

grupa medialna
AGORA SA

WYNIKI FINANSOWE I RYNKOWE GRUPY AGORA ZA 4.KW.2017 R.

8 marca 2018 r.



> Grupa Agora w 2017 r.	str. 3
> Grupa Agora w 2017 r. – zmiany w zarządzie	str. 4
> Otoczenie rynkowe	str. 5
> Szacunki wartości rynku reklamy w 2018 r.	str. 6
> Frekwencja w polskich kinach	str. 7
> Wyniki finansowe Grupy Agora	str. 8
> Zdarzenia jednorazowe mające wpływ na wyniki spółki	str. 9
> Wyniki oraz działania rozwojowe segmentów operacyjnych Grupy Agora	str. 10-17
> Podsumowanie i perspektywy	str. 18

1		12,2 mln ↑13% r/r	liczba widzów, którzy zakupili bilety w kinach sieci Helios
2		2017 r.	istotna poprawa wyniku operacyjnego segmentu Prasa
3		133 tys. ↑33% r/r	liczba sprzedanych prenumerat cyfrowych <i>Gazety Wyborczej</i>
4		28,3 mln zł ↑13,7% r/r	istotna poprawa wyniku operacyjnego segmentu Reklama Zewnętrzna
		16,7 mln zł ↑30,5% r/r	istotna poprawa wyniku operacyjnego segmentu Radio
5		3 nowych członków zarządu	poszerzenie składu zarządu i rozpoczęcie prac nad nową strategią rozwoju
6		28 spółek	- w tym debiutująca Agora S.A. - znalazło się w 11. edycji RESPECT Index

Zarząd Grupy Agora i struktura organizacyjna



Bartosz Hojka

Segment Prasa

Segment Radio

Pion Sprzedaży
Korporacyjnej

Dział Pracowniczy

Dział Komunikacji
Korporacyjnej



Tomasz Jagiełło

Helios S.A.

