

Wyniki finansowe i rynkowe Grupy Agora w 3. kw. 2017 r.



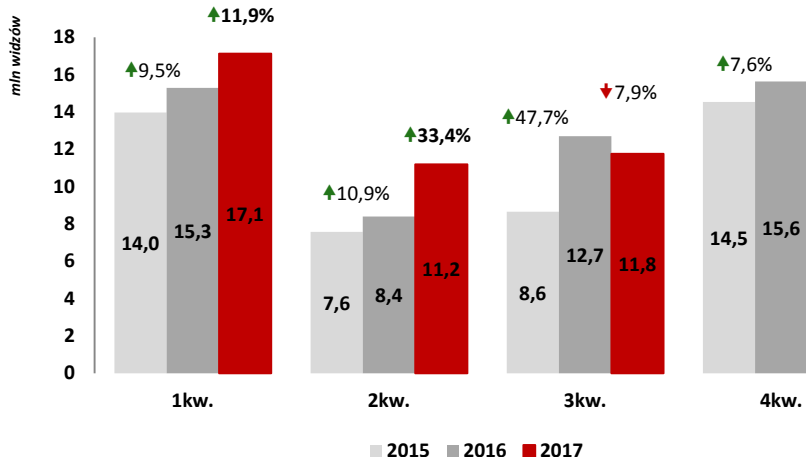
AGORA_{SA}

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

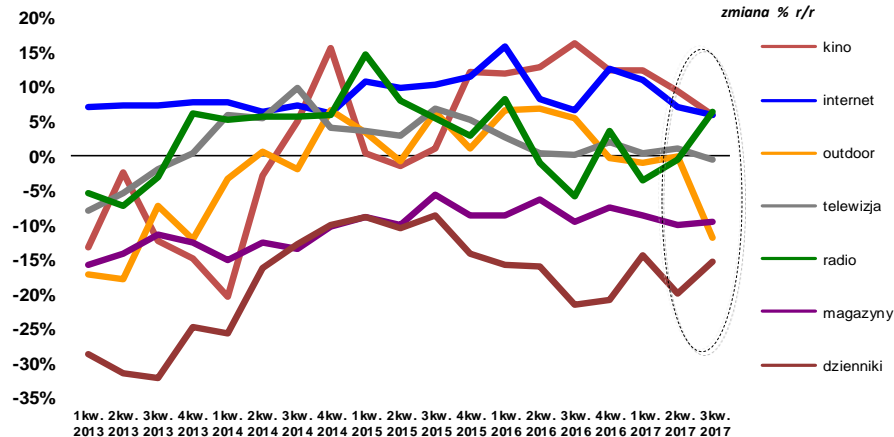
MEDIA

› Otoczenie rynkowe	str. 3
› Co nowego w Grupie Agora?	str. 4
› Grupa Agora w 3. kwartale 2017 r.	str. 5
› Wyniki finansowe Grupy Agora 1-3. kw. 2017 r.	str. 6
› Wyniki oraz działania rozwojowe segmentów operacyjnych Grupy Agora	str. 7-13
› Podsumowanie i perspektywy	str. 14
› Dodatkowe informacje	str. 15-18

