árbevétele a 2011-es azonos időszaki adatokhoz képest csökkent.

A cégcsoport stratégia mindennapi megvalósítása során alapvető célunk a médiatermékeink eredményességének javítása, miközben folyamatosan keressük az ésszerű és a reorganizációs célokhoz megfelelő növekedési lehetőségeket is. Üzleti stratégiánkat a következő működési elvekben foglalhatjuk össze:

Egyedi és vonzó tartalom, erős brandek

A legtöbb média brandünk már sok éve tartja vezető helyét az adott piaci szegmensben. A helyi, az országos és a nemzetközi piacismeret, valamint az egyedi és vonzó tartalmak (a nyomtatott információk, online megjelenések, fesztivál- és egyéb programok) előállításának kulcsa annak, hogy a különféle termékeink célközönségének igényeit kielégíthessük. Így folyamatosan kutatjuk a piacainkat, elemezzük a magunk és versenytársaink tevékenységének adatait, valamint minden lehető erőfeszítést megteszünk az alkotómunka területén is annak biztosítása érdekében, hogy az előállított tartalmaink a közönségünk számára mindenkor érdekesek, érvényesek, tartalmasak és szórakoztatóak legyenek és ezen keresztül erősítsük az egyes termékeink márká imázsát és a cégcsoport kedvező megítélését.

A nem-digitális brandek kiterjesztése digitális platformokon keresztül

Az elmúlt években megkezdtük nem-digitális tartalmaink digitális platformokon keresztül történő kiterjesztését (est.hu, sziget.hu, stb.). A meglévő digitális csatornák és a technológia fejlődésével előállt vagy előálló újabb platformok (pl. mobil- és tablet eszközök) kitűnő lehetőséget nyújthatnak arra, hogy közönségünk új módokon férhessen hozzá tartalmainkhoz (mobilEST, Șapte Seri és Programata mobilalkalmazások). Ez számunkra újabb, a közönséggel közvetlen kapcsolatot lehetővé tévő értékesítési csatornákat is jelenthet majd egyben.

Hatékony eszközök a reklámozók számára

A reklámpiaci bevételek megszerzéséért erős és várhatóan tovább erősödő versenyben kell részt vennünk. A versenyben való sikeres részvétel érdekében fenn kell tartanunk és növelnünk kell brandjeink közönségét, optimalizálnunk kell az árazásunkat és olyan innovatív marketing eszközöket kell kifejlesztenünk ügyfeleink számára, amelyekkel közvetlenebb és mérhetőbb módon tudják elérni a célközönségüket. Cégcsoportként széles körű, nemzetközi cégcsoportként pedig több piacot lefedő egységes eszközrendszerrel állíthatunk hirdetőink szolgálatába, amivel a kevesebb médiatermékkel vagy kevésbé összetett portfólióval rendelkező versenytársainknál jobb ár/értékarányú megoldásokat kínálhatunk.

Az értékesítés új piaci szegmensekre történő kiterjesztése

Az erősödő verseny aktív magatartást kíván: minden olyan potenciális hirdetői szegmenst fel kell kutatnunk és megcsinálnunk, ahol úgy látjuk, hogy egy eddig nem vagy nem kellően kiszolgált hirdetői igényt reklám- és marketing eszköztárunkkal ki tudunk elégíteni.

A működés hatékonyságának növelése

Alapvető fontosságú, hogy a Társaságot és leányvállalatait a lehető leghatékonyabb módon működtessük. Ezt segítheti elő a reorganizációs folyamat is.

Új irányok keresése a hosszú távú növekedés és értékteremtés érdekében

Ugyan elsődlegesen a rövid távú teljesítmény javítására összpontosítjuk erőfeszítéseinket, de azt is fontosnak tartjuk, hogy a hosszabb távú növekedési lehetőségeket is kihasználjuk. A hosszabb távú, új földrajzi piacokra is kiterjedő növekedési potenciál kiaknázása a programkalauzok területén már megkezdődött, az Event területen pedig előkészítés alatt áll.

A fenti működési elveknek felel meg a Társaság 2011. július 31-én közzétett és a 2011. szeptember 14-i tőkeemelés során realizálódott azon terve is, hogy a bizonyítottan sikeres alapokhoz (program guide, event) visszatérve, azokra építve egyfelől megfontolt hazai és nemzetközi terjeszkedést valósítson meg a programmagazinok és a rendezvények területén, másfelől a program guide tartalmait különféle brand nevek alatt platform-függetlenül, a hirdetőik számára is hatékony out-of-home média-termékeként juttassa el a fogyasztóihoz.

A 2011Q3-ban akvirált nemzetközi tevékenységek teljesítményét – tekintettel arra, hogy azokat a 2011-es év végéig mentesítettük a konszolidációs kötelezettség alól, mert az idő rövidege miatt csak ésszerűtlen költséggráfordítás mellett lett volna biztosítható, hogy a teljes körű bevonásuk 2012. január 1-i időpontja előtt a helyi számviteli előírások szerint készülő kimutatásaik tekintetében átálljanak a Társaság által a beszámolási kötelezettségei körében alkalmazott IFRS előírások alkalmazására – első ízben a jelen gyorsjelentés tartalmazza. A bolgár és román operáció bolgár levában és román lejben kimutatott adatai a Magyar Nemzeti Bank 2012. március 31-i hivatalos devizaárfolyamán kerültek átszámításra.

BUKAREST



BUDAPEST



SZÓFIA



II. VÁLLALATI ESEMÉNYEK ÉS EREDMÉNYEK, KONSZOLIDÁLT EREDMÉNYEK

II.1. Vállalati események

A cégcsoport média befektetéseit összefogó EMG Médiacsoport Kft. portfóliójában jelentős változások történtek a 2011-es év folyamán. Ennek eredményeképpen a portfólió jelenleg öt szervesen összetartozó – EMGPrint, EMGIndoor, EMGOnline, EMGMobil, EMGMusic – és egy függetlenül működő EMGEvent üzletágra tagolódik. Tekintettel a közgyűlés által elfogadott reorganizációs tervre és a folyamatban lévő reorganizációra, valamint a legutóbbi időszak akvizíciós eseményeire, az üzletágak tekintetében a folyó év további jelentős változásokat hozhat.



A reklámpiaci tendenciák negatív hatásai 2012. I. negyedévében is érezhetőek voltak, a rendszerváltozás óta nem tapasztalt visszaesés továbbra is nehéz helyzetbe hozza a magyarországi médiavállalkozásokat. A hirdetői bizonytalanság, a piac erősen kínálati jellegűvé váló átalakulása továbbra is érzékelhető volt, nem csak az EMG portfóliójában, hanem a teljes magyar médiapiacra. Az elmúlt hónapok hazai és nemzetközi makrogazdasági eseményei (pl. GDP alakulása, hiánycélok megvalósításának kényszere, az USA leminősítése, az egyes európai országokban kialakult adósságválságok, a különböző országok GDP-növekedési prognózisainak csökkenése, megszorító csomagok életbe léptetése vagy kilátásba helyezése) kihatással lehetnek a fogyasztói hajlandóságra is, így esetlegesen a reklámbüdzsék további csökkenését hozhatják magukkal.



Az EMGEvent üzletág, illetve a Társaság legfontosabb eseményeként 2010. november 29-én lezárult a Sziget Kft. akvizíciójának második szakasza. Ez rendkívül jelentős lépés volt a cégcsoport életében, mert egyfelől az EMG elérte az 51 százalékos részesedést, másfelől az akvizíciós folyamat ezen állomásakor teljes mértékben a Sziget Kft-be integrálódott az eddig 50 százalékban külön álló VOLT Fesztivál és Balaton Sound. 2010. november 29-től az EMGEvent üzletág a központja és gyűjtőhelye annak a szakmai tapasztalatnak és kompetenciának, amely az elmúlt 19 év alatt létrehozta és felfuttatta a legerősebb magyar fesztivál-portfóliót és emellett a Sziget Fesztivált az európai kontinens egyik legnagyobb és legsikeresebb szabadtéri eseményévé tette. Erre a szakmai bázisra és a többségi tulajdonos EST MEDIA-csoport tőkepiaci jelenlétére alapozva a Sziget Kft. az elkövetkező években megveheti a lábát a környező országokban és Magyarország után a régióban is piacvezető fesztiválszervezővé válhat.

A fesztiváljaink területhasználata körében a 2011-es elhúzódó szerződéskötéshez képest jelentős előrelépés, hogy a Fővárosi Közgyűlés már 2011. augusztus 31-én megszavazta, hogy a Sziget Kft. 2012. július 16. és augusztus 31. között a Sziget Fesztivál megrendezése céljából használhatja majd az Óbudai-szigetet, és erről előszerződést is kötött a főváros és a Sziget Kft. A használat részletes feltételeiről, annak díjáról az előszerződés értelmében 2012. március 31-ig kellett végleges megállapodást kötni, mely a Fővárosi Közgyűlés 2012. március 26-i döntése alapján lényegében a 2011-es feltételekkel azonos feltételek szerint megtörtént.

A tavalyi fesztiválszezon fizetős rendezvényei (Budai Gourmet, VOLT Fesztivál, Heineken Balaton Sound, Sziget Fesztivál és kísérőrendezvényei, Félisziget Fesztivál) majd 700 ezer látogató vett részt, ennek ellenére azonban a cég – elsősorban annak betudhatóan, hogy a Sziget Fesztivál és a szervezőiroda az elmúlt évektől eltérően olyan mértékű veszteséggel zárt, amelyet még a kiemelkedően jól teljesítő VOLT Fesztivál és Heineken Balaton Sound fesztivál sem tudott ellensúlyozni – negatív eredménnyel járult hozzá a cégcsoport konszolidált számaihoz. A Sziget Fesztivál veszteségének oka a ráfordítások mintegy 400 millió forinttal történt megnövekedése (közterület használat költsége: mintegy 150 millió Ft; Prince-koncert: mintegy 200-220 millió forint; fokozott biztonsági intézkedések költségei: mintegy 30-50 millió forint), amelyet nem ellensúlyozott kellőképpen a bevételek (jegyeladások) növekedése. Az értékesített napjegyek számát minden bizonnyal kedvezőtlenül befolyásolta az is, hogy a rendezvénnyel egy időben a célcsoportul szolgáló magyar középosztályt rendkívül hirtelen és agresszív árfolyamhatások sújtották. Szintén a szervezőiroda veszteségét növelte a tavaly a Sziget Kft. által első ízben megrendezett Budai Gourmet Fesztivál.

Az üzleti modell szélsőséges üzleti és gazdasági környezetben való működőképessége biztató képet mutat a (normalizálódó) jövőre nézve. A több fesztivál megszervezésén keresztül több lábón állás modellje – a potenciális kockázatok szétterítésével és minimalizálásával – működik. Ezzel együtt természetesen az a célunk, hogy a portfólió minden eleme külön-külön is nyereséges legyen. Ennek megfelelően áttekintettük az elmúlt év tapasztalatait, továbbá elemeztük, hogy milyen változtatások szükségesek annak érdekében, hogy a rendezvény-portfólió zászlóshajójaként szolgáló Sziget Fesztivál újra nyereséges legyen, a tavaly átvett Gourmet Fesztivál pedig a 2012-es második megrendezésakor legalább ne rontsa a többi rendezvény eredményességét. Az elemző munkára alapozva átalakul a rendezvények, illetve a szervezőiroda költségstruktúrája. Ennek eredményeképpen az idei szezonnak 300-350 millió forintos költségcsökkentő intézkedéscsoporttal vágunk neki, mellyel idén – ha a 2012-ben már szűkülő látszó szponzorációs lehetőségek között a 2011-es bevételi szintet elérjük – minden egyes rendezvény és a teljes rendezvényszervező cég is pozitív eredménnyel zárhat. Megnyugtató lehet ebben a körben, hogy a legnagyobb rendezvényünk, a Sziget Fesztivál az elmúlt másfél évtizedben – a 2011-es évet is figyelembe véve – mindössze két alkalommal volt veszteséges, továbbá az is, hogy erre a teljesítményre elsősorban a fentiekben részletezett, különlegesnek tekinthető, feltehetően egyszerre nem visszatérő körülmények voltak negatív kihatással.

2012. I. negyedéve az EMGEvent üzletágban a fesztiválok előkészítéséről szólt, a Sziget Kft. az elmúlt hónapokban csaknem minden héten bejelentett valamilyen a rendezvényekkel, azok fellépőivel kapcsolatos hírt. A beszámolási időszakot követően, de még a jelen gyorsjelentés közzététele előtt a Sziget Kft. 2012. május 9-12. között lebonyolította a gasztró-fesztivál vonulatba illeszkedő XIII. Pannon Bormustrát és annak budapesti díjátadó gáláját.

Az EMGEvent üzleti modelljét erősíti az is, hogy a Sziget Kft. nem csak évről-évre megrendezi a megszokott rendezvényeit, hanem a magyar fesztiválpiac fejlesztésében is élénjár. A cég tavaly két – már a megelőző évben szűkebb körben alkalmazott – technológiai fejlesztéssel is jelentkezett: kibővítette a mobiltelefonos percalapú jegy szolgáltatást, és a kizárólagos fizetési eszközként alkalmazott Metapay Fesztiválkártyával – a maga nemében tranzakciószám csúcspotdöntve – teljesen készpénzmentessé tette a rendezvényt.

Örömteli hír volt – és remélhetőleg a látogatószámában is érzékelhető lesz – 2012 januárjában, hogy a Yourope (európai fesztiválszövetség) és a Virtual Festivals Europe által életre hívott European Festival Awards szavazásán 2011-ben Európa huszonöt legnagyobb fesztiválja közül csaknem 40 ezer szavazó voksa alapján a Sziget Fesztivál nyerte a legjobb európai nagyfesztivál díjat.



II. VÁLLALATI ESEMÉNYEK ÉS EREDMÉNYEK, KONSZOLIDÁLT EREDMÉNYEK

A reorganizációs tervben az EMGEvent üzletágot – amely az elmúlt években (a válságévekben is) rendre eredményt termelt és Magyarországon egyértelműen piacvezető, emellett pedig európai szinten is közismert, továbbá a cégcsoport nemzetközi terjeszkedésének egyik legfőbb motorja lehet – a megőrzendő tevékenységek közé soroltuk. Ennek érdekében a Sziget Kft-ben meglévő üzletrészünket terhelő rövid lejáratú, eredetileg 2012. április 15-én lejáró hitelek 2012. július 16-ig történő meghosszabbításáról 2012. április 13-án megállapodásokat írtunk alá és a hosszabbítás időtartama alatt a lehetőségekhez és a piaci körülményekhez képest mindent elkövetünk majd, hogy a meghosszabbított hiteleket más, megfelelőbb és hosszabb távú finanszírozási formára váltsuk át (a megállapodásokat részletesebben A beszámolási időszak egyéb jelentős eseményei című III. fejezetben mutatjuk be).



Az indoor reklámeszközök területén a piaci csökkenés mellett külön negatív tendencia a vendéglátóiparban tapasztalható vendégszám csökkenés, ami a reklámeszközök „látogatottságát” is erősen csökkenti, így a reklámértékesítés nehézségei megsokszorozódtak. A cégcsoporton belüli hatékony működés érdekében, a Pesti Est, az EXIT és az országos Est Lapok logisztikai feladatait az indoor eszközök kihelyezésének és karbantartásának feladataival összevontan látjuk el. A reorganizációs tervben a nem feltétlenül megőrzendő tevékenységek közé soroltuk az EMGIndoor üzletágot, majd a beszámolási időszakot követően, 2012. május 18-án az EMG együttműködési szerződést írt alá az A.M. Hungary Kft-vel. Ennek értelmében változatlanul az ESTIndoor márkanév alatt az A.M. Hungary veszi át az EST MEDIA indoor portfóliójának menedzselését, értékesítését és üzleti fejlesztését, amelyért az EMG részére rendszeres márkahasználati díjat fizet. Az indoor tevékenységhez tartozó logisztikai munkát az A.M. Hungary részére ezután az EMG végzi külön szolgáltatási díj ellenében. A megállapodás három évre szól, és meghosszabbítható. Ezzel a megállapodással az EST MEDIA Nyrt. úgy rendezte a reorganizáció során átalakított üzleti koncepciójába már nem organikusán illeszkedő, a reorganizációs tervben a nem feltétlenül megőrzendő tevékenységek közé sorolt, de értékes üzleti területének sorsát – amely azonban a jelenlegi piaci környezetben értelmezhető árbevétel nem generál –, hogy azzal a cégcsoport számára állandó árbevételt teremtsen, és a jelentős értéket képviselő márkanévet megtartsa.

Az EMGIndoor körében fontos kiemelni a 2011. szeptember 14-i tőkeemelés során 98 százalékos mértékben akvizált bulgáriai Programata Media Group OOD társaságot, amely 70 százalékos részesedéssel rendelkezik az egyik meghatározó bolgár indoor hálózatot működtető cégben, a Bulgarian Indoor Advertising OOD társaságban.



A Programata bulgáriai programkalauz, illetve a romániai Şapte Seri programkalauz mobil változata androidos és iphone-os változatban is elkészült és tavaly óta a helyi közönség rendelkezésére állnak. A magyar piacon a Pesti Est és az országos Est Lapok mobil programkalauza mobilEST név alatt 2012. április elején került bemutatásra. A mobilEST-ben a teljes budapesti és országos programlista böngészhető és kereshető. Az alkalmazást az EST MEDIA Nyrt. és a Vodafone Magyarország közösen vezeti be a piacra. A mobilEST mindenkinek ingyenes, de a Vodafone-előfizetők többletszolgáltatásokat és exkluzív tartalmakat kapnak. A mobilEST iphone alkalmazás a magyar App Store letöltési toplistáján az ingyenes alkalmazások között rövid idő alatt az első ötbe került. A programot a bevezetést követő első napokban több mint 4 ezer felhasználó telepítette a mobiltelefonjára, mely szám mostanra megduplázódott.



Az EMGPrint egyes termékei (Pesti Est, EXIT) a 2011-es év elejétől elérhetőek a 3D Digitális Publikáció honlapján (<http://3ddigitalispublikacio.hu/>), illetve iPad alkalmazásán (Újságos stand) keresztül is.



2009. IV. negyedévében kezdte meg működését az Est Music, amely az EMG koncertszervezési (booking) üzletága. Az Est Music a magyar zenei klubélet fellendítése, a koncertfellépések népszerűsítése érdekében jött létre. Célja tehetségek felfedezése és „színpadhoz segítése”, a magas színvonalú programszervezés, valamint az igényes és minőségi magyar előadók, továbbá a programszervezők kommunikációjának támogatása az EMG igen széles és ismert médiatermékei segítségével. Az Est Music által kizárólagos booking-megbízással képviselt zenekarok és művészek a magyar zenei élet több szegmensét fedik le, mindegyikük kiemelkedő minőséget képvisel a saját területén. Míg az Est Music a 2010-es évben több mint 200 sikeres koncertet, fellépést szervezett az általa képviselt zenekaroknak, a 2011-es év első negyedévében – a közismert West Balkán tragédia miatt – tevékenysége kissé visszaesett. Ugyanakkor mára a márka ismertté vált a klubéletben, így joggal bízhatunk abban, hogy a tragikus baleset okozta visszafogott koncertszervezői és szórakozóhelyi aktivitás elmúltával, ismét sikeresen folytatódhat majd a tevékenysége. Jelentőségénél fogva ugyanakkor nem valószínű, hogy a reorganizációt követően önálló üzletág keretei között működjön.



Az EMGOnline üzletágának legfontosabb elemei 2010-től megújult formában működnek. 2011. május 5-től a GMedia értékesíti az EMGOnline tulajdonában álló médiafelületeket (est.hu, sziget.hu, freeblog.hu). A Median Webaudit mérései alapján az EMG online oldalai eddig összességében napi 150-200 ezer egyedi felhasználót találtak meg. A portfóliók egyesítésével az EMG online és a GMedia napi több mint 500 ezer egyedi látogatóra növelheti elérését. Az est.hu, a sziget.hu és a freeblog.hu oldalak kiválóan illeszkednek abba a GMedia által képviselt portfólióba, amely jellemzően a fiatalos közönséget célozza meg. A GMedia 2008 óta működő, dinamikusan fejlődő sales house, célkitűzésének főként a „long tail” oldalak médiaértékesítésének felépítését és az ebből származó bevételek folyamatos növelését tartja. A GMedia és az EMGOnline megállapodása az ügynökségi értékesítési képviseletre vonatkozik, a sales house azonban részt kíván venni az EMGOnline hirdetési stratégiájának kialakításában, megújításában is. Ennek lényeges eleme, hogy a hangsúly a saját tulajdonú online felületek értékesítésén van, mivel itt az értékesítés költségeivel csökkentett árbevétel (és nem csak a jutalék, mint például a Facebook esetében) marad nálunk. Figyelemmel arra, hogy a cégcsoport erőforrásait – összhangban a 2011 nyarán elfogadott reorganizációs tervben írtakkal – a bizonyítottan sikeres alapokat jelentő programkalauzokra és fesztiválokra kívánja összpontosítani, 2011 decemberében lényegességi küszöb alatti tranzakció keretében 2012 tavaszán történő élesítés mellett külső partner részére átadta az eco.hu domain és az alatta működő honlap üzemeltetését.

Az EMGOnline körében fontos kiemelni a 2011. szeptember 14-i tőkeemelés során akvirált romániai Șapte Seri lapcsaládot, valamint a bulgáriai Programata lapcsaládot, amelyek természetesen online verzióval is rendelkeznek. A Programata Media Group OOD rendelkezik továbbá Bulgáriában a népszerű – Magyarországon Honfoglaló néven futó – online kvízzjáték, a „Conquiztador” licencjogaival, amelynek 800 ezer aktív felhasználója van.



2009 júniusától mind kivitelében, mind tartalmi elemeiben megújult a Pesti Est és Est Lapok lapcsaládja. A megújuláshoz kapcsolódóan az előállítás állandó költségei – mind szerkesztőségi, mind gyártási oldalon – csökkentek. A folyamatban lévő reorganizáció egyik legfontosabb feladata, hogy a hagyományos print termékeinken elérhető fedezet nagymértékben javuljon. Tekintettel arra, hogy – az EMGEvent üzletágot leszámítva – ez a szegmens fog legjelentősebben hozzájárulni a cégcsoport árbevételéhez, a fedezet növelése megerősítheti a jövőbeni stabil és kiegyensúlyozott működés alapjait.