NEXT FILM

Wydawnictwo Agora

Dział Prawny



Agnieszka Sadowska

Segment Internet

Segment Druk

Segment Reklama
Zewnętrzna

Pion Czasopisma

Dział Big Data

Działalność
telewizyjna



Anna Kryńska-Godlewska

Pion Nowe
Przedsięwzięcia



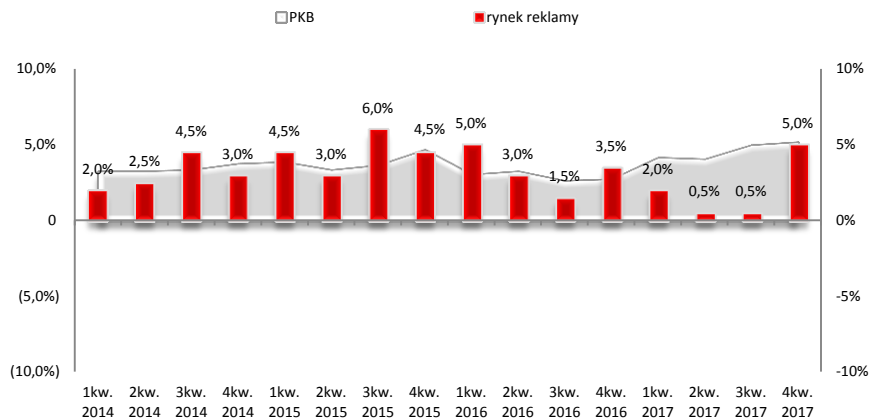
Grzegorz Kania

Pion
Finanse
i Administracja

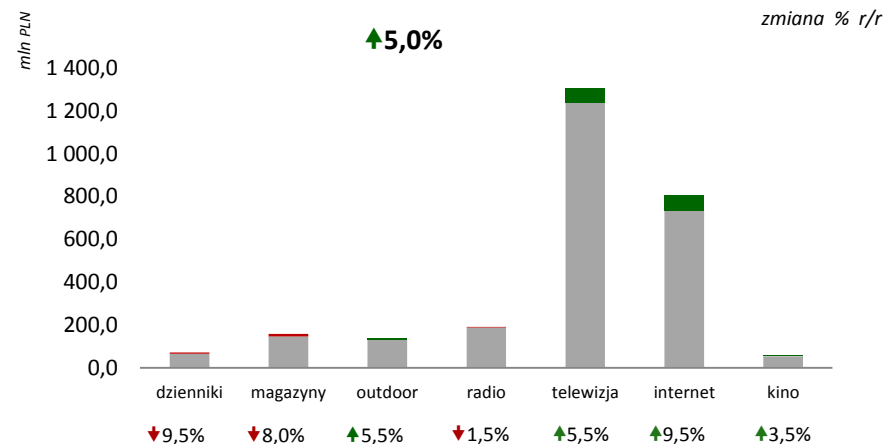
Pion Technologie

Dział Audytu
Wewnętrznego

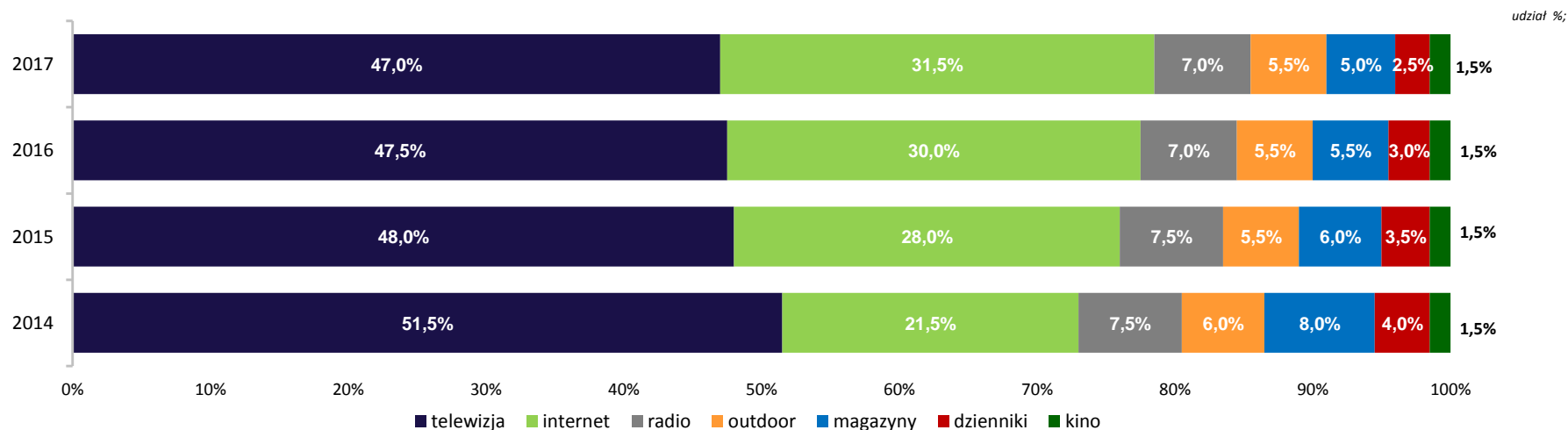
Rynek reklamy w Polsce



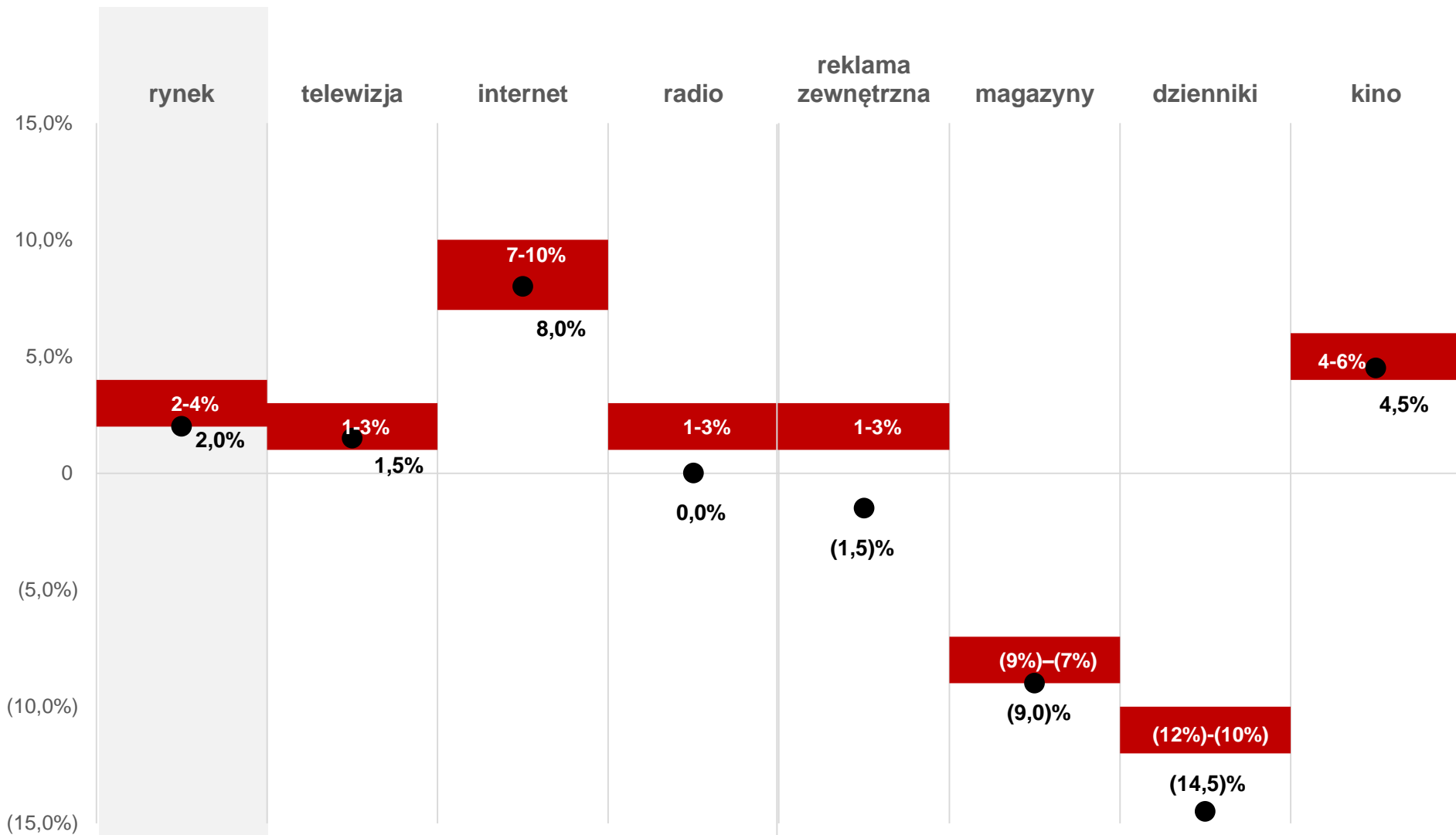
Dynamika wydatków na reklamę w 4. kw. 2017 r.



Strukturalne zmiany na rynku reklamy



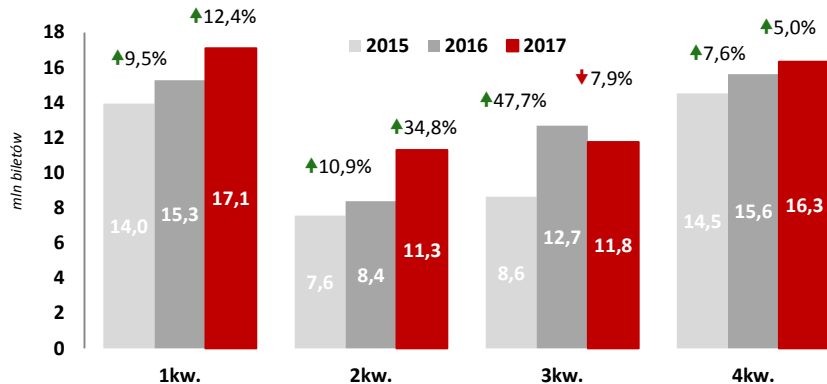
Źródło: szacunki Agory (prasa na podstawie Kantar Media oraz monitoringu Agory, radio na podstawie Kantar Media), IGRZ (reklama zewnętrzna - od stycznia 2014 r. liczba podmiotów raportujących przychody do IGRZ uległa zmniejszeniu), Starcom (TV, kino, internet). Internet zawiera przychody z e-mail marketingu, reklamy graficznej (display), marketingu w wyszukiwarkach internetowych, przychody z reklamy wideo oraz od 1. kw. 2015 r. przychody z reklamy mobilnej (zmiana metodologii liczenia Starcom); telewizja zawiera przychody związane z emisją regularnej reklamy oraz wskazań sponsorskich, przychody związane z lokowaniem produktu, nie zawiera natomiast kwot związanych z telezakupami lub innymi formami promocji. Prezentowane dynamiki dla rynku reklamy zachowują porównywalność danych. Dane dotyczą reklam i ogłoszeń w sześciu mediach (prasa, radio, telewizja, reklama zewnętrzna, internet, kino).



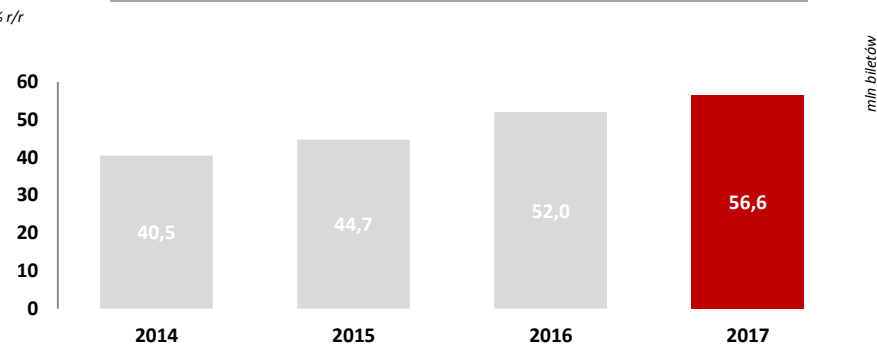
■ Szacunki zmiany wartości wydatków na reklamę w 2018 r.

● Dynamika zmian wartości wydatków na rynku reklamy w 2017 r.

Źródło: szacunki Agory (prasa na podstawie Kantar Media oraz monitoringu Agory, radio na podstawie Kantar Media), IGRZ (reklama zewnętrzna) liczba podmiotów raportujących przychody do IGRZ uległa zmniejszeniu, Starlink (TV, kino, internet). Internet – zawiera przychody z e-mail marketingu, reklamy graficznej (display), marketingu w wyszukiwarkach internetowych oraz przychody z reklamy wideo. Telewizja zawiera przychody związane z emisją regularnej reklamy oraz wskazań sponsorskich oraz przychody związane z lokowaniem produktu, nie zawiera natomiast kwot związanych z telezakupami lub innymi formami promocji.



Rekordowa frekwencja



Filmy z najwyższą frekwencją w 2017 r.



Listy do M. 3
• 3 007 210 widzów



Botoks
• 2 314 882 widzów



Gwiezdne wojny. Ostatni Jedi
• 2 069 509 widzów



Gru Dru i Minionki
• 1 950 088 widzów



Sztuka Kochania
• 1 804 114 widzów



SING
• 1 637 699 widzów



Ciemniejsza strona Greya
• 1 475 238 widzów



Piraci z Karaibów 5
• 1 367 866 widzów



Smerfy. Poszukiwacze...
• 1 253 641 widzów



Szybcy i wściekli 8
• 1 045 812 widzów



Piękna i Bestia
• 1 031 181 widzów



Dzieciak rządzi
• 886 045 widzów

Wybrane ciekawe premiery kinowe I połowy 2018 r.



