



GRUPA MEDIOWA

AGORA

Wyniki finansowe i operacyjne za 1. kw. 2025

23.05.2025



Najistotniejsze czynniki rynkowe wpływające na wyniki Grupy Agora

03

Wyniki finansowe Grupy Agora w 1. kwartale 2025 r.

06

Wyniki finansowe segmentów w 1. kwartale 2025 r.

07

Nadchodzące wydarzenia

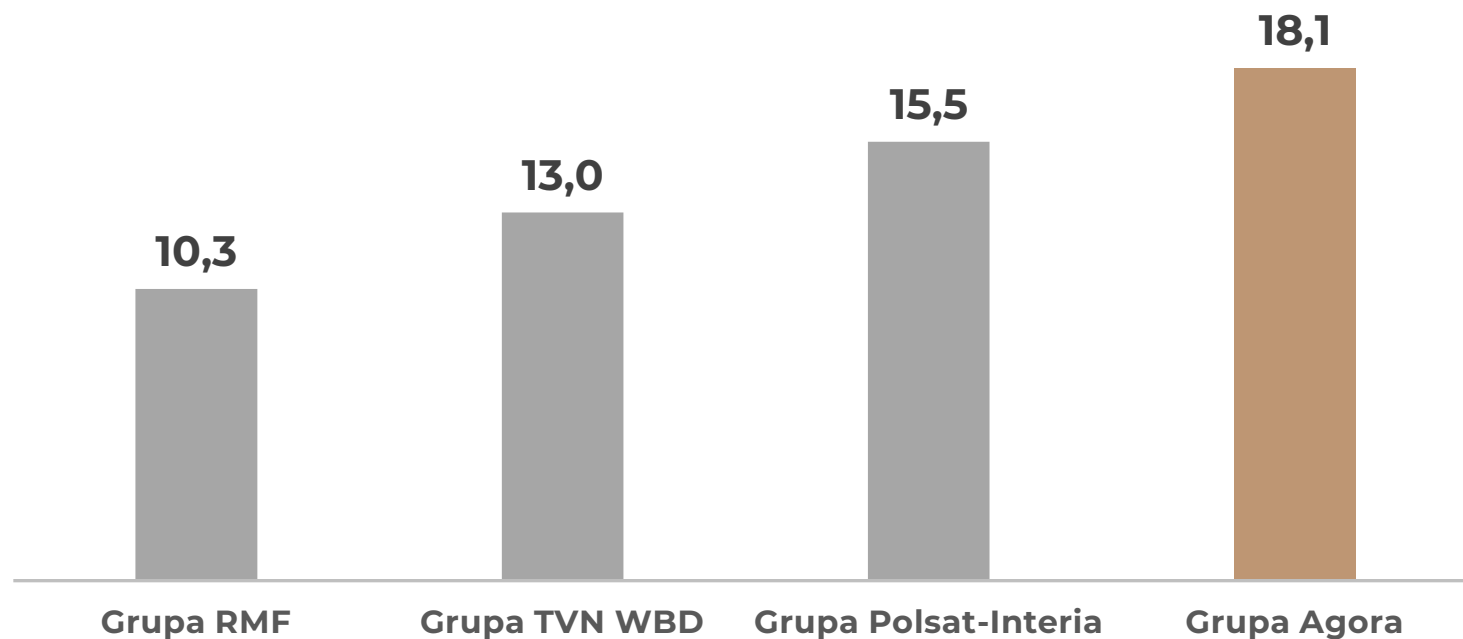
15



Najistotniejsze czynniki rynkowe wpływające na wyniki Grupy Agora

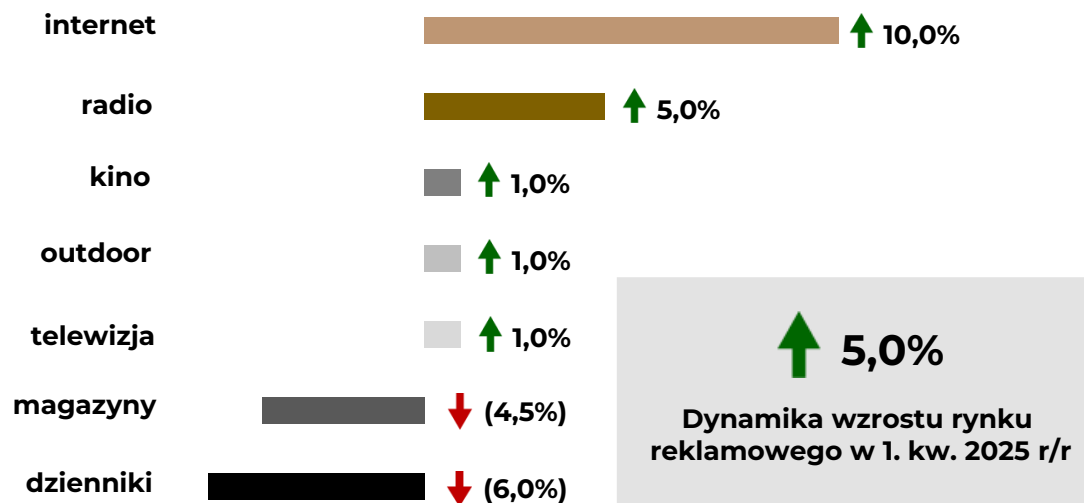


DZIENNY ZASIĘG KOMERCYJNY POLSKICH GRUP MEDIOWYCH WG. MEDIAPANEL
ZA KWIECIEŃ 2025 R.
[MLN OSÓB]

