



**WYNIKI FINANSOWE I RYNKOWE
GRUPY AGORA
ZA 4. KWARTAŁ 2019 R.**

13 MARCA 2020 r.

	GRUPA AGORA W 2019 R.	STR. 3
	OTOCZENIE RYNKOWE	STR. 4
	WYNIKI FINANSOWE GRUPY AGORA	STR. 5
	WYNIKI ORAZ DZIAŁANIA ROZWOJOWE SEGMENTÓW OPERACYJNYCH GRUPY	STR. 7
	PODSUMOWANIE ZAŁOŻEŃ STRATEGICZNYCH	STR. 12
	ZAŁĄCZNIKI	STR. 13

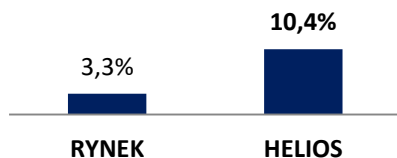
▶ Rekordowy wynik Helios S.A.

▶ Wzrost przychodów i poprawa rentowności grupy AMS

▶ Rekordowe przychody z działalności filmowej NEXT FILM

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

DYNAMIKA WZROSTU FREKWENCJI W 2019 R. [W MLN WIDZÓW]



WYRAŻ SIEBIE
LIDER REKLAMY OOH **ams**

next FILM

218,0 tys.

aktywnych subskrypcji cyfrowych Wyborcza.pl na koniec 2019 r.

20,0 tys.

subskrypcji Radia TOK FM na koniec 2019 r.

▶ Inwestycja w Eurozet Sp. z o.o.

▶ Inwestycja w rozwój cyfrowej reklamy DOOH – akwizycja Move TV

▶ Rozwój marki Pasibus

▶ Inwestycja w HRlink Sp. z o.o.

(eurozet)

move^{tv}
GRUPA AMS

PASIBUS
JEDZENIE U NAS TO SZTUKA

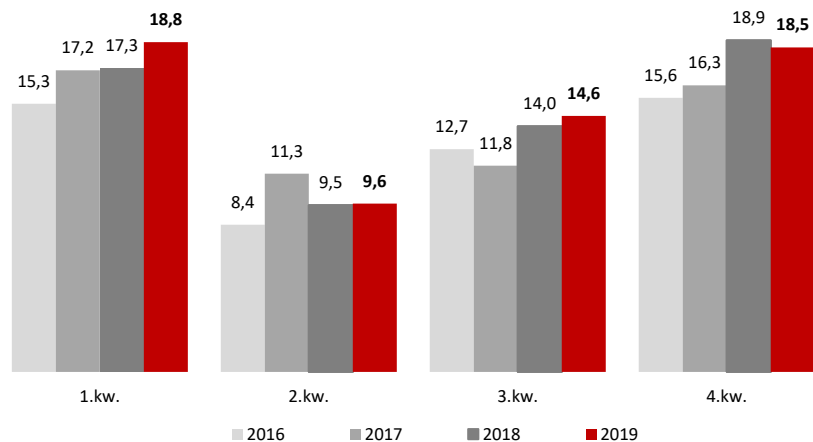
hrlink.pl

50 Technology Fast 50 2019 CE WINNER Deloitte

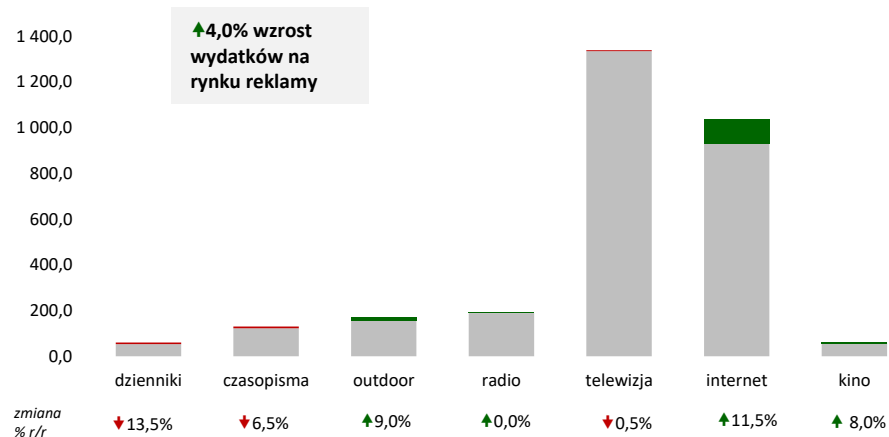
Laureate of the Deloitte 2019 Fast 50 ranking



FREKWENCJA W POLSKICH KINACH [MLN WIDZÓW]



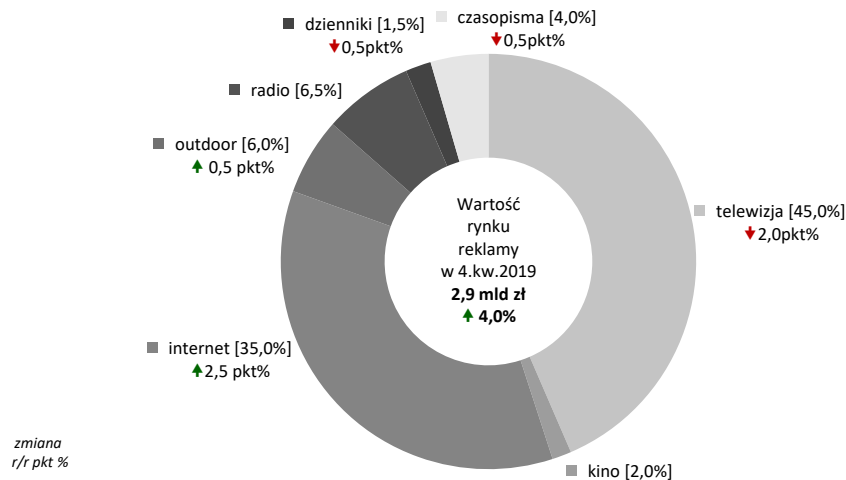
DYNAMIKA WYDATKÓW NA REKLAMĘ W 4. KW. 2019 R. [MLN ZŁ]



REKORDOWA FREKWENCJA 7. ROK Z RZĘDU [MLN WIDZÓW]

2019	61 701 366*
2018	59 731 881
2017	56 586 851
2016	51 998 029
2015	44 695 468
2014	40 452 557
2013	36 314 770

STRUKTURA RYNKU REKLAMY W 4. KW. 2019 R. [UDZIAŁ %]



WYNIKI FINANSOWE GRUPY AGORA W 4. KWARTALE 2019 R.

WZROST PRZYCHODÓW GŁÓWNIEM DZIĘKI WYŻSZYM WPŁYWOM ZE SPRZEDAŻY USŁUG REKLAMOWYCH ORAZ DZIAŁALNOŚCI GASTRONOMICZNEJ

w mln zł [bez MSSF 16]	4.kw.2019	4.kw.2018	% zmiany r/r	1-4.kw.2019	1-4.kw.2018	% zmiany r/r	
Przychody ze sprzedaży netto (1)	378,2	346,1	9,3%	1 249,7	1 141,2	9,5%	↑ wzrost przychodów ze sprzedaży usług reklamowych, głównie dzięki dynamicznemu rozwojowi spółki Yeldbird (segment Internet), rozwojowi ofert Premium Citylight i reklamy cyfrowej w segmencie Reklama Zewnętrzna oraz wyższej sprzedaży usług reklamowych w sieci kin Helios
Sprzedaż usług reklamowych	187,9	165,2	13,7%	579,7	554,5	4,5%	↑ wyższe przychody z pozostałej sprzedaży to głównie efekt wpływów z działalności gastronomicznej
Sprzedaż biletów do kin	79,0	80,2	(1,5%)	258,0	236,4	9,1%	↑ wyższe wpływy ze sprzedaży barowej w kinach sieci Helios dzięki wyższym średnim cenom w barach
Sprzedaż wydawnictw	37,9	36,2	4,7%	139,2	131,1	6,2%	↑ wyższe przychody ze sprzedaży wydawnictw, głównie w Wydawnictwie Agora oraz w segmencie Prasa, ze względu na wyższe wpływy ze sprzedaży prenumeraty cyfrowej <i>Gazety Wyborczej</i>
Sprzedaż barowa w kinach	33,7	31,3	7,7%	111,0	90,2	23,1%	↑ wyższe przychody z działalności filmowej w efekcie większej liczby nowych tytułów w dystrybucji kinowej
Sprzedaż usług poligraficznych	10,5	15,2	(30,9%)	47,2	63,7	(25,9%)	↓ nieznaczny spadek wpływów ze sprzedaży biletów z powodu niższej frekwencji
Przychody z działalności filmowej	4,0	2,5	60,0%	39,1	10,5	272,4%	↑ niższe wpływy ze sprzedaży usług poligraficznych ze względu na mniejszy wolumen zamówień oraz zamknięcie dwóch z trzech drukarni w lipcu 2019
Pozostała sprzedaż	25,2	15,5	62,6%	75,5	54,8	37,8%	↑ wzrost kosztów operacyjnych w segmentach Internet, Film i Książka oraz Reklama Zewnętrzna, przy ich niższym poziomie w segmentach Prasa oraz Radio
Koszty operacyjne netto, w tym:	(355,1)	(331,4)	7,2%	(1 232,3)	(1 140,3)	8,1%	↑ wzrost kosztów usług obcych to przede wszystkim efekt wyższych nakładów na dzierżawę powierzchni reklamowych w segmencie Internet, wyższych odpłatności za kopie filmowe i czynsze oraz wyższych kosztów działalności gastronomicznej w segmencie Film i Książka, a także wyższych kosztów usług obcych w segmencie Reklama Zewnętrzna
Usługi obce	(156,6)	(127,3)	23,0%	(522,0)	(438,7)	19,0%	↑ wyższe koszty reprezentacji i reklamy, głównie ze względu na wyższe nakłady promocyjne w segmentach Film i Książka oraz Reklama Zewnętrzna, przy ich spadku w segmentach Prasa, Internet oraz Radio
Wynagrodzenia i świadczenia	(89,0)	(87,3)	1,9%	(336,2)	(328,7)	2,3%	↑ wzrost kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników głównie w segmentach Film i Książka oraz Reklama Zewnętrzna, przy ich ograniczeniu w segmentach Prasa, oraz Internet
Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów	(39,5)	(42,3)	(6,6%)	(153,0)	(153,1)	(0,1%)	↑ wyższe koszty amortyzacji, głównie w segmencie Film i Książka ze względu na większą liczbę kin sieci Helios, rozwój działalności gastronomicznej oraz amortyzację wkładów koproducentkich w spółce NEXT FILM
Amortyzacja	(23,9)	(22,7)	5,3%	(89,9)	(87,6)	2,6%	↓ spadek kosztów zużycia materiałów i energii oraz wartości sprzedanych towarów i materiałów to głównie wynik ograniczenia działalności poligraficznej Grupy po zamknięciu dwóch drukarni
Reprezentacja i reklama	(27,7)	(23,2)	19,4%	(77,5)	(67,5)	14,8%	
Koszty restrukturyzacji (2)	-	-	-	(5,6)	(3,6)	55,6%	
Zysk ze sprzedaży nieruchomości (3)	-	-	-	-	13,9	-	
Odpisy na należności (4)	-	(4,0)	-	-	(20,3)	-	
Odpisy aktualizujące (5)	(7,5)	(10,1)	(25,7%)	(7,5)	(9,9)	(24,2%)	
Zysk/(strata) netto	12,2	2,3	430,4%	9,6	9,4	2,1%	
Wynik operacyjny - EBIT	23,1	14,7	57,1%	17,4	0,9	1 833,3%	
marża EBIT (EBIT/Przychody)	6,1%	4,2%	1,9pkt%	1,4%	0,1%	1,3pkt%	
EBITDA (6)	54,5	47,5	14,7%	114,8	98,4	16,7%	
marża EBITDA (EBITDA/Przychody)	14,4%	13,7%	0,7pkt%	9,2%	8,6%	0,6pkt%	
Koszty bez wpływu odpisu aktualizującego	(347,6)	(321,3)	8,2%	(1 224,8)	(1 130,4)	8,4%	
EBIT bez wpływu odpisu aktualizującego	30,6	24,8	23,4%	24,9	10,8	130,6%	

Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF, 4 kw. 2019 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 restrukturyzacji (w tym zwolnień grupowych) w segmencie Druk i w działach wspomagających w 1. kw. 2019 r.; w 2018 r. dotyczy zwolnienia grupowego w segmencie Druk w 1. kw. 2018 r. i kosztów zwolnień związanych z restrukturyzacją pionu Czasopisma w drugim kwartale 2018 r.;

³ dotyczy zysku osiągniętego przez spółkę Agora S.A. w wyniku transakcji sprzedaży nieruchomości położonych w Gdańsku i w Warszawie w 1. kw. 2018 r.;

⁴ kwota zawiera odpisy aktualizujące należności od RUCH S.A. objęte przyspieszonym postępowaniem układowym (p.p.u.);

⁵ podane kwoty obejmują odpisy aktualizujące z tytułu utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych, w 2019 r. odpisy dotyczyły głównie wartości niematerialnych GoldenLine, w 2018 r. odpisy dotyczyły głównie domeny GoldenLine i tytułu prasowego Ładny Dom;

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.

2018 r.

2019 r.

Zdarzenia mające wpływ na wynik operacyjny Grupy Agora

13,9 mln zł - zysk ze sprzedaży nieruchomości

(5,6) mln zł rezerwa związana z restrukturyzacją działalności poligraficznej (druk i technologia)

(3,6) mln zł rezerwa z tytułu zwolnień grupowych oraz restrukturyzacji (czasopisma i druk)

(7,5) mln zł odpis wartości aktywów GoldenLine Sp. z o.o.

(20,3) mln zł odpisy aktualizujące należności objęte przyśpieszonym postępowaniem układowym RUCH S.A.

(9,9) mln zł odpis aktualizujący wartość aktywów (segment Internet i czasopisma)

W sumie: **(19,9) mln zł**

W sumie: **(13,1) mln zł**

Zdarzenia mające wpływ na wynik netto Grupy Agora

22,6 mln zł zysk ze sprzedaży akcji Stopklatka S. A.

7,0 mln zł aktualizacja wartości 48 udziałów HRlink Sp. z o.o. do wartości godziwej

w mln zł [bez MSSF 16]	4.kw.2019	4.kw.2018	% zmiany r/r	1-4.kw.2019	1-4.kw.2018	% zmiany r/r
Łączne przychody, w tym:	156,9	141,0	11,3%	521,5	419,1	24,4%
Przychody ze sprzedaży biletów do kina	79,1	80,2	(1,4%)	258,1	236,6	9,1%
Przychody ze sprzedaży barowej	33,7	31,3	7,7%	111,0	90,2	23,1%
Przychody ze sprzedaży reklam w kinach (1)	13,1	10,4	26,0%	35,6	30,2	17,9%
Przychody z działalności filmowej (1), (2), (6)	4,9	3,2	53,1%	42,0	12,0	250,0%
Przychody z działalności Wydawnictwa	15,7	12,7	23,6%	48,3	40,7	18,7%
Razem koszty operacyjne (3), (4)	(141,9)	(121,6)	16,7%	(484,0)	(385,7)	25,5%
EBIT	15,0	19,4	(22,7%)	37,5	33,4	12,3%
marża EBIT	9,6%	13,8%	(4,2pkt%)	7,2%	8,0%	(0,8pkt%)
EBITDA (4)	24,5	26,8	(8,6%)	71,2	63,6	11,9%
marża EBITDA	15,6%	19,0%	(3,4pkt%)	13,7%	15,2%	(1,5pkt%)

- ▲ wzrost przychodów segmentu, głównie ze względu na wyższe przychody z działalności gastronomicznej, a także wyższe wpływy z działalności kinowej, zwłaszcza dzięki wzrostowi wpływów ze sprzedaży barowej oraz reklam w kinach
- ▲ wzrost wpływów ze sprzedaży barowej ze względu na wyższe średnie ceny w barach kinowych
- ▲ wyższe przychody z tytułu sprzedaży reklam w kinach, głównie ze względu na wzrost liczby nowych klientów oraz wyższą liczbę kampanii reklamowych rozliczanych w barterze w porównaniu z 4.kw.2018 r.
- ▼ niższe przychody ze sprzedaży biletów do kina ze względu na minimalnie niższą frekwencję niż w analogicznym okresie rok wcześniej
- ▲ wyższe przychody Wydawnictwa Agora, głównie ze względu na wyższe wpływy ze sprzedaży książek oraz z działalności muzycznej
- ▲ wyższe wpływy z działalności filmowej w efekcie większej liczby nowych tytułów w dystrybucji
- ▲ wyższe koszty usług obcych w związku z wyższymi czynszami i rozliczeniem kosztów związanych z wprowadzeniem do kin przez spółkę NEXT FILM nowych tytułów
- ▲ wyższe koszty zużycia materiałów i energii oraz wartości sprzedanych towarów i materiałów w związku z rozwojem działalności gastronomicznej, wyższą sprzedażą w barach kinowych i większą liczbą kin
- ▲ wyższe koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników ze względu na wzrost zatrudnienia związany z większą liczbą kin sieci Helios, wzrost minimalnej stawki godzinowej oraz rozwój działalności gastronomicznej
- ▲ wzrost kosztów działalności Wydawnictwa Agora związany z wyższymi wpływami ze sprzedaży książek oraz działalnością muzyczną
- ▲ wyższe koszty reklamy i reprezentacji ze względu na koszty poniesione w związku z promocją filmów, których premiera odbyła się w 4. kw. 2019 r. i 1.kw. 2020 r.

DZIAŁALNOŚĆ FILMOWA NEXT FILM W 2019 R. – REKORDOWA LICZBA BLISKO 4,9 MLN WIDZÓW

UNDERDOG [904,8 TYS. WIDZÓW]
MISZMASZ, CZYLI KOGEL MOGEL 3 [2,4 MLN WIDZÓW]
CAŁE SZCZĘŚCIE [484,9 TYS. WIDZÓW]
SŁODKI KONIEC DNIA [142,8 TYS. WIDZÓW]
NA BANK SIĘ UDA [285,7 TYS. WIDZÓW]
IKAR – LEGENDA MIETKA KOSZA [86,7 TYS. WIDZÓW]
UKRYTA GRA [191,3 TYS. WIDZÓW]
PIŁSUDSKI [359,4 TYS. WIDZÓW]
KULT. FILM [26,9 TYS. WIDZÓW]

28,7%

udział NEXT FILM w widowni
polskich filmów



GRUPA HELIOS W 2019 R.

Otwarcie 3 nowych kin, w tym pierwszego w Warszawie

Rozwój konceptu Premium – 13 sal Helios Dream
(7 w nowo otwartych oraz 6 adaptowanych w istniejących kinach)

Wzrost udziału Heliosa w liczbie sprzedanych biletów - do
blisko 23%

49

kin w sieci

277

ekranów

52 400

miejsc

Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF, 4. kw. 2019;

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;

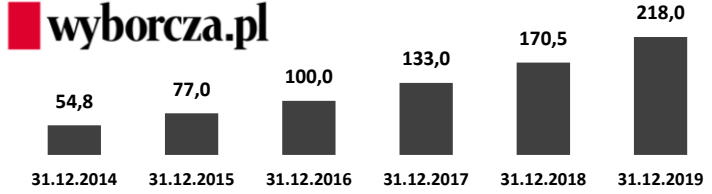
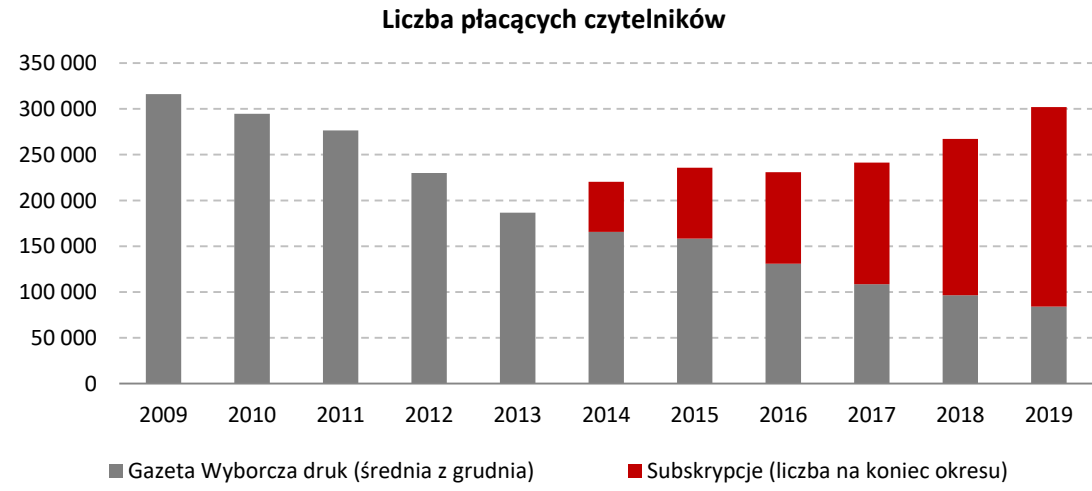
⁴ z przychodów z działalności filmowej i kosztów usług obcych wyeliminowane zostały transakcje wzajemne w obrębie grupy Helios: między spółką Helios S.A. a NEXT FILM Sp. z o.o.

