

GRUPA AGORA

Sprawozdanie
Zarządu
z działalności Grupy
Agora
**za I półrocze
2024 r.**

13 sierpnia 2024 r.

SPIS TREŚCI

SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI ZA PIERWSZE PÓŁROCZE 2024 R.	4
I. ISTOTNE ZDARZENIA I CZYNNIKI MAJĄCE WPŁYW NA WYNIKI FINANSOWE GRUPY	4
II. CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE I WEWNĘTRZNE ISTOTNE DLA ROZWOJU GRUPY.....	8
1. CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE.....	8
1.1. Rynek reklamy [3]	8
1.2. Frekwencja w kinach [9]	9
1.3. Sprzedaż ogółem dzienników [4]	9
2. CZYNNIKI WEWNĘTRZNE	10
2.1. Przychody.....	10
2.2. Koszty operacyjne	13
3. PERSPEKTYWY	15
3.1. Przychody.....	16
3.1.1 Rynek reklamy [3]	16
3.1.2. Sprzedaż biletów	16
3.1.3 Sprzedaż wydawnictw.....	17
3.2 Koszty operacyjne	17
3.2.1 Koszty usług obcych	17
3.2.2 Koszty wynagrodzeń i świadczeń dla pracowników.....	17
3.2.3 Koszty reprezentacji i reklamy	17
3.2.4 Koszty materiałów i energii.....	17
III. WYNIKI FINANSOWE	18
1. SPÓŁKI WCHODZĄCE W SKŁAD GRUPY AGORA.....	18
2. RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT GRUPY AGORA	18
2.1. Wyniki wg głównych segmentów Grupy Agora za pierwsze półrocze 2024 r. [1]	20
2.2. Przychody i koszty finansowe	20
3. BILANS GRUPY AGORA	21
3.1. Aktywa trwałe	21
3.2. Aktywa obrotowe	21
3.3. Zobowiązania i rezerwy długoterminowe.....	22
3.4. Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe	22
4. PRZEPŁYWY ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH GRUPY AGORA	23
4.1. Działalność operacyjna	23
4.2. Działalność inwestycyjna	23
4.3. Działalność finansowa.....	23
5. WYBRANE WSKAŹNIKI FINANSOWE [5].....	24
IV. WYNIKI OPERACYJNE - GŁÓWNE SEGMENTY GRUPY AGORA	25
IV.A. FILM I KSIĄŻKA [1]	25
1. PRZYCHODY	26
2. Koszty	27
3. Nowe inicjatywy	28
IV.B. RADIO	29
1. Przychody [3]	30
2. Koszty	30
3. Udziały w słuchalności [8].....	31
4. Nowe inicjatywy	31

IV.C. PRASA CYFROWA I DRUKOWANA [1]	32
1. Przychody	33
1.1. Przychody ze sprzedaży wydawnictw	33
1.2. Przychody ze sprzedaży reklam [3]	33
1.3. Przychody cyfrowe	33
2. Koszty	34
3. Nowe Inicjatywy	34
IV.D. REKLAMA ZEWNĘTRZNA	36
1. Przychody [8]	37
2. Koszty	37
3. Nowe Inicjatywy	38
IV.E. INTERNET [1], [6]	39
1. Przychody	40
2. Koszty	40
3. Istotne informacje o działalności internetowej	41
4. Nowe inicjatywy	41
PRZYPISY	42
V. INFORMACJE UZUPEŁNIAJĄCE	45
1. Istotne wydarzenia	45
1a. Zmiany w powiązaniach kapitałowych Emitenta z innymi podmiotami	56
2. Zmiany w stanie posiadania akcji lub innych uprawnień do nich (opcji) przez członków Zarządu w drugim kwartale 2024 r. i do dnia publikacji raportu	58
3. Zmiany w stanie posiadania akcji lub innych uprawnień do nich (opcji) przez członków Rady Nadzorczej w drugim kwartale 2024 r. i do dnia publikacji raportu	58
4. Akcjonariusze posiadający bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu spółki na dzień przekazania raportu kwartalnego	58
5. Pozostałe informacje	60
6. Opis istotnych zagrożeń i ryzyk związanych z pozostałymi miesiącami roku obrotowego	60
VI. OŚWIADCZENIE ZARZĄDU	68

GRUPA AGORA

SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI ZA PIERWSZE PÓŁROCZE 2024 R.

**PRZYCHODY 723,4 MLN ZŁ,
EBITDA 111,5 MLN ZŁ,
STRATA NETTO 4,3 MLN ZŁ,
GOTÓWKA Z DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ 94,1 MLN ZŁ**

Wszystkie dane (jeżeli nie zostanie wskazane inaczej) obejmują okres styczeń - czerwiec 2024 r., zaś porównania mówią o dynamice w stosunku do analogicznego okresu 2023 r. Źródła danych zostały przedstawione na końcu części IV niniejszego komentarza.

1 kwietnia 2024 r. nastąpiła reorganizacja spółki Agora S.A. i przeniesienie zorganizowanych części przedsiębiorstwa, w tym biznesów funkcjonujących dotychczas w ramach spółki, do zależnych spółek kapitałowych. Powyższa zmiana nie ma wpływu na porównywalność danych poszczególnych segmentów, ponieważ już w poprzednich kwartałach przygotowując się do tego procesu alokowano do segmentów biznesowych koszty części działów wspomagających.

Powyższa zmiana nie ma wpływu na prezentację wyników Grupy.

I. ISTOTNE ZDARZENIA I CZYNNIKI MAJĄCE WPŁYW NA WYNIKI FINANSOWE GRUPY

- W drugim kwartale 2024 r. **Grupa Agora** („Grupa”) osiągnęła przychody w wysokości 337,5 mln zł - były one wyższe o 3,2% od tych odnotowanych w drugim kwartale 2023 r.

Segmentem z największym wzrostem wartości wpływów był segment **Reklama Zewnętrzna**. Wzrost przychodów segmentu wynikał z wyższych wpływów ze sprzedaży reklam głównie na nośnikach cyfrowych.

Drugim segmentem pod względem wzrostu wartości przychodów drugiego kwartału 2024 r. był segment **Radio**. Wyższe przychody tego segmentu to efekt wzrostu wpływów ze sprzedaży reklamy radiowej m.in. w wyniku wprowadzenia wspólnej oferty sprzedażowej z grupą Eurozet.

Kolejnym segmentem, który w drugim kwartale 2024 r. osiągnął wpływy wyższe niż w analogicznym okresie roku ubiegłego był segment **Film i Książka**. Najistotniejszy wzrost przychodów odnotowała działalność gastronomiczna. Wyższe przychody wypracowało również Wydawnictwo Agora oraz działalność filmowa segmentu. Największą kategorię przychodów – pomimo spadku wpływów – wciąż stanowiły przychody z działalności kinowej. Niższe niż rok wcześniej były przychody ze sprzedaży biletów oraz ze sprzedaży barowej w kinach. Wyższe były natomiast przychody ze sprzedaży reklam w kinach.

Internet to segment, w którym w drugim kwartale odnotowano przychody niższe niż rok wcześniej. W największym stopniu rzutowało na to zmniejszenie wpływów z reklam internetowych w spółce Yieldbird. Wpływy reklamowe wypracowane przez Gazeta.pl były na podobnym poziomie jak w analogicznym okresie roku poprzedniego. Segment Internet odnotował brak przychodów z ogłoszeń oraz niższe wpływy z pozostałych usług internetowych - to efekt sprzedaży spółki HRlink podmiotowi zewnętrznemu oraz przeniesienia działalności spółki Goldenline do segmentu Prasa Cyfrowa i Drukowana.

W drugim kwartale 2024 r. spadły również przychody segmentu **Prasa Cyfrowa i Drukowana**. O spadku wpływów segmentu zdecydowały głównie niższe przychody z działalności poligraficznej oraz sprzedaży egzemplarzowej papierowego wydania *Gazety Wyborczej*. Wyższe były natomiast wpływy z pozostałej działalności oraz ze sprzedaży subskrypcji cyfrowych Wyborcza.pl.

- W pierwszym półroczu 2024 r. **Grupa Agora** („Grupa”) osiągnęła przychody w wysokości 723,4 mln zł, czyli wyższe o 16,2% w porównaniu z analogicznym okresem 2023 r. Istotny wpływ na poziom przychodów pierwszego półrocza 2024 r. miała konsolidacja z grupą Eurozet od 1 marca 2023 r.

Najistotniejszy wzrost przychodów w porównaniu z pierwszym półroczem ubiegłego roku odnotował segment **Film i Książka**. Wyższe były przychody z działalności kinowej, co było związane z wyższą sprzedażą biletów w kinach sieci Helios, wyższymi wpływami ze sprzedaży barowej oraz wyższymi przychodami ze sprzedaży reklam w kinach. W pierwszym półroczu 2024 r. wyższe wpływy przyniosły również pozostałe działalności segmentu: działalność filmowa, działalność gastronomiczna oraz Wydawnictwa Agora.

Kolejnym obszarem, w którym w pierwszym półroczu 2024 r. widoczny był istotny wzrost przychodów był segment Radio. Zwiększenie przychodów tego biznesu to efekt konsolidacji z grupą Eurozet od 1 marca 2023 r., a także wprowadzenie wspólnej oferty sprzedażowej.

W okresie styczeń - czerwiec 2024 r. wzrosły wpływy segmentu **Reklama Zewnętrzna**. Na ich pozytywną dynamikę wpłynęły wyższe przychody reklamowe, a szczególnie wpływy z kampanii realizowanych na nośnikach cyfrowych.

Internet to segment, w którym w pierwszym półroczu 2024 r. odnotowano przychody niższe niż rok wcześniej. W największym stopniu rzutowało na to zmniejszenie wpływów z reklam internetowych w spółce Yieldbird. Niższe były również wpływy ze sprzedaży reklam wypracowane przez Gazeta.pl. Segment Internet odnotował brak przychodów z ogłoszeń oraz niższe wpływy z pozostałych usług internetowych – to efekt sprzedaży spółki HRLink podmiotowi zewnętrznemu oraz przeniesienia działalności spółki Goldenline do segmentu Prasa Cyfrowa i Drukowana.

Spadek przychodów segmentu **Prasa Cyfrowa i Drukowana** wynikał głównie z niższych wpływów z działalności poligraficznej oraz przychodów ze sprzedaży papierowego wydania *Gazety Wyborczej*. W całym pierwszym półroczu 2024 r. pozytywny wpływ na poziom przychodów miał głównie wzrost wpływów ze sprzedaży subskrypcji cyfrowych Wyborcza.pl oraz z pozostałej działalności. Wpływy reklamowe utrzymały się na zbliżonym poziomie w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego, zarówno w papierowej, jak i internetowej wersji dziennika.

- W drugim kwartale 2024 r. koszty operacyjne **Grupy Agora** zmniejszyły się o 0,4% i osiągnęły poziom 325,0 mln zł.

Internet to segment, który w drugim kwartale 2024 r. odnotował największy spadek kosztów operacyjnych. O spadku kosztów segmentu zdecydowały przede wszystkim niższe koszty usług obcych, co było głównie związane ze zmniejszeniem kosztów dzierżawy powierzchni reklamowych i jednocześnie wpływów ze sprzedaży reklam na tych powierzchniach w spółce Yieldbird. Na niższe koszty segmentu wpłynęły również zmiany organizacyjne – sprzedaż spółki HRLink podmiotowi zewnętrznemu oraz przeniesienie działalności spółki Goldenline do segmentu Prasa Cyfrowa i Drukowana. W drugim kwartale 2024 r. nastąpiło ostateczne rozliczenie procesu restrukturyzacji w obszarze Gazeta.pl, co skutkowało rozwiązaniem nadwyżki rezerwy w wysokości 0,1 mln zł.

Kolejnym segmentem, który w drugim kwartale 2024 r. odnotował spadek kosztów operacyjnych był segment **Prasa Cyfrowa i Drukowana**. Ich spadek spowodowany był głównie niższymi kosztami zużycia materiałów i energii oraz wartości sprzedanych towarów i materiałów (efekt niższych kosztów materiałów produkcyjnych, przy wyższych kosztach energii elektrycznej), niższymi kosztami wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników (niższe zatrudnienie) oraz niższymi kosztami amortyzacji. W porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego wzrosły koszty usług obcych oraz reklamy i reprezentacji. W drugim kwartale 2024 r. nastąpiło ostateczne rozliczenie procesu restrukturyzacji segmentu, co skutkowało zwiększeniem poniesionych w pierwszym kwartale 2024 r. kosztów procesu o 0,4 mln zł.

