

AGORA_{SA}



WYNIKI FINANSOWE I RYNKOWE GRUPY AGORA ZA 3. KW. 2024 R.

SPOTKANIE Z ANALITYKAMI I DZIENNIKARZAMI

15 LISTOPADA 2024 R.

AGENDA

**NAJISTOTNIEJSZE CZYNNIKI RYNKOWE WPŁYWAJĄCE NA
WYNIKI GRUPY AGORA**

03

**WYNIKI FINANSOWE
GRUPY W 3. KW. 2024 R.**

06

**WYNIKI FINANSOWE
SEGMENTÓW W 3. KW. 2024 R.**

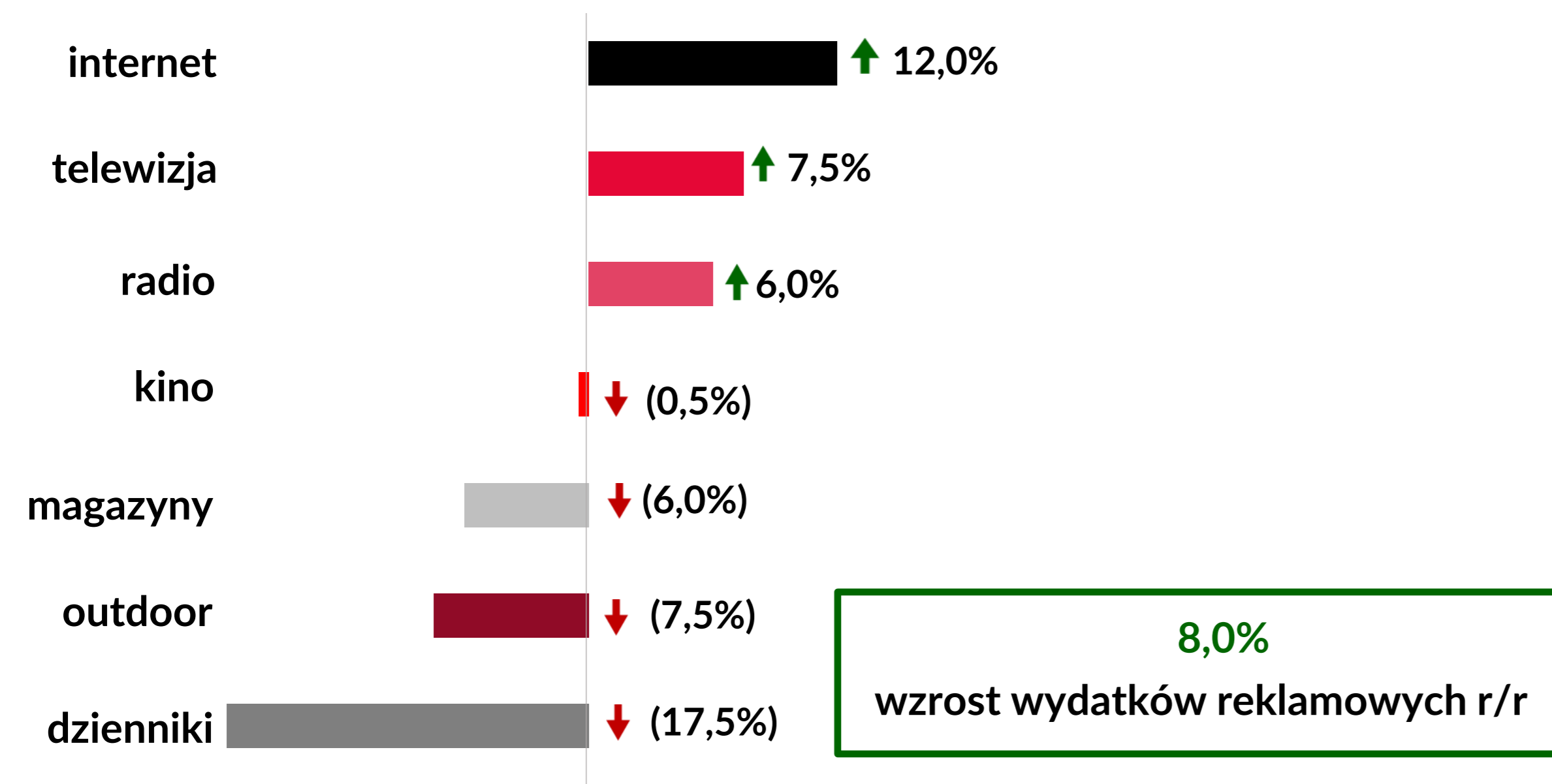
07



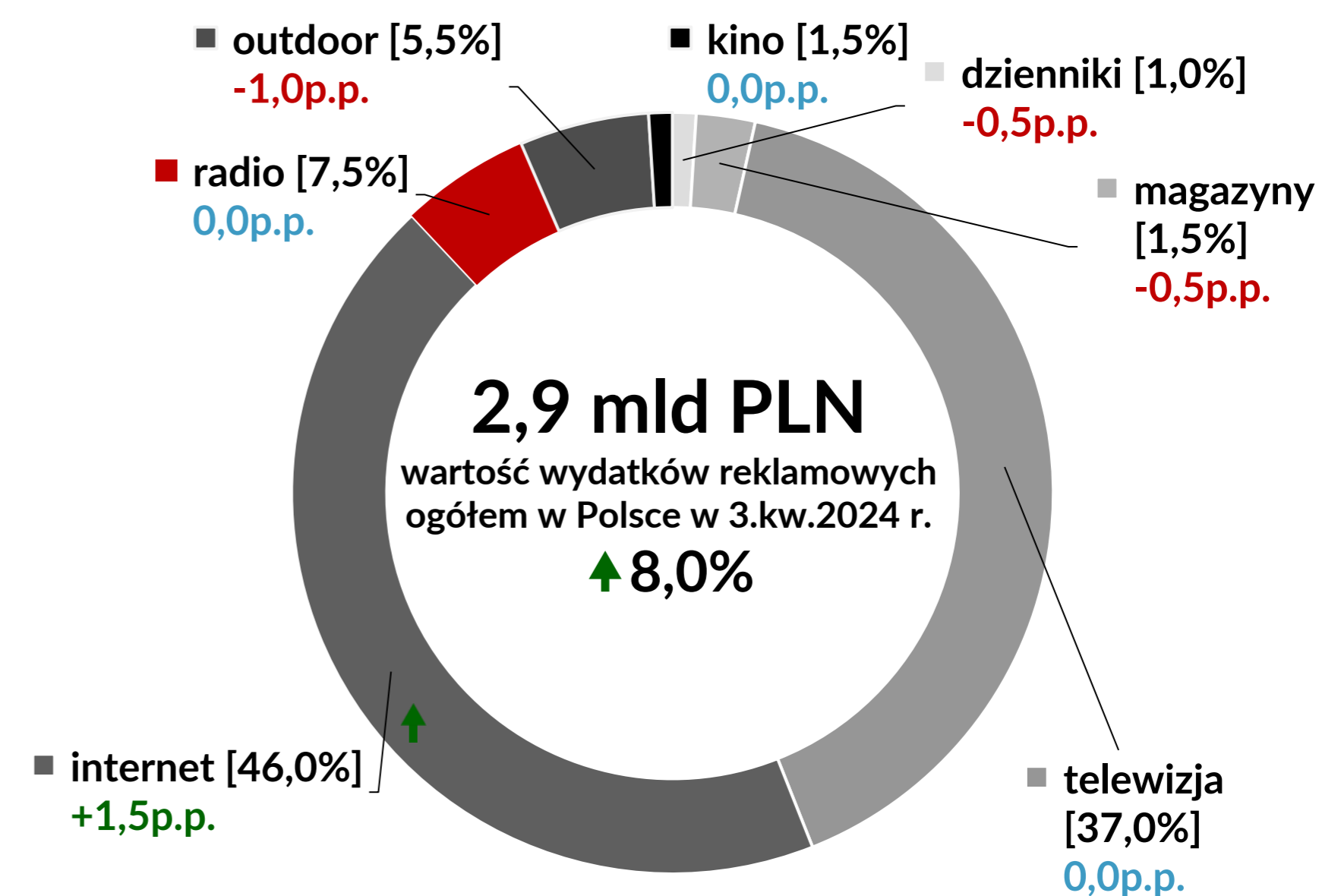
NAJISTOTNIEJSZE CZYNNIKI RYNKOWE WPŁYWAJĄCE NA WYNIKI GRUPY AGORA

DYNAMIKA WYDATKÓW NA REKLAMĘ W 3.KW. 2024 R.

