

Wyniki finansowe i rynkowe 1 kwartał 2015r.



AGORA_{SA}

prasa // film i książka // outdoor // internet // radio // druk

- ✓ Sytuacja na rynku reklamy
- ✓ Wyniki finansowe Grupy Agora
- ✓ Wyniki oraz działania rozwojowe segmentów Grupy
- ✓ Podsumowanie

str. 3

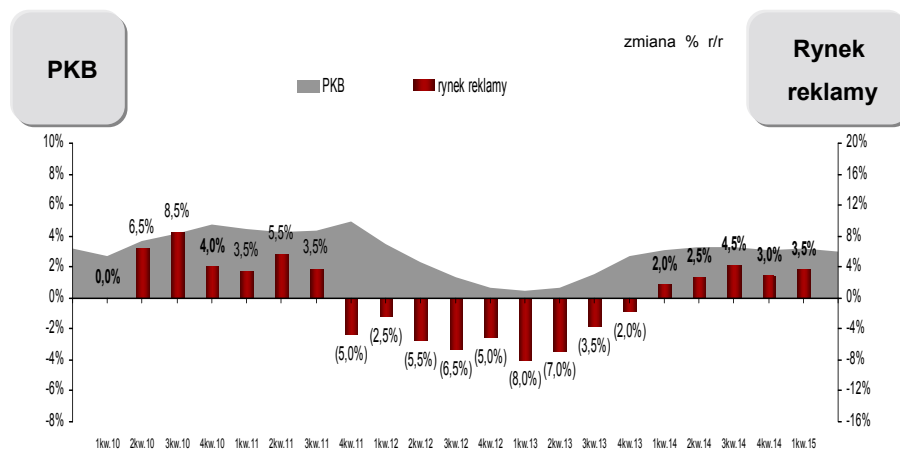
str. 4

str. 5-9

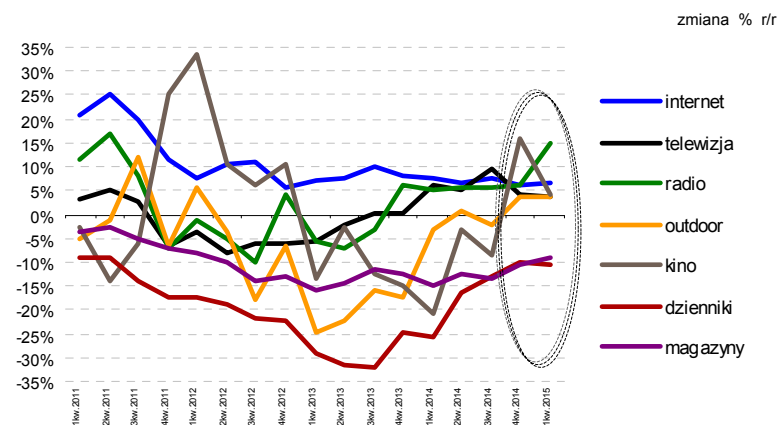
str. 10

Ożywienie na rynku reklamy

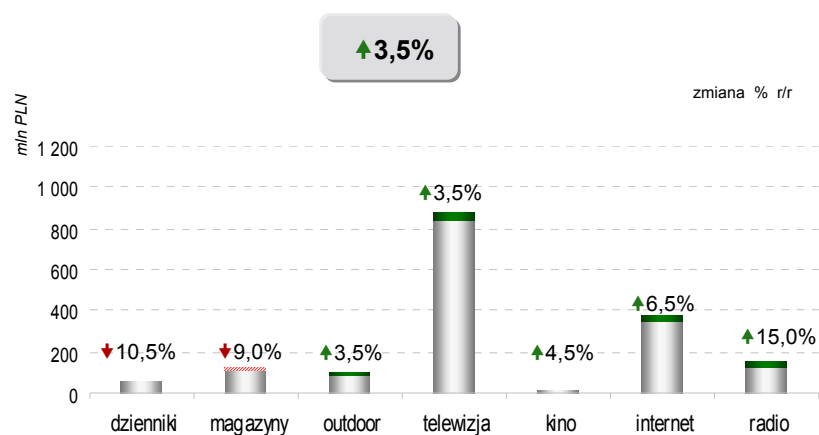
Kolejny kwartał ożywienia na rynku reklamy