A Pesti Est és az Est Lapok olvasottsága a gazdasági válság alatt növekedett, annak hatására az ingyenes lapok olvasói közege láthatóan bővül. A 2010 tavaszától az EXIT-tel – melyben a 2011. szeptember 14-én elhatározott alaptőkeemelés során 100 százalékos részesedést szereztünk – kiegészült programmagazin-családunk rendszeres lapjait és azok különkiadásait Budapesten hetente több mint 300 ezren, országosan pedig több mint félmillióan olvassák.

2011. áprilistól magasabb oldalszámmal, több regionális tartalommal, új minőségben jelennek meg a franchise-rendszerben működő országos Est Lapok (a Pesti Est 19 megyeszékhelyen megjelenő helyi változatai). A változás az egyre erősödő kulturális turizmust, illetve az Est Lapok célközönségének szélesedő igényeit hivatott kiszolgálni. A továbbra is országosan 19 mutációban megjelenő Est Lapokban nemcsak az adott megye, hanem az egész – a földrajzi adottságokat, a régiós vásárlási tapasztalatokat és a rendezvények látogatói szokásait figyelembe véve meghatározott – régió programkínálatát és a kiemelt rendezvények ajánlóit is megtalálják az olvasók. A franchise-partnerünk által végzett tartalmi és terjedelmi fejlesztéssel megújuló országos Est Lapok az eddigieknél is hatékonyabb eszközt kínálhatnak a hirdetőknél a fővároson kívül élő magasabb fogyasztói státuszú fiatalok és fiatal felnőttek elérésére, erősítve ezzel az egész, az EST MEDIA portfóliójában lévő, piacvezető programmagazin-családot (Pesti Est, Est Lapok, EXIT) is.

2011. augusztus 4-én a lényegességi küszöb alatti eladási áron, a kisebbségi tulajdonos érdekkörébe tartozó személy részére értékesítésre került az EMG-nek a Time Out Budapest magazint kiadó D-E-G Kft-ben meglévő 80 százalékos részesedése, figyelemmel az EST MEDIA 2011. június 24-i közgyűlése által elfogadott reorganizációs intézkedési tervben írtakra, amely szerint a Time Out Budapest magazint kiadó cégből vagy teljesen ki kell vonulnunk, vagy részesedésünket egy kisebbségi, finanszírozási kötelezettséggel nem járó pozícióra kell csökkentenünk. A tulajdonosi részvételünk nélkül működő D-E-G Kft. az elmúlt időszakban új, a Time Out Budapest magazin működését kizárólagosan finanszírozni vállaló szakmai befektetőt vont be a lap kiadásába. A közeli jövőben a D-E-G Kft-vel szemben a korábbi működés finanszírozásából eredő, lényegességi küszöb alatti követelésünket a terveink szerint részesedésre váltanánk, és ezáltal kisebb, nem meghatározó részben ismét tulajdonosai lennénk a Time Out Budapest magazint kiadó, az új befektetővel megerősített cégnek.

Az EMGPrint esetében Magyarországon meg kell őrizni az egyértelműen piacvezető programmagazinokat (Pesti Est, EXIT, országos Est Lapok) és kapcsolódó kiadványokat (különszámok), melyek a reorganizációval – a jelen piaci és üzleti környezetben nem indokolt költségelemek kitisztításával – visszanyerhetik érdemi nyereségtermelő képes-

ségüket. A saját termékek képviselőjére kell helyezni a hangsúlyt, ahol a legnagyobb fedezet érhető el a reklámok értékesítésével. A Társaság megkezdte a programkalauzok irányában történő bővülést. Ennek keretében a Társaság 2011. szeptember 14-én elhatározott alaptőke-emelése során megszerezte az EXIT Magazin kiadó EXIT Kiadói Kft. 80 százalékát, továbbá a romániai Șapte Seri lapcsaládot tulajdonló Șapte Nopti SRL 100 százalékát, valamint a bulgáriai Programata lapcsaládot tulajdonló Programata Media Group OOD 98 százalékát. Utóbbi akvizíciókkal került sor a romániai piacvezető Șapte Seri és a bulgáriai piacvezető Programata lapcsaládok, összesen 18 lap és az azokhoz kapcsolódó online tevékenység megszerzésére. A felsorolt társaságok akvizíciójával a Társaság hagyományos program guide tevékenységét erősíti meg három piacon is, Magyarországon kívül további két európai uniós főváros (Bukarest, Szófia) és több jelentős város eredményesen működő és vezető programkalauzainak nemzetközi kiadójává válva. A magyar piacon a Társaság befejezte az EXIT Magazin akvizícióját, és ezzel a lap feletti teljes rendelkezési jog a Társasághoz került, figyelemmel arra, hogy a korábbi, az EXIT Magazin kiadására irányuló együttműködés lezárásával egyidejűleg, az azzal való elszámolás – és a korábbi kiadó cégben volt részesedésünknek az elszámolás körében történt divesztíciója – keretén belül megszereztük az EXIT Magazin kiadó EXIT Kiadói Kft. fennmaradó 20 százalékát is. A célcsoportok azonossága, illetve az általuk fogyasztott termékek és szolgáltatások hasonlósága miatt a három országban végzett tevékenység és a hirdetőknél kínált szolgáltatások teljes mértékben összehangolhatóak, csökkentve ezzel a költségeket és növelve a hatékonyságot.

2012 első negyedében megkezdtük a különféle nyomtatott kiadványaink néhány évente esedékes megújítási folyamatát. Ennek körében az idei év őszétől kezdődően lapjaink vagy azok egy része mind megjelenésükben, mind tartalmukban a megszólított célcsoportok igényeire és fogyasztási szokásaihoz jobban igazodva fognak megjelenni.

Az Anyavállalati körben (az EST MEDIA Nyrt. és az irányítása alatt álló, konszolidációs körbe vont nem média jellegű befektetések) az EST MEDIA Nyrt. – összhangban az új cégcsoport stratégiával – tovább folytatja a cégcsoport strukturális, egypólusú médiavállalattá történő átalakítását. Ennek megfelelően anyavállalati szinten alapvetően média fókuszú vagyonkezelési tevékenység folyik. Ez az EMG, valamint az EST MEDIA Nyrt. 2007 előtt szerzett nem média jellegű befektetéseihez tartozó tulajdonosi irányítást és ellenőrzést foglalja magában. Itt zajlik az EMG-t érintő stratégiai döntések meghozatala, a cégcsoport központi adminisztrációja és az esetleges akvizíciós tevékenység.

Az Anyavállalat a reorganizációs folyamatától függetlenül is törekszik a portfóliója tisztítására. Ennek iránya az, hogy az EST MEDIA Nyrt. média-fókuszú vagyonkezelési tevékenysége körében túlnyomórészt média-jellegű befektetésekkel rendelkezzen. Ezzel van összhangban – tekintettel arra is, hogy a cégcsoport fő tevékenységi iránya a technológiáról és informatikáról a médiára helyeződött át és emiatt a rendkívül erőforrás igényes technológia-követés sem lenne megoldható – az a stratégiai döntés is, hogy a Társaság 2011-től a megmaradt technológiai szolgáltatásait (pl. grid technológia) a kereskedelmi lehetőségek kutatása helyett alapvetően a cégcsoporton belül hasznosította, pl. az online fejlesztések és szolgáltatások, valamint a médiatevékenységet támogató háttér alkalmazások területén.

II.2. Vállalati eredmények

Az alábbiakban bemutatjuk az EST MEDIA cégcsoport konszolidált időszaki üzemi és EBITDA eredmény szintű adatait, valamint ugyanezeket az adatokat az Anyavállalati számkéntől megtisztítva (2/A. és 2/B. Ábrák). Sem a bázisidőszaki, sem a jelen beszámolási időszaki adatok nem tartalmazzák a 2011. év folyamán, illetve 2011. december 31-vel a konszolidációs körből kikerült cégek adatait (lásd a Jelentősebb tételek, változások magyarázata című fejezet kezdő részét). A bázisidőszaki adatok tartalmazzák még az országos kereskedelmi rádiós tevékenységhez kapcsolódó sales house árbevételi és költségszámaikat is.

2/A. Ábra: A 2011Q1 és 2012Q1 IFRS szerint konszolidált, nem auditált gyorsjelentések egyes főbb mérlegadatainak összehasonlítása

Megnevezés/ E Ft	2011Q1	2012Q1	Változás (E Ft)	Változás (%)
Árbevétel	562 361	388 068	-174 293	-31
Üzemi eredmény	-199 769	-164 102	35 667	18
Értékcsökkenés	32 369	45 491	13 122	41
EBITDA	-167 400	-118 611	48 789	29

2/B. Ábra: A 2011Q1 és 2012Q1 IFRS szerint konszolidált, nem auditált gyorsjelentések egyes főbb mérlegadatainak az Anyavállalati adatoktól megszürt számainak összehasonlítása

Megnevezés/ E Ft	2011Q1	2012Q1	Változás (E Ft)	Változás (%)
Árbevétel	557 221	379 679	-177 542	-32
Üzemi eredmény	-180 283	-81 983	98 300	55
Értékcsökkenés	27 744	41 417	13 673	49
EBITDA	-152 539	-40 566	111 973	73

II. VÁLLALATI ESEMÉNYEK ÉS EREDMÉNYEK, KONSZOLIDÁLT EREDMÉNYEK

2011Q1-ről 2012Q1-re az árbevétel konszolidált szinten mintegy 175 millió forinttal, az Anyavállalati adatoktól megszárt szinten pedig mintegy 178 millió forinttal csökkent. A csökkenést alapvetően a rádiós piacról való kivonulásunk miatt kiesett mintegy 290 millió forintos rádiós árbevétel okozta, melyet részben ellensúlyozott az először a konszolidációs körbe került bolgár és román operáció, valamint az EMGEEvent üzletágnak az egy évvel korábbihoz képest magasabb időszaki árbevétele. A cégcsoportnál a 2011-es év első félévében kialakult és reorganizációhoz vezető helyzet sajnálatosan a cégcsoport átmeneti személyzeti meggyengülésével is járt, ezen belül különösen az értékesítési területen. Ez az EMGPrint üzletágnál – bár az listaáron számítva a teljes nyomtatott piac több mint 6 százalékát fedte le – a nyomtatott piac átlagánál rosszabb teljesítményt nyújtott. Ezért is kiemelkedő fontosságú a sales tevékenység teljes körű megújítása, amely a 2012-es év első negyedévében az új értékesítési igazgató érkezésével, majd a sales szervezet átalakításával el is kezdődött. Ugyanakkor az üzemi eredmény és az EBITDA mind a teljes cégcsoport, mind az Anyavállalati adatoktól megszárt számok szintjén 36-112 millió forint közötti mértékben javult a bázisidőszaki adatokhoz képest, ami az árbevétel csökkenésénél nagyobb mértékű, a reorganizációnak köszönhetően elért költségcsökkentésnek tudható be. Az eredményszintek ilyen alakulása – figyelemmel arra, hogy a munkaszervezet és a költségvetés csökkenésének, illetve átalakulásának hatásai a tevékenységek leépítéséhez képest késleltetve jelentkeznek, illetve arra is, hogy a reorganizációs folyamatokhoz kapcsolódóan eseti költségek is jelentkeznek – indikációt ad a reorganizációs folyamat irányának és céljainak megfelelőségére.

Az Anyavállalati adatoktól megszárt 2011Q1 negyedévi költségintje (árbevétel csökkentve az üzemi eredménnyel – 2/B. Ábra) mintegy 275 millió forinttal alacsonyabb mint a bázisidőszakban. Ez értelemszerűen összefüggésben van a folyamatban lévő reorganizáció során átalakuló (szűkülő és a bizonyítottan sikeres alapokhoz visszatérő és azokra fókuszáló) tevékenységgel is. A reorganizáció során – főként a sales szervezet újraépítése körében – ugyanakkor elértük azt a pontot, ahol a bevételek organikus növeléséhez egyes – elsősorban személyi jellegű – költségfajtákat növelnünk kell. Emellett az idei évtől a nemzetközi tevékenység teljes körű konszolidációba történő bevonása is értelemszerűen a költségint bővülésével jár, természetesen azzal hogy ehhez többlet árbevétel is társul. A bolgár és román operáció a 2012Q1-ben mintegy 70 millió forintos árbevétel mellett 10 millió forint körüli negatív eredménnyel járult hozzá a konszolidált adatokhoz. Ezek a piacokon, csakúgy mint Magyarországon, az év első negyedéve a reklámpiac historikus ciklikussága miatt szokásosan a leggyengébb, így ennek az időszaknak az eredményeiből nem lehet következtetni az egész év eredményességére. Mind Bulgáriában, mind Romániában a kedvezőtlen makrogazdasági helyzet miatt megnehezült körülmények között kell dolgoznunk, mindazonáltal a II. negyedévi hirdetői aktivitást látva azt várjuk, hogy az egész évet tekintve mindkét külföldi piacunkon a 2011-es évhez hasonlóan pozitív eredménnyel zárjunk.

Az Anyavállalati adatoktól tisztított számok (2/B. Ábra) az árbevétel tekintetében nem térnek el lényegesen a konszolidált adatoktól. Ennek oka az, hogy a cégközpont tevékenységében a stratégiának megfelelően a hangsúly a külső megrendelők felé történő szolgáltatásnyújtásról áthelyeződött az EST MEDIA cégcsoport számára végzett tulajdonosi irányítási és ellenőrzési tevékenységre. Ugyanakkor bizonyos, elsősorban IT és adminisztratív költségfajták – összhangban azzal a célkitűzéssel, hogy a cégcsoport szerkezete egyszerűsödjön – az Anyavállalathoz kerültek. Kisebb részben emiatt, nagyobb részben egy korábbi pályázat végelszámolása körében korábban elhatárolt költségeknek a folyó negyedévben való megjelenése miatt az Anyavállalat összességében 80 millió forint körüli összeggel rontotta az üzemi és az EBITDA eredményt. Az Anyavállalat a folyó kiadások szempontjából – a cégcsoportban betöltött szerepénél fogva – továbbra is költséghely, melynek a média tevékenységünkhöz nem kapcsolódó – szándékaink szerint egyre csökkenő – működési költségeit a Média Üzletágnak kell kigazdálkodnia. Ugyanakkor ezek a költségfajták bizonyos szint alá ésszerűen nem csökkenthetőek, hiszen az intenzívebb tőzsdei jelenlét, a cégcsoport (nemzetközi) méretnövekedése és ebből következően a megnövekedett irányító-ellenőrző feladatok ellátása erőforrásokat igényel.

A gazdasági válság reklámpiacra gyakorolt hatásai még mindig érezhetőek. A makrogazdasági folyamatoknak (a 2012 első negyedévében 0,7 százalékkal csökkent az előző év azonos időszakához képest, míg a szezonálisan és naptárhatással kiigazított adatok szerint az előző negyedévhez képest a csökkenés 1,3 százalék volt) a 2012-es lakossági fogyasztásra gyakorolt hatása – figyelemmel az ismert bizonytalan világgazdasági körülményekre is – jelenleg nem belátható.

A Kantar Media 2011-es mérései szerint a teljes magyar reklámpiac – a médiainflációval nem számolva – 2010-hez képest 3 százalékos mértékű növekedést mutatott, de a médiatípusok közül csak a kábeltévés, a mozi és a köztéri reklámpiac tudott lényegesen erősödni az elmúlt évhez képest, míg a rádiós és az internetes display piac stagnált. A televíziós, illetve a nyomtatott sajtó reklámbevételei csökkentek, a hagyományos indoor piac pedig eltűnni látszik. Ezek a tendenciák ugyanakkor nem az egyes hirdetési felületek által nyújtott kedvezmények után kialakuló tényleges – a listaáraknál lényegesen alacsonyabb – bevételeket jelzik, hanem a megjelent hirdetések listaárain alapulnak (a 2011-es listaáras teljes reklámpiaci becslés egyébként mintegy 650 milliárd forint volt, míg a nettó költségek csak 151,4 milliárdra becsülték, azaz a nettó költség / listaáras költség átlagos reklámpiaci aránya 23 százalék körüli volt, ráadásul médiatípusonként jelentős szórást mutatva).

A cégcsoport árbevételének éven belüli eloszlása az elmúlt években a tevékenység változásával valamelyest mindig módosult, de alapvetően azt a mintát követte, hogy a gyenge első negyedéves és lassan javuló-hullámzó év közbeni teljesítmény után a Média Üzletág végső soron az év utolsó hónapjaiban realizálta az árbevétel és a profit legjelentősebb részét. 2011-től azonban figyelembe kellett vennünk azt is, hogy az EMGEEvent üzletág árbevételi számai teljesen más dinamikát mutatnak, legnagyobb részben a mindenkori Q3-ban, a fesztivál szezonban jelentkezik az árbevétel.

A cégcsoportnál reorganizációt hajtunk végre annak érdekében, hogy a cégcsoport Event üzletágon kívüli része is üzemi nyereséget termeljen. Természetesen a reorganizáció során figyelemmel kell lenni arra, hogy az eddig kialakított és a racionalizálás során fennmaradó média-portfóliónk későbbi fejlődési és növekedési lehetőségei is fenntarthatóak maradjanak. Ennek keretei között kiemelt figyelemmel leszünk az EMG média-portfóliójának az EMGEvent üzletággal való szakmai együttműködésre, illetve az annak fejlesztésében való részvételre.

A reklámpiac historikus ciklikussága a 2012-es évre is prognosztizálható, azonban a hirdetői aktivitás és ezen keresztül az időszakról időszakra történő volumen-változás mértéke pontosan nem jelezhető előre. A hirdetői aktivitás változatlansága – a kedvezőtlen gazdasági környezet állandósulása – esetére az EMG 2012-es programja az, hogy a média-portfólióban éves szinten megkezdődjön az eredményes működés, az EMG Event üzletággal együtt (értelemszerűen sikeres refinanszírozás esetén) pedig 2012-es célunk az, hogy a cégcsoport jelenlegi portfóliót figyelembe vevő konszolidált árbevétele - a három érintett ország reklámpiacainak teljesítményétől függően - a 6,5 és 7 milliárd forint közötti tartományban legyen és az év végére a csoport üzemi szintű eredményessége is intenzív módon, a 2011-es adathoz képest félmilliárd forint körüli mértékben javuljon.

A nemzetgazdaság 2011-es csekély mértékben növekvő teljesítményéből – figyelemmel az ismert világgazdasági helyzetre is – nem vonható le az a következtetés, hogy gyors ütemű gazdasági fellendülés következne, a vonatkozó előrejelzések többsége inkább lassuló mértékű és az exportra termelő nagyvállalatok által táplált növekedést vagy stagnálást vár. (Emellett a nemzetközivé vált média-portfóliónk működésére már a román és bolgár, jelenleg inkább kedvezőtlen makrogazdasági folyamatok is hatással vannak.) Ugyanakkor a 2009-es és 2010-es adatok szerint (Nemzeti Médiaanalízis) a vásárlóerő csökkenésével párhuzamosan a fizetős sajtótermékeknel megfigyelhető csökkenő olvasottság a legfőképpen ingyenes termékekből álló EMG-portfólió mért részében először éppen ellenkező hatással, az olvasószám növekedésével, majd később is csak a nyomtatott sajtó átlagánál kisebb mértékű csökkenésével járt, ami a felületeinket hirdetői szempontból értékesebbé és ezért hatékonyabban értékesíthetővé teheti.

II.3. Konszolidált adatok

Az alábbiakban bemutatjuk az EST MEDIA cégcsoport IFRS szerint konszolidált, nem auditált főbb mérlegadatainak összehasonlítását. Sem a bázisidőszaki, sem a jelen beszámolási időszaki adatok nem tartalmazzák a 2011. év folyamán, illetve 2011. december 31-el a konszolidációs körből kikerült cégek adatait (lásd a Jelentősebb tételek, változások magyarázata fejezet kezdő részét). A bázisidőszaki adatok tartalmazzák még az országos kereskedelmi rádiós tevékenységhez kapcsolódó sales house árbevételi és költségszámaikat is.

3. Ábra: A 2011Q1 és 2012Q1 IFRS szerint konszolidált, nem auditált gyorsjelentések főbb mérlegadatainak összehasonlítása

Megnevezés/ E Ft	2011Q1	2012Q1	Változás (E Ft)	Változás (%)
Árbevétel	562 361	388 068	-174 293	-31
Üzemi eredmény	-199 769	-164 102	35 667	18
Értékcsökkenés	32 369	45 491	13 122	41
EBITDA	-167 400	-118 611	48 789	29
Adózott vállalkozási eredmény	-192 813	-147 768	45 045	23

2011Q1-ről 2012Q1-re az árbevétel konszolidált szinten mintegy 175 millió forinttal csökkent. A csökkenést alapvetően a rádiós piacról való kivonulásunk miatt kiesett mintegy 290 millió forintos rádiós árbevétel okozta, melyet részben ellensúlyozott az először a konszolidációs körbe került bolgár és román operáció, valamint az EMGEvent üzletágnak az egy évvel korábbihoz képest magasabb időszakos árbevétele. A cégcsoportnál a 2011-es év első félévében kialakult és reorganizációhoz vezető helyzet sajnálatosan a cégcsoport átmeneti személyzeti meggyengülésével is járt, ezen belül különösen az értékesítési területen. Ez az EMGPrint üzletágnál – bár az listaáron számítva a teljes nyomtatott piac több mint 6 százalékát fedte le – a nyomtatott piac átlagánál rosszabb teljesítményt nyújtott. Ezért is kiemelkedő fontosságú a sales tevékenység teljes körű megújítása, amely a 2012-es év első negyedévében az új értékesítési igazgató érkezésével, majd a sales szervezet átalakításával el is kezdődött. Ugyanakkor a konszolidált üzemi szintű eredmény és az EBITDA 36, illetve 49 millió forinttal, 18, illetve 29 százalékkal, míg a konszolidált adózott eredmény 45 millió forinttal és 23 százalékkal mutat kedvezőbb képet a bázisidőszaki adatokhoz képest, ami az árbevétel csökkenésnél nagyobb mértékű, a reorganizációnak köszönhetően elért költségcsökkentésnek tudható be.