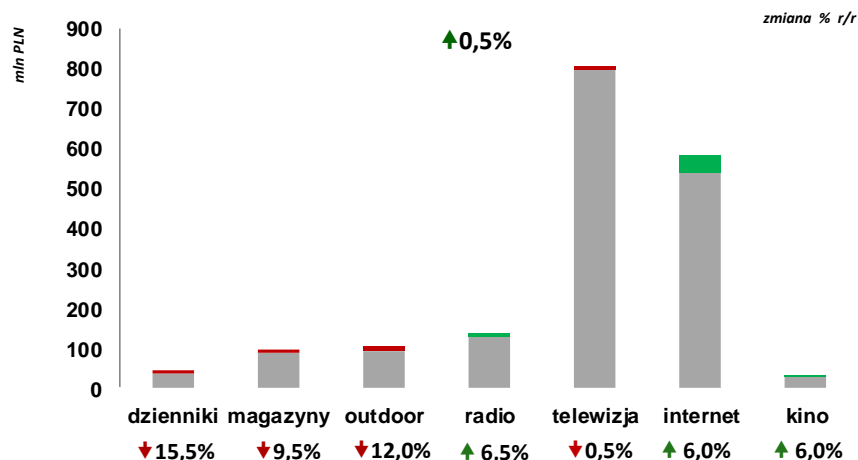
Frekwencja w polskich kinach



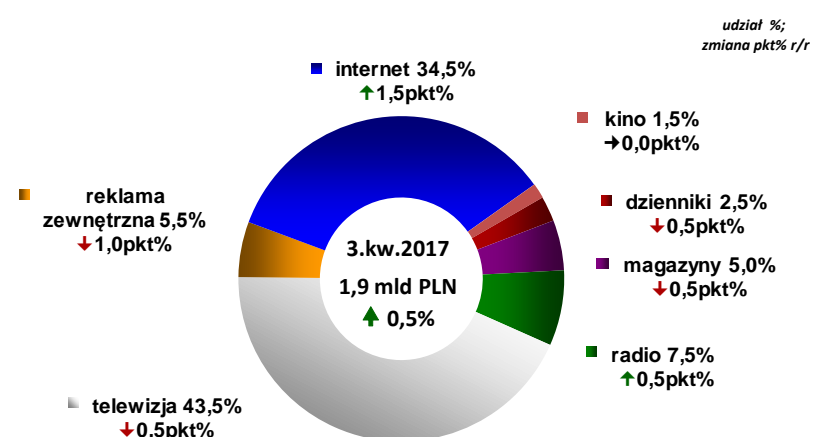
Dynamika segmentów rynku reklamy



Dynamika wydatków na reklamę w 3. kw. 2017 r.



Struktura rynku reklamy



Helios - sieć numer 1 w Polsce – 43 kina
Otwarcie kin w Wołominie i Krośnie

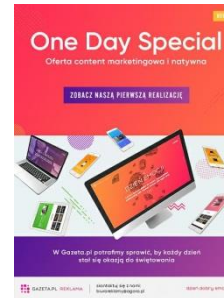


● Istniejące kina
● Realizowane inwestycje

Nowe inicjatywy „Gazety Wyborczej” i międzynarodowe partnerstwa



Nowe projekty Gazeta.pl



Yieldbird na 21. miejscu
Technology Fast 50 Central Europe



Nowa odsłona
Kulturalnysklep.pl



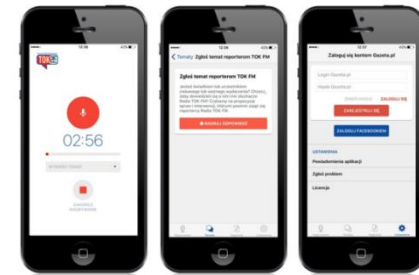
AMS wprowadza
Dynamic Backlight



Nowe magazyny
i czasopisma



Nowe częstotliwości – Radio
Pogoda w Gdańsku



Mikrofon
TOK FM





Dynamiczny rozwój sieci kin Helios

- Wyższa od rynkowej dynamika sprzedaży biletów
- Nowe kontrakty



Widoczne efekty działań restrukturyzacyjnych i rozwojowych w segmencie Prasa

- Szybsza niż planowana realizacja założonego celu w zakresie liczby sprzedanych subskrypcji treści w serwisie Wyborcza.pl



Wdrażanie nowej strategii wydawniczej pionu Czasopisma

- Podniesienie efektywności działań
- Lepsza monetyzacja treści – zarówno tradycyjnych, jak i cyfrowych



Istotny wzrost przychodów segmentu Radio

- Znacząca poprawa rentowności



Program skupu akcji własnych Agory S.A.

- 96,3% średnia stopa redukcji w puli akcji na okaziciela

Istotna poprawa rentowności Grupy Agora w 2017 r.

w mln zł	3kw. 2017	3kw. 2016	zmiana r/r	1-3kw. 2017	1-3kw. 2016	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży netto¹	251,4	273,4	(8,0%)	835,1	858,1	(2,7%)
Sprzedaż usług reklamowych	118,7	123,2	(3,7%)	379,7	395,4	(4,0%)
Sprzedaż biletów do kin	47,6	44,7	6,5%	155,6	133,8	16,3%
Sprzedaż wydawnictw	31,7	31,1	1,9%	99,8	100,0	(0,2%)
Sprzedaż usług poligraficznych	18,4	36,0	(48,9%)	77,3	112,6	(31,3%)
Sprzedaż barowa w kinach	18,7	17,6	6,3%	58,4	50,0	16,8%
Pozostała sprzedaż	16,3	20,8	(21,6%)	64,3	66,3	(3,0%)
Koszty operacyjne netto, w tym:	(260,5)	(283,1)	(8,0%)	(833,9)	(866,1)	(3,7%)
Usługi obce	(96,5)	(97,4)	(0,9%)	(308,4)	(304,9)	1,1%
Wynagrodzenia i świadczenia	(77,1)	(76,1)	1,3%	(240,4)	(236,8)	1,5%
Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów	(36,8)	(54,3)	(32,2%)	(131,1)	(164,9)	(20,5%)
Amortyzacja	(24,6)	(24,6)	-	(74,6)	(73,8)	1,1%
Reprezentacja i reklama	(15,7)	(20,0)	(21,5%)	(52,2)	(58,1)	(10,2%)
Zysk na okazjnym nabyciu ²	-	-	-	-	2,2	-
Wynik operacyjny - EBIT	(9,1)	(9,7)	6,2%	1,2	(8,0)	-
<i>marża EBIT</i>	<i>(3,6%)</i>	<i>(3,5%)</i>	<i>(0,1pkt%)</i>	<i>0,1%</i>	<i>(0,9%)</i>	<i>1,0pkt%</i>
EBITDA	15,5	14,9	4,0%	75,8	65,8	15,2%
<i>marża EBITDA</i>	<i>6,2%</i>	<i>5,4%</i>	<i>0,8pkt%</i>	<i>9,1%</i>	<i>7,7%</i>	<i>1,4pkt%</i>
Zysk / strata netto	(1,6)	(13,8)	88,4%	(7,0)	(24,9)	71,9%