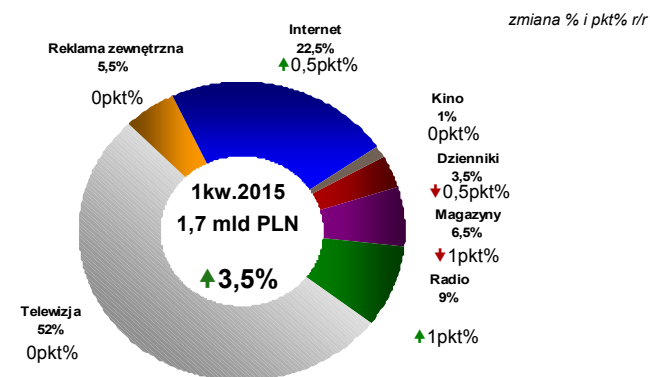
Dynamika segmentów rynku reklamy



Wzrost wydatków na reklamę w 1kw.2015r.



Struktura rynku reklamy w 1kw.2015r.



Poprawa wyniku operacyjnego Grupy Agora

AGORA SA

Dwucyfrowy wzrost przychodów Grupy Agora

w mln zł	1kw.2015	1kw.2014	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży netto¹	282,8	254,0	11,3%
Sprzedaż usług reklamowych	115,5	111,0	4,1%
Sprzedaż wydawnictw	37,6	33,1	13,6%
Sprzedaż biletów do kin	50,9	41,5	22,7%
Sprzedaż usług poligraficznych	39,1	40,7	(3,9%)
Pozostała sprzedaż	39,7	27,7	43,3%
Koszty operacyjne netto, w tym:	(280,3)	(263,6)	6,3%
Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów	(55,6)	(59,6)	(6,7%)
Amortyzacja	(23,4)	(23,8)	(1,7%)
Usługi obce	(95,3)	(85,6)	11,3%
Wynagrodzenia i świadczenia	(76,5)	(72,9)	4,9%
Reprezentacja i reklama	(18,9)	(13,2)	43,2%
Wynik operacyjny - EBIT	2,5	(9,6)	-
marża EBIT	0,9%	(3,8%)	4,7pkt %
EBITDA	25,9	14,2	82,4%
marża EBITDA	9,2%	5,6%	3,6pkt %
Zysk / (strata) netto	1,3	(8,9)	-

↑ wzrost frekwencji w kinach oraz przychodów ze sprzedaży barowej,
 ↑ przychody z działalności filmowej (dystrybucja i koprodukcja) 8,4 mln zł,
 ↑ wzrost przychodów reklamowych, głównie w segmencie Internet,
 ↑ wzrost przychodów ze sprzedaży wydawnictw w segmencie Prasa oraz w Wydawnictwie Agory.

↑ wzrost kosztów usług obcych w związku z działalnością filmową, usługami pośrednictwa sprzedaży oferowanymi przez segmenty Internet i Radio oraz wyższymi odpłatnościami za kopie filmowe w związku z wyższą frekwencją,
 ↑ wzrost kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników w związku z działalnością rozwojową,
 ↑ wzrost kosztów reprezentacji i reklamy w segmentach Film i Książka, Prasa oraz Internet.

Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF, 1kw.2015;

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

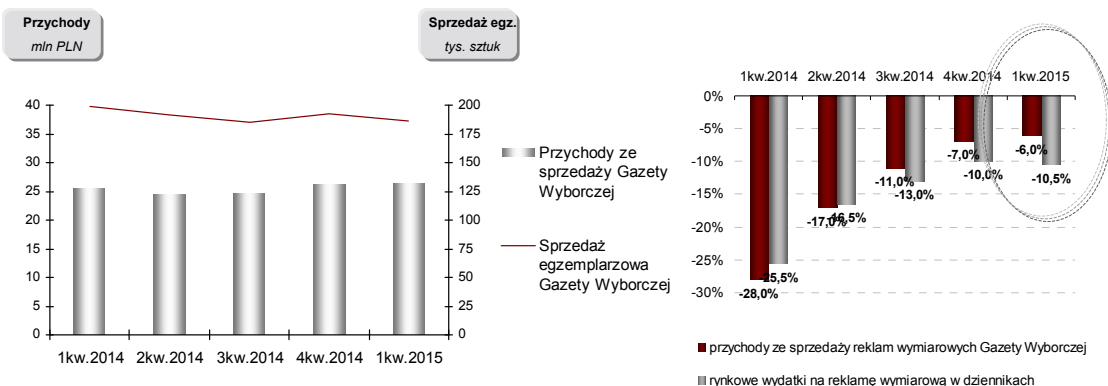
Działalność prasowa Grupy w 1kw.2015 r.

Wzrost przychodów ze sprzedaży wydawnictw

PRASA			
w mln zł	1kw.2015	1kw.2014	zmiana r/r
Przychody, w tym:	68,3	69,2	(1,3%)
Przychody ze sprzedaży wydawnictw	33,0	31,4	5,1%
w tym Gazeta Wyborcza	26,4	25,6	3,1%
w tym Czasopisma	4,0	4,2	(4,8%)
Przychody ze sprzedaży reklam	34,5	37,0	(6,8%)
w tym Gazeta Wyborcza	22,3	24,8	(10,1%)
w tym Czasopisma	4,5	4,5	-
w tym Metro	4,1	4,7	(12,8%)
Koszty operacyjne netto	(67,5)	(63,0)	7,1%
Wynik operacyjny - EBIT¹	0,8	6,2	(87,1%)
marża EBIT	1,2%	9,0%	(7,8pkt %)
EBITDA	3,2	8,4	(61,9%)
marża EBITDA	4,7%	12,1%	(7,4pkt %)

- ↑ wzrost przychodów ze sprzedaży wydawnictw dzięki wpływom ze sprzedaży wydawnictw cyfrowych, dodatkowym wpływom ze sprzedaży oferty dwucenowej *Gazety Wyborczej (Bogowie)* oraz zahamowaniu dynamiki spadku sprzedaży egz. i wyższej cenie egz. *Gazety Wyborczej*,
- ↓ niższy niż rynkowy spadek przychodów reklamowych,
- ↑ wzrost kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników w związku z rozwojem projektu cyfryzacyjnego, treści wideo oraz sposobu prezentacji kosztów rezerwy urlopowej,
- ↑ wzrost kosztów reprezentacji i reklamy w związku z większą aktywnością promocyjną *Gazety Wyborczej* i czasopism.