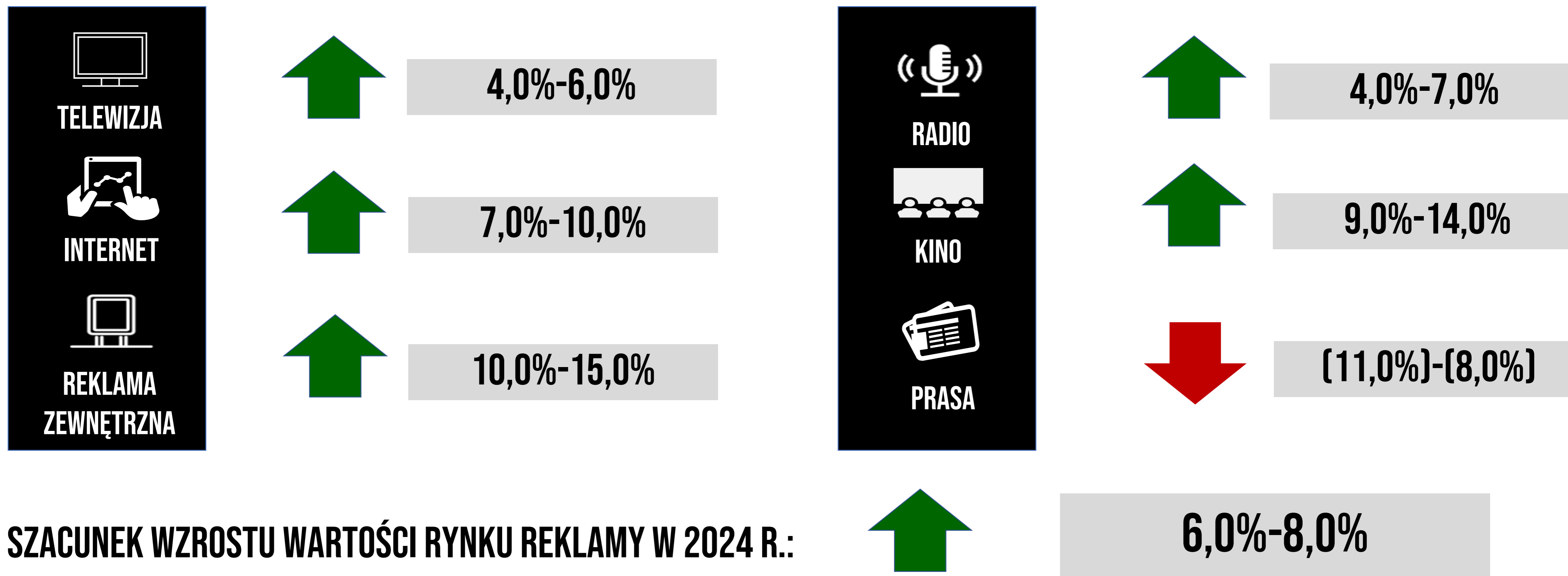
[%; ZMIANA]



STRUKTURA RYNKU REKLAMY W 3.KW.2024 R.

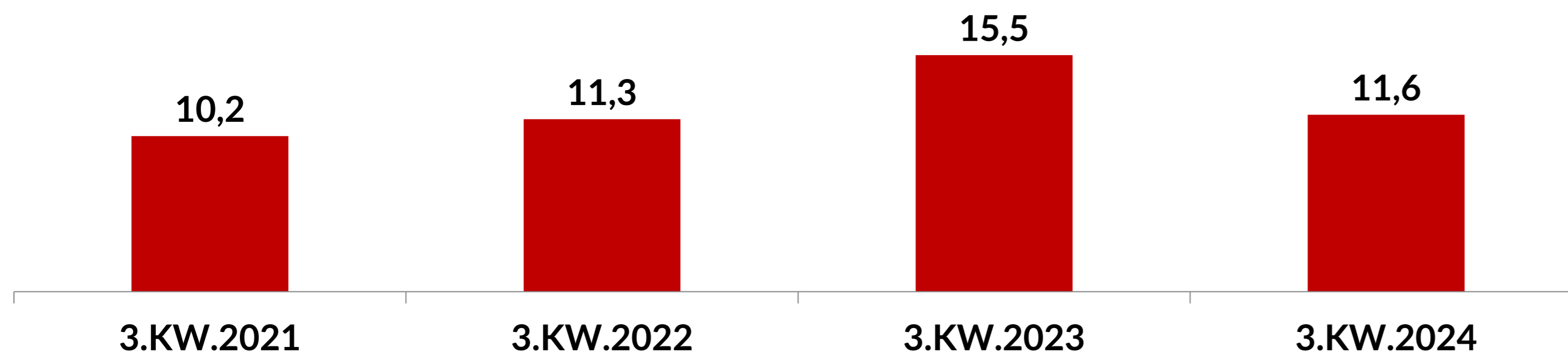


PROGNOZY DLA RYNKU REKLAMY W 2024 R.*

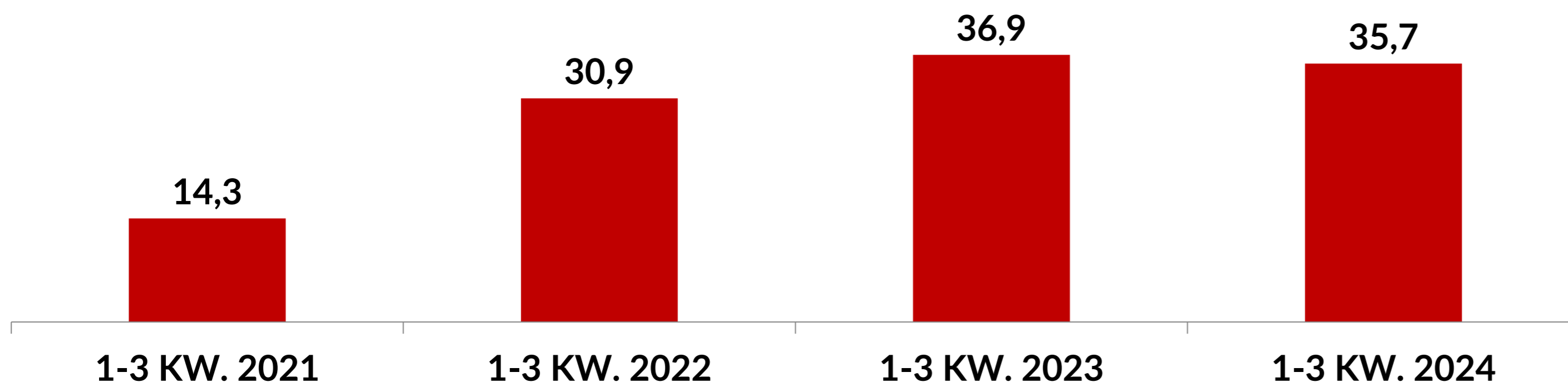


NAJISTOTNIEJSZE CZYNNIKI RYNKOWE WPŁYWAJĄCE NA WYNIKI GRUPY AGORA

FREKWENCJA W POLSKICH KINACH W 3. KW. 2021-2024 [MLN WIDZÓW]



FREKWENCJA W POLSKICH KINACH W 1-3. KW. 2021-2024 [MLN WIDZÓW]



2024

We wrześniu 2024 roku mieliśmy do czynienia z największą od ponad 20 lat powodzą w południowo-zachodniej w Polsce, która wpłynęła na niższą frekwencję nie tylko w kinach, ale również innych obiektach rozrywkowych (np. teatry, koncerty).

2023-2024

W 2023 roku w Hollywood miał miejsce trwający około pół roku strajk scenarzystów i aktorów. Spowodował on przesunięcia wielu premier zaplanowanych na IV kwartał 2023 roku oraz na 2024 roku, co negatywnie wpłynęło na liczbę filmów wyświetlanych we wspomnianych okresach.