Podatek od miłości
• Data premiery 01.2018



Plan B.
• Data premiery 02.2018



Nowe oblicze Greya
• Data premiery: 02.2018



Czarna Pantera
• Data premiery 02.2018



Kobiety mafii
• Data premiery: 02.2018



Kobieta sukcesu
• Data premiery: 03.2018



Pitbull. Ostatni pies
• Data premiery: 03.2018



Tomb Raider
• Data premiery: 04.2018



Avengers. Wojna bez granic
• Data premiery: 04.2018



Han Solo. Gwiezdne Wojny
• Data premiery: 05.2018



Madagaskar 4
• Data premiery: 06.2018



Jurassic World. Upadłe królestwo
• Data premiery: 06.2018



Ocean's 8
• Data premiery 06.2018



Iniemamocni 2
• Data premiery 06.2018



Mamma Mia! Here we go again
• Data premiery: 06.2018

WYNIKI FINANSOWE GRUPY AGORA W 4. KW. 2017 R.

mln zł	4kw.2017	4kw.2016	% zmiany r/r	1-4kw.2017	1-4kw.2016	% zmiany r/r
Przychody ze sprzedaży netto¹	330,4	340,3	(2,9%)	1 165,5	1 198,4	(2,7%)
Sprzedaż usług reklamowych	167,6	166,2	0,8%	547,3	561,6	(2,5%)
Sprzedaż biletów do kin	66,6	60,4	10,3%	222,2	194,2	14,4%
Sprzedaż wydawnictw	34,5	35,7	(3,4%)	134,3	135,7	(1,0%)
Sprzedaż usług poligraficznych	16,7	35,1	(52,4%)	94,0	147,7	(36,4%)
Sprzedaż barowa w kinach	24,7	22,3	10,8%	83,1	72,3	14,9%
Pozostała sprzedaż	20,3	20,6	(1,5%)	84,6	86,9	(2,6%)
Koszty operacyjne netto, w tym:	(404,6)	(315,6)	28,2%	(1 238,5)	(1 181,7)	4,8%
Usługi obce	(122,4)	(119,2)	2,7%	(430,8)	(424,1)	1,6%
Wynagrodzenia i świadczenia	(87,2)	(86,4)	0,9%	(327,6)	(323,2)	1,4%
Zużycie materiałów i energii oraz wartości sprzedanych towarów i materiałów	(39,8)	(56,2)	(29,2%)	(170,9)	(221,1)	(22,7%)
Amortyzacja	(28,4)	(24,4)	16,4%	(103,0)	(98,2)	4,9%
Reprezentacja i reklama	(22,5)	(25,4)	(11,4%)	(74,7)	(83,5)	(10,5%)
Koszty związane ze zwolnieniem grupowym ²	-	(6,9)	-	-	(6,9)	-
Zysk ze zbycia spółki zależnej ³	-	10,5	-	-	10,5	-
Zysk na okazjnym nabyciu ⁴	-	-	-	-	2,2	-
Odpisy aktualizujące ⁵	(88,9)	(0,7)	12 600,0%	(88,9)	(1,1)	7 981,8%
Koszty operacyjne netto przed odpisami aktualizującymi *	(315,7)	(314,9)	0,3%	(1 149,6)	(1 180,6)	(2,6%)
Wynik operacyjny - EBIT	(74,2)	24,7	-	(73,0)	16,7	-
marża EBIT (EBIT/Przychody)	(22,5%)	7,3%	(29,8pkt%)	(6,3%)	1,4%	(7,7pkt%)
EBIT przed odpisami aktualizującymi *	14,7	25,4	(42,1%)	15,9	17,8	(10,7%)
EBITDA	43,1	49,8	(13,5%)	118,9	116,0	2,5%
marża EBITDA (EBITDA/Przychody)	13,0%	14,6%	(1,6pkt%)	10,2%	9,7%	0,5pkt%
Zysk/(strata) netto	(72,3)	11,7	-	(79,3)	(13,2)	(500,8%)
Zysk/(strata) netto przed odpisami aktualizującymi*	16,6	12,4	33,9%	9,6	(12,1)	-

- ▼ spadek przychodów Grupy głównie ze względu na niższe wpływy ze sprzedaży w segmentach Druk oraz Prasa
- ▲ sprzedaż usług reklamowych wyższa w segmentach Internet oraz Film i Książka przy niższych wpływach w segmentach Prasa oraz Radio
- ▲ wzrost przychodów ze sprzedaży biletów do kin oraz przychodów ze sprzedaży barowej w kinach sieci Helios
- ▼ spadek przychodów ze sprzedaży wydawnictw głównie z powodu niższych wpływów ze sprzedaży wydawnictw papierowych w segmencie Prasa w rezultacie niższych wolumenów sprzedaży i ograniczania portfela wydawanych tytułów; jednocześnie wyższe były wpływy ze sprzedaży Wydawnictwa Agora
- ▼ spadek przychodów ze sprzedaży usług poligraficznych w związku z zakończeniem współpracy z niektórymi klientami we wcześniejszych okresach, mniejszym wolumenem zamówień oraz większym udziałem usług druku na papierze powierzonym
- ▼ bez uwzględniania kosztów odpisów aktualizujących wartość aktywów, koszty operacyjne Grupy byłyby na zbliżonym poziomie do tych w 4. kw. 2016 r.
- ▼ spadek kosztów operacyjnych Grupy miał miejsce w segmentach Reklama Zewnętrzna, Radio oraz Prasa; gdyby wyeliminować koszt odpisów, koszty swojej działalności ograniczyłyby również segment Druk, a w segmencie Prasa ten spadek byłby istotnie wyższy
- ▲ wzrost kosztów usług obcych to efekt wyższych odpłatności za kopie filmowe i wyższych kosztów wynagrodzeń dla producentów filmów oraz wyższych kosztów usług konsultingowych i audytorskich
- ▲ wzrost kosztów wynagrodzeń i świadczeń głównie w segmencie Film i Książka ze względu na zmianę minimalnej stawki płacy za godzinę oraz wzrost zatrudnienia wynikający ze zwiększenia liczby kin
- ▼ spadek kosztów zużycia materiałów i energii oraz wartości sprzedanych towarów i materiałów to głównie wynik niższego wolumenu zamówień w segmencie Druk oraz niższego wolumenu głównych wydawnictw prasowych publikowanych w Grupie Agora
- ▼ istotne ograniczenie kosztów reprezentacji i reklamy głównie w segmentach Prasa, Film i Książka oraz Radio

* Podane kwoty nie obejmują odpisów aktualizujących z tytułu utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych, w 2017 r. odpisy dotyczyły głównie wartości tytułu prasowego Cztery Kąty, wartości firmy Trader.com. (Polska) Sp. z o.o. oraz aktywów trwałych segmentu Druk;

Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF, 2017;

¹ poszczególne pozycje przychodów ze sprzedaży, poza przychodami ze sprzedaży biletów i barowej w kinach oraz usług poligraficznych, zawierają przychody ze sprzedaży Wydawnictwa Agora i działalności filmowej, opisane szczegółowo w części IV.A Sprawozdania Zarządu;

² dotyczy kosztów zwolnienia grupowego przeprowadzonego w spółce Agora S.A. w 4. kw. 2016 r.;

³ dotyczy zysku ze zbycia części udziałów w spółce Green Content Sp. z o.o. w 4. kw. 2016 r.;

⁴ pozycje zysk na okazjnym nabyciu i wycena udziałów na dzień przejęcia kontroli są związane z transakcją przejęcia kontroli nad spółką zależną GoldenLine Sp. z o.o. w 1. kw. 2016 r.;

⁵ podane kwoty obejmują odpisy aktualizujące z tytułu utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych, w 2017 r. odpisy dotyczyły głównie wartości tytułu prasowego Cztery Kąty, wartości firmy Trader.com (Polska) Sp. z o.o. oraz aktywów trwałych segmentu Druk;

* podane kwoty nie obejmują odpisów aktualizujących z tytułu utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych, w 2017 r. odpisy dotyczyły głównie wartości tytułu prasowego Cztery Kąty, wartości firmy Trader.com (Polska) Sp. z o.o. oraz aktywów trwałych segmentu Druk.

2016

- › zawarcie umowy inwestycyjnej z Discovery Polska Sp. z o.o. (+ 10,5 mln zł)
- › sprzedaż nieruchomości w Łodzi (+ 6,0 mln zł)
- › rezerwa z tytułu zwolnień grupowych (- 6,9 mln zł)
- › przejęcie kontroli nad spółką GoldenLine (- 3,3 mln zł)

2017

- › odpisy aktualizujące wartość aktywów (- 88,9 mln zł)
- › negatywny wpływ zmiany wysokości płacy minimalnej na działalność sieci kin Helios (wzrost kosztów wynagrodzeń i świadczeń o ok. -10,0 mln zł)
- › jednorazowe przyspieszenie amortyzacji wybranych aktywów (- 4,8 mln zł)
- › zawarcie umowy inwestycyjnej z Discovery Polska Sp. z o.o. (+ 11,4 mln zł)

2018

- › sprzedaż nieruchomości w Warszawie (ok. +8,0 mln zł)
- › sprzedaż nieruchomości w Gdańsku (ok. +5,6 mln zł)
- › rezerwa z tytułu zwolnień grupowych (-1,6 mln zł)

w mln zł	4kw.2017	4kw.2016	zmiana r/r	1-4kw.2017	1-4kw.2016	zmiana r/r
Przychody, w tym:	122,7	111,5	10,0%	416,2	364,0	14,3%
Przychody ze sprzedaży biletów do kina	66,6	61,2	8,8%	222,4	195,1	14,0%
Przychody ze sprzedaży barowej	24,7	22,3	10,8%	83,1	72,3	14,9%
Przychody ze sprzedaży reklam w kinach ¹	11,7	10,6	10,4%	35,1	30,2	16,2%
Przychody z działalności filmowej ^{1,2}	4,6	3,3	39,4%	28,1	8,5	230,6%
Przychody z działalności Wydawnictwa Agora	12,2	10,9	11,9%	36,5	45,6	(20,0%)
Koszty operacyjne netto	(114,5)	(100,2)	14,3%	(386,5)	(337,0)	14,7%
Wynik operacyjny - EBIT	8,2	11,3	(27,4%)	29,7	27,0	10,0%
marża EBIT	6,7%	10,1%	(3,4pkt %)	7,1%	7,4%	(0,3pkt %)
EBITDA	18,6	18,8	(1,1%)	64,4	57,3	12,4%
marża EBITDA ³	15,2%	16,9%	(1,7pkt %)	15,5%	15,7%	(0,2pkt %)

44 kina sieci kin Helios w 2017 r.