Stopniowe wyhamowanie wpływu trendów rynkowych



Działania rozwojowe

Rozwój aplikacji mobilnych

Agora Custom Publishing



Kolejny etap transformacji modelu biznesowego

wdrożenie własnej platformy do sprzedaży treści

Poprawa wyniku operacyjnego segmentu FILM i KSIĄŻKA

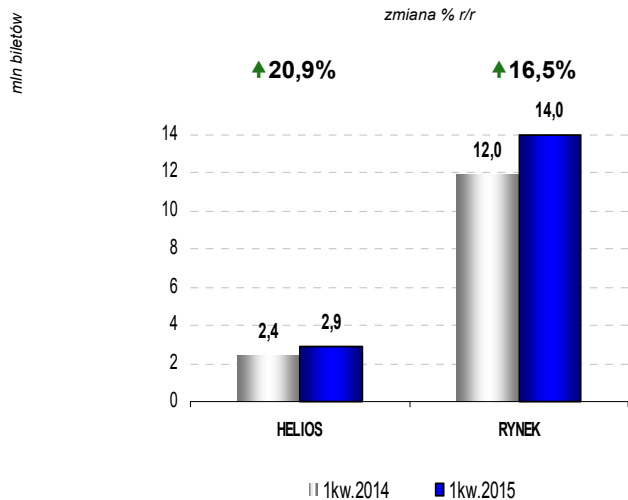
AGORA SA

Wyższe przychody dzięki wzrostowi frekwencji i działalności filmowej

FILM I KSIĄŻKA			
w mln zł	1kw.2015	1kw.2014	zmiana r/r
Przychody, w tym:	96,4	70,9	36,0%
Przychody ze sprzedaży biletów do kina	51,0	41,5	22,9%
Przychody ze sprzedaży barowej	17,4	13,2	31,8%
Przychody ze sprzedaży reklam w kinach ¹	6,2	5,1	21,6%
Przychody z działalności filmowej ¹	8,4	0,1	8300,0%
Przychody z działalności Wydawnictwa	9,8	6,5	50,8%
Koszty operacyjne netto	(81,5)	(65,8)	23,9%
Wynik operacyjny - EBIT²	14,9	5,1	192,2%
marża EBIT	15,5%	7,2%	8,3pkt %
EBITDA	22,3	11,3	97,3%
marża EBITDA	23,1%	15,9%	7,2pkt %

- ↑ wyższy niż rynkowy wzrost frekwencji w kinach sieci Helios oraz wzrost przychodów ze sprzedaży barowej,
- ↑ rosnące znaczenie przychodów z działalności filmowej (koprodukcja i dystrybucja),
- ↑ wzrost przychodów ze sprzedaży Wydawnictwa Agora, głównie dzięki sprzedaży filmu *Bogowie* na DVD,
- ↑ wzrost kosztów usług obcych w związku z wyższymi odpłatnościami dla producentów filmowych z tytułu dystrybucji filmowej, wyższymi kosztami zakupu kopii filmowych w rezultacie wyższej frekwencji w kinach,
- ↑ wzrost kosztów reprezentacji i reklamy w związku z dystrybucją filmową.

Frekwencja w polskich kinach³



Działalność filmowa – 4 nowe projekty

AGORA SA next FILM

Działalność filmowa w 2015 r.

Disco Polo (dystrybucja i koprodukcja)

860 tys. widzów *

Ziarno prawdy (dystrybucja i koprodukcja)

280 tys. widzów

Ze wszystkich sił (dystrybucja)

65 tys. widzów *

Polskie gównno (dystrybucja)

38 tys. widzów

*filmy w aktualnym repertuarze

Działalność kinowa

HELIOS

Otwarcie nowego kina

Jelenia Góra (5 sal)

29.04.2015



Poprawa wyniku segmentu REKLAMA ZEWNĘTRZNA

AGORA SA

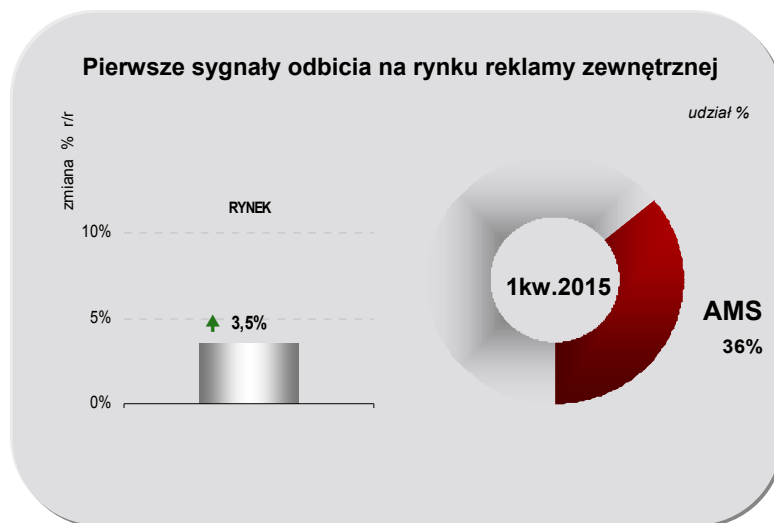
Wzrost przychodów i ograniczenie kosztów operacyjnych