Radio to segment, w którym w drugim kwartale 2024 r. odnotowano wzrost kosztów operacyjnych. Najistotniejszy wpływ na wzrost wydatków w tym obszarze biznesowym miały wyższe koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników oraz koszty reklamy i reprezentacji (głównie za sprawą wyższych nakładów na kampanie promocyjne Radia Zet). W porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego spadły koszty usług obcych oraz amortyzacja.

Drugim segmentem, pod względem wzrostu wartości kosztów operacyjnych w drugim kwartale 2024 r. był segment **Reklama Zewnętrzna**. W omawianym okresie zwiększyły się wszystkie kategorie kosztów segmentu z wyjątkiem kosztów zużycia materiałów i energii oraz wartości sprzedanych towarów i materiałów, które pozostały na ubiegłorocznym poziomie. Najmocniej wzrosły koszty amortyzacji, co wynika z zakwalifikowania do MSSF16 umów o wyższej łącznej wartości.

W drugim kwartale 2024 r. wzrosły koszty operacyjne segmentu **Film i Książka**. Najbardziej zwiększyły się koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników. Wzrost tej kategorii kosztów związany był głównie z działalnością kinową (głównie w efekcie wzrostu płacy minimalnej oraz zmiennego elementu wynagrodzenia dla pracowników), ale dotyczył również pozostałych działalności segmentu. Wzrost kosztów reklamy i reprezentacji związany był głównie z wyższymi kosztami promocji w obszarze działalności filmowej, natomiast wzrost kosztów zużycia materiałów i energii oraz wartości sprzedanych towarów i materiałów dotyczył głównie Wydawnictwa Agora. W drugim kwartale 2024 r. niższe były koszty amortyzacji oraz usług obcych segmentu.

- ▶ W pierwszym półroczu 2024 r. koszty operacyjne Grupy Agora zwiększyły się o 11,7% i osiągnęły poziom 700,4 mln zł. Istotny wpływ na poziom kosztów tego okresu miała konsolidacja z grupą Eurozet od 1 marca 2023 r. oraz koszty przeprowadzenia procesu restrukturyzacji w segmentach Prasa Cyfrowa i Drukowana oraz Internet w łącznej wysokości 8,3 mln zł.

W ślad za rosnącymi przychodami obszarem, w którym koszty operacyjne wzrosły najbardziej, był segment **Film i Książka**. Najbardziej zwiększyły się koszty usług obcych. Wzrost tej kategorii kosztów związany był głównie z działalnością filmową – wyższe koszty wynagrodzenia wypłacanego producentom filmów. W pierwszym półroczu 2024 r. wzrosły również koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników, koszty reklamy i reprezentacji oraz koszty zużycia materiałów i energii oraz wartości sprzedanych towarów i materiałów, spadły natomiast koszty amortyzacji.

Drugim segmentem pod względem wzrostu wartości kosztów operacyjnych w pierwszej połowie 2024 r. był segment **Radio**. Miało to głównie związek z konsolidacją z grupą Eurozet. W omawianym okresie zwiększyły się wszystkie kategorie kosztów segmentu, przy czym najistotniejszy wpływ na wzrost wydatków w tym obszarze biznesowym miały wyższe koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników oraz koszty usług obcych.

Kolejnym segmentem, który w okresie styczeń - czerwiec 2024 r. odnotował wzrost kosztów operacyjnych była **Reklama Zewnętrzna**. W omawianym okresie zwiększyły się wszystkie kategorie kosztów segmentu. Najmocniej w stosunku do drugiego kwartału 2023 r. wzrosły koszty amortyzacji oraz usług obcych.

W pierwszej połowie 2024 r. wzrosły również koszty operacyjne segmentu **Prasa Cyfrowa i Drukowana**. Ich wzrost spowodowany był głównie decyzją o przeprowadzeniu działań restrukturyzacyjnych segmentu. Koszty przeprowadzenia tego procesu obciążąły wynik pierwszego półrocza 2024 r. kwotą 7,1 mln zł. W porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego wzrosły również koszty usług obcych, spadły natomiast pozostałe kategorie kosztów.

Internet to segment, który w pierwszym półroczu 2024 r. odnotował spadek kosztów operacyjnych. Niższe były usługi obce w spółce Yieldbird (zmniejszenie kosztów dzierżawy powierzchni reklamowych i jednocześnie wpływów ze sprzedaży reklam na tych powierzchniach) i w Gazeta.pl oraz koszty amortyzacji. Na niższe koszty segmentu wpłynęły również zmiany organizacyjne - sprzedaż spółki HRlink podmiotowi zewnętrznemu oraz przeniesienie działalności spółki Goldenline do segmentu Prasa Cyfrowa i Drukowana. Wyższe były natomiast koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników oraz koszty reprezentacji. W okresie styczeń - czerwiec 2024 r. obszar Gazeta.pl poniósł koszty restrukturyzacji w wysokości 1,1 mln zł.

- ▶ W drugim kwartale 2024 r. Grupa Agora osiągnęła zysk na poziomie EBITDA w wysokości 56,9 mln zł oraz zysk na poziomie EBIT w wysokości 12,5 mln zł, co oznacza istotną poprawę obydwu wskaźników w stosunku do analogicznego okresu ubiegłego roku. Strata netto wyniosła 8,1 mln zł, natomiast strata netto przypadająca na akcjonariuszy jednostki dominującej wyniosła 12,3 mln zł.

- ▶ W pierwszym półroczu 2024 r. Grupa Agora osiągnęła zysk na poziomie EBITDA w wysokości 111,5 mln zł oraz zysk na poziomie EBIT w wysokości 23,0 mln zł, co oznacza istotną poprawę obydwu wskaźników w stosunku do analogicznego okresu ubiegłego roku. Strata netto wyniosła 4,3 mln zł, natomiast strata netto przypadająca na akcjonariuszy jednostki dominującej wyniosła 12,9 mln zł. Pozytywny wpływ na wartość zysku netto pierwszego kwartału ubiegłego roku miała aktualizacja wyceny udziałów grupy Eurozet na dzień przejęcia kontroli w wysokości 47,9 mln zł.
- ▶ W ujęciu bez uwzględniania wpływu standardu MSSF 16 Grupa Agora odnotowała w drugim kwartale 2024 r. zysk na poziomie EBITDA w wysokości 28,8 mln zł. W tym samym ujęciu zysk na poziomie EBIT wyniósł 5,1 mln zł. Obydwa wskaźniki odnotowały poprawę w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego.
- ▶ W ujęciu bez uwzględniania wpływu standardu MSSF 16 Grupa Agora odnotowała w pierwszym półroczu 2024 r. zysk na poziomie EBITDA w wysokości 55,9 mln zł. W tym samym ujęciu zysk na poziomie EBIT wyniósł 8,9 mln zł. Obydwa wskaźniki odnotowały poprawę w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego.
- ▶ Na dzień 30 czerwca 2024 r. Grupa dysponowała środkami pieniężnymi i krótkoterminowymi aktywami finansowymi w wysokości 101,9 mln zł, na które składały się gotówka i jej ekwiwalenty w wysokości 101,0 mln zł (kasa, rachunki i lokaty bankowe) oraz udzielone pożyczki w wysokości 0,9 mln zł.
- ▶ Na koniec czerwca 2024 r. zadłużenie Grupy Agora z tytułu kredytów i leasingu wyniosło 877,9 mln zł (w tym zobowiązania z tytułu leasingu wynikające z MSSF 16 stanowiły 619,2 mln zł). Dług netto Grupy w tym ujęciu wyniósł 776,9 mln zł, natomiast bez uwzględniania wpływu standardu MSSF 16 dług netto Grupy na dzień 30 czerwca 2024 r. wyniósł 157,7 mln zł.

II. CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE I WEWNĘTRZNE ISTOTNE DLA ROZWOJU GRUPY

1. CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE

1.1. Rynek reklamy [3]

Według szacunków Agory S.A. („Spółka”, „Agora”), opartych na dostępnych źródłach danych, w drugim kwartale 2024 r. wartość wydatków reklamowych ogółem w Polsce wyniosła około 3,33 mld zł i wzrosła o 9,0% w stosunku do drugiego kwartału 2023 r. W tym czasie reklamodawcy zwiększyli swoje wydatki na reklamę w we wszystkich segmentach rynku reklamy poza prasą.

Tab.1

	II kwartał 2022	III kwartał 2022	IV kwartał 2022	I kwartał 2023	II kwartał 2023	III kwartał 2023	IV kwartał 2023	I kwartał 2024	II kwartał 2024
Zmiana wartości rynku reklamy r/r	4,0%	3,5%	4,0%	4,5%	6,0%	7,5%	6,0%	11,0%	9,0%

Segmentem, w którym wartość wydatków reklamowych wzrosła najbardziej był internet i telewizja. Najszybciej natomiast rosły wydatki reklamowe w reklamie zewnętrznej. Dane dotyczące szacunków dynamiki zmian wartości wydatków reklamowych w poszczególnych mediach zaprezentowano w tabeli poniżej:

Tab. 2

Wydatki na reklamę ogółem	Telewizja	Internet	Radio	Reklama zewnętrzna	Czasopisma	Dzienniki	Kino
9,0%	5,5%	13,0%	6,0%	20,5%	(15,5%)	(18,5%)	2,0%

Udział poszczególnych segmentów rynku w wydatkach na reklamę ogółem w drugim kwartale 2023 r. przedstawiono w tabeli poniżej:

Tab. 3

Wydatki na reklamę ogółem	Telewizja	Internet	Radio	Reklama zewnętrzna	Czasopisma	Dzienniki	Kino
100,0%	38,5%	45,5%	6,5%	6,0%	1,5%	1,0%	1,0%

W pierwszym półroczu 2024 r. wartość wydatków reklamowych ogółem w Polsce wyniosła około 6,15 mld zł i wzrosła o 10,0% w stosunku do pierwszego półrocza 2023 r. W tym czasie tylko wydatki na reklamę w prasie były niższe w porównaniu z analogicznym okresem 2023 r. Wartość wydatków reklamowych w pozostałych segmentach rynku wzrosła. Dane dotyczące szacunków dynamiki zmian wartości wydatków reklamowych w poszczególnych mediach zaprezentowano w tabeli poniżej:

Tab. 4

Wydatki na reklamę ogółem	Telewizja	Internet	Radio	Reklama zewnętrzna	Czasopisma	Dzienniki	Kino
10,0%	7,0%	12,5%	8,5%	23,5%	(13,5%)	(17,0%)	18,5%

Udział poszczególnych segmentów rynku w wydatkach na reklamę ogółem w pierwszym półroczu 2024 r. przedstawiono w tabeli poniżej:

Tab. 5

Wydatki na reklamę ogółem	Telewizja	Internet	Radio	Reklama zewnętrzna	Czasopisma	Dzienniki	Kino
100,0%	38,5%	45,0%	7,0%	5,5%	1,5%	1,0%	1,0%

1.2. Frekwencja w kinach [9]

Według szacunków Heliosa liczba biletów sprzedanych w polskich kinach w drugim kwartale 2024 r. wyniosła 8,4 mln, co oznacza spadek o 4,5% w stosunku do analogicznego okresu roku poprzedniego. Według szacunków Heliosa w pierwszym półroczu liczba sprzedanych biletów wyniosła niemal 24,1 mln biletów przy 21,4 mln biletów rok wcześniej - oznacza to wzrost o 12,6% w ujęciu rok do roku.

1.3. Sprzedaż ogółem dzienników [4]

W drugim kwartale 2024 r. sprzedaż dzienników w Polsce zmniejszyła się o 10,8% w stosunku do drugiego kwartału 2023 r., a w pierwszym półroczu 2024 r. spadek ten wyniósł 11,2% w porównaniu do pierwszego półrocza 2023 r. W obu okresach największe spadki miały miejsce w segmencie prasy lokalnej.

