

AGORA_{SA}



WYNIKI FINANSOWE I RYNKOWE GRUPY AGORA ZA 3. KW. 2023 R.

SPOTKANIE Z ANALITYKAMI I DZIENNIKARZAMI

17 LISTOPADA 2023 R.

AGENDA

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

03

**WYNIKI FINANSOWE
GRUPY AGORA W 3. KW. 2023 R.**

06

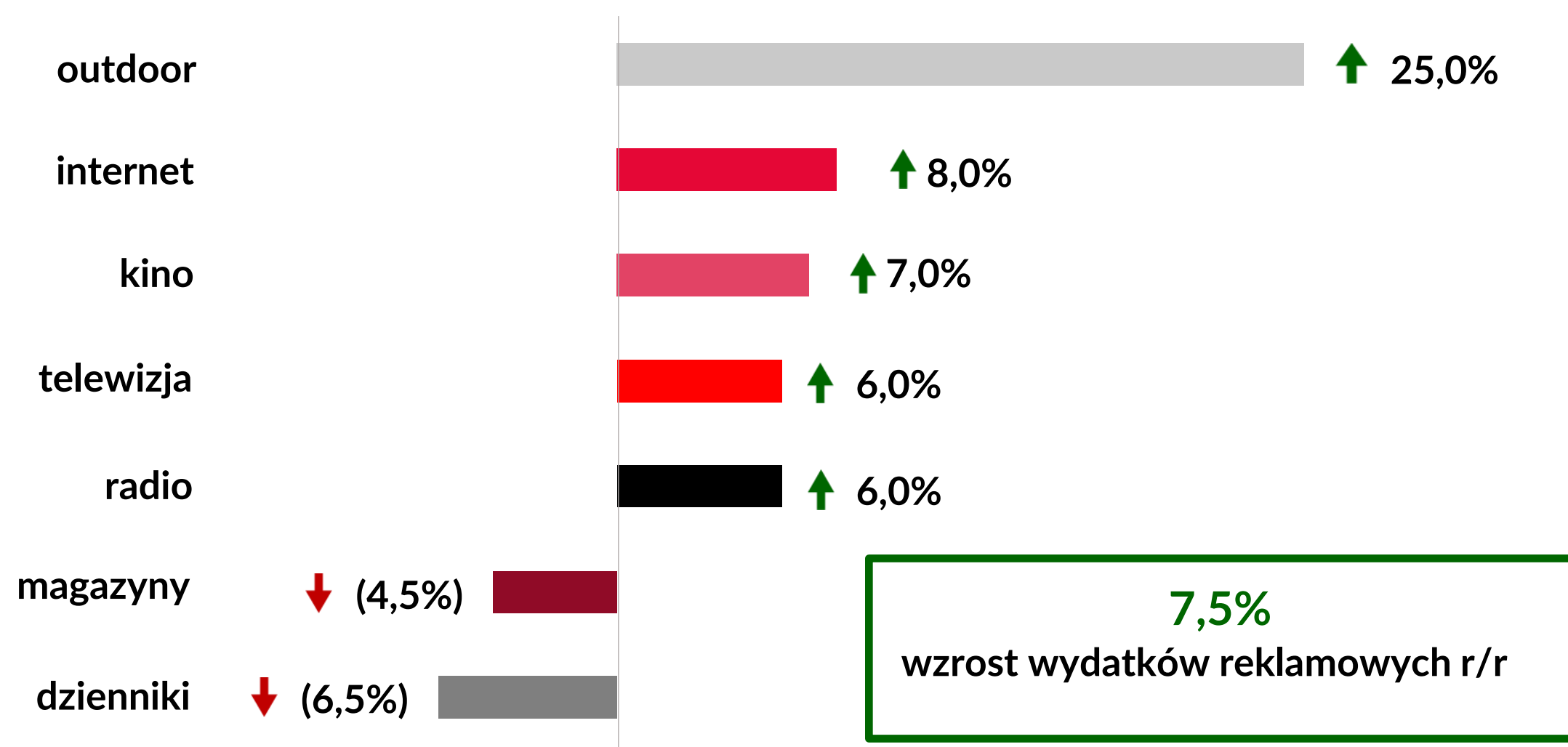
**WYNIKI FINANSOWE
SEGMENTÓW W 3. KW. 2023 R.**

07

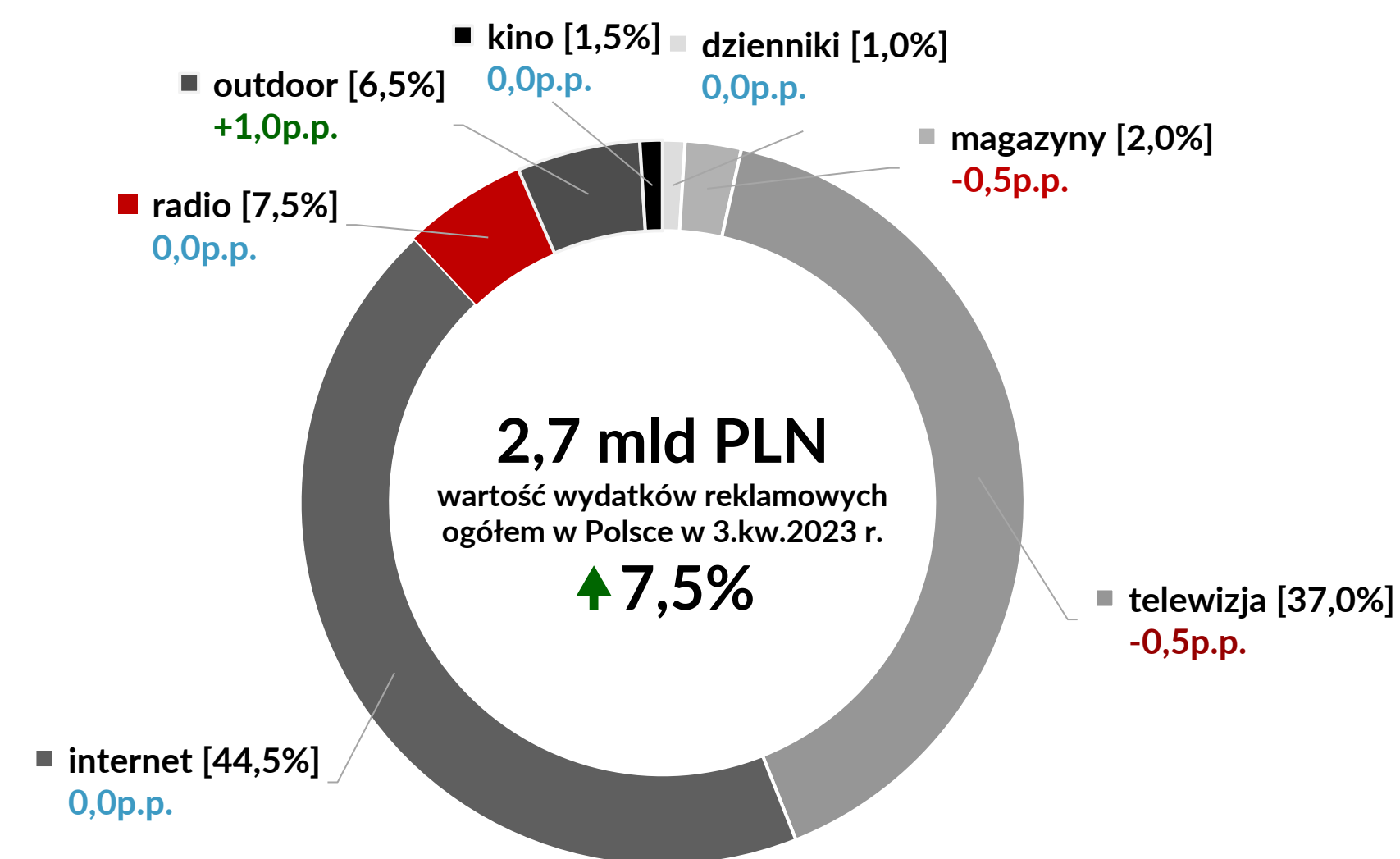


NAJISTOTNIEJSZE CZYNNIKI RYNKOWE WPŁYWAJĄCE NA WYNIKI GRUPY AGORA

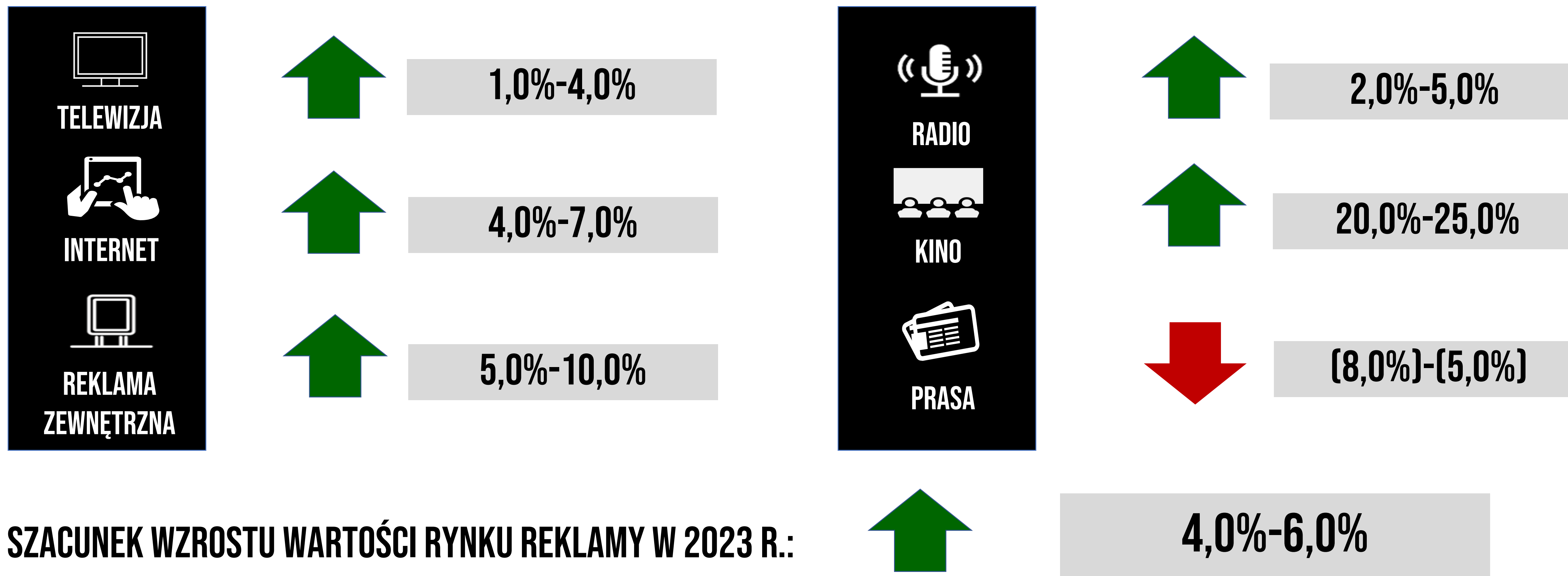
DYNAMIKA WYDATKÓW NA REKLAMĘ W 3.KW. 2023 R. [%; ZMIANA R/R]



STRUKTURA RYNKU REKLAMY W 3.KW.2023 R.