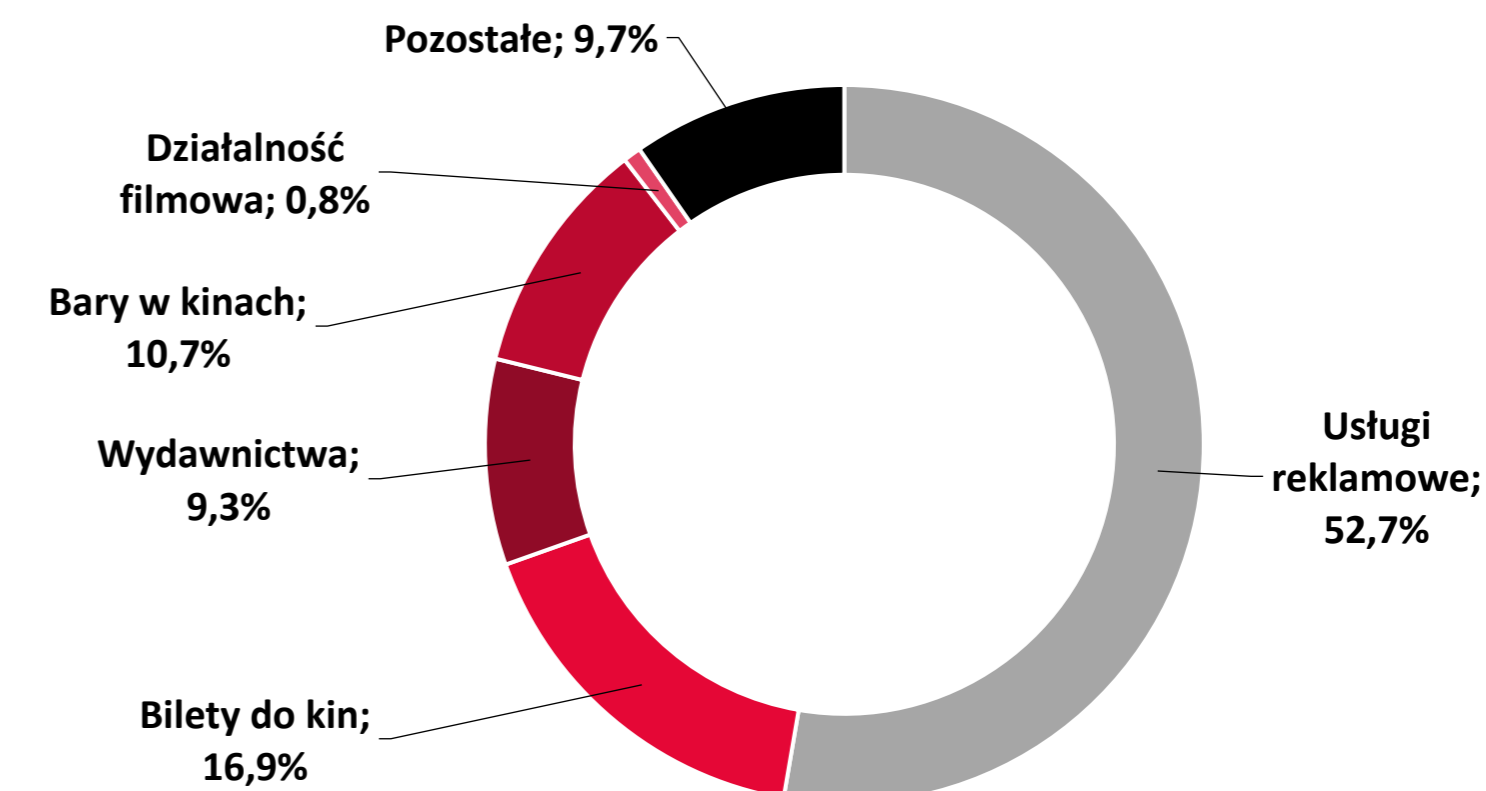
2021-2022

Kina w Polsce objęte szeregiem restrykcji pandemicznych.

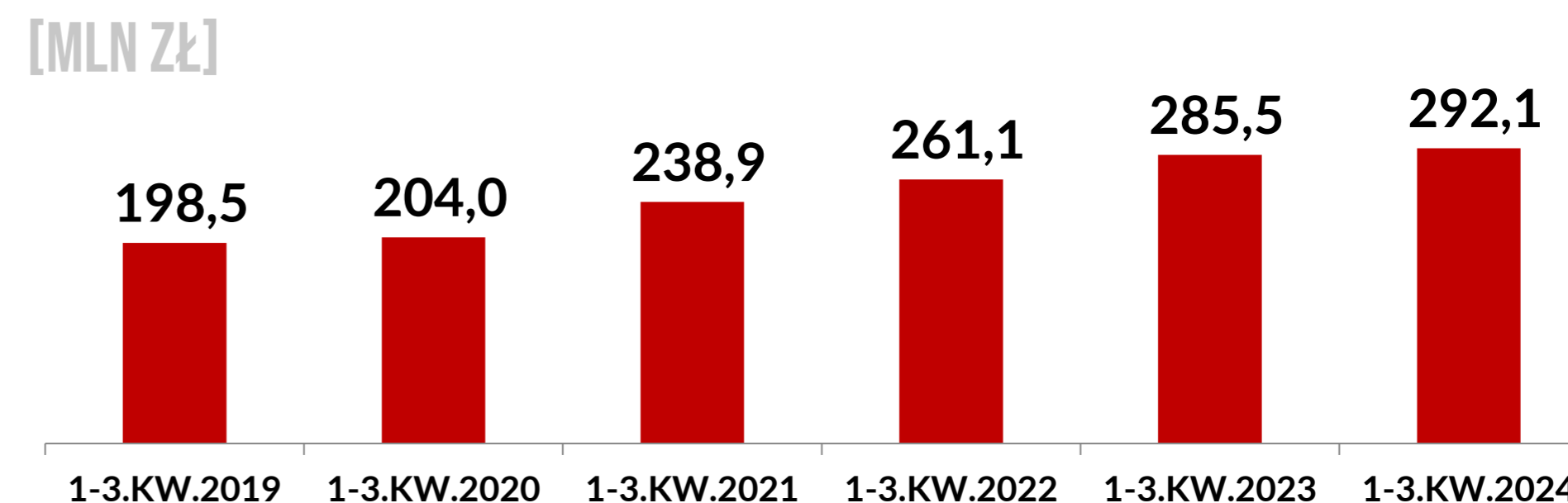
WYNIKI GRUPY AGORA

w mln zł*	3.kw.2024	3.kw.2023*	% zmiany r/r	1-3.kw.2024	1-3.kw.2023*	% zmiany r/r
Przychody ze sprzedaży netto (1)	334,5	351,8	(4,9%)	1 034,5	954,4	8,4%
Sprzedaż usług reklamowych	176,3	167,6	5,2%	527,4	473,5	11,4%
Sprzedaż biletów do kin	56,4	71,6	(21,2%)	174,5	175,7	(0,7%)
Sprzedaż wydawnictw	31,0	33,1	(6,3%)	98,1	100,5	(2,4%)
Sprzedaż barowa w kinach	35,8	39,9	(10,3%)	106,3	98,9	7,5%
Przychody z działalności filmowej	2,7	4,3	(37,2%)	35,9	12,9	178,3%
Pozostała sprzedaż	32,3	35,3	(8,5%)	92,3	92,9	(0,6%)
Koszty operacyjne netto, w tym:	(334,9)	(337,5)	(0,8%)	(1 012,1)	(944,0)	7,2%
Usługi obce	(115,9)	(123,2)	(5,9%)	(349,6)	(332,5)	5,1%
Wynagrodzenia i świadczenia	(110,0)	(103,8)	6,0%	(329,0)	(300,8)	9,4%
Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów	(31,8)	(36,7)	(13,4%)	(100,4)	(106,6)	(5,8%)
Amortyzacja	(44,1)	(42,8)	3,0%	(129,7)	(124,8)	3,9%
Reprezentacja i reklama	(23,8)	(18,8)	26,6%	(64,0)	(49,0)	30,6%
Koszty restrukturyzacji (2)	-	-	-	(8,3)	-	-
Zysk/(strata) ze sprzedaży nieruchomości (3)	-	1,5	-	-	1,5	-
Odpisy aktualizujące (4)	-	0,2	-	(0,2)	0,2	-
Wynik operacyjny - EBIT	(0,4)	14,3	-	22,4	10,4	115,4%
marża EBIT (EBIT/Przychody)	(0,1%)	4,1%	(4,2p.p.)	2,2%	1,1%	1,1p.p.
Wynik operacyjny - EBIT [bez MSSF 16]	(7,2)	8,0	-	1,8	(8,2)	-
marża EBIT (EBIT/Przychody) [bez MSSF 16]	(2,2%)	2,3%	(4,5p.p.)	0,2%	(0,9%)	1,1p.p.
EBITDA (6)	43,7	56,9	(23,2%)	152,3	135,0	12,8%
marża EBITDA (EBITDA/Przychody)	13,1%	16,2%	(3,1p.p.)	14,7%	14,1%	0,6p.p.
EBITDA (6) [bez MSSF 16]	16,5	31,0	(46,8%)	71,2	59,2	20,3%
marża EBITDA (EBITDA/Przychody) [bez MSSF 16]	4,9%	8,8%	(3,9p.p.)	6,9%	6,2%	0,7p.p.
Przychody i koszty finansowe netto, w tym:	(10,7)	(31,9)	66,5%	(29,5)	29,7	-
Zysk z tytułu wyceny udziałów nabytej spółki zależnej (5)	-	-	-	-	47,9	-
Zysk/(strata) z działalności kontynuowanej	(11,3)	(13,0)	13,1%	(15,5)	34,7	-
Zysk/(strata) z działalności zaniechanej	(0,2)	(0,1)	(100,0%)	(0,3)	(0,6)	50,0%
Zysk/(strata) netto	(11,5)	(13,1)	12,2%	(15,8)	34,1	-
Przypadający/a na Akcjonariuszy jednostki dominującej	(11,5)	(14,2)	19,0%	(24,4)	25,3	-

STRUKTURA PRZYCHODÓW ZE SPRZEDAŻY GRUPY AGORA W 3. KW. 2024 R.**



PRZYCHODY CYFROWE I INTERNETOWE GRUPY AGORA W 1-3.KW. 2019-2024**



FILM I KSIĄŻKA

w mln zł*	3.kw.2024	3.kw.2023*	% zmiany r/r	1-3.kw.2024	1-3.kw.2023*	% zmiany r/r
Przychody ze sprzedaży, w tym:	123,4	140,7	(12,3%)	399,7	360,7	10,8%
Przychody ze sprzedaży biletów do kina	56,4	71,6	(21,2%)	174,5	175,7	(0,7%)
Przychody ze sprzedaży barowej	35,8	39,9	(10,3%)	106,3	98,9	7,5%
Przychody ze sprzedaży reklam w kinach (1)	10,0	8,7	14,9%	27,2	23,8	14,3%
Przychody z działalności filmowej (1), (2), (3)	3,4	4,8	(29,2%)	39,0	14,6	167,1%
Przychody z działalności Wydawnictwa	12,9	11,4	13,2%	39,3	36,0	9,2%
Koszty operacyjne netto, w tym (4):	(117,5)	(122,8)	(4,3%)	(367,1)	(332,8)	10,3%
Usługi obce (3), (4)	(45,0)	(49,5)	(9,1%)	(149,3)	(127,8)	16,8%
Wynagrodzenia i świadczenia	(25,1)	(21,8)	15,1%	(72,3)	(60,3)	19,9%
Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów	(20,2)	(20,8)	(2,9%)	(58,6)	(55,4)	5,8%
Amortyzacja (4)	(19,8)	(19,2)	3,1%	(57,0)	(58,0)	(1,7%)
Reprezentacja i reklama (1)	(6,2)	(5,3)	17,0%	(19,1)	(13,7)	39,4%
EBIT	5,9	17,9	(67,0%)	32,6	27,9	16,8%
marża EBIT	4,8%	12,7%	(7,9p.p.)	8,2%	7,7%	0,5p.p.
EBIT [bez MSSF 16]	0,9	13,2	(93,2%)	17,9	13,5	32,6%
marża EBIT [bez MSSF 16]	0,7%	9,4%	(8,7p.p.)	4,5%	3,7%	0,8p.p.
EBITDA (5)	25,7	37,1	(30,7%)	89,6	85,9	4,3%
marża EBITDA	20,8%	26,4%	(5,6p.p.)	22,4%	23,8%	(1,4p.p.)
EBITDA [bez MSSF 16] (5)	8,7	20,6	(57,8%)	39,1	35,4	10,5%
marża EBITDA [bez MSSF 16]	7,1%	14,6%	(7,5p.p.)	9,8%	9,8%	0,0p.p.