2. CZYNNIKI WEWNĘTRZNE

2.1. Przychody

Tab. 6

w mln zł	II kwartał 2024	II kwartał 2023	% zmiany 2024 do 2023
Przychody ze sprzedaży netto (1)	337,5	326,9	3,2%
<i>Sprzedaż usług reklamowych</i>	193,3	181,8	6,3%
<i>Sprzedaż biletów do kin</i>	40,0	42,1	(5,0%)
<i>Sprzedaż wydawnictw</i>	33,4	33,9	(1,5%)
<i>Sprzedaż barowa w kinach</i>	24,6	25,1	(2,0%)
<i>Sprzedaż gastronomiczna</i>	12,3	10,7	15,0%
<i>Przychody z działalności filmowej</i>	3,7	3,1	19,4%
<i>Pozostała sprzedaż</i>	30,2	30,2	-

w mln zł	I półrocze 2024	I półrocze 2023	% zmiany 2024 do 2023
Przychody ze sprzedaży netto (1)	723,4	622,7	16,2%
<i>Sprzedaż usług reklamowych</i>	351,2	306,1	14,7%
<i>Sprzedaż biletów do kin</i>	118,1	104,1	13,4%
<i>Sprzedaż wydawnictw</i>	67,1	67,4	(0,4%)
<i>Sprzedaż barowa w kinach</i>	70,5	59,0	19,5%
<i>Sprzedaż gastronomiczna</i>	23,1	19,8	16,7%
<i>Przychody z działalności filmowej</i>	33,2	8,6	286,0%
<i>Pozostała sprzedaż</i>	60,2	57,7	4,3%

(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), opisane szczegółowo w części IV.A Sprawozdania Zarządu.

W drugim kwartale 2024 r. **całkowite przychody Grupy Agora** wyniosły 337,5 mln zł i były wyższe o 3,2% w stosunku do wpływów odnotowanych w drugim kwartale 2023 r.

W okresie kwiecień – czerwiec 2024 r. **wpływy ze sprzedaży usług reklamowych** Grupy Agora zwiększyły się o 6,3% w porównaniu z analogicznym okresem 2023 r. i wyniosły 193,3 mln zł. Biznesem, w którym wydatki reklamowe wzrosły najbardziej i który najmocniej przyczynił się do wzrostu przychodów z reklamy całej Grupy, był segment Reklama Zewnętrzna. Przychody reklamowe tego segmentu zwiększyły się o 21,6% i wyniosły 61,3 mln zł. Na tak pozytywną dynamikę najistotniej wpłynęły wpływy z kampanii realizowanych na nośnikach cyfrowych. Przychody ze sprzedaży reklamy radiowej segmentu Radio zwiększyły się o 7,8% do 77,2 mln zł. Wpływ na takie odchylenie miało m.in. wprowadzenie wspólnej oferty sprzedażowej jako efekt konsolidacji z grupą Eurozet. Wartość przychodów reklamowych w kinach wzrosła w omawianym okresie o 7,7% do 8,4 mln zł. W segmencie Prasa Cyfrowa i Drukowana wpływy reklamowe utrzymały się na zbliżonym poziomie w porównaniu do drugiego kwartału 2023 r. i wyniosły 14,9 mln zł. Spadek przychodów z reklamy odnotował segment Internet. Przychody ze sprzedaży reklam internetowych tego segmentu zmniejszyły się o 12,6% do 29,2 mln zł. O spadku przychodów reklamowych zdecydowała niższa

sprzedaż reklam internetowych przez spółkę Yieldbird, głównie z powodu niższego ruchu w serwisach wydawców oraz zmian wynikających z rozwijania współpracy w modelu SaaS, a co za tym idzie ograniczenia sprzedaży usług reklamowych.

W drugim kwartale 2024 r. **przychody ze sprzedaży biletów do kin** sieci Helios spadły o 5,0% do 40,0 mln zł, a **przychody ze sprzedaży barowej w kinach** o 2,0% do 24,6 mln zł. W omawianym okresie w kinach sieci Helios sprzedano 1,9 mln biletów, co oznacza spadek o 5,0% w stosunku do analogicznego okresu roku poprzedniego.

W drugim kwartale 2024 r. **wartość przychodów ze sprzedaży wydawnictw** wyniosła 33,4 mln zł i zmniejszyła się o 1,5% w porównaniu z analogicznym okresem 2023 r. Spadek tej kategorii przychodowej to pochodna niższych wpływów segmentu Prasa Cyfrowa i Drukowana. Warto zaznaczyć, że w segmencie Prasa Cyfrowa i Drukowana zmieniła się struktura tych przychodów poprzez wzrost wpływów z prenumeraty cyfrowej *Gazety Wyborczej*, przy spadających wpływach z jej papierowego wydania.

Przychody z działalności gastronomicznej wyniosły 12,3 mln zł i były o 15,0% wyższe niż w drugim kwartale 2023 r. Miało to związek ze wzrostem wpływów z działalności spółki Step Inside odnotowanym przede wszystkim dzięki większej liczbie klientów oraz wyższej średniej wartości rachunku.

W drugim kwartale 2024 r. **wpływy z działalności filmowej** Grupy Agora zwiększyły się o 19,4% i stanowiły 3,7 mln zł. Spółka NEXT FILM wprowadziła na ekrany kin w tym okresie dwie produkcje. Dodatkowo, w drugim kwartale 2024 r. w różnych kanałach dystrybucji sprzedawano również produkcje, które miały premierę kinową we wcześniejszych terminach.

Przychody z pozostałej sprzedaży wyniosły w drugim kwartale 2024 r. 30,2 mln zł i były na poziomie przychodów odnotowanych w analogicznym okresie ubiegłego roku. Zmieniła się jedynie ich struktura. Wyższe były wpływy ze sprzedaży innych produktów i usług oraz wpływy ze sprzedaży cyfrowych towarów i materiałów. Niższa była sprzedaż usług poligraficznych oraz usług internetowych.

W pierwszym półroczu 2024 r. **całkowite przychody Grupy Agora** wyniosły 723,4 mln zł i były wyższe o 16,2% w stosunku do wpływów odnotowanych w pierwszym półroczu 2023 r. Wzrosły wszystkie kategorie wpływów Grupy z wyjątkiem przychodów ze sprzedaży wydawnictw. Istotny wpływ na poziom przychodów pierwszej połowy 2024 r. miała konsolidacja z grupą Eurozet od 1 marca 2023 r.

W okresie styczeń - czerwiec 2024 r. **wpływy ze sprzedaży usług reklamowych** Grupy Agora zwiększyły się o 14,7% w porównaniu z analogicznym okresem 2023 r. i wyniosły 351,2 mln zł. Segmentem, który najmocniej przyczynił się do wzrostu przychodów z reklamy całej Grupy, był segment Radio. Przychody ze sprzedaży reklamy radiowej tego segmentu zwiększyły się o 39,1% do kwoty 148,6 mln zł. Wpływ na takie odchylenie miała konsolidacja z grupą Eurozet oraz wprowadzenie wspólnej oferty sprzedażowej. Wpływy reklamowe segmentu Reklama Zewnętrzna były wyższe o 15,7% i wyniosły 98,1 mln zł. Na pozytywną dynamikę przychodów tego obszaru najistotniej wpłynęły wpływy z kampanii realizowanych na nośnikach cyfrowych. Wartość wydatków reklamowych w kinach wzrosła w omawianym okresie o 13,9% do 17,2 mln zł. Wpływy reklamowe segmentu Prasa Cyfrowa i Drukowana pozostały w pierwszym półroczu 2024 r. na poziomie przychodów pozyskanych w analogicznym okresie roku ubiegłego. Spadek przychodów z reklamy odnotował segment Internet. Przychody ze sprzedaży reklamy internetowej tego segmentu zmniejszyły się o 14,7% do 57,0 mln zł z uwagi na niższą sprzedaż reklam internetowych zanotowaną przez spółkę Yieldbird, a także Gazeta.pl.

W pierwszym półroczu 2024 r. **przychody ze sprzedaży biletów** do kin sieci Helios wzrosły o 13,4% do 118,1 mln zł, a **przychody ze sprzedaży barowej** w kinach o 19,5% do 70,5 mln zł. Wzrost ten związany był z wyższą frekwencją kinową. W omawianym okresie w kinach sieci Helios sprzedano 5,6 mln biletów – to o 14,3% więcej niż w pierwszym półroczu 2023 r.

W pierwszym półroczu 2024 r. **wartość przychodów ze sprzedaży wydawnictw** wyniosła 67,1 mln zł i zmniejszyła się o 0,4% w porównaniu z analogicznym okresem 2023 r. Spadek tej kategorii przychodowej to pochodna niższych wpływów segmentu Prasa Cyfrowa i Drukowana, przy wyższych wpływach Wydawnictwa Agora. Rzutowały na to przede wszystkim zmniejszające się wpływy ze sprzedaży papierowego wydania *Gazety Wyborczej* przy wyższych przychodach ze sprzedaży cyfrowych dostępów do treści Wyborcza.pl.

Przychody z działalności gastronomicznej wyniosły 23,1 mln zł i były o 16,7% wyższe niż w okresie styczeń - czerwiec 2023 r. Miało to związek ze wzrostem wpływów z działalności spółki Step Inside odnotowanym dzięki większej liczbie klientów oraz wyższej średniej wartości rachunku.

W pierwszym półroczu 2024 r. **wpływy z działalności filmowej** Grupy Agora zwiększyły się o 286,0% i stanowiły 33,2 mln zł. Spółka NEXT FILM wprowadziła na ekrany kin w pierwszym półroczu 2024 r. sześć nowych produkcji. Warto zaznaczyć, że *Akademia Pana Kleksa* jest najpopularniejszym polskim filmem od czasu pandemii, natomiast komedia *Sami Swoi. Początek* jest drugim najpopularniejszym polskim filmem w 2024 r. Dodatkowo, w różnych kanałach dystrybucji sprzedawano również produkcje, które miały premierę kinową we wcześniejszych terminach.

Przychody z pozostałej sprzedaży wyniosły w pierwszym półroczu 2024 r. 60,2 mln zł i były o 4,3% wyższe od tych odnotowanych w analogicznym okresie ubiegłego roku. Zapewnił to wzrost przychodów w segmentach Film i Książka, Reklama Zewnętrzna oraz Radio. Wyższe były wpływy ze sprzedaży innych produktów i usług oraz cyfrowej sprzedaży towarów i materiałów, niższe ze sprzedaży usług poligraficznych, sprzedaży usług internetowych oraz sprzedaży pozostałej towarów i materiałów.

2.2. Koszty operacyjne

Tab. 7

w mln zł	II kwartał 2024	II kwartał 2023	% zmiany 2024 do 2023
Koszty operacyjne netto (1), w tym:	(325,0)	(326,2)	(0,4%)
Usługi obce	(103,1)	(112,5)	(8,4%)
Wynagrodzenia i świadczenia	(109,8)	(105,0)	4,6%
Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów	(34,9)	(37,6)	(7,2%)
Amortyzacja	(44,2)	(44,1)	0,2%
Reprezentacja i reklama	(20,6)	(19,1)	7,9%
Koszty restrukturyzacji (2)	(0,4)	-	-
Odpisy aktualizujące (3)	(0,2)	-	-

w mln zł	I półrocze 2024	I półrocze 2023	% zmiany 2024 do 2023
Koszty operacyjne netto (1), w tym:	(700,4)	(627,0)	11,7%
Usługi obce	(238,4)	(213,0)	11,9%
Wynagrodzenia i świadczenia	(224,7)	(201,9)	11,3%
Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów	(77,6)	(78,3)	(0,9%)
Amortyzacja	(88,3)	(84,8)	4,1%
Reprezentacja i reklama	(41,0)	(30,7)	33,6%
Koszty restrukturyzacji (2)	(8,3)	-	-
Odpisy aktualizujące (3)	(0,2)	-	-

(1) koszty operacyjne z wyłączeniem wpływu Międzynarodowego Standardu Sprawozdawczości Finansowej 16 Leasing wyniosły w pierwszym półroczu 2024 r. 714,5 mln zł, w drugim kwartale 2024 r. 332,4 mln zł (w pierwszym półroczu 2023 r. 639,8 mln zł, w drugim kwartale 2023 r. 332,7 mln zł);

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

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

W drugim kwartale 2024 r. **koszty operacyjne netto** Grupy Agora spadły o 0,4% do 325,0 mln zł.

