



Komunikat prasowy

GRUPA ITI PEWNIENIE WKACZA W DRUGĄ POŁOWĘ 2007 ROKU WSPIERANA SUKCESAMI PIERWSZYCH SZEŚCIU MIESIĘCY

Wyniki za pierwszą połowę 2007 roku

- Skonsolidowane przychody Grupy ITI wzrosły o 26,7%, do wartości 221,617 Euro, w porównaniu do 174,955 Euro z tego samego okresu 2006 roku, natomiast zysk netto wzrósł o 462,4% do wartości 14,224 Euro;
- Skonsolidowany wskaźnik EBITDA Grupy ITI wzrósł o 38,0% do poziomu 51,729 Euro w porównaniu do 37,447 Euro w analogicznym okresie 2006 roku;
- Grupa TVN (połączone TVN oraz Grupa Onet) zwiększyła przychody o 25,4%, do wartości 193,759 Euro, łączny EBITDA wzrósł o 25,6% do poziomu 74,200 Euro, natomiast zysk netto wzrósł o 38,6% do wartości 49,336 Euro;
- Telewizja Nowej Generacji „n” w dalszym ciągu uzupełnia swoją ofertę programową o nowe, atrakcyjne kanały. „N” pod koniec czerwca posiadała ponad 150 tysięcy abonentów;
- Prognoza: Grupa ITI wspierana sukcesami pierwszych sześciu miesięcy pewnie wkacza w drugą połowę roku. Spodziewa się także utrzymania stabilnych tendencji wzrostowych w oparciu o korzystne warunki rynku reklamowego oraz korzystne długoterminowe prognozy makro-ekonomiczne dla Polski uwzględniające pozytywny wpływ EURO 2012.

Luksemburg, 23 sierpnia 2007 roku – ITI Holdings S.A. (“ITI Group”) (Giełda Papierów Wartościowych w Luxemburgu (LSE): ITIH.LU), wiodący polski koncern multimedialny ogłosił w dniu dzisiejszym wyniki finansowe za okres sześciu miesięcy zakończony 30 czerwca 2007 roku.

Wojciech Kostrzewa, Prezes Zarządu i Dyrektor Generalny Grupy ITI, powiedział: „W dalszym ciągu uzyskujemy doskonale wyniki operacyjne w głównych dziedzinach naszej działalności. Pozycję lidera na rynku telewizyjnym i Internetowym pomagają nam utrzymać przyjęta strategia nieprzerwanych inwestycji oraz zaangażowania w nowe, pionierskie na polskim rynku projekty.

Po świetnej pierwszej połowie, dynamiczny rozwój Grupy TVN zaowocował uruchomieniem kanału TVN CNBS Biznes – projektu unikalnego na polskim rynku, a jednocześnie prowadzącego do stworzenia w Europie Środkowej kanału o światowym zasięgu. Przy czym nie jest to pierwsza współpraca Grupy TVN z tak prestiżowym partnerem o globalnym zasięgu i renomie – od zeszłego roku w pakiecie telewizji „n” jest kanał Discovery Historia tworzony we współpracy z Discovery Networks.

O utrzymanie czołowej pozycji walczą także Onet.pl systematycznie poszerzający ofertę serwisów a dzięki temu również zwiększający rzeszę użytkowników portalu, a także Multikino otwierające kolejne multipleksy i konsekwentnie przygotowujące się do giełdowego debiutu.

Zgodnie z planem realizujemy swoje założenia biznesowe oraz wciąż wykorzystujemy synergiię na wszystkich platformach przekazu. Dzięki konsekwentnej strategii i wyjątkowo korzystnej pierwszej połowie 2007 roku wskaźnik EBITDA Grupy ITI wzrósł o 21% wyłączając koszty rozwojowe platformy „n”.

Istotna informacja dla czytelników
Jeśli nie wskazano inaczej, wyniki Grupy ITI podane są w tysiącach Euro

EURO'000

Podmiot	Podmiot Przychody	Podmiot EBITDA (1) przed SOP (2)	SOP (2) koszty	Podmiot EBITDA
---------	----------------------	-------------------------------------------	-------------------	-------------------

Okres sześciu miesięcy zakończony 30 czerwca 2007 roku				
Grupa TVN	174,409	73,568	(3,483)	70,085
Działalność telewizyjna i nadawcza	174,409	73,568	(3,483)	70,085
Multikino	20,093	3,490	-	3,490
Wydawnictwo Pascal	3,964	133	-	133
Legia	2,389	(2,921)	-	(2,921)
Rozrywka	26,446	702	-	702
Onet	19,350	5,427	(1,312)	4,115
Nowe Media	19,350	5,427	(1,312)	4,115
Działalność stała	220,205	79,697	(4,795)	74,902
ITI Neovision (3)	10,200	(20,095)	-	(20,095)
Działalność w trakcie rozwoju	10,200	(20,095)	-	(20,095)
Suma	230,405	59,602	(4,795)	54,807
Działalność zaniechana (4)	2,820	1,967	-	1,967
Pozostałe podmioty i korekty konsolidacyjne	(11,608)	(7,051)	(3,128)	(10,179)
Skonsolidowana suma	221,617	54,518	(7,923)	46,595
Zysk netto na nabyciu/sprzedaży/pozostałe		5,134	-	5,134
Skonsolidowane	221,617	59,652	(7,923)	51,729

Okres sześciu miesięcy zakończony 30 czerwca 2006 roku				
Grupa TVN	139,761	61,065	(5,606)	55,459
Działalność telewizyjna i nadawcza	139,761	61,065	(5,606)	55,459
Multikino	15,325	3,023	-	3,023
Wydawnictwo Pascal	3,830	465	-	465
Legia	2,656	(639)	-	(639)
Rozrywka	21,811	2,849	-	2,849
Onet	14,734	4,685	(1,069)	3,616
Nowe Media	14,734	4,685	(1,069)	3,616
Działalność stała	176,306	68,599	(6,675)	61,924
ITI Neovision (3)	-	(1,387)	-	(1,387)
Działalność w trakcie rozwoju	-	(1,387)	-	(1,387)
Suma	176,306	67,212	(6,675)	60,537
Działalność zaniechana (4)	14,579	401	-	401
Pozostałe podmioty i korekty konsolidacyjne	(15,930)	(8,045)	(15,439)	(23,484)
Skonsolidowana suma	174,955	59,568	(22,114)	37,454
Zysk netto na nabyciu/sprzedaży/pozostałe		23		23
Skonsolidowane	174,955	59,591	(22,114)	37,477

- (1) EBITDA - zysk przed opodatkowaniem, przychodami i kosztami z tytułu odsetek, amortyzacji środków trwałych oraz wartości niematerialnych i prawnych (amortyzacja licencji programowych zawarta jest w kosztach operacyjnych)
- (2) SOP - Program Opcji na Akcje oraz Bonus dotyczący Wzrostu Wartości Grupy ITI
- (3) ITI Neovision uruchomiła platformę cyfrową „n” w dniu 12 października 2006

- (4) Działalność zaniechana - obejmuje tworzenie, zarządzanie i komercjalizację treści multimedialnych na licznych platformach dystrybucyjnych, w tym organizację wydarzeń i zarządzanie talentami przez ITI Film Studio.

Wyniki Operacyjne

Telewizja

TVN uruchamia dwa nowe kanały i odnotowuje doskonałe wyniki

Grupa TVN: Grupa TVN ma za sobą bardzo udaną pierwszą połowę 2007 roku. Grupa TVN uzyskała przychody na poziomie 174,409 Euro, czyli o 24,8% wyższe w porównaniu do tego samego okresu w roku ubiegłym. Oprócz wyższych wpływów z reklam oraz sponsoringu, kanały tematyczne należące do Grupy TVN (TVN24, TVN Meteo, TVN Turbo, TVN Style, ITVN, TVN Gra, TVN Med., TVN Lingua, Discovery Historia oraz Mango 24) zanotowały także zdecydowanie wyższe przychody abonamentowe. Zanotowano wzrost marży EBITDA Grupy TVN (przed SOP) o 20,5% z wartości 61, 065 Euro do poziomu 73, 568 Euro.