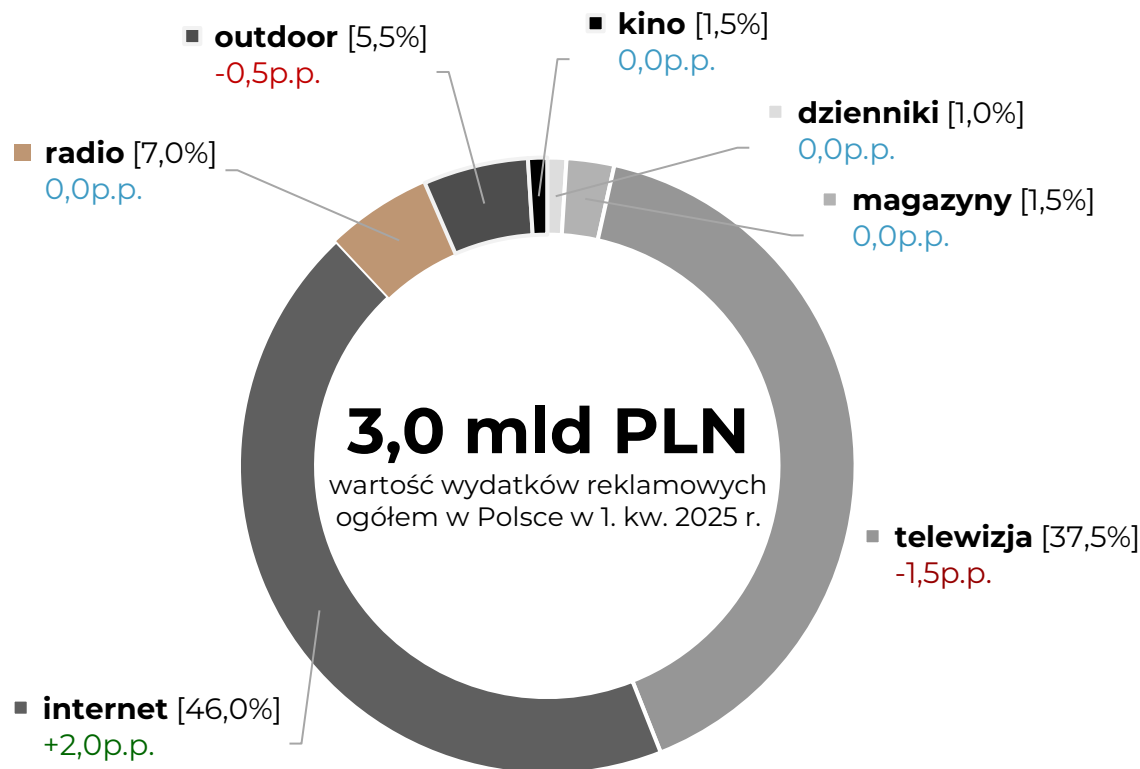


Najistotniejsze czynniki rynkowe wpływające na wyniki Grupy Agora

DYNAMIKA WYDATKÓW NA REKLAMĘ W 1. KW. 2025 R [%; ZMIANA R/R]

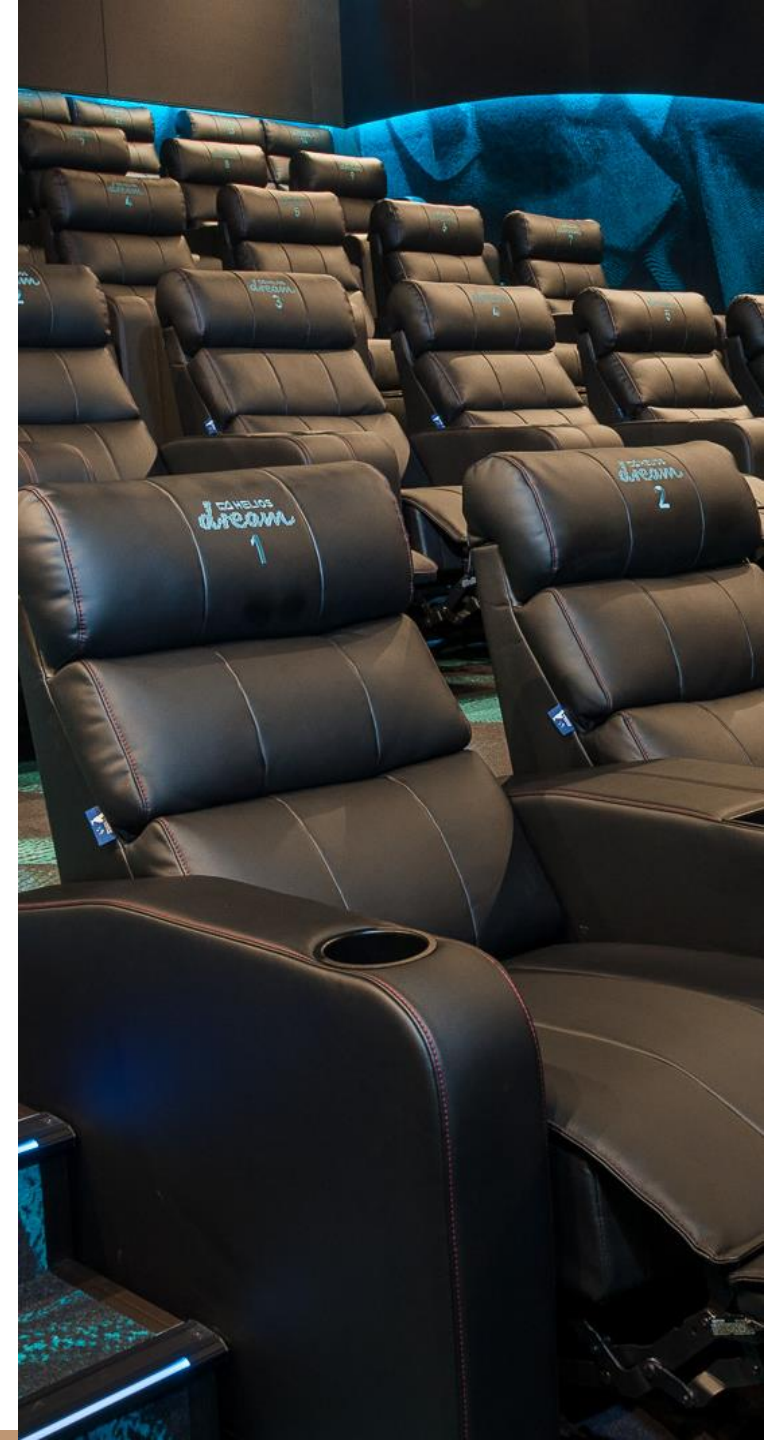
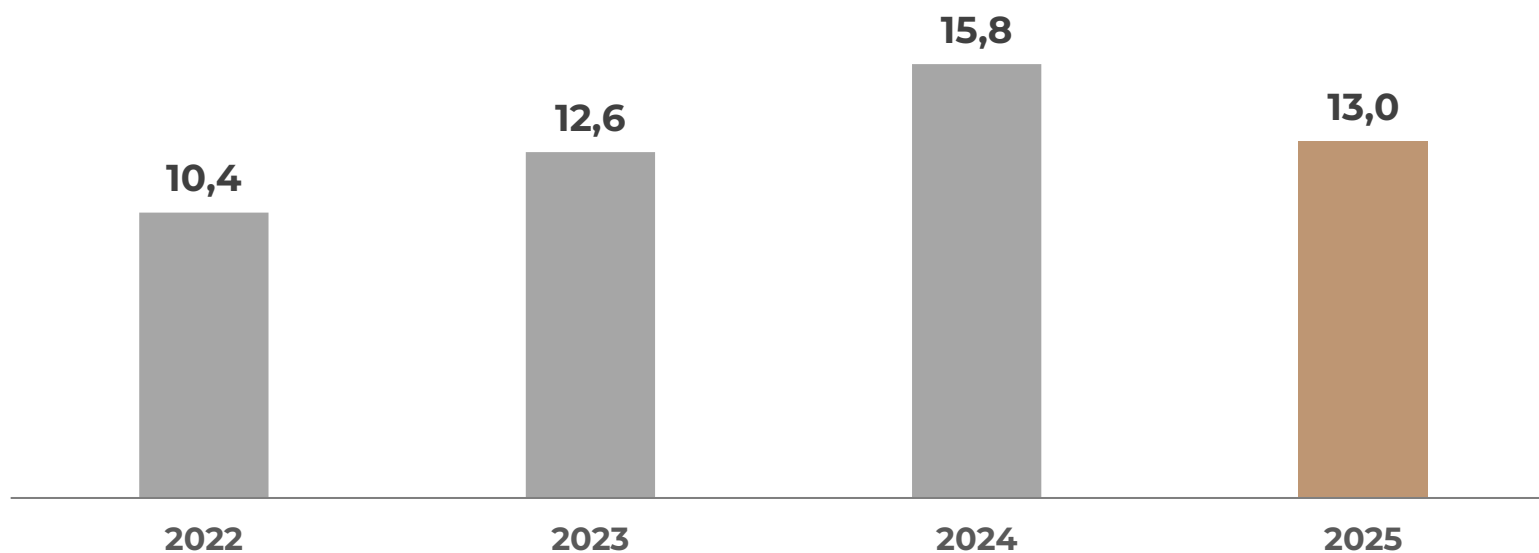


STRUKTURA RYNKU REKLAMY W 2025 R.