Koszty usług obcych stanowiły 103,1 mln zł i były niższe o 8,4% w porównaniu z analogicznym okresem 2023 r. Największy ich spadek miał miejsce w segmencie Internet i był pochodną niższych kosztów w spółce Yieldbird (spadek kosztów dzierżawy powierzchni reklamowych powiązany z niższymi wpływami ze sprzedaży usług reklamowych) oraz w Gazeta.pl. Na spadek kosztów usług obcych segmentu Internet miała również wpływ sprzedaż spółki HRLink. Kolejnym segmentem, w którym zmniejszyły się koszty usług obcych był segment Radio. Znaczący wpływ na tę pozycję miały niższe koszty zakupu czasu antenowego w stacjach należących do innych nadawców, w związku ze świadczoną usługą pośrednictwa w sprzedaży reklam. Spadek kosztów segmentu Film i Książka to pochodną niższych kosztów Wydawnictwa Agora, działalności filmowej i działalności kinowej, przy wyższych kosztach działalności

gastronomicznej. W drugim kwartale 2024 r. wzrosły koszty poniesione przez segment Prasa Cyfrowa i Drukowana oraz Reklama Zewnętrzna. W pierwszym z nich, wzrost ten to głównie efekt zwiększenia obciążeń kosztami IT oraz wyższych kosztów pozostałych usług obcych (organizacja festiwalu), w drugim to głównie efekt wyższych kosztów realizacji kampanii i utrzymania systemu.

Największą pozycję wśród wydatków Grupy w okresie kwiecień – czerwiec 2024 r. stanowiły **koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników**, które wyniosły 109,8 mln zł i były wyższe o 4,6% od tych odnotowanych w drugim kwartale 2023 r. Największy wzrost w tej kategorii miał miejsce w segmencie Film i Książka i związany był głównie z działalnością kinową. Wzrost wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników widoczny był również w segmentach Radio oraz Reklama Zewnętrzna. W wyniku zmniejszenia zatrudnienia Segment Prasa Cyfrowa i Drukowana poniósł niższe koszty wynagrodzeń stałych i zmiennych. Koszty segmentu Internet pozostały na poziomie analogicznym do kosztów poniesionych drugim kwartale 2023 r.

Zatrudnienie etatowe w Grupie Agora w czerwcu 2024 r. wyniosło 2 414 etatów i było niższe o 179 etatów w porównaniu z czerwcem 2023 r. Powyższy spadek wynikał głównie ze zmniejszenia zatrudnienia w segmentach Prasa Cyfrowa i Drukowana oraz Internet – to efekt restrukturyzacji tych segmentów oraz wyodrębnienia poza struktury segmentu Internet spółek grupy HRLink.

Spadek **kosztów zużycia materiałów i energii oraz wartości sprzedanych towarów i materiałów** o 7,2% do 34,9 mln zł odnotowany w drugim kwartale 2024 r. wiązał się ze zmniejszeniem tego rodzaju wydatków w segmencie Prasa Cyfrowa i Drukowana. Spadek ten był pochodną niższych kosztów materiałów produkcyjnych, przy wyższych kosztach energii. Koszty tej kategorii wzrosły w Wydawnictwie Agora i w działalności gastronomicznej segmentu Film i Książka w wyniku wyższych wpływów ze sprzedaży tych obszarów, natomiast zmniejszyły się w działalności kinowej w związku z niższymi wpływami ze sprzedaży barowej.

Koszty amortyzacji były wyższe o 0,2% i wyniosły 44,2 mln zł. Spadek tej pozycji widoczny był we wszystkich segmentach operacyjnych z wyjątkiem Reklamy Zewnętrznej. Wzrost kosztów Reklamy Zewnętrznej wynikał z zakwalifikowania do MSSF16 umów o wyższej łącznej wartości.

Koszty reprezentacji i reklamy Grupy Agora wyniosły 20,6 mln zł i były wyższe o 7,9% od tych odnotowanych w drugim kwartale 2023 r. Wyższe koszty reklamy i reprezentacji poniosły wszystkie segmenty z wyjątkiem Internetu. Największy ich wzrost był widoczny w segmencie Radio i był związany z kampaniami promocyjnymi Radia Zet.

Koszty operacyjne Grupy netto w drugim kwartale 2024 r. raportowane w ujęciu **bez MSSF 16** wyniosły 332,4 mln zł i były niższe o 0,1% niż w analogicznym okresie 2023 r.

W pierwszym półroczu 2024 r. **koszty operacyjne netto** Grupy Agora wzrosły o 11,7% do 700,4 mln zł. Istotny wpływ na poziom kosztów operacyjnych pierwszej połowy 2024 r. miała konsolidacja z grupą Eurozet od 1 marca 2023 r. oraz koszty przeprowadzenia procesu restrukturyzacji w segmentach Prasa Cyfrowa i Drukowana oraz Internet w łącznej wysokości 8,3 mln zł.

Największą pozycję wśród wydatków Grupy w pierwszym półroczu 2024 r. stanowiły **koszty usług obcych**, które wyniosły 238,4 mln zł i były wyższe o 11,9% w porównaniu z analogicznym okresem 2023 r. Koszty te wzrosły niemal we wszystkich segmentach – wyjątkiem był segment Internet. Największy ich wzrost miał miejsce w segmencie Film i Książka i związany był głównie z działalnością filmową (wyższe koszty wynagrodzenia wypłacanego producentom filmów). Wyższe były również koszty usług obcych w działalności gastronomicznej, natomiast niższe w działalności kinowej oraz w Wydawnictwie Agora. Kolejnym segmentem, który poniósł w pierwszej połowie 2024 r. wyższe koszty usług obcych był segment Radio. Wzrost kosztów tego segmentu spowodowany był konsolidacją wyników grupy Eurozet. Wyższe koszty usług obcych poniósł również segment Prasa Cyfrowa i Drukowana. Do zwiększenia się tej kategorii kosztowej najbardziej przyczyniło się zwiększenie obciążeń kosztami IT oraz wyższe koszty pozostałych usług obcych (organizacja festiwalu). Wzrost kosztów usług obcych segmentu Reklama Zewnętrzna wynikał z wyższych kosztów utrzymania systemu i realizacji kampanii reklamowych. Internet był segmentem, w którym zaobserwowano spadek kosztów usług obcych. Niższe koszty Internetu były pochodną niższych kosztów w spółce Yieldbird, co wiązało się przede wszystkim ze spadkiem kosztów dzierżawy powierzchni reklamowych i z niższymi wpływami ze sprzedaży usług reklamowych. Niższe były również koszty usług obcych w Gazeta.pl. Na spadek kosztów usług obcych segmentu Internet miały również wpływ sprzedaż spółki HRLink i przeniesienie Goldenline Sp. z o.o., w wyniku czego spółki te nie są już konsolidowane w ramach segmentu.

Koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników stanowiły 224,7 mln zł i były wyższe o 11,3% od tych odnotowanych w pierwszym półroczu 2023 r. Nakłady na wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników wzrosły niemal we wszystkich segmentach operacyjnych Grupy. Wyjątkiem były segment Prasa Cyfrowa i Drukowana – to efekt niższego zatrudnienia w wyniku przeprowadzonej w tym obszarze restrukturyzacji. Największy wzrost w tej kategorii miał miejsce w segmencie Radio, głównie z powodu konsolidacji wyników z grupą Eurozet. Istotny wzrost wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników widoczny był również w segmencie Film i Książka i był on związany głównie z działalnością kinową w związku z wyższymi kosztami wynagrodzeń etatowych i zleceń, głównie w efekcie wzrostu płacy minimalnej oraz zmiennego elementu wynagrodzenia dla pracowników. Koszty wynagrodzeń i świadczeń były wyższe również w Wydawnictwie Agora, działalności gastronomicznej i filmowej.

Spadek **kosztów zużycia materiałów i energii oraz wartości sprzedanych towarów i materiałów** o 0,9% do 77,6 mln zł odnotowany w pierwszym półroczu 2024 r. wiązał się ze zmniejszeniem tego rodzaju wydatków w segmencie Prasa Cyfrowa i Drukowana i wynikał głównie z niższych kosztów zużycia materiałów bezpośrednio produkcyjnych (w tym z niższą ceną papieru), przy wyższych kosztach energii elektrycznej. Największy wzrost tej pozycji kosztowej widoczny był w segmencie Film i Książka i związany był głównie ze wzrostem wpływów ze sprzedaży barowej w kinach oraz z wyższą sprzedażą w Wydawnictwie Agora i w restauracjach.

Koszty amortyzacji były wyższe o 4,1% i wyniosły 88,3 mln zł. Wzrost tej pozycji kosztowej widoczny był w segmentach Reklama Zewnętrzna (efekt zakwalifikowania do MSSF16 umów o wyższej łącznej wartości), Radio (konsolidacja wyników z grupą Eurozet) oraz w działach wspomagających. Dodatkowo, od 1 marca 2023 r. w Grupie Agora rozpoznawana jest amortyzacja wartości godziwych kupionych aktywów grupy Eurozet. Pozostałe segmenty odnotowały spadek tej pozycji kosztów.

Koszty reprezentacji i reklamy Grupy Agora wyniosły 41,0 mln zł i były wyższe o 33,6% od tych odnotowanych w okresie styczeń - czerwiec 2023 r. Był to głównie efekt konsolidacji segmentu Radio z wynikami grupy Eurozet. Wyższe niż w analogicznym okresie roku ubiegłego koszty reklamy i reprezentacji poniosły również segmenty Film i Książka, Reklama Zewnętrzna oraz Internet. Koszty segmentu Prasa Cyfrowa i Drukowana były niższe niż w pierwszym półroczu 2023 r.

Koszty operacyjne Grupy netto w ujęciu **bez MSSF 16** w pierwszym półroczu 2024 r. stanowiły 714,5 mln zł i zwiększyły się o 11,7% w porównaniu z analogicznym okresem 2023 r.

3. PERSPEKTYWY

Według dostępnych prognoz makroekonomicznych drugi kwartał oraz kolejne kwartały 2024 r. przyniosą wyższą dynamikę wzrostu gospodarczego w Polsce niż w państwach zachodniej Europy, niższą inflację niż w ostatnich dwóch latach, oraz powolną stabilizację cen surowców energetycznych, żywności, towarów i usług. Rozwój sytuacji gospodarczej w kraju w kolejnych okresach charakteryzować będzie również duża niepewność, m.in. z uwagi na dalszy przebieg konfliktu zbrojnego w Ukrainie i jego skutki geopolityczne. Ważnym czynnikiem oddziałującym na Grupę Agora jest również presja płacowa i wzrost płacy minimalnej w 2024 roku. Od 1 stycznia 2024 r. minimalne wynagrodzenie brutto za pracę wzrosło z 3 600 zł do 4 242 zł, a minimalna stawka godzinowa wzrosła z 23,50 zł do 27,70 zł. Od 1 lipca 2024 r. minimalne wynagrodzenie brutto za pracę wzrosło z 4 242 zł do 4 300 zł, a minimalna stawka godzinowa wzrosła z 27,70 zł do 28,10 zł.

Jednocześnie trwają prace nad uwolnieniem środków z KPO „Krajowego Planu Odbudowy” finansowanego przez Fundusz Europejski. Warto przy tym wspomnieć o dwóch czynnikach mogących wpłynąć na dynamikę polskiego rynku reklamowego. Po pierwsze nie ma pewności, na ile uwolnienie środków z KPO „Krajowego Planu Odbudowy” wpłynie już w samym 2024 r. na wzrost polskiego PKB, a tym samym na wzrost rynku reklamowego. Po drugie, trudno jest przewidzieć, jak zachowają się spółki skarbu państwa i same ośrodki administracji państwowej przy wydatkowaniu środków na ogłoszenia i reklamy. Obecnie trudno jest oszacować, czy środki te będą w 2024 r. mniejsze, czy porównywalne z tymi, które pojawiły się na rynku reklamowym w ostatnich latach.