- ▼ spadek przychodów Grupy głównie ze względu na niższe wpływy ze sprzedaży w segmentach Druk oraz Prasa
- ▼ spadek przychodów ze sprzedaży usług poligraficznych w związku z zakończeniem współpracy z niektórymi klientami, mniejszym wolumenem zamówień oraz większym udziałem usług druku na papierze powierzonym
- ▼ sprzedaż usług reklamowych niższa w segmentach Prasa, Reklama Zewnętrzna oraz Internet
- ▼ niższe przychody z pozostałej sprzedaży to głównie rezultat dodatkowych wpływów Grupy w 3. kw. 2016 r. związanych z prawami do dystrybucji gry *Wiedźmin 3: Dziki Gon* oraz organizacją wystawy *Titanic. The Exhibition*
- ▲ wzrost przychodów ze sprzedaży biletów oraz przychodów ze sprzedaży barowej w kinach sieci Helios
- ▲ wzrost przychodów ze sprzedaży wydawnictw dzięki wyższym wpływom ze sprzedaży Wydawnictwa Agora, subskrypcji treści w serwisie Wyborcza.pl oraz wydań specjalnych magazynów *Gazety Wyborczej*

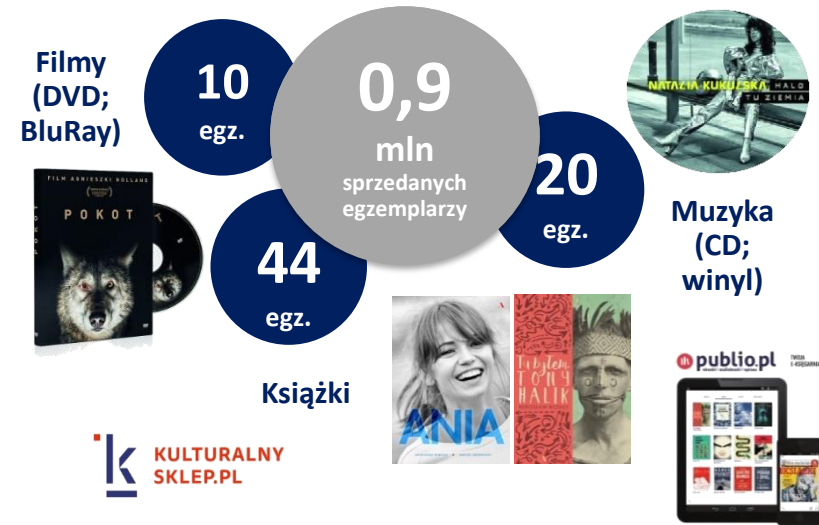
- ▼ spadek kosztów operacyjnych Grupy w większości segmentów operacyjnych, w szczególności w segmentach Druk i Prasa
- ▼ spadek kosztów zużycia materiałów i energii oraz wartości sprzedanych towarów i materiałów to głównie wynik niższego wolumenu druku w segmencie Druk oraz niższego wolumenu głównych wydawnictw prasowych publikowanych w Grupie Agora
- ▼ istotne ograniczenie kosztów reprezentacji i reklamy głównie w segmentach Prasa oraz Radio
- ▼ niższe koszty usług obcych głównie ze względu na brak rozliczeń z producentem gry *Wiedźmin 3: Dziki Gon*
- ▲ wzrost kosztów wynagrodzeń i świadczeń głównie w segmencie Film i Książka ze względu na zmianę minimalnej stawki płacy za godzinę oraz wzrost zatrudnienia wynikający ze zwiększenia liczby kin

1 września 2017 r. Discovery Polska odkupiła od Agory 51,06 % udziałów w Green Content Sp. z o.o. Pozytywny wpływ tej transakcji na wynik netto Grupy Agora w 3. kw. 2017 r. wyniósł 11,4 mln zł.