Frekwencja w polskich kinach

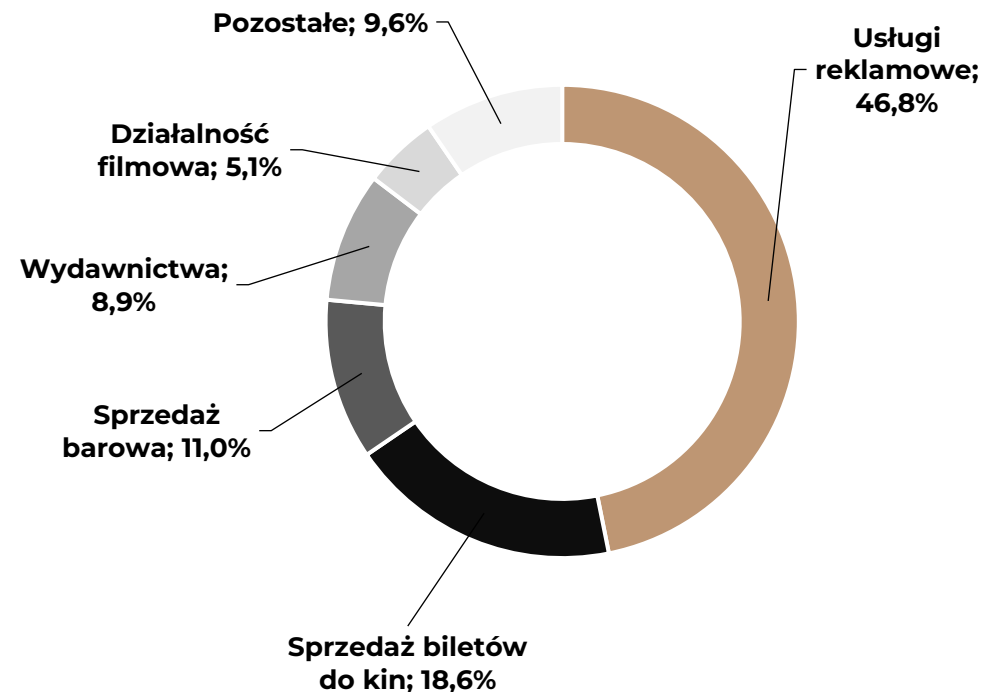
FREKWENCJA W POLSKICH KINACH W 1.KW. 2022-2025 [MLN WIDZÓW]



Wyniki Grupy Agora w 1. kw. 2025 r.

w mln zł	1.kw.2025*	1.kw.2024*	% zmiany r/r
Przychody ze sprzedaży netto (1)	349,3	375,0	(6,9%)
Sprzedaż usług reklamowych	163,6	157,8	3,7%
Sprzedaż biletów do kin	65,1	78,1	(16,6%)
Sprzedaż wydawnictw	31,0	33,7	(8,0%)
Sprzedaż barowa w kinach	38,4	45,9	(16,3%)
Przychody z działalności filmowej	17,8	29,5	(39,7%)
Pozostała sprzedaż	33,4	30,0	11,3%
Koszty operacyjne netto, w tym:	(342,9)	(364,4)	(5,9%)
Usługi obce	(118,3)	(133,1)	(11,1%)
Wynagrodzenia i świadczenia	(115,6)	(112,0)	3,2%
Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów	(33,2)	(38,5)	(13,8%)
Amortyzacja	(46,6)	(42,8)	8,9%
Reprezentacja i reklama	(17,5)	(20,1)	(12,9%)
Koszty restrukturyzacji (2)	-	(7,9)	-
Wynik operacyjny - EBIT	6,4	10,6	(39,6%)
marża EBIT (EBIT/Przychody)	1,8%	2,8%	(1,0p.p.)
Wynik operacyjny - EBIT [bez MSSF 16]	(0,4)	4,0	-
marża EBIT (EBIT/Przychody) [bez MSSF 16]	(0,1%)	1,1%	(1,2p.p.)
EBITDA (3)	53,0	53,4	(0,7%)
marża EBITDA (EBITDA/Przychody)	15,2%	14,2%	1,0p.p.
EBITDA (3) [bez MSSF 16]	24,9	26,8	(7,1%)
marża EBITDA (EBITDA/Przychody) [bez MSSF 16]	7,1%	7,1%	0,0p.p.
Przychody i koszty finansowe netto	(3,9)	(4,5)	13,3%
Zysk/(strata) z działalności kontynuowanej	(7,6)	4,0	-
Zysk/(strata) z działalności zaniechanej	-	(0,2)	-
Zysk/(strata) netto	(7,6)	3,8	-
Przypadający/a na Akcjonariuszy jednostki dominującej	(9,2)	(0,6)	(1 433,3%)

STRUKTURA PRZYCHODÓW ZE SPRZEDAŻY W 1. KW. 2025 ROKU



Film i Książka: Helios - #1 sieć kinowa w Polsce



w mln zł	1.kw.2025*	1.kw.2024*	% zmiany r/r
Przychody ze sprzedaży, w tym:	154,3	181,8	(15,1%)
Przychody ze sprzedaży biletów do kina	65,1	78,1	(16,6%)
Przychody ze sprzedaży barowej	38,4	45,9	(16,3%)
Przychody ze sprzedaży reklam w kinach (1)	9,6	8,8	9,1%
Przychody z działalności filmowej (1),(2),(3)	18,2	31,2	(41,7%)
Przychody z działalności Wydawnictwa	17,7	12,9	37,2%
Koszty operacyjne netto, w tym:	(136,4)	(149,6)	(8,8%)
Usługi obce (3), (4)	(54,9)	(70,3)	(21,9%)
Wynagrodzenia i świadczenia	(27,0)	(24,9)	8,4%
Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów	(22,3)	(22,1)	0,9%
Amortyzacja (4)	(21,3)	(18,9)	12,7%
Reprezentacja i reklama (1)	(5,9)	(8,0)	(26,3%)
EBIT	17,9	32,2	(44,4%)
marża EBIT	11,6%	17,7%	(6,1p.p.)
EBIT [bez MSSF 16]	13,0	27,3	(52,4%)
marża EBIT [bez MSSF 16]	8,4%	15,0%	(6,6p.p.)
EBITDA (5)	39,2	51,1	(23,3%)
marża EBITDA	25,4%	28,1%	(2,7p.p.)
EBITDA [bez MSSF 16]	22,0	34,3	(35,9%)
marża EBITDA [bez MSSF 16]	14,3%	18,9%	(4,6p.p.)