W 2024 roku Agora S.A. rozpoczęła proces reorganizacji funkcjonowania Grupy poprzez plan wydzielenia zorganizowanych części przedsiębiorstwa do osobnych spółek, w efekcie którego 1 kwietnia br. Segment Prasa Cyfrowa i Drukowana, pion Gazeta.pl, pion Wydawnictwo Agora oraz dział Administracji rozpoczęły działalność w nowych spółkach zależnych, kolejno Wyborcza Sp. z o.o., Gazeta.pl Sp. z o.o., Agora Książka i Muzyka Sp. z o.o. oraz Czerska 8/10 Sp. z o.o. Ponadto, na początku tego roku rozpoczęła się restrukturyzacja w segmencie Prasa Cyfrowa i

Drukowana (Gazeta Wyborcza) oraz Internet (Gazeta.pl), które są działaniami dostosowującymi te obszary biznesowe do zmieniającego się rynku i oczekiwań odbiorców, aby tym samym zadbać o stabilność i rozwój Grupy w następnych latach.

W drugim kwartale 2024 r. Agora S.A. przejęła pełną kontrolę nad grupą Eurozet, natomiast od dnia 1 marca 2023 r. wyniki grupy Eurozet konsolidowane są wraz z wynikami Agora S.A. Wzmocnienie segmentu radiowego o kolejne stacje przyczynia się do umocnienia pozycji na rynku i zwiększania potencjału sprzedażowego. Zmiana ta będzie miała istotny wpływ na przychody i koszty w segmencie Radio.

Powyższe czynniki będą miały wpływ zarówno na potencjał przychodowy Grupy Agora, jak i na wzrost kosztów prowadzenia działalności.

3.1. Przychody

3.1.1 Rynek reklamy [3]

W drugim kwartale 2024 r. wartość wydatków na reklamę w Polsce wzrosła o 9,0% w stosunku do analogicznego okresu 2023 r. Reklamodawcy wydali w tym czasie na promowanie swoich produktów i usług około 3,33 mld zł. Wzrost wydatków reklamowych dotyczył wszystkich segmentów rynku z wyjątkiem prasy. W pierwszym kwartale 2024 r. dynamika rynku reklamowego wyniosła 11,0%, a wzrost wydatków dotyczył wszystkich mediów z wyjątkiem prasy.

Zarówno w pierwszym jak i drugim kwartale 2024 r. bardzo dynamicznie rosły wydatki reklamowe dla reklamy zewnętrznej. Bardzo solidne dwucyfrowe wzrosty zanotował również Internet. Duże wzrosty dotyczyły także wydatków na reklamę telewizyjną i reklamę radiową. Spadały jedynie wydatki na reklamę prasową, zarówno w dziennikach jak i w czasopismach. W pierwszym kwartale 2024 r. bardzo duży wzrost zanotowała reklama kinowa a w drugim kwartale 2024 r., wobec spadku frekwencji kinowej, wydatki reklamowe w kinie zanotowały minimalny wzrost.

Dynamika rynku reklamowego, zarówno w pierwszym jak i w drugim kwartale 2024 r. była lepsza od oczekiwań. Spółka postanowiła zmienić swoje oczekiwania co do tempa wzrostu całego rynku reklamy oraz kilku segmentów rynku w całym 2024 roku. Agora oczekuje, że dynamika wydatków na reklamę w Polsce w 2024 r. będzie na poziomie około 6,0 - 8,0%. Spółka zdecydowała się na korektę prognoz, mimo dużej niepewności geopolitycznej, niepewności co do tempa wzrostu gospodarczego i poziomu inflacji oraz kosztów funkcjonowania przedsiębiorstw.

Aktualne dane o szacowanych dynamikach zmian wartości wydatków reklamowych w poszczególnych mediach zaprezentowano w tabeli poniżej:

Tab. 8

Wydatki na reklamę ogółem	Telewizja	Internet	Radio	Reklama zewnętrzna	Prasa	Kino
6,0-8,0%	4,0%-6,0%	7,0-10,0%	4,0-7,0%	10,0-15,0%	(11,0%)-(8,0%)	9,0-14,0%

Jednocześnie warto zauważyć, że ze względu na wiele czynników niepewności i gwałtowne zmiany w otoczeniu rynkowym trudno jest dokonywać długoterminowych założeń. Niepewność dotyczy czynników makroekonomicznych związanych przede wszystkim z sytuacją geopolityczną. Dlatego też powyższe szacunki mogą być obarczone błędem, a ich trafność może być dużo mniejsza niż w okresach większej przewidywalności.

3.1.2. Sprzedaż biletów

Najistotniejszymi czynnikami wpływającymi na frekwencję w polskich kinach są: repertuar, warunki pogodowe, zamożność polskiego społeczeństwa oraz odległość do kina. Na frekwencję w 2024 roku wpływ będą miały również zmiany w harmonogramie premier wynikające z zakończonych strajków scenarzystów i aktorów, które miały miejsce w 2023 r. Z dostępnych informacji wynika, że liczba sprzedanych biletów w polskich kinach w pierwszym półroczu 2024 r. wyniosła 24,1 mln, co oznacza wzrost o 12,6% w porównaniu z 2023 r. [9]. Ewentualna pełna odbudowa widowni /do tej z poziomu 2019 roku/ w ocenie spółki będzie trwała nie krócej niż kilka lat.

3.1.3 Sprzedaż wydawnictw

W kolejnych kwartałach 2024 r. utrzymają się negatywne trendy dotyczące spadku sprzedaży egzemplarzowej dzienników w formie drukowanej. Agora rozwija sprzedaż dostępu do treści Wyborcza.pl w formie prenumeraty cyfrowej. Na koniec czerwca 2024 r. liczba płatnych prenumerat cyfrowych *Gazety Wyborczej* wyniosła 290,7 tys. i była nieco niższa niż na koniec analogicznego okresu 2023 r. W miesiącach styczeń - czerwiec 2024 r. wpływy ze sprzedaży wydawnictw segmentu Prasa Cyfrowa i Drukowana były na poziomie zbliżonym do analogicznego okresu w 2023 r. Rzutowała na to głównie niższa sprzedaż papierowego wydania *Gazety Wyborczej*, przy wzroście przychodów ze sprzedaży subskrypcji Wyborcza.pl. W opinii spółki trend wzrostu wpływów ze sprzedaży subskrypcji Wyborcza.pl utrzyma się także w całym 2024 r.

3.2 Koszty operacyjne

Całkowite koszty operacyjne Grupy Agora w kolejnych kwartałach 2024 r. będą wyższe od tych odnotowanych w 2023 r. Wpłynię na to przede wszystkim wzrost kosztów materiałów i energii oraz usług obcych, następujący w związku z trwającą nadal wysoką inflacją oraz rosnącymi kosztami wynagrodzeń związanymi ze wzrostem płacy minimalnej. Decydujący wpływ na wzrost kosztów operacyjnych Grupy będą miały wyższe koszty zużycia materiałów i energii, koszty usług obcych, wynagrodzeń i świadczeń dla pracowników – za wyjątkiem segmentów Prasa Cyfrowa i Drukowana oraz Internet, a także reprezentacji i reklamy. Konsolidacja wyników z grupą Eurozet od 1 marca 2023 przełożyła się na wyższe wartości w każdej pozycji kosztowej w 2024 r., czego efekt będzie widoczny w kolejnych okresach.

3.2.1 Koszty usług obcych

Koszty usług obcych w trzecim kwartale 2024 r. zależą w dużej mierze od kosztów odpłatności za kopie filmowe, powiązanych bezpośrednio z frekwencją w kinach i poziomem przychodów ze sprzedaży biletów, kursu wymiany EUR do PLN, kosztów dzierżawy powierzchni reklamowych oraz liczby zrealizowanych kampanii reklamowych. Na spadek tej pozycji kosztowej rzutować będzie zmiana modelu biznesowego spółki Yieldbird w kierunku modelu produktowego.

3.2.2 Koszty wynagrodzeń i świadczeń dla pracowników

Według szacunków Spółki w 2024 r. koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników będą na wyższym poziomie niż w roku 2023. Od 1 stycznia 2024 r. minimalne wynagrodzenie brutto za pracę wzrosło z 3 600 zł do 4 242 zł, a minimalna stawka godzinowa wzrosła z 23,50 zł do 27,70 zł. W drugim kwartale 2024 r. Spółka zakończyła proces zwolnień grupowych w segmencie Prasa Cyfrowa i Drukowana (*Gazeta Wyborcza*) oraz Internet (*Gazeta.pl*). Wpływ tych dwóch czynników przełoży się bezpośrednio na wyniki poszczególnych segmentów operacyjnych w Grupie Agora. Ta kategoria kosztów zwiększy się w każdym segmencie operacyjnym Grupy i w jej działach wspomagających, za wyjątkiem obszarów, w których przeprowadzona została restrukturyzacja w pierwszym półroczu 2024 roku. Spółka postanowiła, że oszczędności wypracowane na zwolnieniach grupowych w pewnej części zostaną przeznaczone na podwyżki dla pracowników.

3.2.3 Koszty reprezentacji i reklamy

W 2024 r. Grupa Agora planuje realizować kolejne działania promocyjne w większości biznesów w celu odbudowywania ich pozycji rynkowej. Poziom wydatków ponoszonych na ten cel będzie uzależniony od dynamiki zmian zachodzących w poszczególnych mediach, liczby uruchamianych projektów rozwojowych, a także rynkowej aktywności konkurencji. Biorąc pod uwagę powyższe czynniki, spółka szacuje, iż w 2024 r. koszty reprezentacji i reklamy będą rosły w stosunku do 2023 r. w większości biznesów Grupy, głównie w wyniku przejścia kontroli nad grupą Eurozet z dniem 1 marca 2023 r.

3.2.4 Koszty materiałów i energii

W 2024 r. na wysokość tej pozycji kosztowej wpływ będzie miała działalność poligraficzna prowadzona w ramach Grupy, a w szczególności koszty materiałów produkcyjnych, wolumen produkcji oraz kurs wymiany EUR do PLN. Dodatkowym czynnikiem wpływającym na wysokość tej pozycji jest ogólny wzrost kosztów energii na rynku w 2023 roku i utrzymywanie się wysokich cen w najbliższym okresie. Jednocześnie w spółkach Grupy prowadzone są inwestycje, których celem jest dalsze ograniczanie zużycia energii, co pozwoli na wyhamowanie dynamiki wzrostu tej pozycji kosztowej.

III. WYNIKI FINANSOWE

1. SPÓŁKI WCHODZĄCE W SKŁAD GRUPY AGORA

Skrócone półroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy za pierwsze półrocze 2024 r. obejmuje konsolidację Agory S.A. oraz 30 spółek zależnych prowadzących głównie działalność internetową, kinową, radiową, gastronomiczną oraz w segmencie reklamy zewnętrznej. Ponadto, na dzień 30 czerwca 2024 r. Grupa posiadała udziały w spółce współkontrolowanej Instytut Badań Outdooru IBO Sp. z o.o. oraz w spółce stowarzyszonej ROI Hunter a.s.