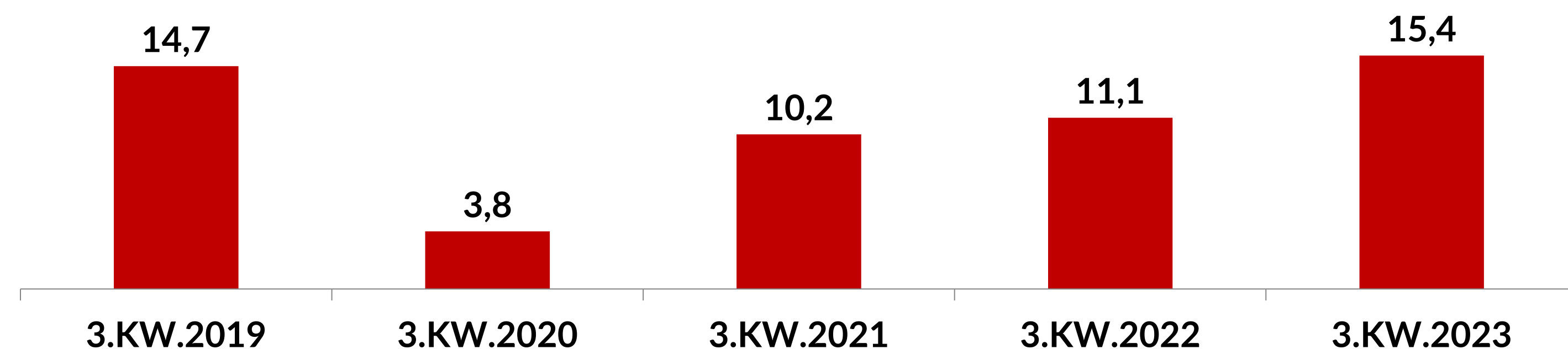
UTRZYMANIE PROGNOZY RYNKU REKLAMY W 2023 R.*



NAJISTOTNIEJSZE CZYNNIKI RYNKOWE WPŁYWAJĄCE NA WYNIKI GRUPY AGORA

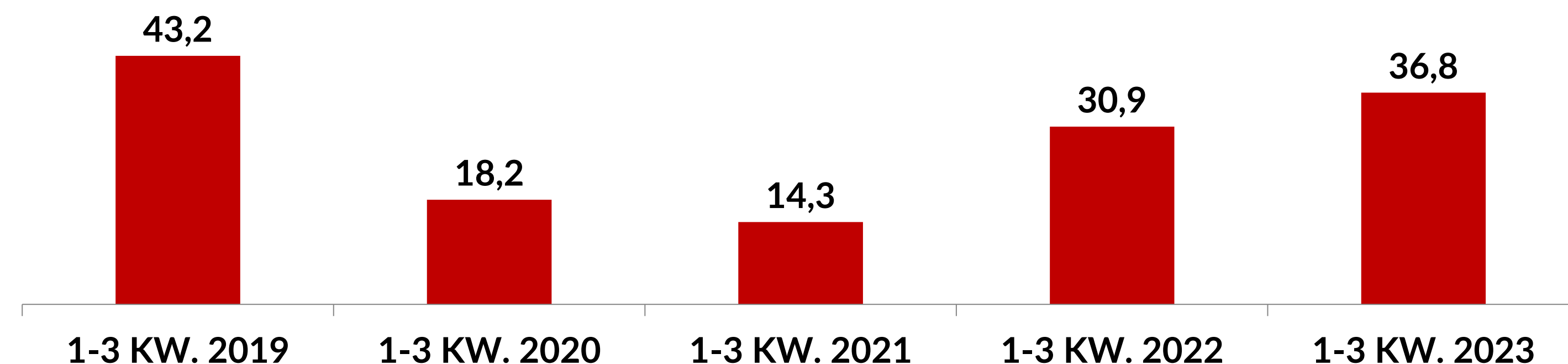
FREKWENCJA W POLSKICH KINACH W 3. KW. 2019-2023

[MLN WIDZÓW]



FREKWENCJA W POLSKICH KINACH W 1-3. KW. 2019-2023

[MLN WIDZÓW]



2022

Do 28 lutego 2022 r. kina funkcjonowały z limitem sprzedaży miejsc 30% (nie wliczane osoby zaszczepione), 1 marca zniesiono wszystkie restrykcje.

2021

Kina zamknięte do 20 maja. Sieć kin Helios otwarta 21 maja (tydzień wcześniej niż w przypadku sieci multipleksów – Multikino i Cinema City). Do 13 czerwca limit sprzedaży miejsc 50%, następnie zwiększenie do 75%.

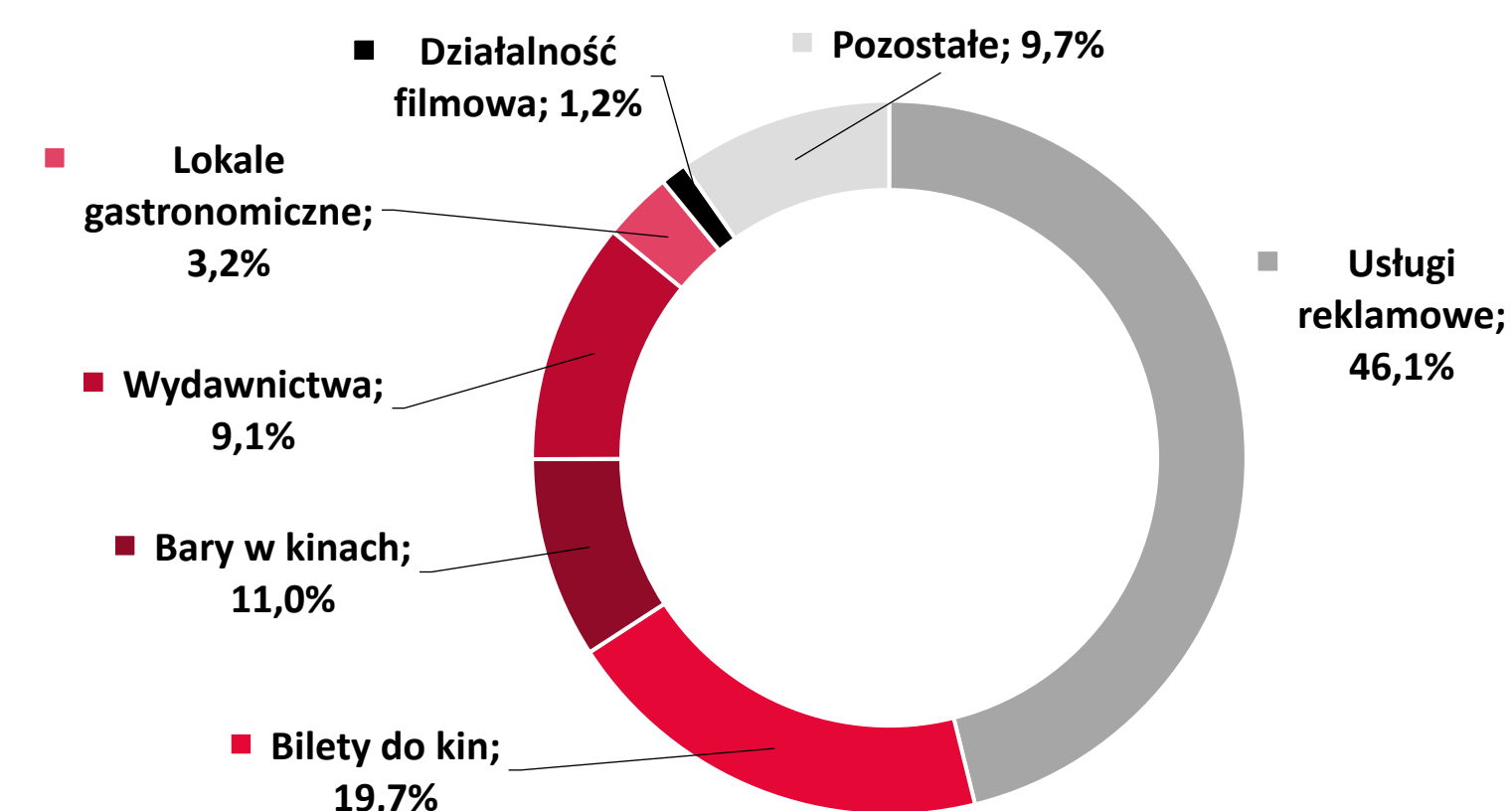
2020

Administracyjne zamknięcie kin od 12 marca do 3 lipca oraz od 7 listopada do 20 maja 2021 r.