Film i Książka: wzrost przychodów

FILM I KSIĄŻKA*						
w mln zł	3kw. 2017	3kw. 2016	zmiana r/r	1-3kw. 2017	1-3kw. 2016	zmiana r/r
Przychody, w tym:	87,7	83,4	5,2%	293,5	252,5	16,2%
Przychody ze sprzedaży biletów do kina	47,7	44,7	6,7%	155,8	133,9	16,4%
Przychody ze sprzedaży barowej	18,7	17,6	6,3%	58,4	50,0	16,8%
Przychody ze sprzedaży reklam w kinach ¹	9,3	7,2	29,2%	23,4	19,6	19,4%
Przychody z działalności filmowej ^{1,2}	2,0	1,6	25,0%	23,5	5,2	351,9%
Przychody z działalności Wydawnictwa Agora	7,5	9,5	(21,1%)	24,3	34,7	(30,0%)
Koszty operacyjne netto	(84,9)	(78,1)	8,7%	(272,0)	(236,8)	14,9%
Wynik operacyjny - EBIT	2,8	5,3	(47,2%)	21,5	15,7	36,9%
marża EBIT	3,2%	6,4%	(3,2pkt %)	7,3%	6,2%	1,1pkt %
EBITDA³	10,8	12,9	(16,3%)	45,8	38,5	19,0%
marża EBITDA	12,3%	15,5%	(3,2pkt %)	15,6%	15,2%	0,4pkt %

Wydawnictwo Agora w 2017 r.



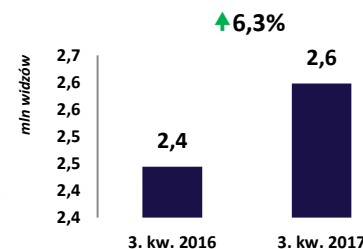
Nowe inwestycje sieci kin Helios



Frekwencja w kinach w 2017 r.

40,2 mln sprzedanych biletów **↑10,5%**

Frekwencja w sieci kin Helios



Porównywalnie, w 3. kw. 2017 r. wg. Boxoffice spadek frekwencji w polskich kinach wyniósł 7,9% r/r

Dystrybucja NEXT FILM



* Źródło: finans: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSF. 3. kw. 2017 r.; Boxoffice.pl;

¹ 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,

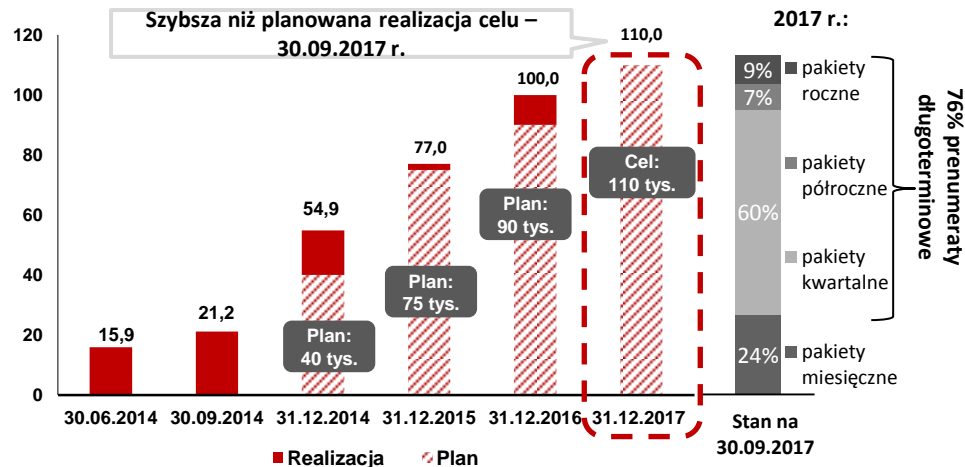
² podane kwoty obejmują przychody z tytułu koprodukcji oraz dystrybucji filmów,

³ podane kwoty uwzględniają koszty amortyzacji Wydawnictwa Agora, które w pierwszych trzech kw. 2017 r. wyniosły 0,6 mln zł, a w samym 3. kw. 2017 r. 0,2 mln zł (w analogicznym okresie ubiegłego roku odpowiednio 0,6 i 0,3 mln zł),

* EBIT i EBITDA dla segmentów Film i Książka, Prasa, Internet oraz Druk wyliczane są po kosztach bezpośrednio przypisanych do danego segmentu operacyjnego Grupy, bez alokacji kosztów ogólnofirmowych Spółki (np. kosztów zarządu, większości kosztów pionów wspomagających Spółki), które są zawarte w pozycjach uzgadniających.

PRASA*						
w mln zł	3kw. 2017	3kw. 2016	zmiana r/r	1-3kw. 2017	1-3kw. 2016	zmiana r/r
Przychody, w tym:	56,1	63,7	(11,9%)	173,6	199,4	(12,9%)
Przychody ze sprzedaży wydawnictw	27,7	30,4	(8,9%)	85,2	93,0	(8,4%)
w tym Gazeta Wyborcza	22,7	24,8	(8,5%)	70,1	76,5	(8,4%)
w tym Czasopisma	2,9	3,6	(19,4%)	8,8	11,4	(22,8%)
Przychody ze sprzedaży reklam ^{1,2}	26,9	31,3	(14,1%)	84,8	101,0	(16,0%)
w tym Gazeta Wyborcza	15,3	17,9	(14,5%)	49,1	59,1	(16,9%)
w tym Czasopisma	6,0	5,7	5,3%	18,2	17,4	4,6%
w tym Metrocafe.pl ³	-	3,4	-	-	10,9	-
Koszty operacyjne netto^{1,4}	(52,5)	(64,7)	(18,9%)	(165,5)	(200,4)	(17,4%)
Wynik operacyjny - EBIT	3,6	(1,0)	-	8,1	(1,0)	-
marża EBIT	6,4%	(1,6%)	8,0pkt%	4,7%	(0,5%)	5,2pkt%
EBITDA	4,0	(0,5)	-	9,4	0,5	1 780,0%
marża EBITDA	7,1%	(0,8%)	7,9pkt%	5,4%	0,3%	5,1pkt%