Miasto	Ekrany	Miejsca	Data
Wołomin	4	550	1. kw. 2017
Krosno	4	816	4. kw. 2017
Stalowa Wola	4	658	4. kw. 2017
Sieć kin Helios	241	49 000	Stan na 31.12.2017 r.
Gdańsk	9	1400	2. kw. 2018
Legionowo	4	600	3. kw. 2018
Katowice	8	1400	3. kw. 2018
Pabianice	4	600	4. kw. 2018
Warszawa	8	1400	4. kw. 2018
Piła	4	700	1. kw. 2019
Zabrze	8	1500	2020
Piaseczno	8	1400	2021

9% wzrost liczby miejsc w 2018 r.

2017



Sztuka kochania
1,8 mln widzów



Po prostu przyjaźń
0,6 mln widzów



Pokot
0,3 mln widzów



Tarapaty
0,3 mln widzów

2018



Plan B



Kobieta sukcesem

Wydawnictwo Agora w 2017 r.

Filmy (DVD; Blu-Ray)



10

1,4 mln sprzedanych egzemplarzy

Muzyka (CD, winyl)

28

56

Książki



KULTURALNY SKLEP.PL

ORŁY
POLSKIE NAGRODY FILMOWE 2018



* Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF, 4. kw. 2017 r.; Boxoffice.pl;

¹ podane kwoty nie zawierają przychodów i pełnych kosztów wzajemnej promocji pomiędzy różnymi działalnościami Grupy Agora (jedynie bezpośrednio koszty zmienne kampanii na nośnikach reklamy zewnętrznej); jeżeli taka promocja jest realizowana bez wcześniejszej rezerwacji;

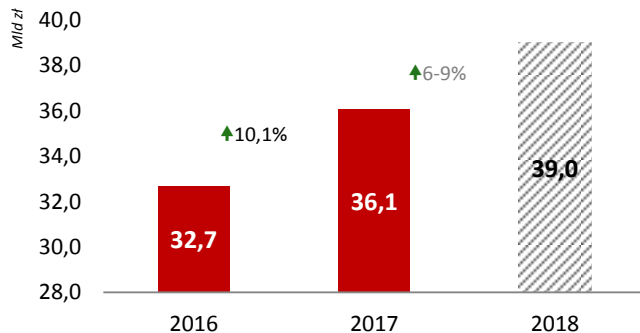
² podane kwoty obejmują głównie przychody z tytułu koprodukcji oraz dystrybucji filmowej;

³ podane kwoty uwzględniają koszty amortyzacji Wydawnictwa Agora, które w całym 2017 r. wyniosły 0,7 mln zł, a w naszym czwartym kwartale 2017 r. 0,1 mln zł (w analogicznym okresie ubiegłego roku odpowiednio 0,7 mln zł oraz 0,1 mln zł).

* EBIT i EBITDA dla segmentów Film i Książka, Prasa, Internet oraz Druk wyliczone są po kosztach bezpośrednio przypisanych do danego segmentu operacyjnego Grupy, bez alokacji kosztów ogólnofirmowych Spółki (np. kosztów zarządu, większości kosztów pionów wspomagających Spółki), które są zawarte w pozycjach uzgadniających.

RYNEK GASTRONOMII W POLSCE

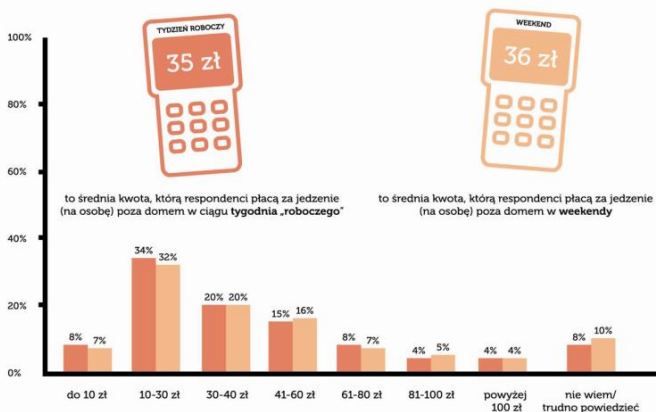
Wartość rynku HORECA w Polsce*



Udział wydatków na gastronomię - % od dochodu

Państwo	Udział (%)
Polska	~ 3%
Niemcy	~ 5%
Wielka Brytania	~ 10%
Włochy	~ 10%
Czechy	~ 7%

Średnia wartość rachunku konsumenta w Polsce**



Rynek

- › Rosnąca rola gastronomii w sektorze nieruchomości – wzrost liczby punktów gastronomicznych w różnego typu lokalizacjach (centra handlowe, ulice handlowe, budynki biurowe, itd.)
- › Współpraca z Helios S.A. pozwoli na skuteczniejsze negocjacje wysokości czynszów i dobór optymalnych lokalizacji

Koncept fast casual dining

- › Niższe koszty pracy ze względu na brak obsługi kelnerskiej
- › Proste menu, z lokalnym akcentem
- › Wysoka jakość jedzenia w przystępnej cenie
- › Oparcie o procesy, szybkość adaptacji i skalowalność
- › Niższe nakłady inwestycyjne na lokalizację

Trendy w handlu i usługach:

- › **Demografia**
 - › Wzrost liczby ludności i jej zamożności
 - › Starzejące się społeczeństwo
 - › Nowe sposoby spędzania czasu poza domem
- › **Technologia**
 - › Pozyskiwanie informacji oraz opinii online
 - › Porównywanie cen
 - › Platformy dostaw na wynos
- › **Klient**
 - › Personalizacja
 - › Wellbeing
 - › Ekonomia doświadczeń – wysoka jakość w rozsądnej cenie
 - › Świadomy i wymagający

FINE DINING – średni rachunek powyżej 80 zł

CASUAL DINING – średni rachunek 35-80 zł

FAST CASUAL – średni rachunek 18-27 zł

FAST FOOD – średni rachunek 15-20 zł

*Opracowanie własne w oparciu o dane GFK Polonia;

** Raport Makro – Rynek na talerzu 2017

Główne założenia umowy inwestycyjnej

10 mln zł

- inwestycja Helios S.A. w nowo utworzoną spółkę, w tym 5,0 mln zł po podpisaniu umowy inwestycyjnej

90%

- udział w kapitale zakładowym nowo utworzonej spółki

45 lokali w 4 lata

- otwarcie pierwszego lokalu w II poł. 2018 r.