- ↓ spadek wpływów segmentu, w rezultacie niższej sprzedaży biletów oraz wpływów z działalności filmowej, pomimo wzrostu przychodów reklamy kinowej oraz większych przychodów z działalności Wydawnictwa Agora;
- ↓ spadek kosztów usług obcych związany głównie z działalnością filmową i kinową – niższe były wynagrodzenia dla producentów filmowych oraz koszty zakupu kopii filmowych w kinach;
- ↑ wzrost wynagrodzeń i świadczeń w działalności kinowej głównie w efekcie wzrostu płacy minimalnej oraz podwyżek w działalności kinowej;
- ↑ nieznaczny wzrost kosztów zużycia materiałów i energii oraz wartości sprzedanych towarów i materiałów, głównie w Wydawnictwie Agora, przy jednoczesnym spadku w działalności kinowej w związku z niższą sprzedażą barową;
- ↓ spadek kosztów reprezentacji i reklamy w związku z mniejszą liczbą premierowych tytułów w obszarze dystrybucji filmowej w omawianym okresie.

Film i Książka: Helios - #1 sieć kinowa w Polsce

MOCNA POZYCJA FILMÓW NEXT FILM W TOP3 BOXOFFICE W POLSCE W 1. KW. 2025 ROKU



Najważniejsze premiery w 2. kwartale 2025 r.



Radio: #2 grupa radiowa w Polsce

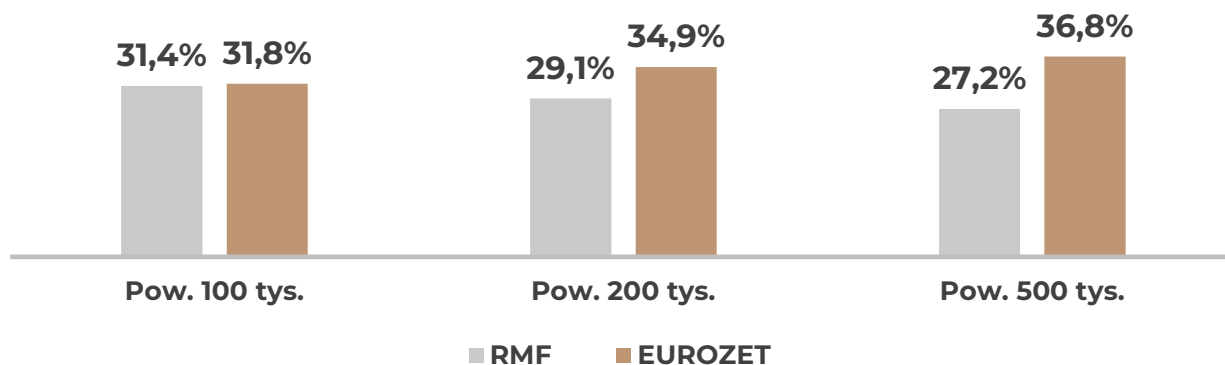
w mln zł	1.kw.2025	1.kw.2024	% zmiany r/r
Przychody ze sprzedaży, w tym:	82,8	78,9	4,9%
Przychody ze sprzedaży reklamy radiowej (1), (2)	74,8	71,4	4,8%
Koszty operacyjne netto, w tym: (2), (3)	(74,0)	(71,7)	3,2%
Usługi obce	(26,9)	(27,1)	(0,7%)
Wynagrodzenia i świadczenia	(26,7)	(25,7)	3,9%
Amortyzacja	(5,0)	(5,1)	(2,0%)
Reprezentacja i reklama (2)	(10,2)	(8,9)	14,6%
EBIT	8,8	7,2	22,2%
marża EBIT	10,6%	9,1%	1,5p.p.
EBIT [bez MSSF 16]	8,4	6,9	21,7%
marża EBIT [bez MSSF 16]	10,1%	8,7%	1,4p.p.
EBITDA	13,8	12,3	12,2%
marża EBITDA	16,7%	15,6%	1,1p.p.
EBITDA	11,3	10,1	11,9%
marża EBITDA	13,6%	12,8%	0,8p.p.



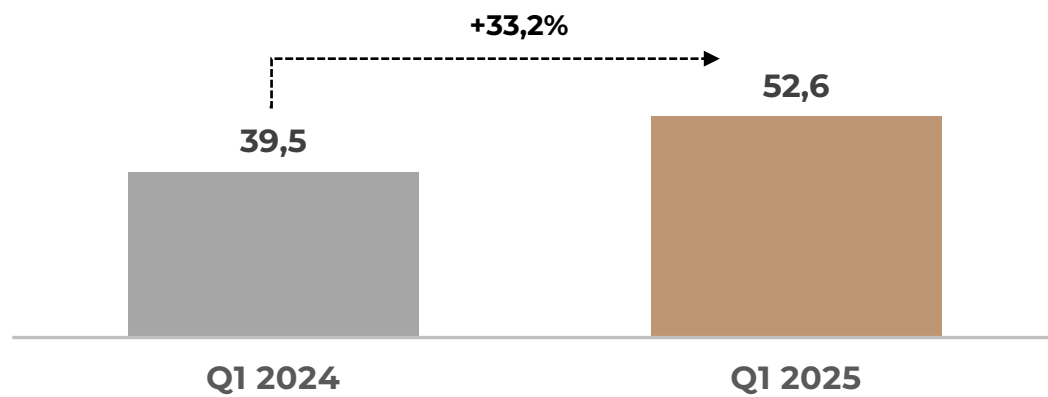
- ↑ wyższe wpływy ze sprzedaży reklamy radiowej, głównie w efekcie wyższej sprzedaży własnego czasu antenowego;
- ↑ wyższe wpływy internetowe segmentu w związku z większymi przychodami z reklam oraz sprzedaży subskrypcji TOK FM Premium;
- ↓ niższe koszty usług obcych ze względu na niższe koszty zakupu 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;
- ↑ wyższe koszty reprezentacji i reklamy, głównie za sprawą wyższych nakładów na promocję Radia Żłote Przeboje oraz Antyradio, a także wyższe wydatki na reprezentację.