A 2008 vége óta megtapasztalt szinte állandó válsághelyzetet, illetve a végéhez közeledő reorganizációt a Társaság minden valódi és látszólagos veszteség ellenére is előnyére fordíthatja. A cégcsoport a reorganizációt követően készen áll majd arra, hogy a makrogazdasági folyamatok javulása és a lakossági fogyasztás megindulása esetén visszaerősödő reklámköltségekből mind a magyar, mind a külföldi piacain profitálhasson. A Társaság a média ágazatot a Budapesti Értéktőzsdén egyedülként reprezentáló cégcsoportként működteti. Nálunk az előállított érték mindenki számára hozzáférhető (olvasható, látható, látogatható), az üzleti döntések eredményei könnyen és gyorsan lemérhetőek. Ebből adódóan nem véletlenül népszerű a világ fejlettebb tőkepiacain a médiacégek tőzsdei jelenléte.

III. A BESZÁMOLÁSI IDŐSZAK EGYÉB JELENTŐS ESEMÉNYEI

A 2009-es éves rendes Közgyűlés 31/2009. (04. 29.) számú határozatával megújította és kismértékben módosította a Közgyűlés 34/2008. (04. 24.) számú határozatát, amely felhatalmazta a Társaság Igazgatóságát saját részvény vásárlására az EST MEDIA cégcsoportba tartozó gazdasági társaságoknál tervezett opciós részvényvásárlási program fedezetének biztosítása, továbbá a Társaság által tervezett további akvizíciók során vételár megfizetése, illetve a tőkeszerkezet optimalizálása céljából.

Az Igazgatóság a fenti felhatalmazás alapján, az abban foglalt célokból, 2008. október 10. és 2009. február 19. között, több részletben, mindösszesen 210 darab (2.100.000 darab törzsrészvénynek megfelelő), 2009. márciusi lejáratú határidős vételi kontraktust nyitott, 72,96 forintos részvényenkénti átlagáron. Melyeket előbb 2009. március 20-án 52,8 forintos részvényenkénti átlagáron 2009. júniusi határidőre, 2009. június 18-án 57 forintos részvényenkénti átlagáron 2009. szeptemberi határidőre, 2009. szeptember 18-án 63 forintos részvényenkénti átlagáron 2009. decemberi határidőre, 2009. december 17-én 126 forintos részvényenkénti átlagáron 2010. márciusi határidőre, 2010. március 17-én 129 forintos részvényenkénti átlagáron 2010. júniusi határidőre, 2010. június 17-én 100,5 forintos részvényenkénti átlagáron 2010. szeptemberi határidőre, 2010. szeptember 17-én 2010. decemberi határidőre 103,4 forintos részvényenkénti átlagáron, 2010. december 14-én 2011. márciusi határidőre 96,5 forintos részvényenkénti átlagáron, 2011. március 11-én 2011. szeptemberi határidőre 87,5 forintos részvényenkénti átlagáron, 2011. augusztus 24-én 2011. decemberi határidőre 268 forintos (időközben 1.000,-Ft-ra módosult névértékű) részvényenkénti átlagáron, 2011. december 16-án 2012. márciusi határidőre 185 forintos részvényenkénti átlagáron, illetve 2012. március 13-án 2012. júniusi határidőre 190 forintos részvényenkénti átlagáron görgetett tovább. A Társaság a saját részvényeire nyitott 210 darab (2.100.000 darab törzsrészvénynek megfelelő) vételi kontraktusból 140 darab (1.400.000 darab törzsrészvénynek megfelelő) kontraktust adott el 2011. április 8-án 59,71 forintos részvényenkénti átlagáron, további 30 darab (300.000 darab törzsrészvénynek megfelelő) kontraktust adott el 2011. április 11-én 54,17 forintos részvényenkénti átlagáron, további 5 darab (50.000 darab törzsrészvénynek megfelelő) kontraktust adott el 2011. április 18-án 39,4 forintos részvényenkénti átlagáron, további 5 darab (50.000 darab törzsrészvénynek megfelelő) kontraktust adott el 2011. április 28-án 42,2 forintos részvényenkénti átlagáron, majd további 10 darab (100.000 darab törzsrészvénynek megfelelő) kontraktust adott el 2011. május 23-án 25,7 forintos részvényenkénti átlagáron. A tranzakciókra tőzsdei ügyletek keretében, az Equilor Befektetési Zrt. mint befektetési szolgáltató igénybevétele kerület sor. Az ügyletek eredményeképpen az EST MEDIA Nyrt. jelenleg összességében 20 darab (a részvények névértékének 1.000,-Ft-ra történő módosítása miatt 20.000 darab törzsrészvénynek megfelelő) határidős vételi kontraktussal rendelkezik saját részvényei tekintetében.

A Társaság 2011. augusztus 31-i alaptőke leszállítását követően az igazgatóság a közgyűlés felhatalmazásával élve az új 200 forintos névértéken 2011. szeptember 14-én zártkörű részvénykibocsátás keretében felemelte a Társaság alaptőkét az alábbiak szerint:

- készpénzes tőkebevonás a cégcsoport szállítói és/vagy hitelállományának részbeni rendezése érdekében;
- szállítói követelések tőkekonverziója, a szállítók meghatározott körének részvételével;
- akvizíciós célok érdekében.

Az akvizíciós célok két területet öleltek fel.

- A Sziget Kft. akvizíciójának olyan módon történő lezárását, hogy egyfelől a Társaság mentesüljön a tranzakció folytatásának (további 2 milliárd forintot meghaladó összeg megfizetésének) kötelezettsége alól, másfelől a Sziget Kft. a cégcsoport teljes körű konszolidációs körében maradjon.
- A másik érintett terület a Társaság hagyományos program guide tevékenysége, ahol három piacon erősítettünk. A magyar piacon a jelenleg külső tulajdonban lévő 80 százalékos részesedés megszerzésével befejeztük az EXIT Magazin akvizícióját és ezzel a lap feletti teljes rendelkezési jog hozzánk került. Emellett akvizíciókat a romániai piacvezető Șapte Seri és a bulgáriai piacvezető Programata lapcsaládokat, összesen 18 lapot és az ahhoz kapcsolódó online tevékenységeket.

A Társaság Igazgatóságának 2011. november 2-i ülése megállapította, hogy a részvények átvételére vonatkozó, 2011. október 28-án 17 órakor lezárt elsőbbségi időszak során a Társaság arra jogosult részvényesei összesen 750.000 darab törzsrészvény átvételére tettek kötelezettségvállaló nyilatkozatot és azok mindösszesen 150 millió forint kibocsátási értékét a Részvénytársaság számlájára befizették.

Figyelemmel arra, hogy a pénzbeli hozzájárulás ellenében megvalósuló tőkeemelésben való részvételre feljogosított intézményi befektető a vállalásával összhangban (a teljes pénzbeli jegyzés 25%-a) további 50 millió forint pénzbeli hozzájárulást bocsátott a Részvénytársaság rendelkezésére, az Igazgatóság 2011. szeptember 14-i ülésének határozatában előírtak értelmében az alaptőke-emelés sikeres volt. Ennek megfelelően a Részvénytársaság alaptőkét a jelenlegi 1.370.200.000,-Ft-ról 2.389.067.400,-Ft-ra emelte és 200.000.000,-Ft pénzbeli hozzájárulással 3.959.267.400,-Ft-ra növekedett. Az alaptőke-emeléssel keletkezett új részvények tőzsdei bevezetéséhez a Társaság 2012. március 30-án tette közzé a vonatkozó összevont tájékoztatót és hirdetőmenty, melyet a PSZÁF H-KE-III-120/2012. számú határozatával 2012. március 27-én engedélyezett. Az új részvények 2012. április 6-án kerültek bevezetésre a BÉT-re. Ezt megelőzően, 2012. március 14-ével a 2011. augusztus 31-én elfogadott névérték csökkentés is átvezetésre került a Budapesti Értéktőzsde terméklistáján.

2012 februárjában új értékesítési igazgató került kinevezésre Ádám Péter személyében. Az új vezető alapvető feladata az értékesítési tevékenység megerősítése, amelyet részben a csapat átalakítása és újraképzése révén, részben a cégcsoport által gondozott multiplatform out-of-home médiaeszközök megfelelő piaci pozicionálásával ér majd el. Ádám Péter korábban a HVG-nél dolgozott ügynökségi és üzletfejlesztési csoportvezetőként, azt megelőzően a Sláger Rádió direkt értékesítési igazgatója volt.

A Társaság és a GEM Global Yield Fund Limited („GEM”), valamint a GEM Investments America LLC 2012. március 13-án egymillió forintos tőkebefektetésre és további hárommillió EST MEDIA Nyrt. törzsrészvény GEM általi megszerzésére vonatkozó szerződéseket kötött. A szerződések alapján a GEM vállalja, hogy a hároméves kötelezettségvállalási időszak alatt legfeljebb egymillió forint tőkét fektet be a Társaságba. A tőkebefektetés(ek) pontos időpontjait a Társaság határozza meg. A tőkebefektetés(ek) során pénzbeli hozzájárulás ellenében kibocsátandó részvények kibocsátási értéke a Társaság által a GEM-nek jelzett időpontban kezdődő tizenöt tőzsdenapos időszak tőzsdei záróárai átlaga alapján, annak kilencven százalékában kerül megállapításra. A kibocsátandó részvények volumenét a Társaság a tőkebefektetési lehetőség igénybeviteléről szóló értesítés megküldése előtti tizenöt nap átlagos napi forgalmának maximum hétszáz százalékában határozhatja meg. A Társaság által meghatározott volument a GEM jogosult minimum hatvanöt és maximum egyszázharminc százalékban elfogadni. Ezen túlmenően a GEM egyoldalú döntése alapján öt éven belül jogosult hárommillió darab törzsrészvény jegyzésére. A jegyzés pontos időpontját a GEM határozza meg. Ezen részvények kibocsátási értéke részvényenként 280,-Ft lesz, amely az EST MEDIA Nyrt. részvények árfolyamának tőzsdei alakulásától függően évente korrigálásra kerülhet. A szerződések hatálybalépésének feltétele a Társaság közgyűlésének vonatkozó határozata – amely az idei éves rendes közgyűlés napirendjén szerepel majd – valamint az elszámolással megbízandó pénzügyi vagy befektetési szolgáltatóval történő megállapodás, amely feltételeket 2012. május 10-ig kell teljesíteni.

A Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete a kibocsátók felett gyakorolt folyamatos felügyeleti tevékenység körében hozott PJ-III-7/2012. számú határozatában arra figyelmeztette Társaságunkat, hogy a féléves jelentésre vonatkozó szabályozás értelmében a mérleg esetén az összehasonlítás alapja a folyó pénzügyi év első hat hónapjának utolsó napjával, mint mérlegfordulónappal készült mérleg és a közvetlenül azt megelőző pénzügyi év utolsó napjával, mint mérlegfordulónappal készült mérleg, szemben az általunk a 2011. augusztus 30-án közzétett féléves jelentésben megjelenített összehasonlítással, amelynek alapja a folyó pénzügyi év első hat hónapjának utolsó napjával, mint mérlegfordulónappal készült mérleg és a közvetlenül azt megelőző pénzügyi év első hat hónapjának utolsó napjával, mint mérlegfordulónappal készült mérleg volt. Társaságunk a határozatban foglaltakkal egyetértett, és ezért a jövőben azt a gyakorlatot fogja követni, hogy féléves jelentéseiben a mérleg esetében mind a megelőző pénzügyi év utolsó napjának, mind a megelőző pénzügyi év első hat hónapja utolsó napjának bázisadatai is megtalálhatók legyenek. Tekintettel arra, hogy 2011. évi féléves jelentésünk a fentieknek nem felelt meg, a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete vonatkozó határozatának eleget téve, azt a fentieknek megfelelő összehasonlítást tartalmazó módon 2012. február 7-én újra közzétettük. A jelentés ennek megfelelően a 2011. augusztus 30-án közzétetthez képest a „Jelentősebb tételek, változások magyarázata” rész I. címe, valamint a PK3. adatlap – amelyekben a 2010. június 30-i bázisadat mellett a 2010. december 31-i bázisadat is feltüntetésre került – kivételével változást nem tartalmaz.

A beszámolási időszakot követően, 2012. április 13-án, az EST MEDIA Nyrt., illetve az EMG meghosszabbították az EST MEDIA Nyrt-t finanszírozó Wallis Asset Management Zrt-vel kötött 300 millió forintos, illetve az EMG-t finanszírozó UniCredit Bank Hungary Zrt-vel kötött 350 millió forintos kölcsönszerződéseket. Ennek megfelelően a kölcsönök 2012. április 15-i lejáratára 2012. július 16-ra változott. Az EMG 2012. április 13-án megállapodást kötött a Volt Invest Kft-vel arról, hogy a cég részére 2012. április 15-én megfizetendő, még a Sziget Kft. felvásárlási folyamatának egy korábbi –egyebekben már lezárt - szakaszából eredő, a 2011-es VOLT Fesztivál és Balaton Sound eredményességétől függő, mintegy 155 millió forint összegű vételár rész esedékessége szintén 2012. július 16-ra változott.

Az EST MEDIA Nyrt. és az EMG ugyancsak 2012. április 13-án megállapodást kötött a Sziget Kft. kisebbségi tulajdonosaival (Szigerta Invest Kft., Volt Invest Kft.) arról, hogy ezek, illetve a Sziget Kft. szakmai menedzsmentjét alkotó magányszemély tulajdonosai (Gerendai Károly, Takács Gábor, Fülöp Zoltán és Lobenwein Norbert urak) közreműködnek egy, a nyár közepéig lebonyolításra kerülő, legalább az előző bekezdésben írt kötelezettségek refinanszírozását, illetve finanszírozását célzó kötvénykibocsátásban. A kibocsátás alapja és fedezete egyrészt a Sziget Kft. működése és az abból származó eredmény, másrészt az EST MEDIA cégcsoport egyéb médiatevékenységéből származó eredmény lesz. A Sziget Kft. kisebbségi tulajdonosai a kibocsátásban való közreműködésükön túl vállalták azt is, hogy amennyiben a kibocsátó ezt igényli (például a változó pénzügyi lehetőségek miatt), kiegészítő garanciát nyújtanak a kötvénybirtokosok részére.

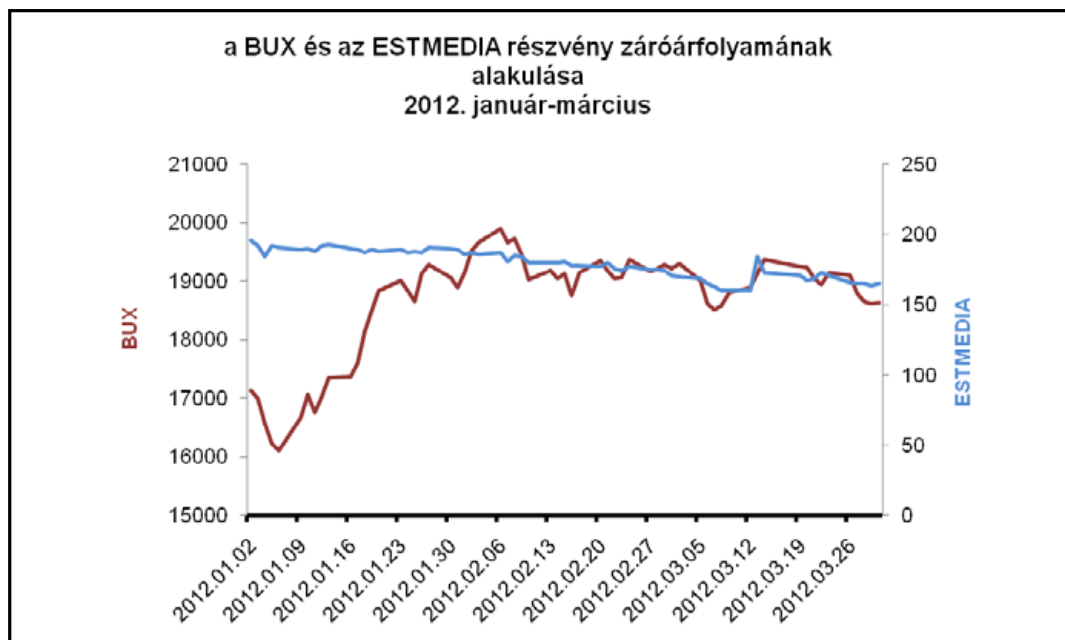
A Társaság amellet, hogy a Sziget Kft. kisebbségi tulajdonosaival együttműködésben mindent elkövet a kötvénykibocsátás vagy egyéb forrásbevonás sikeressége érdekében, óvatos gazdálkodóként fel kell hogy készüljön arra az eshetőségre is, ha nem volna lehetséges a szükséges forrásokat előteremteni. Erre az esetre az a célunk, hogy a fentiekben írt kölcsönök lejáratára ne érintse kedvezőtlenül az EST MEDIA cégcsoport médiatevékenységét. Ennek megfelelően a kötvénykibocsátás vagy egyéb forrásteremtési tevékenység mellett, arra és csak arra az esetre, ha ezek nem vezetnének eredményre, 2012. június közepétől nyilvános pályázatot írunk ki a Sziget Kft-beli részesedésünk értékesítésére. A Sziget Kft. kisebbségi tulajdonosai ebben a körben elkötelezték magukat amellet, hogy a pályázati eljárás esetleges sikertelensége esetén legalább olyan áron megvásárolják a Sziget Kft-beli részesedésünket, hogy a fentiekben meghatározott kötelezettségeinket abból 2012. július 16-ával visszafizethessük, illetve lezárhassuk és a kölcsönök mögé nyújtott egyéb – például a program kalauz üzletágunkat terhelő – fedezetek felszabadulhassanak.

Ugyancsak a beszámolási időszakot követő esemény, hogy a Társaság 2012. április 27-i éves rendes közgyűlése ismételten felhatalmazta az Igazgatóságot az alaptőke felemelésére. A felhatalmazás szerint az Igazgatóság 2017. április 26-ig jogosult alaptőke-emelést elhatározni és végrehajtani, amelynek legmagasabb összege névértéken egyetlen naptári évben sem haladhatja meg a megelőző év december 31-i alaptőke 100 százalékát plusz 1.840.000.000,-Ft összeget. Amennyiben az Igazgatóság átváltoztatható kötvény forgalomba hozatalával megvalósuló alaptőke-emelést határozná el, úgy a legmagasabb összeg meghatározása szempontjából azon részvények összesített névértékét kell figyelembe venni, amelyekre a forgalomba hozott kötvények, átváltásuk esetén, összesen jogosítanak. Ezen névértéket abban a naptári évben kell figyelembe venni, amelyben a kötvények kibocsátásáról döntő határozat született. A részvénykibocsátás legalacsonyabb lehetséges árfolyama megegyezik a részvény névértékével. Amennyiben az Igazgatóság átváltoztatható kötvény forgalomba hozatalával megvalósuló alaptőke-emelést határozná el, úgy a legalacsonyabb lehetséges árfolyamot a kötvény kibocsátásáról szóló döntésnél kell figyelembe venni, olyan módon, hogy az egy darab tőzsrészvényre eső átváltási ár ezen árfolyamnál ne legyen alacsonyabb. Az alaptőke felemelésére szóló felhatalmazás a Gt. által meghatározott valamennyi alaptőke-emelési esetre és módra vonatkozik, így új részvények forgalomba hozatalával, az alaptőkén felüli vagyon terhére, dolgozói részvény forgalomba hozatalával, illetve feltételes alaptőke-emeléseként, átváltoztatható kötvény forgalomba hozatalával megvalósuló alaptőke-emelésre is. Az Igazgatóság a felhatalmazás alapján jogosult a Gt. szerinti valamennyi részvényfajta, valamint az elsőbbségi részvényfajtaán belül a Gt. által lehetővé tett valamennyi részvényosztályba tartozó részvény kibocsátására. Az alaptőke felemelésére felhatalmazó határozat egyben feljogosítja és kötelezi az Igazgatóságot az alaptőke felemelésével kapcsolatos, a Gt. vagy az Alapszabály szerint egyébként a közgyűlés hatáskörébe tartozó döntések meghozatalára, ideértve az Alapszabálynak az alaptőke felemelése vagy az újonnan kibocsátásra kerülő részvényfajtákra vonatkozó rendelkezések miatt szükséges módosítását is. Az alaptőke felemelésére felhatalmazó határozat feljogosítja az Igazgatóságot arra is, hogy a tőkeemelésre vonatkozó felhatalmazás időtartamára a jegyzési elsőbbségi jog gyakorlását korlátozza, illetve kizárja, ha annak a Gt.-ben meghatározott feltételei fennállnak. A közgyűlés úgy rendelkezett, hogy az elsőbbségi jog gyakorlása kizárásának feltételei fennállnak, ha az alaptőke-emelésre a GEM-mel 2012. március 13-án kötött szerződések szerint kerül sor.

III.1. Részvény adatok

A Társaság részvényei a jelen gyorsjelentés közzétételekor a Budapesti Értéktőzsde Részvények „A” kategóriájában forognak, immár tizenegyedik időszakban BUX-kosártagként, a BUMIX-kosárban való folyamatos részvétel mellett. Bár 2012 első negyedévében az átlagos napi forgalma nem érte el a 100 millió forintot és így a részvény a jogszabályi meghatározás szerint nem minősül likvid értékpapírnak, az EST MEDIA részvény a forgalmi adatok alapján továbbra is a BÉT legnagyobb forgási sebességű tőzsdei részvényeinek egyike.

4. Ábra: a BUX és az EST MEDIA (ESTMEDIA) részvény árfolyamának alakulása 2012Q1-ben (portfolio.hu adatok)



Az EST MEDIA részvények 2012 első negyedévi átlagos napi forgalma mintegy 5 millió forint volt. A január 2-i nyitóár 185 forint, a március 30-i záróár 165 forint volt.

A Budapesti Értéktőzsde 2012 márciusában elvégezte a Részvények „A” kategóriába tartozó részvénytársaságok besorolásának szokásos felülvizsgálatát. A BÉT a Szabályzatában meghatározott elvek szerint a 2011. szeptember 1-jétől 2012. február 29-ig terjedő időszak forgalmi és átlagos kapitalizáció adatai alapján végezte el a vizsgálatot. Mivel a Társaság részvénytársasága két egymást követő vizsgálati időszakban nem felelt meg a BÉT szabályzatában meghatározott minimum kapitalizációs feltételnek, ezért az 2012. május 2-i hatállyal automatikusan átsorolásra került a Részvények „B” kategóriába.

