











**WYNIKI FINANSOWE I RYNKOWE
GRUPY AGORA
ZA 4. KWARTAŁ 2018 R.**

8 MARCA 2019 r.

	GRUPA AGORA W 2018 R.	STR. 3
	OTOCZENIE RYNKOWE	STR. 4
	ZMIANA SZACUNKU WARTOŚCI WYDATKÓW NA REKLAMĘ W POLSCE	STR. 5
	WYNIKI FINANSOWE GRUPY AGORA	STR. 6
	WYNIKI ORAZ DZIAŁANIA ROZWOJOWE SEGMENTÓW OPERACYJNYCH GRUPY	STR. 8
	PODSUMOWANIE ZAŁOŻEŃ STRATEGICZNYCH	STR. 12
	PERSPEKTYWY	STR. 13
	ZAŁĄCZNIKI	STR. 13

▶ Rekordowy wynik Helios S.A. na wymagającym rynku

▶ Dynamiczny rozwój spółki Yieldbird

▶ Rekordowy wynik segmentu Radio

▶ Rekordowy poziom przychodów AMS, lidera rynku reklamy zewnętrznej



▶ Rekordowa liczba cyfrowych subskrypcji Wyborcza.pl oraz Premium TOK FM

▶ Stabilny poziom przychodów z tytułu sprzedaży treści Gazety Wyborczej

▶ Wejście na rynek gastronomiczny

▶ Nominacja Heart Tech za transakcję zakupu ROI Hunter

170,5 tys.

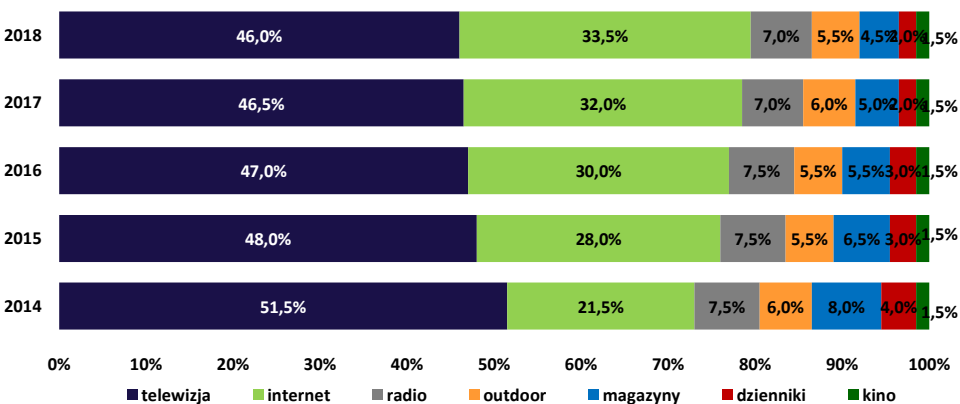
aktywnych subskrypcji cyfrowych Wyborcza.pl na koniec 2018 r.

15,5 tys.

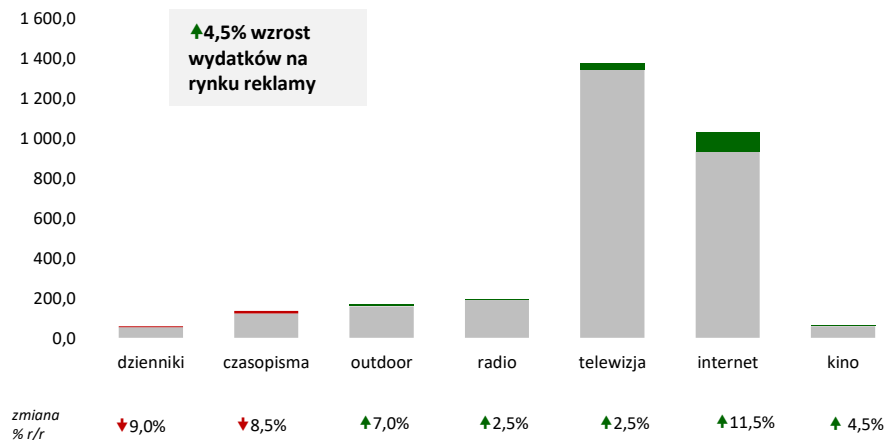
subskrypcji Radia TOK FM na koniec 2018 r.



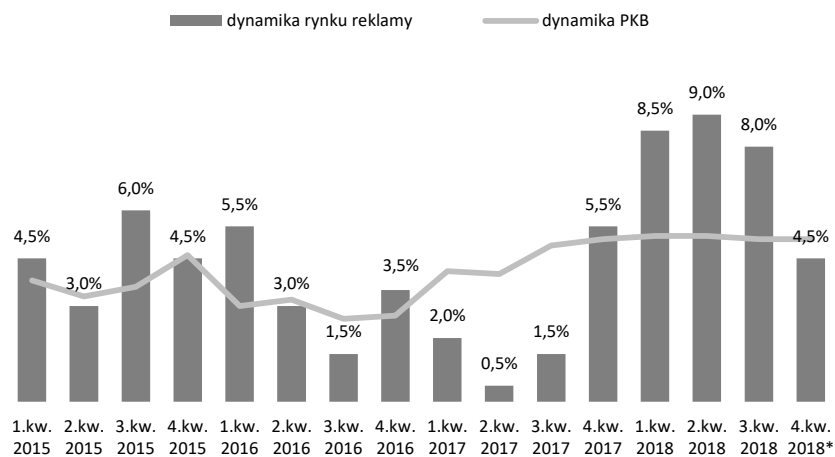
STRUKTURALNE ZMIANY NA RYNKU REKLAMY [UDZIAŁ %]



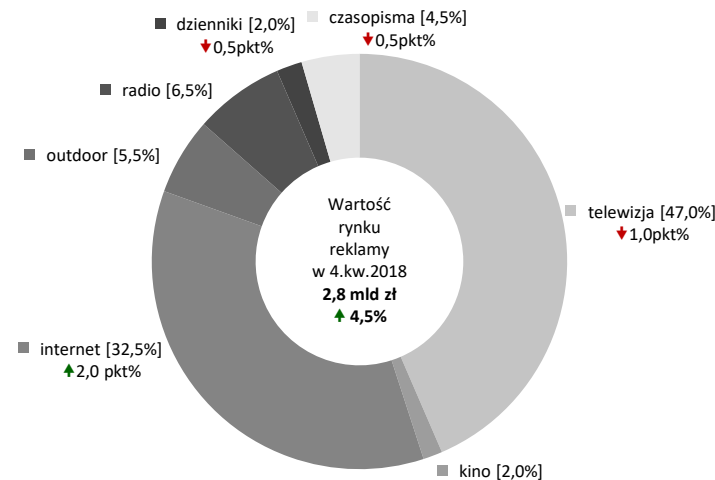
DYNAMIKA WYDATKÓW NA REKLAMĘ W 4. KW. 2018 R. [MLN ZŁ]



DYNAMIKA RYNKU REKLAMY W POLSCE A PKB

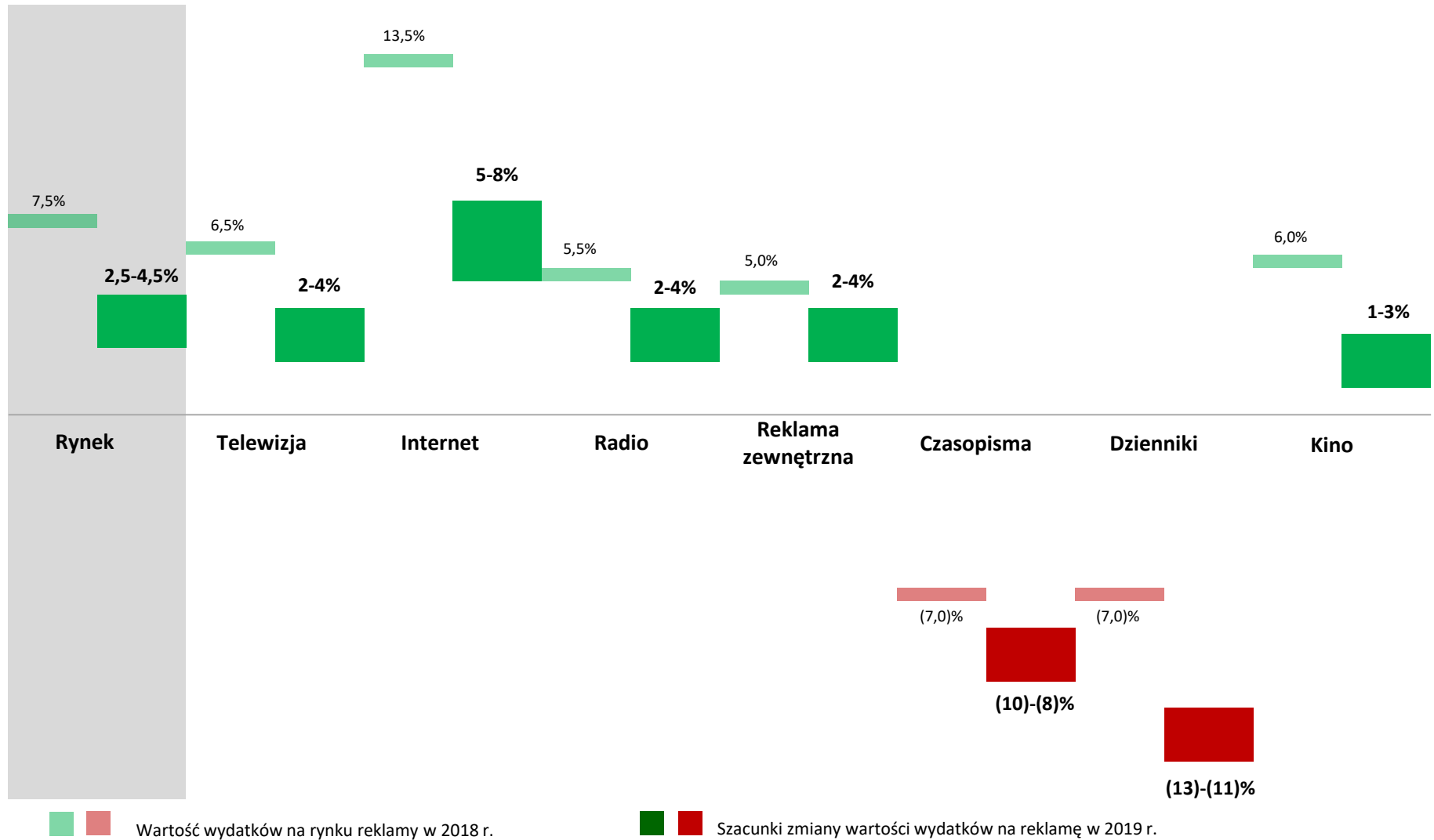


STRUKTURA RYNKU REKLAMY W 4. KW. 2018 R. [UDZIAŁ %]



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 wskaźni sponsorskich, przychody związane z lokowaniem produktu, nie zawiera natomiast kwot związanych z teledrukami 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).
*wartość PKB przedstawiona szacunkowo.