PRASA: WZROST PRZYCHODÓW ZE SPRZEDAŻY WYDAWNICTW

w mln zł [bez MSSF 16]	4.kw.2019	4.kw.2018	% zmiany r/r	1-4.kw.2019	1-4.kw.2018	% zmiany r/r
Łączne przychody, w tym:	64,1	75,1	(14,6%)	254,7	285,5	(10,8%)
Przychody ze sprzedaży wydawnictw, w tym:	28,9	28,8	0,3%	109,7	106,8	2,7%
Gazeta Wyborcza	26,3	25,9	1,5%	98,3	92,3	6,5%
Czasopisma i Magazyny (4)	2,5	2,8	(10,7%)	11,2	14,0	(20,0%)
Przychody ze sprzedaży reklam, w tym: (1), (2)	22,6	28,1	(19,6%)	84,8	101,7	(16,6%)
Gazeta Wyborcza (3)	19,1	22,4	(14,7%)	71,5	80,9	(11,6%)
Czasopisma i Magazyny (4)	3,5	5,4	(35,2%)	13,1	20,6	(36,4%)
Przychody ze sprzedaży usług poligraficznych (5)	10,5	15,2	(30,9%)	47,2	63,7	(25,9%)
Razem koszty operacyjne (6)	(57,5)	(82,3)	(30,1%)	(260,1)	(319,0)	(18,5%)
EBIT	6,6	(7,2)	-	(5,4)	(33,5)	83,9%
marża EBIT	10,3%	(9,6%)	19,9pkt%	(2,1%)	(11,7%)	9,6pkt%
EBITDA	7,7	(1,4)	-	2,1	(21,4)	-
marża EBITDA	12,0%	(1,9%)	13,9pkt%	0,8%	(7,5%)	8,3pkt%
Koszty bez odpisów i restrukturyzacji (7)	(57,5)	(76,0)	(24,3%)	(255,2)	(292,8)	(12,8%)
EBIT bez odpisów i restrukturyzacji (7)	6,6	(0,9)	-	(0,5)	(7,3)	93,2%
EBITDA bez odpisów i restrukturyzacji (7)	7,7	2,6	196,2%	7,0	2,5	180,0%

- ♦ niższe wpływy segmentu, głównie z powodu niższych przychodów reklamowych *Gazety Wyborczej* i czasopism oraz zmniejszenia skali działalności poligraficznej Agory
- ▲ wzrost przychodów ze sprzedaży wydawnictw to efekt wyższych wpływów ze sprzedaży prenumerat cyfrowych *Gazety Wyborczej*
- ♦ niższe wpływy ze sprzedaży usług poligraficznych wynikające z zamknięcia w lipcu 2019 r. dwóch z trzech drukarni oraz niższego wolumenu zamówień
- ♦ niższe koszty materiałów, energii, towarów i usług ze względu na ograniczenie działalności poligraficznej, niższy wolumen druku *Gazety Wyborczej* oraz mniejszą liczbę wydawanych periodyków
- ▼ niższe koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników ze względu na niższy poziom zatrudnienia
- ▼ niższe koszty amortyzacji ze względu na zakończenie działalności dwóch z trzech drukarni
- ▼ niższe koszty reprezentacji i reklamy zarówno w *Gazecie Wyborczej*, jak i w czasopiśmie

DYNAMICZNY ROZWÓJ SUBSKRYPCJI WYBORCZA.PL I DALSZE OGRANICZANIE PORTFELA MAŁO PERSPEKTYWICZNYCH WYDAWNICTW PAPIEROWYCH



- ▶ **Rekordowa liczba prenumerat cyfrowych *Gazety Wyborczej***
- ▶ **61% automatycznych subskrypcji cyfrowych na koniec 4. kw. 2019 r.**
- ▶ **Przychody cyfrowe *Gazety Wyborczej* w 2019 r. stanowiły 24% całkowitych przychodów dziennika**
- ▶ **Średni przychód miesięczny od subskrybenta, który nabył prenumeratę na Wyborcza.pl [ARPU] w 2019 r. wynosił 14,0 zł – wzrost o 37% r/r**

Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF, 4. kw. 2019 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 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 2018 r. zostały odpowiednio przekształcone;

⁴ podane kwoty zawierają przychody czasopism i magazynów *Gazety Wyborczej*. Dane porównawcze za 2018 r. zostały odpowiednio przekształcone;

⁵ od 3.kw.2019 r. działalność poligraficzna nie jest prezentowana w ramach odrębnego segmentu-wygaszenie działalności 2 z 3 drukarni funkcjonujących w Grupie Agora. Drukarnia w Warszawie, która kontynuuje działalność świadczy głównie usługi druku na potrzeby *Gazety Wyborczej* i została włączona w strukturę segmentu Prasa. Podane kwoty zawierają przychody uzyskiwane ze świadczenia usług na rzecz Klientów zewnętrznych; dane porównawcze za 2018 r. zostały odpowiednio przekształcone;

⁶ dane uwzględniają alokację kosztów powierzonej biurowej zajmowanej przez pion *Gazety Wyborczej* i pion *Czasopisma* oraz koszty działalności poligraficznej w 4.kw.2019 r. w wysokości 18,5 mln zł oraz w całym 2019 r. w wysokości 62,0 mln zł;

⁷ dane nie uwzględniają odpisu należności Ruch S.A. oraz kosztów restrukturyzacji w pionie *Czasopisma* i odpisu wartości jednego z czasopism

w mln zł [bez MSSF 16]	4.kw.2019	4.kw.2018	% zmiany r/r	1-4.kw.2019	1-4.kw.2018	% zmiany r/r
łącznie przychody, w tym (1):	55,6	51,4	8,2%	184,3	171,9	7,2%
Przychody ze sprzedaży reklam (2)	53,6	50,9	5,3%	180,5	170,2	6,1%
Razem koszty operacyjne (1)	(43,7)	(40,6)	7,6%	(154,4)	(144,9)	6,6%
EBIT	11,9	10,8	10,2%	29,9	27,0	10,7%
marża EBIT	21,4%	21,0%	0,4pkt%	16,2%	15,7%	0,5pkt%
EBITDA (3)	17,0	15,9	6,9%	49,5	46,7	6,0%
marża EBITDA	30,6%	30,9%	(0,3pkt%)	26,9%	27,2%	(0,3pkt%)
EBIT (bez Move TV)	10,6	10,8	(2,1%)	28,7	27,0	6,4%
marża EBIT (bez Move TV)	19,8%	21,0%	(1,2pkt%)	15,9%	15,7%	0,2pkt%
EBITDA (bez Move TV)	15,6	15,9	(1,6%)	48,2	46,7	3,3%
marża EBITDA (bez Move TV)	29,4%	30,9%	(1,5pkt%)	26,7%	27,2%	(0,5pkt%)

- ↑ wzrost przychodów segmentu dzięki kampaniom zrealizowanym na nośnikach Citylight Premium oraz Digital, w tym na platformie Move TV
- ↑ wzrost kosztów utrzymania systemu w związku z wyższymi kosztami dzierżawy powierzchni reklamowych na wiatkach w Poznaniu, wyższymi kosztami usług podwykonawców oraz wzrostem kosztów oświetlenia nośników reklamowych
- ↓ niższe koszty realizacji kampanii w związku z niższymi kosztami wymiany plakatów, mniejszą liczbą projektów niestandardowych oraz kampanii zrealizowanych na środkach komunikacji miejskiej
- ↑ wyższe koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników to efekt planów motywacyjnych oraz wyższych kosztów szkoleń

AKWIZYCJA W OBSZARZE DOOH

Move TV to platforma Video out of Home o zasięgu ogólnopolskim obecna w największych sieciach i klubach fitness. Na ekranach własnych oraz partnerów przedstawia personalizowany контент, dobrany do potrzeb ćwiczącego odbiorcy oraz reklamodawców. Partner takich sieci, jak: Zdrofit, Fabryka Formy czy My Fitness Place i Calypso



zakup 60% udziałów w spółce Piano Group, operatorze platformy Move TV w sektorze VOOH (video out of home)



14,9 mln zł szacowana cena nabycia ustalona na podstawie wyniku EBITDA za 2019 r. i uzgodnionego mnożnika, pomniejszona o dług netto



opcja call – uprawnienie AMS do nabycia wszystkich pozostałych udziałów Piano Group po zatwierdzeniu sprawozdań finansowych za 2021 r. lub 2022 r., nie później niż do 2023 r.



opcja put – uprawnienie sprzedających do zbycia 50% pozostałych udziałów w Piano Group po zatwierdzeniu sprawozdań finansowych za 2021 r. lub wszystkich pozostałych udziałów po zatwierdzeniu sprawozdań finansowych za 2022 r.

	NOŚNIKI	LOKALIZACJE
Polska	800	225
Zagranica	179	20

Rynek DOOH wzrósł w 2019 r. o 15,5% do poziomu 65,0 mln zł, co stanowi już 11 % rynku OOH w Polsce

8-10%* - tyle średniorocznie będzie rósł rynek DOOH

60-70%* - o tyle wzrośnie rynek Indoor DOOH do 2023 r.

Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF, 4. kw. 2019 r.;

¹ podane kwoty obejmują również od przychody i koszty Piano Group Sp. z o.o za okres od 1 lipca 2019 r.; dane za poprzednie okresy nie zostały przekształcone;

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;

³ podane kwoty zawierają odwrócenia odpisów z tytułu utraty wartości aktywów trwałych uwzględniane w wyliczeniu wskaźnika EBITDA.

* Źródło: dane własne, Rynek fitness w Polsce w 2018 r, Deloitte

w mln zł [bez MSSF 16]	4.kw.2019	4.kw.2018	% zmiany r/r	1-4.kw.2019	1-4.kw.2018	% zmiany r/r
Łączne przychody, w tym:	74,7	51,3	45,6%	209,0	177,8	17,5%
Przychody ze sprzedaży reklam internetowych (1)	52,0	26,5	96,2%	141,9	93,3	52,1%
Razem koszty operacyjne (2)	(70,3)	(48,4)	45,2%	(194,7)	(162,2)	20,0%
EBIT	4,4	2,9	51,7%	14,3	15,6	(8,3%)
marża EBIT	5,9%	5,7%	0,2pkt%	6,8%	8,8%	(2,0pkt%)
EBITDA	13,9	12,1	14,9%	28,9	28,4	1,8%
marża EBITDA	18,6%	23,6%	(5,0pkt%)	13,8%	16,0%	(2,2pkt%)
EBIT (bez odpisów)	11,8	10,4	13,5%	21,7	23,1	(6,1%)
marża EBIT (bez odpisów)	15,8%	20,3%	(4,5pkt%)	10,4%	13,0%	(2,6pkt%)
EBITDA (bez odpisów)	13,9	12,1	14,9%	28,9	28,4	1,8%
marża EBITDA (bez odpisów)	18,6%	23,6%	(5,0pkt%)	13,8%	16,0%	(2,2pkt%)