> 2 lata

- to średni okres osiągnięcia progu rentowności wybranej lokalizacji

Sieć restauracji

Budowa własnej sieci

Model biznesowy oparty na procesach i bezpiecznych nakładowo lokalizacjach pozwala na skalowanie biznesu

Możliwe akwizycje lub master franczyza

Potencjał do rozwoju w innych segmentach rynku, np. casual

Lokalizacje głównie w centrach handlowych, ale nie tylko

Doświadczeni wspólnicy



Siła lokalizacyjna:
operatorzy galerii handlowych

Siła zakupowa:
wyposażenie i dostawcy

Zbudowana logistyka
wokół istniejących punktów

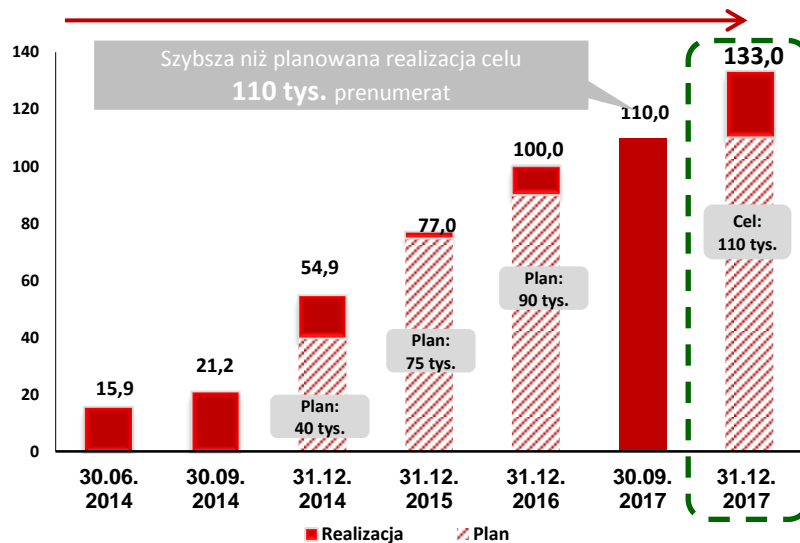
Wsparcie
w procesie inwestycyjnym

HR, marketing i komunikacja

w mln zł	4kw.2017	4kw.2016	zmiana r/r	1-4kw.2017	1-4kw.2016	zmiana r/r
Przychody, w tym:	61,9	68,5	(9,6%)	235,5	267,9	(12,1%)
Przychody ze sprzedaży wydawnictw	27,1	29,8	(9,1%)	112,3	122,8	(8,6%)
w tym <i>Gazeta Wyborcza</i>	22,8	25,6	(10,9%)	92,9	102,1	(9,0%)
w tym Czasopisma	2,5	2,9	(13,8%)	11,3	14,3	(21,0%)
Przychody ze sprzedaży reklam ^{1,2}	33,7	37,0	(8,9%)	118,5	138,0	(14,1%)
w tym <i>Gazeta Wyborcza</i>	19,4	23,3	(16,7%)	68,5	82,4	(16,9%)
w tym Czasopisma	6,3	7,2	(12,5%)	24,5	24,6	(0,4%)
w tym <i>Metrocafe.pl</i> ³	-	0,9	-	-	11,8	-
Koszty operacyjne netto⁴	(70,1)	(70,3)	(0,3%)	(235,6)	(270,7)	(13,0%)
Koszty operacyjne netto przed odpisami aktualizującymi	(56,9)	(70,3)	(19,1%)	(222,4)	(270,7)	(17,8%)
Wynik operacyjny - EBIT	(8,2)	(1,8)	(355,6%)	(0,1)	(2,8)	96,4%
marża EBIT	(13,2%)	(2,6%)	(10,6pkt%)	(0,0%)	(1,0%)	1,0pkt%
EBIT przed odpisami aktualizującymi	5,0	(1,8)	-	13,1	(2,8)	-
EBITDA	5,5	(1,4)	-	14,9	(0,9)	-
marża EBITDA	8,9%	(2,0%)	10,9pkt%	6,3%	(0,3%)	6,6pkt%

- ❖ niższe wpływy segmentu głównie z powodu niższych przychodów ze sprzedaży wydawnictw oraz ze sprzedaży usług reklamowych
- ❖ niższe wpływy ze sprzedaży wydawnictw to efekt spadku sprzedaży egzemplarzowej *Gazety Wyborczej* i miesięczników wydawanych przez pion Czasopisma
- ⬆ wyższe wpływy ze sprzedaży prenumeraty treści w serwisie *Wyborcza.pl* oraz z wydań specjalnych magazynów *Gazety Wyborczej*
- ❖ spadek przychodów ze sprzedaży reklam to głównie efekt niższych wpływów ze sprzedaży reklam w *Gazecie Wyborczej* oraz w miesięcznikach wydawanych przez Spółkę, a także zaprzestania wydawania bezpłatnego dziennika *Metrocafe.pl*
- ⬆ wyższe wpływy ze sprzedaży reklamowej oferty internetowej zarówno w *Gazecie Wyborczej*, jak i w czasopismach oraz oferty custom publishing
- ❖ poziom kosztów operacyjnych segmentu był niższy niż w 4 kw. 2016 r., mimo zawyżenia ich przez odpis aktualizujący wartość tytułu *Cztery Kąty*
- ❖ ograniczenie kosztów operacyjnych segmentu Prasa wynika głównie ze spadku kosztów reprezentacji i reklamy w związku z mniejszą aktywnością promocyjną tytułów
- ❖ niższe koszty materiałów, energii, towarów i usług poligraficznych dzięki niższemu wolumenowi druku *Gazety Wyborczej* oraz zaprzestaniu wydawania *Metrocafe.pl* i *Pogody na życie*

Wyniki systematycznie powyżej oczekiwanych



CZASOPISMSA

Nowa strategia wydawnicza pionu Czasopisma

- › koncentracja na najsilniejszych markach prasowych
- › uporządkowanie portfela wydawnictw: nowe obszary tematyczne oraz zaprzestanie wydawania pism *Dom&Wnętrze* oraz *Magnolia*; sprzedaż *Świat Motocykli*
- › zbudowanie spójnej oferty działań okołowydawniczych (m.in. organizacja warsztatów kulinarnych czy plebiscytów)
- › rozwój oferty custom publishing
- › poszukiwanie nowych możliwości na rynku prasy tradycyjnej - *Opiekun*
- › zintegrowanie działalności internetowej czasopism z segmentem Internet Agory

Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF, 4.kw.2017 r.:

¹ podane kwoty nie zawierają przychodów i pełnych kosztów wzajemnej promocji pomiędzy różnymi segmentami Grupy (jedynie bezpośrednie koszty zmienne kampanii na nośnikach reklamy zewnętrznej). Jeżeli taka promocja jest realizowana bez wcześniejszej rezerwyacji.

² podane kwoty zawierają wpływy z reklamy internetowej w serwisach *Wyborcza.pl*, *Wyborcza.biz*, *Wysokieobcasy.pl* oraz w serwisach lokalnych. W 2016 r. część wpływów z reklamy internetowej była alokowana do pionu Internet.

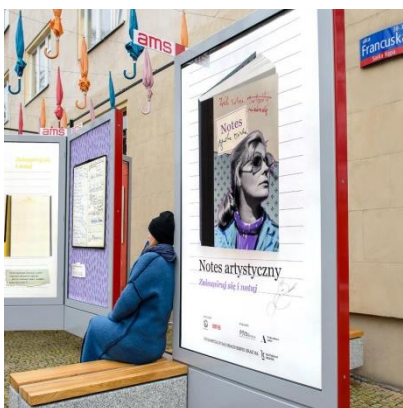
³ w dniu 14 października 2016 r. Agora zaprzestala wydawania bezpłatnego dziennika *Metrocafe.pl*.

⁴ od 2017 r. koszty operacyjne segmentu związane z produkcją *Gazety Wyborczej* rozliczane są poprzez alokację według ustalonego cennika, a nie jak w latach ubiegłych poprzez alokację kosztów bezpośrednich i pośrednich (w tym kosztów amortyzacji) związanych z ich produkcją. Prezentacja danych porównywalnych za analogiczne okresy została odpowiednio przekształcona.