SZACUNKI WZROSTU WARTOŚCI WYDATKÓW NA REKLAMĘ W POLSCE W 2019 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.

WZROST PRZYCHODÓW Z DZIAŁALNOŚCI KINOWEJ ORAZ ZE SPRZEDAŻY WYDAWNICTW

mln zł	4.kw.2018	4.kw.2017	% zmiany r/r	1-4 kw. 2018	1-4 kw. 2017	% zmiany r/r
Przychody ze sprzedaży netto¹	346,1	330,4	4,8%	1 141,2	1 165,5	(2,1%)
Sprzedaż usług reklamowych	165,2	168,3	(1,8%)	554,5	550,1	0,8%
Sprzedaż biletów do kin	80,2	66,6	20,4%	236,4	222,2	6,4%
Sprzedaż wydawnictw	36,2	34,5	4,9%	131,1	134,3	(2,4%)
Sprzedaż barowa w kinach	31,3	24,7	26,7%	90,2	83,1	8,5%
Sprzedaż usług poligraficznych	15,2	16,7	(9,0%)	63,7	94,0	(32,2%)
Pozostała sprzedaż	18,0	19,6	(8,2%)	65,3	81,8	(20,2%)
Koszty operacyjne netto, w tym:	(331,4)	(404,6)	(18,1%)	(1 140,3)	(1 238,5)	(7,9%)
Usługi obce	(127,3)	(122,4)	4,0%	(438,7)	(430,8)	1,8%
Wynagrodzenia i świadczenia	(87,3)	(87,2)	0,1%	(328,7)	(327,6)	0,3%
Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów	(42,3)	(39,8)	6,3%	(153,1)	(170,9)	(10,4%)
Amortyzacja	(22,7)	(28,4)	(20,1%)	(87,6)	(103,0)	(15,0%)
Reprezentacja i reklama	(23,2)	(22,5)	3,1%	(67,5)	(74,7)	(9,6%)
Koszty restrukturyzacji ²	-	-	-	(3,6)	-	-
Zysk ze sprzedaży nieruchomości ³	-	-	-	13,9	-	-
Odpisy na należności ⁴	(4,0)	-	-	(20,3)	-	-
Odpisy aktualizujące ⁵	(10,1)	(88,9)	(88,6%)	(9,9)	(88,9)	(88,9%)
Zysk/(Strata) netto	2,3	(72,3)	-	9,4	(79,3)	-
Wynik operacyjny - EBIT	14,7	(74,2)	-	0,9	(73,0)	-
marża EBIT (EBIT/Przychody)	4,2%	(22,5%)	26,7pkt%	0,1%	(6,3%)	6,4pkt%
EBITDA⁶	47,5	43,1	10,2%	98,4	118,9	(17,2%)
marża EBITDA (EBITDA/Przychody)	13,7%	13,0%	0,7pkt%	8,6%	10,2%	(1,6pkt%)
Koszty (oczyszczone)⁷	(317,3)	(315,7)	0,5%	(1 120,4)	(1 149,6)	(2,5%)
EBIT (oczyszczone)⁷	28,8	14,7	95,9%	20,8	15,9	30,8%
EBITDA (oczyszczone)⁷	51,5	43,1	19,5%	108,4	118,9	(8,8%)
Zysk/(strata) netto (oczyszczone)⁷	13,9	3,8	270,2%	25,9	(3,2)	-

4. kw. 2018 vs. 4. kw. 2017

- ▲ wzrost przychodów Grupy głównie ze względu na wzrost frekwencji w kinach, który przełożył się na wyższe wpływy ze sprzedaży biletów oraz ze sprzedaży barowej
- ▲ wyższe przychody ze sprzedaży wydawnictw, głównie w segmencie Prasa ze względu na wyższe wpływy ze sprzedaży egzemplarzowej *Gazety Wyborczej* w tradycyjnej formie oraz z prenumeraty cyfrowej *Wyborcza.pl*
- ▼ sprzedaż usług reklamowych niższa w segmentach Prasa, Internet oraz Film i Książka, przy wyższych wpływach w segmentach Reklama Zewnętrzna oraz Radio
- ▼ niższe wpływy ze sprzedaży usług poligraficznych ze względu na mniejszy wolumen zamówień głównie w technologii coldset
- ▼ spadek przychodów z pozostałej sprzedaży, głównie z powodu niższych wpływów z działalności filmowej
- ▼ największy wpływ na poziom kosztów operacyjnych Grupy miała niższa kwota odpisów, które obciążały wynik Grupy w 4. kw. 2018 r.
- ▲ wzrost kosztów operacyjnych w segmentach Film i Książka, Radio oraz Reklama Zewnętrzna
- ▲ wzrost kosztów usług obcych to przede wszystkim efekt wyższych odpłatności za kopie filmowe oraz czynsze w segmencie Film i Książka, przy niższych kosztach pozostałych usług obcych w segmencie Internet oraz odpłatności dla producentów filmowych w segmencie Film i Książka
- ▲ wzrost kosztów zużycia materiałów i energii oraz wartości sprzedanych towarów i materiałów to głównie wynik wyższej sprzedaży w barach kinowych oraz wyższych cen zakupu papieru w segmencie Druk
- ▲ wyższe koszty reprezentacji i reklamy, głównie ze względu na wyższe nakłady promocyjne w segmentach Radio, Reklama Zewnętrzna oraz Prasa, przy ich ograniczeniu w segmentach Internet oraz Film i Książka
- ▲ koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników na porównywalnym poziomie – wzrost w segmentach Film i Książka oraz Radio, przy ich ograniczeniu w segmentach Prasa, Internet, Druk oraz Reklama Zewnętrzna
- ▼ niższe koszty amortyzacji, głównie w segmentach Film i Książka oraz Druk, a także w działach wspomagających, na skutek odpisów i jednorazowej amortyzacji w 4. kw. 2017 r. oraz w 1. kw. 2018 r.

Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSF, 4 kw. 2018 r.;

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 (funkcjonujących w ramach segmentu Film i Książka), opisane szczegółowo w części IV.A Sprawozdania Zarządu;

² dotyczy kosztów zwolnienia grupowego przeprowadzonego w segmencie Druk w pierwszym kwartale 2018 r. oraz kosztów zwolnień związanych z restrukturyzacją pionu *Czasopisma* w drugim kwartale 2018 r.;

³ dotyczy zysku osiągniętego przez spółkę Agora S.A. z transakcji sprzedaży nieruchomości położonych w Gdańsku i w Warszawie w pierwszym kwartale 2018 r.;

⁴ kwota zawiera odpis aktualizujący należności RUCH S.A., objętych p.p.u.;

⁵ podane kwoty obejmują odpisy aktualizujące z tytułu utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych; w 2018 r. odpisy dotyczyły głównie domeny GoldenLine i tytułu prasowego Ładny Dom, a w 2017 r. odpisy dotyczyły głównie wartości aktywów trwałych segmentu Druk, wartości firmy Damiporta Sp. z o.o. oraz tytułu prasowego Cztery Kąty;

⁶ wskaźnik EBITDA definiowany jest jako EBIT powiększony o amortyzację i odpisy z tytułu utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych. Definicje wskaźników finansowych zostały szczegółowo omówione w Przypisach do części IV Komentarza Zarządu

⁷ podane kwoty nie zawierają sprzedaży nieruchomości, odpisu aktualizującego, odpisu należności przeterminowanych i kosztu restrukturyzacji.