Szczegółowa lista spółek wchodzących w skład Grupy Agora znajduje się w nocie 11, a opis zmian organizacji Grupy Agora w nocie 12 do skróconego półrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

2. RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT GRUPY AGORA

Tab. 9

w mln zł	II kwartał 2024	II kwartał 2023	% zmiany 2024 do 2023	I półrocze 2024	I półrocze 2023	% zmiany 2024 do 2023
Przychody ze sprzedaży netto (1)	337,5	326,9	3,2%	723,4	622,7	16,2%
<i>Sprzedaż usług reklamowych</i>	193,3	181,8	6,3%	351,2	306,1	14,7%
<i>Sprzedaż biletów do kin</i>	40,0	42,1	(5,0%)	118,1	104,1	13,4%
<i>Sprzedaż wydawnictw</i>	33,4	33,9	(1,5%)	67,1	67,4	(0,4%)
<i>Sprzedaż barowa w kinach</i>	24,6	25,1	(2,0%)	70,5	59,0	19,5%
<i>Sprzedaż gastronomiczna</i>	12,3	10,7	15,0%	23,1	19,8	16,7%
<i>Przychody z działalności filmowej</i>	3,7	3,1	19,4%	33,2	8,6	286,0%
<i>Pozostała sprzedaż</i>	30,2	30,2	-	60,2	57,7	4,3%
Koszty operacyjne netto, w tym:	(325,0)	(326,2)	(0,4%)	(700,4)	(627,0)	11,7%
<i>Usługi obce</i>	(103,1)	(112,5)	(8,4%)	(238,4)	(213,0)	11,9%
<i>Wynagrodzenia i świadczenia</i>	(109,8)	(105,0)	4,6%	(224,7)	(201,9)	11,3%
<i>Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów</i>	(34,9)	(37,6)	(7,2%)	(77,6)	(78,3)	(0,9%)
<i>Amortyzacja</i>	(44,2)	(44,1)	0,2%	(88,3)	(84,8)	4,1%
<i>Reprezentacja i reklama</i>	(20,6)	(19,1)	7,9%	(41,0)	(30,7)	33,6%
<i>Koszty restrukturyzacji (2)</i>	(0,4)	-	-	(8,3)	-	-
<i>Odpisy aktualizujące (3)</i>	(0,2)	-	-	(0,2)	-	-
Wynik operacyjny - EBIT	12,5	0,7	1 685,7%	23,0	(4,3)	-
<i>Wynik operacyjny - EBIT bez MSSF 16 (4)</i>	5,1	(5,8)	-	8,9	(17,1)	-
Przychody i koszty finansowe netto, w tym:	(14,6)	20,8	-	(19,1)	13,9	-
<i>Przychody z krótkoterminowych inwestycji</i>	0,6	1,4	(57,1%)	1,3	2,4	(45,8%)
<i>Koszty kredytów i leasingu</i>	(10,5)	(11,1)	(5,4%)	(20,5)	(21,4)	(4,2%)
<i>w tym koszty odsetek wynikające z MSSF 16</i>	(7,9)	(7,3)	8,2%	(16,0)	(14,0)	14,3%
<i>Różnice kursowe per saldo</i>	(2,3)	28,5	-	2,8	30,4	(90,8%)
<i>w tym różnice kursowe wynikające z MSSF 16</i>	(1,3)	26,6	-	3,8	28,4	(86,6%)
<i>Aktualizacja wyceny opcji put (5)</i>	(2,0)	2,5	-	(2,0)	2,5	-
Zysk z tytułu wyceny udziałów nabytej spółki zależnej (6)	-	-	-	-	47,9	-

w mln zł	II kwartał 2024	II kwartał 2023	% zmiany 2024 do 2023	I półrocze 2024	I półrocze 2023	% zmiany 2024 do 2023
Udział w jednostkach wycenianych metodą praw własności	0,4	(0,5)	-	0,5	(3,8)	-
Zysk/(strata) brutto	(1,7)	21,0	-	4,4	53,7	(91,8%)
Podatek dochodowy	(6,4)	(8,5)	24,7%	(8,7)	(6,5)	(33,8%)
Zysk/(strata) netto	(8,1)	12,5	-	(4,3)	47,2	-
Przypadający/a na:						
Akcjonariuszy jednostki dominującej	(12,3)	6,9	-	(12,9)	39,5	-
Udziały niekontrolujące	4,2	5,6	(25,0%)	8,6	7,7	11,7%
marża EBIT (EBIT/Przychody)	3,7%	0,2%	3,5p.p.	3,2%	(0,7%)	3,9p.p.
marża EBIT bez MSSF 16 (4)	1,5%	(1,8%)	3,3p.p.	1,2%	(2,7%)	3,9p.p.
EBITDA (7)	56,9	44,8	27,0%	111,5	80,5	38,5%
marża EBITDA (EBITDA/Przychody)	16,9%	13,7%	3,2p.p.	15,4%	12,9%	2,5p.p.
EBITDA bez MSSF 16 (4)	28,8	18,2	58,2%	55,9	28,7	94,8%
marża EBITDA bez MSSF 16 (4)	8,5%	5,6%	2,9p.p.	7,7%	4,6%	3,1p.p.

- (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), opisane szczegółowo w części IV.A Sprawozdania Zarządu;
- (2) dotyczy kosztów zwolnień grupowych przeprowadzonych w segmentach Prasa Cyfrowa i Drukowana oraz Internet w pierwszym kwartale 2024 r.;
- (3) podana kwota obejmuje odpis aktualizujący wartości niematerialne w spółce Agora S.A. oraz odwrócenie odpisów aktualizujących środki trwałe w spółkach AMS S.A. i Helios S.A.;
- (4) wartość wyniku operacyjnego EBIT i EBITDA z wyłączeniem wpływu Międzynarodowego Standardu Sprawozdawczości Finansowej nr 16 Leasing;
- (5) dotyczy aktualizacji wyceny zobowiązań z tytułu opcji put przyznanych akcjonariuszom niekontrolującym Helios S.A.;
- (6) wycena udziałów na dzień przejęcia kontroli dotyczy transakcji przejęcia kontroli nad grupą Eurozet konsolidowaną metodą pełną od 1 marca 2023 r.;
- (7) wskaźnik EBITDA definiowany jest jako EBIT powiększony o amortyzację i odpisy z tytułu utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych, wartości niematerialnych oraz praw do użytkowania aktywów. Definicje wskaźników finansowych zostały szczegółowo omówione w Przypisach do części IV niniejszego Komentarza Zarządu.

2.1. Wyniki wg głównych segmentów Grupy Agora za pierwsze półrocze 2024 r. [1]

Podstawowe produkty i usługi oraz przychody i koszty operacyjne Grupy zostały zaprezentowane i omówione w części IV niniejszego Sprawozdania Zarządu („Wyniki operacyjne – główne segmenty Grupy Agora”).

Tab. 10

w mln zł	Film i Książka	Radio	Prasa cyfrowa i drukowana	Reklama zewnętrzna	Internet	Pozycje uzgadniające (2)	Razem (dane skonsolidowane) I półrocze 2024
Przychody ze sprzedaży (1)	299,7	164,9	98,6	104,6	60,2	(4,6)	723,4
Udział %	41,4%	22,8%	13,6%	14,5%	8,3%	(0,6%)	100,0%
Koszty operacyjne, netto (1)	(272,8)	(144,8)	(110,1)	(86,6)	(68,5)	(17,6)	(700,4)
Koszty operacyjne, netto bez MSSF 16 (1)	(282,8)	(145,6)	(110,1)	(89,5)	(68,5)	(18,0)	(714,5)
EBIT	26,9	20,1	(11,5)	18,0	(8,3)	(22,2)	23,0
EBIT bez MSSF 16	16,9	19,3	(11,5)	15,1	(8,3)	(22,6)	8,9
Przychody i koszty finansowe							(19,1)
Udział w jednostkach wycenianych metodą praw własności				(0,1)	0,6		0,5
Podatek dochodowy							(8,7)
Strata netto							(4,3)
Przypadający na:							
Akcjonariuszy jednostki dominującej							(12,9)
Udziały niekontrolujące							8,6
EBITDA	66,8	29,7	(8,5)	38,0	(4,0)	(10,5)	111,5
EBITDA bez MSSF 16	31,5	25,3	(8,6)	23,1	(4,0)	(11,4)	55,9
Nakłady inwestycyjne	(1,7)	(3,1)	(0,5)	(5,0)	(1,6)	(3,5)	(15,4)

(1) podane kwoty nie zawierają przychodów i pełnych kosztów promocji realizowanej bez wcześniejszej rezerwacji pomiędzy segmentami Grupy; jedyne koszty, które są prezentowane, to bezpośrednie koszty zmienne kampanii na nośnikach reklamy zewnętrznej - są one alokowane z segmentu Reklama Zewnętrzna do pozostałych segmentów;

(2) pozycje uzgadniające zawierają dane nieujęte w poszczególnych segmentach, m.in. pozostałe przychody i koszty pionów wspomagających (scentralizowane funkcje technologiczne, administracyjno-finansowe z wyłączeniem kosztów, które są alokowane na segmenty) oraz koszty korporacyjne i Zarządu Agory S.A., wyłączenia konsolidacyjne oraz inne korekty uzgadniające dane prezentowane w raportach zarządczych do skonsolidowanych danych finansowych Grupy.

2.2. Przychody i koszty finansowe

Na wynik na działalności finansowej Grupy w pierwszym półroczu 2024 r. wpływ miały głównie koszty prowizji i odsetek związane z kredytami bankowymi i zobowiązaniami z tytułu leasingu oraz koszty finansowe z wyceny opcji put. Koszty te zostały częściowo skompensowane przez dodatnie różnice kursowe od wyceny bilansowej zobowiązań z tytułu umów leasingu ujętych zgodnie z MSSF 16 oraz odsetki od środków pieniężnych.

3. BILANS GRUPY AGORA

Tab. 11

w mln zł	30.06.2024	31.03.2024	% zmiany do 31.03.2024	31.12.2023	% zmiany do 31.12.2023
Aktywa trwałe	1 618,4	1 662,2	(2,6%)	1 680,3	(3,7%)
<i>udział w sumie bilansowej</i>	<i>81,2%</i>	<i>81,5%</i>	<i>(0,3p.p.)</i>	<i>82,2%</i>	<i>(1,0p.p.)</i>
Aktywa obrotowe	374,5	377,2	(0,7%)	365,1	2,6%
<i>udział w sumie bilansowej</i>	<i>18,8%</i>	<i>18,5%</i>	<i>0,3p.p.</i>	<i>17,8%</i>	<i>1,0p.p.</i>
RAZEM AKTYWA	1 992,9	2 039,4	(2,3%)	2 045,4	(2,6%)
Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej	665,3	737,5	(9,8%)	738,5	(9,9%)
<i>udział w sumie bilansowej</i>	<i>33,4%</i>	<i>36,2%</i>	<i>(2,8p.p.)</i>	<i>36,1%</i>	<i>(2,7p.p.)</i>
Udziały niekontrolujące	5,0	113,5	(95,6%)	109,1	(95,4%)
<i>udział w sumie bilansowej</i>	<i>0,3%</i>	<i>5,6%</i>	<i>(5,3p.p.)</i>	<i>5,3%</i>	<i>(5,0p.p.)</i>
Zobowiązania i rezerwy długoterminowe	804,8	630,3	27,7%	636,3	26,5%
<i>udział w sumie bilansowej</i>	<i>40,3%</i>	<i>30,8%</i>	<i>9,5p.p.</i>	<i>31,1%</i>	<i>9,2p.p.</i>
Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe	517,8	558,1	(7,2%)	561,5	(7,8%)
<i>udział w sumie bilansowej</i>	<i>26,0%</i>	<i>27,4%</i>	<i>(1,4p.p.)</i>	<i>27,5%</i>	<i>(1,5p.p.)</i>
RAZEM PASYWA	1 992,9	2 039,4	(2,3%)	2 045,4	(2,6%)

3.1. Aktywa trwałe

Na spadek wartości aktywów trwałych w porównaniu do 31 grudnia 2023 r. wpłynęły głównie zmniejszenia z tytułu amortyzacji aktywów trwałych, zmniejszenia wartości niematerialnych związane ze sprzedażą spółki HRLink Sp. z o.o. oraz sprzedażą nakładów na środki trwałe, zmniejszenia długoterminowych należności i rozliczeń międzyokresowych oraz aktywów z tytułu odroczonego podatku dochodowego. Zmniejszenia te zostały częściowo skompensowane zwiększeniem praw do użytkowania aktywów w związku z modyfikacjami umów leasingowych.

Na spadek wartości aktywów trwałych w porównaniu do 31 marca 2024 r. wpłynęły głównie zmniejszenia z tytułu amortyzacji aktywów trwałych, zmniejszenia długoterminowych należności oraz aktywów z tytułu odroczonego podatku dochodowego.

3.2. Aktywa obrotowe

Na wzrost wartości aktywów obrotowych w stosunku do 31 grudnia 2023 r. wpłynęło głównie zwiększenie środków pieniężnych i ich ekwiwalentów, rozliczeń międzyokresowych oraz zapasów, które zostało częściowo skompensowane spadkiem należności z tytułu dostaw i usług oraz pozostałych należności.

Na spadek wartości aktywów obrotowych w stosunku do 31 marca 2024 r. wpłynęło głównie zmniejszenie środków pieniężnych i ich ekwiwalentów oraz rozliczeń międzyokresowych, które zostało częściowo skompensowane wzrostem należności z tytułu dostaw i usług oraz pozostałych należności.

3.3. Zobowiązania i rezerwy długoterminowe

Na wzrost salda zobowiązań i rezerw długoterminowych w stosunku do 31 grudnia 2023 r. wpłynęło głównie zaciągnięcie kredytów na dokupienie udziałów w Eurozet Sp. z o.o. , wzrost pozostałych zobowiązań finansowych w związku z wyceną opcji put, wzrost długoterminowych zobowiązań z tytułu umów z klientami oraz pozostałych zobowiązań. Powyższe zmiany zostały częściowo skompensowane spadkiem zobowiązań z tytułu leasingu finansowego, zobowiązań z tytułu pożyczek długoterminowych oraz rezerwy z tytułu odroczonego podatku dochodowego.