Subskrypcje treści w serwisie Wyborcza.pl



Wydania specjalne magazynów „Gazety Wyborczej”



Co jest grane24 festival



Źródło: finansowe skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF, 3 kw. 2017 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 rezerwy;

² podane kwoty zawierają wpływy z reklamy internetowej w serwisach Wyborcza.pl, Wyborcza.biz, Wysokieobcasy.pl oraz serwisach lokalnych. W 2016 r. część wpływów z reklamy internetowej była alokowana do planu Internet,

³ w dniu 14 października 2016 r. Agora zaprzestala wydawania bezpłatnego dziennika Metrocafe.pl,

⁴ od 2017 r. koszty operacyjne segmentu związane z produkcją Gazety Wyborczej, rozliczane są poprzez alokację według ustalonego cennika, a nie jak w latach ubiegłych poprzez alokację kosztów bezpośrednich i pośrednich (w tym kosztów amortyzacji) związanych z ich produkcją. Prezentacja danych porównywalnych za analogiczne okresy została odpowiednio przekształcona,

* EBIT/EBITDA dla segmentów Film i Książka, Prasa, Internet oraz Druk wyliczane są po kosztach bezpośrednio przypisanych do danego segmentu operacyjnego Grupy, bez alokacji kosztów ogólnogrupowych Spółki (np. kosztów zarządu, większości kosztów pionierskich wspomagających Spółki), które są zawarte w pozycjach uzgodnionych.

CZASOPISMA

koncentracja na najsilniejszych markach prasowych

uporządkowanie portfolio wydawniczego

- zaprzestanie wydawania czasopism *Dom&Wnętrze, Magnolia*

zbudowanie spójnej oferty działań okołowydawniczych

- np. warsztaty kulinarne, plebiscyty branżowe

rozwój działań z zakresu custom publishing

poszukiwanie nowych możliwości na rynku prasy tradycyjnej

- rozpoczęcie wydawania kwartalnika *Opiekun*



› Moda i styl życia

› Kulinarria



› Rodzice i dzieci

› Dom/wnętrza



Zintegrowanie działalności internetowej czasopism z segmentem Internet (od stycznia 2018 r.)

REKLAMA ZEWNĘTRZNA

w mln zł	3kw. 2017	3kw. 2016	zmiana r/r	1-3kw. 2017	1-3kw. 2016	zmiana r/r
Przychody, w tym:	34,2	38,2	(10,5%)	114,7	119,6	(4,1%)
sprzedaż reklam ¹	33,8	37,7	(10,3%)	113,0	117,8	(4,1%)
Koszty operacyjne netto	(32,9)	(34,1)	(3,5%)	(95,6)	(101,3)	(5,6%)
Wynik operacyjny - EBIT	1,3	4,1	(68,3%)	19,1	18,3	4,4%
marża EBIT	3,8%	10,7%	(6,9pkt%)	16,7%	15,3%	1,4pkt%
EBITDA	6,0	8,0	(25,0%)	32,3	30,0	7,7%
marża EBITDA	17,5%	20,9%	(3,4pkt%)	28,2%	25,1%	3,1pkt%



Wiaty przystankowe w Warszawie z nagrodą Top Inwestycja Komunalna 2017

24 tys. powierzchni reklamowych
 ↑1,8%
 w porównaniu z 1-3. kw. 2016 r.



AMS wygrał postępowania na obsługę 191 wiat przystankowych w Gdańsku przez kolejne 3 lata



Przystanek: Literatura w Krakowie

INTERNET						
w mln zł	3kw. 2017	3kw. 2016	zmiana r/r	1-3kw. 2017	1-3kw. 2016	zmiana r/r
Przychody, w tym:	36,7	38,6	(4,9%)	116,0	118,4	(2,0%)
sprzedaż reklam internetowych ^{1,2}	29,1	30,1	(3,3%)	92,8	94,0	(1,3%)
sprzedaż ogłoszeń w wortalach	3,4	3,6	(5,6%)	10,7	9,8	9,2%
Koszty operacyjne netto	(34,0)	(33,5)	1,5%	(106,4)	(103,7)	2,6%
Wynik operacyjny - EBIT	2,7	5,1	(47,1%)	9,6	14,7	(34,7%)
marża EBIT	7,4%	13,2%	(5,8pkt%)	8,3%	12,4%	(4,1pkt%)
EBITDA	3,9	6,4	(39,1%)	13,1	18,5	(29,2%)
marża EBITDA	10,6%	16,6%	(6,0pkt%)	11,3%	15,6%	(4,3pkt%)