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

- › zysk ze sprzedaży nieruchomości (ok. +13,9 mln zł)
- › zysk ze sprzedaży akcji Stopklatka S. A. (ok. +22,6 mln zł)
- › odpis aktualizujący wartość aktywów (-9,9 mln zł)
- › rezerwa z tytułu zwolnień grupowych oraz restrukturyzacji (-3,6 mln zł)
- › odpis aktualizujący należności objęte przyspieszonym postępowaniem układowym RUCH S.A. (-20,3 mln zł)

2019

- › rezerwa z tytułu restrukturyzacji działalności poligraficznej
- › negatywny wpływ wzrostu cen energii na działalność Grupy Agora

4. kw. 2018 r. vs. 4. kw. 2017 r.

w mln zł	4.kw.2018	4.kw. 2017	% zmiana r/r	1-4. kw. 2018	1-4. kw. 2017	% zmiana r/r
Przychody, w tym:	141,0	122,7	14,9%	419,1	416,2	0,7%
Przychody ze sprzedaży biletów do kina	80,2	66,6	20,4%	236,6	222,4	6,4%
Przychody ze sprzedaży barowej	31,3	24,7	26,7%	90,2	83,1	8,5%
Przychody ze sprzedaży reklam w kinach ¹	10,4	11,7	(11,1%)	30,2	35,1	(14,0%)
Przychody z działalności filmowej ^{1,2}	3,2	4,6	(30,4%)	12,0	28,1	(57,3%)
Przychody z działalności Wydawnictwa Agora	12,7	12,2	4,1%	40,7	36,5	11,5%
Koszty operacyjne netto³	(121,6)	(114,6)	6,1%	(385,7)	(386,7)	(0,3%)
Wynik operacyjny - EBIT	19,4	8,1	139,5%	33,4	29,5	13,2%
marża EBIT	13,8%	6,6%	7,2pkt%	8,0%	7,1%	0,9pkt%
EBITDA⁴	26,8	18,5	44,9%	63,6	64,2	(0,9%)
marża EBITDA	19,0%	15,1%	3,9pkt%	15,2%	15,4%	(0,2pkt%)

- ▲ wzrost przychodów segmentu, głównie ze względu na wyższą frekwencję w kinach, rzutującą na wyższe wpływy ze sprzedaży biletów i ze sprzedaży barowej
- ▼ niższe przychody z tytułu sprzedaży reklam w kinach, głównie ze względu na mniejszą liczbę kampanii reklamowych rozliczanych w barterze w porównaniu z analogicznym okresem 2017 r.
- ▼ niższe wpływy z tytułu koprodukcji i dystrybucji filmowej w związku z niższą frekwencją na filmach wprowadzonych do kin przez NEXT FILM
- ▲ wyższe przychody z działalności Wydawnictwa Agora, głównie ze względu na wyższe wpływy z działalności muzycznej
- ▲ wyższe koszty usług obcych w związku z wyższymi odpłatnościami za kopie filmowe oraz czynszami
- ▲ wyższe koszty zużycia materiałów i energii oraz wartości sprzedanych towarów i materiałów w związku z wyższą sprzedażą w barach kinowych
- ▲ wyższe koszty wynagrodzeń i świadczeń ze względu na wzrost zatrudnienia związany z większą liczbą kin sieci Helios oraz z rozwojem działalności gastronomicznej
- ▲ wzrost kosztów działalności Wydawnictwa Agora związany z działalnością muzyczną
- ▼ niższe koszty amortyzacji ze względu na jednorazową przyspieszoną amortyzację projektorów analogowych

**Wydawnictwo
Agora**

BESTSELLERY 2018 [1,4 MLN SPRZEDANYCH EGZEMPLARZY]



PREMIERY 2019

ROZWÓJ SIECI KIN HELIOS W 2018 R. [46 KIN W 40 MIASTACH]

Miasto	Ekrany	Miejsca	Data
Gdańsk (Forum)	9	1102	2. kw. 2018
Katowice (Libero)	8	1128	4. kw. 2018
Konin - rozbudowa	5	933	4. kw. 2018
Sieć Helios	261	51 609	Stan na 31.12.2018 r.



Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF, 4. kw. 2018;

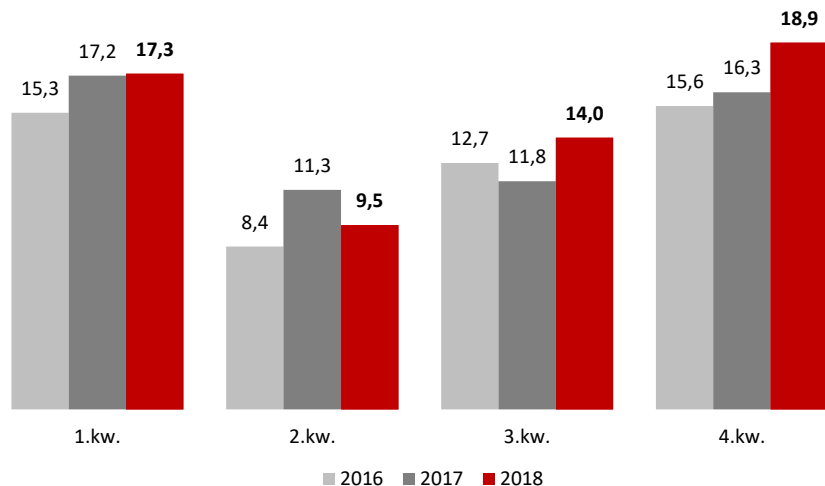
¹ podane kwoty nie zawierają przychodów i pełnych kosztów wzajemnej promocji pomiędzy różnymi działalnościami Grupy Agora (jedynie bezpośrednie koszty zmienne kampanii na nośnikach reklamy zewnętrznej), jeżeli taka promocja jest realizowana bez wcześniejszej rezerwacji;

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

³ dane uwzględniają alokowane koszty powierzchni biurowej zajmowanej przez Wydawnictwo. Dane porównawcze za 2017 r. zostały odpowiednio przekształcone;

⁴ podane kwoty uwzględniają koszty amortyzacji Wydawnictwa Agora, które w 2018 r. wyniosły 0,6 mln zł, a w samym czwartym kwartale nie wystąpiły (w analogicznym okresie ubiegłego roku odpowiednio 0,7 mln zł i 0,1 mln zł).

FREKWENCJA W POLSKICH KINACH [mln widzów]



TOP 3 2018 ROKU [TYLKO LOKALNE PRODUKCJE]



NAJPOPULARNIEJSZE TYTUŁY W 2018 ROKU

KLER	5 182 609
KOBIETY MAFII	2 037 089
PLANETA SINGLI 2	1 685 864
DYWIZJON 303. HISTORIA PRAWDZIWA	1 508 648
INIEMAMOCNI 2	1 446 091
CUDOWNY CHŁOPAK	1 374 916
NOWE OBLICZE GREYA	1 364 357
HOTEL TRANSYLWANIA 3	1 334 120
GRINCH	1 297 655
BOHEMIAN RHAPSODY	1 227 207
AVENGERS: WOJNA BEZ GRANIC	1 225 208
NARZECZONY NA NIBY	1 127 083
PODATEK OD MIŁOŚCI	1 044 460
MAMMA MIA! HERE WE GO AGAIN	1 028 402
PITBULL. OSTATNI PIES	1 014 119
ZIMNA WOJNA	931 339

NAJPOPULARNIEJSZE TYTUŁY W 2019 ROKU

[OCZEKIWANIA]

MISZ MASZ, CZYLI KOGEL MOGEL 3

PLANETA SINGLI 3

UNDERDOG

RALPH DEMOLKA W INTERNECIE

JAK WYTRESOWAĆ SMOKA 3

KOBIETY MAFII 2

AVENGERS: ENDGAME

PIŁSUDSKI

SEKRETNE ŻYCIE ZWIERZAKÓW ... 2

KRÓL LEW

KRAINA LODU 2

STAR WARS: EPISODE IX

PLANETA SINGLI 3

ZIMNA GRA

DUMBO

TOY STORY 4

ANGRY BIRDS 2

POKEMON. DETEKTYW PIKACHU

MIASTO	WARSZAWA	LEGIONOWO	PABIANICE	ŻORY	PIŁA	OSTRÓW WIELKOPOLSKI
DATA OTWARCIA	2019	2019	2019	2020	2020	2020
EKRANY	8	4	4	4	4	4
MIEJSCA	900	600	600	650	700	600
KINO	47.	48.	49.	50.	51.	52.

HELIOS
dream

Wymarzone
miejsce
na film.

Pokochasz oglądanie
filmów w naszych
salach Dream.
Kino Helios, Forum Gdańsk.

4K CHRISTIE DOLBY ATMOS HELIOS

DZIAŁALNOŚĆ FILMOWA NEXT FILM W 2019 R.

2019	TYTUŁ
1 KWARTAŁ	UNDERDOG [901,0 TYS. WIDZÓW OD PREMIERY]
	MISZMASZ, CZYLI KOGEL MOGEL 3 [2,3 MLN WIDZÓW OD PREMIERY]
	CAŁE SZCZĘSCIE – 8.03.2019
2 KWARTAŁ	SŁODKI KONIEC DNIA – 10.05.2019
3 KWARTAŁ	NA BANK SIĘ UDA – 15.08.2019
	IKAR – LEGENDA MIETKA KOSZA – 27.09.2019
4 KWARTAŁ	ZIMNA GRA – LISTOPAD 2019
	PIŁSUDSKI – 8.11.2019

next
FILM 



SIĘĆ WŁASNYCH LOKALI POD MARKAMI PAPA DIEGO I VAN DOG

7 LOKALI OTWARTYCH W POLSCE

W PLANACH OTWARCIE BLISKO 20 LOKALI W 2019 R.

SIĘĆ LOKALI PASIBUS ROZWIJANA POD MARKĄ PASIBUS NA PODSTAWIE UMOWY FRANCZYZY

SPRAWDZONY MODEL I ZBUDOWANA POZYCJA RYNKOWA

PIERWSZE OTWARCIA JUŻ W 2019 R.