Zmiany udziałów w całodobowej widowni (Źródło: AGB)

	2005		2006		Q1, 2007		Q2, 2007	
	W skali całego kraju	Mieszkańcy miast powyżej 100'000 (3)	W skali całego kraju	Mieszkańcy miast powyżej 100'000 (3)	W skali całego kraju	Mieszkańcy miast powyżej 100'000 (3)	W skali całego kraju	Mieszkańcy miast powyżej 100'000 (3)
TVN (1)	15.0	19.3	16.7	21.3	16.3	21.2	16.9	21.4
TVN 7	1.6	2.3	1.4	1.9	1.4	2.0	1.4	1.8
TVP 1 (2)	24.6	19.7	24.0	19.0	24.3	18.8	22.9	18.5
TVP 2 (2)	21.7	17.6	20.1	16.5	18.8	15.4	18.2	15.2
Polsat (2)	16.7	13.2	16.1	13.6	16.7	13.7	17.2	14.6
Pozostałe	20.4	27.9	21.7	27.7	22.5	28.9	23.4	28.5

(1) Według danych AGB, TVN dociera do około 87% polskich gospodarstw domowych.

(2) Kanały o zasięgu ogólnokrajowym

(3) Grupa docelowa TVN wykazująca największą dynamikę demograficzną z punktu widzenia reklamodawców.

Zmiany udziałów w widowni w czasie „prime time” (19.00 – 23.00) (Źródło: AGB)

	2005		2006		Q1, 2007		Q2, 2007	
	W skali całego kraju	Mieszkańcy miast powyżej 100'000 (3)	W skali całego kraju	Mieszkańcy miast powyżej 100'000 (3)	W skali całego kraju	Mieszkańcy miast powyżej 100'000 (3)	W skali całego kraju	Mieszkańcy miast powyżej 100'000 (3)
TVN (1)	18.1	24.6	20.8	27.5	20.6	27.2	20.7	26.8
TVN 7	1.6	2.4	1.5	1.9	1.4	2.0	1.4	1.8
TVP 1 (2)	24.5	19.2	24.3	18.7	22.8	17.1	23.1	18.8
TVP 2 (2)	22.2	17.7	19.8	16.0	18.9	15.1	18.4	15.0
Polsat (2)	17.9	14.5	17.3	14.7	18.9	16.3	18.7	16.3
Pozostałe	15.7	21.6	16.3	21.2	17.4	22.3	17.7	21.3

(1) Według danych AGB, TVN dociera do około 87% polskich gospodarstw domowych.

(2) Kanały o zasięgu ogólnokrajowym

(3) Grupa docelowa TVN wykazująca największą dynamikę demograficzną z punktu widzenia reklamodawców.

Grupa TVN zwiększyła swój łączny udział w całodobowej widowni w skali całego kraju do poziomu 21,5% w porównaniu do 20,3% w analogicznym okresie roku 2006. Wzrost ten został wygenerowany głównie dzięki kanałom tematycznym Grupy TVN, przede wszystkim TVN 24 oraz TVN Style.

W pierwszym półroczu 2007 roku kanał TVN zwiększył swój udział w widowni w skali całego kraju w czasie „prime time” do poziomu 20,7% w porównaniu z 20,3% w analogicznym okresie w 2006 roku, jednakże, udział kanału TVN w oglądalności w czasie „prime time” w kluczowej dla siebie grupie docelowej nieznacznie się zmniejszył do poziomu 27,1% podczas gdy w tym samym okresie w roku 2006 udział ten wynosił 30,0%.

Ramówka wiosenna TVN opierała się głównie na popularnych programach z poprzednich sezonów. *Taniec z Gwiazdami* ponownie udowodnił swoją popularność i każdy odcinek tego programu oglądany był średnio przez 5 milionów widzów. Seriale *Kryminalni*, *Na Wspólnej*, *Niania*, *Hela w opałach* a także *Magda M.* poprawiły swoją i tak już wysoką oglądalność przekraczając 30% udział w widowni w kluczowej grupie docelowej. Również nowy serial stacji TVN *Odwrócenie*, którego pierwszy odcinek został wyemitowany w marcu tego roku, przekroczył 30 % udział w oglądalności w kluczowej grupie docelowej. Weekendowy program poranny *Dzień dobry TVN*, ustanowił nowy rekord osiągając 26% udziałów w kluczowej grupie docelowej. Seriale dokumentalno-kryminalne pokazywane cztery lub pięć razy w tygodniu *W11-Wydział Śledczy* oraz *Detektywi* zwiększyły swój udział w widowni do odpowiednio 24% i 28% w grupie docelowej. Flagowy program informacyjny TVN *Fakty* pobił kolejny rekord i odnotował 36% udział oglądalności w kluczowej grupie docelowej.

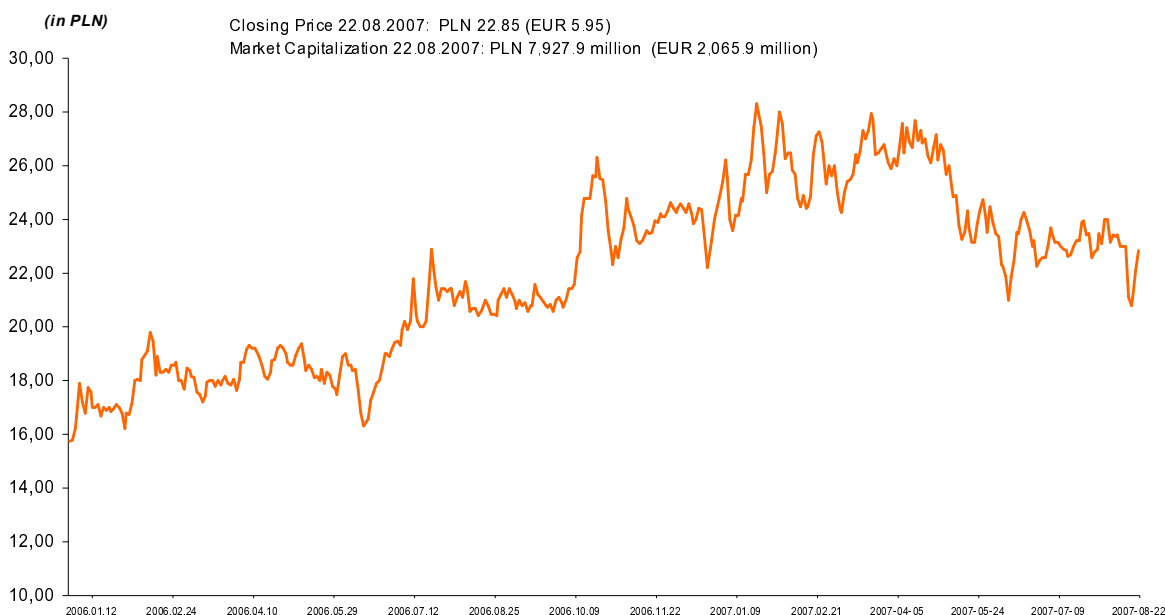
TVN 24 zwiększył swój udział w całodobowej oglądalności w kluczowej grupie docelowej do poziomu 5,7% podczas gdy w tym samym okresie w roku 2006 udział ten wynosił 3,6%, co było odzwierciedleniem ciekawej sytuacji politycznej w Polsce. Niezwykły sukces odniósł program publicystyczny *Szkoło Kontaktowe* oparty na interakcji z widzami, którzy biorą czynny udział w programie poprzez wysyłanie wiadomości SMS lub rozmowy telefoniczne. Co więcej, znaczny wzrost liczby abonentów TVN 24 miało bardzo pozytywny wpływ na wyniki udziału oglądalności tego programu.