Nowe rozwiązania reklamowe



Ambasador Sport.pl



Nowe formaty wideo

NA ZDROWIE



Nowe serwisy



Źródło: finanse: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF, 3.kw.2017r.;

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, Trader.com (Polska) Sp. z o.o., Yieldbird Sp. z o.o., Sport4People Sp. z o.o., Sir Local Sp. z o.o., Goldenline Sp. z o.o. oraz Optimizers Sp. z o.o.,

² w 2016 r. podane kwoty zawierają alokowane wpływy z części reklamy internetowej w serwisach Wyborcza.pl, Wyborcza.biz, Wysokieobcasy.pl oraz w serwisach lokalnych. Od 2017 r. wpływy te nie są alokowane do segmentu Internet,

* EBIT i EBITDA dla segmentów Film i Książka, Prasa, Internet oraz Druk wyliczane są po kosztach bezpośrednio przypisanych do danego segmentu operacyjnego Grupy, bez alokacji kosztów ogólnofirmowych Spółki (np. kosztów zarządu, większości kosztów pionów wspomagających Spółki), które są zawarte w pozycjach uzgadniających.

Istotny wzrost przychodów oraz znacząca poprawa wyniku operacyjnego w segmencie Radio

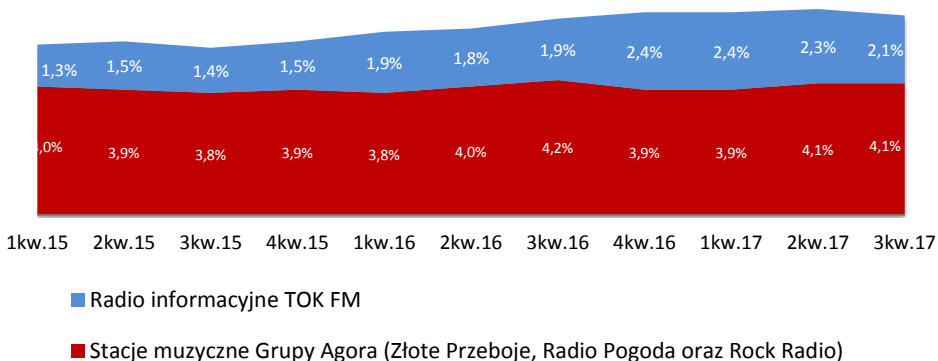
RADIO						
w mln zł	3kw. 2017	3kw. 2016	zmiana r/r	1-3kw. 2017	1-3kw. 2016	zmiana r/r
Przychody, w tym:	24,2	21,2	14,2%	77,9	76,2	2,2%
sprzedaż reklamy radiowej ^{1,2}	20,9	18,5	13,0%	65,8	65,5	0,5%
Koszty operacyjne netto²	(21,6)	(23,2)	(6,9%)	(70,2)	(71,2)	(1,4%)
Wynik operacyjny - EBIT	2,6	(2,0)	-	7,7	5,0	54,0%
marża EBIT	10,7%	(9,4%)	20,1pkt%	9,9%	6,6%	3,3pkt%
EBITDA	3,5	(1,2)	-	10,3	7,3	41,1%
marża EBITDA	14,5%	(5,7%)	20,2pkt%	13,2%	9,6%	3,6pkt%



Nagroda Radia TOK FM im. Anny Laszuk za 2016 r.



Udziały słuchalności stacji Grupy Radiowej Agory



3.kw.2017 Raport "Radio Track" przygotowany przez MillwardBrown SMG/KRC

Grupa Radiowa Agory zebrała ponad 297 tys. zł dla wsi Wysoka Zaborska



Pozytywny wynik operacyjny na poziomie EBITDA w segmencie Druk

DRUK						
w mln zł	3kw.2017	3kw.2016	zmiana r/r	1-3 kw. 2017	1-3 kw. 2016	zmiana r/r
Przychody, w tym:	20,4	37,9	(46,2%)	83,0	118,5	(30,0%)
sprzedaż usług poligraficznych ¹	18,4	36,0	(48,9%)	77,3	112,6	(31,3%)
Koszty operacyjne netto²	(24,3)	(39,9)	(39,1%)	(90,6)	(123,5)	(26,6%)
Wynik operacyjny - EBIT	(3,9)	(2,0)	(95,0%)	(7,6)	(5,0)	(52,0%)
marża EBIT	(19,1%)	(5,3%)	(13,8pkt%)	(9,2%)	(4,2%)	(5,0pkt%)
EBITDA	1,3	3,6	(63,9%)	8,4	12,3	(31,7%)
marża EBITDA	6,4%	9,5%	(3,1pkt%)	10,1%	10,4%	(0,3pkt%)