ORYGINALNE KONCEPTY W NURCIE FAST CASUAL, ROZWIJANE ZARÓWNO W GALERIACH HANLOWYCH JAK I NA TZW. HIGH STREET



RESTAURACYJNA JAKOŚĆ W PRZYSTĘPNEJ CENIE

DYNAMICZNY ROZWÓJ W OPARCIU O DOŚWIACZENIE WSPÓLNIKÓW

MODELE INWESTYCYJNE UMOŻLIWIĄJĄCE SKALOWANIE BIZNESU



JEDZENIE
U NAS
TO SZTUKA

Po 10 MLN ZŁ – inwestycje Helios S.A. w spółki Foodio Concepts (Papa Diego i Van Dog) oraz Step Inside (Pasibus)

90% – udział zakładowy Helios S.A. w nowo utworzonych spółkach w pierwszej fazie rozwoju konceptów

Plan na otwarcia około 40 LOKALI – w każdym z konceptów

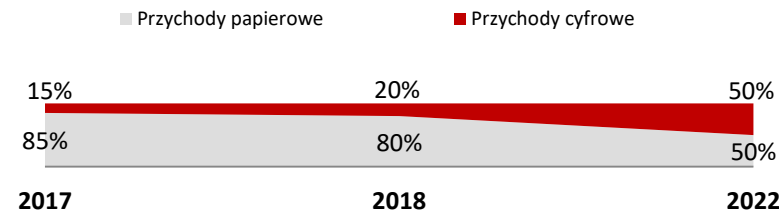


w mln zł	4.kw.2018	4.kw.2017	% zmiana r/r	1-4. kw. 2018	1-4. kw. 2017	% zmiana r/r
Przychody³, w tym:	58,2	60,9	(4,4%)	214,1	231,5	(7,5%)
Przychody ze sprzedaży wydawnictw	28,8	27,1	6,3%	106,8	112,3	(4,9%)
w tym Gazeta Wyborcza	25,9	22,8	13,6%	92,3	92,9	(0,6%)
w tym Czasopisma	1,1	2,5	(56,0%)	7,1	11,3	(37,2%)
Przychody ze sprzedaży reklam ^{1,2}	28,1	32,6	(13,8%)	101,7	114,5	(11,2%)
w tym Gazeta Wyborcza ⁶	22,5	25,5	(11,8%)	81,1	88,6	(8,5%)
w tym Czasopisma	4,0	5,2	(23,1%)	15,5	20,5	(24,4%)
Koszty operacyjne netto^{3,4}	(60,8)	(71,0)	(14,4%)	(238,6)	(238,0)	0,3%
Wynik operacyjny - EBIT	(2,6)	(10,1)	74,3%	(24,5)	(6,5)	(276,9%)
marża EBIT	(4,5%)	(16,6%)	12,1pkt%	(11,4%)	(2,8%)	(8,6pkt%)
EBITDA	0,0	3,5	(100,0%)	(20,9)	8,2	-
marża EBITDA	0,0%	5,7%	(5,7pkt%)	(9,8%)	3,5%	(13,3pkt%)
Koszty operacyjne bez odpisów⁵	(54,5)	(57,8)	(5,7%)	(213,8)	(224,8)	(4,9%)
EBIT bez odpisów⁵	3,7	3,1	19,4%	0,3	6,7	(95,5%)
EBITDA bez odpisów⁵	4,0	3,5	14,3%	1,6	8,2	(80,5%)

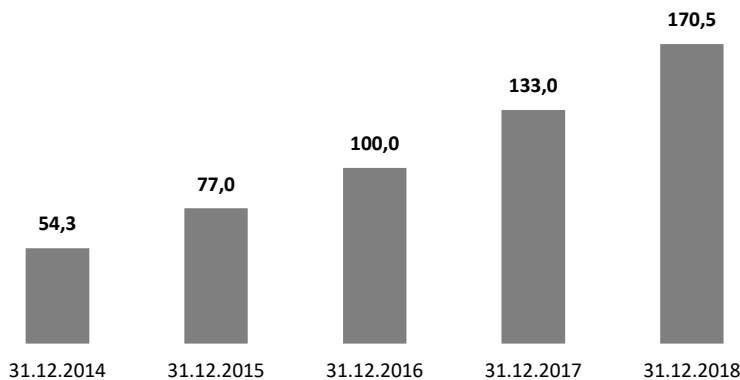
4. kw. 2018 r. vs. 4. kw. 2017 r.

- ↓ niższe wpływy segmentu, głównie z powodu niższych wpływów reklamowych *Gazety Wyborczej* oraz czasopism wydawanych przez Spółkę ze względu na zaprzestanie wydawania kilku periodyków
- ↑ wyższe wpływy ze sprzedaży wydawnictw to efekt wyższej ceny egzemplarzowej *Gazety Wyborczej* i wyższych wpływów ze sprzedaży prenumerat cyfrowych *Gazety Wyborczej*
- ↓ największy wpływ na poziom kosztów operacyjnych segmentu miał niższy poziom odpisów niż w 4. kw. 2017 r.
- ↑ wyższe koszty reprezentacji i reklamy ze względu na wyższe nakłady na promocję *Gazety Wyborczej*, przy ograniczeniu wydatków na promocję czasopism
- ↓ niższe koszty materiałów, energii, towarów i usług poligraficznych dzięki niższemu wolumenowi druku *Gazety Wyborczej* oraz zaprzestaniu wydawania kilku periodyków
- ↓ niższe koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników ze względu na niższy poziom zatrudnienia

ZMIANA STRUKTURY PRZYCHODÓW GAZETY WYBORCZEJ



DYNAMICZNY ROZWÓJ OFERTY CYFROWEJ SUBSKRYPCJI WYBORCZA.PL



**możemy
na siebie
liczyć**

170 TYSIĘCY
PRENUMERATORÓW

wyborcza.pl NAJWIĘCEJ W POLSCE

DOŁĄCZ
DO NAS

Rekordowa liczba prenumerat cyfrowych Wyborcza.pl

87% aktywnych subskrypcji cyfrowych to prenumeraty długoterminowe

Przychody cyfrowe *Gazety Wyborczej* w 2018 r. to 20% całkowitych przychodów dziennika

Średni przychód miesięczny od subskrybenta [ARPU] w 2018 r. wyniósł 10 zł

Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF, 4. kw. 2018 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 rezerwacji;

² podane kwoty zawierają wpływy z reklamy internetowej w serwisach Wyborcza.pl, Wyborcza.biz, Wysokieobcasy.pl oraz serwisach lokalnych;

³ dane uwzględniają przeniesienie serwisów internetowych pionu Czasopisma z segmentu Prasa do segmentu Internet. Dane porównawcze za 2017 r. zostały odpowiednio przekształcone;

⁴ dane uwzględniają alokowane koszty powierzchni biurowej zajmowanej przez segment. Dane porównawcze za 2017 r. zostały odpowiednio przekształcone;

⁵ podane kwoty nie zawierają kosztów rezerwy restrukturyzacyjnej i odpisów na RUCH S.A.;

⁶ dane uwzględniają przychody z reklam w papierowych wydaniach *Gazety Wyborczej* oraz reklam publikowanych w serwisach Wyborcza.pl, Wyborcza.biz, Wysokieobcasy.pl oraz serwisach lokalnych. Dane porównawcze za 2017 r. zostały odpowiednio przekształcone.

w mln zł	4.kw.2018	4.kw.2017	% zmiana r/r	1-4. kw. 2018	1-4. kw. 2017	% zmiana r/r
Przychody, w tym:	51,4	48,3	6,4%	171,9	163,0	5,5%
sprzedaż reklam ¹	50,9	47,8	6,5%	170,2	160,8	5,8%
Koszty operacyjne netto	(40,6)	(39,1)	3,8%	(144,9)	(134,7)	7,6%
Wynik operacyjny - EBIT	10,8	9,2	17,4%	27,0	28,3	(4,6%)
marża EBIT	21,0%	19,0%	2,0pkt%	15,7%	17,4%	(1,7pkt%)
EBITDA	15,9	15,4	3,2%	46,7	47,7	(2,1%)
marża EBITDA	30,9%	31,9%	(1,0pkt%)	27,2%	29,3%	(2,1pkt%)

4. kw. 2018 r. vs. 4. kw. 2017 r.

- ▲ wzrost przychodów segmentu dzięki kampaniom zrealizowanym na nośnikach Citylight Premium oraz Digital
- ▲ wzrost kosztów utrzymania systemu w związku z rozwojem oferty nośników cyfrowych, kosztami modernizacji oświetlenia oraz dostosowania wiat do standardu premium
- ▼ niższe koszty realizacji kampanii w związku z mniejszą liczbą projektów niestandardowych oraz kampanii zrealizowanych w środkach komunikacji miejskiej
- ▼ niższe koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników to efekt niższych kosztów szkoleń r/r
- ▲ wzrost kosztów amortyzacji to rezultat realizacji umów na budowę wiat przystankowych w Warszawie i Krakowie

Nowe polityka handlowa i cennik oparte o zasadę transparentności i powiązanie ceny nośnika z wielkością generowanej przez niego widowni

Proekologiczne rozwiązania dla miast: zielone przystanki i słupy reklamowe zasilane energią słoneczną

Nowoczesne cyfrowe nośniki Citylight i Cityscreen w ofercie

Wygrane przetargi na dzierżawę 35 dwustronnych gablot reklamowych typu Citylight we Wrocławiu, budowę 107 przystanków w Krakowie



ams LIDER REKLAMY OOH



¹ Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF, 4. kw. 2018 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.

w mln zł	4.kw.2018	4.kw.2017	% zmiana r/r	1-4 kw. 2018	1-4 kw. 2017	% zmiana r/r
Przychody², w tym:	51,3	53,7	(4,5%)	177,8	172,1	3,3%
sprzedaż reklam internetowych ^{1,2}	45,9	46,5	(1,3%)	156,1	143,8	8,6%
Koszty operacyjne netto³	(48,4)	(65,8)	(26,4%)	(162,2)	(175,6)	(7,6%)
Wynik operacyjny - EBIT	2,9	(12,1)	-	15,6	(3,5)	-
marża EBIT	5,7%	(22,5%)	28,2pkt%	8,8%	(2,0%)	10,8pkt%
EBITDA	12,1	10,8	12,0%	28,4	23,1	22,9%
marża EBITDA	23,6%	20,1%	3,5pkt%	16,0%	13,4%	2,6pkt%
Koszty bez odpisu ⁴	(40,9)	(44,0)	(0,1)	(154,7)	(153,8)	0,6%
EBIT bez odpisu ⁴	10,4	9,7	0,1	23,1	18,3	26,2%

4. kw. 2018 r. vs. 4. kw. 2017 r.