- ▲ wyższe przychody segmentu to efekt wyższych wpływów ze sprzedaży reklam internetowych, odnotowanych głównie w spółce Yieldbird
- ▲ wyższe koszty operacyjne to rezultat wyższych wydatków na usługi obce związane z wyższymi kosztami dzierżawy powierzchni reklamowych, głównie w spółce Yieldbird
- ▼ niższe koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników to efekt niższego zatrudnienia w segmencie
- ▼ niższe koszty reprezentacji i reklamy dzięki niższemu wydatkom na promocję serwisów Gazeta.pl i Domiporta.pl

YIELDBIRD

Od lat konsekwentnie zwiększa skalę swojej działalności i rozwija innowacyjne usługi. Najważniejsze projekty w 2019 r. to automatyzacja optymalizacji w oparciu o AI/Machine Learning oraz wprowadzenie produktów SaaS. W lipcu 2019 r. spółka otrzymała decyzję o przyznaniu 3,8 mln zł dotacji z NCBiR na opracowanie i wdrożenie innowacyjnego systemu zarządzania sprzedażą powierzchni reklamowej wydawców internetowych w czasie rzeczywistym. W październiku 2019 r. spółka Yieldbird dołączyła do IAB Europe – wiodącej organizacji zrzeszającej podmioty europejskiego ekosystemu reklamy cyfrowej.

hrlink.pl

Specjalizuje się w optymalizacji i unowocześnianiu procesów e-rekrutacji. Firma ogranicza czas i koszty klientów, udostępniając im nowoczesne i bezpieczne narzędzie informatyczne w modelu SaaS – platformę HRlink.pl. Brokerski model współpracy pozwala HRlink.pl oferować unikalne pakiety usług w konkurencyjnych cenach. W 2019 r. firma została wyróżniona w prestiżowym zestawieniu Deloitte „Technology Fast 50 CE” z 509% dynamiką wzrostu przychodów w latach 2015-2018. Agora S.A. jest akcjonariuszem HRLink Sp. z o.o. (wcześniej Online Technologies HR) od 2012 r., a we wrześniu 2019 r. została większościowym udziałowcem tej firmy.

Rekordowe przychody spółki Yieldbird

[w mln PLN]	2019	2018
Przychody	141,9	93,3
Koszty wraz z dz. oper.	133,9	86,7
EBIT	7,9	6,6
EBITDA	8,8	7,0

[w mln PLN]	2019	2018
Przychody	7,7	5,5
Koszty wraz z dz. oper.	8,4	5,4
EBIT	(0,7)	0,1
EBITDA	(0,4)	0,3

Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF, 4. kw. 2019 r.;

¹ 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 pionem Internet, Domiporta Sp. z o.o., Yieldbird Sp. z o.o., GoldenLine Sp. z o.o., Optimizers Sp. z o.o. (do 30.06.2019 r.) oraz Online Technologies HR Sp. z o.o. za okres od 1 września 2019 r.;

² dane całkowite przychody ze sprzedaży w spółce Yieldbird

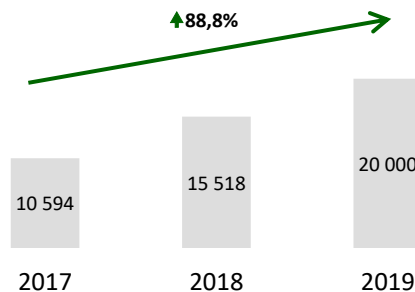
³ dane uwzględniają alokację kosztów powierzchni biurowej zajmowanej przez pion Internet Agory;

⁴ podane kwoty zawierają odpisy z tytułu utraty wartości aktywów trwałych segmentu (w 2019 r. odpisy dotyczyły spółki GoldenLine, w 2018 r. odpisy dotyczyły głównie domeny GoldenLine.pl).

w mln zł [bez MSSF 16]	4.kw.2019	4.kw.2018	% zmiany r/r	1-4.kw.2019	1-4.kw.2018	% zmiany r/r
łącznie przychody, w tym:	37,5	38,1	(1,6%)	113,1	116,0	(2,5%)
Przychody ze sprzedaży reklamy radiowej (1), (2)	28,6	29,7	(3,7%)	90,2	95,6	(5,6%)
Razem koszty operacyjne (2)	(30,4)	(30,8)	(1,3%)	(98,9)	(98,8)	(0,1%)
EBIT	7,1	7,3	(2,7%)	14,2	17,2	(17,4%)
marża EBIT	18,9%	19,2%	(0,3pkt%)	12,6%	14,8%	(2,2pkt%)
EBITDA	8,2	8,4	(2,4%)	18,5	21,3	(13,1%)
marża EBITDA	21,9%	22,0%	(0,1pkt%)	16,4%	18,4%	(2,0pkt%)

- ▼ spadek przychodów segmentu ze względu na niższe wpływy z pośrednictwa w sprzedaży czasu antenowego w stacjach innych nadawców
- ▼ niższe koszty usług obcych w efekcie niższych nakładów na pośrednictwo w sprzedaży czasu antenowego w stacjach innych nadawców, przy wyższych kosztach związanych z usługą pośrednictwa w sprzedaży dla sieci kin Helios
- ▲ wyższe koszty reprezentacji i reklamy ze względu na nakłady na kampanię promocyjną Radia Złote Przeboje, Rock Radio i Radia Pogoda oraz wyższe wydatki w obszarze sprzedaży
- ▲ wyższe koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników to efekt wyższych wynagrodzeń stałych, zmiennych oraz kursów i szkoleń

PLATNE SUBSKRYPCJE PREMIUM TOK FM NA KONIEC GRUDNIA 2019 R.



Według danych Voxnest, Polska jest w pierwszej 10. najszybciej rozwijających się rynków podcastów na świecie.

CZAS NA PODCASTY!

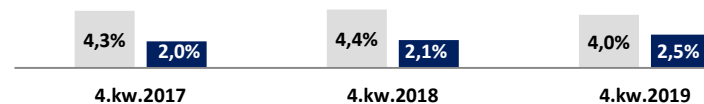
BADANIE POLSKICH ODBIORCÓW PODCASTÓW

co trzeci internauta w Polsce słucha podcastów

27%

miesięczny zasięg słuchaczy podcastów w Polsce

UDZIAŁ % W SŁUCHALNOŚCI³



■ stacje muzyczne (Radio Złote Przeboje, Rock Radio, Radio Pogoda) ■ Radio TOK FM

Wrzesień 2019 - podjęcie przez Agorę decyzji o zamiarze wykonania opcji kupna 60% udziałów spółki Eurozet sp. z o.o.

Październik 2019 – złożenie przez Agorę wniosku o zgodę na koncentrację do Prezesa UOKiK

(eurozet)



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;

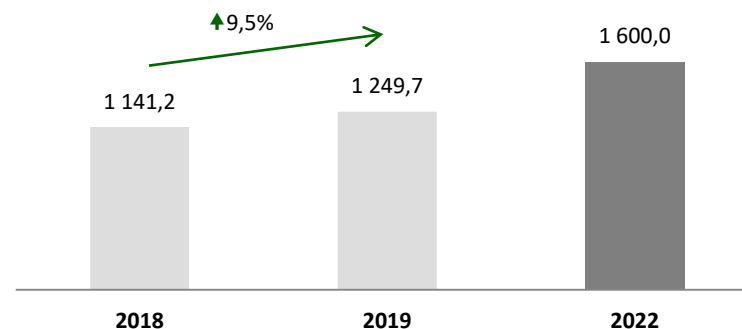
³ dane o udziałach w słuchalności pochodzą z badania RadioTrack, przeprowadzanego przez firmę MillwardBrown SMG/KRC (wszystkich miejsc słuchania, wszystkich dni słuchania i wszystkich kwadransów) w całej populacji i grupie wiekowej 15+ za październik-grudzień: próba dla 2018 r.: 20 903; dla 2019 r.: 20 997; za okres styczeń-grudzień: próba dla 2018 r.: 83 404; dla 2019 r.: 84 024.

PRZYSPIESZENIE ROZWOJU I WZROST SKALI GRUPY AGORA

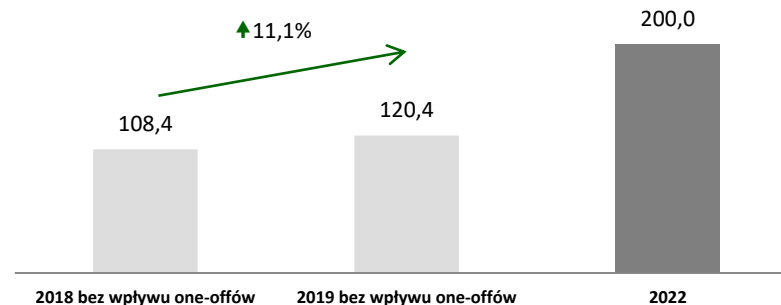
CYFRYZACJA, OFERTA PREMIUM, DYWERSYFIKACJA ŹRÓDEŁ PRZYCHODÓW

-  **LIDER TREŚCI PREMIUM W MODELU SUBSKRYPCYJNYM**
– 218 TYS. SUBSKRYBENTÓW WYBORCZA.PL I 20 TYS. SUBSKRYBENTÓW PREMIUM TOK FM NA KONIEC 2019 R.
-  **WZROST ORGANICZNY, UMACNIANIE POZYCJI SIECI KIN HELIOS ORAZ ROZWÓJ KONCEPTU PREMIUM HELIOS DREAM**
-  **STAŁE POSZERZANIE OFERTY NOŚNIKÓW PREMIUM I CYFROWYCH PRZEZ SPÓŁKĘ AMS – AKWIZYCJA MOVE TV**
-  **UTRZYMANIE TRENDU WZROSTOWEGO W SPÓŁCE YELDBIRD**
-  **USŁUGI B2B DLA E-COMMERCE – INWESTYCJA W HRLINK SP Z O.O. W 2019 R.**
-  **RADIO – ZAKUP 40% PAKIETU UDZIAŁÓW W GRUPIE EUROZET I ZŁOŻENIE WNIOSKU O ZGODĘ PREZESA UOKIK NA ZAKUP KOLEJNYCH 60%**
-  **GASTRONOMIA – PODPISANIE UMOWY INWESTYCYJNEJ I ROZWÓJ MARKI PASIBUS, A TAKŻE PRACA NAD ROZWOJEM LOKALI DZIAŁAJĄCYCH POD MARKĄ WŁASNĄ PAPA DIEGO**
-  **DRUK – RESTRUKTURYZACJA I OGRANICZENIE SKALI DZIAŁALNOŚCI POLIGRAFICZNEJ**

PRZYCHODY [W MLN ZŁ]



EBITDA BEZ MSSF 16 [W MLN ZŁ]



ZAŁĄCZNIKI

KINO: ROZWÓJ KONCEPTU HELIOS DREAM

LOKALIZACJA	OTWARCIE	EKRANY	MIEJSCA
GDAŃSK	2. KW. 2018	2	92
KATOWICE	3. KW. 2018	2	154
WARSZAWA	1. KW. 2019	3	203
RADOM	3. KW. 2019	1	158
RZESZÓW	3. KW. 2019	1	60
ŁÓDŹ	4. KW. 2019	2	243
POZNAŃ	4. KW. 2019	2	225