Radio: #2 grupa radiowa w Polsce

GRUPA EUROZET LIDEREM SŁUCHALNOŚCI W DUŻYCH MIASTACH*



LICZBA SUBSKR. TOK FM PREMIUM [TYS.]**



Reklama Zewnętrzna: #1 na rynku OOH w Polsce

ams

w mln zł	1.kw.2025	1.kw.2024	% zmiany r/r
Łączne przychody, w tym:	44,7	39,9	12,0%
Przychody ze sprzedaży reklam (1)	41,2	36,8	12,0%
Razem koszty operacyjne, w tym (1) (2):	(45,6)	(41,1)	10,9%
Usługi obce (1) (2)	(20,0)	(18,4)	8,7%
Wynagrodzenia i świadczenia	(10,3)	(8,3)	24,1%
Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów (1)	(2,6)	(3,1)	(16,1%)
Amortyzacja (2)	(10,5)	(10,2)	2,9%
Reprezentacja i reklama	(1,0)	(1,1)	(9,1%)
EBIT (1) (2)	(0,9)	(1,2)	25,0%
marża EBIT	(2,0%)	(3,0%)	1,0p.p.
EBIT [bez MSSF 16]	(2,3)	(2,3)	-
marża EBIT [bez MSSF 16]	(5,1%)	(5,8%)	0,7p.p.
EBITDA (1) (2)	9,6	9,0	6,7%
marża EBITDA	21,5%	22,6%	(1,1p.p.)
EBITDA [bez MSSF 16]	1,2	1,8	(33,3%)
marża EBITDA [bez MSSF 16]	2,7%	4,5%	(1,8p.p.)

- ↑ wyższe przychody reklamowe, w szczególności odnotowane na nośnikach typu digital, citylight oraz city transport;
- ↑ wzrost kosztów usług obcych wynikający głównie z wyższych kosztów utrzymania systemu i realizacji usług. Na wzrost kosztów utrzymania systemu w głównej mierze wpłynął rozwój systemu cyfrowych nośników indoorowych oraz wzrost czynszów nośników tradycyjnych, szczególnie w obszarze citylight. W kosztach realizacji usług zwiększyły się koszty city transportu analogowego w efekcie wyższej sprzedaży na tym systemie;
- ↑ wyższe koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników to głównie efekt wzrostu poziomu zmiennego elementu wynagrodzenia, związanego z wyższą realizacją celów sprzedażowych oraz wzrostu wynagrodzeń stałych.

Reklama Zewnętrzna: #1 na rynku OOH w Polsce

ams

Najszybciej rosnący gracz na rynku DOOH



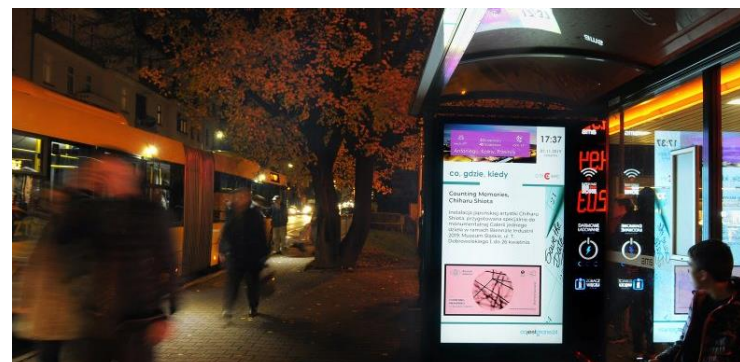
+45%

Dynamika wzrostu przychodów cyfrowych w 1. kw. 2025 r.

5,4 tys.

Liczba cyfrowych nośników reklamowych AMS

Pionier rozwiązań EKO



201

Liczba wiat EKO postawionych i zarządzanych przez AMS

w mln zł	1.kw.2025	1.kw.2024	% zmiany r/r
Przychody ze sprzedaży, w tym:	43,0	47,2	(8,9%)
Przychody ze sprzedaży wydawnictw	23,7	25,8	(8,1%)
Przychody ze sprzedaży reklam (1)	11,9	11,2	6,3%
Koszty operacyjne netto, w tym (2):	(43,2)	(57,5)	(24,9%)
Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów	(5,1)	(9,9)	(48,5%)
Usługi obce (2)	(12,7)	(13,4)	(5,2%)
Wynagrodzenia i świadczenia	(21,6)	(22,9)	(5,7%)
Amortyzacja (2)	(1,0)	(2,1)	(52,4%)
Reprezentacja i reklama (1)	(1,9)	(2,0)	(5,0%)
Restrukturyzacja (3)	-	(6,7)	-
EBIT	(0,2)	(10,3)	98,1%
marża EBIT	-0,5%	(21,8%)	21,3p.p.
EBIT [bez MSSF 16]	(0,2)	(10,3)	98,1%
marża EBIT [bez MSSF 16]	-0,5%	(21,8%)	21,3p.p.
EBITDA	0,8	(8,2)	-
marża EBITDA	1,9%	(17,4%)	19,3p.p.
EBITDA [bez MSSF 16]	0,6	(8,3)	-
marża EBITDA [bez MSSF 16]	1,4%	(17,6%)	19,0p.p.

- ↓ spadek przychodów, głównie ze względu na spadek sprzedaży usług poligraficznych, w efekcie likwidacji produkcji heatsetowej;
- ↓ spadek przychodów ze sprzedaży wydawnictw, głównie w papierowej, ale również internetowej wersji dziennika;
- ↑ wzrost przychodów ze sprzedaży reklam, przede wszystkim w papierowej edycji Gazety Wyborczej;
- ↓ niższe koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników m.in. ze względu na przeprowadzoną na początku 2024 r. restrukturyzację;
- ↓ niższe koszty amortyzacji w wyniku zakończenia okresu amortyzowania się projektów Gazety Wyborczej oraz części maszyn poligraficznych;
- ↓ niższe koszty zużycia materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów, głównie ze względu na niższe zużycie papieru oraz niższe koszty energii. Niższe były też koszty pozostałych materiałów bezpośrednio produkcyjnych.

w mln zł

	1.kw.2025	1.kw.2024	% zmiany r/r
Przychody ze sprzedaży, w tym:	25,8	29,3	(11,9%)
Przychody ze sprzedaży reklam internetowych (1)	23,6	27,8	(15,1%)
Koszty operacyjne, w tym (1), (2):	(31,3)	(36,4)	(14,0%)
Usługi obce (2)	(13,9)	(13,5)	3,0%
Wynagrodzenia i świadczenia	(13,9)	(15,2)	(8,6%)
Amortyzacja (2)	(1,9)	(2,4)	(20,8%)
Reprezentacja i reklama (1)	(1,2)	(3,9)	(69,2%)
Koszty restrukturyzacji (3)	-	(1,2)	-
EBIT	(5,5)	(7,1)	22,5%
marża EBIT	(21,3%)	(24,2%)	2,9p.p.
EBIT [bez MSSF 16]	(5,6)	(7,1)	21,1%
marża EBIT [bez MSSF 16]	(21,7%)	(24,2%)	2,5p.p.
EBITDA	(3,6)	(4,7)	23,4%
marża EBITDA	(14,0%)	(16,0%)	2,0p.p.
EBITDA [bez MSSF 16]	(3,8)	(4,7)	19,1%
marża EBITDA [bez MSSF 16]	(14,7%)	(16,0%)	1,3p.p.