W kwietniu Grupa TVN zaplanowała „relaunch” kanału TVN Turbo silnie wspierając ten projekt kampanią marketingową. Odnowiony kanał jest programem adresowanym głównie do męskiej publiczności a nie jedynie kanałem o tematyce motoryzacyjnej. W drugim kwartale 2007 roku udział oglądalności w kluczowej grupie docelowej wzrósł do 0,7% z poziomu 0,6% w analogicznym okresie roku 2006.

W maju 2007 roku, TVN S.A. nabyła 100 % udziałów w spółce Mango Media Sp. z o.o., operatora kanału telesprzedażowego Mango 24. Ta transakcja oznacza wejście Grupy TVN na lukratywny rynek telesprzedażowy, którego wartość w zachodniej Europie szacuje się na ponad 6,5 miliardów Euro w odniesieniu do wartości 10 milionów Euro w Polsce na dzień dzisiejszy. Kanał Mango 24 jest jednym z najlepszych całodobowych kanałów telesprzedażowych w Polsce docierającym do około 5 milionów gospodarstw domowych poprzez dystrybucję kablową oraz DTH.

Grupa TVN i CNBC zawarły umowę o uruchomieniu wspólnego kanału informacyjnego o tematyce biznesowej pod nazwą TVN CNBC Biznes. TVN CNBC Biznes będzie miał dostęp do infrastruktury CNBC na całym świecie, łącznie z zasobami technicznymi jak również doświadczeniem w dostarczaniu wiadomości, przeprowadzaniu wywiadów oraz analiz. Polski kanał biznesowy będzie miał stałych korespondentów w Londynie i Frankfurtach, skąd, w oparciu o zasoby najwyższej klasy sprzętu oraz newsroomów CNBC, będą oni mogli na żywo dostarczać informacje do studia w Warszawie. Dzięki infrastrukturze CNBC Europe TVN CNBC Biznes będzie również mógł nadawać komentarze na żywo odnośnie gospodarki polskiej tworzone przez analityków bankowych oraz instytucji finansowych w Londynie. Ponadto, w celu zapewnienia bezpiecznej ciągłej wymiany materiałów zdjęciowych i programów zostanie ustanowione stałe łącze pomiędzy Londynem i Warszawą. Jednocześnie dziennikarze TVN CNBC Biznes zapewnią CNBC Europe analizy na temat rozwoju gospodarczego w Polsce a także relacje z Warszawskiej Giełdy Papierów Wartościowych. Umowa zawarta przez Grupę TVN z CNBC jest bezprecedensowa na polskim rynku oraz stanowi pierwszą inicjatywę utworzenia kanału z globalnym materiałem filmowym w Europie Środkowej.

Wykres notowań akcji TVN (w okresie od 01.01.2006 do 22.08.2007)



Cena w ofercie publicznej	PLN 6,40
Cena otwarcia w dniu 01.01.2006	PLN 15,58
Cena zamknięcia w dniu 29.06.2007	PLN 22,60
Kapitalizacja rynkowa w dniu 30.06.2007	PLN 7,840,4 mln (2,082,0 mln Euro)
Kapitalizacja rynkowa w dniu 22.08.2007	PLN 7,927,9 mln (2,065,9 mln Euro)

Na dzień 30 czerwca 2007 roku kapitalizacja rynkowa inwestycji Grupy ITI w TVN S.A wynosiła 1,295.0 miliona Euro, natomiast na dzień 22 sierpnia 2007 roku odpowiednio 1,285,0 miliona Euro.

Rozrywka

Otwarcie nowych kin / kontynuacja świetnych wyników

Multikino: W pierwszej połowie 2007 roku Multikino kontynuowało świetne wyniki zwiększając swoje przychody o 31,1% z 15,325 Euro w pierwszej połowie 2006 do poziomu 20,093 Euro w pierwszej połowie 2007, również EBITDA zanotował wzrost o 15,4% z 3,023 Euro do poziomu 3,490 Euro. Jednocześnie Multikino otworzyło kolejne cztery kina w pierwszej połowie 2007 roku. Kolejne dwa otwarcia są w trakcie przygotowań na ten rok, co zwiększy łączną liczbę obiektów Multikina do końca 2007 roku do 14. Multikino rozpoczęło przygotowania do wejścia na Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie.

Wydawnictwo Pascal: wiodący polski wydawca i dystrybutor przewodników turystycznych i map. W pierwszej połowie 2007 roku przychód wydawnictwa Pascal wyniósł 3,964 Euro w porównaniu z przychodem 3,830 Euro wygenerowanym w analogicznym okresie w 2006 roku. Wskaźnik EBITDA w tym samym okresie wyniósł 133 Euro w porównaniu do poziomu 465 Euro w analogicznym okresie 2006 roku.

Legia: w pierwszej połowie 2007 roku, Legia zanotowała nieznacznie niższy przychód, który wyniósł 2,389 Euro oraz spadek wskaźnika EBITDA do (2,921) Euro w porównaniu z przychodem 2,656 Euro oraz ujemną EBITDA (639) Euro w analogicznym okresie w 2006 roku.

Tygodnik Powszechny: 19 lipca 2007 roku Grupa ITI zakończyła proces przejęcia 49% udziałów w Tygodniku Powszechnym. Tygodnik Powszechny jest jednym z najlepiej rozpoznawanych oraz renomowanych społeczno - kulturalnych tygodników katolickich w Polsce. Przez okres ponad 60 lat, Tygodnik Powszechny kształtuje opinie społeczeństwa polskiego poprzez wysokiej jakości publikacje oraz artykuły pisane przez najbardziej szanowanych intelektualistów w Polsce.

Nowe Media

Ciągłe umacnianie pozycji lidera

Grupa Onet.pl: Grupa Onet.pl S.A prowadzi działalność poprzez Onet.pl, najpopularniejszy portal internetowy w Polsce.

W pierwszej połowie 2007 roku Grupa Onet.pl S.A, kontynuowała swój dynamiczny rozwój oraz umacniała silną pozycję lidera. W ciągu pierwszych sześciu miesięcy 2007 roku przychody Onetu wzrosły o 31,1% osiągając poziom 19,350 Euro w porównaniu do 14,734 Euro w analogicznym okresie 2006 roku. W tym samym okresie wskaźnik EBITDA również wzrósł o 13,8% do wartości 4,115 Euro z poziomu 3,616 Euro.

Według najnowszych danych Megapanel PBI/Gemius, przez okres pięciu miesięcy do 30 maja 2007 roku średnia liczba rzeczywistych użytkowników portalu Onet.pl zwiększyła się do 9,7 miliona miesięcznie w porównaniu do 9,1 miliona w analogicznym okresie roku 2006. Średnia liczba odwiedzin strony wzrosła w ciągu tych dwóch miesięcy zakończonych w maju 2006 roku z 2,126 miliona miesięcznie do 2,514 miliona w ciągu tych dwóch miesięcy zakończonych w maju 2007 roku. Czas spędzany na portalu Onet.pl wzrósł do 51 milionów godzin miesięcznie z 45 milionów godzin miesięcznie w tym samym okresie roku 2006.

Przez kilka ostatnich lat Onet.pl odnotowuje wzrost liczby użytkowników oraz możliwości dostępu do nich, w wyniku czego zwiększa się przychód oraz dochodowość portalu. Jednakże, sukces Onetu nie sprowadza się wyłącznie do osiągania świetnych wyników finansowych, ale również do strategii rozwoju biznesu polegającej na ciągłym tworzeniu innowacyjnych produktów oraz usług, które bardzo często stanowią największą nowość na polskim rynku. W pierwszej połowie 2007 roku Onet.pl uruchomił trzy platformy uzupełniające jego działalność.