13

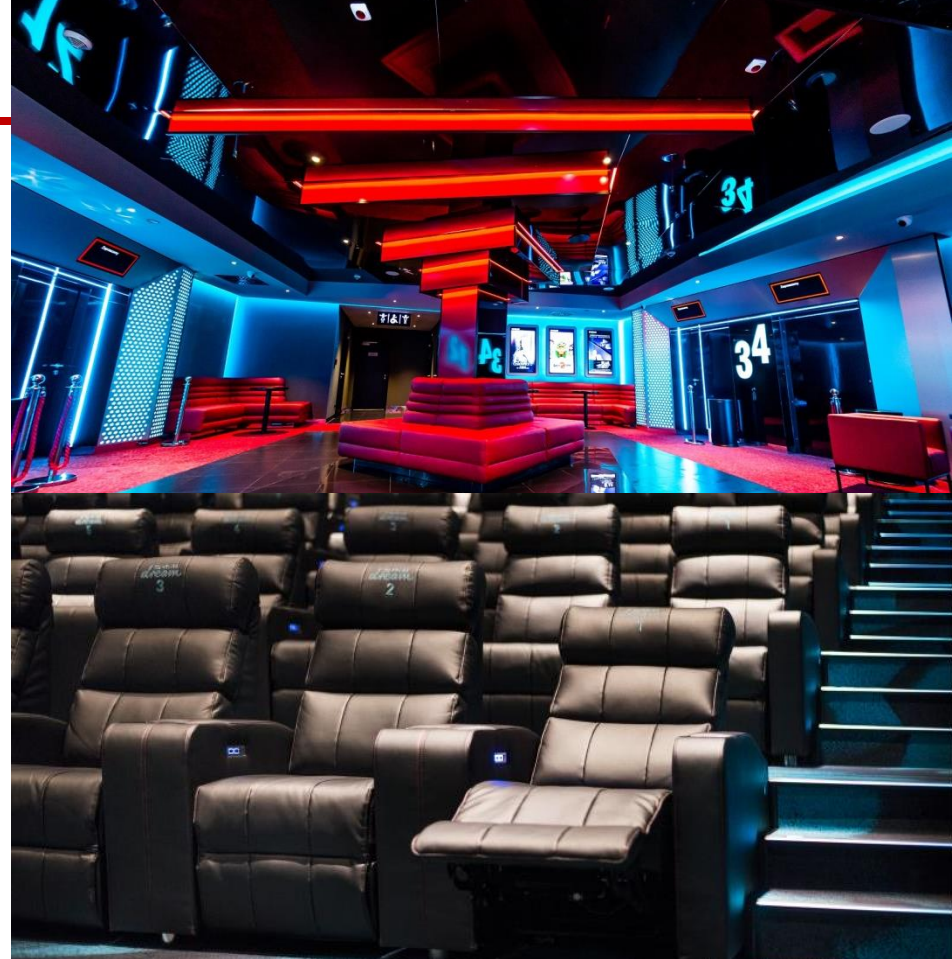
uruchomionych sal
Helios Dream
w ciągu 18 miesięcy

3 x

większe wypełnienie
niż w standardowej
sali

27 zł

średnia
cena biletu



HELIOS
dream

Wymarzone miejsce na film

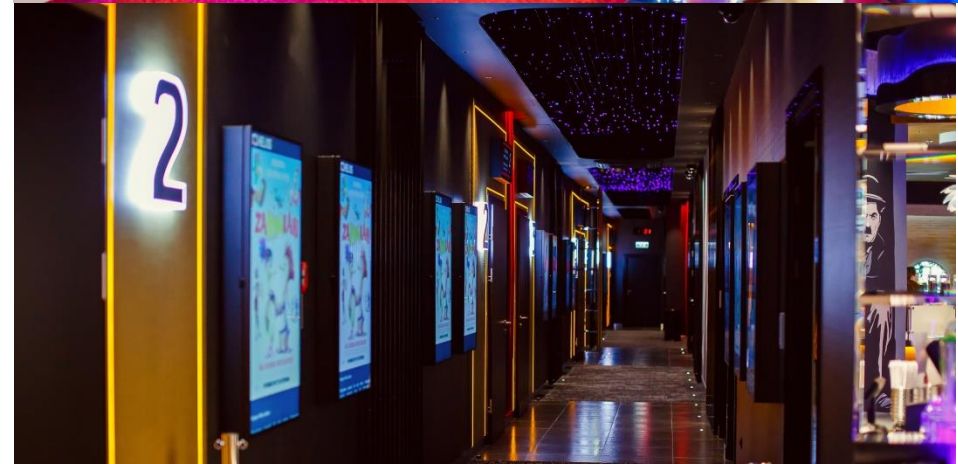
CHRISTIE 4K

DOLBY ATMOS

KINO: LOW COST

LOKALIZACJA	OTWARCIE	KONWESRJA NA LOWCOST	EKRANY	MIEJSCA
BYDGOSZCZ	2012	2018	7	1110
GDAŃSK ALFA	2003	2019	8	1712
GDAŃSK METROPOLIA	2016	2019	7	1074
SZCZECIN KUPIEC	2003	2018	4	1114
SOSNOWIEC	2005	2018	4	1213
STARACHOWICE	2014	2019	4	637
KATOWICE	2018	2019	8	1129
KIELCE	2003	2019	7	1595

* Stan na 31.12.2019r.



OBECNIE DZIAŁAJĄCE LOKALE PAPA DIEGO/VAN DOG

KATOWICE (LIBERO) – PD	11.2018
GDAŃSK (FORUM) – PD	11.2019
POZNAŃ (POSNANIA) – PD	12.2019
KATOWICE (GALERIA KATOWICKA) – PD	02.2019
GDAŃSK (GALERIA BAŁTYCKA) – PD	04.2019
WARSZAWA (KONESER) – PD, VD	04.2019
WARSZAWA (BLUE CITY) – PD, VD	05.2019
WARSZAWA (MŁOCINY) – PD	05.2019
WARSZAWA (SADYBA) – PD	06.2019
ŁÓDŹ (MANUFAKTURA) – PD	07.2019
SZCZECIN (GALAXY CHR) - PD	11.2019
GDYNIA (CENTRUM RIVIERA) - PD	12.2019

OBECNIE DZIAŁAJĄCE LOKALE PASIBUS

WARSZAWA (MŁOCINY)	05.2019
OPOLE (SOLARIS)	06.2019
OLSZTYN (GALERIA WARMIŃSKA)	08.2019
KATOWICE (SILESIA CENTER)	09.2019
LUBLIN (TARASY ZAMKOWE)	12.2019
CZĘSTOCHOWA (GALERIA JURAJSKA)	12.2019

WYNIKI DZIAŁALNOŚCI GASTRONOMICZNEJ W 2019 R. [W MLN ZŁ]

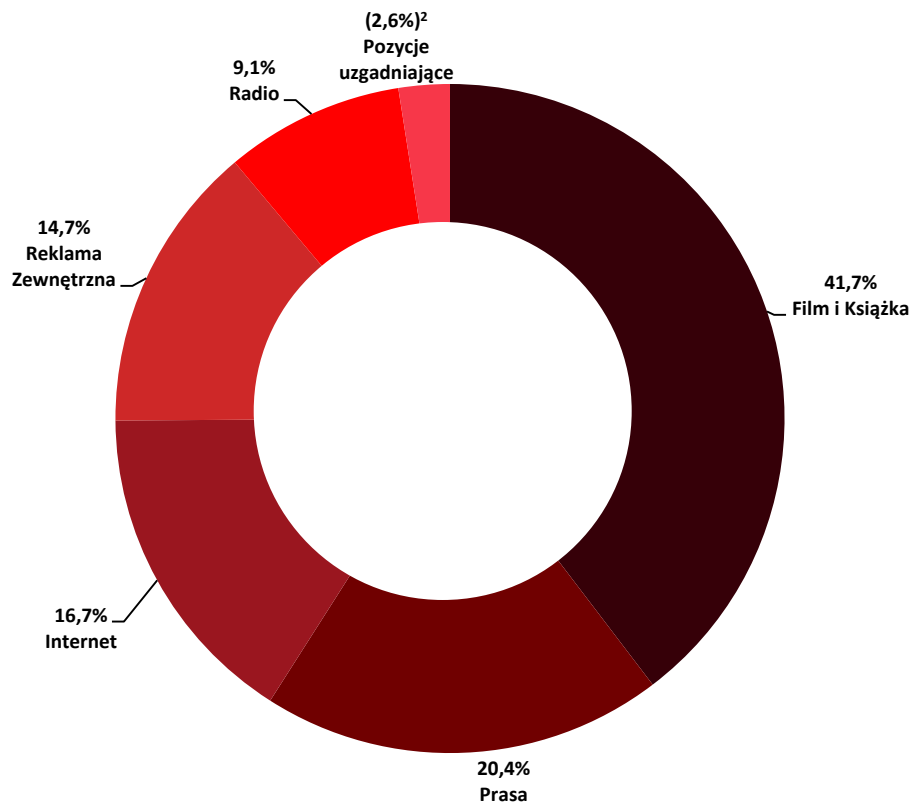
PRZYCHODY	16,3
EBITDA	(9,0)
EBIT	(10,1)

PLANOWANE OTWARCIA

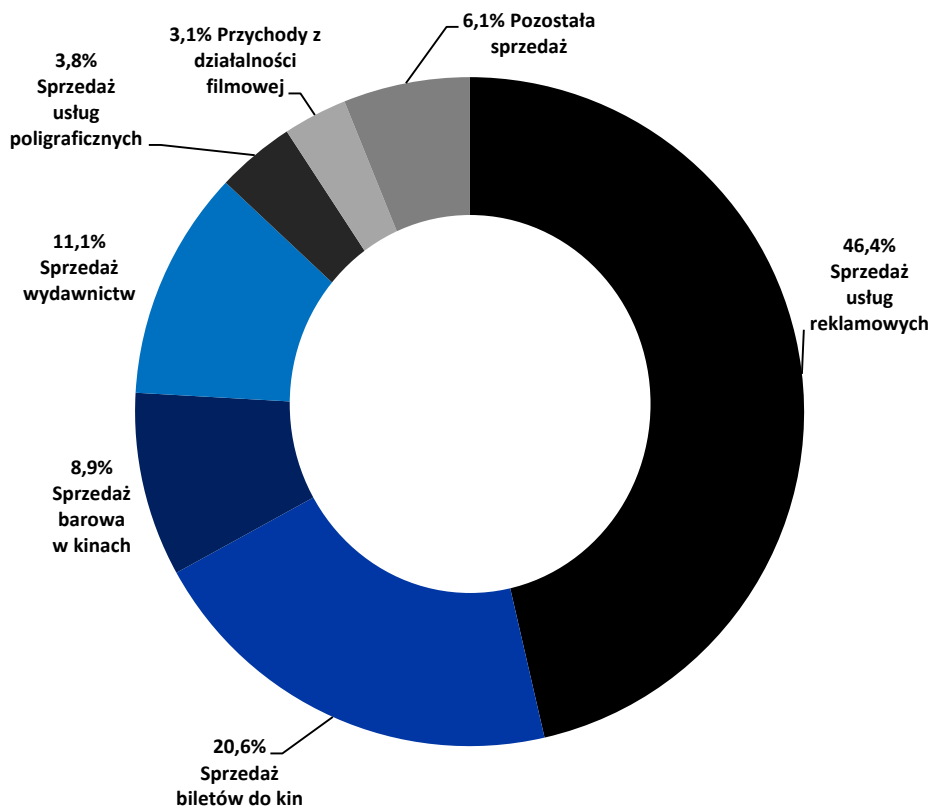
PASIBUS - BYDGOSZCZ (STARY RYNEK)	04.2020
PASIBUS - SZCZECIN (GALAXY CHR)	04.2020
PASIBUS - GDYNIA (CENTRUM RIVIERA)	04.2020
PASIBUS – KALISZ (AMBER)	04.2020
PASIBUS – POZNAŃ (UL.ŚW. MARCINA)	06.2020