GAZETA.PL

 **YELDBIRD**

- ↓ spadek przychodów reklamowych spółki Yieldbird oraz Gazeta.pl, głównie ze względu na zmiany rynkowe reklamy programatycznej oraz trend spadku zasięgu wydawców z platform;
- ↑ wyższe koszty usług obcych przede wszystkim ze względu na wzrost w Gazeta.pl w związku z wyższymi kosztami pośrednictwa sprzedaży. Kategoria ta spadała w spółce Yieldbird;
- ↓ spadek kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników to efekt niższego zatrudnienia w Gazeta.pl w związku z przeprowadzoną na początku 2024 r. restrukturyzacją;
- ↓ niższe koszty reprezentacji i reklamy w związku z niższymi wydatkami w Gazeta.pl.

Nadchodzące wydarzenia

Rekomendacja Zarządu w sprawie wypłaty dywidendy

0,25 zł

*Wartość rekomendowanej dywidendy
przypisanej na jedną akcję*

**11,6
mln zł**

*Łączna wartość rekomendowanej
dywidendy*

27.08

*Rekomendowany dzień ustanowienia
praw do dywidendy*

18.09

*Rekomendowany dzień wypłaty
dywidendy*



Dziękujemy za uwagę

Odwiedź naszą stronę www.agora.pl

Kontakt:

investor@agora.pl
press@agora.pl

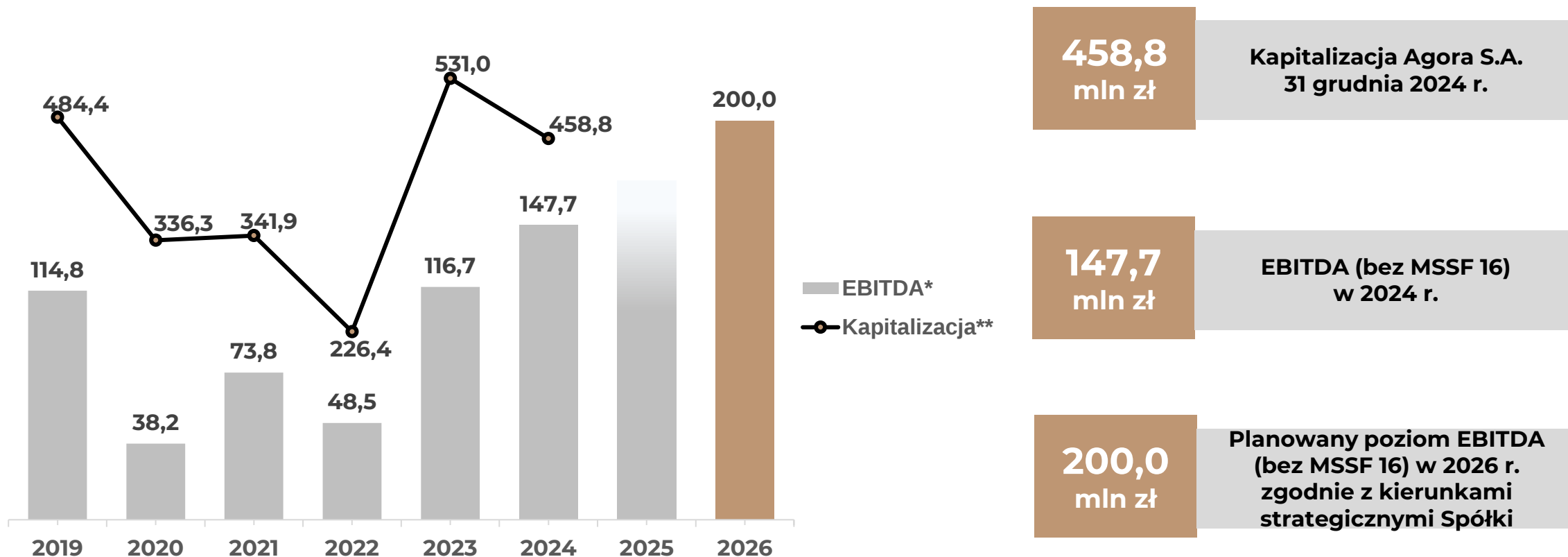
Niniejsza prezentacja została przygotowana przez spółkę Agora S.A. („Spółka”). Dane i informacje zawarte na poszczególnych slajdach nie przedstawiają pełnej ani spójnej analizy finansowej, prognozy ani szacunku wyników i służą wyłącznie celom informacyjnym. Szczegółowy opis działalności i stanu finansowego 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 różniły 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.

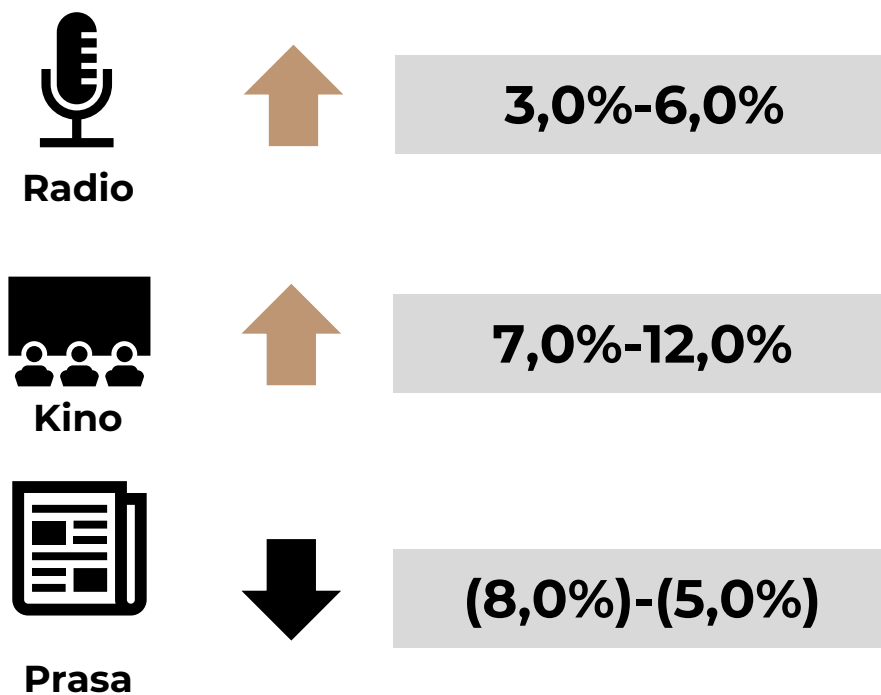
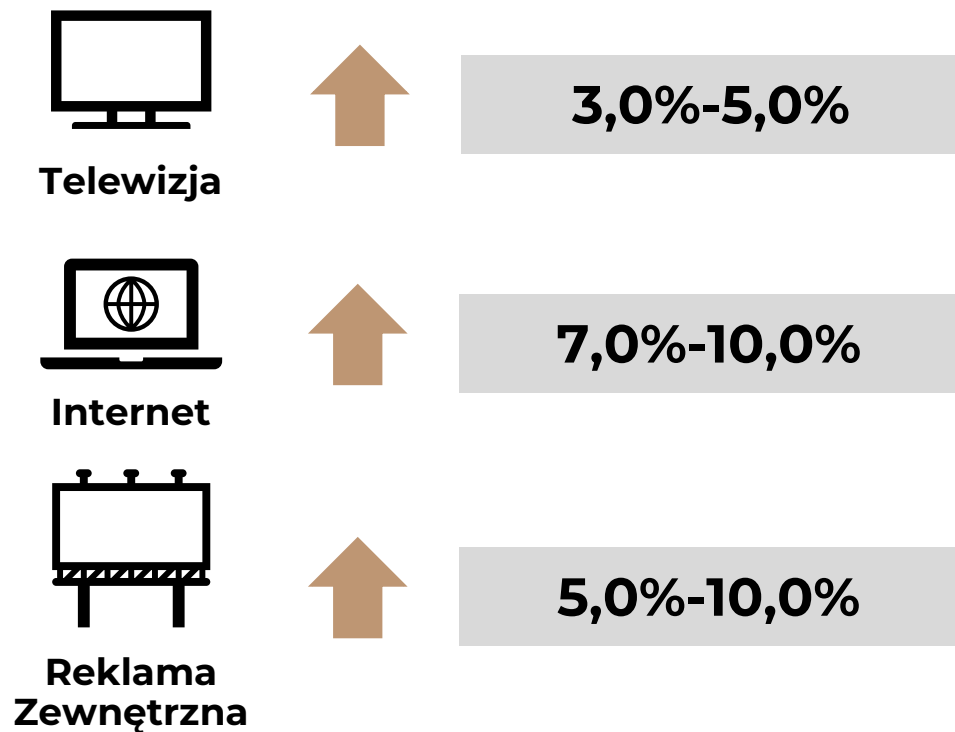
Załączniki