REKLAMA ZEWNĘTRZNA

w mln zł	1kw.2015	1kw.2014	zmiana r/r
Przychody, w tym:	31,8	31,2	1,9%
sprzedaż reklam ¹	31,2	30,4	2,6%
Koszty operacyjne netto	(31,3)	(34,7)	(9,8%)
Wynik operacyjny - EBIT	0,5	(3,5)	-
marża EBIT	1,6%	(11,2%)	12,8pkt %
EBITDA	3,4	0,6	466,7%
marża EBITDA	10,7%	1,9%	8,8pkt %

- ↑ wzrost przychodów reklamowych segmentu, głównie dzięki kampaniom realizowanym na nośnikach premium (citylighty i backlighty),
- ↓ ograniczenie kosztów utrzymania systemu oraz amortyzacji.

Pozycja AMS na rynku reklamy zewnętrznej^{1,2}



Intensywny etap procesu inwestycyjnego w Warszawie



Największy projekt partnerstwa publiczno-prywatnego w fazie realizacji.

27.10.2014 - zaprezentowano oficjalnie pierwszą wiatę przystankową.

23.04.2015 - odsłonięto dwusetną wiatę przystankową.

Łącznie powstanie 1580 nowoczesnych i interaktywnych wiat przystankowych.

Wzrost przychodów działalności internetowej

Wzrost kosztów operacyjnych wpływa na wynik operacyjny

INTERNET			
w mln zł	1kw.2015	1kw.2014	zmiana r/r
Przychody, w tym:	31,8	26,7	19,1%
sprzedaż reklam i internetowych	25,4	20,2	25,7%
sprzedaż ogłoszeń w wortalach	3,3	3,5	(5,7%)
Koszty operacyjne netto	(28,8)	(22,7)	26,9%
Wynik operacyjny - EBIT¹	3,0	4,0	(25,0%)
marża EBIT	9,4%	15,0%	(5,6pkt %)
EBITDA	4,3	5,2	(17,3%)
marża EBITDA	13,5%	19,5%	(6,0pkt %)

- ▲ wzrost przychodów reklamowych dzięki wyższym wpływom portalu Gazeta.pl i sieci reklamowej AdTaily, rozwoju sprzedaży formatów video oraz przychodom reklamowym z serwisów rekrutacyjnych i afiliacyjnych,
- ▲ wzrost kosztów operacyjnych wynika ze zwiększenia skali działalności pośrednictwa reklamowego,
- ▲ wzrost kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników wynika z projektów rozwojowych,
- ▲ wzrost kosztów reprezentacji i reklamy wynika z większej intensywności działalności promocyjnej serwisu Kinoplex.pl, serwisów rekrutacyjnych i marketingu afiliacyjnego.

Sukces aplikacji mobilnych



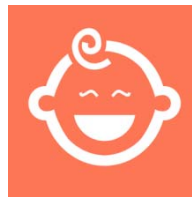
Sport.pl LIVE

954 tys. pobrań



Gazeta.pl LIVE

565 tys. pobrań



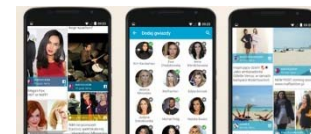
Moja Ciąża z eDziecko.pl

57,5 tys. pobrań

Działania rozwojowe



Nowa strona główna i identyfikacja wizualna Gazeta.pl



Nowa strona Plotek.pl oraz aplikacja mobilna Plotek.pl Buzz

Źródło: finanse: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF, 1kw.2015; Pion Internet, AdTaily, Trader.com (Polska), Sport4People, Sir Local;
¹ nie zawiera alokacji kosztów ogólnofirmowych Agory S.A.