Działalność telewizyjna

METRO

2 grudnia 2016 r. wystartował nowy kanał METRO na MUX-8

9 grudnia 2016 r. w wyniku umowy inwestycyjnej współwłaścicielem kanału METRO zostało Discovery Polska, obejmując około 48,94% udziałów w Green Content

21 sierpnia 2017 r. Agora otrzymała zawiadomienie od Discovery Polska o zamiarze wykonania opcji zakupu przez Discovery pozostałych 51,06% udziałów w spółce Green Content

1 września 2017 r. Discovery Polska zostało właścicielem 100% udziałów w spółce Green Content

Koszty poniesione na start projektu
10 mln zł

Wartość transakcji z 9 grudnia 2016 r.
4 mln zł

Wartość transakcji z 1 września 2017 r.
19,0 mln zł

Szacunkowy wpływ transakcji na wynik w 3 kw. 2017 r.

⇒ 11,1 mln zł – Agora S.A.

⇒ 11,4 mln zł – Grupa Agora

Dalszy dynamiczny rozwój sieci kin Helios

- lider rynku pod względem liczby obiektów kinowych w Polsce

Istotna poprawa wyniku operacyjnego segmentu Prasa

- ograniczenie kosztów operacyjnych
- skuteczna monetyzacja subskrypcji treści w serwisie Wyborcza.pl
- rosnące przychody ze sprzedaży wydań specjalnych magazynów *Gazety Wyborczej*

Wzrost przychodów w segmencie Radio

- wzrost wydatków na reklamę radiową

Ciekawa oferta kinowa na 4. kw.2017 r., otwarcia nowych kin sieci Helios

Dalsze umacnianie cyfrowej pozycji *Gazety Wyborczej* oraz skuteczna monetyzacja bazy subskrybentów

Zmiana strategii wydawniczej pionu Czasopisma

Finalizacja sprzedaży działki należącej do Agory w 4. kw. 2017 r.

Kolejne propozycje zmian legislacyjnych

Negatywne trendy na rynku prasy drukowanej

Dominacja globalnych platform na rynku reklamy internetowej

Dodatkowe informacje

- › Uchwała WZA w sprawie programu skupu akcji własnych:
 - › maksymalna kwota 23 832 713 zł
 - › cena nabycia w przedziale 15,50 – 20,00 zł
 - › czas do końca 2017 r.

Podsumowanie zakończonego programu skupu akcji Agory S.A.:

- › w sumie 1 084 595 nabytych akcji własnych w ramach Programu
- › łącznie stanowią one 2,28% kapitału zakładowego Spółki i 1,67% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki
- › 20 zł cena zakupu jednej akcji
- › 96,3% średnia stopa redukcji w puli akcji na okaziciela wyniosła
- › akcjonariusze nie zgłosili akcji imiennych do sprzedaży
- › celem programu jest umorzenie akcji nabytych

Spółka	Liczba akcji	% kapitału	Liczba głosów	% głosów
Agora-Holding Sp. z o.o	5 401 852	11,33%	22 528 252	34,77%
Akcje A (uprzywilejowane)	4 281 600	8,98%	21 408 000	33,04%
PZU PTE S.A. (OFE PZU Złota Jesień oraz OFE PZU) ¹	7 594 611	15,93%	7 594 611	11,72%
OFE PZU Złota Jesień	7 585 661	15,91%	7 585 661	11,71%
Media Development Investment Fund, Inc. ²	5 350 000	11,22%	5 350 000	8,26%
Nationale-Nederlanden PTE S.A. ³	4 493 055	9,43%	4 493 055	6,93%
Aegon PTE S.A. ⁴	3 283 154	6,89%	3 283 154	5,07%
Akcje skupione w ramach skupu akcji własnych	1 084 595	2,28%	1 084 595	1,67%
Free float	20 458 159	42,92%	20 458 159	31,58%
Kapitał zakładowy	47 665 426	100%	64 791 826	100%

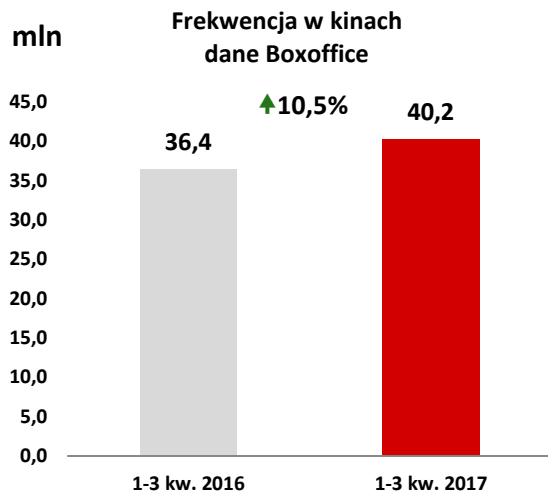
¹ liczba akcji wg zawiadomienia akcjonariusza - stan na 27 grudnia 2012 r.; udziały w głosach i kapitale zakładowym zostały przeliczone przez Agorę S.A. po rejestracji obniżenia kapitału zakładowego Spółki.