Cel strategiczny EBITDA na 2026 rok

KAPITALIZACJA VS. EBITDA [MLN ZŁ]***



Prognozy dla rynku reklamy w 2025 r.



Wyniki Grupy Agora w 1. kw. 2025 r.

w mln zł	Z MSSF 16			BEZ MSSF 16		
	1.kw.2025*	1.kw.2024*	% zmiany r/r	1.kw.2025*	1.kw.2024*	% zmiany r/r
Przychody ze sprzedaży netto (1)	349,3	375,0	(6,9%)	349,3	375,0	(6,9%)
Sprzedaż usług reklamowych	163,6	157,8	3,7%	163,6	157,8	3,7%
Sprzedaż biletów do kin	65,1	78,1	(16,6%)	65,1	78,1	(16,6%)
Sprzedaż wydawnictw	31,0	33,7	(8,0%)	31,0	33,7	(8,0%)
Sprzedaż barowa w kinach	38,4	45,9	(16,3%)	38,4	45,9	(16,3%)
Przychody z działalności filmowej	17,8	29,5	(39,7%)	17,8	29,5	(39,7%)
Pozostała sprzedaż	33,4	30,0	11,3%	33,4	30,0	11,3%
Koszty operacyjne netto, w tym:	(342,9)	(364,4)	(5,9%)	(349,7)	(371,0)	(5,7%)
Usługi obce	(118,3)	(133,1)	(11,1%)	(146,1)	(159,6)	(8,5%)
Wynagrodzenia i świadczenia	(115,6)	(112,0)	3,2%	(115,6)	(112,0)	3,2%
Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów	(33,2)	(38,5)	(13,8%)	(33,2)	(38,5)	(13,8%)
Amortyzacja	(46,6)	(42,8)	8,9%	(25,3)	(22,8)	11,0%
Reprezentacja i reklama	(17,5)	(20,1)	(12,9%)	(17,5)	(20,1)	(12,9%)
Koszty restrukturyzacji (2)	-	(7,9)	-	-	(7,9)	-
Wynik operacyjny - EBIT	6,4	10,6	(39,6%)	(0,4)	4,0	-
marża EBIT (EBIT/Przychody)	1,8%	2,8%	(1,0p.p.)	(0,1%)	1,1%	(1,2p.p.)
EBITDA (3)	53,0	53,4	(0,7%)	24,9	26,8	(7,1%)
marża EBITDA (EBITDA/Przychody)	15,2%	14,2%	1,0p.p.	7,1%	7,1%	0,0p.p.
Przychody i koszty finansowe netto	(3,9)	(4,5)	13,3%	(5,1)	(1,5)	(240,0%)
Zysk/(strata) z działalności kontynuowanej	(7,6)	4,0	-	(14,1)	1,1	-
Zysk/(strata) z działalności zaniechanej	-	(0,2)	-	-	(0,3)	-
Zysk/(strata) netto	(7,6)	3,8	-	(14,1)	0,8	-

Przypisy:

- 1) poszczególne pozycje przychodów ze sprzedaży, poza przychodami ze sprzedaży biletów oraz barowej w kinach, zawierają przychody ze sprzedaży Wydawnictwa Agora i działalności filmowej (funkcjonujących w ramach segmentu Film i Książka);
- 2) dotyczy kosztów zwolnień grupowych przeprowadzonych w segmentach Prasa Cyfrowa i Drukowana oraz Internet w pierwszym kwartale 2024 r.;
- 3) 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.

	Z MSSF 16			BEZ MSSF 16		
w mln zł	1.kw.2025*	1.kw.2024*	% zmiany r/r	1.kw.2025*	1.kw.2024*	% zmiany r/r
Przychody ze sprzedaży, w tym:	154,3	181,8	(15,1%)	154,3	181,8	(15,1%)
Przychody ze sprzedaży biletów do kina	65,1	78,1	(16,6%)	65,1	78,1	(16,6%)
Przychody ze sprzedaży barowej	38,4	45,9	(16,3%)	38,4	45,9	(16,3%)
Przychody ze sprzedaży reklam w kinach (1)	9,6	8,8	9,1%	9,6	8,8	9,1%
Przychody z działalności filmowej (1),(2),(3)	18,2	31,2	(41,7%)	18,2	31,2	(41,7%)
Przychody z działalności Wydawnictwa	17,7	12,9	37,2%	17,7	12,9	37,2%
Koszty operacyjne netto, w tym (4):	(136,4)	(149,6)	(8,8%)	(141,3)	(154,5)	(8,5%)
Usługi obce (3), (4)	(54,9)	(70,3)	(21,9%)	(72,2)	(87,2)	(17,2%)
Wynagrodzenia i świadczenia	(27,0)	(24,9)	8,4%	(27,0)	(24,9)	8,4%
Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów	(22,3)	(22,1)	0,9%	(22,3)	(22,1)	0,9%
Amortyzacja (4)	(21,3)	(18,9)	12,7%	(9,0)	(7,0)	28,6%
Reprezentacja i reklama (1)	(5,9)	(8,0)	(26,3%)	(5,9)	(8,0)	(26,3%)
EBIT	17,9	32,2	(44,4%)	13,0	27,3	(52,4%)
marża EBIT	11,6%	17,7%	(6,1p.p.)	8,4%	15,0%	(6,6p.p.)
EBITDA (5)	39,2	51,1	(23,3%)	22,0	34,3	(35,9%)
marża EBITDA	25,4%	28,1%	(2,7p.p.)	14,3%	18,9%	(4,6p.p.)