- ▼ spadek wpływów segmentu, w rezultacie niższej sprzedaży w działalności kinowej oraz filmowej. Rosty natomiast wpływy z działalności Wydawnictwa oraz sprzedaży reklam w kinach;
- ▼ spadek kosztów usług obcych był związany głównie z działalnością kinową;
- ▲ wzrost wynagrodzeń i świadczeń, głównie w działalności filmowej i kinowej;
- ▼ spadek kosztów zużycia materiałów i energii oraz wartości sprzedanych towarów i materiałów w związku z niższymi wpływami ze sprzedaży barowej natomiast wzrost w działalności filmowej w efekcie produkcji tytułów filmowych;
- ▲ wzrost kosztów reprezentacji i reklamy. Było to związane z wyższymi kosztami reklamy rozliczanej w barterze;
- ▲ wyższe były koszty amortyzacji, głównie w efekcie wzrostu w działalności filmowej. Niższe koszty amortyzacji wystąpiły w działalności kinowej i Wydawnictwie Agora.

FILM I KSIĄŻKA

AKADEMIA PANA KLEKSA W TOP 3 2024 ROKU*

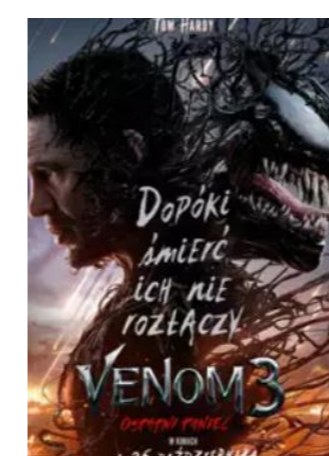


DRUGA CZĘŚĆ KLEKSA JUŻ POD KONIEC ROKU



„Kleks i wynalazek Filipa Golarza”, a więc druga część przygód Pana Kleksa wejdzie na ekrany polskich kin już pod koniec roku w ramach pokazów przedpremierowych. Oficjalna premiera odbędzie się na początku stycznia 2025 r.

NAJWAŻNIEJSZE PREMIERY 4. KW. 2024 R.***



Premiera:
25.10



Premiera:
25.10



Premiera:
7.11



Premiera:
7.11



Premiera:
15.11



Premiera:
27.11



Premiera:
6.12



Premiera:
13.12



Premiera:
20.12

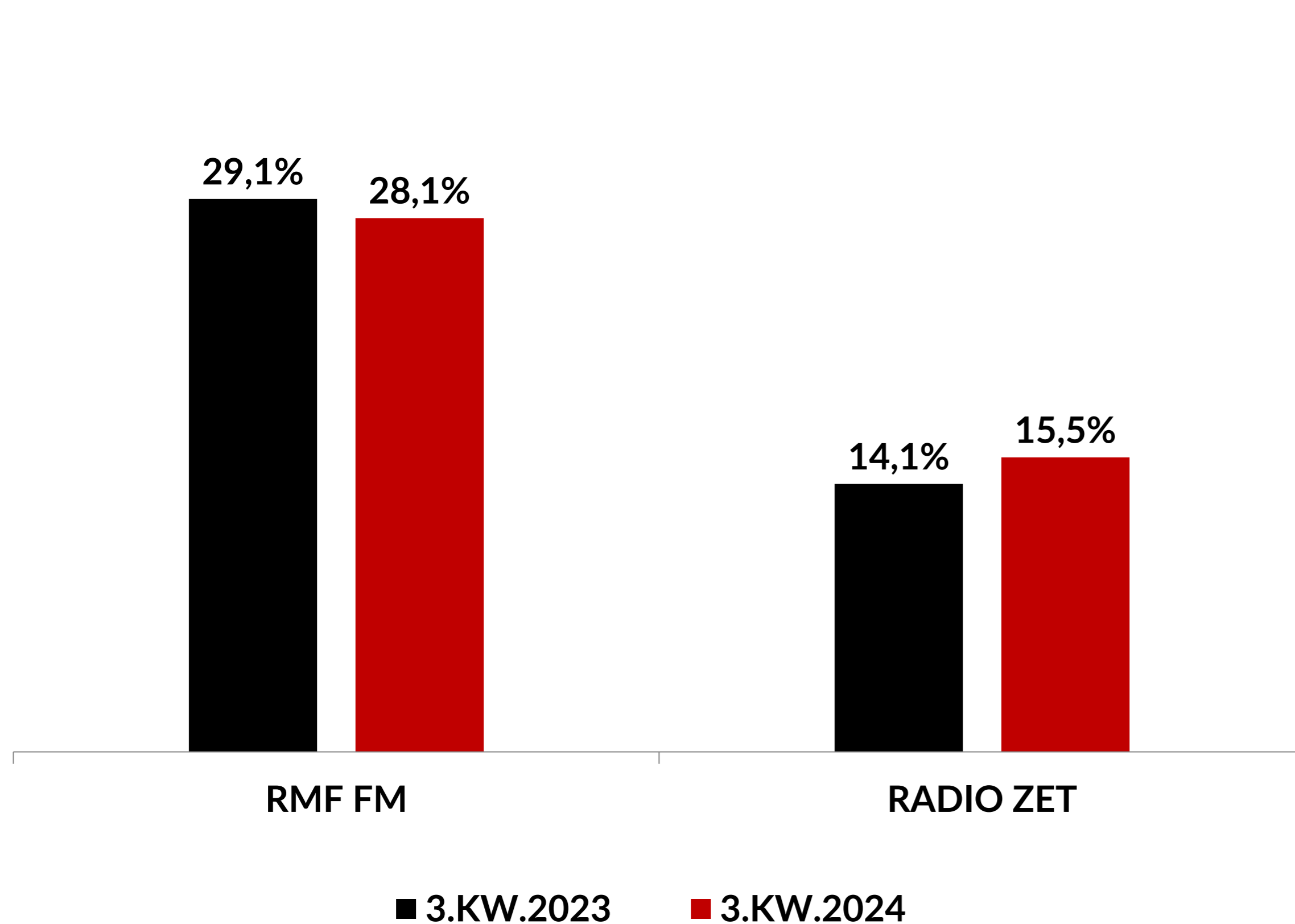
RADIO

<i>w mln zł*</i>	3.kw.2024	3.kw.2023	% zmiany r/r	1-3.kw.2024	1-3.kw.2023	% zmiany r/r
Przychody ze sprzedaży, w tym:	85,4	75,5	13,1%	250,3	195,6	28,0%
Przychody ze sprzedaży reklamy radiowej (1), (2)	75,8	66,8	13,5%	224,4	173,6	29,3%
Koszty operacyjne netto, w tym: (2), (3)	(76,1)	(68,7)	10,8%	(220,9)	(173,3)	27,5%
Usługi obce	(28,0)	(26,9)	4,1%	(82,1)	(69,9)	17,5%
Wynagrodzenia i świadczenia	(24,8)	(21,8)	13,8%	(76,5)	(59,5)	28,6%
Amortyzacja	(4,5)	(4,5)	-	(14,1)	(12,0)	17,5%
Reprezentacja i reklama (2)	(13,1)	(10,5)	24,8%	(33,1)	(22,5)	47,1%
EBIT	9,3	6,8	36,8%	29,4	22,3	31,8%
<i>marża EBIT</i>	10,9%	9,0%	1,9p.p.	11,7%	11,4%	0,3p.p.
EBIT [bez MSSF 16]	9,0	6,5	38,5%	28,3	21,4	32,2%
<i>marża EBIT [bez MSSF 16]</i>	10,5%	8,6%	1,9p.p.	11,3%	10,9%	0,4p.p.
EBITDA	13,8	11,3	22,1%	43,5	34,3	26,8%
<i>marża EBITDA</i>	16,2%	15,0%	1,2p.p.	17,4%	17,5%	(0,1p.p.)
EBITDA [bez MSSF 16]	11,7	9,3	25,8%	37,0	28,8	28,5%
<i>marża EBITDA [bez MSSF 16]</i>	13,7%	12,3%	1,4p.p.	14,8%	14,7%	0,1p.p.