A Média Üzletág konszolidációba teljes körűen bevont cégeinek és azok termékeinek legfőbb bevételi forrása a reklámok értékesítéséből és egyéb marketing, illetve szponzorációs tevékenységből ered. A 2008-as év végén jelentős megtorpanás volt érezhető a megváltozott világgazdasági környezet reklámköltségekre gyakorolt hatása miatt, amely a teljes hazai médiapiacra érezhetően hatott. Mindezen negatív folyamatok a 2009-es évben tovább erősödtek, illetve a 2010-11-es és már újabb negatív makrogazdasági folyamatok miatt a 2012-es évre is áthúzódtak, érezhetően visszavetve a teljes reklám-, és ezáltal a médiapiac teljesítményét.

A teljes reklámpiac bevételeinek alakulása jól mutatja az ágazatban tapasztalható válsághatásokat: amíg a teljes piac reklámköltsége a Magyar Reklámszövetség (MRSZ) nettó bevételekre vonatkozó becslése alapján 2008-ban több mint 7 százalékkal nőtt az előző évhez képest, addig ugyanez a szám 2009-ben 19,2 százalékos csökkenést mutatott. A TNS Media Intelligence listaáras mérései ugyanakkor csak 7,4 százalékos csökkenést mutatnak a 2009-es évre. A listaáras és a nettó bevételek visszaesése közötti különbség jól mutatja, hogy a keresleti oldalról hirtelen beszűkült hirdetési piacon a médiatulajdonosok a korábbinál jelentősen magasabb engedményeket adtak a hirdetőknél. 2009-ben az MRSZ nettó bevételekre vonatkozó becslése a TNS Media Intelligence listaáras mérésének mindössze 28 százaléka volt, azaz a listaárakhoz képest az átlagos kedvezmény szint 72 százalék volt a magyar piacon. Ez a szám 2011-re 77 százalékra nőtt, tovább nyílt a listaáras és a net-net bevételek közötti olló, ami minden médiatulajdonost kedvezőtlenül érintett.

2011-ben a Kantar Media (a korábbi TNS Media Intelligence) listaárakat figyelembe vevő felmérése szerint a teljes magyar hirdetési piac (napilap, folyóirat, indoor, közterület, online, rádió, mozi, kábeltévé, televízió) 3 százalékos növekedést mutatott, azonban a listaárak és a nettó árak közötti különbség további növekedése miatt millárdok tűntek el a médiapiacról. A reklámzaj 2011-ben lényegében ugyanakkora volt mint egy évvel korábban, csak azt jóval kevesebb pénzből finanszírozták a hirdetők, így a reklámpiacon 2011-ben is a kínálati oldal volt az erősebb.

A különféle nemzetközi előrejelzések (ZenithOptimedia, Carat) 2012-re egyöntetűen növekedést várnak, a régiókat illetően 6,5-9,5 százalékos mértékben, azonban ehhez az erősödéshez a magyar piactól egyáltalán nem várnak hozzájárulást. A növekedést ugyanakkor főként az online, az out-of-home és a televíziós szegmensben várják, a nyomtatott piacon inkább csökkenést jeleznek előre. Kiemelést nyer ugyanakkor, hogy a nyomtatott lapok kiadói a termékek online, okostelefonos és táblagépi verzióin keresztül kivehetik a részüket a piaci növekedésből. A teljesség kedvéért tegyük hozzá azt is, hogy a nyomtatott sajtó-reklám piacának visszaesése összefüggésbe hozható a romló olvasottsági trendekkel is, ami az EMG portfólióba tartozó főként ingyenes termékeknél a nyomtatott sajtó átlagánál kevésbé volt érezhető.

A 2011. évi reorganizációt követően a belső folyamatokon túl a piaci környezet visszajelzéseire is figyelemmel kell lennünk.

A magyar magazinpiac

A nyomtatott magazinpiac egyértelműen az egyik vesztese a válságnak. Az MRSZ net-net (ügynökségi jutalékot nem tartalmazó) reklámköltségi adatai alapján a teljes sajtóreklám piac 41,6 milliárd forintot tett ki. Az EMG továbbra is az ingyenes programmagazinok vezető kiadója. Az EXIT értékesítési jogának, majd 2011 őszén a teljes tulajdonjogának megszerzésével az EMG az általa értékesített termékekkel a teljes sajtópiac még fontosabb szereplőjévé vált, listaáras részesedése 2012 első negyedében 6,3 százalék volt.

A magyar online piac

Az online az egyik legdinamikusabban fejlődő szegmense a médiapiacnak, a teljes online piac net-net bevételei 2011-ben 28,5 milliárd forintot tettek ki az MRSZ becslése alapján. Az EMGOnline árbevétele 2010-ről 2011-re összességében csökkent, mert ezen a területen a lényegi fedezetet nem hordozó Facebook magyar reklámfelületeinek értékesítése helyett a saját termékek értékesítésére helyeződött át a hangsúly.

A magyar mobil piac

A mobil hirdetések piacára a nemzetközi előrejelzések egyelőre az online piac részeként tekintenek és ennek megfelelően a piac átlagánál magasabb bővülésével számolnak. Az EMGMobil szegmens a kezdeti időszakban elsősorban a nyomtatott termékek kiegészítőjeként, azok értékesítését elősegítve működik majd. Az év végére azonban el kell jutnunk oda, hogy az okostelefonos alkalmazásaink önálló reklámhordozóként is megvessék a lábukat a piacon. Ehhez a termékek további fejlesztésén túlmenően magának a hirdetési kategóriának az alakításában is aktívan részt kell vennünk.

A magyar indoor piac

Az indoor piac a 2009-es jelentős, több mint 40 százalékos visszaesés után 2010-ben is 7,8 százalékos csökkenést könyvelhetett el. Sajnos a csökkenés 2011-ben újraerősödött. A drasztikus változás elsődleges oka, hogy a médiateervekből nem ritkán teljesen kimarad az indoor, ugyanakkor az EMG számára különösen hátrányos tendencia, hogy a HORECA szegmensből áttevődik a megmaradó reklámköltség is az „instore” területére, azaz a bolti megjelenésekre (elsősorban a hipermarketekben). A hátrányos piaci folyamatok miatt került sor – összhangban a Társaság közgyűlése által elfogadott reorganizációs tervvel – az EMGindoor üzletág külső üzemeltetésbe adására.

A bolgár médiapiac

2012 első negyedében folytatódtak az alapvetően negatív 2011-es reklámpiaci trendek Bulgáriában, amelyek összességében 6 százalékos csökkenést hoztak 2010-hez képest. Ez alól csupán az online hirdetések piaca volt kivétel, ahol 11,4 százalékos volt a növekedés, valamint a napilapok piaca a maga 5,1 százalékos növekedésével. Ez utóbbit azonban átértékeli a politika hatása: 2011-ben elnöki, és helyhatósági választások is voltak, amelyek az egész reklámpiacra egyszeri pozitív hatást gyakoroltak, és ezen belül is különösképpen a gyakorta politikai pártokhoz tartozó napilapokra. A televíziós piac 4,7 százalékkal csökkent, míg a rádiós 7,2 százalékkal. A legdrágább szűkülés az outdoor hirdetések területén történt, ahol 21 százalékos volt a visszaesés. Ennek legfőbb oka a hirdetési eszközök jogi hátterének bizonytalansága, a gyakorta változó szabályozás. A napilapok jobb teljesítményének köszönhetően csupán 3,6 százalékos volt a teljes nyomtatott sajtó zsugorodása, ám ezen belül a magazin piac csökkenése az outdoor után a legnagyobb: a vállalatcsoportunk számára egyik legfontosabb szegmens 15 százalékkal lett kisebb 2011-ben, miközben 14 jelentős, havi vagy heti magazin szűnt meg.

A gazdasági válság enyhülésének egyelőre nyoma sincs az országban, ellenben a majdnem két éve folyamatosan jelenlevő görög csődvészély a többi európai gazdaságnál sokkal nagyobb hatással van a szomszédos Bulgáriára, ahol meghatározó a görög jelenlét. Ez a leginkább fenyegetett bankszektor mellett igaz a média-, és reklámpiacra is, ahol szintén igen számottevő a görög tulajdon.

A rossz makrogazdasági adatok, és kilátások miatt a legnagyobb reklámköltők és ügynökségek 2012 első negyedében folyamatosan elhalasztották az egész éves büdzsék kialakítását; általános gyakorlattá vált az eseti hirdetési megállapodások kötése. Ez még tovább élezte az amúgy is kritikus szintet elért árversenyt, amely viszont negatívan befolyásolta a teljes médiapiac színvonalát.

Ebben a környezetben a Programata hagyományos, nyomtatott platformjának legfontosabb feladata továbbra is a piaci jelenlét megőrzése volt. Az out-of-home média jelleg, és az ingyenességből fakadó széleskörű elérés segítségével a Programata képes megtartani a jelentősen beszűkült bolgár print piacon a korábban kivívott pozícióját. Stratégiai célként tűztük ki, hogy ne fogadjuk el a helyi piaci szereplők legtöbbször – közép- és hosszútávon piacromboló hatású – üzleti gyakorlatát, és nem hagyjuk az árversenybe bekapcsolódva devalválódni termékeinket. Ez ugyan rövidtávon veszteségeket jelentett, de az előrejelzéseink szerint már akár a 2. és 3. negyedéves eredmények kompenzálhatják ezeket, míg a prudens üzleti magatartás kulcs lehet a digitális piaci részesedés elérésében.

Tavaly ősztől érhető el a meghatározó operációs rendszereken (Androidon és iOS-en) a Programata Mobile, a Programata okostelefonos applikációja. Az első negyedévben mintegy 10.000 felhasználó töltötte le, és használja a terméket, amely az egyedüli a bolgár piacon. A magyar és román piacra kiterjedő stratégiai együttműködés a Vodafone-nal nem érvényes Bulgáriára, mert a világcég ott csak közvetetten, partnereként van jelen. Így itt valamivel lassabb a marketing kommunikáció, amit tovább nehezít a kis piaci méret is. Ennek ellenére a márka ismertsége folyamatosan növekszik, nem csak a fogyasztók, de a reklámozók körében is, és az év második felére már számottevő reklám árbevétel mutatnak a jelenlegi tárgyalásokon alapuló prognózisok.

A román médiapiac

2012 nem hozott lényeges változást az előző év negatív trendjeihez képest. Az első három hónap gyenge eredménynek okai közé bekerült a szokásoshoz képest is hidegebb és csapadékosabb tél. Januárban és februárban a hatalmas havazások megbénították a közlekedést a városokban és a városok között is, ezáltal jelentős fogyasztáscsökkenést eredményeztek, amely természetesen a reklámköltségek visszafogását hozta magával.

Az éves hirdetési költségkeretek csak március végén körvonalazódtak. A gazdasági válság hatásai nem enyhültek a hirdetési piacon sem, de reményre adó ok a 2012 júniusában megrendezendő önkormányzati választás és az őszi parlamenti választás kampánya.

Akárcsak Bulgáriában, itt is kihat a görög csődkockázat a gazdaság egészére a számos görög érdekeltségű cégen keresztül. Ezek a cégek főleg a bankszektorban, az élelmiszeriparban, a média és kiskereskedelem területén tevékenykednek.

A negatív makrogazdasági adatok és a bizonytalan piaci kilátások miatt, valamint a folyamatosan változó adójoz-szabályok és a fogyasztás csökkenése következtében a kiemelt ügyfelek és ügynökségek kivártak az éves büdzsék meghatározásával; rendszeressé vált a havonta történő alku és megrendelés gyakorlata.

A Sapte Seri célja a piacvezető pozíció megtartása. Ez az említett mostoha körülmények dacára sikerült, sőt a további időszakra javulnak kilátásaink. Sikerült növelni ügyfélkörünket, főleg közvetlen szerződések kötésével.

Árpolitikánkban igyekszünk nem követni a versenytársak legtöbbször – közép- és hosszútávon piacromboló hatású – üzleti gyakorlatát, és nem hagyjuk az árversenybe bekapcsolódva elértékteleníteni termékeinket.

A tavalyi év végétől érhető el a meghatározó operációs rendszereken (Androidon és iOS-en) a 7Seri Mobile, a Sapte Seri okostelefonos applikációja. Az első negyedévben több mint 20.000 felhasználó töltötte le, és használja a terméket.

Kiemelkedő jelentőségű a Vodafone applikációkra kihegyezett országos kampánya, amelyet az összes jelentős médiában (vezető TV, print, outdoor) elhelyeztek. Ez a kampány nem csak az applikáció elterjedését segítette, de a Sapte Seri márkanev további erősödését is eredményezte, ami kihatott a print és online termék sikeresebb értékesítésére.

Az EMGEvent üzletágával, amely a Sziget Kft. tevékenységét fedi, külön is foglalkoznunk kell, hiszen ez a terület felelős a cégcsoport árbevételének legnagyobb részéért.

V.1. A Sziget-akvizíció

A Sziget Kft. 2011. szeptember 14-ig 51 százalékban volt az EMG tulajdonában, ugyanakkor az eredetileg 2007. november 27-én létrejött és azóta többször módosított akvizíciós program szerint az EMG 2013-ig további 24 százalékot vásárolt volna meg.

Tekintettel azonban arra, hogy a cégcsoport 2011-es reorganizációja kiterjedt a finanszírozás átstrukturálására is, a Sziget Kft. akvizíciójára irányuló fenti tranzakció további folytatása korlátokba ütközött. Az eredeti akvizíciós struktúra szerint, ha az EMG részéről nem került volna megfizetésre a Sziget Kft. megvásárlását célzó akvizíció szerint 2011-ben, 2012-ben vagy 2013-ban esedékes vételár, úgy az EMG tagsági jogai a Sziget Kft-ben csökkentek volna a következők szerint. Amennyiben az EMG a Szigerta Invest Kft. eladó részére teljesítendő vételárrész megfizetésével esett volna 90 napot meghaladó késedelembe (2011. szeptember 9.), úgy tagsági jogai 49 százalékra szálltak volna vissza, azzal, hogy amennyiben az EMG a nem teljesített vételárat a soron következő vételárrész esedékességéig (2012 tavasza) megfizeti, úgy tagsági jogai helyreállnak, amennyiben nem teljesíti ezen időpontig, úgy a Szigerta Invest Kft. elállhat az akvizíciós folyamat további részétől. Amennyiben az EMG a Volt Invest Kft. eladó részére teljesítendő vételárrész megfizetésével esett volna egy hónapot meghaladó késedelembe (2011. október 30.), úgy tagsági jogai 2,35 százalékkal csökkentek volna.

Figyelemmel a reorganizációs folyamatra és a Sziget Kft. ügyvezetője, Gerendai Károly úrnak a Társaság 2011. április 29-i közgyűlése kapcsán tett kijelentésére, miszerint

„...a pénzügyileg is stabil tulajdonosi háttér a Sziget számára is fontos tényező, egyfelől a csoport tagjaként, másrészt – a Sziget többi tulajdonosán keresztül – az EST MEDIA részvényeseiként is. Ezért az EST MEDIA által tervezett reorganizációs terv kialakítását és megvalósítását támogatjuk, bízunk sikeres végrehajtásában. Ennek érdekében, ha szükséges együtt gondolkozunk és dolgozunk a menedzsmenttel, mivel az együttműködésben látjuk az optimális megoldás lehetőségét magunk és minden részvényes számára.”

az EMG tárgyalásokat kezdett a Sziget Kft. többi tulajdonosával a kialakult helyzet áttekintése és a potenciális, a cégcsoport és a felek kölcsönös érdekeit szolgáló megoldási lehetőségek feltárása végett. Ennek keretében olyan megoldás született, amellyel a Sziget Kft. akvizíciója olyan módon került lezárásra, hogy egyfelől a Társaság mentesült a tranzakció folytatásának és további mintegy 2 milliárd forint vételár megfizetésének kötelezettsége alól, másfelől a Sziget Kft. a cégcsoport teljes körű konszolidációs körében maradt.

Első lépésben 2011. szeptember 8-án a Sziget Kft. megvásárlására vonatkozó tranzakció során 2011 tavaszán esedékessé vált vételárrészlet megfizetésének 2011. szeptember 9-i póthatárideje 2011. szeptember 15-re módosításra került.

Második lépésben a Társaság és az EMG 2011. szeptember 14-én megállapodásokat kötött a Sziget Kft. tagjaival, a Szigerta Invest Kft-vel és a Volt Invest Kft-vel, amelyek lezárják a Sziget Kft-vel kapcsolatos akvizíciós folyamatot, és egyidejűleg a jövőre nézve újraszabályozták a résztvevő felek tulajdonosi együttműködését. A megkötött megállapodásokkal az EMG szavazati és vagyoni jogai 49 százalékra lecsökkentek ugyan, de egyidejűleg az EST MEDIA Nyrt. egy 2 százalékos szavazati jogot (és 1,-Ft vagyoni jogot) megtestesítő üzletrészt szerzett a Szigerta Invest Kft-től. Így a cégcsoport összességében 51 százalékos szavazati joggal és 49 százalékos vagyoni joggal rendelkezik.

A Sziget Kft. tulajdonosai egyidejűleg új szindikátusi szerződést kötöttek, amely a megváltozott tulajdonosi szerkezetet leképezve alapjaiban a korábban hatályos változatra épül. A szindikátusi szerződés azt célozza, hogy az EST MEDIA cégcsoport és annak Event Üzletága hosszútávon, kölcsönös érdekek mentén dolgozzon együtt a minél eredményesebb működés és a két fő termékportfólió (programkalauz, event) fejlődése érdekében. Ezt segíti elő egy 2012 után hatályosuló új, az event portfólió szintjén felálló menedzsmentösztönző rendszer is. Emellett a felek megerősítették a korábbi akvizíciós szerződésekben meghatározott EBITDA-eltérőket, amelyek részben továbbra is a menedzsment-érdekeltség alapjául fognak szolgálni. Ugyanakkor a szindikátusi szerződés rendelkezéseinek súlyos megsértése és az együttműködés érdekkörünkbe eső ellehetetlenülése esetére opciós jog került kikötésre az EST MEDIA Nyrt. 2 százalékos mértékű üzletrészeire.

A konstrukció biztosította az EST MEDIA Nyrt. és az EMG Médiacsoport Kft. üzletrészein keresztül a szavazati jogok többségét, és ezáltal azt, hogy a Sziget Kft. változatlanul teljes körű konszolidációs körünkben maradjon.

Fel kell hívni itt azonban a figyelmet arra, hogy amint azt A beszámolási időszak egyéb jelentős eseményei című III. fejezetben bemutattuk, 2012. április 13-án, az EST MEDIA Nyrt., illetve az EMG meghosszabbították az EST MEDIA Nyrt-t finanszírozó Wallis Asset Management Zrt-vel kötött 300 millió forintos, illetve az EMG-t finanszírozó UniCredit Bank Hungary Zrt-vel kötött 350 millió forintos kölcsönszerződéseket. Ennek megfelelően a kölcsönök 2012. április 15-i lejáratát 2012. július 16-ra változtatták. Az EMG 2012. április 13-án megállapodást kötött a Volt Invest Kft-vel arról, hogy a cég részére 2012. április 15-én megfizetendő, még a Sziget Kft. felvásárlási folyamatának egy korábbi – egyebekben már lezárta - szakaszából eredő, a 2011-es VOLT Fesztivál és Balaton Sound eredményességétől függő, mintegy 155 millió forint összegű vételár rész esedékessége szintén 2012. július 16-ra változott. Az EST MEDIA Nyrt. és az EMG ugyancsak 2012. április 13-án megállapodást kötött a Sziget Kft. kisebbségi tulajdonosaival (Szigerta Invest Kft., Volt Invest Kft.) arról, hogy ezek, illetve a Sziget Kft. szakmai menedzsmentjét alkotó magányszemély tulajdonosaik (Gerendai Károly, Takács Gábor, Fülöp Zoltán és Lobenwein Norbert urak) közreműködnek egy, a nyár közepéig lebonyolításra kerülő, legalább az előzőekben írt kötelezettségek refinanszírozását, illetve finanszírozását célzó kötvénykibocsátásban. A kibocsátás alapja és fedezete egyrészt a Sziget Kft. működése és az abból származó eredmény, másrészt az EST MEDIA cégcsoport egyéb médiatevékenységéből származó eredmény lesz. A Sziget Kft. kisebbségi tulajdonosai a kibocsátásban való közreműködésükön túl vállalták azt is, hogy amennyiben a kibocsátó ezt igényli (például a változó pénzügyi lehetőségek miatt), kiegészítő garanciát nyújtanak a kötvénybirtokosok részére.

A Társaság amellet, hogy a Sziget Kft. kisebbségi tulajdonosaival együttműködésben mindent elkövet a kötvénykibocsátás vagy egyéb forrásbevonás sikeressége érdekében, óvatossággal felkészül arra az esetre is, ha nem volna lehetséges a szükséges forrásokat előteremteni. Erre az esetre az a célunk, hogy a fentiekben írt kölcsönök lejáratát ne érintse kedvezőtlenül az EST MEDIA cégcsoport médiatevékenységét. Ennek megfelelően a kötvénykibocsátás vagy egyéb forrássteremtési tevékenység mellett, arra és csak arra az esetre, ha ezek nem vezetnének eredményre, 2012. június közepétől nyilvános pályázatot írunk ki a Sziget Kft-beli részesedésünk értékesítésére. A Sziget Kft. kisebbségi tulajdonosai ebben a körben elkötelezték magukat amellet, hogy a pályázati eljárás esetleges sikertelensége esetén legalább olyan áron megvásárolják a Sziget Kft-beli részesedésünket, hogy a fentiekben meghatározott kötelezettségeinket abból 2012. július 16-ával visszafizethessük, illetve lezárhassuk és a kölcsönök mögé nyújtott egyéb – például a program kalauz üzletágunkat terhelő – fedezetek felszabadulhassanak.