* EBIT i EBITDA dla segmentów Film i Książka, Prasa, Internet oraz Druk wyliczane są po kosztach bezpośrednio przypisanych do danego segmentu operacyjnego Grupy, bez alokacji kosztów ogólnofirmowych Spółki (np. kosztów zarządu, większości kosztów pionów wspomagających Spółki), które są zawarte w pozycjach uzgadniających.

w mln zł	4kw.2017	4kw.2016	zmiana r/r	1-4kw.2017	1-4kw.2016	zmiana r/r
Przychody, w tym:	48,3	48,4	(0,2%)	163,0	168,0	(3,0%)
sprzedaż reklam ¹	47,8	47,8	-	160,8	165,6	(2,9%)
Koszty operacyjne netto	(39,1)	(41,8)	(6,5%)	(134,7)	(143,1)	(5,9%)
Wynik operacyjny - EBIT	9,2	6,6	39,4%	28,3	24,9	13,7%
marża EBIT	19,0%	13,6%	5,4pkt%	17,4%	14,8%	2,6pkt%
EBITDA	15,4	11,5	33,9%	47,7	41,8	14,1%
marża EBITDA	31,9%	23,8%	8,1pkt%	29,3%	24,9%	4,4pkt%

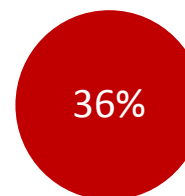
Nowa odsłona OOH – niestandardowe kampanie i meble miejskie



Nowy model wiat dla Poznania i Krakowa



- przychody segmentu na porównywalnym poziomie, a przychody reklamowe na tym samym poziomie co w 4. kw. 2016 r.
- niższa niż rynkowa dynamika przychodów reklamowych ze względu na brak projektu obsługi nośników reklamowych w wagonach metra w Warszawie
- ograniczenie kosztów operacyjnych to efekt zakończenia współpracy z metrem warszawskim w zakresie obsługi nośników reklamowych w wagonach metra oraz zmian w strukturze portfela nośników
- wzrost kosztów realizacji kampanii związany z większą liczbą kampanii reklamowych zrealizowanych na środkach komunikacji miejskiej
- wzrost kosztów amortyzacji to rezultat realizacji umów na budowę wiat przystankowych w Warszawie i Krakowie



szacowany udział AMS w monitorowanych przez IGRZ wydatkach na reklamę zewnętrzną w 4.kw. 2017 r.



powierzchni reklamowych
↑4,1% r/r

¹ Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF, 2017 r.;

² podane kwoty nie zawierają przychodów i kosztów (bezpośrednich zmiennych) promocji innych działalności Grupy Agora na nośnikach grupy AMS, jeżeli taka promocja jest realizowana bez wcześniejszej rezerwacji.

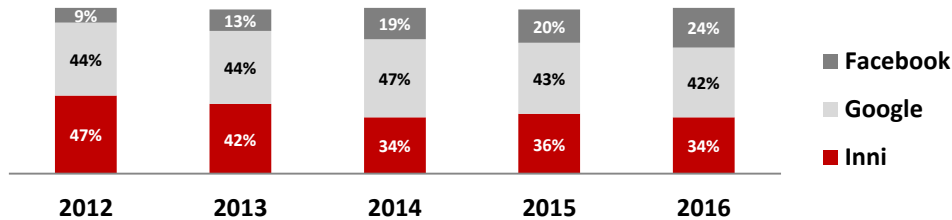
* EBIT i EBITDA dla segmentów Film i Książka, Prasa, Internet oraz Druk wyliczone są po kosztach bezpośrednio przypisanych do danego segmentu operacyjnego Grupy, bez alokacji kosztów ogólnofirmowych Spółki (np. kosztów zarządu, większości kosztów pionów wspomagających Spółki), które są zawarte w pozycjach uzgadniającego – do czego jest ten przypis

w mln zł	4kw.2017	4kw.2016	zmiana r/r	1-4kw.2017	1-4kw.2016	zmiana r/r
Przychody, w tym:	52,6	49,5	6,3%	168,6	167,9	0,4%
sprzedaż reklam internetowych ¹	44,9	41,2	9,0%	137,7	135,2	1,8%
sprzedaż ogłoszeń w wortalach ²	3,2	3,2	-	13,9	13,0	6,9%
Koszty operacyjne netto^{1,3}	(64,7)	(41,2)	57,0%	(171,1)	(144,9)	18,1%
Koszty operacyjne netto przed odpisami aktualizującymi	(42,9)	(41,2)	4,1%	(149,3)	(144,9)	3,0%
Wynik operacyjny - EBIT	(12,1)	8,3	-	(2,5)	23,0	-
marża EBIT	(23,0%)	16,8%	(39,8pkt%)	(1,5%)	13,7%	(15,2pkt%)
EBIT przed odpisami aktualizującymi	9,7	8,3	16,9%	19,3	23,0	(16,1%)
EBITDA	10,8	9,4	14,9%	23,9	27,9	(14,3%)
marża EBITDA	20,5%	19,0%	1,5pkt%	14,2%	16,6%	(2,4pkt%)

- ↑ wzrost przychodów segmentu to głównie efekt wyższych wpływów ze sprzedaży reklam
- ↑ koszty operacyjne segmentu bez uwzględniania wysokości kosztów odpisu aktualizującego wartość aktywów byłyby tylko nieznacznie wyższe r/r
- ↑ wyższe koszty usług obcych związane głównie z wyższymi kosztami dzierżawy powierzchni reklamowych przez Yeldbird oraz sieć marketingu afiliacyjnego w pionie Internet Agory
- ↓ niższe koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników związane są m.in. z niższymi wydatkami na szkolenia merytoryczne, jak i ograniczeniem zatrudnienia w Trader.com (Polska) Sp. z o.o. i w spółce Optimizers, której działalność zostanie wygaszona

Ponad 60 proc. wzrostu na rynku reklamy internetowej w Polsce konsumowane przez Google i Facebook

Struktura rynku reklamy online w Polsce**



Przychody w 2017 r.
(ujęcie jednostkowe)

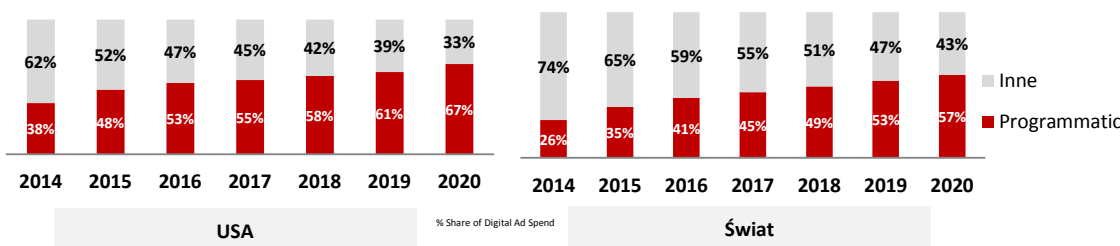
68,8 mln zł

↑55% r/r

Przychody w 2016 r.
(ujęcie jednostkowe)

44,4 mln zł

60% globalnych wydatków na reklamę cyfrową zmieni się na programatyczną do 2020 roku***



Reklama internetowa w Polsce



■ Udział wydatków na reklamę programmatic w Polsce, (bez Google i FB)

Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSF, 2017 r.;

¹ podane kwoty nie zawierają pełnych kosztów i przychodów z wzajemnej promocji pomiędzy różnymi działalnościami Grupy Agora (jeżeli taka promocja jest realizowana bez wcześniejszej rezerwacji). Dane uwzględniają również eliminację wzajemnej sprzedaży pomiędzy pionem Internet, Trader.com (Polska) Sp. z o.o., Yeldbird Sp. z o.o., Sport4People Sp. z o.o., Sir Local Sp. z o.o., Goldenline Sp. z o.o. oraz Optimizers Sp. z o.o.;

² w 2016 r. podane kwoty zawierają alokowane wpływy z części reklamy internetowej w serwisach Wyborcza.pl, Wyborcza.biz, Wysokieobcasy.pl oraz w serwisach lokalnych. Od 2017 r. wpływy te nie są alokowane do segmentu Internet;

³ podane kwoty zawierają odpisy tytułu utraty wartości aktywów trwałych segmentu (w tym głównie wartości firmy Trader.com (Polska) Sp. z o.o.);

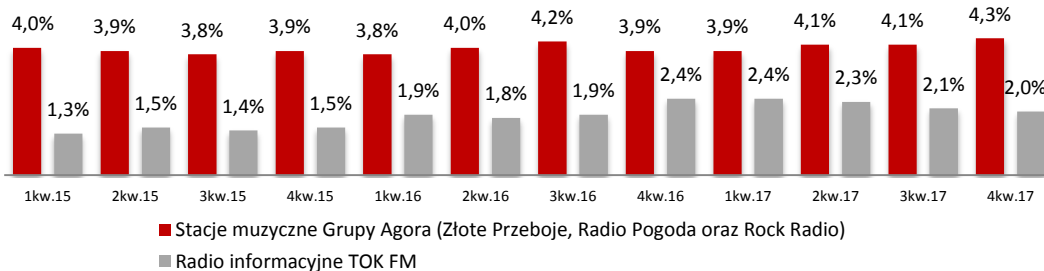
* EBIT i EBITDA dla segmentów Film i Książka, Prasa, Internet oraz Druk wliczane są po kosztach bezpośrednio przypisanych do danego segmentu operacyjnego Grupy, bez alokacji kosztów ogólnofirmowych Spółki (np. kosztów zarządu, większości kosztów pionów wspomagających Spółki), które są zawarte w pozycjach uzgadniających;