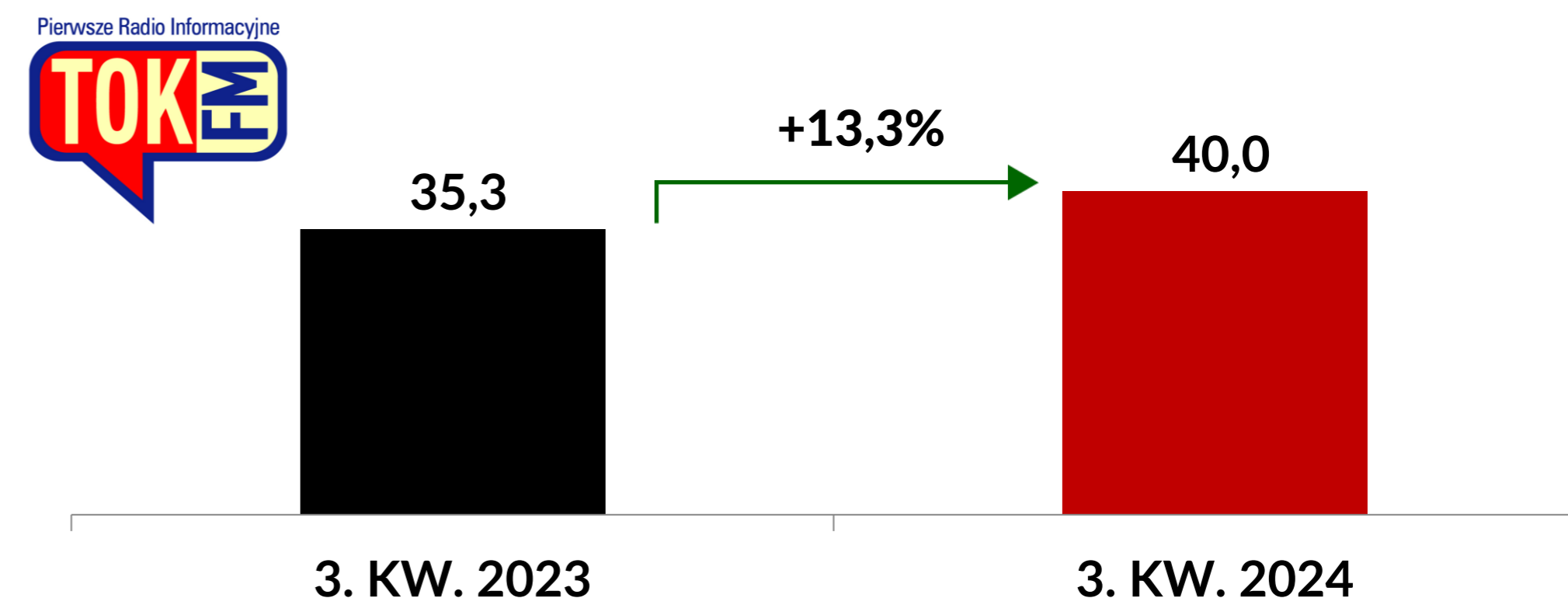
- ↑ wyższe wpływy ze sprzedaży reklamy radiowej, także w efekcie wprowadzenia wspólnej oferty sprzedażowo-reklamowej oraz zmiana cenników;
- ↑ wyższe wpływy internetowe segmentu w związku z większymi przychodami z reklam;
- ↑ wyższe koszty usług obcych ze względu na wyższe koszty usług operatorskich, komputerowych oraz innych usług obcych. Niższe były natomiast koszty zakupu czasu antenowego w stacjach należących do innych nadawców, w związku ze świadczoną usługą pośrednictwa w sprzedaży reklam;
- ↑ wzrost kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników. Wzrosły głównie wynagrodzenia stałe oraz koszty nagród;
- ↑ wyższe koszty reprezentacji i reklamy, głównie za sprawą wyższych nakładów na promocję Radia Żółte Przeboje.

RADIO

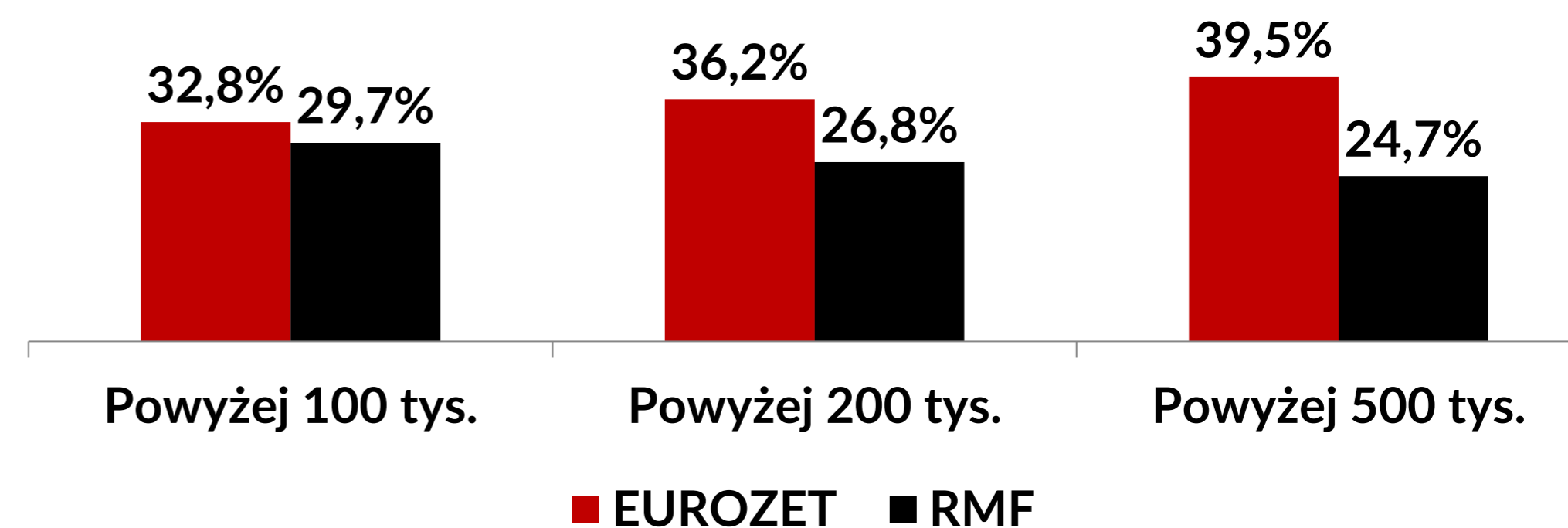
MALEJĄCA RÓŻNICA POMIĘDZY STACJAMI RADIO ZET A RMF FM W SŁUCHALNOŚCI**



DALSZY WZROST LICZBY SUBSKRYBENTÓW TOK FM PREMIUM*



GRUPA EUROZET LIDEREM SŁUCHALNOŚCI W DUŻYCH MIASTACH**



PRASA CYFROWA I DRUKOWANA

w mln zł*	3.kw.2024	3.kw.2023	% zmiany r/r	1-3.kw.2024	1-3.kw.2023	% zmiany r/r
Przychody ze sprzedaży, w tym:	51,9	56,4	(8,0%)	150,5	157,5	(4,4%)
Przychody ze sprzedaży wydawnictw	24,4	26,3	(7,2%)	75,6	78,0	(3,1%)
w tym Gazeta Wyborcza	23,1	24,9	(7,2%)	71,8	74,0	(3,0%)
Przychody ze sprzedaży reklam (1)	15,5	15,3	1,3%	41,6	41,4	0,5%
w tym Gazeta Wyborcza	14,4	14,1	2,1%	37,9	37,6	0,8%
Przychody ze sprzedaży usług poligraficznych	4,9	8,8	(44,3%)	20,9	27,9	(25,1%)
Koszty operacyjne netto, w tym: (2)	(51,9)	(55,9)	(7,2%)	(162,0)	(165,1)	(1,9%)
Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów	(5,6)	(10,4)	(46,2%)	(24,3)	(34,3)	(29,2%)
Usługi obce (2)	(19,6)	(18,4)	6,5%	(48,1)	(44,9)	7,1%
Wynagrodzenia i świadczenia	(20,7)	(21,6)	(4,2%)	(65,9)	(68,6)	(3,9%)
Amortyzacja (2)	(0,8)	(1,9)	(57,9%)	(3,8)	(6,3)	(39,7%)
Reprezentacja i reklama (1)	(2,7)	(1,9)	42,1%	(7,7)	(7,1)	8,5%
Restrukturyzacja (3)	-	-	-	(7,1)	-	-
EBIT	0,0	0,5	-	(11,5)	(7,6)	(51,3%)
marża EBIT	0,0%	0,9%	(0,9p.p.)	(7,6%)	(4,8%)	(2,8p.p.)
EBIT [bez MSSF 16]	0,0	0,5	-	(11,5)	(7,6)	(51,3%)
marża EBIT [bez MSSF 16]	0,0%	0,9%	(0,9p.p.)	(7,6%)	(4,8%)	(2,8p.p.)
EBITDA	0,8	2,4	(66,7%)	(7,7)	(1,3)	(492,3%)
marża EBITDA	1,5%	4,3%	(2,8p.p.)	(5,1%)	(0,8%)	(4,3p.p.)
EBITDA [bez MSSF 16]	0,8	2,4	(66,7%)	(7,8)	(1,3)	(500,0%)
marża EBITDA [bez MSSF 16]	1,5%	4,3%	(2,8p.p.)	(5,2%)	(0,8%)	(4,4p.p.)