V.2. A Sziget-akvizíció jelentősége

A 2009-2011-es fesztiválszezonok összességükben azt mutatják, hogy a Sziget Kft. üzleti modellje a gazdasági válság körülményei között is működőképes, annak ellenére, hogy a 2011-es év a korábban már bemutatott egyedi okok miatt veszteséges lett. A fesztiválok növekvő árbevétele, a teljes időszak átlagában pozitív mérlege és fejlődőképessége (új szponzorok szerzése, új szolgáltatások bevezetése, további külföldi terjeszkedés lehetősége, stb.) a finanszírozói és tőkebefektetői körök számára is komoly indikációt adhat arra nézve, hogy ez a fajta média- és szórakoztató tevékenység minden egyéb (időjárás, közlekedés, stb.) kockázat ellenére is stabil és megbízható profittermelésre képes.

A Sziget-akvizíció több szempontból is illeszkedik az EMG-hez és tevékenységéhez. Egyfelől a Sziget az elmúlt két évtized egyik emblemikus brandje, hasonlóan a Pesti Esthez. Másfelől a rendezvények célcsoportja és az EMG média-portfóliójával megszólítható rétegek között jelentős az átfedés, ezért a két marketing eszköz együtt hatékonyabban lehet képes a hirdetői igények kiszolgálására. Az EMG média-portfóliója egész éven át képes elérni a fogyasztókat, míg a rendezvény portfólió elemei intenzívebb, élmény-környezetbe helyezett elérést és közvetlen fogyasztói kapcsolatot kínálnak.

A rendezvény-portfólió más szempontból is értékes kiegészítője a média-portfóliónak, hiszen ellentétben ez utóbbival, a rendezvények (a T-Home Gyerek Sziget kivételével) fizetősek, azaz maga a látogatói részvétel is árbevétel és eredményt generál, így ez az ágazat kevésbé van kitéve a mindenkoros reklámpiaci változásoknak: míg a magyar reklámpiac 2008-ról 2010-re majd 20 százalékkal csökkent és 2011-ben is lényegében stagnált, addig a Sziget Kft. több fizető fesztiválján is ebben az időszakban látogatócsúcsok dőltek meg.

Az EMGEvent üzletága mindemellet egyéb növekedési lehetőségeket is hordoz. Egyfelől a magyarországi fogyasztás nyugat-európai színvonalhoz való közeledésével (a szórakozásra számítható összegek növekedésével) többen látogathatják majd a rendezvényeket, másrészt a helyszínen többet is fogyaszthatnak. A zenei ipar eközben nagymértékű átalakulásban van. Míg korábban az élő fellépések a hangfelvételek népszerűsítését szolgálták, addig mára ez a helyzet megfordult, a könnyen (nem feltétlenül legalisan) elérhető-letölthető hangfelvételekből származó bevételek csökkenése az előadókat az élő fellépésekkel elérhető bevételek irányába fordítja. Várhatóan a magyar, illetve a régiós piac is megkezdte majd a felzárkózást a nyugat-európai fesztivál- és koncertkínálathoz. A 2011-es akvizíciókkal két régiós piacon is előretörést érhetünk el. Ez a folyamat lehetőségeket nyithat majd arra, hogy akár Magyarországon (itt ráadásul a bevezetést támogatni képes erős médiaháttérrel), akár a környező vagy régiós országokban újabb igényes rendezvényeket hozhassunk létre. A Sziget Kft-ben az elmúlt két évtized során összegyűjtött fesztiválszervezői tapasztalat mint szakmai bázis és az EST MEDIA Nyrt. tőkepiaci jelenléte alapot adhat arra, hogy az EMGEvent üzletága – feltéve, hogy a 2012. júliusig esedékes refinanszírozás sikeres lesz – az elkövetkező években, természetesen megfontolt és óvatossággal terjeszkedés révén, megvesse a lábát a környező országokban és Magyarország után a régióban is piacvezető fesztiválszervezővé váljon.

Az EST MEDIA csoport reorganizációja során – feltéve, hogy a 2012. júliusig esedékes refinanszírozás sikeres lesz, és figyelemmel a program guide szegmens nemzetközi terjeszkedésére is – kiemelten fontos az EMG média-portfóliójának az EMGEvent üzletággal való szakmai együttműködése, illetve az annak fejlesztésében való részvétel.

V.3. Fesztiválok

Az EMGEvent üzletága a 2012-es évben négy fizető (Gourmet Fesztivál, VOLT Fesztivál, Heineken Balaton Sound, Sziget Fesztivál) és egy ingyenes rendezvényt (T-Home Gyerek Sziget) szervez, a XIII. Pannon Bormustrát pedig már a jelen gyorsjelentés közzétételéig lebonyolította. Mindeközben a Sziget Kft. szakemberei aktívan keresik az újabb lehetséges fesztivál lehetőségeket, jelenleg elsősorban a horvát tengerpartra koncentrálva, legkorábban 2013-ra. A 2011-ben összességében veszteséges Sziget Kft. teljesítmény ugyanakkor a külföldi terjeszkedési terveket is befolyásolhatja. Ebben a körben mérlegelni lehet majd azt is, hogy a külső partnerekkel való együttműködéssel szemben mennyiben volna célszerűbb az EST MEDIA tervezett nemzetközi program guide hálózatára, az azzal lefedett országokban meglévő tapasztalatokra, kapcsolatrendszerre és finanszírozási lehetőségekre támaszkodni.

A Sziget Kft. Európa egyik legismertebb fesztiválszervező cége, a magyarországi fesztiválpiacon pedig a legnagyobb. Kiterjedt értékesítési és promóciós hálózattal rendelkezik az európai, különösen a következő nyugat-európai országokban: Hollandia, Olaszország, Franciaország, Nagy-Britannia, Spanyolország, Németország. Fő kereskedelmi partnerei a legismertebb vállalatok az üdítőitalok, sör, telekommunikáció, dohányárúk területén: Heineken Hungária Sörgyárak Zrt., Dreher Sörgyárak Zrt., T-csoport (T-Mobile, T-Home), Coca-Cola Magyarország Szolgáltató Kft., Samsung Mobile, Friesland, K&H Bank, OTP Bank, stb. Részesedése a fiataloknak szóló rendezvények árbevételéből mintegy 80 százalékra tehető (T-Home Gyerek Sziget, VOLT Fesztivál, Heineken Balaton Sound, Sziget), a fennmaradó 20 százalékon 40-45 kisebb cég osztozik. A Sziget Kft. fizető rendezvényein 2011-ben csaknem 700 ezer látogató fordult meg, a magyar fesztiválpiacon a cégnek érdemi versenytársa nincs.

Stratégiai partner

vodafone

A KEDVENC BANDÁD
EGY DALNYIRA VADUL TOLED

Jó helyen vagy!
mobil EST
A Pesti Est és az
Est Lapok mobilalkalmazása

Olvasd le a QR-kódot IOS-es vagy androidos okostelefonoddal, majd töltsd le az ingyenes MobilEst alkalmazást!

VI. A TÁRSASÁG TEVÉKENYSÉGÉNEK FŐBB KOCKÁZATAI

A Társaság tevékenységéhez kapcsolódó kockázatok értékelésekor a Társaság (média fókuszú) vagyongazdálkodási tevékenységéből kell kiindulni, amiből következően a Társaság befektetéseiként szereplő vállalatok, tehát a Média Üzletág és a nem média jellegű befektetések tevékenységéhez kapcsolódó kockázatokat kell figyelembe venni.

A Média Üzletág kockázatai közül az offline (print, indoor) média tevékenységnél a lakossági fogyasztás esetleges visszaesésének a hirdetési piacra gyakorolt általános hatását, illetve elsősorban a print média területén érezhető reklámpiaci visszaesést, továbbá az ugyancsak a print médiát érintő, a 2012-től újraszabályozott termékdíj fizetési kötelezettséggel kapcsolatos jogalkalmazási bizonytalanságokat kell kiemelnünk. Az online médiapiac tekintetében pedig kockázati tényezőként jelentkezik, hogy a piac bővülése ellenére a változás nem érinti egyenletesen az összes piaci szereplőt, növekszik a verseny, illetve gyorsan változnak az internetes felhasználói szokások. Ennek következtében az ezt kiszolgáló alkalmazások az elmúlt évek során jelentős változáson mentek keresztül, amely természetesen kockázatként jelentkezik az ebben a szegmensben kialakított üzleti modellek megvalósulása során, így érintheti a Társaság által kialakított online média-portfóliót és az ahhoz kapcsolódó tartalomszolgáltatásokat is.

A rendezvényszervezői tevékenységgel összefüggésben további kockázat adódhat egyebek mellett az esetleges kedvezőtlen időjárásból, közlekedési problémákból, egészségügyi krízishelyzetekből, a fellépők személyében rejlő okokból (betegség miatti lemondás, stb.), a helyszínekül szolgáló területek használata feltételeinek változásából vagy azok további használata lehetőségének megszűnéséből, illetve jellemzően itt jelentkezhetnek árfolyamkockázatok is, elsősorban HUF/EUR, HUF/USD, HUF/GBP viszonylatban. A 2011. év azt is megmutatta, hogy a HUF/CHF árfolyam rendkívül volatilis mozgása kevesebb napijegy értékesítésével járhat. Egy közelmúltbeli diszkó-tragédia kapcsán megváltozott szabályozás a rendezvények előzetes engedélyezését szigorította, a szabályozás gyakorlatban történő alkalmazására és/vagy alkalmazhatóságára még (a rendeletet 2011 júniusától kell alkalmazni) nincsenek tapasztalatok. Ennek szintén kihatása lehet a Sziget Kft. rendezvényeire. Ki kell emelni, hogy 2010-ben ugyan lejárt a Sziget Fesztivál megrendezésére szolgáló terület Fővárosi Önkormányzat tulajdonában lévő részére vonatkozó használati engedély, de 2011. január 28-án elvi megállapodás született a 2011. évi használatról, és az ennek alapján kidolgozott megállapodás-tervezetet a Fővárosi Közgyűlés 2011. április 6-án jóváhagyta. A felek megállapodtak abban is, hogy az idején tapasztalatokat értékelik, a jövőre nézve pedig ezt figyelembe véve állapodnak meg. Az elvi megállapodás ugyan 2012-re és a későbbi évekre nem terjed ki, de a 2012. évre a fővárossal a területhasználatról előszerződés, majd 2012 márciusának végén végleges szerződés került megkötésre.

A teljes Média Üzletág kapcsán kockázatként jelentkezhetnek a mindenkori médiaszabályozás olyan elemei, amelyek egyes médiaeszközök tulajdonosának más médiaeszközök tulajdonlására vonatkozó jogosultságát kizárják vagy feltételekhez kötik. Itt kell külön is kiemelni a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról szóló 2010. évi CLXXXV. törvényt, amely új kötelezettségeket ír elő a média egésze számára. A törvénnyel összefüggő jogalkalmazási gyakorlat egyelőre még nem forrott ki. A mindenkori médiatörvényi szabályozás a jelenlegihez képest bővítheti vagy eltérően állapíthatja meg a hatálya alá tartozó tevékenységekre vonatkozó korlátokat, illetőleg azokkal szemben újabb összeférhetetlenségi okokat állíthat fel, amelyek esetlegesen akadályozhatják a cégcsoport médiapiaci terjeszkedését, korlátozhatják a média-portfólió további építését, vagy a meglévő média-portfólió átalakításához vezethetnek.

A nem média jellegű befektetések tevékenységei közül kiemelendő a grid technológia alkalmazásához kapcsolódó kockázat, mivel az ilyen alkalmazásokkal kapcsolatos gyakorlat különösen Magyarországon, rendkívül ritka, így mint minden újszerű és előremutató technológia bevezetésénél és üzleti célú felhasználásánál jelentős kockázati tényezők állnak fenn.

A fenti rövid összefoglalás mellett ki kell emelni a jelenlegi világgazdasági válságkörnyezetből adódó bizonytalanságokból következő kockázatokat. Annak ellenére, hogy a napról napra formálódó gazdasági folyamatok végső, a Társaságot és piacait érintő hatásai még nem vagy nem teljes körűen ismertek, az egyes tevékenységek piaci környezetével foglalkozó fentebbi részekben röviden vázoljuk az ezzel kapcsolatos elgondolásainkat. Általános érvénnyel kijelenthető azonban, hogy a Társaság - minden más gazdálkodóhoz hasonlóan - jelentősen megváltozott piaci viszonyok közé került. A jelentősen megváltozott piaci viszonyok és körülmények magukban hordozhatják az értékelési szintek - esetlegesen ártértékelési kötelezettséggel is járó - elmozdulásait, valamint a finanszírozhatóság és az előre nem számolható veszteségek kockázatát. A finanszírozási struktúra folyamatban lévő átalakítása, illetve az eddig nem finanszírozott veszteségek miatt a pénzügyi-likviditási helyzet feszített, ez ugyancsak kockázatokat hordoz. Kockázatként jelentkezhet továbbá, ha a 2011-es tőkeemelés ellenére a reorganizáció végső soron nem jár sikerrel, amely a tevékenység további folytatását is megkérdőjelezheti. A hitelpiac beszűkülése miatt a meglévő hitelek (a Wallis Asset Management Zrt. felé 300.000.000,-Ft, az UniCredit Bank Hungary Zrt. felé 350.000.000,-Ft tőkeösszegű, 2012. július 16-i lejáratú) refinanszírozhatósága vagy visszafizethetősége tekintetében is fennáll a Társaság Sziget Kft-beli részesedésének mint fedezetnek az esetleges érvényesítését vagy ezt megelőzendő annak értékesítését is magukban hordozó kockázatok, melyek egyben az említett részesedésen elszenvedhető jelentős veszteséggel, illetve ezen keresztül a saját tőke jelentős csökkenésével járhatnak. A Sziget Kft-beli részesedésünknek az említett hitelek refinanszírozhatatlansága miatt elidegenítése egyben - az említett hitelek értelemszerű megszűnése mellett - a konszolidált árbevétel és eredmény azonnali és rendkívül jelentős csökkenésével is járna. Ezekon felül a gazdasági helyzet esetleges további romlása esetén fokozódhat a szerződéses partnerek nemfizetési kockázata, amely szintén a megfelelő likviditás fenntartását veszélyeztetheti. A Társaság saját részvényekre vonatkozó határidős ügyletei miatt specifikus kockázatként jelentkezik a világgazdasági válságkörnyezetben az elmúlt időszakban tapasztalt tőkepiaci volatilitás is.

VI. A TÁRSASÁG TEVÉKENYSÉGÉNEK FŐBB KOCKÁZATAI

A Társaság 2011. június 24-i közgyűlése elfogadta a cégcsoport reorganizációs tervét. A reorganizáció során a megszűnt vagy esetlegesen megszűnő tevékenységek, továbbá a média profilba nem tartozó befektetések divesztíciója a konszolidált saját tőke csökkenésével járhatnak, amelyet a jogszabályokban meghatározott szint alá csökkenés esetén a jogszabályokban előírt módon kell kezelni. Tekintettel továbbá arra, hogy a reorganizáció folytatása a tevékenység további szűkítését is magában hordozza, a cégcsoport konszolidált árbevétele a 2012-es év során tovább csökkenhet.

A rádiós üzletág leépítése körében értékesítésre került radiocafé Kft. rádióadása időközben az NMHH Médiatanácsa – némileg váratlan – felmondása miatt megszűnt. Ez a helyzet ellehetetlenítette a cég vevője általa radiocafé Kft. szintjén tervezett – EMG-t nem érintő – reorganizációt, és végső soron a cég felszámolási eljárásához vezetett. Nem kizárható, hogy ennek során a cég vevője vagy az esetleges felszámoló a korábbi közvetett tulajdonos EMG-vel szemben a lényegességi küszöb alatti mértékű pénzügyi vagy egyéb követeléseket támasszon. Az EMG ilyen esetben a körülményekhez és a lehetőségekhez képest fellép majd érdekei védelmében.

A Társaság tevékenységének legjobb tudomásunk szerint lényeges, az átlagos iparági környezetvédelmi kockázatot meghaladó kockázata nincs. Tevékenységünk során törekszünk a környezetvédelmi felelősségvállalásra; ennek jegyében egyebek mellett print kiadványaink legnagyobb része újrahasznosított papíron kerül kiadásra, a szabadtéri rendezvényeinken pedig a lehetőségekhez képest szelektív hulladékgyűjtést folytatunk.

Az EST MEDIA Nyrt. tevékenységével kapcsolatos általános és üzletági kockázati tényezőket részletesebben is bemutatta a 2012. március 30-án közzétett törzsrészesvények tőzsdei bevezetéséhez készített összevont tájékoztató és hirdetmény, melynek közzétételét a PSZÁF H-KE-III-120/2012. számú határozatával 2012. március 27-én engedélyezte.



Az EST MEDIA cégcsoport új stratégiájának megfelelően kialakított struktúrája leképezi a legfőbb tevékenységi ágazatokat, így az üzleti tevékenység elsősorban az EMG-ben és leányvállalataiban folyik, az Anyavállalat tevékenysége alapvetően a média üzletágakat támogató szolgáltatásokra és a korábbi nem média jellegű befektetések kezelésére korlátozódik.

A rövidtávú feladatok körében nem feledkezhetünk meg arról, hogy az elmúlt évtizedekben példa nélküli világgazdasági válságnak dolgozunk. A cégcsoport feladatait mindenkor ennek figyelembe vételével kell felülvizsgálni és ellátni.

Az új cégcsoport stratégia szerint az Anyavállalat nem média jellegű befektetései esetében kiemelt feladat, hogy az azokkal kapcsolatos költségek és egyéb erőforrás-igények minél előbb megszűnjenek, lehetőséget teremtve ezzel arra, hogy az EST MEDIA Nyrt. tevékenysége is minél nagyobb mértékben a Média Üzletágra összpontosulhasson. Ez a cél az ilyen jellegű befektetések értékesítésével, kiszervezésével vagy külső befektető partnerrel történő közös kezeléssel is megvalósítható. Eladás esetén előnyként jelentkezhet, hogy a befolyó bevételek erősítsék a Média Üzletág működését, ugyanakkor valószínűsíthető, hogy a jelenlegi gazdasági válságkörnyezetben akár a 2009-es, 2010-es vagy 2011-es év végi értékelések során kialakult könyvi értékeknél akár lényegesen kedvezőtlenebb értékelési szinteken történő azonnali értékesítésekre kerülhetne csak sor. Tekintve azonban, hogy összességében fontosabb szempont a stabil likviditás, mint a nem média jellegű befektetések megőrzése, ezek felvállalhatóak, ha üzemi szintű költség- és egyéb erőforrás megtakarítást jelentenek. Mindezek, illetve a reorganizációs célok érdekében, akár számviteli, akár az eredménykimutatás pénzügyi sorain megjelenő veszteségek felvállalásával is fel kell gyorsítani a nem média jellegű befektetések leépítését. Ez egyfelől forrásteremtéssel, másfelől az itt felszabaduló erőforrásokkal szolgálhatja a rövid- és hosszú távú üzemi szintű eredménytermelő képesség javítását, továbbá megkönnyítheti az így tisztán média befektetésekkel rendelkezővé váló cégcsoport teljesítményének időszakra-időszakra történő összehasonlíthatóságát. Emellett az egyes befektetések értékesítéséig vagy egyéb hasznosításáig is feladatként jelentkezik a költségek csökkentése.

A Média Üzletágunk központi cége az EMG, amely valamennyi média-befektetés tulajdonosaként előkészíti a Média Üzletágot érintő stratégiai döntéseket, kialakítja és végrehajtja az Üzletág üzletpolitikáját, továbbá működteti az integrált belső ellenőrzés rendszerét. Az EMG alá tartozó média-portfólió öt szervesen összetartozó és egy, jelenleg függetlenül működő (event) üzletágra tagolódik. Rövidtávú feladat, hogy a 100 százalékban EMG tulajdonú - illetve az EMG által kötött megállapodás alapján hasznosított - termékekhez kapcsolódó tevékenységek a jelenleginél még kevesebb cégben valósuljanak meg. Az EMG rövidtávú célja a világgazdasági válság negatív hatásainak kivédése. Közép- és hosszú távú stratégiai célkitűzése az, hogy a jelenlegi portfólióját egy még szélesebb alapokon nyugvó, több médiatípust lefedő, egységes irányítású, minél üzemgazdaságosabb működésű média-portfólióvá fejlessze, a minél nagyobb földrajzi területet lefedő platform-független program guide és event tevékenységek erősítésével.

A Társaság – figyelemmel azon közgyűlési napirendi pontban, illetve közgyűlési döntésben megjelent részvényesi igényre is, amely a rövid távú üzemi eredményesség elérését és növelését helyezi előtérbe a hosszú távú perspektívában értelmezhető, szélesebb alapokon nyugvó, de rövid távon ráfordításokkal járó sokelemű portfólió üzemeltetésével szemben – megkezdte a cégcsoport reorganizációját, és a cégcsoport egészét érintő reorganizációs tervet készített. A közgyűlés által elfogadott reorganizációs intézkedési terv – egyebek mellett – meghatározta a megőrzendő tevékenységeket, illetve javaslatot tett a nem megőrzendő tevékenységek kezelésére, bemutatta a megőrzendő tevékenységek új működési struktúráját és a reorganizáció lépéseit, továbbá tárgyalta a korábbi időszakból eredő kötelezettségek kezelésének módjait és az ehhez esetlegesen szükséges forrásbevonás lehetőségeit.

A reorganizáció azért vált szükségessé, mert egyfelől a gazdasági világválságból eredően 2009-től csökkenő és átalakuló belföldi fogyasztás miatt a reklámpiac először erőteljesen zuhant, majd ezen a szinten stagnált, ami a cégcsoport 2008-ban is megvolt termékei árbevételének nagymértékű csökkenésével és veszteség képződésével járt. Másfelől a cégcsoport a válság ellenére, a kínálóko lehetőségeket kihasználva intenzíven növekedett, azonban a növekedés, különösen amikor új tevékenységek beindításával járt (pl. EST.TV Magazin, NeoFM, Time Out Budapest), a termékek beindítási ráfordításával tovább terhelte az egyébként is veszteségbe fordult üzemi szintű működést. Ezeket a veszteségeket és ráfordításokat a Társaság nagyobb részben a tőkepiacról, kisebb részben hitelből finanszírozta. 2011 áprilisára a további tőkeágon történő finanszírozás bevonása vagy a korábbi hitelek refinanszírozása rendkívül megnehezült, részben a magyarországi hitelpiac visszaesése, részben a tőkepiaci lehetőségek beszűkülése (pl. tőzsdei keresleti oldal és a forgalom általános csökkenése) miatt. A forrásbevonást az is korlátozta, hogy a cégcsoport legértékesebb eszköze, a Sziget Kft. részesedés éppen a 2011. év elején került olyan helyzetbe (eltűzött fővárosi közterület használati díjigények, melyek végleges és kezelhető mértékéről szándéknyilatkozatnál erősebb döntés a Fővárosi Közgyűlés részéről csak 2011. április elején született), ami az annak fedezetként való felhasználását ideiglenesen ellehetetlenítette. A tőkepiacról való forrásgyűjtés lehetőségét az sem erősítette, hogy a Sziget Kft. megvásárlását célzó akvizíció 2010 november végi lépésére a piac összességében nagymértékű árfolyamesséssel reagált.