** *** Starcom, Global Advertising Forecast 12.2017 Magna Atlas, Programmatic Supremacy 2017 Magna Atlas, BGC, opracowanie własne.

w mln zł	4kw.2017	4kw.2016	zmiana r/r	1-4kw.2017	1-4kw.2016	zmiana r/r
Przychody, w tym:	36,1	37,2	(3,0%)	114,0	113,4	0,5%
sprzedaż reklamy radiowej ^{1,2}	28,3	29,6	(4,4%)	94,1	95,1	(1,1%)
Koszty operacyjne netto²	(27,1)	(29,4)	(7,8%)	(97,3)	(100,6)	(3,3%)
Wynik operacyjny - EBIT	9,0	7,8	15,4%	16,7	12,8	30,5%
marża EBIT	24,9%	21,0%	3,9pkt%	14,6%	11,3%	3,3pkt%
EBITDA	9,8	8,6	14,0%	20,1	15,9	26,4%
marża EBITDA	27,1%	23,1%	4,0pkt%	17,6%	14,0%	3,6pkt%

- ▼ spadek przychodów segmentu głównie ze względu na niższe przychody ze sprzedaży czasu antenowego w stacjach należących do Grupy Agora oraz niższe przychody z produkcji wideo
- ▲ wyższe przychody reklamowe z pośrednictwa w sprzedaży dla sieci kin Helios
- ▼ niższe koszty operacyjne w efekcie mniejszych wydatków na reprezentację i reklamę oraz niższych kosztów badań marketingowych

Udziały słuchalności stacji Grupy Radiowej Agory**



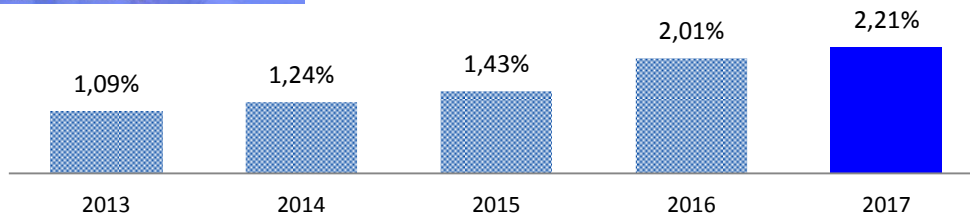
Nowa częstotliwość:
Gdańsk 87,8 FM



Search the Radio –
innowacyjny projekt Radia
TOK FM



Udziały słuchalności Radia TOK FM**



My wiemy o co zapytać.

- 7:00 Poranek Radia TOK FM: Domińska Wiesławyńska, Dorota Warabomska, Piotr Krasiko, Jan Wróbel, Jacek Zakowski
- 9:00 EK - Ekonomia Kapital Gospodarka: Maciej Głogowski
- 12:00 A teraz na powitanie: Mikolaj Lisut
- 17:00 Wywiad polityczny: Karolina Lewicka
- 19:00 Kulturo społeczno: Patrycja Wasniak

Sprawdź, czy oni wiedzą, co odpowiedzieć.

Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF, 4 kw. 2017 r.; radiostacje lokalne (z TOK FM) na podstawie monitoringu Kantar Media;

¹ przychody ze sprzedaży reklam obejmują sprzedaż własnego i obcego czasu antenowego związaną ze świadczonymi usługami pośrednictwa;

² podane kwoty nie zawierają przychodów (pełnych kosztów) związanej z promocyjnymi działaniami Grupy (jedynie bez pośrednie koszty zmienne kampanii na nośnikach reklamy zewnętrznej), jeżeli taka promocja jest realizowana bez wcześniejszej rezerwacji;

**Udziały w słuchalności badania RadioTrack, przeprowadzonego przez firmę MillwardBrown SMG/KRC (wszystkich miejsc słuchania, wszystkich dni słuchania i wszystkich kwadransów) w całej populacji i grupie wiekowej 15+ za październik-grudzień: próba dla 2016 r.: 21 023; dla 2017 r.: 20 840; za okres styczeń-grudzień: próba dla 2016 r.: 83 751; dla 2017 r.: 83 366, NIE MA PRZYPISU 3 NA WYKRĘSIE!!!
***Udziały w słuchalności badania RadioTrack, przeprowadzonego przez firmę MillwardBrown SMG/KRC (wszystkich miejsc słuchania, wszystkich dni słuchania i wszystkich kwadransów) w całej populacji i grupie wiekowej 15+ za styczeń-marzec: próba dla 2015 r.: 20 907; dla 2016 r.: 21 007; dla 2017 r.: 20 778; za kwiecień-czerwiec: próba dla 2015 r.: 21 048; dla 2016 r.: 20 970; dla 2017 r.: 20 783; za lipiec-wrzesień: próba dla 2016 r.: 20 751; dla 2017 r.: 20 965; za październik-grudzień: próba dla 2015 r.: 21 047; dla 2016 r.: 21 023; dla 2017 r.: 20 840; za okres styczeń-grudzień: próba dla 2015 r.: 83 940; dla 2016 r.: 83 751; dla 2017 r.: 83 366.

w mln zł	4kw.2017	4kw.2016	zmiana r/r	1-4kw.2017	1-4kw.2016	zmiana r/r
Przychody, w tym:	18,7	37,0	(49,5%)	101,7	155,5	(34,6%)
sprzedaż usług poligraficznych ¹	16,7	35,1	(52,4%)	94,0	147,7	(36,4%)
Koszty operacyjne netto²	(74,5)	(39,7)	87,7%	(165,1)	(163,2)	1,2%
Koszty operacyjne netto przed odpisami aktualizującymi	(22,9)	(39,7)	(42,3%)	(113,5)	(163,2)	(30,5%)
Wynik operacyjny - EBIT	(55,8)	(2,7)	(1 966,7%)	(63,4)	(7,7)	(723,4%)
marża EBIT	(298,4%)	(7,3%)	(290,9pkt%)	(62,3%)	(5,0%)	(57,3pkt%)
EBIT przed odpisami aktualizującymi	(4,2)	(2,7)	(55,6%)	(11,8)	(7,7)	(53,2%)
EBITDA	0,5	2,8	(82,1%)	8,9	15,1	(41,1%)
marża EBITDA	2,7%	7,6%	(4,9pkt%)	8,8%	9,7%	(0,9pkt%)

Proces restrukturyzacji segmentu Druk

Spadek wolumenów druku prasy

Odchodzenie od druku w technologii coldset przez klientów z rynku pozawydawniczego

Proces zwolnień grupowych – redukcja do 53 etatów (16,3% zatrudnionych w segmencie Druk)

Optymalizacja procesów

Poszukiwanie nowych odbiorców usług

Szacowana wysokość rezerwy

1,6 mln zł

Szacowana wartość oszczędności

2-2,5 mln zł w skali roku



- spadek przychodów i kosztów operacyjnych w efekcie niższych wolumenów produkcji wynikających m.in. z zakończenia współpracy z niektórymi klientami, spadku zapotrzebowania na druk w technologii coldset oraz wyższego niż w 2016 r. udziału druku na papierze dostarczonym przez klientów

AGORA SA
PION DRUKU

Drukarnie Agory:

- Warszawa (Białotąka), pion Druk w Agorze S.A.
- Piła, pion Druk w Agorze S.A.
- Tychy, Agora Poligrafia Sp. z o.o.

Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSF, 4 kw. 2017 r.;

¹ przychody uzyskiwane ze świadczenia usług na rzecz klientów zewnętrznych;

² od 2017 r. koszty operacyjne segmentu związane z produkcją Gazety Wyborczej rozliczane są poprzez alokację według ustalonego cennika, a nie jak w latach ubiegłych poprzez alokację kosztów bezpośrednich i pośrednich (w tym kosztów amortyzacji) związanych z ich produkcją. Prezentacja danych porównywalnych za analogiczne okresy została odpowiednio przekształcona;

* EBIT i EBITDA dla segmentów Film i Książka, Prasa, Internet oraz Druk wyliczane są po kosztach bezpośrednio przypisanych do danego segmentu operacyjnego Grupy, bez alokacji kosztów ogólnofirmowych Spółki (np. kosztów zarządu, większości kosztów pionów wspomagających Spółki), które są zawarte w pozycjach uzgadniających.

↑ 13,0%

- systematyczny wzrost frekwencji w kinach sieci Helios
- wzrost przychodów segmentu Film i Książka

133 tys.