- ▲ wzrost udziału przychodów cyfrowych w ogóle przychodów *Gazety Wyborczej*. Udział wzrósł o 1,6 p.p. do 42,8%;
- ▼ spadek przychodów segmentu, głównie ze względu na niższą sprzedaż usług poligraficznych oraz *Gazety Wyborczej* w obu wersjach dziennika;
- ▼ spadek przychodów ze sprzedaży wydawnictw ze względu na spadek wpływów ze sprzedaży papierowego i internetowego wydania *Gazety Wyborczej*;
- ▲ wzrost przychodów ze sprzedaży reklam w internetowej wersji dziennika, przy jednoczesnym spadku w papierowej wersji;
- ▼ niższe koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników, co wynika z niższego poziomu zatrudnienia;
- ▼ niższe koszty zużycia materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów, głównie ze względu na niższą cenę papieru oraz niższe koszty pozostałych materiałów bezpośrednio produkcyjnych. Spadły również koszty energii elektrycznej.

REKLAMA ZEWNĘTRZNA

w mln zł*	3.kw.2024	3.kw.2023	% zmiany r/r	1-3.kw.2024	1-3.kw.2023	% zmiany r/r
Łączne przychody, w tym:	45,6	46,7	(2,4%)	150,2	135,9	10,5%
Przychody ze sprzedaży reklam (1)	42,7	43,0	(0,7%)	140,8	127,8	10,2%
Razem koszty operacyjne, w tym: (1), (2)	(45,3)	(42,8)	5,8%	(131,9)	(121,3)	8,7%
Usługi obce (1), (2)	(20,5)	(19,3)	6,2%	(60,2)	(57,2)	5,2%
Wynagrodzenia i świadczenia	(11,1)	(10,8)	2,8%	(29,0)	(28,0)	3,6%
Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów (1)	(2,7)	(2,5)	8,0%	(8,3)	(7,5)	10,7%
Amortyzacja (2)	(9,9)	(9,5)	4,2%	(30,0)	(26,7)	12,4%
Reprezentacja i reklama	(1,1)	(1,0)	10,0%	(3,7)	(2,8)	32,1%
Odpisy aktualizujące (3)	-	0,2	-	0,1	0,2	(50,0%)
EBIT (1), (2)	0,3	3,9	(92,3%)	18,3	14,6	25,3%
marża EBIT	0,7%	8,4%	(7,7p.p.)	12,2%	10,7%	1,5p.p.
EBIT [bez MSSF 16] (1), (2)	(0,9)	2,8	-	14,2	11,9	19,3%
marża EBIT [bez MSSF 16]	(2,0%)	6,0%	(8,0p.p.)	9,5%	8,8%	0,7p.p.
EBITDA (1), (2), (3)	10,2	13,2	(22,7%)	48,2	41,1	17,3%
marża EBITDA	22,4%	28,3%	(5,9p.p.)	32,1%	30,2%	1,9p.p.
EBITDA [bez MSSF 16] (1), (2), (3)	2,4	6,4	(62,5%)	25,5	23,0	10,9%
marża EBITDA [bez MSSF 16]	5,3%	13,7%	(8,4p.p.)	17,0%	16,9%	0,1p.p.

- ▼ niższe przychody reklamowe, w szczególności odnotowane na nośnikach typu citylight, billboard 18 m² oraz billboard 12 m²;
- ▲ wzrost kosztów usług obcych (głównie kosztów utrzymania systemu i realizacji kampanii);
- ▲ wyższe koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników to głównie efekt wzrostu wynagrodzeń stałych;
- ▲ wyższe koszty zużycia materiałów i energii w efekcie kosztów modernizacji oświetlenia nośników reklamowych;
- ▲ wzrost nakładów na reprezentację i reklamę wynikający z wyższych łącznych barterowych kosztów kampanii patronackich w związku z ich większą liczbą.

REKLAMA ZEWNĘTRZNA

DIGITAL

REKORDOWA SPRZEDAŻ PRODUKTÓW CYFROWYCH*



+96%

Dynamika wzrostu przychodów zrealizowanych na cyfrowych nośnikach 3. kw. 2024 vs. 3. kw. 2023

WEJŚCIE AMS DO NOWYCH GALERII HANDLOWYCH



86

Liczba galerii w których znajdują się nośniki digital indoor AMS

MEBLE MIEJSKIE

PRZEDŁUŻENIE UMOWY Z MIASTEM STOŁECZNYM WARSZAWA



Zawarcie aneksu, w ramach którego konsorcjum AMS i Stroer będzie obsługiwało warszawskie wiaty przystankowe do 15 listopada 2025 r.

INTERNET

w mln zł*	3.kw.2024	3.kw.2023	% zmiany r/r	1-3.kw.2024	1-3.kw.2023	% zmiany r/r
Przychody ze sprzedaży, w tym:	31,7	34,9	(9,2%)	91,9	110,1	(16,5%)
Przychody ze sprzedaży reklam internetowych (1)	30,1	30,6	(1,6%)	87,1	97,4	(10,6%)
Koszty operacyjne, w tym: (1), (2)	(34,2)	(39,1)	(12,5%)	(102,7)	(119,9)	(14,3%)
Usługi obce (2)	(12,7)	(17,5)	(27,4%)	(38,9)	(55,5)	(29,9%)
Wynagrodzenia i świadczenia	(13,8)	(14,6)	(5,5%)	(43,1)	(43,6)	(1,1%)
Amortyzacja (2)	(1,9)	(2,9)	(34,5%)	(6,2)	(8,9)	(30,3%)
Reprezentacja i reklama (1)	(5,4)	(3,9)	38,5%	(12,1)	(10,5)	15,2%
Koszty restrukturyzacji (3)	-	-	-	(1,1)	-	-
EBIT	(2,5)	(4,2)	40,5%	(10,8)	(9,8)	(10,2%)
marża EBIT	(7,9%)	(12,0%)	4,1p.p.	(11,8%)	(8,9%)	(2,9p.p.)
EBIT [bez MSSF 16]	(2,5)	(4,2)	40,5%	(10,8)	(9,8)	(10,2%)
marża EBIT [bez MSSF 16]	(7,9%)	(12,0%)	4,1p.p.	(11,8%)	(8,9%)	(2,9p.p.)
EBITDA	(0,6)	(1,3)	53,8%	(4,6)	(0,9)	(411,1%)
marża EBITDA	(1,9%)	(3,7%)	1,8p.p.	(5,0%)	(0,8%)	(4,2p.p.)
EBITDA [bez MSSF 16]	(0,7)	(1,3)	46,2%	(4,7)	(0,9)	(422,2%)
marża EBITDA [bez MSSF 16]	(2,2%)	(3,7%)	1,5p.p.	(5,1%)	(0,8%)	(4,3p.p.)

- ▼ spadek przychodów reklamowych spółki Yieldbird, wynikający ze zmian rynkowych reklamy programatycznej oraz w wyniku rozwijania współpracy w modelu SaaS, a co za tym idzie ograniczenia sprzedaży usług reklamowych;
- ▲ wzrost przychodów wypracowany przez Gazeta.pl, głównie w wyniku wyższych przychodów E-commerce i Direct;
- ▼ niższe koszty usług obcych przede wszystkim ze względu na ich ograniczenie w spółce Yieldbird. Niższe były również w spółce Gazeta.pl;
- ▲ wzrost kosztów reprezentacji i reklamy ze względu na wyższe nakłady promocyjne w Gazeta.pl.

KONCENTRACJA NA SYNERGIACH WEWNĘTRZNYCH, W SZCZEGÓLNOŚCI WSPÓŁPRACY W ZAKRESIE WSPÓLNEJ OFERTY SPRZEDAŻOWEJ GAZETA.PL ORAZ INNYCH BIZNESÓW REKLAMOWYCH GRUPY AGORA

DZIĘKUJEMY ZA UWAGĘ


Odwiedź naszą stronę www.agora.pl

Kontakt:

@ investor@agora.pl

@ press@agora.pl

 @Agora_SA




















 [linkedin.com/company/agora-sa](https://www.linkedin.com/company/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.

ZAŁĄCZNIKI

STRUKTURA GRUPY KAPITAŁOWEJ AGORA PO 01.04.2024 R.

<p>BIZNESY W STRUKTURZE AGORY S.A.</p>	 FILM I KSIĄŻKA	 PRASA CYFROWA I DRUKOWANA	 REKLAMA ZEWNĘTRZNA	 INTERNET	 RADIO	 PIONY WSPOMAGAJĄCE Dział IT Dział Finansów Dział Prawny Pozostałe działy wspomagające
<p>BIZNESY W STRUKTURZE SPÓŁEK ZALEŻNYCH</p>	    		  Video OOH IBO	  ROIHUNTER Plan D 	 AGORA <small>GRUPA RADIOWA</small>  Inforadio IM 40	Czerska ^{8/10}