- ▼ niższe przychody segmentu to głównie efekt niższych wpływów z pośrednictwa finansowego oraz e-commerce, przy wyższych wpływach spółki Yieldbird
- ▼ niższe koszty operacyjne to głównie rezultat niższych odpisów aktualizujących niż w 4. kw. 2017 r.
- ▼ niższe koszty usług obcych związane głównie z niższymi kosztami dzierżawy powierzchni reklamowych oraz usług pośrednictwa finansowego
- ▼ niższe koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników to efekt niższego zatrudnienia w segmencie oraz mniejszej liczby zleceń realizowanych na podstawie umów cywilnoprawnych
- ▼ niższe koszty reprezentacji i reklamy dzięki niższym wydatkom na promocję serwisów Gazeta.pl i GoldenLine.pl

USŁUGI W OBSZARZE B2B



Yieldbird – dynamiczny wzrost przychodów o ponad 35% r/r – praca nad poszerzeniem portfolio o nowe, innowacyjne produkty

Online Technologies HR, doceniani przez rynek, coraz szybciej się rozwijają. Agora zwiększy swoje udziały w spółce, wzmacniając swoją obecność w obszarze B2B

ROI Hunter - w związku z satysfakcjonującymi wynikami za 2018 r. Agora w 2. poł. 2019 r. zrealizuje II transzę finansowania (wg. wstępnych niezaudytowanych danych)

Wyróżnione w rankingu Deloitte *Technology Fast 50 Central Europe*: spółka Online Technologies (HRLink) zanotowała w latach 2014-2017 wzrost przychodów o 466%, a spółka Yieldbird - o 616%

GoldenLine pozostaje w procesie restrukturyzacji, aby dopasować profil swojej działalności do dynamicznie zmieniającego się rynku

¹ Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF, 4. kw. 2018 r.;

² podane kwoty nie zawierają pełnych kosztów i przychodów z wzajemnej promocji pomiędzy różnymi działalnościami Grupy Agora (jedynie bezpośrednie koszty zmienne kampanii na nośnikach reklamy zewnętrznej), jeżeli taka promocja jest realizowana bez wcześniejszej rezerwacji. Dane uwzględniają również eliminację wzajemnej sprzedaży pomiędzy Gazeta.pl, Domimporta.pl, Yieldbird Sp. z o.o., Sir Local Sp. z o.o., Goldenline Sp. z o.o. oraz Optimizers Sp. z o.o.;

³ dane uwzględniają przeniesienie serwisów internetowych pionu Czasopisma z segmentu Prasa do segmentu Internet oraz przeklasyfikowanie wpływów z transakcji e-commerce z pozostałych przychodów do przychodów reklamowych. Dane porównawcze za 2017 r. zostały odpowiednio przekształcone;

⁴ dane uwzględniają alokację kosztów powierzchni biurowej zajmowanej przez pion Internet Agory. Dane porównawcze za 2017 r. zostały odpowiednio przekształcone;

⁵ podane kwoty nie zawierają odpisów z tytułu utraty wartości aktywów trwałych segmentu (w 2018 r. odpisy dotyczyły głównie domeny Goldenline, a w 2017 r. głównie wartości firmy Trader.com. (Polska) Sp. z o.o.).

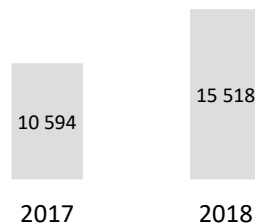
w mln zł	4.kw.2018	4.kw.2017	% zmiana r/r	1-4 kw. 2018	1-4 kw. 2017	% zmiana r/r
Przychody, w tym:	38,1	36,1	5,5%	116,0	114,0	1,8%
sprzedaż reklamy radiowej ^{1,2}	29,7	28,3	4,9%	95,6	94,1	1,6%
Koszty operacyjne netto²	(30,8)	(27,1)	13,7%	(98,8)	(97,3)	1,5%
Wynik operacyjny - EBIT	7,3	9,0	(18,9%)	17,2	16,7	3,0%
marża EBIT	19,2%	24,9%	(5,7pkt%)	14,8%	14,6%	0,2pkt%
EBITDA	8,4	9,8	(14,3%)	21,3	20,1	6,0%
marża EBITDA	22,0%	27,1%	(5,1pkt%)	18,4%	17,6%	0,8pkt%

4. kw. 2018 r. vs. 4. kw. 2017 r.

- ▲ wzrost przychodów segmentu ze względu na wyższe wpływy ze sprzedaży czasu antenowego w stacjach należących do Grupy Agora oraz usługi pośrednictwa w sprzedaży dla innych kin
- ▲ wzrost kosztów usług obcych głównie ze względu na wyższe koszty związane z usługą pośrednictwa w sprzedaży dla sieci kin Helios
- ▲ wyższe koszty reprezentacji i reklamy ze względu na nakłady na kampanię promocyjną Radia Złote Przeboje i Radia Pogoda oraz wyższe wydatki w obszarze sprzedaży
- ▲ wyższe koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników to efekt wyższych wynagrodzeń stałych, nagród motywacyjnych oraz szkoleń

PŁATNE SUBSKYPCJE RADIA TOK FM

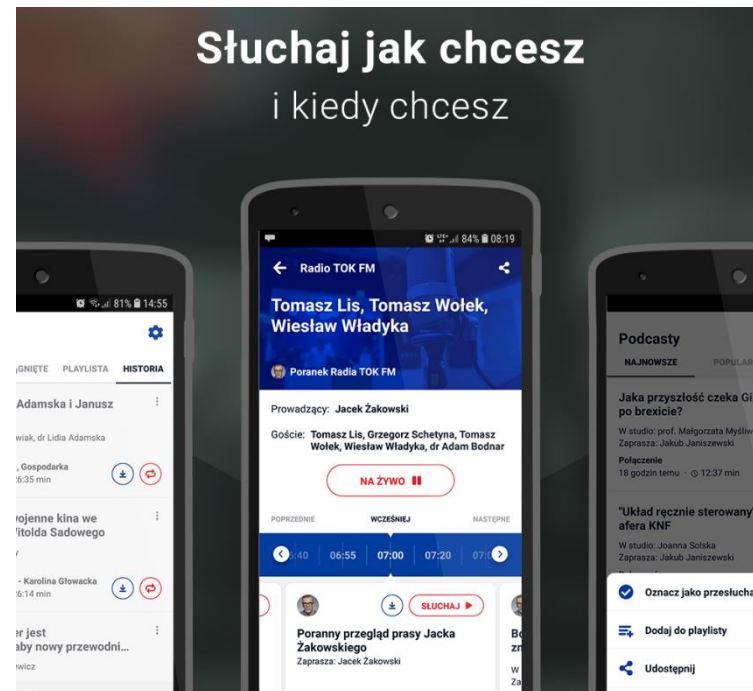
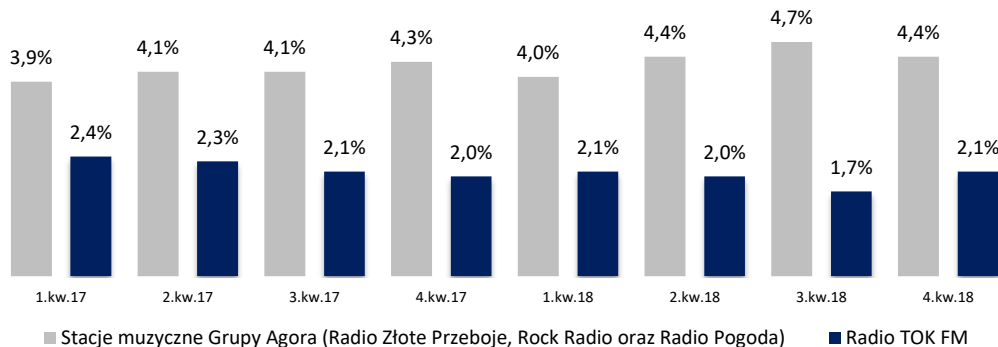
▲46,5%



Stworzenie ekosystemu informacyjnego Radia TOK FM, łączącego różne kanały, tj. FM, aplikacje mobilne, serwis www czy platformę cyfrową

Rozwój oferty cyfrowej Premium – wzrost liczby aktywnych subskrypcji o 46,5% r/r

UDZIAŁ % W SŁUCHALNOŚCI³



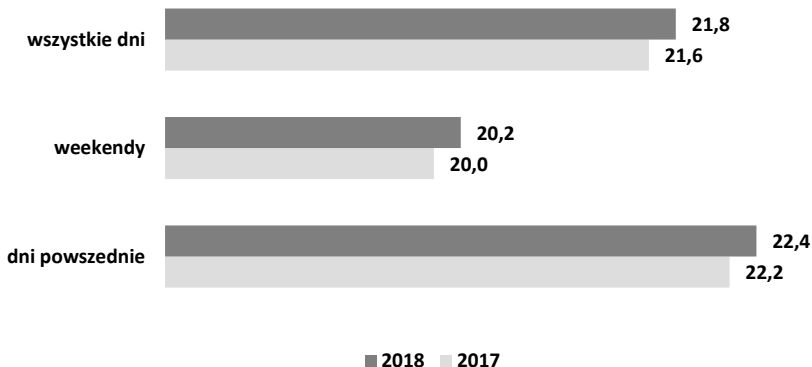
Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF, 4. kw. 2018 r.;

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

² podane kwoty nie zawierają przychodów i pełnych kosztów wzajemnej promocji pomiędzy różnymi działalnościami Grupy (jedynie bezpośrednie koszty zmienne kampanii na nośnikach reklamy zewnętrznej), jeżeli taka promocja jest realizowana bez wcześniejszej rezerwacji;

³ dane o udziałach w słuchalności pochodzą z badania RadioTrack, przeprowadzanego 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 2017 r.: 20 840; dla 2018 r.: 20 903; za okres styczeń-grudzień: próba dla 2017 r.: 83 366; dla 2018 r.: 83 404.