- prenumerat cyfrowych *Gazety Wyborczej*
- istotna poprawa wyniku operacyjnego segmentu Prasa

EBIT r/r:
↑13,7% Reklama Zewnętrzna
↑30,5% Radio

- poprawa rentowności segmentów Radio oraz Reklama Zewnętrzna
- realizacja celów strategicznych w tych obszarach

› 16 nominacji

- 16 nominacji do Orłów: *Pokot*, *Sztuka Kochania* i *Twój Vincent*
- nominacja do Oscara

› Otwarcie 5 nowych kin sieci Helios

› Dalsze wzmocnienie cyfrowej pozycji *Gazety Wyborczej* oraz skuteczna monetyzacja rosnącej liczby prenumerat cyfrowych

› Proces restrukturyzacji segmentu Druk

› Początek negocjacji odkupienia przez Kino Polska udziałów Agory w Stopklatce

› Duża liczba zmian legislacyjnych wpływających na działalność gospodarczą

› Kontynuacja negatywnych trendów na rynku prasy drukowanej

› Dominacja globalnych platform na rynku reklamy internetowej

› Rozpoczęcie projektu związanego z uruchomieniem spółki w segmencie gastronomicznym



DZIĘKUJEMY ZA UWAGĘ

→ Odwiedź naszą stronę www.agora.pl

→ Kontakt

investor@agora.pl

press@agora.pl

[@Agora_SA](https://twitter.com/Agora_SA)

Niniejsza prezentacja została przygotowana przez spółkę Agora SA ("Spółka"). Dane i informacje zawarte na poszczególnych slajdach nie przedstawiają pełnej ani spójnej analizy finansowej, a także oferty handlowej Spółki i służą wyłącznie celom informacyjnym. Szczegółowy opis działalności i stanu finansowego Agory został przedstawiony w raportach bieżących i okresowych dostępnych na witrynie korporacyjnej pod adresem www.agora.pl. Wszystkie znajdujące się dane zostały oparte na źródłach, które Spółka uznaje za rzetelne i sprawdzone. Spółka zastrzega sobie prawo zmiany danych i informacji w wybranym przez siebie terminie, bez konieczności uprzedniego powiadomienia. Prezentacja nie była poddana weryfikacji przez niezależnego audytora.

Niniejsza prezentacja oraz związane z nią slajdy mogą zawierać twierdzenia odnoszące się do przyszłości. Twierdzenia takie nie mogą być jednak rozumiane jako prognozy Spółki lub zapewnienia co do spodziewanych przyszłych wyników Spółki. Oczekiwania Zarządu oparte są bowiem na bieżącej wiedzy, świadomości lub poglądach Zarządu Spółki i są zależne od szeregu czynników, które mogą spowodować, iż faktycznie osiągnięte w przyszłości wyniki będą w sposób istotny różnić się od twierdzeń zawartych w niniejszym dokumencie. Spółka zaleca pomoc ze strony wyspecjalizowanych podmiotów zajmujących się doradztwem inwestycyjnym w przypadku zainteresowania inwestycją w jakiegokolwiek papiery wartościowe Spółki.

grupa medialna

AGORA SA

ZAŁĄCZNIKI



W 2017 r. Agora S.A. dołączyła do prestiżowego grona spółek notowanych w RESPECT Index

11

edycja

28

spółek

3

debiutujące

85%

wzrost wartości RESPECT INDEX od pierwszej edycji

Wartości RESPECT Index i WIG w okresie 2009–2017



RESPECT
Index



ESG



srodowisko



odpowiedzialność
społeczna



zarządzanie
ład korporacyjny

LOKALIZACJA	OTWARCIE	EKRANY	MIEJSCA
RZESZÓW	2002	4	1 200
SZCZECIN (CHR KUPIEC)	2003	4	1 222
OLSZTYN,RADOM, SOSNOWIEC	2005	17	4 476
GNIEZNO, KONIN	2006	5	928
BIELSKO BIAŁA, GDAŃSK, KIELCE, OPOLE, WROCŁAW (MAGNOLIA), GORZÓW WLKP.	2007*	40	8 450
BIAŁYSTOK (BIAŁA;ALFA), DĄBROWA GÓRNICZA, PIŁA, PŁOCK	2008	29	5 371
LEGNICA, LUBIN, PIOTRKÓW TRYB.	2009	15	3 263
GRUDZIĄDZ, TCZEW, KĘDZIERZYN KOŹLE, SZCZECIN (OUTLET PARK), RZESZÓW (GALERIA RZESZÓW), BEŁCHATÓW, BYDGOSZCZ	2012	37	7 505
GDYNIA, NOWY SĄCZ	2013	11	2 331
KALISZ, SIEDLCE, STARACHOWICE	2014	16	3 080
JELENIA GÓRA	2015	5	890
ŁÓDŹ (SUKCESJA)	2015	9	1 980
BIAŁYSTOK (GALERIA JUROWIECKA)	2015	6	967
WROCŁAW (ALEJA BIELANY)	2015	8	1 362
POZNAŃ	2016	8	1 545
PRZEMYŚL	2016	4	572
GDAŃSK (METROPOLIA)	2016	7	1 060
TOMASZÓW MAZOWIECKI	2016	4	742
WOŁOMIN	2017	4	550
KROSNO	2017	4	816
STAŁOWA WOLA	2017	4	658
RAZEM	44	241	49 300

w mln zł

EBIT*	4. kw.2017*	4. kw.2016*	4. kw.2017	4. kw.2016	2017*	2016*	2017	2016
Grupa Agora	14,7	25,4	(74,2)	24,7	15,9	17,8	(73,0)	16,7
Film i Książka	8,2	11,3	8,2	11,3	29,7	27,0	29,7	27,0
Prasa	5,0	(1,8)	(8,2)	(1,8)	13,1	(2,8)	(0,1)	(2,8)
Reklama zewnętrzna	9,2	6,6	9,2	6,6	28,3	24,9	28,3	24,9
Internet	9,7	8,3	(12,1)	8,3	19,3	23,0	(2,5)	23,0
Radio	9,0	7,8	9,0	7,8	16,7	12,8	16,7	12,8
Druk	(4,2)	(2,7)	(55,8)	(2,7)	(11,8)	(7,7)	(63,4)	(7,7)

* Podane kwoty nie obejmują odpisów aktualizujących z tytułu utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych, w 2017 r. odpisy dotyczyły głównie wartości tytułu prasowego Cztery Kąty, wartości firmy Trader.com. (Polska) Sp. z o.o. oraz aktywów trwałych segmentu Druk.










Wybrane spółki zależne (dane jednostkowe)

% posiadanych akcji/udziałów (efektywnie)

Przychody

Wynik netto

w tys. zł

	100,0%	165 582	25 309
	100,0%	48 088	8 310
	100,0% ¹	107 961	3 880
	100,0%	10 470	864
	91,4%	352 989	19 832
	91,4% ²	31 584	1 745
	77,6%	68 773	4 041
	100,0% ³	2 503	(361)
	92,7%	18 625	531

¹ pośrednio przez GRA Sp. z o.o.

² pośrednio przez Helios S.A.

³ z końcem grudnia 2017 r. została podjęta decyzja o wygaszeniu działalności spółki Optimizes Sp. zo.o.

GRUPA KAPITAŁOWA AGORA

<i>w tys. zł</i>	Film i Książka	Prasa	Reklama Zewnętrzna	Internet	Radio	Druk	Pozycje uzgadniające ¹	Razem
Rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne	263 899	58 114	273 421	45 506	86 553	84 287	156 874	965 654

Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF 4kw.2017r.

¹ pozycje uzgadniające zawierają dane nieujęte w poszczególnych segmentach, m.in. koszty operacyjne oraz wynik na pozostałej działalności operacyjnej pionów wspomagających (scentralizowane funkcje technologiczne, administracyjno-finansowe, zarządzania zasobami ludzkimi itp.) oraz Zarządu Agory S.A. i Agorę TC Sp. z o.o. (93 122 tys. zł), wyłączenia konsolidacyjne oraz inne korekty uzgadniające dane prezentowane w raportach zarządczych do skonsolidowanych danych finansowych Grupy Agora. W przypadku inwestycji w spółki wyceniane metodą praw własności pozycje uzgadniające obejmują inwestycję w spółkę Stopklatka S.A. oraz w spółkę Green Content Sp. z o.o. (do 31 sierpnia 2017 r.);.