PODZIAŁ PRZYCHODÓW W UJĘCIU SEGMENTOWYM¹



PODZIAŁ PRZYCHODÓW WEDŁUG GŁÓWNYCH KATEGORII³



¹ Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF, 4. kw. 2019;

² podane kwoty nie zawierają przychodów i pełnych kosztów promocji realizowanej bez wcześniejszej rezerwacji pomiędzy segmentami Grupy

³ pozycje uzgadniające zawierają dane nieujęte w poszczególnych segmentach, m.in. pozostałe przychody i koszty pionów wspomagających (scentralizowane funkcje technologiczne, administracyjno-finansowe, zarządzania zasobami ludzkimi itp., z wyłączeniem kosztów powierzchni biurowej siedziby Spółki, które są alokowane na segmenty) oraz Zarządu Agory S.A., a także spółki 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

⁴ 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.

PODZIAŁ PRZYCHODÓW W UJĘCIU SEGMENTOWYM¹

	Film i Książka	Prasa	Internet	Reklama zewnętrzna	Radio	Pozycje uzgadniające ²	Razem
2019	521,5	254,7	209,0	184,3	113,1	(32,9)	1 249,7
udział %	41,7%	20,4%	16,7%	14,7%	9,1%	(2,6%)	100,0%
2018	419,1	285,6	177,8	171,9	116,0	(29,2)	1 141,2
udział %	36,7%	25,0%	15,6%	15,1%	10,2%	(2,6%)	100,0%

PODZIAŁ PRZYCHODÓW WEDŁUG GŁÓWNYCH KATEGORII³

	Sprzedaż usług reklamowych	Sprzedaż biletów do kin	Sprzedaż barowa w kinach	Sprzedaż wydawnictw	Sprzedaż usług poligraficznych	Przychody z działalności filmowej	Sprzedaż pozostała	Razem
2019	579,7	258,0	111,0	139,2	47,2	39,1	75,5	1 249,7
udział %	46,4%	20,6%	8,9%	11,1%	3,8%	3,1%	6,1%	100,0%
2018	554,5	236,4	90,2	131,1	63,7	10,5	54,8	1 141,2
udział %	48,6%	20,7%	7,9%	11,5%	5,6%	0,9%	4,8%	100,0%

¹ Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF, 4. kw. 2019;

² podane kwoty nie zawierają przychodów i pełnych kosztów promocji realizowanej bez wcześniejszej rezerwacji pomiędzy segmentami Grupy

³ pozycje uzgadniające zawierają dane nieuwjęte w poszczególnych segmentach, m.in. pozostałe przychody i koszty pionów wspomagających (scentralizowane funkcje technologiczne, administracyjno-finansowe, zarządzania zasobami ludzkimi itp., z wyłączeniem kosztów powierzchni biurowej siedziby Spółki, które są alokowane na segmenty) oraz Zarządu Agory S.A., a także spółki 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

⁴ 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.

WYNIKI SPÓŁEK ZALEŻNYCH NA KONIEC 2019 R.

Wybrane spółki zależne (dane jednostkowe)	% posiadanych akcji/udziałów (efektywnie)	Przychody		Wynik netto	
		2019	2018	2019	2018
	100,0%	181 775	173 741	27 218	27 581
	100,0%	51 296	51 936	16 107	12 737
	100,0% ¹	105 463	108 706	3 721	3 914
	100,0% ²	9 269	9 655	(807)	348
	91,4%	417 565	367 915	29 655	32 345
	91,4% ³	53 341	14 490	693	(3 823)
	93,7% ⁴	141 916	93 310	6 298	5 731
	92,7%	6 949	14 251	(5 817)	(700)
	82,3% ⁵	9 314	295	(9 034)	(1 589)
	91,4% ^{5,6}	6 975	-	(1 352)	-
	60,0% ⁷	3 495*	-	1 391*	-
	79,8% ⁸	2 788	-	(304)	-
	46,2% ⁹	4 919	5 547	(293)	104
	40,0% ¹⁰	187 658	-	17 394	-

w tys. zł

Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF, 4. kw. 2019r.;

* dane jednostkowe

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.

⁴ nabycie dodatkowych udziałów w spółce w dniu 8 sierpnia 2019 r.;

⁵ pośrednio przez Helios S.A.;

⁶ w dniu 11 stycznia 2019 r. Sąd Rejonowy dla Łodzi – Śródmieście zarejestrował założenie Spółki, w której Helios S.A. posiada 100% udziałów w kapitale;

⁷ pośrednio przez AMS S.A.; nabycie udziałów w spółce w dniu 15 lipca 2019 r., dane z rachunku zysków i strat obejmują dane od dnia nabycia; dane skonsolidowane dla 3 spółek: Piano Group Sp. z o.o., Benefit Multimedia Sp. z o.o., Benefit Multimedia SKA, po eliminacji rozliczeń wzajemnych;

⁸ nabycie dodatkowych udziałów w spółce w dniu 12 września 2019 r. oraz zmiana nazwy spółki z Online Technologies HR Sp. z o.o. na HRLink Sp. z o.o. w dniu 28 listopada 2019 r., dane z rachunku zysków i strat obejmują dane od dnia przejęcia kontroli nad spółką;

⁹ udziały w spółce oraz dane z rachunku zysków i strat obejmują dane do dnia przejęcia kontroli nad spółką, wyceniane metodą praw własności

¹⁰ nabycie udziałów w spółce w dniu 20 lutego 2019 r., przedstawione w tabeli dane obejmują skonsolidowane dane finansowe Grupy Eurozet od dnia nabycia, ponadto, przedstawione dane bilansowe oraz rachunku zysków i strat uwzględniają korekty konsolidacyjne wynikające z wyceny aktywów do wartości godziwej na dzień nabycia udziałów w spółce zgodnie z wymaganiami MSR 28, korekta wyniku netto z tytułu amortyzacji przeszacowań do wartości godziwej po uwzględnieniu podatku odroczonego wyniosła 9 732 tys. zł.

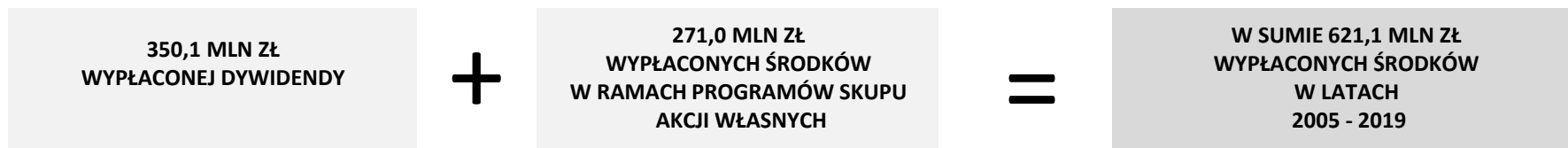
GRUPA KAPITAŁOWA AGORA

w tys. zł	Film i Książka	Prasa	Reklama Zewnętrzna	Internet	Radio	Pozycje uzgadniające ¹	Razem
Rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne	241 981	86 621	276 431	46 538	94 474	157 905	903 950

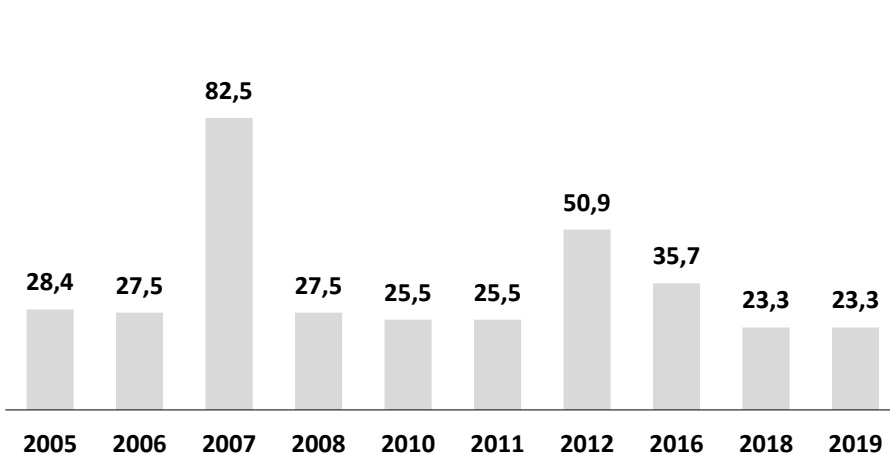
Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF 4. kw.2019 r.

¹ pozycje pozycje uzgadniające zawierają głównie wartość siedziby Spółki (95 665 tys. zł), budynki drukarni, w których zakończono działalność poligraficzną 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. W pozycjach uzgadniających zawarte są również aktywa trwałe, które na dzień 31 grudnia 2019 r. zostały zaprezentowane w bilansie jako aktywa trwałe przeznaczone do sprzedaży zgodnie z opisem przedstawionym w notcie 4b. Sprawozdanie Finansowego.