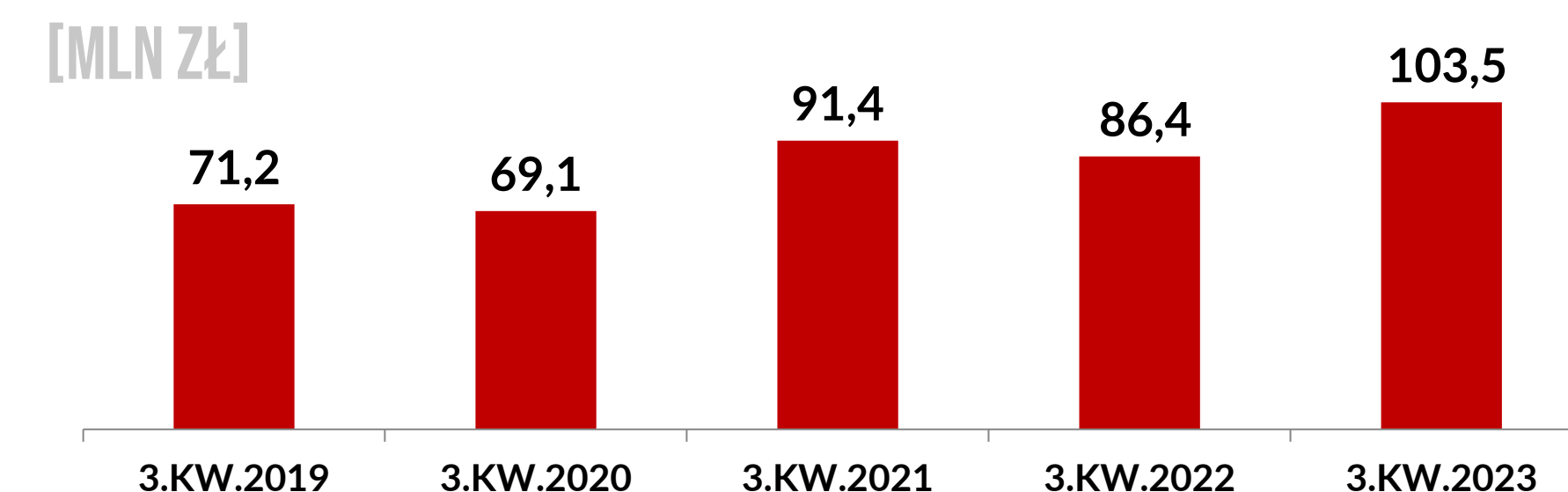
WYNIKI GRUPY AGORA W 3. KW. 2023 R.

w mln zł*	3.kw.2023	3.kw.2022	% zmiany r/r	1-3.kw.2023	1-3.kw.2022	% zmiany r/r
Przychody ze sprzedaży netto (1)	363,5	267,2	36,0%	986,2	782,1	26,1%
Sprzedaż usług reklamowych	167,7	119,9	39,9%	473,8	354,1	33,8%
Sprzedaż biletów do kin	71,6	47,9	49,5%	175,7	134,3	30,8%
Sprzedaż wydawnictw	33,1	32,1	3,1%	100,5	98,3	2,2%
Sprzedaż barowa w kinach	39,9	27,3	46,2%	98,9	72,7	36,0%
Sprzedaż gastronomiczna	11,5	10,1	13,9%	31,3	28,0	11,8%
Przychody z działalności filmowej	4,3	4,5	(4,4%)	12,9	23,2	(44,4%)
Pozostała sprzedaż	35,4	25,4	39,4%	93,1	71,5	30,2%
Koszty operacyjne netto, w tym:	(348,9)	(267,1)	30,6%	(975,9)	(816,5)	19,5%
Usługi obce	(125,1)	(95,2)	31,4%	(338,1)	(276,8)	22,1%
Wynagrodzenia i świadczenia towarów i materiałów	(106,3)	(89,5)	18,8%	(308,2)	(271,3)	13,6%
Amortyzacja	(41,3)	(36,4)	13,5%	(119,6)	(102,2)	17,0%
Reprezentacja i reklama	(44,1)	(40,2)	9,7%	(128,9)	(119,6)	7,8%
Zysk ze sprzedaży nieruchomości (2)	(19,2)	(13,3)	44,4%	(49,9)	(39,1)	27,6%
Zysk ze sprzedaży nieruchomości (2)	1,5	-	-	1,5	-	-
Umorzenie pożyczki PFR (3)	-	14,1	-	-	14,1	-
Odpisy aktualizujące (4)	(0,5)	-	-	(0,5)	1,2	-
Wynik operacyjny - EBIT	14,6	0,1	14 500,0%	10,3	(34,4)	-
marża EBIT (EBIT/Przychody)	4,0%	-	4,0p.p.	1,0%	(4,4%)	5,4p.p.
Wynik operacyjny - EBIT [bez MSSF 16] (5)	7,9	(6,0)	-	(9,2)	(51,0)	82,0%
marża EBIT (EBIT/Przychody) [bez MSSF 16] (5)	2,2%	(2,2%)	4,4p.p.	(0,9%)	(6,5%)	5,6p.p.
EBITDA (8)	59,2	40,3	46,9%	139,7	84,0	66,3%
marża EBITDA (EBITDA/Przychody)	16,3%	15,1%	1,2p.p.	14,2%	10,7%	3,5p.p.
EBITDA (5) [bez MSSF 16]	32,1	17,0	88,8%	60,8	16,9	259,8%
marża EBITDA (EBITDA/Przychody) [bez MSSF 16] (5)	8,8%	6,4%	2,4p.p.	6,2%	2,2%	4,0p.p.
Zysk/(strata) netto	(13,1)	(24,5)	46,5%	34,1	(75,2)	-

STRUKTURA PRZYCHODÓW ZE SPRZEDAŻY GRUPY AGORA W 3. KW. 2023 R.**



PRZYCHODY CYFROWE I INTERNETOWE GRUPY AGORA W 3.KW. 2019-2023**



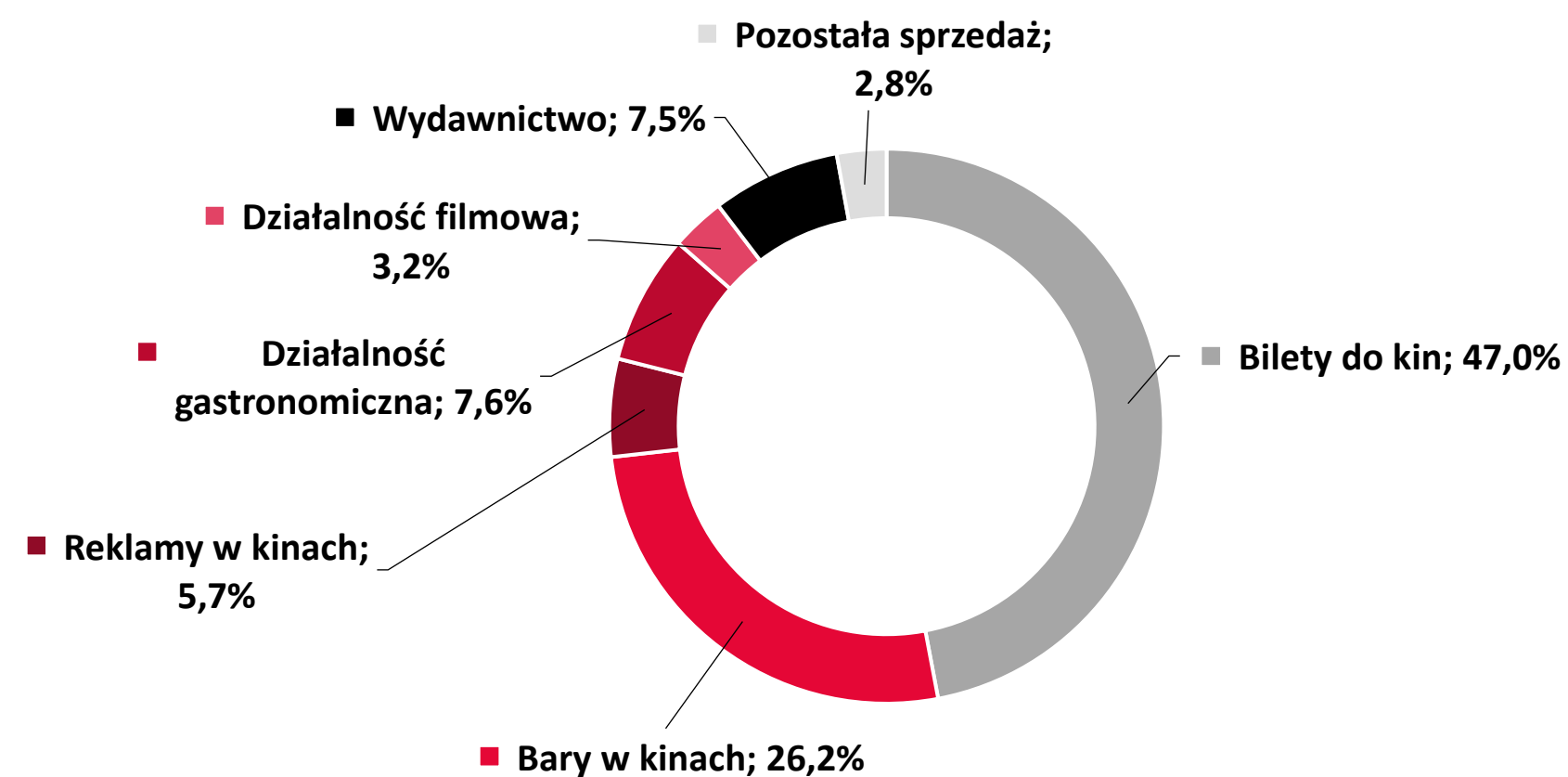
FILM I KSIĄŻKA: REKORDOWE PRZYCHODY KIN

w mln zł*	3.kw.2023	3.kw.2022	% zmiany r/r	1-3.kw.2023	1-3.kw.2022	% zmiany r/r
Przychody ze sprzedaży, w tym:	152,3	110,8	37,5%	392,5	320,3	22,5%
Przychody ze sprzedaży biletów do kina	71,6	47,9	49,5%	175,7	134,3	30,8%
Przychody ze sprzedaży barowej	39,9	27,3	46,2%	98,9	72,7	36,0%
Przychody ze sprzedaży reklam w kinach (1)	8,7	7,9	10,1%	23,8	18,9	25,9%
Przychody z działalności gastronomicznej (2)	11,5	10,1	13,9%	31,3	28,0	11,8%
Przychody z działalności filmowej (1), (3), (4)	4,8	4,8	-	14,6	25,4	(42,5%)
Przychody z działalności Wydawnictwa	11,4	10,5	8,6%	36,0	33,1	8,8%
Koszty operacyjne netto, w tym (5):	(134,1)	(98,5)	36,1%	(364,7)	(317,6)	14,8%
Usługi obce (4), (5)	(51,5)	(39,3)	31,0%	(133,5)	(117,5)	13,6%
Wynagrodzenia i świadczenia	(24,4)	(22,4)	8,9%	(67,7)	(67,6)	0,1%
Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów	(25,4)	(21,0)	21,0%	(68,4)	(57,2)	19,6%
Amortyzacja (5)	(20,5)	(20,8)	(1,4%)	(62,1)	(62,0)	0,2%
Reprezentacja i reklama (1)	(5,7)	(5,5)	3,6%	(14,6)	(16,9)	(13,6%)
Odpisy aktualizujące (6)	(0,7)	-	-	(0,7)	1,1	-
Umorzenie pożyczki PFR (7)	-	14,1	-	-	14,1	-
EBIT	18,2	12,3	48,0%	27,8	2,7	929,6%
marża EBIT	12,0%	11,1%	0,9p.p.	7,1%	0,8%	6,3p.p.
EBIT [bez MSSF 16]	13,0	7,2	80,6%	12,5	(11,0)	-
marża EBIT [bez MSSF 16]	8,5%	6,5%	2,0p.p.	3,2%	(3,4%)	6,6p.p.
EBITDA (8)	39,4	33,1	19,0%	90,6	63,6	42,5%
marża EBITDA	25,9%	29,9%	(4,0p.p.)	23,1%	19,9%	3,2p.p.
EBITDA [bez MSSF 16] (8)	21,7	16,2	34,0%	37,0	15,0	146,7%
marża EBITDA [bez MSSF 16]	14,2%	14,6%	(0,4p.p.)	9,4%	4,7%	4,7p.p.