Poprawa wyniku operacyjnego segmentów RADIO i DRUK

AGORA SA

Wzrost przychodów segmentu RADIO

RADIO			
w mln zł	1kw.2015	1kw.2014	zmiana r/r
Przychody, w tym:	21,5	18,1	18,8%
sprzedaż reklamy radiowej ¹	19,9	17,2	15,7%
Koszty operacyjne netto	(21,3)	(18,3)	16,4%
Wynik operacyjny - EBIT	0,2	(0,2)	-
marża EBIT	0,9%	(1,1%)	2,0pkt %
EBITDA	0,9	0,5	80,0%
marża EBITDA	4,2%	2,8%	1,4pkt %



▲ wzrost przychodów reklamowych we własnych stacjach Grupy oraz przychodów z pośrednictwa sprzedaży reklam w stacjach innych nadawców, a także przychodów z usług reklamowych w kinach Helios,

▲ wzrost kosztów operacyjnych w związku z wyższymi kosztami usług obcych, w tym głównie związanych z wyższymi kosztami zakupu czasu antenowego w stacjach innych nadawców oraz w związku z rozpoczęciem działalności brokerskiej na rynku kinowym.

Udziału w czasie słuchania²

TOK FM	1,3%	+0,1pkt% r/r
Stacje muzyczne (Rock Radio i Złote Przeboje)	4,0%	-0,4pkt% r/r

Ograniczenie kosztów operacyjnych segmentu DRUK

DRUK			
w mln zł	1kw.2015	1kw.2014	zmiana r/r
Przychody, w tym:	41,0	42,6	(3,8%)
sprzedaż usług poligraficznych ³	39,1	40,7	(3,9%)
Koszty operacyjne netto	(39,6)	(43,4)	(8,8%)
Wynik operacyjny - EBIT⁴	1,4	(0,8)	-
marża EBIT	3,4%	(1,9%)	5,3pkt %
EBITDA	5,6	3,6	55,6%
marża EBITDA	13,7%	8,5%	5,2pkt %

▼ niższe przychody ze względu na mniejszy wolumen zamówień w technologii coldset,

▼ ograniczenie kosztów operacyjnych dzięki niższym kosztom materiałów produkcyjnych oraz niższemu wolumenowi produkcji.

WYNIKI GRUPY AGORA W 1 kw. 2015 R.

- ✓ poprawa rentowności większości segmentów Grupy
- ✓ wzrost przychodów Grupy dzięki wyższym przychodom segmentów: Film i Książka, Internet, Radio i Reklama Zewnętrzna
- ✓ wyższy niż rynkowy wzrost liczby sprzedanych biletów w kinach sieci Helios
- ✓ sukces działalności filmowej Grupy
- ✓ wzrost przychodów reklamowych Grupy, m.in. dzięki wzrostowi aktywności w obszarze pośrednictwa sprzedaży reklam
- ✓ wzrost przychodów ze sprzedaży wydawnictw w segmencie Prasy i w Wydawnictwie Agory
- ✓ pozytywny wynik operacyjny i zysk netto Grupy

PERSPEKTYWY NA 2015 R.

- ✓ wzrost wartości wydatków na rynku reklamy
- ✓ zwiększenie skali działalności dystrybucyjnej oraz pierwsza własna produkcja filmowa Agory
- ✓ zwiększenie liczby kin sieci Helios - otwarcie pięciosalowego kina w Jeleniej Górze (29.04.2015 r.)
- ✓ intensywny proces budowy wiat w Warszawie (do chwili obecnej wybudowano już ponad 200 konstrukcji)

Dziękujemy za uwagę

www.agora.pl

Kontakt:

investor@agora.pl

press@agora.pl

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

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