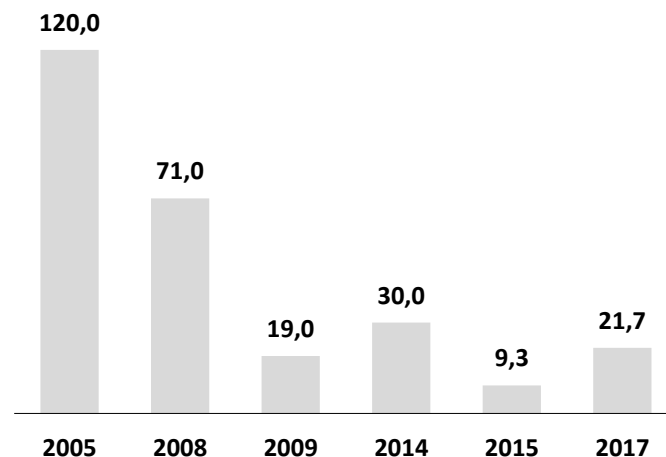
POLITYKA AGORY DOTYCZĄCA UDZIAŁU AKCJONARIUSZY W ZYSKU SPÓŁKI – DYWIDENDA W WYSOKOŚCI 0,5 ZŁ NA AKCJĘ



DYWIDENDA [mln Zł]



BUY BACK [mln Zł]



Z uwzględnieniem MSSF 16

WYNIKI FINANSOWE GRUPY AGORA

	bez MSSF 16			z MSSF 16			bez MSSF 16			z MSSF 16		
	4.kw.2019	4.kw.2018	% zmiany r/r	4.kw.2019	4.kw.2018	% zmiany r/r	1-4.kw. 2019	1-4.kw. 2018	% zmiany r/r	1-4.kw. 2019	1-4.kw. 2018	% zmiany r/r
Przychody ze sprzedaży netto (1)	378,2	346,1	9,3%	378,2	346,1	9,3%	1249,7	1 141,2	9,5%	1249,7	1 141,2	9,5%
Sprzedaż usług reklamowych	187,9	165,2	13,7%	187,9	165,2	13,7%	579,7	554,5	4,5%	579,7	554,5	4,5%
Sprzedaż biletów do kin	79,0	80,2	(1,5%)	79,0	80,2	(1,5%)	258,0	236,4	9,1%	258,0	236,4	9,1%
Sprzedaż wydawnictw	37,9	36,2	4,7%	37,9	36,2	4,7%	139,2	131,1	6,2%	139,2	131,1	6,2%
Sprzedaż barowa w kinach	33,7	31,3	7,7%	33,7	31,3	7,7%	111,0	90,2	23,1%	111,0	90,2	23,1%
Sprzedaż usług poligraficznych	10,5	15,2	(30,9%)	10,5	15,2	(30,9%)	47,2	63,7	(25,9%)	47,2	63,7	(25,9%)
Przychody z działalności filmowej	4,0	2,5	60,0%	4,0	2,5	60,0%	39,1	10,5	272,4%	39,1	10,5	272,4%
Pozostała sprzedaż	25,2	15,5	62,6%	25,2	15,5	62,6%	75,5	54,8	37,8%	75,5	54,8	37,8%
Koszty operacyjne netto, w tym:	(355,1)	(331,4)	7,2%	(353,1)	(331,4)	6,5%	(1 232,3)	(1 140,3)	8,1%	(1 225,0)	(1 140,3)	7,4%
Usługi obce	(156,6)	(127,3)	23,0%	(136,6)	(127,3)	7,3%	(522,0)	(438,7)	19,0%	(447,7)	(438,7)	2,1%
Wynagrodzenia i świadczenia	(89,0)	(87,3)	1,9%	(89,0)	(87,3)	1,9%	(336,2)	(328,7)	2,3%	(336,2)	(328,7)	2,3%
Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów	(39,5)	(42,3)	(6,6%)	(39,5)	(42,3)	(6,6%)	(153,0)	(153,1)	(0,1%)	(153,0)	(153,1)	(0,1%)
Amortyzacja	(23,9)	(22,7)	5,3%	(42,2)	(22,7)	85,9%	(89,9)	(87,6)	2,6%	(158,0)	(87,6)	80,4%
Reprezentacja i reklama	(27,7)	(23,2)	19,4%	(27,7)	(23,2)	19,4%	(77,5)	(67,5)	14,8%	(77,5)	(67,5)	14,8%
Koszty restrukturyzacji (2)	-	-	-	-	-	-	(5,6)	(3,6)	55,6%	(5,6)	(3,6)	55,6%
Zysk ze sprzedaży nieruchomości (3)	-	-	-	-	-	-	-	13,9	-	-	13,9	-
Odpisy na należności (4)	-	(4,0)	-	-	(4,0)	-	-	(20,3)	-	-	(20,3)	-
Odpisy aktualizujące (5)	(7,5)	(10,1)	(25,7%)	(7,5)	(10,1)	(25,7%)	(7,5)	(9,9)	(24,2%)	(7,5)	(9,9)	(24,2%)
Zysk/(Strata) netto	12,2	2,3	430,4%	19,1	2,3	730,4%	9,6	9,4	2,1%	6,0	9,4	(36,2%)
Wynik operacyjny - EBIT	23,1	14,7	57,1%	25,1	14,7	70,7%	17,4	0,9	1 833,3%	24,7	0,9	2 644,4%
marża EBIT (EBIT/Przychody)	6,1%	4,2%	1,9pkt%	6,6%	4,2%	2,4pkt%	1,4%	0,1%	1,3pkt%	2,0%	0,1%	1,9pkt%
EBITDA (6)	54,5	47,5	14,7%	74,8	47,5	57,5%	114,8	98,4	16,7%	190,2	98,4	93,3%
marża EBITDA (EBITDA/Przychody)	14,4%	13,7%	0,7pkt%	19,8%	13,7%	6,1pkt%	9,2%	8,6%	0,6pkt%	15,2%	8,6%	6,6pkt%
Koszty (oczyszczone) (7)	(347,6)	(317,3)	9,5%	(345,6)	(317,3)	8,9%	(1 219,2)	(1 120,4)	8,8%	(1 211,9)	(1 120,4)	8,2%
EBIT (oczyszczone) (7)	30,6	28,8	6,2%	32,6	28,8	13,2%	30,5	20,8	46,6%	37,8	20,8	81,7%
EBITDA (oczyszczone) (7)	54,5	51,5	5,8%	74,8	51,5	45,2%	120,4	108,4	11,1%	195,8	108,4	80,6%

Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF, 4 kw. 2019 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 restrukturyzacji (w tym zwolnień grupowych) w segmencie Druk i w działach wspomagających w 1. kw. 2019 r.; w 2018 r. dotyczy zwolnienia grupowego w segmencie Druk w 1.kw. 2018 r. i kosztów zwolnień związanych z restrukturyzacją pionu Czasopisma w drugim kwartale 2018 r.;

³ dotyczy zysku osiągniętego przez spółkę Agora S.A. w wyniku transakcji sprzedaży nieruchomości położonych w Gdańsku i w Warszawie w 1.kw. 2018 r.;

⁴ kwota zawiera odpis aktualizujący należności od RUCH S.A. objęte przyspieszonym postępowaniem układowym (p.p.u.);

⁵ podane kwoty obejmują odpisy aktualizujące z tytułu utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych, w 2019 r. odpisy dotyczyły głównie wartości niematerialnych GoldenLine, w 2018 r. odpisy dotyczyły głównie domeny GoldenLine i tytułu prasowego Ładny Dom;

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 prezentowane dane oczyszczone o sprzedaż nieruchomości, odpisy aktualizujące, odpisy należności przeterminowanych i koszty restrukturyzacji.

FILM I KSIĄŻKA

	bez MSSF 16			z MSSF 16			bez MSSF 16			z MSSF 16		
	4.kw.2019	4.kw.2018	% zmiany r/r	4.kw.2019	4.kw.2018	% zmiany r/r	1-4.kw. 2019	1-4.kw. 2018	% zmiany r/r	1-4.kw. 2019	1-4.kw. 2018	% zmiany r/r
Przychody, w tym:	156,9	141,0	11,3%	156,9	141,0	11,3%	521,5	419,1	24,4%	521,5	419,1	24,4%
Przychody ze sprzedaży biletów do kina	79,1	80,2	(1,4%)	79,1	80,2	(1,4%)	258,1	236,6	9,1%	258,1	236,6	9,1%
Przychody ze sprzedaży barowej	33,7	31,3	7,7%	33,7	31,3	7,7%	111,0	90,2	23,1%	111,0	90,2	23,1%
Przychody ze sprzedaży reklam w kinach (1)	13,1	10,4	26,0%	13,1	10,4	26,0%	35,6	30,2	17,9%	35,6	30,2	17,9%
Przychody z działalności filmowej (1), (2), (6)	4,9	3,2	53,1%	4,9	3,2	53,1%	42,0	12,0	250,0%	42,0	12,0	250,0%
Przychody z działalności Wydawnictwa Agora	15,7	12,7	23,6%	15,7	12,7	23,6%	48,3	40,7	18,7%	48,3	40,7	18,7%
Koszty operacyjne netto (3), (4), (5), (6)	(141,9)	(121,6)	16,7%	(140,5)	(121,6)	15,5%	(484,0)	(385,7)	25,5%	(478,5)	(385,7)	24,1%
Wynik operacyjny - EBIT	15,0	19,4	(22,7%)	16,4	19,4	(15,5%)	37,5	33,4	12,3%	43,0	33,4	28,7%
marża EBIT	9,6%	13,8%	(4,2pkt%)	10,5%	13,8%	(3,3pkt%)	7,2%	8,0%	(0,8pkt%)	8,2%	8,0%	0,2pkt%
EBITDA⁵	24,5	26,8	(8,6%)	39,0	26,8	45,5%	71,2	63,6	11,9%	128,2	63,6	101,6%
marża EBITDA	15,6%	19,0%	(3,4pkt%)	24,9%	19,0%	5,9pkt%	13,7%	15,2%	(1,5pkt%)	24,6%	15,2%	9,4pkt%

Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF, 4. kw. 2019 r.

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;

⁴ z przychodów z działalności filmowej i kosztów usług obcych wyeliminowane zostały transakcje wzajemne w obrębie grupy Helios: między spółką Helios S.A. a NEXT FILM Sp. z o.o.