- ▲ wzrost wpływów segmentu, w rezultacie wzrostu cen biletów i produktów w barach kinowych, a także wyższych pozostałych kategorii przychodów;
- ▲ wyższe przychody z działalności gastronomicznej dzięki wzbogaceniu oferty sieci Pasibus i towarzyszącym temu działaniom promocyjnym;
- utrzymanie przychodów z działalności filmowej na tym samym poziomie. Spółka NEXT FILM wprowadziła na ekrany kin w trzecim kwartale 2023 r. dwie nowe produkcje: *Teściowie 2* w reżyserii Kaliny Alabrudzińskiej oraz *Doppelgänger. Sobowtór* w reżyserii Jana Holoubka;
- ▲ wzrost kosztów usług obcych był związany głównie z działalnością kinową, przede wszystkim z wyższymi kosztami zakupu kopii filmowych;
- ▲ wzrost kosztów wynagrodzeń i świadczeń, głównie w działalności kinowej;
- ▲ wzrost kosztów zużycia materiałów i energii oraz wartości sprzedanych towarów i materiałów w efekcie wyższej sprzedaży barowej;
- ▲ wzrost kosztów reprezentacji i reklamy. Wyższe były koszty reklamy w działalności filmowej, natomiast niższe w działalności kinowej i Wydawnictwie Agora;
- ▼ spadek kosztów amortyzacji segmentu. Niższe były koszty amortyzacji w działalności kinowej, a wyższe w działalności filmowej i gastronomicznej.

FILM I KSIĄŻKA: WPŁYW EFEKTU BARBENHEIMER

STRUKTURA PRZYCHODÓW ZE SPRZEDAŻY SEGMENTU FILM I KSIĄŻKA W 3. KW. 2023 R.*



REKORDOWA FREKWENCJA W 3. KW. DZIĘKI TZW. EFEKTOWI BARBENHEIMER**



4,7 MLN

widzów obejrzało w Polsce filmy Barbie oraz Oppenheimer****

NAJWAŻNIEJSZE PREMIERY 4. KW. 2023 R.***



Premiera:

13.10



Premiera:

10.11



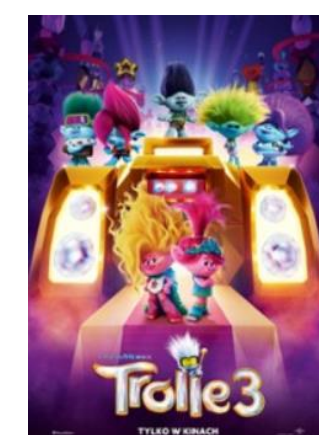
Premiera:

17.11



Premiera:

24.11



Premiera:

01.12



Premiera:

14.12

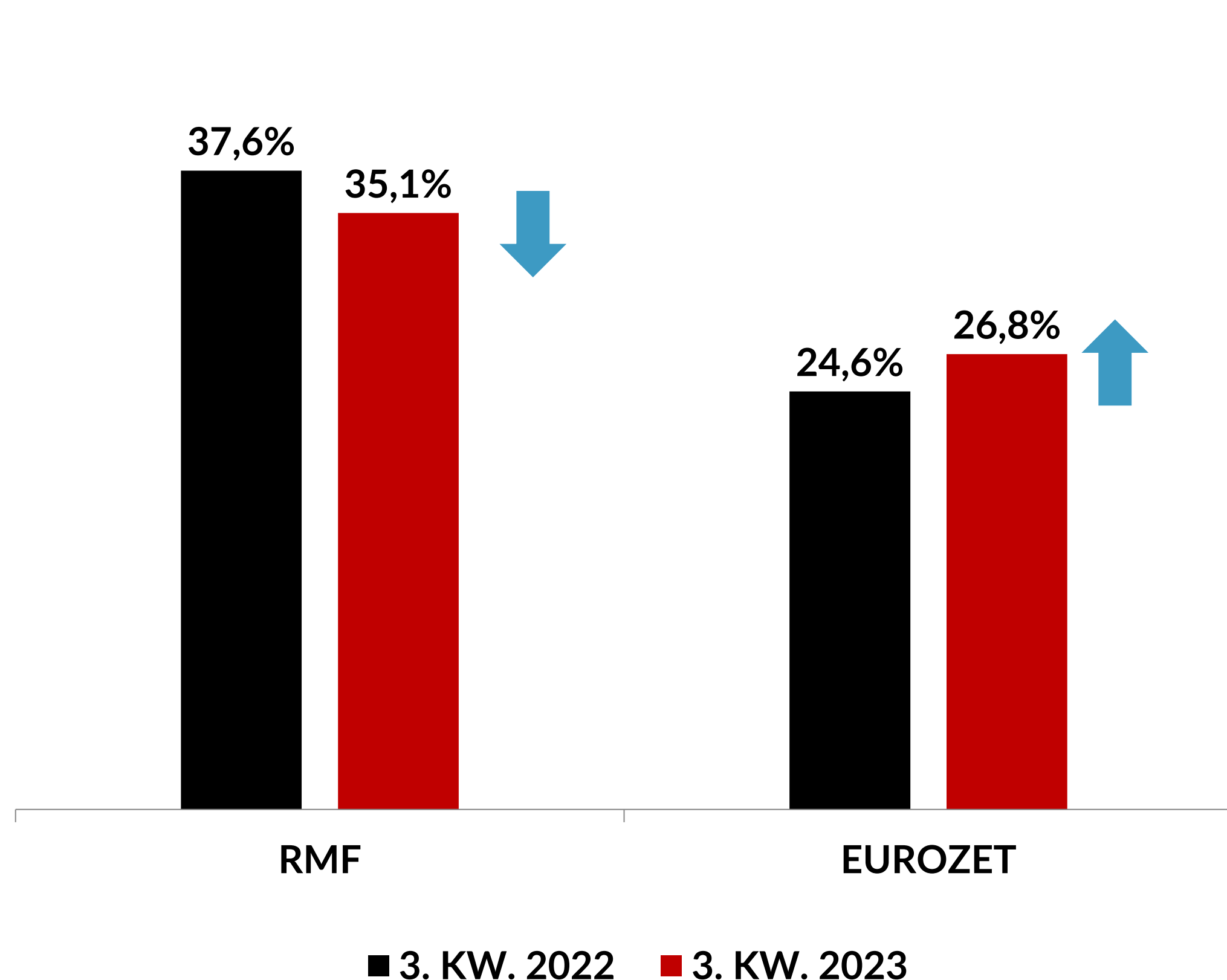
RADIO: SYSTEMATYCZNY WZROST UDZIAŁU W SŁUCHALNOŚCI

w mln zł*	3.kw.2023	3.kw.2022	% zmiany r/r	1-3.kw.2023	1-3.kw.2022	% zmiany r/r
Przychody ze sprzedaży, w tym:	75,5	25,6	194,9%	195,6	75,9	157,7%
Przychody ze sprzedaży reklamy radiowej (1), (2)	66,8	20,3	229,1%	173,6	61,0	184,6%
Koszty operacyjne netto, w tym:	(68,7)	(25,6)	168,4%	(173,3)	(76,9)	125,4%
Usługi obce	(26,9)	(9,8)	174,5%	(69,9)	(29,4)	137,8%
Wynagrodzenia i świadczenia	(21,8)	(9,3)	134,4%	(59,5)	(28,9)	105,9%
Amortyzacja	(4,5)	(2,1)	114,3%	(12,0)	(6,5)	84,6%
Reprezentacja i reklama (2)	(10,5)	(2,7)	288,9%	(22,5)	(7,5)	200,0%
EBIT	6,8	-	-	22,3	(1,0)	-
marża EBIT	9,0%	-	9,0p.p.	11,4%	(1,3%)	12,7p.p.
EBIT [bez MSSF 16]	6,5	(0,2)	-	21,4	(1,6)	-
marża EBIT [bez MSSF 16]	8,6%	(0,8%)	9,4p.p.	10,9%	(2,1%)	13,0p.p.
EBITDA	11,3	2,1	438,1%	34,3	5,5	523,6%
marża EBITDA	15,0%	8,2%	6,8p.p.	17,5%	7,2%	10,3p.p.
EBITDA [bez MSSF 16]	9,3	1,3	615,4%	28,8	2,8	928,6%
marża EBITDA [bez MSSF 16]	12,3%	5,1%	7,2p.p.	14,7%	3,7%	11,0p.p.

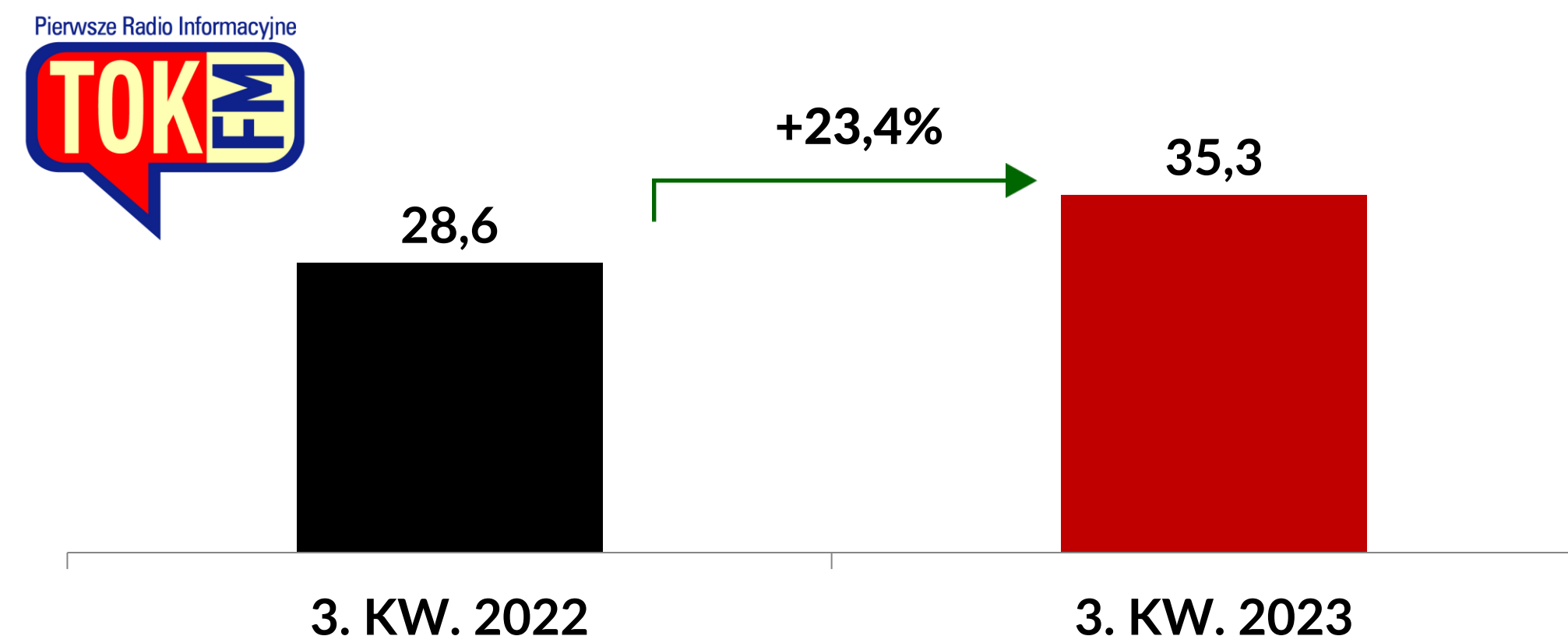
- ▲ wyższe wpływy w związku z konsolidacją Grupy Eurozet;
- ▲ wyższe wpływy ze sprzedaży reklamy radiowej, także w efekcie wprowadzenia wspólnej oferty sprzedażowo-reklamowej;
- ▲ wyższe wpływy internetowe segmentu ze względu na większe przychody z reklam oraz wyższej sprzedaży subskrypcji Premium TOK FM;
- ▲ wyższe koszty usług obcych ze względu na konsolidację Grupy Eurozet;
- ▲ wzrost kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników, głównie ze względu na konsolidację Grupy Eurozet.;
- ▲ wyższe koszty reprezentacji i reklamy, głównie ze względu na konsolidację Grupy Eurozet.