A reorganizáció során cél, hogy a megőrzendő tevékenységek költséghatékonyan és stabil cash-flow-val működjenek. Ennek érdekében a cégcsoport munkaszervezete átalakításra kerül, amely folyamat a tavalyi nyár folyamán már megkezdődött. Ennek során egyfelől a létszám a megőrzendő tevékenységek szükségletéhez került igazításra, másfelől átszervezésre került egy új struktúrába új operatív vezetők bevonásával. A munkaszervezet ésszerűsítése mellett az EST MEDIA Nyrt. és a média-portfólió menedzsmentje is összevonásra kerül a tervek szerint.

A reorganizáció után céljaink szerint a média-portfólió, valamint – feltéve, hogy a 2012. júliusig esedékes refinanszírozás sikeres lesz – a Sziget Kft.-ből származó a refinanszírozást szolgáló pénzáramon felüli eredmény képessé teszi a cégcsoportot az eredményes működésre. Egyben képes lehet arra is, hogy részt vállaljon abban, hogy a Sziget Kft. a meghatározó hazai piaci szerep után fontos szereplő legyen az európai fesztiválszervezési és event marketing piacon.

Mindazon folyamatok ellenére, amelyek a magyarországi tőkepiacon – és az EST MEDIA Nyrt. piacán – zajlottak és zajlanak, a tőkepiaci jelenlét hozzáadott-értéket képvisel, amely a későbbiekben kiaknázható lesz.

A Társaság alapvető hosszú távú célja a részvényesi érték maximalizálása. Ez a cél a jelenlegi világgazdasági válság körülményei között alapvetően a részvényesi érték megőrzésén és a jövőbeni értéknövelés lehetőségének megteremtésén keresztül érhető el. Ennek aktuális eszköze még az EST MEDIA Nyrt.-hez hasonló növekedésorientált vállalatoknál is a konzervatív üzletpolitika. Ennek megfelelően a Bevezetés című részben összefoglalt működési elvek mentén a cégcsoportot arra kell felkészíteni, hogy a válság elmúltát követő időszakban újra intenzív növekedési pályára állhasson. Ennek egyik eszköze a médiaszektorra, illetve a tőkepiaci körülmények között működő cégekre mindig is jellemző innovatív és intuitív szellemi munka.

A fenti, általános érvényű célkitűzések megvalósítása a jelenlegi, az elmúlt évtizedekben nem tapasztalt mélységű és hatású gazdasági válságkörnyezet körülményei között más eszköztárat igényel. A hosszú távú árbevétel, fedezet és nyereségesség növelése bizonyos esetekben és területeken akár rendhagyó lépésekkel is járhat. Mindemellett a válság az egyes üzletágbeli piacokon jövőbementató lehetőségeket is kínálhat, azonban elképzelhető, hogy ezek kihasználása csak más üzletágbeli piacok súlyának csökkentésével vagy az azokról való kivonulással lenne lehetséges.

A Társaság tevékenysége során a belső erőforrások maximális kihasználására, a válságot követő időszakra pedig az árbevétel, a fedezet és ezen keresztül a nyereségességnek először a válság előtti szintre, majd magasabbra növelésére törekszik. Emellett kiemelt cél a Média Üzletágban létrehozott vagy a jövőben létrehozandó, jellemzően immateriális javak (pl. szoftverek, kiadványokhoz kapcsolódó jogok, know-how-k, stb.) értékének megőrzése és növelése is, ami a Társaság cégértékében és a részvényesi értékben is közvetlenül megmutatkozik.

Az előző három bekezdésben írt hosszú távú célokat és terveket a megkezdett reorganizációs folyamat rövid távon negatív irányban befolyásolhatja, azonban végső soron a reorganizáció is ezen célok elérését szolgálja.

A fentieknek megfelelően a legismertebb, saját szegmensükben a piacvezetők közé tartozó magyar média brandek sokaságát birtokló EST MEDIA Nyrt. legfontosabb stratégiai célja az, hogy ezt a pozíciót megőrizze és a tervek szerinti nemzetközi terjeszkedéssel megerősítse. Cél továbbá, hogy az EST MEDIA Nyrt. – amely a média ágazatot a Budapesti Értéktőzsdén jelenleg egyedülként reprezentáló cégcsoport – üzletmenetében könnyen áttekinthetően működjön, ahol az előállított érték mindenki számára hozzáférhető (olvasható, látható, látogatható), az üzleti döntések eredményei lemérhetőek.

A piaci pozíciónk megtartása és növelése „csak” intuícióra és innovációra már nem épülhet, ezért – persze a mindenkori tőkepiaci helyzettől nem függetlenül – a 2010. augusztus és november, valamint a 2011. szeptember és október közötti tőkebevonásra is szükségünk lehet. Erre akár a Társaság, akár a leányvállalatok szintjén sor kerülhet, a megfelelő piaci instrumentumok (részvény-, vállalati kötvény vagy átváltoztatható kötvény kibocsátása, stb.) nyújtotta lehetőségek minél optimálisabb kihasználásával, bár ahogy a fentiekben, a reorganizáció szükségességét kifejtő részben jeleztük, a mai tőkepiac ezen törekvésünket nem feltétlenül támogatja.

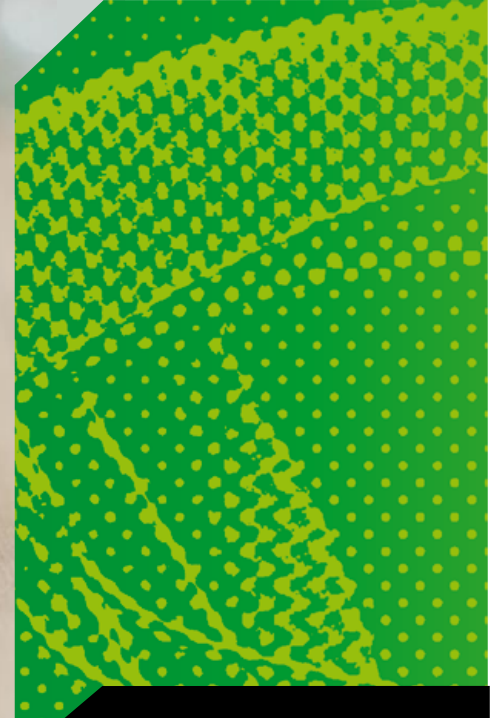
A Társaság a 2012. évre tervszámokat nem tesz közzé, figyelemmel arra, hogy az elhúzódó gazdasági válságthatásokból adódó piaci bizonytalanság, illetve a reorganizáció befejezetlensége miatt a múltbéli adatokon alapuló becslésen túlmutató megalapozottságú tervek nem készülhettek, elhúzódó válságidőszakban pedig becslött adatok közlése a Társaság álláspontja szerint nem volna felelős magatartás. A Társaság célja, hogy a reorganizáció után annak egyszeri költségeit nem számítva a megmaradó tevékenységek egyre növekvő üzemi szintű nyereségesség mellett működjenek.

Az EST MEDIA Nyrt. legtöbb médiabrandje mögött magyar sikertörténetek állnak, célunk, hogy a stratégiánk megvalósításával ezekre alapozva egy olyan újabb sikertörténetet hozzunk létre, melyben a tőzsdén keresztül bárki részt vehet, azt magáénak érezheti.



20 éves a Pesti Est





a jelentősebb tételek, változások magyarázata

29

30 | I. Mérleg

31 | I.1. Eszközök

33 | I.2. Források

35 | II. Eredménykimutatás

Felhívjuk a figyelmet, hogy a D-E-G Lapkiadó Kft.-ben meglévő részesedésünk 2011. augusztus 4-én értékesítésre került, emiatt a Társaság számviteli politikája szerint a cég a konszolidációs körből kikerült. Ezen túlmenően a Sógó Kft., a Fénypont Kft. és az O-Zone Kft. konszolidációs szempontból átkerült a „nem jelentős” kategóriába, míg a GridLogic Kft., a Sanorg Kft. és az econet Invest Kft. a Társaság törekvéseit figyelembe véve átsorolásra került az eladásra szánt értékpapírok közé. A Társaság számviteli politikája alapján emiatt a D-E-G Lapkiadó Kft., a Sógó Kft., a Fénypont Kft., az O-Zone Kft., a GridLogic Kft., a Betagrid Kft., a Gridtech Kft. és az econet Invest Kft. adatai az előző év azonos időszakának adataiból is kiszűrésre kerültek. Ennek megfelelően az időszaki adatok összehasonlíthatósága érdekében a 2011-es év azonos időszaki adatai a tavaly közzétettekhez képest eltérők: a D-E-G Lapkiadó Kft., a Sógó Kft., a Fénypont Kft., az O-Zone Kft., a GridLogic Kft., a Betagrid Kft., a Gridtech Kft. és az econet Invest Kft. adatai nélkül kerülnek bemutatásra, azonban maga a D-E-G Lapkiadó Kft., a Sógó Kft., a Fénypont Kft., a GridLogic Kft. és az econet Invest Kft. részesedés értéke a megfelelő soron szerepel. A konszolidációs körből korábban kikerült radiocafé Kft., valamint FM1 Zrt. adatait a számok nem tartalmazzák. Míg a Sziget Kft. és a Volt Event Kft. (EMGEvent) adatai mind a 2011, mind a 2012-es adatokban teljes körűen szerepelnek.

Az egyértelműség kedvéért megjegyezzük, hogy a bázisidőszak megjelölés alatt mind a mérleg (pénzügyi pozíció kimutatás), mind az eredménykimutatás (átfogó jövedelem kimutatás) esetében a 2011.12.31-i adatokat értjük.

A mérlegfőösszeg 8 százalékkal magasabb az előző év azonos időszakához képest, míg 1 százalékkal haladja meg a bázisidőszaki értéket. Eszköz oldalon a forgóeszközök 2 százalékkal, az ingatlanok, ingók a termelésben 1 százalékkal, az immateriális javak pedig 9 százalékkal nőttek, a hosszú távú befektetések 90 százalékkal csökkentek a bázis időszakhoz képest. Forrás oldalon a bázis időszakhoz képest a rövid lejáratú kötelezettségek 44 százalékkal csökkentek, míg a saját tőke 51 százalékkal nőtt.

A konszolidációs körbe teljes körűen bevont társaságok 2012. március 31-én: az EST MEDIA Nyrt., EMG Média csoport Kft., EMERGING MEDIA GROUP Kft., Pesti Est Kft., ESTÉRT Kft. (a társaság neve egy évvel korábban még Tele Est Kft. volt), Magyar Vendor Kft., Sziget Kft., a Volt Event Kft., az EXIT Kiadó Kft., valamint a 2012. január 1-től bevonásra kerülő Sapte Nopti SRL és a Programata Media Group OOD. Egy évvel korábban az említetteken túl a konszolidációs körbe teljes körűen bevont társaság volt még az azóta értékesítésre került D-E-G Lapkiadó Kft., valamint a konszolidációs körből kikerülő Sógó Kft., Fénypont Kft., O-Zone Kft., GridLogic Kft., Betagrid Kft., Gridtech Kft. és az econet Invest Kft. is. A többi, tartós befektetésként nyilvántartott társaság (Artigo Kft., EST INDOOR Kft., eMusic Kft., Est Pont Kft., PHONON 450 Zrt., EMG Card kft., a Sógó Kft., a Fénypont Kft. és az O-Zone Kft.) mérlegfőösszegét, saját tőkéjét, illetve árbevételét tekintve a konszolidációs szempontból „nem jelentős” kategóriába került.

A mérleg és eredménykimutatás időszaki változásának bemutatására hivatott százalékos mutatószám a bázis időszaktól, illetve az előző év azonos időszakától a tárgyidőszakig terjedő változást mutatja a bázis időszak, illetve az előző év azonos időszakának százalékában.



I.1. Eszközök

EST MEDIA Nyrt.							
PÉNZÜGYI POZÍCIÓ KIMUTATÁS / KONSZOLIDÁLT MÉRLEG (az IAS/IFRS előírásai szerint)							
Ssz.		Megnevezés / E Ft	2011.03.31	2011.12.31	2012.03.31	Q/Q	Y/Y
1	A	Forgóeszközök	3 298 481	4 077 710	4 177 690	2%	27%
2	I.	Pénzeszközök	139 090	104 774	176 507	68%	27%
3	1.	Szabad rendelkezésű pénzeszközök	139 090	104 774	176 507	68%	27%
4	2.	Elkülönített pénzeszközök					
5	3.	Azonnal pénzé tehető, likvid értékpapírok					
6	II.	Rövid távú pénzügyi befektetések, értékpapírok	281 821	1 067 087	1 067 087		279%
7	1.	Lejáratig megtartani kívánt hitelviszonyt megtestesítő értékpapírok					
8	2.	Eladásra szánt hitelviszonyt és tulajdonosi viszonyt megtestesítő értékpapírok	281 821	1 067 087	1 067 087		279%
9	3.	Egyéb céllal tartott hitelviszonyt és tulajdonosi viszonyt megtestesítő értékpapírok					
10	III.	Követelések	2 877 207	2 895 590	2 917 856	1%	1%
11	1.	Vevőkövetelések	832 208	623 922	800 704	28%	-4%
12	2.	Váltókövetelések					
13	3.	Részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált követelése	736 074	619 946	590 835	-5%	-20%
14	4.	Termékre és szolgáltatásra adott előlegek	10 831		51 541		376%
15	5.	Letételek, óvadékok					
16	6.	Egyéb követelések	1 015 278	1 249 017	1 058 081	-15%	4%
17	7.	Halasztott adókövetelés várhatóan megtérülő összege	282 816	402 705	416 695	3%	47%
18	8.	Folyamatban lévő kivitelezések ráfordításainak és bevételeinek pozitív egyenlege					
19	IV.	Készletek	363	10 259	14 426	41%	3874%
20	1.	Késztermékek					
21	2.	Befejezetlen és félkész termékek					
22	3.	Növendék-, hízó- és egyéb állatok					
23	4.	Alap, segéd és üzemanyagok					
24	5.	Kereskedelmi áruk	363	10 259	14 426	41%	3874%
25	V.	Halasztott ráfordítások			1 814		
26	B	Hosszú távú befektetések	1 298 844	583 099	60 815	-90%	-95%
27	I.	Értékpapírbefektetések	1 280 953	565 208	42 917	-92%	-97%
28	1.	Lejáratig megtartani kívánt hitelviszonyt megtestesítő értékpapírok					
29	2.	Egyéb céllal tartott hitel- és 20% alatti tulajdon viszonyt megtestesítő értékpapírok					
30	3.	Konszolidációba bevont vállalkozásokkal kapcsolatos befektetések					
31	4.	Befektetések nem konszolidált vállalkozásokba, kapcsolt vállalkozásokba	1 280 953	565 208	42 917	-92%	-97%
32	II.	Befektetési alapokba történő befektetések					
33	III.	Hosszú távú követelések, kölcsön adott pénzeszközök	17 891	17 891	17 898	0%	0%
34	IV.	Hátrasorolt követelések					
35	V.	Tárgyi eszköz befektetések					
36	C	Ingatlanok, ingók a termelésben	285 787	251 767	253 756	1%	-11%
37	I.	Ingatlanok és kapcsolódó vagyoni jogok	204 001	180 394	182 943	1%	-10%
38	II.	Gépek, berendezések, járművek	71 424	65 347	64 937	-1%	-9%
39	III.	Nagyértékű szerszámok					
40	IV.	Lízingelt eszközök	5 305	969	819	-15%	-85%
41	V.	Biológiai eszközök, természeti erőforrások					
42	VI.	Folyamatban lévő beruházások, felújítások	5 057	5 057	5 057		
43	D	Immateriális javak	4 846 829	5 529 075	6 021 809	9%	24%
44	I.	Kísérleti fejlesztés értéke					
45	II.	Vagyoni értékű és egyéb használati jogok (ingatlanhoz nem kapcsolódó jogok)	50 713	597 446	582 653	-2%	1049%
46	III.	Vállalkozás tulajdonában lévő szellemi termékek	403 332	299 398	329 297	10%	-18%
47	IV.	Üzleti vagy cégérték	4 392 784	4 632 231	5 109 859	10%	16%
48		Eszközök összesen	9 729 941	10 441 651	10 514 070	1%	8%

1.1. A **Forgóeszközök** állománya az előző év azonos időszakához 27 százalékkal, míg a bázis időszakhoz képest 2 százalékkal nőtt, melynek értékét több tényező az alábbiak szerint befolyásolta.

1.1.1. A **Pénzeszközök** állománya a fordulónapon mintegy 177 millió forintot tett ki, mely 68 százalékos növekedés a bázis időszakhoz, illetve 27 százalékos növekedés az előző év azonos időszakához képest.

1.1.2. A **Rövid távú pénzügyi befektetések, értékpapírok** értéke bázis időszakhoz képest nem változott, míg az előző év azonos időszakához képest 279 százalékkal nőtt az anyavállalatban a GridLogic Kft. és az econet Invest Kft. részesedéseknek a 2011. év végi átsorolása miatt a tartós befektetések közül az eladásra szánt értékpapírok közé.

1.1.3. A **Követelések** növekedése mintegy 1 százalékos az előző év azonos időszakához képest és a bázis időszakhoz képest is. Értékét több tényező az alábbiak szerint befolyásolta.

1.1.3.1. A **Vevőkövetelések** az előző év azonos időszakához képest 4 százalékkal csökkentek, míg a bázis időszakhoz képest 28 százalékkal bővültek. Ez utóbbi részben a konszolidációs kör bővülésére vezethető vissza.

1.1.3.2. A **Részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált követelése** a bázis időszakhoz képest 5 százalékkal, míg az előző év azonos időszakához képest 20 százalékkal csökkentek. Itt kerültek feltüntetésre a konszolidációs körbe be nem vont társaságoknak a konszolidációs körbe bevont társaságokkal szembeni kötelezettségei.

1.1.3.3. A **Termékekre és szolgáltatásokra adott előlegek** sor összege tárgy időszakban mintegy 52 millió forint, ami 376 százalékos növekedés az előző év azonos időszakához képest. A tárgyidőszaki adat kisebb részben az újonnan bevont Sapte Nopti SRL, nagyobb részben a nyári fesztiválszezont előkészítő Sziget Kft. adataiból adódik.

1.1.3.4. Az **Egyéb követelések** a bázis időszakhoz képest 15 százalékkal csökkentek, míg az előző év azonos időszakához képest 4 százalékkal növekedtek, részben a cégcsoport időközbeni bővülése miatt. Ezen a soron került kimutatásra a konszolidációs körbe tartozó társaságok adó- és egyéb követelése, valamint az értékesített High-Tech Kft. vételára.

1.1.3.5. A **Halasztott adókövetelés várhatóan megtérülő összege** állománya az előző év azonos időszakához képest 47 százalékkal, míg a bázis időszakhoz képest 3 százalékkal nőtt, ami a konszolidációba bevont társaságok elhatárolt veszteségeire jutó várhatóan megtérülő, nagyobb részt a korábbi évekből, kisebb részt az idej első negyedéből származó társasági adót tartalmazza.

1.1.4. A **Készletek** állománya az előző év azonos időszakához képest mintegy 14 millió forinttal, míg a bázis időszakhoz képest mintegy 4 millió forinttal nőtt.

1.1.5. A **Halasztott ráfordítások** állománya 2 millió forintot tett ki a tárgy időszakban.

1.2. A **Hosszú távú befektetések** volumene az előző év azonos időszakához képest 95 százalékkal, míg a bázis időszakhoz képest 90 százalékkal csökkent.

1.2.1. Az **Értékpapírbefektetések** soron egyedül a **Befektetések nem konszolidált vállalkozásokba, kapcsoló vállalkozásokba** sor értéke jelenik meg. Az 1.1.2. pontban említettek szerint a GridLogic Kft. és az econet Invest Kft. részesedéseknek a könyv szerinti értéke 2011. március 31-én ezen a soron került kimutatásra, míg 2011. év végén, illetve 2012. március 31-én már a **Rövid távú pénzügyi befektetések, értékpapírok** soron. Az FM1 Zrt. 75%-a 2010. augusztus 19-én, a fennmaradó 25%-a pedig 2011. április 15-én értékesítésre került, így az előző év azonos időszakában kikerült a konszolidációs körből. A társaság könyvi értéke azonban még az előző év azonos időszakában megjelenik ezen a soron. A **Befektetések nem konszolidált vállalkozásokba, kapcsoló vállalkozásokba** sor bázis időszakai értékének a tárgyidőszakra történő további csökkenésének oka, hogy 2011. december 31-én még itt kerültek kimutatásra az akkor még teljes körű konszolidációba be nem vont külföldi leányvállalatok.

1.2.2. A **Hosszú távú követelések, kölcsön adott pénzeszközök** sor értéke nem változott. Összege eszköz- és irodabérlethez kapcsolódó kauciókból áll.

1.3. Az **Ingtatlanok, ingók a termelésben** volumene az előző év azonos időszakához képest 11 százalékkal csökkent az időközben elszámolt értékcsökkenési leírások miatt, míg a bázis időszakhoz képest 1 százalékkal nőtt a konszolidációs kör bővülésének köszönhetően.