PRASA

	bez MSSF 16			z MSSF 16			bez MSSF 16			z MSSF 16		
	4.kw.2019	4.kw.2018	% zmiany r/r	4.kw.2019	4.kw.2018	% zmiany r/r	1-4.kw. 2019	1-4.kw. 2018	% zmiany r/r	1-4.kw. 2019	1-4.kw. 2018	% zmiany r/r
Przychody, w tym:	64,1	75,1	(14,6%)	64,1	75,1	(14,6%)	254,7	285,5	(10,8%)	254,7	285,5	(10,8%)
Przychody ze sprzedaży wydawnictw	28,9	28,8	0,3%	28,9	28,8	0,3%	109,7	106,8	2,7%	109,7	106,8	2,7%
w tym Gazeta Wyborcza	26,3	25,9	1,5%	26,3	25,9	1,5%	98,3	92,3	6,5%	98,3	92,3	6,5%
w tym czasopisma i magazyny (4)	2,5	2,8	(10,7%)	2,5	2,8	(10,7%)	11,2	14,0	(20,0%)	11,2	14,0	(20,0%)
Przychody ze sprzedaży reklam (1), (2)	22,6	28,1	(19,6%)	22,6	28,1	(19,6%)	84,8	101,7	(16,6%)	84,8	101,7	(16,6%)
w tym Gazeta Wyborcza (3)	19,1	22,4	(14,7%)	19,1	22,4	(14,7%)	71,5	80,9	(11,6%)	71,5	80,9	(11,6%)
w tym czasopisma i magazyny (4)	3,5	5,4	(35,2%)	3,5	5,4	(35,2%)	13,1	20,6	(36,4%)	13,1	20,6	(36,4%)
Przychody ze sprzedaży usług poligraficznych (5)	10,5	15,2	(30,9%)	10,5	15,2	(30,9%)	47,2	63,7	(25,9%)	47,2	63,7	(25,9%)
Koszty operacyjne netto (6)	(57,5)	(82,3)	(30,1%)	(57,5)	(82,3)	(30,1%)	(260,1)	(319,0)	(18,5%)	(260,1)	(319,0)	(18,5%)
Wynik operacyjny - EBIT	6,6	(7,2)	-	6,6	(7,2)	-	(5,4)	(33,5)	83,9%	(5,4)	(33,5)	83,9%
marża EBIT	10,3%	(9,6%)	19,9pkt%	10,3%	(9,6%)	19,9%	(2,1%)	(11,7%)	9,6pkt%	(2,1%)	(11,7%)	9,6%
EBITDA	7,7	(1,4)	-	7,7	(1,4)	-	2,1	(21,4)	-	2,1	(21,4)	-
marża EBITDA	12,0%	(1,9%)	13,9pkt%	12,0%	(1,9%)	13,9%	0,8%	(7,5%)	8,3pkt%	0,8%	(7,5%)	8,3%

Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF, 4. kw. 2019 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 reklam internetowej w serwisach Wyborcza.pl, Wyborcza.biz, Wysokieobcasy.pl oraz serwisach lokalnych;

³ 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 2018 r. zostały odpowiednio przekształcone;

⁴ podane kwoty zawierają przychody czasopism i magazynów Gazety Wyborczej. Dane porównawcze za 2018 r. zostały odpowiednio przekształcone;

⁵ od 3.kw.2019 r. działalność poligraficzna nie jest prezentowana w ramach odrębnego segmentu-wygoszenie działalności 2 z 3 drukarni funkcjonujących w Grupie Agora. Drukarnia w Warszawie, która kontynuuje działalność świadczy głównie usługi druku na potrzeby Gazety Wyborczej i została włączona w strukturę segmentu

Prasa. Podane kwoty zawierają przychody uzyskiwane ze świadczenia usług na rzecz klientów zewnętrznych; dane porównawcze za 2018 r. zostały odpowiednio przekształcone;

⁶ dane uwzględniają alokację kosztów powierzchni biurowej zajmowanej przez pion Gazety Wyborczej i pion Czasopisma oraz koszty działalności poligraficznej w 4.kw.2019 r. w wysokości 18,5 mln zł oraz w całym 2019 r. w wysokości 62,0 mln zł;

REKLAMA ZEWNĘTRZNA

	bez MSSF 16			z MSSF 16			bez MSSF 16			z MSSF 16		
	4.kw.2019	4.kw.2018	% zmiany r/r	4.kw.2019	4.kw.2018	% zmiany r/r	1-4.kw. 2019	1-4.kw. 2018	% zmiany r/r	1-4.kw. 2019	1-4.kw. 2018	% zmiany r/r
Przychody, w tym (1):	55,6	51,4	8,2%	55,6	51,4	8,2%	184,3	171,9	7,2%	184,3	171,9	7,2%
Sprzedaż reklam (2)	53,6	50,9	5,3%	53,6	50,9	5,3%	180,5	170,2	6,1%	180,5	170,2	6,1%
Koszty operacyjne netto (1)	(43,7)	(40,6)	7,6%	(43,3)	(40,6)	6,7%	(154,4)	(144,9)	6,6%	(153,5)	(144,9)	5,9%
Wynik operacyjny - EBIT	11,9	10,8	10,2%	12,3	10,8	13,9%	29,9	27,0	10,7%	30,8	27,0	14,1%
marża EBIT	21,4%	21,0%	0,4pkt%	22,1%	21,0%	1,1pkt%	16,2%	15,7%	0,5pkt%	16,7%	15,7%	1,0pkt%
EBITDA (3)	17,0	15,9	6,9%	21,5	15,9	35,2%	49,5	46,7	6,0%	62,3	46,7	33,4%
marża EBITDA	30,6%	30,9%	(0,3pkt%)	38,7%	30,9%	7,8pkt%	26,9%	27,2%	(0,3pkt%)	33,8%	27,2%	6,6pkt%
EBIT (bez Move TV)	10,6	10,8	(2,1%)	10,9	10,8	1,2%	28,7	27,0	6,4%	29,6	27,0	9,6%
marża EBIT (bez Move TV)	19,8%	21,0%	(1,2pkt%)	20,5%	21,0%	(0,5pkt%)	15,9%	15,7%	0,2pkt%	16,4%	15,7%	0,7pkt%
EBITDA (bez Move TV)	15,6	15,9	(1,6%)	20,1	15,9	26,4%	48,2	46,7	3,3%	61,1	46,7	30,8%
marża EBITDA (bez Move TV)	29,4%	30,9%	(1,5pkt%)	37,7%	30,9%	6,8pkt%	26,7%	27,2%	(0,5pkt%)	33,8%	27,2%	6,6pkt%

Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF, 4. kw. 2019 r.;

¹ podane kwoty obejmują również od przychody i koszty Piano Group Sp. z o.o za okres od 1 lipca 2019 r.; dane za poprzednie okresy nie zostały przekształcone;

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;

³ podane kwoty zawierają odwrócenia odpisów z tytułu utraty wartości aktywów trwałych uwzględniane w wyliczeniu wskaźnika EBITDA.

INTERNET

	bez MSSF 16			z MSSF 16			bez MSSF 16			z MSSF 16		
	4.kw.2019	4.kw.2018	% zmiany r/r	4.kw.2019	4.kw.2018	% zmiany r/r	1-4.kw. 2019	1-4.kw. 2018	% zmiany r/r	1-4.kw. 2019	1-4.kw. 2018	% zmiany r/r
Przychody, w tym (1):	74,7	51,3	45,6%	74,7	51,3	45,6%	209,0	177,8	17,5%	209,0	177,8	17,5%
Przychody ze sprzedaży reklam internetowych	68,4	45,9	49,0%	68,4	45,9	49,0%	187,6	156,1	20,2%	187,6	156,1	20,2%
Przychody ze sprzedaży Yieldbird (2)	52,0	26,5	96,2%	52,0	26,5	96,2%	141,9	93,3	52,1%	141,9	93,3	52,1%
Koszty operacyjne netto (3), (4)	(70,3)	(48,4)	45,2%	(70,3)	(48,4)	45,2%	(194,7)	(162,2)	20,0%	(194,7)	(162,2)	20,0%
Wynik operacyjny - EBIT	4,4	2,9	51,7%	4,4	2,9	51,7%	14,3	15,6	(8,3%)	14,3	15,6	(8,3%)
marża EBIT	5,9%	5,7%	0,2pkt%	5,9%	5,7%	0,2pkt%	6,8%	8,8%	(2,0pkt%)	6,8%	8,8%	(2,0pkt%)
EBITDA	13,9	12,1	14,9%	13,9	12,1	14,9%	28,9	28,4	1,8%	28,9	28,4	1,8%
marża EBITDA	18,6%	23,6%	(5,0pkt%)	18,6%	23,6%	(5,0pkt%)	13,8%	16,0%	(2,2pkt%)	13,8%	16,0%	(2,2pkt%)
EBIT (bez odpisów)	11,8	10,4	13,5%	11,8	10,4	13,5%	21,7	23,1	(6,1%)	21,7	23,1	(6,1%)
marża EBIT (bez odpisów)	15,8%	20,3%	(4,5pkt%)	15,8%	20,3%	(4,5pkt%)	10,4%	13,0%	(2,6pkt%)	10,4%	13,0%	(2,6pkt%)
EBITDA (bez odpisów)	13,9	12,1	14,9%	13,9	12,1	14,9%	28,9	28,4	1,8%	28,9	28,4	1,8%
marża EBITDA (bez odpisów)	18,6%	23,6%	(5,0pkt%)	18,6%	23,6%	(5,0pkt%)	13,8%	16,0%	(2,2pkt%)	13,8%	16,0%	(2,2pkt%)

Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF, 4. kw. 2019 r.;

¹ 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 pionem Internet, Domiporta Sp. z o.o., Yieldbird Sp. z o.o., GoldenLine Sp. z o.o., Optimizers Sp. z o.o. (do 30.06.2019 r.) oraz Online Technologies HR Sp. z o.o. za okres od 1 września 2019 r.;

² dane całkowite przychody ze sprzedaży w spółce Yieldbird

³ dane uwzględniają alokację kosztów powierzchni biurowej zajmowanej przez pion Internet Agory;

⁴ podane kwoty zawierają odpisy z tytułu utraty wartości aktywów trwałych segmentu (w 2019 r. odpis dotyczył spółki GoldenLine, w 2018 r. odpisy dotyczyły głównie domeny GoldenLine.pl).

RADIO

	bez MSSF 16			z MSSF 16			bez MSSF 16			z MSSF 16		
	4.kw.2019	4.kw.2018	% zmiany r/r	4.kw.2019	4.kw.2018	% zmiany r/r	1-4.kw. 2019	1-4.kw. 2018	% zmiana r/r	1-4.kw. 2019	1-4.kw. 2018	% zmiana r/r
Przychody, w tym:	37,5	38,1	(1,6%)	37,5	38,1	(1,6%)	113,1	116,0	(2,5%)	113,1	116,0	(2,5%)
sprzedaż reklamy radiowej (1), (2)	28,6	29,7	(3,7%)	28,6	29,7	(3,7%)	90,2	95,6	(5,6%)	90,2	95,6	(5,6%)
Koszty operacyjne netto (2)	(30,4)	(30,8)	(1,3%)	(30,4)	(30,8)	(1,3%)	(98,9)	(98,8)	0,1%	(98,7)	(98,8)	(0,1%)
Wynik operacyjny - EBIT	7,1	7,3	(2,7%)	7,1	7,3	(2,7%)	14,2	17,2	(17,4%)	14,4	17,2	(16,3%)
marża EBIT	18,9%	19,2%	(0,3pkt%)	18,9%	19,2%	(0,3pkt%)	12,6%	14,8%	(2,2pkt%)	12,7%	14,8%	(2,1pkt%)
EBITDA	8,2	8,4	(2,4%)	8,8	8,4	4,8%	18,5	21,3	(13,1%)	21,4	21,3	0,5%
marża EBITDA	21,9%	22,0%	(0,1pkt%)	23,5%	22,0%	1,5pkt%	16,4%	18,4%	(2,0pkt%)	18,9%	18,4%	0,5pkt%

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;

grupa medialna

AGORA^{SA}

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 twierzeń zawartych w niniejszym dokumencie. Spółka zaleca pomoc ze strony wyspecjalizowanych podmiotów zajmujących się doradztwem inwestycyjnym w przypadku zainteresowania inwestycją w jakiegokolwiek papiery wartościowe Spółki.