RADIO: SYSTEMATYCZNY WZROST UDZIAŁU W SŁUCHALNOŚCI

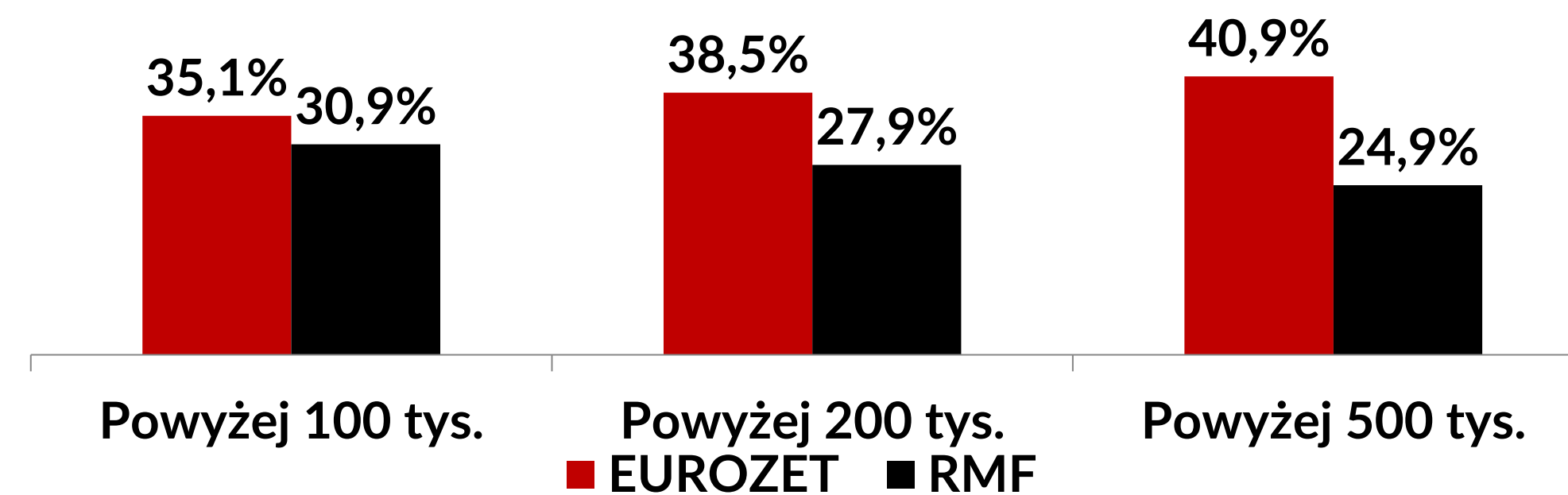
MALEJĄCA RÓŻNICA GRUPY RMF NAD GRUPĄ EUROZET W SŁUCHALNOŚCI**



DALSZY WZROST LICZBY SUBSKRYBENTÓW TOK FM PREMIUM*



GRUPA EUROZET LIDEREM SŁUCHALNOŚCI W DUŻYCH MIASTACH**



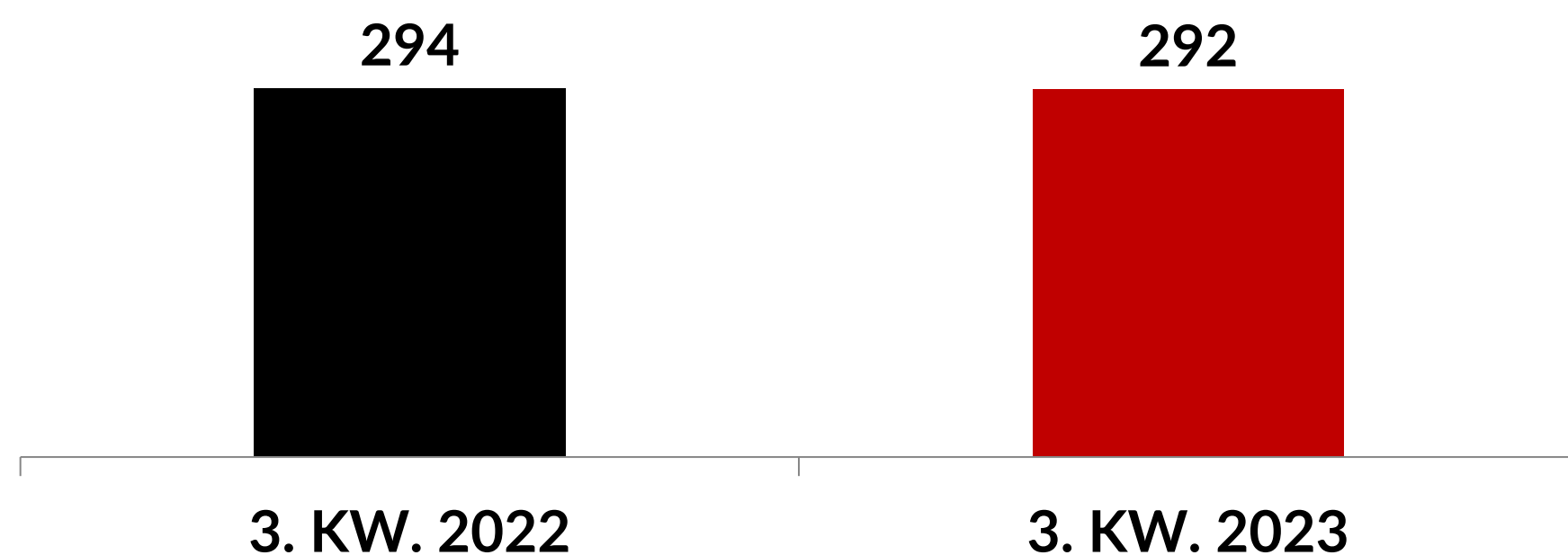
PRASA CYFROWA I DRUKOWANA: WZROST UDZIAŁU WPŁYWÓW CYFROWYCH

w mln zł *	3.kw.2023	3.kw.2022	% zmiany r/r	1-3.kw.2023	1-3.kw.2022	% zmiany r/r
Przychody ze sprzedaży, w tym:	56,4	55,0	2,5%	157,5	155,6	1,2%
Przychody ze sprzedaży wydawnictw	26,3	26,0	1,2%	78,0	77,8	0,3%
w tym Gazeta Wyborcza	24,9	24,7	0,8%	74,0	74,0	-
Przychody ze sprzedaży reklam (1)	15,3	16,1	(5,0%)	41,4	44,8	(7,6%)
w tym Gazeta Wyborcza	14,1	14,8	(4,7%)	37,6	40,9	(8,1%)
Przychody ze sprzedaży usług poligraficznych	8,8	8,1	8,6%	27,9	24,2	15,3%
Koszty operacyjne netto, w tym (2):	(55,9)	(62,8)	(11,0%)	(165,1)	(174,7)	(5,5%)
Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów	(10,4)	(11,3)	(8,0%)	(34,3)	(32,2)	6,5%
Usługi obce (2)	(18,4)	(18,8)	(2,1%)	(44,9)	(45,2)	(0,7%)
Wynagrodzenia i świadczenia	(21,6)	(25,1)	(13,9%)	(68,6)	(75,6)	(9,3%)
Amortyzacja (2)	(1,9)	(2,9)	(34,5%)	(6,3)	(8,3)	(24,1%)
Reprezentacja i reklama (1)	(1,9)	(3,3)	(42,4%)	(7,1)	(9,7)	(26,8%)
EBIT	0,5	(7,8)	-	(7,6)	(19,1)	60,2%
marża EBIT	0,9%	(14,2%)	15,1p.p.	(4,8%)	(12,3%)	7,5p.p.
EBIT [bez MSSF 16]	0,5	(7,8)	-	(7,6)	(19,1)	60,2%
marża EBIT [bez MSSF 16]	0,9%	(14,2%)	15,1p.p.	(4,8%)	(12,3%)	7,5p.p.
EBITDA	2,4	(4,9)	-	(1,3)	(10,8)	88,0%
marża EBITDA	4,3%	(8,9%)	13,2p.p.	(0,8%)	(6,9%)	6,1p.p.
EBITDA	2,4	(4,9)	-	(1,3)	(10,8)	88,0%
marża EBITDA	4,3%	(8,9%)	13,2p.p.	(0,8%)	(6,9%)	6,1p.p.