TVN24.pl jest pierwszym w Polsce vortalem informacyjnym, będącym nowym, dla polskich odbiorców, rodzajem platformy komunikacyjnej między innymi dzięki obszernej zawartości materiałów video. We współpracy z TVN24, vortal dostarcza najświeższe wiadomości, aktualne informacje oraz analizy, z których część dostępna jest wyłącznie na TVN24.pl. Ponadto, treść jest wspomagana poprzez elementy interaktywne, co sprawia, że internauci mogą przesłać swoje komentarze lub uczestniczyć w dyskusjach, które dodatkowo zwiększają wartość TVN24.pl.

ZUMI.pl to pierwszy w Polsce lokalizator internetowy. ZUMI.pl jest rodzajem mapy on-line wskazującej lokalizację firm, adresy osób prywatnych a także każde miejsce w Polsce, którym użytkownik jest zainteresowany. Usługa ta zapewnia plan trasy do danego miejsca wybranego przez użytkownika poprzez

wpisanie kodu pocztowego, ulicy lub nazwy miejsca. Działanie systemu oparte jest na bazie danych zawierającej 1000 000 aktualnych adresów biznesowych, prawie 1300 map dużych i małych miast, szczegółowe mapy drogowe oraz wysokiej jakości obrazy satelitarne. Ponadto, ZUMI stanowi łatwe i efektywne narzędzie promocji małych i średniej wielkości przedsiębiorstw poprzez umożliwienie im umieszczenie swojego logo, wizerunku, prezentacji multimedialnych oraz cenników.

Onet.tv to największy projekt Onetu uruchomiony w drugim kwartale 2007 roku. Jest to platforma multimedialna stanowiąca bibliotekę ponad 9 000 video clipów, przeszło 100 programów telewizyjnych oraz siedmiu kanałów tematycznych: Wiadomości, Sporty, Muzyka, Film, Podróże oraz Edukacja. Treść dostarczana jest między innymi przez Associated Press, United Pictures, Hollywood Reporter, TVN24, TVN Lingua, n-Sport, TMT oraz Bullseye TV, itp. Wszystkie programy tej platformy są dostępne w trybie „na życzenie” (on demand), co pozwala na stworzenie ramówek jak również play list zgodnie z wymaganiami klienta.

Platforma Cyfrowa

Ciągła tendencja wzrostowa

ITI Neovision („n”): 12 października 2006 roku, Grupa ITI wprowadziła na polski rynek, poprzez ITI Neovision, „n” - platformę cyfrową nowej generacji. W pierwszej połowie 2007 roku „n” przyczyniła się do wzrostu przychodu Grupy ITI o 10,200 Euro oraz odnotowała ujemny wskaźnik EBITDA wynoszący (20,095) Euro. „n” jest pokazywana jako działalność w fazie rozwojowej odpowiadającej wczesnej fazie rozwoju projektu.

Od momentu uruchomienia platformy „n” osiąga ona świetne wyniki zgodnie z zakładanym planem biznesowym, natomiast baza abonentów platformy do końca drugiego kwartału 2007 roku osiągnęła liczbę ponad 150 000. Jednocześnie w przeciągu pierwszych sześciu miesięcy 2007 roku platforma „n” uruchomiła kilka nowych serwisów takich jak kanały HD, przeglądarkę internetową, radio internetowe nRadio, VoD (ang. Video on demand – video na życzenie), oraz EPG, z których wiele pojawia się na polskim rynku po raz pierwszy. Co więcej, oferta programowa platformy jest nieustannie wzbogacana o nowe kanały poszerzające jej grupy docelowe.

W styczniu 2007 roku abonenci telewizji „n” byli świadkami otwarcia dwóch nowych kanałów sportowych SportKlub oraz SportKlub+. W marcu nastąpił dalszy rozwój „n” VOD. Po raz pierwszy w Polsce, a nawet w Europie, można było oglądać filmy w jakości HD w usłudze VOD. W kwietniu br. po raz pierwszy w Polsce przedstawiono telewizyjną transmisję ćwierćfinałowego meczu Pucharu Polski w piłce nożnej w jakości HD. Również w kwietniu mecze o Puchar UEFA po raz pierwszy w Polsce były transmitowane równocześnie. W tym celu telewizja „n” uruchomiła dodatkowe usługi umożliwiające widzom jednoczesne oglądanie kilku meczy na żywo w tym samym czasie.

W czerwcu 2007 roku, platforma „n” uruchomiła sport.onet.pl – doskonały przykład tworzenia synergii w Grupie ITI. Usługa ta korzysta z technologii, „lajt”, która została uprzednio wykorzystana przez portal Onet.pl w celu zastosowania specjalnej wersji tego portalu zoptymalizowanej do użytku poprzez sprzęt przenośny (OnetLajt). Zarówno struktura jak i nawigacja serwisu Sport.onet.pl Lajt zostały zaprojektowane tak, aby w łatwy sposób można było z niego korzystać przy użyciu pilota telewizyjnego. Serwis Sport.onet.pl Lajt jest dostępny dla wszystkich abonentów kanału nSport bez żadnych dodatkowych opłat. Aktualnie trwają prace nad wzbogacaniem oferty platformy „n” o kolejne serwisy OnetLajt.

Ponadto, platforma „n” pracuje nad dwoma nowymi kanałami – KidsCo oraz Da Vinci. Kanał KidsCo jest skierowany do najmłodszych widzów – dzieci w wieku przedszkolnym (3-7 lat), oferuje on głównie produkcje europejskie uwzględniające różnice kulturowe pomiędzy krajami, w których kanał ten jest emitowany. Start kanału KidsCo na platformie „n” jest planowany na wrzesień 2007. Natomiast kanał Da Vinci (robocza nazwa kanału) będzie nawiązywał do najlepszych tradycji telewizji edukacyjnej - w fascynujący, zabawny i przystępny sposób wprowadzi młodych widzów w świat nauki. Szczególny nacisk zostanie położony na fizykę, chemię, matematykę, historię i geografii. Kanał będzie dostępny w ofercie platformy „n” we wrześniu 2007 roku.

Informacje korporacyjne Grupy ITI

Koszty związane z rozwojem: Grupa ITI cały czas poszukuje nowych możliwości rozwoju oraz inwestuje w nowe przedsięwzięcia i projekty. Koszty związane z projektami, które znajdują się w fazie rozwoju bądź na etapie poprzedzającym wdrożenie są w pełni pokrywane przez centralę Grupy ITI. Jest to zgodne ze strategią Grupy ITI dotyczącą rozwoju nowej działalności na poziomie Grupy, zgodnie z którą spółki ponoszą koszty swojej działalności po osiągnięciu pełnej zdolności operacyjnej. Dzięki temu Grupa ITI zapewnia sobie wartość dodaną.

Koszty finansowe: w ciągu sześciu pierwszych miesięcy 2007 roku Grupa ITI wykazała koszty finansowe netto na poziomie (11,584) Euro, podczas gdy w tym samym okresie roku 2006 koszty finansowe netto wynosiły (15,750) Euro. W pierwszej połowie 2007 roku Grupa ITI poniosła koszty odsetek netto w wysokości (21,494) Euro w porównaniu z (15,233) Euro w pierwszych sześciu miesiącach 2006 roku. W ciągu sześciu pierwszych miesięcy 2007 roku Grupa ITI odnotowała zyski netto z wymiany walutowej oraz aktualizację do wartości godziwej w wysokości 9,910 Euro, w porównaniu z zyskami wynoszącymi 1,052 Euro w analogicznym okresie roku 2006.