WYNIKI GRUPY AGORA

w mln zł	Z MSSF 16						BEZ MSSF 16					
	3.kw.2024	3.kw.2023*	% zmiany r/r	1-3.kw.2024	1-3.kw.2023*	% zmiany r/r	3.kw.2024	3.kw.2023*	% zmiany r/r	1-3.kw.2024	1-3.kw.2023*	% zmiany r/r
Przychody ze sprzedaży netto (1)	334,5	351,8	(4,9%)	1 034,5	954,4	8,4%	334,5	351,8	(4,9%)	1 034,5	954,4	8,4%
Sprzedaż usług reklamowych	176,3	167,6	5,2%	527,4	473,5	11,4%	176,3	167,6	5,2%	527,4	473,5	11,4%
Sprzedaż biletów do kin	56,4	71,6	(21,2%)	174,5	175,7	(0,7%)	56,4	71,6	(21,2%)	174,5	175,7	(0,7%)
Sprzedaż wydawnictw	31,0	33,1	(6,3%)	98,1	100,5	(2,4%)	31,0	33,1	(6,3%)	98,1	100,5	(2,4%)
Sprzedaż barowa w kinach	35,8	39,9	(10,3%)	106,3	98,9	7,5%	35,8	39,9	(10,3%)	106,3	98,9	7,5%
Przychody z działalności filmowej	2,7	4,3	(37,2%)	35,9	12,9	178,3%	2,7	4,3	(37,2%)	35,9	12,9	178,3%
Pozostała sprzedaż	32,3	35,3	(8,5%)	92,3	92,9	(0,6%)	32,3	35,3	(8,5%)	92,3	92,9	(0,6%)
Koszty operacyjne netto, w tym:	(334,9)	(337,5)	(0,8%)	(1 012,1)	(944,0)	7,2%	(341,7)	(343,8)	(0,6%)	(1 032,7)	(962,6)	7,3%
Usługi obce	(115,9)	(123,2)	(5,9%)	(349,6)	(332,5)	5,1%	(142,8)	(148,8)	(4,0%)	(429,1)	(407,4)	5,3%
Wynagrodzenia i świadczenia	(110,0)	(103,8)	6,0%	(329,0)	(300,8)	9,4%	(110,0)	(103,8)	6,0%	(329,0)	(300,8)	9,4%
Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów	(31,8)	(36,7)	(13,4%)	(100,4)	(106,6)	(5,8%)	(31,8)	(36,7)	(13,4%)	(100,4)	(106,6)	(5,8%)
Amortyzacja	(44,1)	(42,8)	3,0%	(129,7)	(124,8)	3,9%	(23,7)	(23,2)	2,2%	(69,2)	(67,6)	2,4%
Reprezentacja i reklama	(23,8)	(18,8)	26,6%	(64,0)	(49,0)	30,6%	(23,8)	(18,8)	26,6%	(64,0)	(49,0)	30,6%
Koszty restrukturyzacji (2)	-	-	-	(8,3)	-	-	-	-	-	(8,3)	-	-
Zysk/(strata) ze sprzedaży nieruchomości (3)	-	1,5	-	-	1,5	-	-	1,5	-	-	1,5	-
Odpisy aktualizujące (4)	-	0,2	-	(0,2)	0,2	-	-	0,2	-	(0,2)	0,2	-
Wynik operacyjny - EBIT	(0,4)	14,3	-	22,4	10,4	115,4%	(7,2)	8,0	-	1,8	(8,2)	-
marża EBIT (EBIT/Przychody)	(0,1%)	4,1%	(4,2p.p.)	2,2%	1,1%	1,1p.p.	(2,2%)	2,3%	(4,5p.p.)	0,2%	(0,9%)	1,1p.p.
EBITDA (6)	43,7	56,9	(23,2%)	152,3	135,0	12,8%	16,5	31,0	(46,8%)	71,2	59,2	20,3%
marża EBITDA (EBITDA/Przychody)	13,1%	16,2%	(3,1p.p.)	14,7%	14,1%	0,6p.p.	4,9%	8,8%	(3,9p.p.)	6,9%	6,2%	0,7p.p.
Przychody i koszty finansowe netto, w tym:	(10,7)	(31,9)	66,5%	(29,5)	29,7	-	(6,1)	(3,5)	(74,3%)	(12,9)	44,0	-
Zysk z tytułu wyceny udziałów nabytej spółki zależnej (5)	-	-	-	-	47,9	-	-	-	-	-	47,9	-
Zysk/(strata) z działalności kontynuowanej	(11,3)	(13,0)	13,1%	(15,5)	34,7	-	(13,1)	4,8	-	(18,8)	31,1	-
Zysk/(strata) z działalności zaniechanej	(0,2)	(0,1)	(100,0%)	(0,3)	(0,6)	50,0%	(0,2)	(0,1)	(100,0%)	(0,4)	(1,1)	63,6%
Zysk/(strata) netto	(11,5)	(13,1)	12,2%	(15,8)	34,1	-	(13,3)	4,7	-	(19,2)	30,0	-
Przypadający/a na Akcjonariuszy jednostki dominującej	(11,5)	(14,2)	19,0%	(24,4)	25,3	-	(13,2)	2,2	-	(27,4)	22,0	-

Źródło: sprawozdanie Zarządu Grupy za 3. kw. 2024 r. Konsolidacja z grupą Eurozet ma miejsce od 1 marca 2023 r. Dane za trzeci kwartał 2023 r. i za trzy kwartały 2023 r. zostały przekształcone w związku ze sprzedażą spółki Step Inside Sp. z o.o. w dniu 7 października 2024 r. i prezentacją danych tej spółki w ramach działalności zaniechanej.

(1) poszczególne pozycje przychodów ze sprzedaży, poza przychodami ze sprzedaży biletów i barowej w kinach, zawierają przychody ze sprzedaży Wydawnictwa Agora i działalności filmowej (funkcjonujących w ramach segmentu Film i Książka);

(2) podana kwota dotyczy kosztów zwolnień grupowych przeprowadzonych w segmentach Prasa Cyfrowa i Drukowana oraz Internet w pierwszym kwartale 2024 r.;

(3) podana kwota dotyczy zysku ze sprzedaży prawa własności budynków oraz gruntów położonych przy ul. Towarowej w Tychach, zaprezentowanych w bilansie skonsolidowanym Grupy na 30 czerwca 2023 r. jako aktywa trwałe przeznaczone do sprzedaży;

(4) podana kwota w 2024 r. obejmuje odpis aktualizujący wartości niematerialne w spółce Agora S.A. oraz odwrócenie odpisów aktualizujących środki trwałe w spółkach AMS S.A. i Helios S.A.;

(5) wycena udziałów na dzień przejęcia kontroli dotyczy transakcji przejęcia kontroli nad grupą Eurozet konsolidowaną metodą pełną od 1 marca 2023 r.;

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

FILM I KSIĄŻKA

w mln zł	Z MSSF 16						BEZ MSSF 16					
	3.kw.2024	3.kw.2023*	% zmiany r/r	1-3.kw.2024	1-3.kw.2023*	% zmiany r/r	3.kw.2024	3.kw.2023*	% zmiany r/r	1-3.kw.2024	1-3.kw.2023*	% zmiany r/r
Przychody ze sprzedaży, w tym:	123,4	140,7	(12,3%)	399,7	360,7	10,8%	123,4	140,7	(12,3%)	399,7	360,7	10,8%
Przychody ze sprzedaży biletów do kina	56,4	71,6	(21,2%)	174,5	175,7	(0,7%)	56,4	71,6	(21,2%)	174,5	175,7	(0,7%)
Przychody ze sprzedaży barowej	35,8	39,9	(10,3%)	106,3	98,9	7,5%	35,8	39,9	(10,3%)	106,3	98,9	7,5%
Przychody ze sprzedaży reklam w kinach (1)	10,0	8,7	14,9%	27,2	23,8	14,3%	10,0	8,7	14,9%	27,2	23,8	14,3%
Przychody z działalności filmowej (1), (2), (3)	3,4	4,8	(29,2%)	39,0	14,6	167,1%	3,4	4,8	(29,2%)	39,0	14,6	167,1%
Przychody z działalności Wydawnictwa	12,9	11,4	13,2%	39,3	36,0	9,2%	12,9	11,4	13,2%	39,3	36,0	9,2%
Koszty operacyjne netto (4):	(117,5)	(122,8)	(4,3%)	(367,1)	(332,8)	10,3%	(122,5)	(127,5)	(3,9%)	(381,8)	(347,2)	10,0%
EBIT	5,9	17,9	(67,0%)	32,6	27,9	16,8%	0,9	13,2	(93,2%)	17,9	13,5	32,6%
marża EBIT	4,8%	12,7%	(7,9p.p.)	8,2%	7,7%	0,5p.p.	0,7%	9,4%	(8,7p.p.)	4,5%	3,7%	0,8p.p.
EBITDA (5)	25,7	37,1	(30,7%)	89,6	85,9	4,3%	8,7	20,6	(57,8%)	39,1	35,4	10,5%
marża EBITDA	20,8%	26,4%	(5,6p.p.)	22,4%	23,8%	(1,4p.p.)	7,1%	14,6%	(7,5p.p.)	9,8%	9,8%	0,0p.p.

Źródło: sprawozdanie Zarządu Grupy za 3. kw. 2024 r. Dane nie zawierają wyników sprzedanej 7 października 2024 r. spółki Step Inside Sp. z o.o., dane porównawcze zostały odpowiednio przekształcone.

(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) przychody z działalności filmowej i koszty usług obcych zostały oczyszczone o transakcje wzajemne w obrębie grupy Helios: między spółką Helios S.A. a NEXT FILM Sp. z o.o.;

(4) dane okresu styczeń - wrzesień 2023 r. oraz pierwszego kwartału 2024 r. uwzględniają alokowane koszty części działań wspomagających; od 2 kwartału 2024 r. w wyniku reorganizacji Grupy Agora koszty te są ujęte bezpośrednio w wynikach segmentów biznesowych;

(5) wskaźnik EBITDA definiowany jest jako EBIT powiększony o amortyzację i odpis wartości aktywów trwałych.