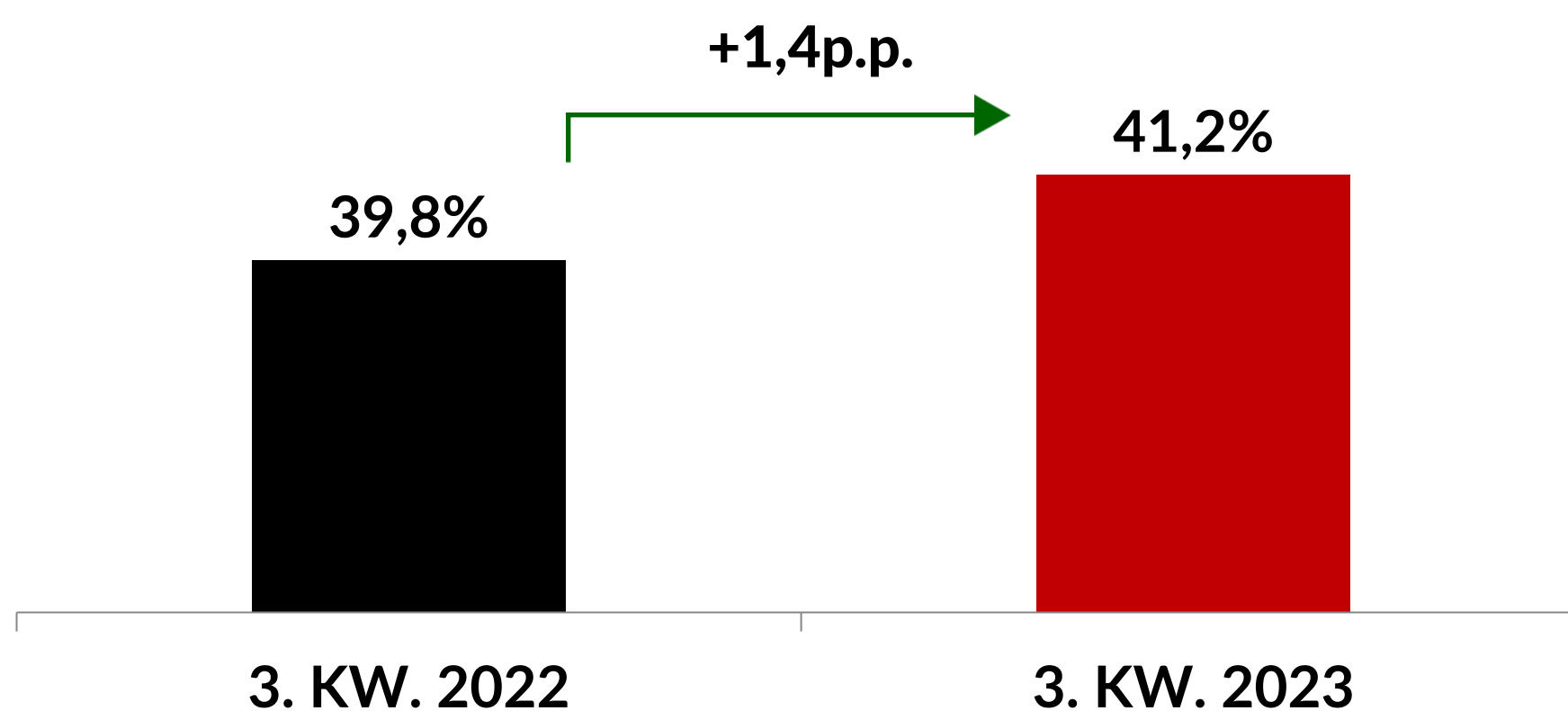
- ▲ wzrost przychodów segmentu Prasa Cyfrowa i Drukowana, głównie ze względu na wyższą sprzedaż usług poligraficznych, subskrypcji cyfrowych *Wyborcza.pl* oraz w wyniku organizacji festiwali muzycznych;
- ▲ wzrost przychodów ze sprzedaży wydawnictw, rosły wpływy ze sprzedaży subskrypcji cyfrowych *Wyborcza.pl* przy spadających wpływach ze sprzedaży papierowego wydania *Gazety Wyborczej*;
- ▼ spadek przychodów ze sprzedaży reklam w zarówno papierowym, jak i internetowym wydaniu *Gazety Wyborczej*;
- ▼ niższe koszty operacyjne segmentu we wszystkich kategoriach;
- ▼ niższe koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników m.in. ze względu na przeprowadzoną pod koniec 2022 r. restrukturyzację;
- ▼ niższe koszty amortyzacji z powodu zakończenia okresu amortyzowania się projektów rozwojowych *Gazety Wyborczej* uruchomionych we wcześniejszych okresach;
- ▼ niższe koszty reprezentacji i reklamy z powodu przesunięcia w czasie działań promocyjnych *Gazety Wyborczej*;
- ▼ niższe koszty usług obcych. Spadek ten to głównie efekt zmniejszenia obciążeń kosztami za najem powierzchni biurowej i IT. Dodatkowo, na wzrost tej pozycji wpłynęły usługi związane z organizacją festiwali;
- ▼ niższe koszty zużycia materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów, głównie ze względu na spadek cen papieru.

PRASA CYFROWA I DRUKOWANA: WZROST UDZIAŁU WPŁYWÓW CYFROWYCH

SUBSKRYPCJE WYBORCZA.PL [TYS. SZT.] *



UDZIAŁ WPŁYWÓW CYFROWYCH W PRZYCHODACH GAZETY WYBORCZEJ [%]*



SUKCES FESTIWALI ORGANIZOWANYCH PRZEZ GAZETĘ WYBORCZĄ



REKLAMA ZEWNĘTRZNA: REKORDOWE PRZYCHODY W 3. KWARTALE

w mln zł*	3.kw.2023	3.kw.2022	% zmiany r/r	1-3.kw.2023	1-3.kw.2022	% zmiany r/r
Łączne przychody, w tym:	46,7	38,8	20,4%	135,9	115,8	17,4%
Przychody ze sprzedaży reklam (1)	43,0	36,7	17,2%	127,8	110,0	16,2%
Razem koszty operacyjne, w tym (1), (2):	(42,8)	(36,5)	17,3%	(121,3)	(112,7)	7,6%
Usługi obce (1), (2)	(19,3)	(17,1)	12,9%	(57,2)	(51,9)	10,2%
Wynagrodzenia i świadczenia	(10,8)	(7,6)	42,1%	(28,0)	(22,2)	26,1%
Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów (1)	(2,5)	(2,2)	13,6%	(7,5)	(6,7)	11,9%
Amortyzacja (2)	(9,5)	(9,8)	(3,1%)	(26,7)	(29,2)	(8,6%)
Reprezentacja i reklama	(1,0)	(1,0)	-	(2,8)	(2,8)	-
Odpisy aktualizujące (3)	0,2	0,1	100,0%	0,2	0,1	100,0%
EBIT (1), (2)	3,9	2,3	69,6%	14,6	3,1	371,0%
marża EBIT	8,4%	5,9%	2,5p.p.	10,7%	2,7%	8,0p.p.
EBIT [bez MSSF 16] (1), (2)	2,8	1,6	75,0%	11,9	1,3	815,4%
marża EBIT [bez MSSF 16]	6,0%	4,1%	1,9p.p.	8,8%	1,1%	7,7p.p.
EBITDA (1), (2), (3)	13,2	12,0	10,0%	41,1	32,2	27,6%
marża EBITDA	28,3%	30,9%	(2,6p.p.)	30,2%	27,8%	2,4p.p.
EBITDA [bez MSSF 16] (1), (2), (3)	6,4	7,1	(9,9%)	23,0	18,1	27,1%
marża EBITDA [bez MSSF 16]	13,7%	18,3%	(4,6p.p.)	16,9%	15,6%	1,3p.p.

- ▲ wyższe przychody reklamowe, w szczególności odnotowane na nośnikach typu digital, billboard 18m², backlight oraz city transport;
- ▲ wzrost kosztów usług obcych (głównie kosztów utrzymania systemu i realizacji kampanii) wynikający z rozwoju systemu Indoor oraz wzrostu obrotów;
- ▲ wyższe koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników to głównie efekt wzrostu zmiennego elementu wynagrodzeń za sprawą wyższej realizacji zakładanych celów sprzedażowych.

REKLAMA ZEWNĘTRZNA: REKORDOWE PRZYCHODY W 3. KWARTALE

FILARY ROZWOJU AMS

DIGITAL

REKORDOWA SPRZEDAŻ PRODUKTÓW CYFROWYCH*



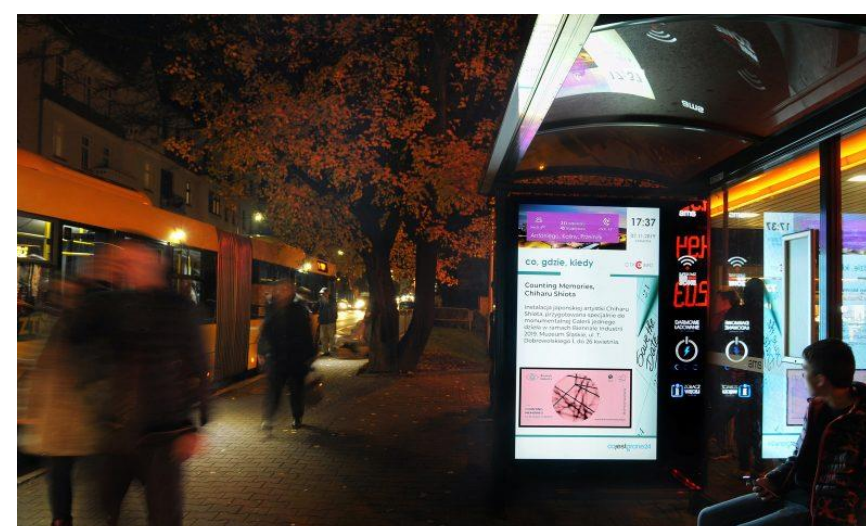
+46%

Dynamika wzrostu przychodów zrealizowanych na cyfrowych nośnikach 3. kw. 2023 vs. 3. kw. 2022

EKO

DALSZE ROZPOWSZECHNIANIE ROZWIĄZAŃ EKO*

Na przestrzeni 3. kwartału oddano do użytku setną eko-wiatę AMS w Polsce.



150

EKO-wiat AMS na terenie całego kraju

MEBLE MIEJSKIE

PRZEDŁUŻENIE UMOWY WE WROCŁAWIU

Przedłużenie umowy na obsługę ponad 200 wiat we Wrocławiu do lipca 2025 r.