Skrótowe zestawienie konsolidacji

Opis	Działalność stała		Działalność w trakcie rozwoju		Koszty centrali		Korekty konsolidacyjne		Razem	
	30 czerwca 2006	30 czerwca 2007	30 czerwca 2006	30 czerwca 2007	30 czerwca 2006	30 czerwca 2007	30 czerwca 2006	30 czerwca 2007	30 czerwca 2006	30 czerwca 2007
EBITDA przed SOP	68,599	79,697	(1,387)	(20,095)	(8,556)	(9,309)	935	9,726	59,591	59,652
Stock Option Plan	(6,675)	(4,795)	–	–	(15,439)	(3,128)	–	–	(22,114)	(7,923)
EBITDA	61,924	74,902	(1,387)	(20,095)	(23,995)	(12,437)	935	9,726	37,477	51,729
Deprecjacja, amortyzacja i odpisy z tytułu trwałej utraty wartości	(7,299)	(12,233)	(28)	(2,878)	(250)	(600)	(494)	451	(8,071)	(15,260)
EBIT	54,625	62,669	(1,415)	(22,973)	(24,245)	(13,037)	441	10,177	29,406	36,469
przychody / (koszty) finansowe, netto									(15,750)	(11,584)
W tym										
- koszty odsetkowe netto									(15,233)	(21,494)
- różnice kursowe oraz aktualizacja do wartości godziwej									1,052	9,910
- strata na inwestycjach dostępnych do sprzedaży									(1,569)	–
Udział w zyskach jednostek stowarzyszonych									–	205
Zysk przed opodatkowaniem									13,656	25,090
Opodatkowanie									(10,514)	(12,971)
Zysk za okres na działalności kontynuowanej									3,142	12,119
(Strata)/ zysk za okres na działalności zaniechanej									(66)	2,105
Zysk za okres									3,076	14,224
Przypadający na:										
Akcjonariuszy ITI Holdings									(10,777)	(4,124)
Udziały mniejszości									13,853	18,348
Zysk za okres									3,076	14,224

GRUPA ITI

Grupa ITI jest wiodącą na polskim rynku grupą medialną, działającą w obszarze transmisji telewizyjnej, nowych mediów, prowadzenia multipleksów, dystrybucji kinowej, piłki nożnej a także na rynku wydawniczym.

Nadawanie i produkcja programów telewizyjnych: Grupa ITI prowadzi działalność na rynku telewizyjnym poprzez Grupę TVN, jedną z największych komercyjnych sieci telewizyjnych w Polsce. Znaczenie i renoma TVN wynika m.in. z wysokiej jakości nadawanych programów informacyjnych, takich jak np. *Fakty*. TVN może również poszczycić się innowacyjną ramówką programów tworzonych w kraju lub przez producentów i studia zagraniczne. W ramach Grupy TVN w marcu 2002 roku została uruchomiona nowa stacja, TVN Siedem, która nadaje filmy fabularne, seriale oraz programy rozrywkowe. Grupa TVN jest także nadawcą TVN 24 – pierwszego w Polsce 24-godzinnego informacyjnego kanału tematycznego. TVN 24 jest najpopularniejszym płatnym kanałem panelu telewizji kablowych badanym przez AGB. TVN Meteo uruchomiony w maju 2003 roku jest pierwszym polskim 24-godzinny kanałem pogodowym. W grudniu 2003 roku Grupa TVN uruchomiła TVN Turbo, kanał tematyczny kierowany do entuzjastów motoryzacji. W kwietniu 2004 roku Grupa TVN uruchomiła ITVN, rozrywkowy kanał telewizyjny w polskiej wersji językowej, przeznaczony dla Polaków mieszkających za granicą. W sierpniu 2004 roku Grupa TVN uruchomiła TVN Style, kanał tematyczny poświęcony stylom życia, koncentrujący się na zdrowiu i urodzie. W sierpniu 2005 roku Grupa TVN uruchomiła TVN Gra, interaktywny telewizyjny kanał rozrywkowy. W październiku 2006 w ramach Grupy TVN powstały dwa interaktywne programy edukacyjne: TVN Med, skierowany do lekarzy, realizujący proces edukacyjny w ramach procesu ustawicznego kształcenia oraz TVN Lingua – interaktywny kanał poświęcony nauce języków, zarówno dla początkujących, jak i zaawansowanych odbiorców. Dodatkowo ofertę programową uzupełniono kanałem dokumentalnym Discovery Historia, stworzonym we współpracy pomiędzy Grupą TVN oraz Discovery. W maju 2007 roku Grupa TVN nabyła Mango 24 – największy kanał telesprzedażowy w Polsce. Grupa TVN jest notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie (kod notowań na GPW: TVN) od grudnia 2004 r. i jest częścią indeksu WIG 20. Udziały Grupy ITI w TVN S.A. wynoszą 62,2%.

Nowe Media: Na rynku nowych mediów Grupa ITI prowadzi działalność poprzez spółkę Onet.pl S.A., w ramach której prowadzony jest Onet.pl, najpopularniejszy portal internetowy w Polsce. Onet.pl jest zdecydowanie największym i najchętniej odwiedzanym portalem internetowym w Polsce. Od początku 2000 roku, kiedy pojawiły się pierwsze niezależne badania rynku, Onet.pl utrzymuje niekwestionowaną pozycję lidera. Grupa Onet.pl S.A. jest operatorem jednych z najbardziej popularnych internetowych serwisów w Polsce takich jak: Sympatia.pl, główny polski serwis randkowy, Onet Blog - strona blogowa numer 1 w Polsce, Onet Video oraz Zumi.pl – pierwszy lokalizator internetowy. Grupa Onet.pl S.A. jest w całości spółką zależną TVN S.A.

Rozrywka: Multikino jest jednym z czołowych operatorów multipleksów w Polsce, posiadającym doskonałe lokalizacje swoich kin i oferującym szeroki repertuar filmów fabularnych. Multikino prowadzi obecnie dwanaście multipleksów i pracuje nad dalszym rozwojem sieci kin tego typu. Prowadzi także działalność w zakresie dystrybucji kinowej.

Legia, założona w 1916, to najbardziej znany polski klub piłkarski w kraju i zagranicą. Legia jest ligowym liderem wszechczasów dzięki ośmiokrotnemu wywalczeniu tytułu Mistrza Polski, dwunastokrotnemu zdobyciu Pucharu Polski oraz wywalczeniu innych trofeów.

Działalność wydawnicza: Pascal jest wiodącym polskim wydawcą i dystrybutorem przewodników turystycznych oraz map.

Tygodnik Powszechny – założony w 1945 roku jest jednym z najlepiej rozpoznawanych oraz renomowanych społeczno- kulturalnych katolickich tygodników w Polsce.

Platforma cyfrowa: 12 października 2006 roku Grupa ITI wprowadziła na rynek polski „n” najnowocześniejszą na polskim rynku platformę cyfrową. „n” oferuje swoim abonentom wyjątkową gamę kanałów w siedmiu kategoriach: „wiadomości i rozrywka”, „cinemax”, „hity filmowe”, „sport i samochody”, „styl, moda, muzyka”, „dzieci” oraz „kultura, nauka, świat”. Oferta programowa łączy najpopularniejsze polskie kanały telewizyjne uzupełnione o nowe kanały, z których część emitowana jest w jakości HD. Oprócz swojej unikalnej oferty programowej, w której „n” stosuje najnowszą technologię, jest to pierwsza platforma cyfrowa w Polsce oferująca swoim abonentom usługi typu PVR (osobistego magnetowidu cyfrowego – *od ang. Personal Video Recorder*) oraz VoD (video na życzenie – *od ang. Video on Demand*). Klienci mogą zakupić Set-Top Box w ponad 1300 punktach sprzedaży detalicznej w całej Polsce i obsługiwani są przez działające 24/7 centrum telefoniczne. W celu uzyskania bardziej szczegółowych informacji prosimy o wejście na stronę www.n.pl.