RADIO ORAZ PRASA CYFROWA I DRUKOWANA

RADIO

w mln zł	Z MSSF 16						BEZ MSSF 16					
	3.kw.2024	3.kw.2023	% zmiany r/r	1-3.kw.2024	1-3.kw.2023	% zmiany r/r	3.kw.2024	3.kw.2023	% zmiany r/r	1-3.kw.2024	1-3.kw.2023	% zmiany r/r
Przychody ze sprzedaży, w tym:	85,4	75,5	13,1%	250,3	195,6	28,0%	85,4	75,5	13,1%	250,3	195,6	28,0%
Przychody ze sprzedaży reklamy radiowej (1), (2)	75,8	66,8	13,5%	224,4	173,6	29,3%	75,8	66,8	13,5%	224,4	173,6	29,3%
Koszty operacyjne netto, w tym: (2), (3)	(76,1)	(68,7)	10,8%	(220,9)	(173,3)	27,5%	(76,4)	(69,0)	10,7%	(222,0)	(174,2)	27,4%
EBIT	9,3	6,8	36,8%	29,4	22,3	31,8%	9,0	6,5	38,5%	28,3	21,4	32,2%
marża EBIT	10,9%	9,0%	1,9p.p.	11,7%	11,4%	0,3p.p.	10,5%	8,6%	1,9p.p.	11,3%	10,9%	0,4p.p.
EBITDA	13,8	11,3	22,1%	43,5	34,3	26,8%	11,7	9,3	25,8%	37,0	28,8	28,5%
marża EBITDA	16,2%	15,0%	1,2p.p.	17,4%	17,5%	(0,1p.p.)	13,7%	12,3%	1,4p.p.	14,8%	14,7%	0,1p.p.

Źródło: sprawozdanie Zarządu Grupy za 3. kw. 2024 r. Konsolidacja Grupy Eurozet ma miejsce od 1 marca 2023 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 2023 r. oraz pierwszego kwartału 2024 r. uwzględniają alokowane koszty części działów wspomagających; od 2 kwartału 2024 r. w wyniku reorganizacji Grupy Agora koszty te są ujęte bezpośrednio w wynikach segmentów biznesowych.

PRASA CYFROWA I DRUKOWANA

w mln zł	Z MSSF 16						BEZ MSSF 16					
	3.kw.2024	3.kw.2023	% zmiany r/r	1-3.kw.2024	1-3.kw.2023	% zmiany r/r	3.kw.2024	3.kw.2023	% zmiany r/r	1-3.kw.2024	1-3.kw.2023	% zmiany r/r
Przychody ze sprzedaży, w tym:	51,9	56,4	(8,0%)	150,5	157,5	(4,4%)	51,9	56,4	(8,0%)	150,5	157,5	(4,4%)
Przychody ze sprzedaży wydawnictw	24,4	26,3	(7,2%)	75,6	78,0	(3,1%)	24,4	26,3	(7,2%)	75,6	78,0	(3,1%)
w tym Gazeta Wyborcza	23,1	24,9	(7,2%)	71,8	74,0	(3,0%)	23,1	24,9	(7,2%)	71,8	74,0	(3,0%)
Przychody ze sprzedaży reklam (1)	15,5	15,3	1,3%	41,6	41,4	0,5%	15,5	15,3	1,3%	41,6	41,4	0,5%
w tym Gazeta Wyborcza	14,4	14,1	2,1%	37,9	37,6	0,8%	14,4	14,1	2,1%	37,9	37,6	0,8%
Przychody ze sprzedaży usług poligraficznych	4,9	8,8	(44,3%)	20,9	27,9	(25,1%)	4,9	8,8	(44,3%)	20,9	27,9	(25,1%)
Koszty operacyjne netto, w tym: (2)	(51,9)	(55,9)	(7,2%)	(162,0)	(165,1)	(1,9%)	(51,9)	(55,9)	(7,2%)	(162,0)	(165,1)	(1,9%)
EBIT	0,0	0,5	-	(11,5)	(7,6)	(51,3%)	0,0	0,5	-	(11,5)	(7,6)	(51,3%)
marża EBIT	0,0%	0,9%	(0,9p.p.)	(7,6%)	(4,8%)	(2,8p.p.)	0,0%	0,9%	(0,9p.p.)	(7,6%)	(4,8%)	(2,8p.p.)
EBITDA	0,8	2,4	(66,7%)	(7,7)	(1,3)	(492,3%)	0,8	2,4	(66,7%)	(7,8)	(1,3)	(500,0%)
marża EBITDA	1,5%	4,3%	(2,8p.p.)	(5,1%)	(0,8%)	(4,3p.p.)	1,5%	4,3%	(2,8p.p.)	(5,2%)	(0,8%)	(4,4p.p.)

Źródło: sprawozdanie Zarządu Grupy za 3. kw. 2024 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) dane 2023 r. oraz pierwszego kwartału 2024 r. uwzględniają alokowane koszty części działów wspomagających; od 2 kwartału 2024 r. w wyniku reorganizacji Grupy Agora koszty te są ujęte bezpośrednio w wynikach segmentów biznesowych;

(3) podane kwoty zawierają koszty rezerwy związanej z restrukturyzacją działalności w segmencie Prasa Cyfrowa i Drukowana.

REKLAMA ZEWNĘTRZNA ORAZ INTERNET

REKLAMA ZEWNĘTRZNA

w mln zł	Z MSSF 16						BEZ MSSF 16					
	3.kw.2024	3.kw.2023	% zmiany r/r	1-3.kw.2024	1-3.kw.2023	% zmiany r/r	3.kw.2024	3.kw.2023	% zmiany r/r	1-3.kw.2024	1-3.kw.2023	% zmiany r/r
łącznie przychody, w tym:	45,6	46,7	(2,4%)	150,2	135,9	10,5%	45,6	46,7	(2,4%)	150,2	135,9	10,5%
Przychody ze sprzedaży reklam (1)	42,7	43,0	(0,7%)	140,8	127,8	10,2%	42,7	43,0	(0,7%)	140,8	127,8	10,2%
Razem koszty operacyjne, w tym: (1), (2)	(45,3)	(42,8)	5,8%	(131,9)	(121,3)	8,7%	(46,5)	(43,9)	5,9%	(136,0)	(124,0)	9,7%
EBIT (1), (2)	0,3	3,9	(92,3%)	18,3	14,6	25,3%	(0,9)	2,8	-	14,2	11,9	19,3%
marża EBIT	0,7%	8,4%	(7,7p.p.)	12,2%	10,7%	1,5p.p.	(2,0%)	6,0%	(8,0p.p.)	9,5%	8,8%	0,7p.p.
EBITDA (1), (2), (3)	10,2	13,2	(22,7%)	48,2	41,1	17,3%	2,4	6,4	(62,5%)	25,5	23,0	10,9%
marża EBITDA	22,4%	28,3%	(5,9p.p.)	32,1%	30,2%	1,9p.p.	5,3%	13,7%	(8,4p.p.)	17,0%	16,9%	0,1p.p.

Źródło: sprawozdanie Zarządu Grupy za 3. kw. 2024 r.

(1) 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;

(2) dane 2023 r. oraz pierwszego kwartału 2024 r. uwzględniają alokowane koszty części działań wspomagających; od 2 kwartału 2024 r. w wyniku reorganizacji Grupy Agora koszty te są ujęte bezpośrednio w wynikach segmentów biznesowych;

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

INTERNET

w mln zł	Z MSSF 16						BEZ MSSF 16					
	3.kw.2024	3.kw.2023	% zmiany r/r	1-3.kw.2024	1-3.kw.2023	% zmiany r/r	3.kw.2024	3.kw.2023	% zmiany r/r	1-3.kw.2024	1-3.kw.2023	% zmiany r/r
Przychody ze sprzedaży, w tym:	31,7	34,9	(9,2%)	91,9	110,1	(16,5%)	31,7	34,9	(9,2%)	91,9	110,1	(16,5%)
Przychody ze sprzedaży reklam internetowych (1)	30,1	30,6	(1,6%)	87,1	97,4	(10,6%)	30,1	30,6	(1,6%)	87,1	97,4	(10,6%)
Koszty operacyjne, w tym: (1), (2)	(34,2)	(39,1)	(12,5%)	(102,7)	(119,9)	(14,3%)	(34,2)	(39,1)	(12,5%)	(102,7)	(119,9)	(14,3%)
EBIT	(2,5)	(4,2)	40,5%	(10,8)	(9,8)	(10,2%)	(2,5)	(4,2)	40,5%	(10,8)	(9,8)	(10,2%)
marża EBIT	(7,9%)	(12,0%)	4,1p.p.	(11,8%)	(8,9%)	(2,9p.p.)	(7,9%)	(12,0%)	4,1p.p.	(11,8%)	(8,9%)	(2,9p.p.)
EBITDA	(0,6)	(1,3)	53,8%	(4,6)	(0,9)	(411,1%)	(0,7)	(1,3)	46,2%	(4,7)	(0,9)	(422,2%)
marża EBITDA	(1,9%)	(3,7%)	1,8p.p.	(5,0%)	(0,8%)	(4,2p.p.)	(2,2%)	(3,7%)	1,5p.p.	(5,1%)	(0,8%)	(4,3p.p.)

Źródło: sprawozdanie Zarządu Grupy za 3. kw. 2024 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 Gazeta.pl, Plan D Sp. z o.o., Yieldbird Sp. z o.o. oraz grupą HRLink;

(2) dane 2023 r. oraz pierwszego kwartału 2024 r. uwzględniają alokowane koszty części działań wspomagających; od 2 kwartału 2024 r. w wyniku reorganizacji Grupy Agora koszty te są ujęte bezpośrednio w wynikach segmentów biznesowych;

(3) podane kwoty dotyczą restrukturyzacji w Gazeta.pl.