INTERNET: SPADEK RYNKU REKLAMY PROGRAMATYCZNEJ

w mln zł	3.kw.2023	3.kw.2022	% zmiany r/r	1-3.kw.2023	1-3.kw.2022	% zmiany r/r
Przychody ze sprzedaży, w tym (1):	34,9	40,7	(14,3%)	110,1	127,5	(13,6%)
Przychody ze sprzedaży reklam internetowych (1)	30,6	36,8	(16,8%)	97,4	115,0	(15,3%)
Koszty operacyjne, w tym (1), (2):	(39,1)	(39,9)	(2,0%)	(119,9)	(124,6)	(3,8%)
Usługi obce (2)	(17,5)	(20,0)	(12,5%)	(55,5)	(65,7)	(15,5%)
Wynagrodzenia i świadczenia	(14,6)	(13,7)	6,6%	(43,6)	(40,2)	8,5%
Amortyzacja (2)	(2,9)	(3,0)	(3,3%)	(8,9)	(9,0)	(1,1%)
Reprezentacja i reklama (1)	(3,9)	(2,7)	44,4%	(10,5)	(8,6)	22,1%
EBIT	(4,2)	0,8	-	(9,8)	2,9	-
marża EBIT	(12,0%)	2,0%	(14,0p.p.)	(8,9%)	2,3%	(11,2p.p.)
EBIT [bez MSSF 16]	(4,2)	0,8	-	(9,8)	2,9	-
marża EBIT [bez MSSF 16]	(12,0%)	2,0%	(14,0p.p.)	(8,9%)	2,3%	(11,2p.p.)
EBITDA	(1,3)	3,8	-	(0,9)	11,9	-
marża EBITDA	(3,7%)	9,3%	(13,0p.p.)	(0,8%)	9,3%	(10,1p.p.)
EBITDA [bez MSSF 16]	(1,3)	3,8	-	(0,9)	11,9	-
marża EBITDA [bez MSSF 16]	(3,7%)	9,3%	(13,0p.p.)	(0,8%)	9,3%	(10,1p.p.)

- ▼ niższe przychody segmentu, głównie w efekcie niższych wpływów w Yieldbird;
- ▼ spadek przychodów reklamowych spółki Yieldbird, w efekcie zmian wynikających z rozwijania współpracy w modelu SaaS i ograniczenia sprzedaży usług reklamowych;
- ▼ spadek przychodów pionu Gazeta.pl z powodu niższych wpływów programatycznych,
- ▼ niższe koszty operacyjne segmentu w rezultacie ograniczenia wydatków, w szczególności usług obcych, przy jednoczesnym wzroście wynagrodzeń oraz kosztów reprezentacji i reklamy;
- ▼ niższe koszty usług obcych przede wszystkim ze względu na ich ograniczenie w spółce Yieldbird. Wyższe były w pionie Gazeta.pl;
- ▲ wzrost kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników to efekt wyższego zatrudnienia oraz wzrostu wynagrodzeń stałych i kosztów zleceń w Gazeta.pl;
- ▲ wzrost kosztów reprezentacji i reklamy ze względu na wyższe nakłady promocyjne w Gazeta.pl.

DZIĘKUJEMY ZA UWAGĘ

Odwiedź naszą stronę www.agora.pl

Kontakt:

@ investor@agora.pl

@ press@agora.pl

@Agora_SA

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 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 papierze wartościowe Spółki.

ZAŁĄCZNIKI

WYNIKI GRUPY AGORA W 3. KW. 2023 R.

w mln zł*	Z MSSF 16						BEZ MSSF 16					
	3.kw.2023	3.kw.2022	% zmiany r/r	1-3.kw.2023	1-3.kw.2022	% zmiany r/r	3.kw.2023	3.kw.2022	% zmiany r/r	1-3.kw.2023	1-3.kw.2022	% zmiany r/r
Przychody ze sprzedaży netto (1)	363,5	267,2	36,0%	986,2	782,1	26,1%	363,5	267,2	36,0%	986,2	782,1	26,1%
Sprzedaż usług reklamowych	167,7	119,9	39,9%	473,8	354,1	33,8%	167,7	119,9	39,9%	473,8	354,1	33,8%
Sprzedaż biletów do kin	71,6	47,9	49,5%	175,7	134,3	30,8%	71,6	47,9	49,5%	175,7	134,3	30,8%
Sprzedaż wydawnictw	33,1	32,1	3,1%	100,5	98,3	2,2%	33,1	32,1	3,1%	100,5	98,3	2,2%
Sprzedaż barowa w kinach	39,9	27,3	46,2%	98,9	72,7	36,0%	39,9	27,3	46,2%	98,9	72,7	36,0%
Sprzedaż gastronomiczna	11,5	10,1	13,9%	31,3	28,0	11,8%	11,5	10,1	13,9%	31,3	28,0	11,8%
Przychody z działalności filmowej	4,3	4,5	(4,4%)	12,9	23,2	(44,4%)	4,3	4,5	(4,4%)	12,9	23,2	(44,4%)
Pozostała sprzedaż	35,4	25,4	39,4%	93,1	71,5	30,2%	35,4	25,4	39,4%	93,1	71,5	30,2%
Koszty operacyjne netto, w tym:	(348,9)	(267,1)	30,6%	(975,9)	(816,5)	19,5%	(355,6)	(273,2)	30,2%	(995,4)	(833,1)	19,5%
Usługi obce	(125,1)	(95,2)	31,4%	(338,1)	(276,8)	22,1%	(151,6)	(118,0)	28,5%	(415,8)	(342,1)	21,5%
Wynagrodzenia i świadczenia sprzedanych towarów i materiałów	(106,3)	(89,5)	18,8%	(308,2)	(271,3)	13,6%	(106,3)	(89,5)	18,8%	(308,2)	(271,3)	13,6%
Amortyzacja	(44,1)	(40,2)	9,7%	(128,9)	(119,6)	7,8%	(23,7)	(23,0)	3,0%	(69,5)	(69,1)	0,6%
Reprezentacja i reklama	(19,2)	(13,3)	44,4%	(49,9)	(39,1)	27,6%	(19,2)	(13,3)	44,4%	(49,9)	(39,1)	27,6%
Zysk ze sprzedaży nieruchomości (2)	1,5	-	-	1,5	-	-	1,5	-	-	1,5	-	-
Umorzenie pożyczki PFR (3)	-	14,1	-	-	14,1	-	-	14,1	-	-	14,1	-
Odpisy aktualizujące (4)	(0,5)	-	-	(0,5)	1,2	-	(0,5)	-	-	(0,5)	1,2	-
Wynik operacyjny - EBIT	14,6	0,1	14 500,0%	10,3	(34,4)	-	7,9	(6,0)	-	(9,2)	(51,0)	82,0%
marża EBIT (EBIT/Przychody)	4,0%	-	4,0p.p.	1,0%	(4,4%)	5,4p.p.	2,2%	(2,2%)	4,4p.p.	(0,9%)	(6,5%)	5,6p.p.
EBITDA (8)	59,2	40,3	46,9%	139,7	84,0	66,3%	32,1	17,0	88,8%	60,8	16,9	259,8%
marża EBITDA (EBITDA/Przychody)	16,3%	15,1%	1,2p.p.	14,2%	10,7%	3,5p.p.	8,8%	6,4%	2,4p.p.	6,2%	2,2%	4,0p.p.
Aktualizacja wyceny opcji put (6)	-	-	-	2,5	6,0	(58,3%)	-	-	-	2,5	6,0	(58,3%)
Wycena udziałów na dzień przejęcia kontroli (7)	-	-	-	47,9	-	-	-	-	-	47,9	-	-
Zysk/(strata) netto	(13,1)	(24,5)	46,5%	34,1	(75,2)	-	4,7	(7,3)	-	30,0	(49,7)	-

Źródło: sprawozdanie Zarządu Grupy za 3. kw. 2023 r. Konsolidacja Grupy Eurozet ma miejsce od 1 marca br.

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

(2) 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;

(3) podana kwota dotyczy umorzenia części pożyczki preferencyjnej udzielonej spółce Helios S.A. w 2022 r. w ramach Programu Rządowego – Tarcza Finansowa Polskiego Funduszu Rozwoju dla Dużych Firm;

(4) podana kwota w 2023 r. obejmuje odpis aktualizujący z tytułu utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych w Step Inside Sp. z o.o., w 2022 r. dotyczy głównie odwrócenia odpisu aktualizującego z tytułu utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych Helios S.A.;

(5) wartość wyniku operacyjnego EBIT i EBITDA z wyłączeniem wpływu Międzynarodowego Standardu Sprawozdawczości Finansowej nr 16 Leasing;

(6) dotyczy aktualizacji wyceny zobowiązań z tytułu opcji put przyznanym akcjonariuszom/udziałowcom niekontrolującym Helios S.A., Video OOH Sp. z o.o. oraz HRlink Sp. z o.o.;

(7) wycena udziałów na dzień przejęcia kontroli dotyczy transakcji przejęcia kontroli nad grupą Eurozet konsolidowaną metodą pełną od 1 marca 2023 r. (dodatkowe informacje dotyczące transakcji zawarto w nocie 12 do skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego);

(8) 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.

FILM I KSIĄŻKA

w mln zł*	Z MSSF 16						BEZ MSSF 16					
	3.kw.2023	3.kw.2022	% zmiany r/r	1-3.kw.2023	1-3.kw.2022	% zmiany r/r	3.kw.2023	3.kw.2022	% zmiany r/r	1-3.kw.2023	1-3.kw.2022	% zmiany r/r
Przychody ze sprzedaży, w tym:	152,3	110,8	37,5%	392,5	320,3	22,5%	152,3	110,8	37,5%	392,5	320,3	22,5%
Przychody ze sprzedaży biletów do kina	71,6	47,9	49,5%	175,7	134,3	30,8%	71,6	47,9	49,5%	175,7	134,3	30,8%
Przychody ze sprzedaży barowej	39,9	27,3	46,2%	98,9	72,7	36,0%	39,9	27,3	46,2%	98,9	72,7	36,0%
Przychody ze sprzedaży reklam w kinach (1)	8,7	7,9	10,1%	23,8	18,9	25,9%	8,7	7,9	10,1%	23,8	18,9	25,9%
Przychody z działalności gastronomicznej (2)	11,5	10,1	13,9%	31,3	28,0	11,8%	11,5	10,1	13,9%	31,3	28,0	11,8%
Przychody z działalności filmowej (1), (3), (4)	4,8	4,8	-	14,6	25,4	(42,5%)	4,8	4,8	-	14,6	25,4	(42,5%)
Przychody z działalności Wydawnictwa	11,4	10,5	8,6%	36,0	33,1	8,8%	11,4	10,5	8,6%	36,0	33,1	8,8%
Koszty operacyjne netto (5):	(134,1)	(98,5)	36,1%	(364,7)	(317,6)	14,8%	(139,3)	(103,6)	34,5%	(380,0)	(331,3)	14,7%
EBIT	18,2	12,3	48,0%	27,8	2,7	929,6%	13,0	7,2	80,6%	12,5	(11,0)	-
marża EBIT	12,0%	11,1%	0,9p.p.	7,1%	0,8%	6,3p.p.	8,5%	6,5%	2,0p.p.	3,2%	(3,4%)	6,6p.p.
EBITDA (8)	39,4	33,1	19,0%	90,6	63,6	42,5%	21,7	16,2	34,0%	37,0	15,0	146,7%
marża EBITDA	25,9%	29,9%	(4,0p.p.)	23,1%	19,9%	3,2p.p.	14,2%	14,6%	(0,4p.p.)	9,4%	4,7%	4,7p.p.