1.4. Az **Immateriális javak** értéke az előző év azonos időszakához képest 24 százalékkal, míg a bázisidőszakhoz képest 9 százalékkal nőtt. A **Vagyoni értékű és egyéb használati jogok** sor az előző év azonos időszakához képest 1049 százalékkal nőtt, köszönhetően a cégcsoport EXIT Kiadói Kft-vel történő bővülésének, míg a bázis időszakhoz képest 2 százalékkal csökkent, az időközben elszámolt értékcsökkenési leírás miatt. A **Vállalkozás tulajdonában lévő szellemi termékek** az előző év azonos időszakához képest 18 százalékkal csökkent az időközbeni értékcsökkenési leírások és selejtezések hatásaként, míg a bázisidőszakhoz képest 10 százalékkal nőtt a cégcsoport bővülésének köszönhetően. Az **Üzleti vagy cégérték** sor az előző év azonos időszakához képest 16 százalékkal, míg a bázis időszakhoz képest 10 százalékkal növekedett, túlnyomó részt a Sapte Nopti SRL. és a Programata Media Group OOD. saját tőkéjét meghaladó bekerülési értékével. Az **Üzleti vagy cégérték** soron kerültek kimutatásra az EST MEDIA Nyrt-nél és leányvállalatainál – a hasonló, relatíve alacsony induló befektetéssel magas piaci értéket eredményező tevékenységű média cégek esetében szokásos módon – a saját tőkéjükön felül kimutatott nyilvántartási értékek is.

I.2. Források

EST MEDIA Nyrt.						
PÉNZÜGYI POZÍCIÓ KIMUTATÁS / KONSZOLIDÁLT MÉRLEG (az IAS/IFRS előírásai szerint)						
Sz.		Megnevezés / E Ft	2011.03.31	2011.12.31	2012.03.31	Q/Q Y/Y
49	E	Rövid lejáratú kötelezettségek	3 383 195	5 530 671	3 110 225	-44% -8%
50	1.	Kötelezettségek áruszállításból és szolgáltatásból	661 511	799 099	784 114	-2%
51	2.	Váltótartozások				19%
52	3.	Rövid lejáratú hitelek és kölcsönök	824 116	925 564	904 374	-2%
53	4.	Kapott előlegek, előrefizetések	138 240	2 352	84 182	3479%
54	5.	Részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált rövid lejáratú kötelezettségei	992 077	367 531	398 941	9%
55	6.	Halasztott bevételek	95 650	78 053	94 039	20%
56	7.	Halasztott adótartozások				-2%
57	8.	Rövid lejáratú egyéb kötelezettségek	671 601	3 358 072	844 575	-75%
58	F	Hosszú lejáratú és hátrasorolt kötelezettségek	3 191			-100%
59	1.	Hosszú lejáratú hitelek és kölcsönök				
60	2.	Tartozások kötvénykibocsátásból, átváltoztatható kötvények				
61	3.	Lízingtartozások	3 191			-100%
62	4.	Részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált hosszú lejáratú kötelezettségei				
63	5.	Egyéb hosszú lejáratú kötelezettségek				
64	6.	Hátrasorolt kötelezettségek				
65	7.	Várható jövőbeni kötelezettségek				
66	G	Saját tőke	6 343 555	4 910 980	7 403 845	51% 17%
67	I.	Jegyzett tőke	6 851 000	1 370 200	3 959 267	189%
68	II.	(-) Visszavásárolt részesedések könyv szerinti értékén				-42%
69	III.	A részvényeken felül rendelkezésre bocsátott vagyon	2 742 196	8 222 996	8 222 996	200%
70	IV.	Eredménytartalék és tárgyévi adózott eredmény	-3 323 202	-4 787 632	-4 893 271	-2%
71	V.	Piaci értékelési különbözetek				-47%
72	VI.	Külső tulajdonosok részesedése	73 561	105 415	114 853	9%
73		Források összesen	9 729 941	10 441 651	10 514 070	1% 8%

2.1. A **Rövid lejáratú kötelezettségek** az előző év azonos időszakához 8 százalékkal, míg a bázisidőszakhoz képest 44 százalékkal csökkentek, összetételük megváltozott.

2.1.1. A **Kötelezettségek áruszállításból és szolgáltatásból** állománya az előző év azonos időszakához képest 19 százalékkal bővült, majd a bázisidőszakkal összevetve a konszolidációs kör bővülésének ellenére 2 százalékkal csökkent.

2.1.2. A **Rövid lejáratú hitelek és kölcsönök** értéke az előző év azonos időszakához képest 10 százalékkal nőtt, míg a bázisidőszakhoz képest 2 százalékkal csökkent. Az állomány egyrészt a Média Üzletághoz tartozó konszolidációs körbe bevont társaságok által igénybe vett bankhiteleket (UniCredit Bank az EMG-nél, K&H Bank a Sziget Kft-nél), másrészt a portfólióban lévő cégek által felvett egyéb rövid lejáratú kölcsönöket foglalja magában, itt került pl. kimutatásra a Sziget Kft. többségi részesedésének megszerzéséhez felvett 300 millió forintos rövid lejáratú kölcsön.

2.1.3. A **Kapott előlegek, előrefizetések** állománya az előző év azonos időszakához képest 39 százalékkal csökkent, míg a bázisidőszakhoz képest 3479 százalékkal nőtt. Itt kerültek kimutatásra az EMGEvent üzletág esetében évközben megkapott előlegek, amik – amint az az előző év azonos időszaki és a bázisidőszaki adataiból is kitűnik – többnyire éven belül rendeződnek is.

2.1.4. A **Részesedési viszonyban lévő vállalkozások nem konszolidált rövid lejáratú kötelezettségei** az előző év azonos időszakához képest 60 százalékkal csökkentek, míg a bázisidőszakhoz képest pedig 9 százalékkal nőttek a konszolidációs kör bővülésének köszönhetően. Itt kerültek feltüntetésre a konszolidációs körbe be nem vont társaságoknak a konszolidációs körbe bevont társaságokkal szembeni rövid lejáratú követeléseik.

2.1.5. A **Halasztott bevételek** sor az előző év azonos időszakához képest mintegy 2 százalékkal csökkent, míg a bázisidőszakhoz képest pedig 20 százalékkal nőtt. Itt kerülnek kimutatásra a pályázati elszámoláshoz kapcsolódó illetve egyéb, későbbi években elszámolható bevételek.

2.1.6. A **Rövid lejáratú egyéb kötelezettségek** állománya az előző év azonos időszakához képest 26 százalékkal nőtt, ami a cégcsoport időközbeni növekedésének tudható be, míg a bázisidőszakhoz képest 75 százalékkal csökkent, ugyanis itt kerültek kimutatásra a 2011. szeptember 14-i alaptőke-emelésben részt vevő, követeléseiket részvénné konvertáló szállítókkal szembeni kötelezettségek, melyek a tőkeemelés 2012. januári 16-i bejegyzését követően megszűntek.

2.2. A **Hosszú lejáratú és hátrasorolt kötelezettségek** állománya az előző év azonos időszakához képest tárgy időszakra megszűnt.

2.2.1. A *Lízingtartozások* volumene mintegy 3 millió forinttal csökkent, ami a korábban fennálló lízingtartozás megszűnésének tudható be.

2.3. A **Saját tőke** az előző év azonos időszakához képest 17 százalékkal, míg a bázisidőszakhoz képest 51 százalékkal nőtt. A *Jegyzett tőke* és a *Részvényeken felül rendelkezésre bocsátott vagyon* a 2011. augusztus 31-én elhatározott jegyzett tőkének más saját tőke elem javára történő leszállítása hatásaként, valamint a 2011. szeptember 14-i 200 forintos árfolyamon végrehajtott alaptőke-emelés eredményeként megfelelően változott, amit részben ellensúlyozott az *Eredménytartalék és tárgyévi adózott eredmény*, mely sor változását az előző év azonos időszaka, illetve a bázis időszak óta elkönyvelt negatív eredmény idézte elő. Az alaptőke-emelések során a névértéken felüli ársíó a *Részvényeken felül rendelkezésre bocsátott vagyon* soron került kimutatásra.

2.3.1. A *Külső tulajdonosok részesedése* soron a konszolidációba bevont társaságok külső tulajdonosaira jutó eredmények és a rájuk jutó tulajdoni részesedések vannak kimutatva.



XIII. Pannon Bormustra



II. EREDMÉNYKIMUTATÁS

EST MEDIA Nyrt.							
ÁTFOGÓ JÖVEDELEM KIMUTATÁS / KONSZOLIDÁLT EREDMÉNYKIMUTATÁS (az IAS/IFRS előírásai szerint)							
Ssz.		Megnevezés / E Ft	2011.03.31	2011.12.31	2012.03.31	Q/Q	Y/Y
1	+	Értékesítés nettó árbevétele	562 361	6 289 332	388 068	-94%	-31%
2	+/-	Aktivált saját teljesítmények		32 483		-100%	
3	-	Anyagjellegű ráfordítások	597 306	6 239 806	378 743	-94%	-37%
4	-	Személyi jellegű ráfordítások	132 455	532 132	127 936	-76%	-3%
5	-	Értékcsökkenési leírás	32 369	152 803	45 491	-70%	41%
6	=	Üzleti tevékenység eredménye	-199 769	-602 926	-164 102	73%	18%
7	+	Pénzügyi műveletek bevételei és nyereségei	11 852	109 652	11 564	-89%	-2%
8	+	Egyéb bevételek és nyereségek	33 674	484 958	53 098	-89%	58%
9	-	Pénzügyi műveletek ráfordításai és veszteségei	58 033	1 194 029	30 807	-97%	-47%
10	-	Egyéb ráfordítások és veszteségek	60 098	1 229 536	18 439	-99%	-69%
11	=	Adózás előtti eredmény	-272 374	-2 431 881	-148 686	94%	45%
12	-	Jövedelemadó	-10 179	-129 510	-13 990	89%	-37%
13	=	Szokásos vállalkozási tevékenység eredménye	-262 195	-2 302 372	-134 696	94%	49%
14	+/-	Megszűnő tevékenység eredménye					
15	-	Jövedelemadó					
16	=	Megszűnő tevékenység adózott eredménye					
17	+/-	Számviteli politika változás kumulált hatása					
18	-	Jövedelemadó					
19	=	A számviteli politika változásainak adózott eredménye					
20	-	Külső tulajdonosokra jutó érdekeltség	-69 382	-43 135	13 072	130%	119%
21	=	Adózott vállalkozási eredmény	-192 813	-2 259 237	-147 768	93%	23%
22		Egyszerű EPS korrekciók nélkül (Ft / db)	-2,8144	-329,7674	-7,4644	98%	-165%
23		- ebből: üzleti eredményre jutó:	-2,9159	-88,0055	-8,2895	91%	-184%
24		- ebből: szokásos vállalkozási tevékenység eredményére jutó:	-3,8271	-336,0636	-6,8041	98%	-78%
25		- ebből: megszűnő tevékenység eredményére jutó:					
26		- ebből: számviteli politika változásainak eredményére jutó:					

3.1. Az *Értékesítés nettó árbevétele* a tárgyidőszakban 388 millió forint volt, ami az előző év azonos időszakától 31 százalékkal, míg az előző év teljes árbevételét magában foglaló bázis időszak adattól 94 százalékkal marad el, amelynek értéke a konszolidációba teljes körűen bevont társaságok tevékenységéből a konszolidációs körön kívülről származó árbevételeket tartalmazza.

3.2. Az *aktivált saját teljesítmények* értékét bázis időszakban a folyamatban lévő ÚMFT pályázat során létrejövő immateriális jószág teszi ki.

3.3. Az *Anyagjellegű ráfordítások* az előző év azonos időszakához képest 37 százalékkal, az árbevétel csökkenést meghaladó mértékben, míg a bázis időszakhoz képest 94 százalékkal csökkentek, a *Személyi jellegű ráfordítások* az előző év azonos időszakához képest 3 százalékkal, míg a bázis időszakhoz képest 76 százalékkal csökkentek. Az *Értékcsökkenési leírás* az előző év azonos időszakához képest 41 százalékkal nőtt a cégcsoport bővülése miatt, míg a bázis időszakhoz képest 70 százalékos csökkenést mutat.

3.4. Az *Üzleti tevékenység eredménye* az előző év azonos időszakához képest 18 százalékkal, míg a bázis időszakhoz képest 73 százalékkal javult. A cégcsoport teljesítményének részletesebb elemzését az ÜZLETI JELENTÉS rész II. *Vállalati események és eredmények, konszolidált eredmények* című fejezete tartalmazza. Az ott írtakon túl itt csak annyit emelünk ki, hogy a Média Üzletág teljesítménye eddig jellemzően a reklámpiaci költségek ciklikusságát követte, 2011-től pedig ezt kiegészítette a fesztiválpiacnak az a jellemzője, hogy az árbevétel és eredményesség legnagyobb része a tavasz végi és nyári hónapokban jelentkezik. Ez összességében azt jelenti, hogy miután a cégcsoport árbevételének legnagyobb része minden évben június-augusztus és október-december hónapokra koncentrálódik, egy adott üzleti időszak, különösen pedig a konszolidált szinten várhatóan minden évben leggyengébb január-május hónapok eredményességéből önmagában nem adódik következtetés az egész évi teljesítményre (lásd a 2011. augusztus 30-án közzétett 2011. I. féléves gyorsjelentésünk II.2. *Vállalati eredmények* című alfejezete 3. *Ábráját*).

3.5. A *Pénzügyi műveletek bevételei és nyereségei*, illetve a *Pénzügyi műveletek ráfordításai és veszteségei* sorok főként az adott és kapott kamatozat, árfolyamnyereségeket, árfolyamveszteségeket, valamint a részesedésekre elszámolt, illetve visszaírt értékvesztéseket tartalmazzák. Az *Egyéb bevételek és nyereségek*, illetve az *Egyéb ráfordítások és veszteségek* sorokon szerepelnek egyfelől a tárgyi eszköz értékesítések, a selejtezések, a terven felüli értékcsökkenés elszámolások és azok visszairása, a céltartalék képzések, illetve feloldásuk, a követelésekre képzett, illetve visszaírt értékvesztések, a pályázati bevételek, másfelől egyes adó- és adójellegű kötelezettségek (pl. IPA, termékdíj) hatásai. Az itt említett négy eredmény sor összhatása a tárgyidőszakban mintegy 15 millió forint, ami az előző év azonos időszakához képest 121 százalékos, míg a bázis időszakhoz képest 101 százalékos bővülést jelent.

Össességében Társaságunk 2012. évi I. negyedéves IFRS szerint konszolidált, nem auditált adózott vállalkozási eredménye -147,768 millió forint volt. Az előző év azonos időszakához képest ez 23 százalékos, azaz 45 millió forintos, míg a bázis időszakhoz képest 93 százalékos, azaz 2 111 millió forintos javulást mutat.

A Tpt. 57. § (1) bekezdésének megfelelően kijelentjük, hogy a szabályozott információk nyilvánosságra hozatalának elmaradásával, illetve félrevezető tartalmával okozott kár megtérítéséért a kibocsátó felel.

A gyorsjelentésben szereplő változásokon felül a tulajdonosi szerkezettel, a részvényekhez fűződő jogokkal, a Társaság alkalmazottaival és szervezetével kapcsolatos egyéb lényeges változások - legjobb tudásunk szerint - nem következtek be, illetve az időközben bekövetkezett változásokról (tulajdonosi szerkezet, stb.) a társaság külön tájékoztatásokat tett közzé.

Kijelentjük, hogy a jelen gyorsjelentés a valóságnak megfelelő, független könyvvizsgáló által nem auditált adatokat és állításokat tartalmaz, nem hallgat el olyan tény, amely a kibocsátó helyzetének megítélése szempontjából jelentőséggel bír. Kijelentjük továbbá, hogy az alkalmazható számviteli előírások alapján a legjobb tudásunk szerint elkészített, a jelen gyorsjelentésben közzétett pénzügyi kimutatások valós és megbízható képet adnak a Társaság és a konszolidációba bevont vállalkozások eszközeiről, kötelezettségeiről, pénzügyi helyzetéről, valamint nyereségéről és veszteségéről, valamint azt is, hogy a jelen gyorsjelentésben közzétett üzleti jelentés megbízható képet ad a kibocsátó és a konszolidációba bevont vállalkozások helyzetéről, fejlődéséről és teljesítményéről, ismertetve a főbb kockázatokat és bizonytalansági tényezőket. A jelen jelentésben írt egyes tervezett lépések és folyamatok megvalósításáról a Társaság különféle harmadik személyekkel tárgyalásokat folytat, azonban ezek a tárgyalások még nem zárultak le, kötelező megállapodások még nem jöttek létre. A Társaság menedzsmentje, tekintve hogy a jelzett lépések és folyamatok megvalósulását a cégcsoport jövője szempontjából rendkívül fontosnak tartja, minden ésszerű erőfeszítést megtesz ezek érdekében. Mindazonáltal a jelzett lépések és folyamatok megvalósíthatósága, illetve a jelen tájékoztatásban írtak szerinti megvalósítása részben harmadik személyektől, részben a Társaság szervei (közgyűlés, igazgatóság) döntéseitől függenek. Ennek megfelelően fokozottan felhívjuk a figyelmet arra, hogy a jelen gyorsjelentésben foglaltak nem adnak teljes és biztos képet az EST MEDIA Nyrt. tevékenységéről és a jövőben tervezett lépéseiről, sem a Társaság és Üzletágai eredményeiről, terveiről, piacairól, a tevékenységet érintő kockázatokról és egyéb körülményekről. Az alaptőke-csökkentés és alaptőke-emelés részvényesi értéket érintő számviteli hatásairól a Társaság közgyűlése által 2011. június 24-én elfogadott reorganizációs intézkedési tervben további információk is találhatóak. A jelen gyorsjelentésben foglalt olyan kijelentések, amelyek nem múltbéli eseményekre vonatkoznak, ideértve különösen a „várhatóan”, „előreláthatólag”, „feltehetőleg” és ehhez hasonló kifejezések, valamint a feltételes és jövő idejű igealakok, jövőre vonatkozó kijelentéseknek tekintendők. Ezen kijelentések a jelenlegi tervben, becslésekben és előrejelzésekben alapulnak, tehát nem lenne helyes ezen kijelentésekre a kellő mértékű meghaladó módon támaszkodni. Az ilyen kijelentések ismert és nem ismert kockázatokat, bizonytalanságot és olyan tényezőket is jeleznek, amelyek következtében a Társaság tényleges eredménye vagy teljesítménye alapvetően eltérhet az ilyen jövőre vonatkozó kijelentésben foglalt, várható eredménytől vagy teljesítménytől. Ezen tényezők többek között a következők lehetnek: általános gazdasági és üzleti feltételek; a hirdetések és a különböző típusú hirdetési felületek iránti kereslet ingadozása; a Társaság tartozásainak törlesztésére való képesség; a kulcs munkavállalók elvesztése; a piacainkon és a médiában élesedő verseny; írók, fotóművészek vagy más kreatív munkatársak szerződésének megszűnése; adásvételi ügyletekhez szükséges jóváhagyások hiánya, vagy az ilyen ügyletek rajtunk kívül álló okból történő sikertelen zárása; a piacainkra vonatkozó jogszabályi vagy egyéb szabályozási környezet változása; új vagy eltérő technológiák támasztotta versenyhelyzet; háború, terrorcselekmények vagy politikai instabilitás. A jövőre vonatkozó kijelentések azon időpontbeli állapoton alapulnak, amelyben ezen állítások elhangzanak, a Társaság nem vállal kötelezettséget arra nézve, hogy a kijelentések bármelyikét új információk vagy jövőbeli események alapján a továbbiakban nyilvánosan frissítse, módosítsa.

A jelen gyorsjelentésben szereplő, illetőleg megjelenített, védjegyjog alatt álló szöveges vagy képi megjelölések minden esetben a védjegyjogosult tulajdonát képezik. Azok bármilyen felhasználása kizárólag a vonatkozó védjegyjogosult engedélyével történhet.

A társaság 2012. évi I. negyedéves jelentése teljes terjedelmében megtekinthető 2012. május 18-tól a társaság székhelyén (1036 Budapest, Lajos u. 74-76.) és honlapján, a www.estmedia.hu címen, a BÉT honlapján a www.bet.hu cím alatt, valamint a www.kozzetetelek.hu oldalon.



Keresett kifejezés

GO

CÍMLAP FILM TV ZENE KULT CSALÁDI VÁROS VIDÉK

Földal

Premierek

Előzetesek

Programajánló

Hírek

DVD

Interjú

Toplista

A diktátor

olvasói: ★★★★★★ 10/10 (12)

The Dictator

amerikai vígjáték, 83 perc, 2012 **16**

rendező:

■ Larry Charles

színész:

■ Sacha Baron Cohen

■ John C. Reilly

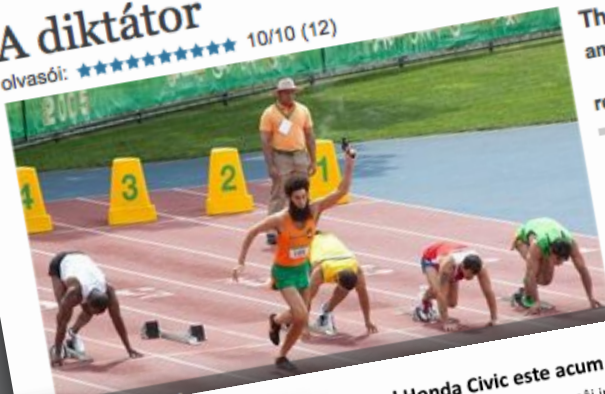
■ Megan Fox

■ Ben Kingsley

Aladeen tábornok aki az életét is kockáztatja azért, hogy bebiztosítsa a házában a de... semmi jót nem... magával.

Ajánló

A film ol...



SAPTESERI



Noul Honda Civic este acum în România

Vino la dealerul tau Honda si ramâi impresionat de cel mai silentios si confortabil Civic de pâna acum...

Convinge-te la test drive.

Înscrie-te pe www.n...

adatlapok

37

Si pe

Prima pagina English version Feed-uri RSS Filme in Bucuresti Blog Concursuri Harta interactiva Stiri si evenimente

Filtru Filme (Toata saptamana) Oricand OK Cautare rapida Introduc...

Ce se intampla azi

The Dictator

Bookmark: Delicious Bookmark this on Delicious Digg this

+1 0

Info



Facebook

Like Sign Up to see what your friends like.