Na wzrost salda zobowiązań i rezerw długoterminowych, w stosunku do 31 marca 2024 r. wpłynęło głównie zaciągnięcie kredytów na dokupienie udziałów w Eurozet Sp. z o.o., wzrost długoterminowych zobowiązań z tytułu umów z klientami oraz wzrost pozostałych zobowiązań finansowych w związku z wyceną opcji put. Powyższe zmiany zostały częściowo skompensowane spadkiem zobowiązań z tytułu leasingu finansowego oraz zobowiązań z tytułu pożyczek długoterminowych.

3.4. Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe

Na spadek salda zobowiązań i rezerw krótkoterminowych w stosunku do 31 grudnia 2023 r. wpłynęło głównie zmniejszenie salda rozliczeń międzyokresowych kosztów, zobowiązań z tytułu kredytów, zobowiązań z tytułu dostaw i usług, zobowiązań z tytułu zakupu niefinansowych aktywów trwałych, zobowiązań z tytułu dywidend, pozostałych zobowiązań krótkoterminowych oraz zobowiązań z tytułu podatku dochodowego. Powyższe zmiany zostały częściowo skompensowane wzrostem rezerw na rabaty handlowe, zobowiązań z tytułu podatków, funduszy specjalnych i rozliczeń międzyokresowych przychodów.

Na spadek salda zobowiązań i rezerw krótkoterminowych w stosunku do 31 marca 2024 r. wpłynęło głównie zmniejszenie salda zobowiązań z tytułu kredytów, zobowiązań z tytułu dostaw i usług, zobowiązań z tytułu rozliczeń międzyokresowych kosztów, zobowiązań z tytułu umów z klientami, pozostałych zobowiązań krótkoterminowych, zobowiązań z tytułu leasingu finansowego, funduszy specjalnych oraz zobowiązań z tytułu podatku dochodowego. Powyższy spadek został częściowo skompensowany zwiększeniem rezerw na rabaty handlowe, rozliczeń międzyokresowych przychodów oraz rezerw na zwroty.

4. PRZEPIŁYWKY ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH GRUPY AGORA

Tab. 12

w mln zł	II kwartał 2024	II kwartał 2023	% zmiany 2024 do 2023	I półrocze 2024	I półrocze 2023	% zmiany 2024 do 2023
Przeptywy pieniężne netto z działalności operacyjnej	22,1	39,0	(43,3%)	94,1	89,5	5,1%
Przeptywy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(3,3)	(11,5)	71,3%	(1,1)	(11,3)	90,3%
Przeptywy pieniężne netto z działalności finansowej	(36,6)	(72,1)	49,2%	(82,4)	(64,9)	(27,0%)
Razem przeptywy pieniężne netto	(17,8)	(44,6)	60,1%	10,6	13,3	(20,3%)
Środki pieniężne na koniec okresu	101,0	82,4	22,6%	101,0	82,4	22,6%

Na dzień 30 czerwca 2024 r. Grupa dysponowała środkami pieniężnymi i krótkoterminowymi aktywami finansowymi w wysokości 101,9 mln zł, na które składały się gotówka i jej ekwiwalenty w wysokości 101,0 mln zł (kasa, rachunki i lokaty bankowe) oraz udzielone pożyczki w wysokości 0,9 mln zł.

W pierwszym półroczu 2024 r. Agora S.A. nie była zaangażowana w opcje walutowe ani żadne inne instrumenty pochodne o charakterze spekulacyjnym.

Na dzień sporządzenia niniejszego raportu, biorąc pod uwagę posiadane środki własne, funkcjonujący w Grupie system cash pooling oraz dostępne limity kredytowe, Grupa Agora nie przewiduje wystąpienia problemów z płynnością finansową.

4.1. Działalność operacyjna

Przeptywy pieniężne z działalności operacyjnej w pierwszym półroczu 2024 r. ukształtowały się na poziomie wyższym w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego. Wpłynęła na to głównie poprawa wyników operacyjnych.

4.2. Działalność inwestycyjna

Ujemne przeptywy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej w pierwszym półroczu 2024 r. to przede wszystkim efekt wydatków na zakup rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych. Powyższe wydatki zostały częściowo skompensowane wpływami ze sprzedaży spółki HRLink Sp. z o.o. oraz wpływami ze sprzedaży rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych.

4.3. Działalność finansowa

Dodatnie przeptywy pieniężne netto z działalności finansowej w pierwszym półroczu 2024 r. wynikały z wpływów z kredytów, w tym na dokupienie udziałów w Eurozet Sp. z o.o. Wpływy te zostały częściowo skompensowane wydatkami na dokupienie udziałów w Eurozet Sp. z o.o., spłatę zobowiązań z tytułu kredytów i leasingu oraz wypłatę dywidend udziałowcom niekontrolującym.

5. WYBRANE WSKAŹNIKI FINANSOWE [5]

Tab. 13

	II kwartał 2024	II kwartał 2023	% zmiany 2024 do 2023	I półrocze 2024	I półrocze 2023	% zmiany 2024 do 2023
Wskaźniki rentowności						
rentowność sprzedaży netto	(3,6%)	2,1%	(5,7p.p.)	(1,8%)	6,3%	(8,1p.p.)
rentowność sprzedaży brutto	35,2%	33,1%	2,1p.p.	33,4%	31,9%	1,5p.p.
rentowność kapitału własnego	(7,0%)	3,9%	(10,9p.p.)	(3,7%)	11,4%	(15,1p.p.)
Wskaźniki efektywności						
szybkość obrotu zapasów	15 dni	12 dni	25,0%	13 dni	13 dni	-
szybkość obrotu należności	50 dni	43 dni	16,3%	49 dni	44 dni	11,4%
szybkość obrotu zobowiązań	28 dni	27 dni	3,7%	28 dni	29 dni	(3,4%)
Wskaźnik płynności (1)						
wskaźnik płynności	0,9	0,8	12,5%	0,9	0,8	12,5%
Wskaźniki finansowania (1)						
stopa zadłużenia	11,0%	5,2%	5,8p.p.	11,0%	5,2%	5,8p.p.
wskaźnik pokrycia odsetek	2,8	(1,6)	-	2,7	(2,6)	-
kasowy wskaźnik pokrycia odsetek	(6,9)	(0,5)	(1 280,0%)	5,1	1,4	264,3%

(1) wskaźniki płynności i finansowania zaprezentowano z wyłączeniem wpływu zadłużenia wynikającego z zastosowania MSSF 16 Leasing.

Definicje wskaźników finansowych [5] zostały omówione na końcu części IV niniejszego Komentarza Zarządu („Wyniki operacyjne - główne segmenty Grupy Agora”).

IV. WYNIKI OPERACYJNE - GŁÓWNE SEGMENTY GRUPY AGORA

IV.A. FILM I KSIĄŻKA [1]

Segment Film i Książka zawiera skonsolidowane pro-forma dane spółek: Helios S.A., Helios Media Sp. z o.o., NEXT FILM Sp. z o.o., Next Script Sp. z o.o. (spółka połączona z NEXT FILM Sp. z o.o. 15 listopada 2023 r.) i Step Inside Sp. z o.o. (tworzących grupę Helios), Wydawnictwo Agora (w ramach Agory S.A., do 31 marca 2024 r.) oraz Agora Książka i Muzyka Sp. z o.o. (od 1 kwietnia 2024 r.)

Tab. 14

w mln zł	II kwartał 2024	II kwartał 2023	% zmiany 2024 do 2023	I półrocze 2024	I półrocze 2023	% zmiany 2024 do 2023
Przychody ze sprzedaży, w tym:	107,0	105,0	1,9%	299,7	240,2	24,8%
Przychody ze sprzedaży biletów do kina	40,0	42,1	(5,0%)	118,1	104,1	13,4%
Przychody ze sprzedaży barowej	24,6	25,1	(2,0%)	70,5	59,0	19,5%
Przychody ze sprzedaży reklam w kinach (1)	8,4	7,8	7,7%	17,2	15,1	13,9%
Przychody z działalności gastronomicznej (2)	12,3	10,7	15,0%	23,1	19,8	16,7%
Przychody z działalności filmowej (1),(3),(4)	4,4	3,5	25,7%	35,6	9,8	263,3%
Przychody z działalności Wydawnictwa	13,5	12,4	8,9%	26,4	24,6	7,3%
Koszty operacyjne netto, w tym (5):	(112,3)	(111,4)	0,8%	(272,8)	(230,6)	18,3%
Koszty operacyjne netto bez MSSF 16 (5)	(117,1)	(116,3)	0,7%	(282,8)	(240,7)	17,5%
Usługi obce (4), (5)	(36,6)	(37,1)	(1,3%)	(109,0)	(82,0)	32,9%
Wynagrodzenia i świadczenia	(25,2)	(21,3)	18,3%	(52,9)	(43,3)	22,2%
Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów	(21,1)	(20,6)	2,4%	(47,4)	(43,0)	10,2%
Amortyzacja (5)	(19,8)	(20,8)	(4,8%)	(39,9)	(41,6)	(4,1%)
Reprezentacja i reklama (1)	(5,4)	(4,5)	20,0%	(13,7)	(8,9)	53,9%
EBIT	(5,3)	(6,4)	17,2%	26,9	9,6	180,2%
marża EBIT	(5,0%)	(6,1%)	1,1p.p.	9,0%	4,0%	5,0p.p.
EBIT bez MSSF 16	(10,1)	(11,3)	10,6%	16,9	(0,5)	-
marża EBIT bez MSSF 16	(9,4%)	(10,8%)	1,4p.p.	5,6%	(0,2%)	5,8p.p.
EBITDA (6)	14,5	14,4	0,7%	66,8	51,2	30,5%
marża EBITDA	13,6%	13,7%	(0,1p.p.)	22,3%	21,3%	1,0p.p.
EBITDA bez MSSF 16 (6)	(3,2)	(3,6)	11,1%	31,5	15,3	105,9%
marża EBITDA bez MSSF 16	(3,0%)	(3,4%)	0,4p.p.	10,5%	6,4%	4,1p.p.

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

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

Segment Film i Książka odnotował w drugim kwartale 2024 r. poprawę wyników operacyjnych dzięki lepszym wynikom Wydawnictwa Agora, działalności filmowej i gastronomicznej. Strata na poziomie EBIT zmniejszyła się do 5,3 mln zł, natomiast zysk na poziomie EBITDA wzrósł do 14,5 mln zł.

W drugim kwartale 2024 r. w ujęciu bez wpływu standardu MSSF 16 strata segmentu na poziomie EBIT wyniosła 10,1 mln zł, a strata na poziomie EBITDA 3,2 mln zł.

W pierwszym półroczu 2024 r. segment Film i Książka odnotował poprawę wyników operacyjnych przede wszystkim dzięki lepszym wynikom działalności kinowej i filmowej. Zysk na poziomie EBIT wzrósł do 26,9 mln zł, a zysk na poziomie EBITDA do 66,8 mln zł.

W ujęciu bez wpływu standardu MSSF 16 w pierwszym półroczu 2024 r. zysk segmentu na poziomie EBIT wyniósł 16,9 mln zł, natomiast zysk na poziomie EBITDA wzrósł do 31,5 mln zł.

1. PRZYCHODY

Przychody segmentu Film i Książka w drugim kwartale 2024 r. były wyższe niż rok wcześniej o 1,9% i wyniosły 107,0 mln zł.

Największą kategorię przychodów stanowiły przychody z działalności kinowej. Niższe niż rok wcześniej były przychody ze sprzedaży biletów oraz ze sprzedaży barowej w kinach. W drugim kwartale 2024 r. w kinach sieci Helios sprzedano 1,9 mln biletów. Wpływy z tego tytułu wyniosły 40,0 mln zł, a wpływy ze sprzedaży barowej 24,6 mln zł. Sprzedaż biletów przez internet odpowiadała w drugim kwartale 2024 r. za 44,0% całkowitych wpływów ze sprzedaży biletów w kinach. Wyższe były natomiast przychody ze sprzedaży reklam w kinach – o 7,7% i wyniosły 8,4 mln zł.