KONTAKT Z GRUPĄ ITI

W celu uzyskania bardziej szczegółowych informacji prosimy kontaktować się z:

Romano Fanconi

Tina Nyfors

ITI Services Ltd., Beustweg 12, 8032 Zurich

Tel +41 44 258 88 40

Fax +41 44 258 88 44

e-mail: romano.fanconi@itiholdings.com

tina.nyfors@itiholdings.com

Anna Czerniejewska

ITI Corporation Sp. z o.o., ul. Wiertnicza 166, 02-952 Warszawa

Tel +48 22 453 31 90

Fax +48 22 453 34 48

e-mail anna.czerniejewska@iti.pl

strony www: www.itiholdings.com

www.iti.pl

Prognozy dotyczące przyszłych wyników i działalności

Niniejszy komunikat prasowy zawiera prognozy dotyczące naszych przyszłych wyników finansowych oraz oczekiwanego rozwoju tendencji i zmian przewidywanych w sektorze produkcji i nadawania programów telewizyjnych, sektorach rozrywki, kin i nowych mediów. Prognozy takie obejmują nasze zamiary uruchomienia platformy cyfrowej nowej generacji oraz wszelkie prognozy i zamiary z tym związane. Dalsze prognozy dotyczące przyszłych wyników i działalności w szczególności (choć nie wyłącznie) zawierają oszacowania ogólnego rozwoju operacyjnego i rozwoju poszczególnych podmiotów, prognozy dotyczące naszej zdolności do wprowadzania i oferowania nowych usług medialnych, jak również nowych płatnych usług medialnych, zawierania nowych umów w związku z dysponowaniem aktywami Grupy ITI oraz emitowaniem nowych instrumentów dłużnych. Ponadto podobne prognozy mogą być zamieszczane w dokumentach składanych do władz państwowych i regulacyjnych, a także w materiałach pisemnych, informacjach prasowych i oświadczeniach ustnych składanych przez nas lub w naszym imieniu. Prognozami dotyczącymi przyszłości są również oświadczenia dotyczące naszych zamiarów, przekonań lub aktualnych oczekiwań, jak również zamiarów, przekonań i oczekiwań pracowników naszej kadry zarządzającej (włącznie ze stwierdzeniami zawierającymi, poprzedzającymi lub poprzedzonymi przez terminy odnoszące się do przyszłości takie jak „może”, „powinien”, „uważać, że”, „oczekiwać”, „przewidywać”, „szacować”, „kontynuować”, lub podobne wyrażenia czy też porównywalną terminologię) odnośnie szeregu różnych kwestii).

Należy zauważyć, że rzeczywiste wyniki osiągnięte przez nas w przyszłości mogą w znacznym stopniu odbiegać od prognozowanych w zależności od szeregu istotnych czynników. Niektóre z tych czynników to: wpływ i zmiany przepisów prawa i polityki państwa, zdolność do uzyskania odpowiednich zgód od organów rządowych na przeprowadzenie transakcji, wpływ zmian w ogólnej sytuacji gospodarczej, wpływ zmian wzrostu wydatków na reklamę, wpływ zmian wzrostu wydatków na rozrywkę, terminowy rozwój i uruchomienie naszych nowych kanałów, stacji, multipleksów, witryn i/albo serwisów internetowych, wpływ zmian w technologii nadawania i technologii internetowej, rozwoju sytuacji na rynkach kapitałowych, oraz zdolności do przeprowadzenia oferty publicznej. Powyższe oraz pozostałe czynniki mogą mieć wpływ na wyniki naszej działalności i prognozy opisane w niniejszym komunikacie; oraz na nasz sukces w zarządzaniu ryzykiem, jakie wiąże się z tymi czynnikami.

Podstawą wszystkich prognoz zawartych w niniejszej informacji prasowej są informacje dostępne na dzień sporządzenia niniejszego opracowania. Nie zobowiązujemy się do uaktualniania jakichkolwiek prognoz, które mogą zostać ogłoszone przez nas lub w naszym imieniu w niniejszej informacji prasowej lub gdzie indziej.

Załącznik:

**Skonsolidowane Informacje Finansowe IFRS Grupy ITI
za okres sześciu miesięcy zakończony dnia 30 czerwca 2007 roku.**

Skonsolidowany Rachunek Wyników za okres trzech i sześciu miesięcy zakończony 30 czerwca 2007 roku

	Okres sześciu miesięcy zakończony 30 czerwca 2007	Okres sześciu miesięcy zakończony 30 czerwca 2006	Okres trzech miesięcy zakończony 30 czerwca 2007	Okres trzech miesięcy zakończony 30 czerwca 2006
Działalność kontynuowana:				
Przychody ze sprzedaży razem	221,617	174,955	121,704	97,819
Koszty nadawania i produkcji programów telewizyjnych, z tego	(108,018)	(70,792)	(57,684)	(35,907)
Amortyzacja praw licencji programowych	(22,487)	(12,075)	(10,881)	(6,112)
Amortyzacja aktywów niematerialnych i prawnych	(1,110)	(632)	(504)	(342)
Amortyzacja rzeczowych aktywów trwałych	(6,364)	(3,750)	(3,466)	(1,964)
Pozostałe koszty nadawania i produkcji programów telewizyjnych	(78,057)	(54,335)	(42,833)	(27,489)
Koszty rozrywki i nowych mediów, z tego	(29,314)	(24,337)	(14,692)	(12,996)
Amortyzacja wartości niematerialnych i prawnych	(1,265)	(1,038)	(650)	(509)
Amortyzacja z tytułu utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych	(3,295)	(2,853)	(1,756)	(1,447)
Pozostałe koszty rozrywki i nowych mediów	(24,754)	(20,446)	(12,286)	(11,040)
Zysk brutto	84,285	79,826	49,328	48,916
Koszty sprzedaży i marketingu, z tego	(21,796)	(13,760)	(12,261)	(8,249)
Amortyzacja wartości niematerialnych i prawnych	(157)	(136)	(87)	(69)
Amortyzacja rzeczowych aktywów trwałych	(356)	(188)	(192)	(98)
Pozostałe koszty sprzedaży i marketingu	(21,283)	(13,436)	(11,982)	(8,082)
Koszty ogólnego zarządu i administracji, z tego	(31,154)	(36,683)	(14,895)	(12,014)
Amortyzacja wartości niematerialnych i prawnych	(621)	(334)	(329)	(166)
Amortyzacja rzeczowych aktywów trwałych	(2,092)	860	(1,178)	1,551
Pozostałe koszty ogólnego zarządu	(28,441)	(37,209)	(13,388)	(13,399)
Pozostałe przychody operacyjne, netto	5,134	23	2,109	23
Zysk na działalności operacyjnej	36,469	29,406	24,281	28,676
(Koszty) /przychody finansowe netto, z tego	(11,584)	(15,750)	2,894	(10,229)
odsetki, netto	(21,494)	(15,233)	(10,531)	(7,610)
Zyski kursowe /straty, netto	8,186	(3,422)	10,966	(2,464)
Zyski /(straty) z tytułu aktualizacji do wartości godziwej aktywów finansowych	1,724	2,905	2,459	(155)
Udział w zysku jednostek stowarzyszonych	205	-	205	-
Zysk brutto	25,090	13,656	27,380	18,447
Obciążenie podatkowe	(12,971)	(10,514)	(8,788)	(7,000)
Zysk w okresie na działalności kontynuowanej	12,119	3,142	18,592	11,447
Działalność zaniechana:				
Zysk / (strata) w okresie na działalności zaniechanej	2,105	(66)	435	(196)
Zysk w okresie	14,224	3,076	19,027	11,251
Z tego przypadający na:				
Akcjonariuszy ITI Holdings	(4,124)	(10,777)	5,199	2,482
Udziały mniejszości	18,348	13,853	13,828	8,769
	14,224	3,076	19,027	11,251
Zysk za okres z działalności kontynuowanej na jedną akcję przypadający na akcjonariuszy ITI Holdings w okresie (nie w tysiącach):				
- podstawowy	(0.09)	(0.16)	0.07	0.04
- rozwodniony	(0.09)	(0.16)	0.07	0.04