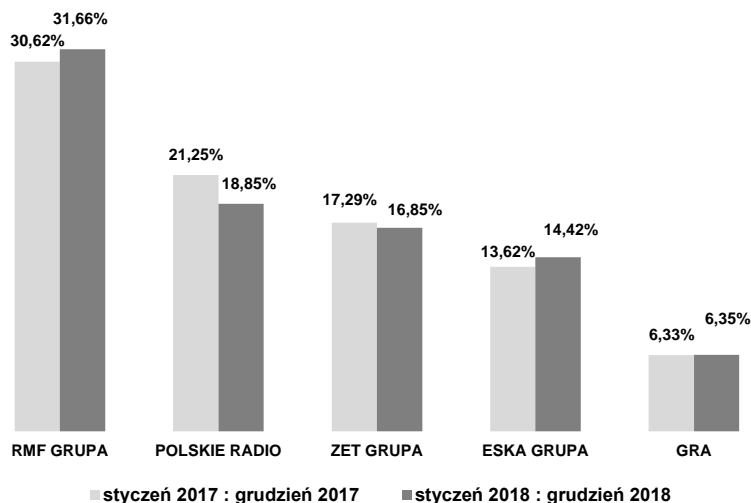
DZIENNA KONSUMPCJA RADIA W POLSCE W 2018 R. [W MLN]



PODSUMOWANIE TRANSAKcji

- pakiet mniejszościowy – zakup 40% udziałów w Eurozet za cenę wyjściową wynoszącą 131 mln zł**
- udział mniejszościowy Agory nie daje kontroli nad Eurozet**
- opcja call – uprawnienie Agory do nabycia wszystkich pozostałych udziałów Eurozet należących do SFS Ventures w okresie po upływie od 12 do 36 miesięcy od dnia nabycia udziałów**
- mechanizmy dotyczące możliwego wyjścia z inwestycji przez wspólników – drag along right (prawo przyciągnięcia) / tag along right (prawo przyłączenia się)**

CZAS SŁUCHANIA W 2018 R. [UDZIAŁ %]




w mln zł	4.kw.2018	4.kw.2017	% zmiana r/r	1-4. kw. 2018	1-4. kw. 2017	% zmiana r/r
Przychody, w tym:	17,0	18,7	(9,1%)	71,5	101,7	(29,7%)
sprzedaż usług poligraficznych ¹	15,2	16,7	(9,0%)	63,7	94,0	(32,2%)
Koszty operacyjne netto	(21,6)	(74,5)	(71,0%)	(80,5)	(165,1)	(51,2%)
Wynik operacyjny - EBIT	(4,6)	(55,8)	91,8%	(9,0)	(63,4)	85,8%
marża EBIT	(27,1%)	(298,4%)	271,3pkt%	(12,6%)	(62,3%)	49,7pkt%
EBITDA	(1,4)	0,5	-	(0,6)	8,9	-
marża EBITDA	(8,2%)	2,7%	(10,9pkt%)	(0,8%)	8,8%	(9,6pkt%)
Koszty bez odpisów²	(21,6)	(74,5)	(71,0%)	(79,1)	(165,1)	(0,5)
EBIT bez odpisów²	(4,6)	(55,8)	91,8%	(7,6)	(11,8)	0,9
EBITDA bez odpisów²	(1,4)	0,5	-	0,8	8,9	(0,9)

4. kw. 2018 r. vs. 4. kw. 2017 r.

- ▼ spadek przychodów z powodu niższych wolumenów produkcji wynikających m.in. z mniejszej liczby zamówień, głównie w technologii coldset
- ▼ niższe koszty operacyjne, głównie ze względu na brak odpisów aktualizujących wartość aktywów, które obciążąły wynik segmentu w 4. kw. 2017 r.
- ▼ niższa amortyzacja ze względu na odpis wartości aktywów trwałych dokonany w 2017 r.
- ▼ niższe koszty materiałów, energii i usług produkcyjnych ze względu na niższy wolumen realizowanych zamówień
- ▼ niższe koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników ze względu na niższe zatrudnienie etatowe po procesie zwolnień grupowych

ROZPOCZĘCIE PROCESU OPTIMALIZACJI DZIAŁALNOŚCI POLIGRAFICZNEJ I RESTRUKTURYZACJI SEGMENTU DRUK – KONCENTRACJA DZIAŁALNOŚCI W WARSZAWSKIEJ DRUKARNI

Proces zwolnień grupowych w drukarniach – do 153 etatów

Optymalna lokalizacja i najlepszy park maszynowy w segmencie Druk

Możliwość oferowania klientom usług druku w technologii heatset

Zachowanie niezależności druku *Gazety Wyborczej*

KONCENTRACJA DZIAŁALNOŚCI W WARSZAWSKIEJ DRUKARNI:

Agora S.A.

DRUKARNIA W WARSZAWIE – przejęcie całości produkcji na potrzeby własne oraz klientów zewnętrznych

STOPNIOWE WYGASZANIE DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ DRUKARNI W PILE I TYCHACH:

Agora Poligrafia Sp. z o.o.

DRUKARNIA W TYCHACH – objęta procesem optymalizacji działalności poligraficznej oraz zwolnieniami grupowymi (90% załogi). Wygaszanie działalności do 30 czerwca 2019 r.

¹ Zródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF, 4. kw. 2018 r.;

² przychody uzyskiwane ze świadczenia usług na rzecz klientów zewnętrznych;

³ podane kwoty nie zawierają kosztów odpisów aktualizujących wartość aktywów oraz kosztów restrukturyzacji.

PRZYSPIESZENIE ROZWOJU I WZROST SKALI GRUPY AGORA

CYFRYZACJA, OFERTA PREMIUM, DYWERSYFIKACJA ŹRÓDEŁ PRZYCHODÓW

OBECNE KLUCZOWE SEGMENTY BIZNESOWE

- LIDER TREŚCI PREMIUM W MODELU SUBSKRYPCYJNYM – 170,5 TYS. SUBSKRYBENTÓW WYBORCZA.PL I 15,5 TYS. SUBSKRYBENTÓW PREMIUM TOK FM NA KONIEC 2018 R.
- WZROST ORGANICZNY I UMACNIANIE POZYCJI SIECI KIN HELIOS – OTWARCIE PIERWSZEGO MULTIPLESU HELIOS W WARSZAWIE
- PRZYSPIESZENIE ROZWOJU SPÓŁKI YELDBIRD POPRZEZ POSZERZENIE OFERTY
- STAŁE POSZERZANIE OFERTY NOŚNIKÓW PREMIUM I CYFROWYCH ROZWIĄZAŃ W OUTDOORZE – AMS LIDEREM POLSKIEGO RYNKU REKLAMY ZEWNĘTRZNEJ

NOWE KIERUNKI ROZWOJU

- USŁUGI B2B DLA E-COMMERCE – INWESTYCJA W ROI HUNTER W 2018 R.
- GASTRONOMIA – INTENSYWNY ROZWÓJ WŁASNEJ SIECI LOKALI PAPA DIEGO I VAN DOG ORAZ INWESTYCJA W ROZWÓJ MARKI PASIBUS W FORMIE FRANCZYZY



- **CIEKAWY REPERTUAR W POLSKICH KINACH W 2019 R.**
- **DALSZY ROZWÓJ KONCEPTU SAL PREMIUM – HELIOS DREAM**
- **INTENSYWNY ROZWÓJ NA RYNKU GASTRONOMICZNYM – PAPA DIEGO, VAN DOG I PASIBUS**
- **DYNAMICZNY ROZWÓJ OFERTY CYFROWEJ SUBSKRYPCJI WYBORCZA.PL ORAZ DOSTĘPU PREMIUM TOK FM**
- **WZROST RYNKU REKLAMY**
- **NEGATYWNE TRENDY NA RYNKU PRASY**
- **OPTIMALIZACJA DZIAŁALNOŚCI POLIGRAFICZNEJ**