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

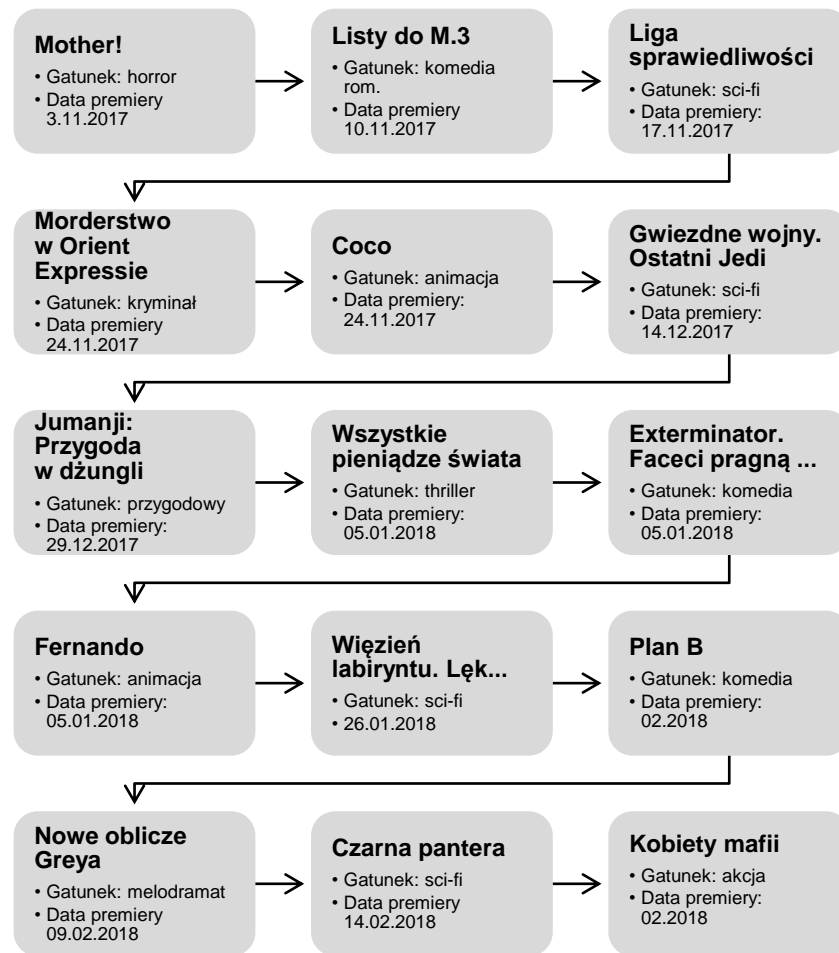
³ zgodnie z formalnym zawiadomieniem otrzymanym w dniu 9 czerwca 2016 r.

⁴ zgodnie z formalnym zawiadomieniem otrzymanym w dniu 7 grudnia 2015 r.

Stan na 10 października 2017 r.



Wybrane nadchodzące premiery



Najpopularniejsze filmy w 2017 r.

2017	Najlepsze filmy	Frekwencja
1	Botoks	2 074 835
2	Gru, Dru i Minionki	1 950 074
3	Sztuka kochania	1 802 025
4	Sing	1 636 554
5	Ciemniejsza strona Greya	1 475 238
6	Piraci z Karaibów 5	1 367 667
7	Szybcy i wściekli 8	1 045 812
8	Smerfy: Poszukiwacze...	1 253 458
9	Piekna i bestia	1 030 203
10	Dzieciak rządzi	886 005
Suma		14 521 871

* Dane na podstawie Boxoffice z dnia 27.10.2017 r.

Yieldbird - jeden z liderów branży ad tech w Polsce

Oferta:

- zespół analityków i inżynierów danych, którzy zarządzają powierzchniami reklamowymi wydawców i optymalizują je
- autorskie rozwiązania w zakresie automatyzacji, przetwarzania Big Data oraz tworzenia narzędzi poprawiających monetyzację stron wydawców
- narzędzia i rozwiązania dla zespołów sprzedaży bezpośredniej
- tworzenie dedykowanego oprogramowania dla firm z sektora mediów
- partnerstwa strategiczne i usługi consultingowe
- **250** wydawców w portfolio, z ponad **30** krajów w Europie, Azji i Ameryce Łacińskiej
- wśród klientów m.in.: MailOnline (cyfrowa odłona *Daily Mail*), Burda, Edipresse, Gumtree, MittMedia, Celltick i Nyheter24
- jedna z 38 firm na świecie z tytułem Google Certified Publishing Partner
- finalista prestiżowego brytyjskiego konkursu The Drum Digital Trading Awards w kategorii The Best Ad Ops Team





CENTRUM PREMIER



CZERSKA 8/10



ODDYCHAĆ PO LUDZKU

galeria plakatu



ams



Dziękujemy za uwagę

www.agora.pl

Kontakt:

press@agora.pl



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, 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.