Źródło: sprawozdanie Zarządu Grupy za 3. kw. 2023 r.

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

(2) podane kwoty obejmują sprzedaż w restauracjach Step Inside Sp. z o.o.;

(3) podane kwoty obejmują głównie przychody z tytułu koprodukcji oraz dystrybucji filmów;

(4) 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.;

(5) dane uwzględniają alokowane koszty części działów wspomagających; w poprzednich latach koszty te nie były w tak istotnym zakresie alokowane do segmentów biznesowych; dane porównawcze zostały odpowiednio przekształcone;

(6) pozycja odpisy aktualizujące obejmuje w trzecim kwartale i w okresie styczeń - wrzesień 2023 r. odpis wartości aktywów trwałych spółki Step Inside Sp. z o.o. natomiast w okresie styczeń - wrzesień 2022 r. obejmuje odwrócenie odpisu wartości aktywów trwałych spółki Helios S.A. w wysokości 1,7 mln zł dokonanego w 2021 r. oraz odpis wartości aktywów trwałych Helios S.A. w wysokości 0,6 mln zł;

(7) podana kwota dotyczy umorzenia części pożyczki preferencyjnej udzielonej spółce Helios S.A. w 2022 r. w ramach Programu Rządowego - Tarcza Finansowa Polskiego Funduszu Rozwoju dla Dużych Firm;

(8) 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.2023	3.kw.2022	% zmiany r/r	1-3.kw.2023	1-3.kw.2022	% zmiany r/r	3.kw.2023	3.kw.2022	% zmiany r/r	1-3.kw.2023	1-3.kw.2022	% zmiany r/r
Przychody ze sprzedaży, w tym:	75,5	25,6	194,9%	195,6	75,9	157,7%	75,5	25,6	194,9%	195,6	75,9	157,7%
Przychody ze sprzedaży reklamy (1), (2)	66,8	20,3	229,1%	173,6	61,0	184,6%	66,8	20,3	229,1%	173,6	61,0	184,6%
Koszty operacyjne netto, w tym (2), (3):	(68,7)	(25,6)	168,4%	(173,3)	(76,9)	125,4%	(69,0)	(25,8)	167,4%	(174,2)	(77,5)	124,8%
EBIT	6,8	-	-	22,3	(1,0)	-	6,5	(0,2)	-	21,4	(1,6)	-
marża EBIT	9,0%	-	9,0p.p.	11,4%	(1,3%)	12,7p.p.	8,6%	(0,8%)	9,4p.p.	10,9%	(2,1%)	13,0p.p.
EBITDA	11,3	2,1	438,1%	34,3	5,5	523,6%	9,3	1,3	615,4%	28,8	2,8	928,6%
marża EBITDA	15,0%	8,2%	6,8p.p.	17,5%	7,2%	10,3p.p.	12,3%	5,1%	7,2p.p.	14,7%	3,7%	11,0p.p.

Źródło: sprawozdanie Zarządu Grupy za 3. kw. 2023 r. Konsolidacja Grupy Eurozet ma miejsce od 1 marca br.

(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 uwzględniają alokowane koszty części działów wspomagających; w poprzednich latach koszty te nie były w tak istotnym zakresie alokowane do segmentów biznesowych; dane porównawcze zostały odpowiednio przekształcone.

w mln zł *	Z MSSF 16						BEZ MSSF 16					
	3.kw.2023	3.kw.2022	% zmiany r/r	1-3.kw.2023	1-3.kw.2022	% zmiany r/r	3.kw.2023	3.kw.2022	% zmiany r/r	1-3.kw.2023	1-3.kw.2022	% zmiany r/r
Przychody ze sprzedaży, w tym:	56,4	55,0	2,5%	157,5	155,6	1,2%	56,4	55,0	2,5%	157,5	155,6	1,2%
Przychody ze sprzedaży wydawnictw	26,3	26,0	1,2%	78,0	77,8	0,3%	26,3	26,0	1,2%	78,0	77,8	0,3%
w tym Gazeta Wyborcza	24,9	24,7	0,8%	74,0	74,0	-	24,9	24,7	0,8%	74,0	74,0	-
Przychody ze sprzedaży (1)	15,3	16,1	(5,0%)	41,4	44,8	(7,6%)	15,3	16,1	(5,0%)	41,4	44,8	(7,6%)
w tym Gazeta Wyborcza	14,1	14,8	(4,7%)	37,6	40,9	(8,1%)	14,1	14,8	(4,7%)	37,6	40,9	(8,1%)
Przychody ze sprzedaży usług	8,8	8,1	8,6%	27,9	24,2	15,3%	8,8	8,1	8,6%	27,9	24,2	15,3%
Koszty operacyjne netto (2):	(55,9)	(62,8)	(11,0%)	(165,1)	(174,7)	(5,5%)	(55,9)	(62,8)	(11,0%)	(165,1)	(174,7)	(5,5%)
EBIT	0,5	(7,8)	-	(7,6)	(19,1)	60,2%	0,5	(7,8)	-	(7,6)	(19,1)	60,2%
marża EBIT	0,9%	(14,2%)	15,1p.p.	(4,8%)	(12,3%)	7,5p.p.	0,9%	(14,2%)	15,1p.p.	(4,8%)	(12,3%)	7,5p.p.
EBITDA	2,4	(4,9)	-	(1,3)	(10,8)	88,0%	2,4	(4,9)	-	(1,3)	(10,8)	88,0%
marża EBITDA	4,3%	(8,9%)	13,2p.p.	(0,8%)	(6,9%)	6,1p.p.	4,3%	(8,9%)	13,2p.p.	(0,8%)	(6,9%)	6,1p.p.

Źródło: sprawozdanie Zarządu Grupy za 3. kw. 2023 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 uwzględniają alokowane koszty części działów wspomagających; w poprzednich latach koszty te nie były w tak istotnym zakresie alokowane do segmentów biznesowych; dane porównawcze zostały odpowiednio przekształcone.

REKLAMA ZEWNĘTRZNA ORAZ INTERNET

REKLAMA ZEWNĘTRZNA

w mln zł*	Z MSSF 16						BEZ MSSF 16					
	3.kw.2023	3.kw.2022	% zmiany r/r	1-3.kw.2023	1-3.kw.2022	% zmiany r/r	3.kw.2023	3.kw.2022	% zmiany r/r	1-3.kw.2023	1-3.kw.2022	% zmiany r/r
łącznie przychody, w tym:	46,7	38,8	20,4%	135,9	115,8	17,4%	46,7	38,8	20,4%	135,9	115,8	17,4%
Przychody ze sprzedaży reklam (1)	43,0	36,7	17,2%	127,8	110,0	16,2%	43,0	36,7	17,2%	127,8	110,0	16,2%
Razem koszty operacyjne, w tym (1), (2):	(42,8)	(36,5)	17,3%	(121,3)	(112,7)	7,6%	(43,9)	(37,2)	18,0%	(124,0)	(114,5)	8,3%
EBIT (1), (2)	3,9	2,3	69,6%	14,6	3,1	371,0%	2,8	1,6	75,0%	11,9	1,3	815,4%
marża EBIT	8,4%	5,9%	2,5p.p.	10,7%	2,7%	8,0p.p.	6,0%	4,1%	1,9p.p.	8,8%	1,1%	7,7p.p.
EBITDA (1), (2), (3)	13,2	12,0	10,0%	41,1	32,2	27,6%	6,4	7,1	(9,9%)	23,0	18,1	27,1%
marża EBITDA	28,3%	30,9%	(2,6p.p.)	30,2%	27,8%	2,4p.p.	13,7%	18,3%	(4,6p.p.)	16,9%	15,6%	1,3p.p.

Źródło: sprawozdanie Zarządu Grupy za 3. kw. 2023 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 uwzględniają alokowane koszty części działań wspomagających; w poprzednich latach koszty te nie były w tak istotnym zakresie alokowane do segmentów biznesowych; dane porównawcze zostały odpowiednio przekształcone;

(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.2023	3.kw.2022	% zmiany r/r	1-3.kw.2023	1-3.kw.2022	% zmiany r/r	3.kw.2023	3.kw.2022	% zmiany r/r	1-3.kw.2023	1-3.kw.2022	% zmiany r/r
Przychody ze sprzedaży, w tym (1):	34,9	40,7	(14,3%)	110,1	127,5	(13,6%)	34,9	40,7	(14,3%)	110,1	127,5	(13,6%)
Przychody ze sprzedaży reklam internetowych (1)	30,6	36,8	(16,8%)	97,4	115,0	(15,3%)	30,6	36,8	(16,8%)	97,4	115,0	(15,3%)
Koszty operacyjne, w tym (1), (2):	(39,1)	(39,9)	(2,0%)	(119,9)	(124,6)	(3,8%)	(39,1)	(39,9)	(2,0%)	(119,9)	(124,6)	(3,8%)
EBIT	(4,2)	0,8	-	(9,8)	2,9	-	(4,2)	0,8	-	(9,8)	2,9	-
marża EBIT	(12,0%)	2,0%	(14,0p.p.)	(8,9%)	2,3%	(11,2p.p.)	(12,0%)	2,0%	(14,0p.p.)	(8,9%)	2,3%	(11,2p.p.)
EBITDA	(1,3)	3,8	-	(0,9)	11,9	-	(1,3)	3,8	-	(0,9)	11,9	-
marża EBITDA	(3,7%)	9,3%	(13,0p.p.)	(0,8%)	9,3%	(10,1p.p.)	(3,7%)	9,3%	(13,0p.p.)	(0,8%)	9,3%	(10,1p.p.)

Źródło: sprawozdanie Zarządu Grupy za 3. kw. 2023 r.

(1) podane kwoty nie zawierają pełnych kosztów i przychodów z wzajemnej promocji pomiędzy różnymi działalnościami Grupy Agora (jedynie bezpośrednie koszty zmienne kampanii na nośnikach reklamy zewnętrznej), jeżeli taka promocja jest realizowana bez wcześniejszej rezerwacji. Dane uwzględniają również eliminację wzajemnej sprzedaży pomiędzy pionem Internet, Plan D Sp. z o.o., Yieldbird Sp. z o.o. oraz grupą HRlink;

(2) dane uwzględniają alokowane koszty części działań wspomagających; w poprzednich latach koszty te nie były w tak istotnym zakresie alokowane do segmentów biznesowych; dane porównawcze zostały odpowiednio przekształcone.