STRUKTURA PRZYCHODÓW GRUPY AGORA



WYNIKI SPÓŁEK ZALEŻNYCH



WARTOŚĆ AKTYWÓW PRZYPISANA POSZCZEGÓLNYM SEGMENTOM



STRUKTURA SEGMENTU FILM I KSIĄŻKA



FOODIO CONCEPTS – PERSPEKTYWY ROZWOJU



STRUKTURA NOŚNIKÓW NA RYNKU OOH



IFRS 16

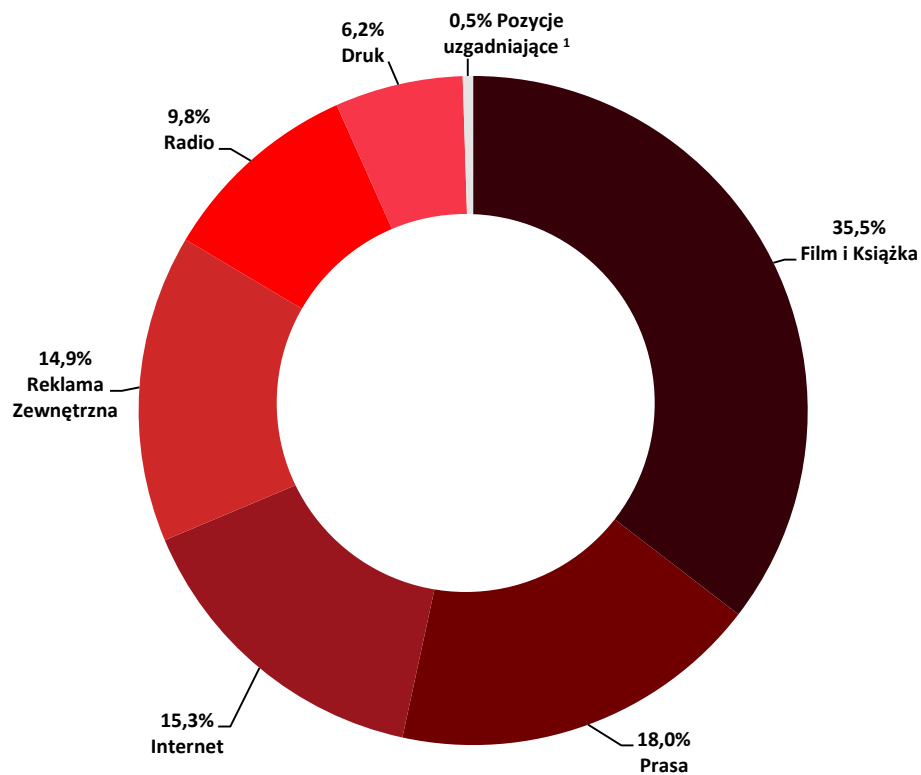


POLITYKA DYWIDENDOWA

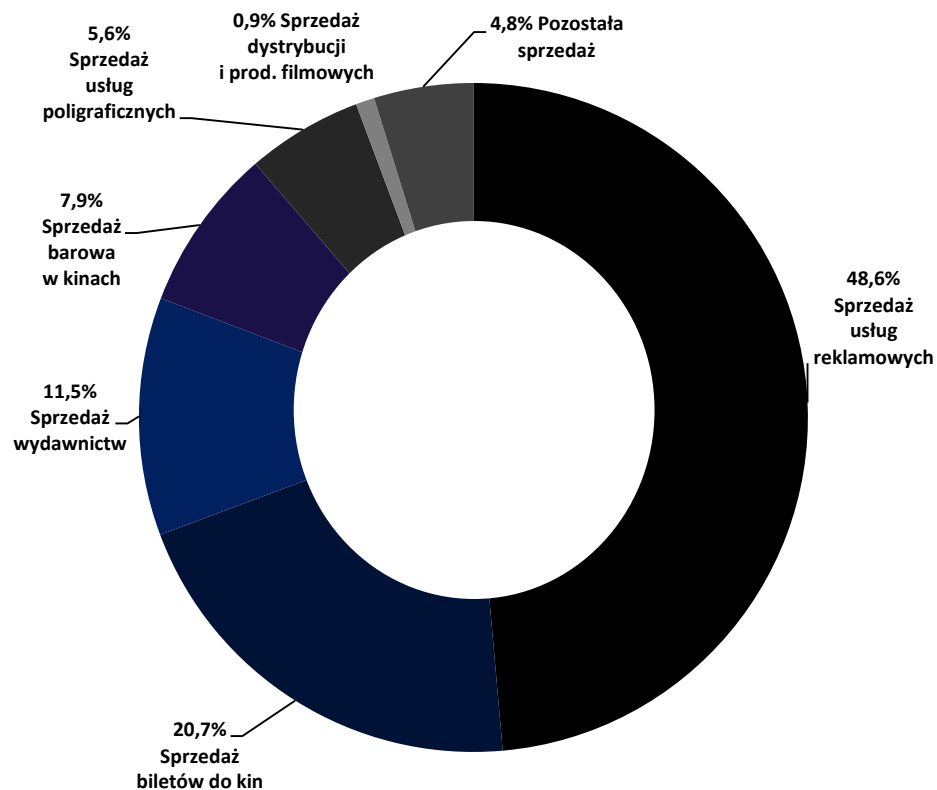


STRUKTURA AKCJONARIATU

PODZIAŁ PRZYCHODÓW W UJĘCIU SEGMENTOWYM¹



PODZIAŁ PRZYCHODÓW WEDŁUG GŁÓWNYCH KATEGORII



¹ podane kwoty obejmują tylko sprzedaż do klientów zewnętrznych;

² 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., z wyłączeniem kosztów powierzchni biurowej siedziby Spółki, które są alokowane na segmenty od pierwszego kwartału 2018 r.), Zarządu Agory S.A., spółek Agora TC Sp. z o.o. i Agora Finance Sp. z o.o., 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.

PODZIAŁ PRZYCHODÓW W UJĘCIU SEGMENTOWYM¹

	Film i Książka	Prasa	Internet	Reklama zewnętrzna	Radio	Druk	Pozycje uzgadniające ²	Razem
2018	403 007,0	205 109,0	174 387,0	170 353,0	112 244,0	70 330,0	5 728,0	1 141 158,0
udział %	35,3%	18,0%	15,3%	14,9%	9,8%	6,2%	0,5%	100,0%
2017	398 453,0	222 195,0	166 662,0	161 470,0	110 034,0	100 117,0	6 548,0	1 165 479,0
udział %	34,2%	19,1%	14,3%	13,9%	9,4%	8,6%	0,6%	100,0%

PODZIAŁ PRZYCHODÓW WEDŁUG GŁÓWNYCH KATEGORII

	Sprzedaż usług reklamowych	Sprzedaż biletów do kin	Sprzedaż wydawnictw	Sprzedaż barowa w kinach	Sprzedaż usług poligraficznych	Sprzedaż dystrybucji i produkcji filmowych	Sprzedaż pozostała	Razem
2018	554 514,0	236 429,0	131 110,0	90 162,0	63 730,0	10 450,0	54 763,0	1 141 158,0
udział %	48,6%	20,7%	11,5%	7,9%	5,6%	0,9%	4,8%	100,0%
2017	550 107,0	222 214,0	134 261,0	83 106,0	94 020,0	25 796,0	55 975,0	1 165 479,0
udział %	47,2%	19,1%	11,5%	7,1%	8,1%	2,2%	4,8%	100,0%

¹ Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF, 4. kw. 2018;

² podane kwoty obejmują tylko sprzedaż do klientów zewnętrznych;

² pozycje uzgadniające zawierają dane nieujęte w poszczególnych segmentach, m.in. koszty operacyjne oraz wynik na pozostałej działalności operacyjnej pionów wspomagających (scenarizowane funkcje technologiczne, administracyjno-finansowe, zarządzania zasobami ludzkimi itp., z wyłączeniem kosztów powierzchni biurowej siedziby Spółki, które są alokowane na segmenty od pierwszego kwartału 2018 r.), Zarządu Agory S.A., spółek Agora TC Sp. z o.o. i Agora Finanse Sp. z o.o., 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.

Wybrane spółki zależne (dane jednostkowe)	% posiadanych akcji/udziałów (efektywnie)	Przychody		Wynik netto	
		2018	2017	2018	2017
	100,0%	173 741	165 582	27 581	25 309
	100,0%	51 936	48 088	12 737	8 310
	100,0% ¹	108 706	107 961	3 914	3 880
	100,0% ²	9 655	10 470	348	864
	91,4%	367 915	352 989	32 345	19 832
	91,4% ³	14 490	31 584	(3 823)	1 745
	81,5%	93 310	68 773	5 731	4 041
	92,7%	14 251	18 625	(700)	531

w tys. zł

Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF, 4. kw. 2018 r.;

¹ pośrednio przez GRA Sp. z o.o.

² w dniu 30 października 2018 r. w Sądzie Rejonowym w Warszawie została zarejestrowana zmiana nazwy spółki Trader.com (Polska) Sp. z o.o. na Domiporta Sp. z o.o.;

³ pośrednio przez Helios S.A.

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	286 745	55 326	261 828	35 575	84 854	79 523	136 301	940 152

Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF 4. kw.2018r.

¹ pozycje uzgadniające zawierają głównie wartość siedziby Spółki (99 044 tys. zł) oraz pozostałe rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne pionów wspomagających Agory S.A. i Agory TC Sp. z o.o., nieujęte w poszczególnych segmentach oraz korekty konsolidacyjne.

FILM I KSIĄŻKA W 2018 R.

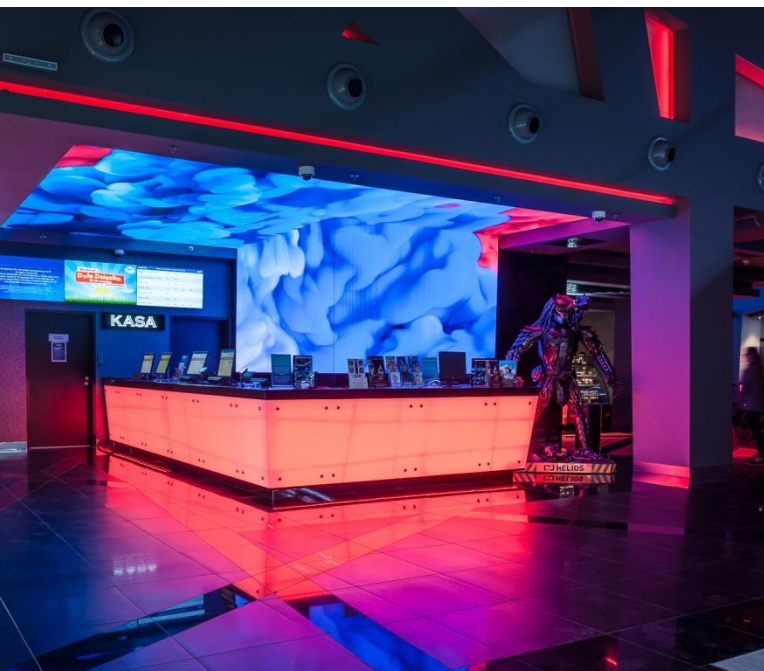


PRZYCHODY: 367,9 MLN ZŁ

PRZYCHODY: 14,5 MLN ZŁ

PRZYCHODY: 0,3 MLN ZŁ

PRZYCHODY: 12,7 MLN ZŁ



FOODIO CONCEPTS: PERSPEKTYWY ROZWOJU

PAPA DIEGO (PD) I VAN DOG (VD) – DOTYCHCZASOWE OTWARCIA

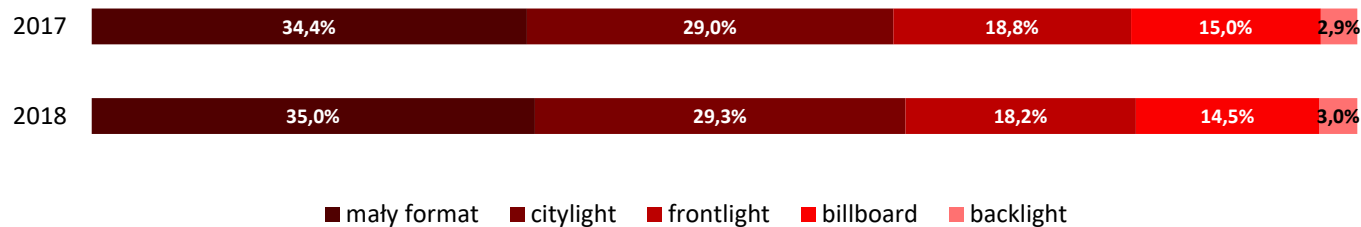
Miejsce	Otwarcie
Katowice (Libero) – PD	11.2018
Gdańsk (Forum) – PD	11. 2019
Poznań (Posnania) – PD	12.2019
Wołomin (CH Wołomin) – PD	02.2019
Katowice (Galeria Katowicka) – PD	02.2019
Opole (CH Karolinka) – PD	02.2019
Pruszków (Nowa Stacja) – PD	03.2019