Skonsolidowany bilans na dzień 30 czerwca 2007 roku

	<u>30 czerwca 2007</u>	<u>31 grudnia 2006</u>
AKTYWA		
Środki pieniężne i ekwiwalenty	54,872	37,795
Środki pieniężne o ograniczonym dostępie	191	38
Należności z tytułu dostaw i usług	65,227	57,553
Finansowe instrumenty pochodne	41,454	33,427
Krótkoterminowe aktywa programowe	62,082	57,595
Należności z tytułu podatku dochodowego	779	3,060
Pozostałe składniki aktywów obrotowych	18,183	15,384
Zapasy	4,777	2,819
	247,565	207,671
Aktywa trwale zakwalifikowane do sprzedaży	92	828
Aktywa obrotowe	247,657	208,499
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	13,778	5,014
Długoterminowe aktywa programowe	41,052	44,544
Wartość firmy	392,518	386,982
Wartości niematerialne i prawne	16,742	16,258
Inwestycje dostępne do sprzedaży	1,250	1,229
Rzeczowe aktywa trwale	244,469	186,334
Nieruchomości inwestycyjne	2,540	2,497
Inwestycje w spółki stowarzyszone	228	-
Pozostałe aktywa długoterminowe	12,204	12,294
Aktywa trwale	724,781	655,152
AKTYWA RAZEM	972,438	863,651
KAPITAŁ I PASYWA		
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług	56,204	62,544
Kredyty i Pożyczki	53,413	55,311
Rezerwy na zobowiązania	3,973	6,336
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego	8,007	13,751
Zobowiązania z tytułu finansowych instrumentów pochodnych	5,233	411
Pozostałe zobowiązania krótkoterminowe i rozliczenia międzyokresowe	84,639	60,844
Zobowiązania krótkoterminowe	211,469	199,197
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	23,649	13,124
Kredyty i Pożyczki	456,392	373,274
Pozostałe zobowiązania długoterminowe	58,918	44,920
Zobowiązania długoterminowe	538,959	431,318
Suma zobowiązań	750,428	630,515
Kapitał podstawowy	205,831	205,831
Akcje własne	(88,227)	(88,227)
Rezerwa z aktualizacji do wartości godziwej i z tytułu transakcji zabezpieczających oraz pozostałe rezerwy	13,949	15,849
Kapitał rezerwowy tworzony ustawowo	13,134	9,116
Skumulowane zyski	11,550	32,737
Różnice kursowe z konsolidacji	(38,253)	(37,261)
Kapitał własny przypadający na akcjonariuszy ITI Holdings	117,984	138,045
Kapitały mniejszości	104,026	95,091
Kapitał razem	222,010	233,136
SUMA PASYWÓW	972,438	863,651

Skonsolidowany rachunek przepływu środków pieniężnych za okres sześciu miesięcy zakończony 30 czerwca 2007

	okres sześciu miesięcy zakończony 30 czerwca 2007	okres sześciu miesięcy zakończony 30 czerwca 2006
Przepływy środków pieniężnych z działalności operacyjnej	37,152	46,310
Podatek zapłacony	(14,673)	(2,692)
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	22,479	43,618
Przepływy środków pieniężnych z działalności inwestycyjnej		
Wydatki z tytułu nabycia wartości niematerialnych i prawnych	(3,168)	(1,894)
Wpływy z tytułu sprzedaży składników rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych i prawnych	267	1,911
Wydatki z tytułu nabycia rzeczowych aktywów trwałych	(29,621)	(12,304)
Wpływy z tytułu sprzedaży jednostki zależnej, wpływy netto ze zbytych środków pieniężnych	7,817	72
Wydatki na nabycie jednostki zależnej, pomniejszone o nabyte środki pieniężne	(13,135)	(319)
Odsetki otrzymane	1,030	802
Zwiększenie stanu środków pieniężnych o ograniczonym dostępie	(153)	-
Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(36,963)	(11,732)
Środki pieniężne netto przed uwzględnieniem działalności finansowej	(14,484)	31,886
Przepływy środków pieniężnych z działalności finansowej		
Wpływy z zaciągniętych długoterminowych kredytów i pożyczek	209,897	54,951
Wpływy z zaciągniętych krótkoterminowych kredytów i pożyczek	11,950	19,337
Wydatki na spłatę długoterminowych kredytów	(140,804)	(49,925)
Wydatki na spłatę krótkoterminowych kredytów	(9,865)	(5,000)
Wydatki na nabycie opcji	(902)	(327)
Odsetki zapłacone	(26,655)	(13,353)
Dywidendy zapłacone	(12,588)	-
Środki pieniężne netto z działalności finansowej	31,033	5,683
Zwiększenie stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	16,549	37,569
Zmiany stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów		
Na początku okresu	37,795	26,097
Zwiększenie stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	16,549	37,569
Wpływ różnic kursowych	528	(634)
Stan na koniec okresu	54,872	63,032

GRUPA ITI MA PRZYJEMNOŚĆ OGŁOSIĆ LISTĘ NAGRÓD OTRZYMANYCH W 2007 ROKU.



- **Złota Podkowa** – aktorzy oraz produkcje TVN zdobyły sześć nagród podczas Cieszyńskiego Festiwalu Filmowego „Wakacyjne Kadry”. Za najlepszy serial obyczajowy widzowie uznali serial „Magda M.”, natomiast odtwórcy głównych ról – Joanna Brodzik oraz Paweł Małaszyński zostali uznani odpowiednio za najlepszą aktorkę i najlepszego aktora. Joanna Brodzik zdobyła również główną nagrodę w kategorii najlepsza aktorka filmu fabularnego, Agnieszka Dygant została uznana za najlepszą aktorkę w serialu komediowym („Niania”), zaś Robert Więckiewicz za najlepszego aktora w serialu sensacyjnym („Odwroćeni”). Cieszyński Festiwal Filmowy to przegląd polskiej twórczości kinowej i telewizyjnej.



- **Studencki Produkt Roku 2007** - TVN znalazła się wśród marek najbardziej przyjaznych studentom i otrzymała tytuł „Studenckiego Produktu Roku 2007” w kategorii Medium Studenckie. Studencki Produkt Roku to plebiscyt organizowany przez firmę Media Point Group Sp. z o.o., wydawcę czasopisma „Dlaczego” oraz serwisu internetowego www.korba.pl. Celem tego plebiscytu jest wybór najbardziej popularnych oraz najbardziej atrakcyjnych dla studentów marek oraz produktów jak również zwrócenie uwagi firm na studentów jako na grupę konsumencką.



- **WarsawScan 2007** - Piotr Walter, prezes Grupy TVN, znalazł się wśród najbardziej cenionych prezesów spółek giełdowych notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Inwestorzy uczestniczący w plebiscycie WarsawScan 2007 docenili Piotra Waltera za strategię, skuteczność w zarządzaniu jak również kwalifikacje i doświadczenie zawodowe. Zgodnie z wynikami plebiscytu, Grupa TVN znalazła się wśród spółek cieszących się największą przychylnością inwestorów, a TVN i TVN 24 to najchętniej oglądane przez inwestorów kanały telewizyjne. WarsawScan to roczne badanie prowadzone wśród inwestorów na zlecenie NBS Public Relations. Celem tego badania jest ocena relacji inwestorskich w największych spółkach giełdowych. W tegorocznym badaniu, przeprowadzonym przez ARC Rynek i Opinia, wzięło udział 50 analityków i zarządzających aktywami, reprezentujących polskie domy maklerskie, fundusze inwestycyjne i emerytalne oraz instytucje zarządzające aktywami.



- **CoolBrands** - Onet.pl i Legia znalazły się wśród najbardziej pożądaných marek na polskim rynku, które wyróżnione zostały w konkursie organizowanym przez międzynarodową organizację Superbrands Ltd. Konkurs jest częścią europejskiego badania mającego na celu określenie gustów i preferencji europejskich konsumentów i uwzględnił opinie 100 000 respondentów z 9 krajów. Tytuł CoolBrands otrzymują marki uważane za stylowe, innowacyjne, oryginalne, autentyczne oraz wyjątkowe. W oficjalnej gali, która odbyła się 27 czerwca w Warszawie, uczestniczył Eamonn Sadler – prezes Superbrands na świecie.