Przypisy:

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

Pozostałe segmenty

RADIO	Z MSSF 16			BEZ MSSF 16		
	1.kw.2025	1.kw.2024	% zmiany r/r	1.kw.2025	1.kw.2024	% zmiany r/r
w mln zł						
Przychody ze sprzedaży, w tym:	82,8	78,9	4,9%	82,8	78,9	4,9%
Przychody ze sprzedaży reklamy radiowej (1), (2)	74,8	71,4	4,8%	74,8	71,4	4,8%
Koszty operacyjne netto, w tym: (2), (3)	(74,0)	(71,7)	3,2%	(74,0)	(71,7)	3,2%
Usługi obce	(26,9)	(27,1)	(0,7%)	(26,9)	(27,1)	(0,7%)
Wynagrodzenia i świadczenia	(26,7)	(25,7)	3,9%	(26,7)	(25,7)	3,9%
Amortyzacja	(5,0)	(5,1)	(2,0%)	(5,0)	(5,1)	(2,0%)
Reprezentacja i reklama (2)	(10,2)	(8,9)	14,6%	(10,2)	(8,9)	14,6%
EBIT	8,8	7,2	22,2%	8,8	7,2	22,2%
marża EBIT	10,6%	9,1%	1,5p.p.	10,6%	9,1%	1,5p.p.
EBITDA	13,8	12,3	12,2%	13,8	12,3	12,2%
marża EBITDA	16,7%	15,6%	1,1p.p.	16,7%	15,6%	1,1p.p.

REKLAMA ZEWNĘTRZNA	Z MSSF 16			BEZ MSSF 16		
	1.kw.2025	1.kw.2024	% zmiany r/r	1.kw.2025	1.kw.2024	% zmiany r/r
w mln zł						
Łączne przychody, w tym:	44,7	39,9	12,0%	44,7	39,9	12,0%
Przychody ze sprzedaży reklam (1)	41,2	36,8	12,0%	41,2	36,8	12,0%
Razem koszty operacyjne, w tym (1) (2):	(45,6)	(41,1)	10,9%	(47,0)	(42,2)	11,4%
Usługi obce (1) (2)	(20,0)	(18,4)	8,7%	(28,4)	(25,6)	10,9%
Wynagrodzenia i świadczenia	(10,3)	(8,3)	24,1%	(10,3)	(8,3)	24,1%
Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów (1)	(2,6)	(3,1)	(16,1%)	(2,6)	(3,1)	(16,1%)
Amortyzacja (2)	(10,5)	(10,2)	2,9%	(3,5)	(4,1)	(14,6%)
Reprezentacja i reklama	(1,0)	(1,1)	(9,1%)	(1,0)	(1,1)	(9,1%)
EBIT (1) (2)	(0,9)	(1,2)	25,0%	(2,3)	(2,3)	-
marża EBIT	(2,0%)	(3,0%)	1,0p.p.	(5,1%)	(5,8%)	0,7p.p.
EBITDA (1) (2)	9,6	9,0	6,7%	1,2	1,8	(33,3%)
marża EBITDA	21,5%	22,6%	(1,1p.p.)	2,7%	4,5%	(1,8p.p.)

Przypisy:

- 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 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.

Przypisy:

- 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 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;

Pozostałe segmenty

PRASA CYFROWA I DRUKOWANA

w mln zł	Z MSSF 16			BEZ MSSF 16		
	1.kw.2025	1.kw.2024	% zmiany r/r	1.kw.2025	1.kw.2024	% zmiany r/r
Przychody ze sprzedaży, w tym:	43,0	47,2	(8,9%)	43,0	47,2	(8,9%)
Przychody ze sprzedaży wydawnictw	23,7	25,8	(8,1%)	23,7	25,8	(8,1%)
Przychody ze sprzedaży reklam (1)	11,9	11,2	6,3%	11,9	11,2	6,3%
Koszty operacyjne netto, w tym (2):	(43,2)	(57,5)	(24,9%)	(43,2)	(57,5)	(24,9%)
Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów	(5,1)	(9,9)	(48,5%)	(5,1)	(9,9)	(48,5%)
Usługi obce (2)	(12,7)	(13,4)	(5,2%)	(12,9)	(13,4)	(3,7%)
Wynagrodzenia i świadczenia	(21,6)	(22,9)	(5,7%)	(21,6)	(22,9)	(5,7%)
Amortyzacja (2)	(1,0)	(2,1)	(52,4%)	(0,8)	(2,0)	(60,0%)
Reprezentacja i reklama (1)	(1,9)	(2,0)	(5,0%)	(1,9)	(2,0)	(5,0%)
Restrukturyzacja (3)	-	(6,7)	-	-	(6,7)	-
EBIT	(0,2)	(10,3)	98,1%	(0,2)	(10,3)	98,1%
marża EBIT	-0,5%	(21,8%)	21,3p.p.	-0,5%	(21,8%)	21,3p.p.
EBITDA	0,8	(8,2)	-	0,6	(8,3)	-
marża EBITDA	1,9%	(17,4%)	19,3p.p.	1,4%	(17,6%)	19,0p.p.

INTERNET

w mln zł	Z MSSF 16			BEZ MSSF 16		
	1.kw.2025	1.kw.2024	% zmiany r/r	1.kw.2025	1.kw.2024	% zmiany r/r
Przychody ze sprzedaży, w tym:	25,8	29,3	(11,9%)	25,8	29,3	(11,9%)
Przychody ze sprzedaży reklam internetowych (1)	23,6	27,8	(15,1%)	23,6	27,8	(15,1%)
Koszty operacyjne, w tym (1), (2):	(31,3)	(36,4)	(14,0%)	(31,4)	(36,4)	(13,7%)
Usługi obce (2)	(13,9)	(13,5)	3,0%	(13,9)	(13,5)	3,0%
Wynagrodzenia i świadczenia	(13,9)	(15,2)	(8,6%)	(13,9)	(15,2)	(8,6%)
Amortyzacja (2)	(1,9)	(2,4)	(20,8%)	(1,8)	(2,4)	(25,0%)
Reprezentacja i reklama (1)	(1,2)	(3,9)	(69,2%)	(1,2)	(3,9)	(69,2%)
Koszty restrukturyzacji (3)	-	(1,2)	-	-	(1,2)	-
EBIT	(5,5)	(7,1)	22,5%	(5,6)	(7,1)	21,1%
marża EBIT	(21,3%)	(24,2%)	2,9p.p.	(21,7%)	(24,2%)	2,5p.p.
EBITDA	(3,6)	(4,7)	23,4%	(3,8)	(4,7)	19,1%
marża EBITDA	(14,0%)	(16,0%)	2,0p.p.	(14,7%)	(16,0%)	1,3p.p.

Przypisy:

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

2) dane 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.

Przypisy:

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. oraz Yieldbird Sp. z o.o.;

2) dane 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 dotyczą restrukturyzacji w pionie Gazeta.pl.