PAPA DIEGO (PD) I VAN DOG (VD) – PLANOWANE OTWARCIA

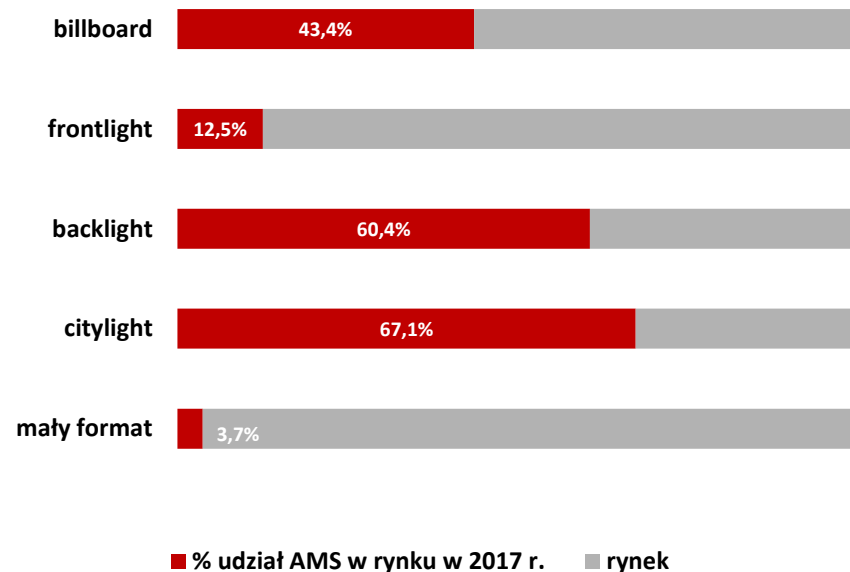
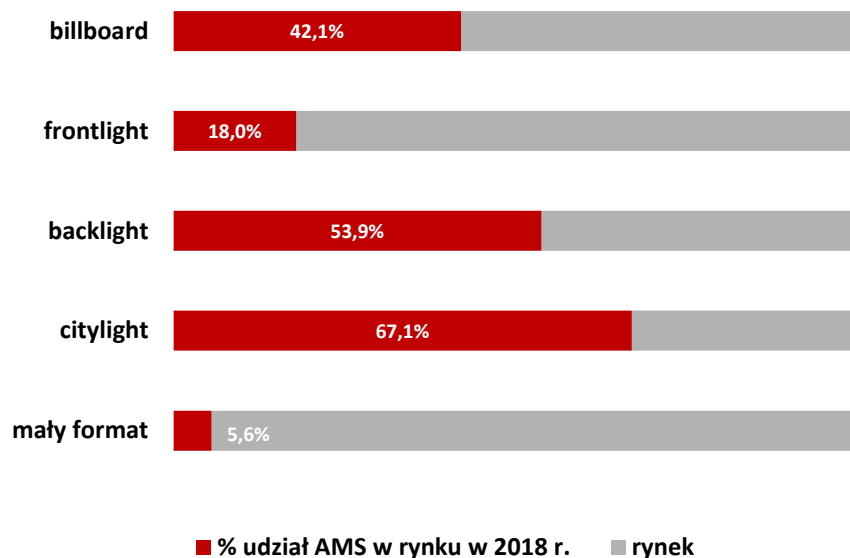
Miejsce	Otwarcie
Opole (Solaris) – PD	1. kw. 2019
Warszawa (Koneser) – PD, VD	1. kw. 2019
Gdańsk (Galeria Bałtycka) – PD	2. kw. 2019
Warszawa (Blue City) – PD, VD	2. kw. 2019
Warszawa (Młociny) – PD, VD	2. kw. 2019
Warszawa (Sadyba) – PD	2. kw. 2019
Radom (Słoneczna) – VD	2. kw. 2019
Gdynia (Riviera) – PD	2. kw. 2019
Łódź (Manufaktura) – PD	3. kw. 2019
Radom (Słoneczna) – PD	4. kw. 2019



UDZIAŁ POSZCZEGÓLNYCH TYPÓW NOŚNIKÓW W CAŁKOWITEJ LICZBIE NOŚNIKÓW NA RYNKU [w proc.]



UDZIAŁ AMS W RYNKU [w proc.]



BILANS



ZOBOWIĄZANIA



AKTYWA

RZIS



EBITDA



KOSZTY ODSETEK



KOSZTY NAJMU



AMORTYZACJA



EBIT



ZYSK NETTO

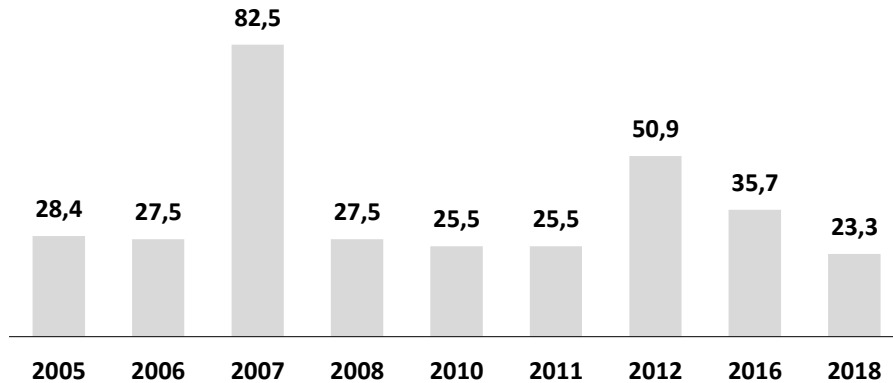
2019

450-470 MLN ZŁ - SZACOWANE AKTYWA I ZOBOWIĄZANIA Z TYTUŁU LEASINGU,
GŁÓWNIEM W SEGMENTCIE FILM I KSIĄŻKA

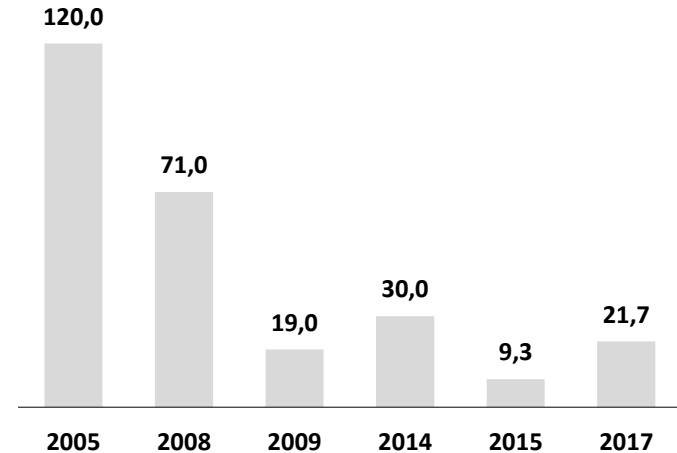
POLITYKA AGORY DOTYCZĄCA UDZIAŁU AKCJONARIUSZY W ZYSKU SPÓŁKI – DYWIDENDA W WYSOKOŚCI 0,5 ZŁ NA AKCJĘ

<p>326,8 MLN ZŁ WYPŁACONEJ DYWIDENDY</p>	+	<p>271,0 MLN ZŁ WYPŁACONYCH ŚRODKÓW W RAMACH PROGRAMÓW SKUPU AKCJI WŁASNYCH</p>	=	<p>W SUMIE 597,8 MLN ZŁ WYPŁACONYCH ŚRODKÓW W LATACH 2005 - 2018</p>
---	---	--	---	---

DYWIDENDA [mln Zł]



BUY BACK [mln Zł]



FIRMA	LICZBA AKCJI	% KAPITAŁU*	LICZBA GŁOSÓW	% GŁOSÓW*
Agora-Holding Sp. z o.o.	5 401 852	11.60%	22 528 252	35.36%
Akcje uprzywilejowane (A)	4 281 600	9.19%	21 408 000	33.60%
Powszechne Towarzystwo Emerytalne PZU S.A. (OFE PZU Złota Jesień i DFE PZU) (1)	7 594 611	16.30%	7 594 611	11.92%
w tym OFE PZU Złota Jesień	7 585 661	16.28%	7 585 661	11.91%
Media Development Investment Fund, Inc. (2)	5 350 000	11.49%	5 350 000	8.40%
Nationale-Nederlanden Powszechne Towarzystwo Emerytalne S.A. (3)	4 493 055	9.65%	4 493 055	7.05%
Free float	23 741 313	50.97%	23 741 313	37.27%
Kapitał zakładowy	46 580 831	100%	63 707 231	100%

(1) liczba akcji wg zawiadomienia akcjonariusza - stan na 27 grudnia 2012 r.

(2) zgodnie z formalnym zawiadomieniem otrzymanym w dniu 6 czerwca 2016 r.

(3) zgodnie z formalnym zawiadomieniem otrzymanym w dniu 9 czerwca 2016 r.

Stan na 15 grudnia 2017 r.

* wartość wyniku z przeliczenia udziałów przez Spółkę po zarejestrowaniu obniżenia kapitału zakładowego w dn. 23 sierpnia 2018 r.



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 S.A. ("Spółka"). Dane i informacje zawarte na poszczególnych slajdach nie przedstawiają pełnej ani spójnej analizy finansowej, prognozy ani szacunku wyników 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.