- **Internetowy Hipokrates** - TVN Med otrzymał nagrodę Internetowego Hipokratesa przyznaną w konkursie na najlepszą medyczną stronę WWW przez organizatorów II Kongresu Telemedycyna 2007 "Medycyna w zasięgu telefonu i Internetu". Celem konkursu „Internetowy Hipokrates” jest promocja roli i potencjału Internetu w ochronie zdrowia i opieki medycznej oraz popularyzacja najciekawszych medycznych witryn internetowych. Nagrody zostały przyznane pod honorowym patronatem dr Leszka Sikorskiego - Dyrektora Centrum Systemów Informatycznych Ochrony Zdrowia.

- **Bazar** – Dziennikarze programu UWAGA!: Mariusz Zieliński, Honorata Dawidowicz i Maciej Wójcik oraz reporter TVN Jakub Cuman zostali nagrodzeni podczas tegorocznego Ogólnopolskiego Przeglądu Form Dokumentalnych BAZAR. W kategorii 'film i reportaż' zwyciężył program Honoraty Dawidowicz i Macieja Wójcika ukazujący nieprawidłowości przy zawieraniu umów z TELE Dwa. Mariusz Zieliński został nagrodzony w kategorii 'krótka forma reporterska' za materiał "Nabici w butelkę". Natomiast Jakub Cuman otrzymał Nagrodę Marszałka Województwa Wielkopolskiego za swój krótki program dokumentalny "Unia dla wsi". Bazar to jedno z najważniejszych wydarzeń w Polsce skupiające się na dziennikarstwie ekonomicznym. Organizatorami festiwalu są Międzynarodowe Targi Poznańskie, Krajowa Izba Gospodarcza oraz Astra TV Studio.



- **Premium Brand 2007** – TVN już po raz drugi zdobyła tytuł Marki Najwyższej Reputacji w plebiscycie Premium Brand, w kategorii 'Media'. W badaniu Premium Brand 2007, najlepiej działające w kraju marki oceniali konsumenci. Wśród kryteriów, które podlegały ocenie znalazły się: zaufanie i lojalność wobec marki, prestiż, dobry wizerunek, popularność i znajomość marki, CSR (Korporacyjna Odpowiedzialność Społeczna) oraz tzw. referencje, czyli gotowość do rekomendowania marki innym osobom.



- **Najlepiej zarządzane firmy na europejskich rynkach wschodzących** – Grupa TVN została ponownie uznana najlepiej zarządzaną firmą w Europie Środkowej i Wschodniej w kategorii „Komunikacje” – zadecydowało o tym badanie przeprowadzone przez prestiżowy brytyjski miesięcznik inwestycyjny „Euromoney”. Ponadto, Grupa TVN awansowała na pierwsze miejsce jako najlepiej zarządzana spośród wszystkich polskich firm ujętych w rankingu. Ranking „Najlepiej zarządzane firmy na europejskich rynkach wschodzących” został sporządzony na podstawie opinii analityków rynkowych z największych banków oraz instytutów badawczych, którzy wskazują swoje nominacje z analizowanych przez siebie wschodzących rynków lub sektorów. Niektóre z kryteriów branż pod uwagę w tym rankingu to: siła rynkowa, dochodowość, potencjał wzrostu a także jakość zarządzania.



- **Reader's Digest - Marki Godne Zaufania 2007**- po raz szósty TVN został wybrany jako marka ciesząca się największym zaufaniem a Onet.pl otrzymał Kryształową Statuetkę oraz Kryształowe Godło marki cieszącej się zaufaniem konsumentów w wyniku sondażu konsumentów Marki Godne Zaufania 2007. Europejskie Marki Godne Zaufania to międzynarodowe badanie postaw konsumentów przeprowadzane co roku przez czasopismo Reader's Digest. 24,213 respondentów z 15 krajów wymienia swoje ulubione marki biorąc pod uwagę czynniki takie jak: wysoka jakość, stosunek wartości do ceny, silny wizerunek, zrozumienie potrzeb konsumentów.



- **Media Trendy 2007** – ITI Neovision zdobyła nagrodę Grand Prix Media Trendy 2007 za wprowadzenie platformy telewizji cyfrowej „n”. Piotr Walter, prezes zarządu TVN S.A., został uhonorowany tytułem „Człowiek Mediów Roku 2007” w konkursie „Innowacje w Mass Mediach – Media Trendy”, który został przeprowadzona przez Stowarzyszenie Agencji Reklamowych. Telewizja TVN otrzymała prestiżową nagrodę „Medium Roku”, natomiast platforma cyfrowa „n” została uznana za „Debiut Roku 2007”.

- **Nagroda im. Dariusza Fikusa** - Bogdan Rymanowski, dziennikarz TVN i autor programu publicystycznego „Kawa na Ławę”, został laureatem nagrody im. Dariusza Fikusa. Bogdan Rymanowski zwyciężył w kategorii „Dziennikarz”.

- **Ostre Pióra 2006** - Cezary Krolak z TVN24 jest jednym z tegorocznych laureatów nagrody dziennikarskiej „Ostre Pióra”. Wyróżnienie to przyznawane jest przez grupę Business Centre Club dziennikarzom, którzy propagują zasady przedsiębiorczości, szerzą edukację ekonomiczną jak również wspierają idee wolnego rynku.

- **Piłkarskie Oskary 2006** – zawodnicy Legii Warszawa, Łukasz Fabiański oraz Grzegorz Bronowicki, znaleźli się wśród laureatów tegorocznej nagrody Piłkarskie Oskary. Łukasz Fabiański, podobnie jak w roku ubiegłym, został wybrany najlepszym bramkarzem roku, natomiast Grzegorz Bronowicki najlepszym obrońcą Orange Ekstraklasy.



- **Impactor 2006** - Piotr Walter, prezes TVN S.A., otrzymał tytuł „Człowieka Roku 2006” przemysłu mediów i reklamy. Stacja TVN24 została uznana za najbardziej wiarygodne medium roku, natomiast Andrzej Morozowski i Tomasz Sekielski, autorzy programu „Teraz My”, otrzymali tytuł najbardziej wiarygodnego dziennikarza roku. Nagroda Impactor to wyróżnienie przyznawane przez Polską Akademię Mediów i Reklamy.

- **Nagroda Dziennikarzy Małopolskich 2006** – Dziennikarze telewizji TVN Leszek Kablak oraz Daniel Zieliński zostali uhonorowani za profesjonalizm, szybkość reakcji oraz rzetelność w relacjonowaniu ważnych i kontrowersyjnych wydarzeń.



GRUPA ITI

- **Telekamery 2007** – 8 statuetek otrzymali dziennikarze, artyści oraz producje telewizji TVN: Kamil Durczok, Tomasz Sekielski, oraz Andrzej Mrozowski i Szymon Majewski zostali nagrodzenie w następujących kategoriach: „informacje”, „publicystyka” i „rozrywka”. Trzy statuetki Telekamer wręczono telewizji TVN za jej seriale: „Magda M”, „Kryminalni” oraz „Niania”. Za najlepszego aktora uznano Pawła Małaszyńskiego, natomiast statuetkę dla najlepszej aktorki odebrała Joanna Brodzik. Ewa Drzyzga, autorka programu „Rozmowy w toku”, została uhonorowana główną nagrodą – statuetką „Złotej Kamery”.
- **Giełdowa Spółka Roku 2006** - TVN znalazła się na pierwszym miejscu w rankingu „Giełdowa Spółka Roku 2006”.

KONIEC KOMUNIKATU PRASOWEGO – ŁĄCZNIE 15 STRON