Program

Azi Saptamana aceasta

Navigare rapida:

Azi

Cinema City Cotroceni B-dul Vasile Milea nr. 4

София Пловдив Варна Бургас Стара Загора EN

10 години

18 mai 18:01

Програмата

Предварителна продажба - 20лв | на място - 25лв
Билети в мрежата на eventim

ommyk:



Моят зраг

- Кино салони
- Премиери
- Филми
- За деца
- Фестивали
- Интервюта

Кино

Сцена

Музика

Изложби

Заведения

Слово



По 16:00 - 21:00

7° 15°

днес

SINO

Samsun

Hope

Trend

SA

ТИ П

РАЗВИ

Társaság neve:	EST MEDIA Nyrt.	Telefon: 436-5000
Társaság címe:	1036 Bp. Lajos u. 74-76.	Telefax: 436-5091
Ágazati besorolás:	Vagyonkezelés	
Beszámolási időszak:	2012.01.01.-2012.03.31.	
Befektetői kapcsolattartó:	Leskó Nóra	E-mail: lesko.nora@estmedia.hu

Pénzügyi kimutatásokhoz kapcsolódó adatlapok

PK2. Konzolidációs körbe tartozó gazdasági társaságok

Név	Törzs/Alaptőke	Tulajdoni hányad (%)	Szavazati jog ¹	Besorolás ²
EMERGING MEDIA GROUP Kft.	506 000 000	100%	100%	L
EMG Média csoport Kft.	2 340 480 000	100%	100%	L
ESTÉRT Kft.3	154 000 000	100%	100%	L
EST MEDIA Nyrt.	1 370 200 000	100%	100%	
EXIT Kiadói Kft.	564 000	100%	100%	L
Magyar Vendor Kft.	169 000 000	100%	100%	L
Pesti Est Kft.	200 000 000	100%	100%	L
Programata Media Group OOD.	756 000	98%	98%	L
Sapte Nopti SRL.	19 000	100%	100%	L
Sziget Kulturális Menedzser Iroda Kft.	26 320 000	51%	51%	L
Volt Event Kft.	1 000 000	51%	51%	L

¹ A konzolidációs körbe tartozó gazdasági társaság közgyűlésén a döntéshozatalban való részvétel lehetőségét biztosító szavazati jog.

² Teljes (L); Közös vezetésű (K); Társult (T)

³ A 2011.07.14-én elhatározott változásoknak megfelelően.

Konzolidációs körbe tartozó gazdasági társaságok saját tőke táblája (adatok eFt-ban)

	¹	2010Q1 ²	2011Q4	2011Q1 ²	Q/Q	Y/Y
EMERGING MEDIA GROUP Kft.	L	350 299	353 943	355 381	0,41%	1,45%
EMG Média csoport Kft.	L	1 541 291	419 513	352 231	-16,04%	-77,15%
ESTÉRT Kft.	L	-204 217	113 939	124 429	9,21%	160,93%
EST MEDIA Nyrt.	L	7 605 468	6 883 427	9 450 234	37,29%	24,26%
EXIT Kiadói Kft.	L	n/a	535 406	512 071	-4,36%	n/a
Magyar Vendor Kft.	L	-64 512	-227 454	-237 979	-4,63%	-268,89%
Pesti EST Kft.	L	99 269	17 586	-33 612	-291,13%	-133,86%
Programata Media Group OOD.	L	n/a	31 288 2	29 928	-4,35%	n/a
Sapte Nopti SRL.	L	n/a	18 078 2	6 924	-61,70%	n/a
Sziget Kulturális Menedzser Iroda Kft.	L	1 720 179	1 777 838	1 803 700	1,45%	4,86%
Volt Event Kft.	L	8 961	8 316	8 140	-2,12%	-9,16%

¹ Teljes (L); Közös vezetésű (K); Társult (T)

² a tárgy időszaki adatok nem auditáltak

PK3. Mérleg (egyedi)

A Kibocsátók az alábbi kiemelt mérlegadatokat kötelesek feltüntetni:

Auditált*	<input type="checkbox"/>	Igen	<input checked="" type="checkbox"/>	Nem	<input type="checkbox"/>
Konzolidált*	<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Számviteli elvek*		Magyar	<input checked="" type="checkbox"/>	IFRS	<input type="checkbox"/>
				Egyéb	<input type="checkbox"/>

Pénznem*	HUF	<input checked="" type="checkbox"/>	EUR	<input type="checkbox"/>	Egyéb	<input type="checkbox"/>
Egység*	1 000	<input checked="" type="checkbox"/>	1 000 000	<input type="checkbox"/>		

EST MEDIA Nyrt.							
MÉRLEG 'A' változat ESZKÖZÖK							
Ssz.		Megnevezés / E Ft	2011.03.31	2011.12.31	2012.03.31	Q/Q	Y/Y
1	A	BEFEKTETETT ESZKÖZÖK	5 210 761	5 096 982	5 092 908	0%	-2%
2	I.	IMMATERIÁLIS JAVAK	95 286	83 090	79 108	-5%	-17%
10	II.	TÁRGYI ESZKÖZÖK	18 478	697	605	-13%	-97%
18	III.	BEFEKTETETT PÉNZÜGYI ESZKÖZÖK	5 096 997	5 013 195	5 013 195	0%	-2%
27	B	FORGÓESZKÖZÖK	3 313 953	5 118 212	5 097 270	0%	54%
28	I.	KÉSZLETEK					
35	II.	KÖVETELÉSEK	3 044 300	4 062 898	4 042 608	0%	33%
43	III.	ÉRTÉKPAPÍROK	269 249	1 054 515	1 054 515	0%	292%
49	IV.	PÉNZESZKÖZÖK	404	799	147	-82%	-64%
52	C	AKTÍV IDŐBELI ELHATÁROLÁSOK	83 805	139 413	115 474	-17%	38%
56		ESZKÖZÖK ÖSSZESEN:	8 608 519	10 354 607	10 305 652	0%	20%
EST MEDIA Nyrt.							
MÉRLEG 'A' változat FORRÁSOK							
Ssz.		Megnevezés / E Ft	2011.03.31	2011.12.31	2012.03.31	Q/Q	Y/Y
57	D	SAJÁT TŐKE	7 605 468	6 883 427	9 450 234	37%	24%
58	1.	JEGYZETT TŐKE	6 851 000	1 370 200	3 959 267	189%	-42%
61	2.	TŐKETARTALÉK	2 742 196	8 222 996	8 222 996	0%	200%
6	3.	EREDMÉNYTARTALÉK	-1 962 034	-1 962 034	-2 709 769	-38%	-38%
67	4.	MÉRLEG SZERINTI EREDMÉNY	-25 694	-747 735	-22 260	97%	13%
68	E	CÉLTARTALÉKOK					
72	F	KÖTELEZETTSÉGEK	890 634	3 367 991	745 511	-78%	-16%
		HATRASOROLT KÖTELEZETTSÉGEK					
77	8.	HOSSZÚ LEJÁRATÚ KÖTELEZETTSÉGEK	3 191				-100%
86	F	RÖVID LEJÁRATÚ KÖTELEZETTSÉGEK	887 443	3 367 991	745 511	-78%	-16%
98	G	PASSZÍV IDŐBELI ELHATÁROLÁSOK	112 417	103 189	109 907	7%	-2%
102		FORRÁSOK ÖSSZESEN:	8 608 519	10 354 607	10 305 652	0%	20%

PK3. Mérleg (konszolidált)

A Kibocsátók az alábbi kiemelt mérlegadatokat kötelesek feltüntetni:

	Igen	Nem		
Auditált*	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
Konszolidált*	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Számviteli elvek*	Magyar	<input type="checkbox"/>	IFRS	<input checked="" type="checkbox"/>
			Egyéb	<input type="checkbox"/>

Pénznem*	HUF	X	EUR		Egyéb	
Egység*	1 000	X	1 000 000			

	2011.03.31	2011.12.31	2012.03.31	Q/Q	Y/Y
Befektetett eszközök	6 431 460	6 363 941	6 336 380	0%	-1%
Immateriális javak	4 846 829	5 529 075	6 021 809	9%	24%
Tárgyi eszközök	285 787	251 767	253 756	1%	-11%
Befektetett pénzügyi eszközök	1 298 844	583 099	60 815	-90%	-95%
Forgóeszközök	3 298 481	4 077 710	4 177 690	2%	27%
Készletek	363	10 259	14 426	41%	3874%
Eszközök összesen	9 729 941	10 441 651	10 514 070	1%	8%
Saját tőke	6 343 555	4 910 980	7 403 845	51%	17%
Jegyzett tőke	6 851 000	1 370 200	3 959 267	189%	-42%
Hosszú lejáratú kötelezettségek	3 191	0	0	0%	-100%
Rövid lejáratú kötelezettségek	3 383 195	5 530 671	3 110 225	-44%	-8%
Források összesen	9 729 941	10 441 651	10 514 070	1%	8%

PK4. Eredménykimutatás (egyedi)

A Kibocsátók az alábbi kiemelt mérlegadatokat kötelesek feltüntetni:

Auditált*	<input type="checkbox"/>	Igen	<input checked="" type="checkbox"/>	Nem
Konzolidált*	<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
Számviteli elvek*		Magyar	<input checked="" type="checkbox"/>	IFRS <input type="checkbox"/>
				Egyéb <input type="checkbox"/>

Pénznem*	HUF	<input checked="" type="checkbox"/>	EUR	<input type="checkbox"/>	Egyéb	<input type="checkbox"/>
Egység*	1 000	<input checked="" type="checkbox"/>	1 000 000	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

Ssz.		Megnevezés / E Ft	2011.03.31	2012.03.31	változás %
3	I.	ÉRTÉKESÍTÉS NETTÓ ÁRBEVÉTELE	5 140	8 389	63%
6	II.	AKTIVÁLT SAJÁT TELJESÍTMÉNYEK ÉRTÉKE			
7	III.	EGYÉB BEVÉTELEK		31 502	
14	IV.	ANYAGJELLEGŰ RÁFORDÍTÁSOK	17 909	64 020	257%
18	V.	SZEMÉLYI JELLEGŰ RÁFORDÍTÁSOK	2 092	22 414	971%
19	VI.	ÉRTÉKCSÖKKENÉSI LEÍRÁS	4 625	4 074	-12%
20	VII.	EGYÉB RÁFORDÍTÁSOK	270	115	-57%
22	A.	ÜZEMI TEVÉKENYSÉG EREDMÉNYE	-19 756	-50 732	-157%
33	VIII.	PÉNZÜGYI MŰVELETEK BEVÉTELEI	37 398	41 048	10%
41	IX.	PÉNZÜGYI MŰVELETEK RÁFORDÍTÁSAI	44 668	13 919	-69%
42	B	PÉNZÜGYI MŰVELETEK EREDMÉNYE	-7 270	27 129	473%
43	C	SZOKÁSOS VÁLLALKOZÁSI EREDMÉNY	-27 026	-23 603	13%
44	X.	RENDKÍVÜLI BEVÉTELEK	1 332	1 343	1%
45	XI.	RENDKÍVÜLI RÁFORDÍTÁSOK			
46	D	RENDKÍVÜLI EREDMÉNY	1 332	1 343	1%
47	E	ADÓZÁS ELŐTTI EREDMÉNY	-25 694	-22 260	13%
49	F	ADÓZOTT EREDMÉNY	-25 694	-22 260	13%
52	G	MÉRLEG SZERINTI EREDMÉNY	-25 694	-22 260	13%

PK4. Eredménykimutatás (konszolidált)

A Kibocsátók az alábbi kiemelt eredményadatokat kötelesek feltüntetni:

	Igen	Nem		
Auditált*	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
Konszolidált*	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Számviteli elvek*	Magyar	<input type="checkbox"/>	IFRS	<input checked="" type="checkbox"/>
			Egyéb	<input type="checkbox"/>

Pénznem*	HUF	X	EUR		Egyéb	
Egység*	1 000	X	1 000 000			

	2011.03.31	2012.03.31	változás %
Értékesítés nettó árbevétele	562 361	388 068	-31%
Üzleti tevékenység eredmény (EBIT)	-199 769	-164 102	18%
Pénzügyi tevékenység nettó eredménye	-46 181	-19 243	58%
Adózás előtti eredmény	-272 374	-148 686	45%
Adózott eredmény	-192 813	-147 768	23%

PK6. Mérlegen kívüli jelentősebb tételek

Az EST MEDIA Nyrt. és a konszolidációs körébe vont egyes társaságok különböző biztosítékokat (készízető kezesség, vagyont terhelő zálogjog, üzletrészeket terhelő zálogjog, jogon alapított zálogjog, inkasszós jog, vételi jog) nyújtottak a beszámolási időszakban a cégcsoportba tartozó egyes társaságok különféle kötelezettségei biztosítékaként.

5%-ot meghaladó részesedéshez, szavazati jogokhoz és saját részvényállományhoz kapcsolódó adatlapok a 2012. március 31-i állapot szerint

RS1. Tulajdonosi struktúra, a részesedés és szavazati arány mértéke

Tulajdonosi kör megnevezése	Teljes alaptőke						Bevezetett sorozat					
	Tárgyév elején (2012.01.01.)			Időszak végén (2012.03.31.)			Tárgyév elején (2012.01.01.)			Időszak végén (2012.03.31.)		
	% ¹	% ²	Db	% ¹	% ²	Db	% ¹	% ²	Db	% ¹	% ²	Db
Belföldi intézményi/ társaság	12,58	12,58	861.978	46,30	46,30	9166274	12,58	12,58	861.978	9,90	9,90	678260
Külföldi intézményi/ társaság	2,03	2,03	138.804	4,47	4,47	883740	2,03	2,03	138.804	1,96	1,96	133740
Belföldi magánszemély	84,37	84,37	5.780.334	31,22	31,22	6180406	84,37	84,37	5.780.334	87,46	87,46	5992060
Külföldi magánszemély	1,01	1,01	69.293	3,87	3,87	765326	1,01	1,01	69.293	0,68	0,68	46349
Munkavállalók, vezető tisztségviselők ³	0,01	0,01	591	14,14	14,14	2800591	0,01	0,01	591	0,00	0,00	591
Saját tulajdon												
Államháztartás részét képező Tulajdonos ⁴												
Nemzetközi Fejlesztési Intézmények ⁵												
Egyéb												
ÖSSZESEN	100	100	6851000	100	100	19796337	100	100	6851000	100	100	6851000

¹ Tulajdoni hányad.

² A Kibocsátó közgyűlésén a döntéshozatalban való részvétel lehetőségét biztosító szavazati jog. Ha a tulajdoni hányad és a szavazati jog megegyezik, csak a tulajdoni hányad oszlopot kell kitölteni és benyújtani/közzétenni a tény feltüntetésével.

³ A dr. Balázs Csaba igazgatósági elnök 100 százalékos tulajdonában álló Canongate Investments Kft. 2012. március 31-én a Társaságban 845 darab részvényt rendelkezett. Ezek a részvények a „belföldi intézményi/társaság” soron szerepelnek.

⁴ Pl.: ÁPV Rt., TB, Önkormányzat, 100%-os állami tulajdonban álló vállalatok, stb.

⁵ Pl.: EBRD, EIB, stb.

Megjegyzés: A Társaság Igazgatósága 2011. szeptember 14-én alaptőke-emelésről határozott. Ennek során a Társaság jegyzett tőkéje 3.959.267.400,-Ft-ra növekedett, amelyet az új kibocsátású törzsrészvények 2012. március 14-i keletkeztetését követően a tárgyidőszak eleji 6.851.000 darab helyett 19.796.337 darab, egyenként 200,-Ft névértékű törzsrészvény testesít meg, amelyből a tárgyidőszak végén csak 6.851.000 darab részvény volt bevezetve.

Az adatok a tőkepiacról szóló 2001. évi CXX. törvény szerinti tulajdonosi megfeleltetés alapján kerültek elkészítésre, azzal hogy a részvénykönyv nem feltétlenül tükrözi a megfeleltetés szerinti tulajdonosi struktúrát, mivel a hatályos jogszabályok szerint a részvényesek jogosultak a részvénykönyvbe való bejegyzésük mellőzését, vagy a részvénykönyvből való törlésüket kérni.

RS2. A saját tulajdonban lévő részvények mennyiségének (db) alakulása a bevezetett sorozatra vonatkozóan

	Részesezés (december 31.)		Részesezés	
	darab	% (két tizedes jegyig kérjük megadni)	darab	% (két tizedes jegyig kérjük megadni)
Társasági szinten	0 ¹	0 ¹		
Leányvállalatok ²	0	0		
Összesen	0	0		

¹ A Társaság 2008. október 10. és 2009. február 19. között összesen 210 darab (2.100.000 darab akkori tőzsrészvénynek megfelelő) határidős vételi kontraktust nyitott. A kontraktusokból időközben 190 darab eladásra került, így a Társaság jelenleg 20 darab (20.000 darab tőzsrészvénynek megfelelő) határidős vételi kontraktussal rendelkezik, amelyek lejáratára 2012. június. A kontraktusok zárása esetén a teljes alaptőke 0,1 százalékának felelné meg.

² Konszolidációba bevont társaságok.

RS3. Az 5%-nál nagyobb Tulajdonosok felsorolása, bemutatása (2012. március 31-én) a teljes alaptőkére (19.796.337 darab részvény) vonatkozóan¹

Név	Letétkezelő (igen/nem)	Mennyiség (db)	Részesezés (%) ²	Szavazati jog (%) ^{2,3}
KJ Publishing Kft. ⁴	Nem	1.783.333	9,01	9,01
Gerendai Károly, Takács Gábor, Szigerta Invest Kft. ⁵	Nem	1.530.984	7,73	7,73
Kovács András ⁶	Nem	1.325.000	6,69	6,69
Pankotai Csaba ⁶	Nem	1.325.000	6,69	6,69
EST Lapok Kft.	Nem	1.112.111	5,62	5,62

¹ Az adatok a 2012. március 31-i tulajdonosi megfeleltetésen alapulnak. Az azóta eltelt időben Társaságunk egy tulajdonosi bejelentést kapott, amelyet 2012. április 19-én tettünk közzé.

² Két tizedes jegyre kerekítve kell megadni.

³ A Kibocsátó közgyűlésén a döntéshozatalban való részvétel lehetőségét biztosító szavazati jog.

⁴ Az eredetileg lejegyzett 2.250.000 darab tőzsrészvényből a keletkeztetést megelőzően tőzsdén kívüli értékesítésre került 466.667 darab.

⁵ Összehangoltan eljáró személyekként. A 2012.04.19-én közzétett tulajdonosi bejelentésük szerint befolyásuk 5 százalék alá csökkent.

⁶ Igazgatósági tagok.

Vezető állású személyekhez, stratégiai alkalmazottakhoz kapcsolódó adatlapok a 2012. március 31-i állapot szerint**TSZ2. Vezető állású személyek, és a Kibocsátó működését befolyásoló (stratégiai) alkalmazottak**

Jelleg ¹	Név	Beosztás	Megbízás kezdete	Megbízás vége/megszűnése	Saját részvény tulajdon (db)
IT	Dr. Balázs Csaba	IT elnök ²	2010.08.02	2015.08.01	0 ³
IT	Bencze György	-	2010.08.02	2015.08.01	150.591
IT	Kovács András	-	2011.09.15	2015.08.01	1.325.000
IT	Pankotai Csaba	-	2011.09.15	2015.08.01	1.325.000
IT	Dr. Rosner Gábor	IT alelnök ²	2010.08.02	2015.08.01	0
FB, AB	Bognár Attila	-	2010.08.02	2015.08.01	0
FB	Kis Andor	-	2010.08.02	2015.08.01	0
FB, AB	Klementisz-Csikós Gábor	-	2011.01.06	2015.08.01	0
FB, AB	Dr. Kósik Tamás	-	2010.08.02	2015.08.01	0
Saját részvény tulajdon (db) Ö S S Z E S E N:					2.800.591

¹ Stratégiai pozícióban lévő alkalmazott (SP), Igazgatósági tag (IT), Felügyelő Bizottsági tag (FB), Audit Bizottság tagja (AB), Igazgatótanács tag (ITT)

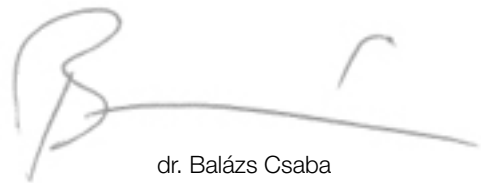
² Megválasztva az Igazgatóság 2010. augusztus 5-i ülésén

³ A dr. Balázs Csaba igazgatósági elnök 100 százalékos tulajdonában álló Canongate Investments Kft. 2012. március 31-én a Társaságban 845 darab részvényt rendelkezett.

Az EST MEDIA Nyrt. 2012. I. negyedének főbb eseményei:

2012.03.30	BÉT/EST MEDIA honlap	A Társaság hirdetménye tőkeemelés során kibocsátott törzsrészesvényeknek a BÉT-re történő bevezetéséhez kapcsolódóan
2012.03.30	BÉT/EST MEDIA honlap	A Társaság hirdetménye törzsrészesvényeinek bevezetéséről
2012.03.28	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató befolyásoló részesedéssel rendelkező személy befolyásának változásáról
2012.03.27	BÉT/EST MEDIA honlap	Módosított közgyűlési meghívó
2012.03.26	BÉT/EST MEDIA honlap	Közgyűlési meghívó
2012.03.22	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató bennfentes személy részvényszerzéséről
2012.03.21	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató a társaságban történt befolyásszerzésről
2012.03.14	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató saját részvényre vonatkozó határidős ügyletkötésről
2012.03.13	BÉT/EST MEDIA honlap	Rendkívüli közzététel a Társaság és a GEM Global Yield Fund Ltd. közötti szerződések megkötéséről
2012.03.01	BÉT/EST MEDIA honlap	Hirdetmény 1.000,-Ft névértékű dematerializált törzsrészesvényeinek 200,-Ft névértékű dematerializált törzsrészesvényekké történő átalakításának, valamint új, 200,-Ft névértékű részesvények keletkeztetésének folyamatáról
2012.03.01	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részesvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról
2012.02.07	BÉT/EST MEDIA honlap	2011. I. féléves jelentés
2012.02.07	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató a 2011. évi féléves jelentésének újbóli közzétételéről
2012.01.31	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató az alaptőke nagyságáról és a részesvényekhez kapcsolódó szavazati jogok számáról
2012.01.23	BÉT/EST MEDIA honlap	Alapszabály
2012.01.23	BÉT/EST MEDIA honlap	Tájékoztató alaptőke-emelés cégbírósi bejegyzéséről

Budapest, 2012. május 18.



dr. Balázs Csaba
az Igazgatóság elnöke
EST MEDIA Nyrt.