Wzrosły wpływy segmentu Film i Książka z działalności filmowej, które w drugim kwartale 2024 r. wyniosły 4,4 mln zł. Spółka NEXT FILM wprowadziła na ekrany kin w tym okresie dwie produkcje: dramat *Kobieta z...* w reżyserii Małgorzaty Szumowskiej i Michała Englerta oraz film science fiction *Supersiostry* w reżyserii Macieja Barczewskiego. Dodatkowo, w drugim kwartale 2024 r. w różnych kanałach dystrybucji sprzedawano również produkcje, które miały premierę kinową we wcześniejszych terminach.

W drugim kwartale 2024 r. przychody segmentu z działalności gastronomicznej stanowiły 12,3 mln zł i były wyższe o 15,0% w porównaniu z drugim kwartałem 2023 r.

Przychody Wydawnictwa Agora wzrosły w drugim kwartale 2024 r. o 8,9% i wyniosły 13,5 mln zł. Wśród najchętniej kupowanych publikacji Wydawnictwa Agora znalazły się książki: *Kryminalna historia Watykanu* Artura Nowaka i Arkadiusza Stempina, a także poradniki *Tańcząc. Rozmowy o kryzysie i przemianie* Bartłomieja Dobroczyńskiego i Agnieszki Jucewicz oraz *To nawet lepiej. Jak obracać trudności w szanse* Joanny Chmury.

W drugim kwartale 2024 r. przychody Wydawnictwa Agora ze sprzedaży cyfrowej (sprzedaż wydawnictw własnych i innych wydawców) były wyższe niż rok wcześniej o 35,3% i wyniosły 6,9 mln zł.

Przychody segmentu Film i Książka w pierwszym półroczu 2024 r. były wyższe niż rok wcześniej o 24,8% i wyniosły 299,7 mln zł.

Wzrosły wszystkie kategorie przychodów. Wyższe były przychody z działalności kinowej – w pierwszym półroczu 2024 r. w kinach sieci Helios sprzedano 5,6 mln biletów, co przełożyło się na wyższe o 13,4% wpływy ze sprzedaży biletów, które wyniosły 118,1 mln zł oraz wyższe o 19,5% wpływy ze sprzedaży barowej w wysokości 70,5 mln zł. Sprzedaż biletów przez internet odpowiadała w pierwszym półroczu 2024 r. za 48,2% całkowitych wpływów ze sprzedaży biletów w kinach. Wzrosły również przychody ze sprzedaży reklam w kinach – o 13,9% i wyniosły 17,2 mln zł.

Istotnie zwiększyły się wpływy segmentu Film i Książka z działalności filmowej, które w pierwszym półroczu 2024 r. wyniosły 35,6 mln zł. Spółka NEXT FILM wprowadziła na ekrany kin w tym okresie sześć produkcji: nową ekranizację *Akademii Pana Kleksa* w reżyserii Macieja Kawulskiego, komedię *Baby boom, czyli Kogel Mogel 5* – kolejną część kultowej serii, komedię *Sami swoi. Początek* – prequel trylogii *Sami swoi* w reżyserii Artura Żmijewskiego, film familijny *Za duży na bajki 2* w reżyserii Kristoffera Rusa, dramat *Kobieta z...* w reżyserii Małgorzaty Szumowskiej i Michała Englerta oraz film science fiction *Supersiostry* w reżyserii Macieja Barczewskiego. Warto zaznaczyć, że

Akademia Pana Kleksa jest najpopularniejszym polskim filmem od czasu pandemii – produkcja zgromadziła w kinach 2,9 mln widzów, natomiast komedia *Sami Swoi. Początek* jest drugim najpopularniejszym polskim filmem w 2024 r. i zgromadziła od premiery 0,8 miliona widzów. Dodatkowo, w pierwszym półroczu 2024 r. w różnych kanałach dystrybucji sprzedawano również produkcje, które miały premierę kinową we wcześniejszych terminach.

W pierwszym półroczu 2024 r. przychody segmentu z działalności gastronomicznej stanowiły 23,1 mln zł i były wyższe o 16,7% niż rok wcześniej.

Przychody Wydawnictwa Agora wzrosły w pierwszym półroczu 2024 r. o 7,3% i wyniosły 26,4 mln zł. Wśród najchętniej kupowanych publikacji Wydawnictwa Agora znalazły się książki: *Kleks. Nowy początek* – uwspółcześniona wersja *Akademii Pana Kleksa*, *Kryminalna historia Watykanu* Artura Nowaka i Arkadiusza Stempina oraz *Czuła przewodniczka. Kobięca droga do siebie* Natalii de Barbaro. Dużą popularnością cieszyła się również ścieżka dźwiękowa do filmu *Chłopi* autorstwa L.U.C. & Rebel Babel Film Orchestra.

W pierwszym półroczu 2024 r. przychody Wydawnictwa Agora ze sprzedaży cyfrowej (sprzedaż wydawnictw własnych i innych wydawców) były wyższe niż rok wcześniej o 27,5% i wyniosły 13,0 mln zł.

2. KOSZTY

Koszty operacyjne segmentu Film i Książka wzrosły w drugim kwartale 2024 r. o 0,8% i wyniosły 112,3 mln zł.

Największą kategorię stanowiły wydatki na usługi obce, które w drugim kwartale 2024 r. stanowiły 36,6 mln zł i były niższe o 1,3% niż rok wcześniej. Niższe były koszty usług obcych: w Wydawnictwie Agora w wyniku niższych kosztów wytworzenia książek, a w działalności filmowej w wyniku niższych kosztów wynagrodzenia wypłacanego producentom filmów. Niższe były również koszty usług obcych w działalności kinowej w związku z niższymi kosztami zakupu kopii filmowych przy wyższych kosztach obsługi technicznej kin, remontów i sprzętania. Koszty usług obcych wyższe były natomiast w działalności gastronomicznej, głównie w związku z wyższymi kosztami dostaw i outsorcingiem pracowników.

Zwiększyły się koszty wynagrodzeń i świadczeń segmentu na rzecz pracowników – o 18,3%, do 25,2 mln zł. Wzrost tej kategorii kosztów związany był głównie z działalnością kinową w związku z wyższymi kosztami wynagrodzeń etatowych i zleceń, głównie w efekcie wzrostu płacy minimalnej oraz zmiennego elementu wynagrodzenia dla pracowników. Koszty wynagrodzeń i świadczeń były wyższe również w Wydawnictwie Agora oraz w działalności gastronomicznej i filmowej.

Koszty zużycia materiałów i energii oraz wartości sprzedanych towarów i materiałów wzrosły o 2,4% do 21,1 mln zł. Koszty tej kategorii wzrosły w Wydawnictwie Agora i działalności gastronomicznej w wyniku wyższych wpływów ze sprzedaży w tych obszarach, natomiast zmniejszyły się w działalności kinowej w związku z niższymi wpływami ze sprzedaży barowej.

Koszty reprezentacji i reklamy segmentu Film i Książka zwiększyły się o 20,0% i wyniosły 5,4 mln zł, co było związane głównie z wyższymi kosztami promocji w obszarze działalności filmowej, m.in. w związku z większą liczbą tytułów wprowadzonych do kin niż rok wcześniej w tym samym okresie i z wyższymi kosztami kampanii rozliczanych w barterze.

Zmniejszyły się koszty amortyzacji segmentu, które stanowiły 19,8 mln zł. Niższe były koszty amortyzacji w działalności kinowej, Wydawnictwie Agora i działalności gastronomicznej.

Koszty operacyjne segmentu Film i Książka bez wpływu standardu MSSF 16 wzrosły w drugim kwartale 2024 r. o 0,7% do 117,1 mln zł.

Koszty operacyjne segmentu Film i Książka wzrosły w pierwszym półroczu 2024 r. o 18,3% i wyniosły 272,8 mln zł.

Największą kategorię stanowiły wydatki na usługi obce, które w pierwszym półroczu 2024 r. stanowiły 109,0 mln zł i były wyższe o 32,9% niż rok wcześniej. Wzrost tej kategorii kosztów związany był głównie z działalnością filmową – wyższe były koszty wynagrodzenia wypłacanego producentom filmów. Wyższe były również koszty usług obcych w działalności gastronomicznej w wyniku wyższych kosztów dostaw oraz outsorcingu pracowników, natomiast niższe w działalności kinowej w wyniku niższych kosztów zakupu kopii filmowych przy wyższych kosztach sprzętania, remontów i kosztów obsługi technicznej kin. Niższe były także koszty usług obcych w Wydawnictwie Agora w związku z niższymi kosztami wytworzenia książek.

Zwiększyły się koszty wynagrodzeń i świadczeń segmentu na rzecz pracowników – o 22,2%, do 52,9 mln zł. Wzrost tej kategorii kosztów związany był głównie z działalnością kinową w związku z wyższymi kosztami wynagrodzeń etatowych i zleceń, głównie w efekcie wzrostu płacy minimalnej oraz zmiennego elementu wynagrodzenia dla pracowników. Koszty wynagrodzeń i świadczeń były wyższe również w Wydawnictwie Agora, działalności gastronomicznej i filmowej.

Koszty zużycia materiałów i energii oraz wartości sprzedanych towarów i materiałów wzrosły o 10,2% do 47,4 mln zł. Ta kategoria kosztów wzrosła w działalności kinowej w wyniku wyższych wpływów ze sprzedaży barowej, a także w Wydawnictwie Agora i działalności gastronomicznej w związku z wyższą sprzedażą.

Zwiększyły się również koszty reprezentacji i reklamy segmentu Film i Książka – o 53,9% i wyniosły 13,7 mln zł, co było związane głównie z wyższymi kosztami promocji w obszarze działalności filmowej, m.in. w związku z większą liczbą tytułów wprowadzonych do kin niż rok wcześniej i z wyższymi kosztami kampanii rozliczanych w barterze.

Zmniejszyły się koszty amortyzacji segmentu, które stanowiły 39,9 mln zł. Niższe były koszty amortyzacji w działalności kinowej, działalności gastronomicznej i Wydawnictwie Agora, a wyższe w działalności filmowej.

Koszty operacyjne segmentu Film i Książka bez wpływu standardu MSSF 16 wzrosły w pierwszym półroczu 2024 r. o 17,5% do 282,8 mln zł.

3. NOWE INICJATYWY

1 kwietnia br. działalność operacyjną rozpoczęła Agora Książka i Muzyka Sp. z o.o., jedna ze spółek wydzielonych jako zorganizowana część przedsiębiorstwa w ramach procesu tworzenia nowego zarządczego modelu operacyjnego Grupy Agora. W skład trzyosobowego zarządu spółki weszli Robert Kijak, Małgorzata Skowrońska i Beata Gutowska.

IV.B. RADIO

Segment Radio zawiera skonsolidowane pro-forma dane pionu radiowego w Agorze S.A., stacji ogólnopolskiej Radio ZET, dwóch stacji ponadregionalnych nadających pod markami Antyradio i TOK FM oraz 68 stacji lokalnych nadających pod markami Złote Przeboje, Plus Radio, Meloradio, Chillizet, Rock Radio oraz Radio Pogoda. Wyniki grupy Eurozet konsolidowane są od 1 marca 2023 r.

Tab. 15

w mln zł	II kwartał 2024	II kwartał 2023	% zmiany 2024 do 2023	I-II kwartał 2024	I-II kwartał 2023	% zmiany 2024 do 2023
Przychody ze sprzedaży, w tym:	86,0	80,0	7,5%	164,9	120,1	37,3%
Przychody ze sprzedaży reklamy radiowej (1), (2)	77,2	71,6	7,8%	148,6	106,8	39,1%
Koszty operacyjne netto, w tym: (2), (3)	(73,1)	(65,3)	11,9%	(144,8)	(104,6)	38,4%
Koszty operacyjne netto bez MSSF 16 (2), (3)	(73,6)	(65,7)	12,0%	(145,6)	(105,2)	38,4%
Usługi obce	(27,0)	(28,3)	(4,6%)	(54,1)	(43,0)	25,8%
Wynagrodzenia i świadczenia	(26,0)	(22,8)	14,0%	(51,7)	(37,7)	37,1%
Amortyzacja	(4,5)	(4,6)	(2,2%)	(9,6)	(7,5)	28,0%
Reprezentacja i reklama (2)	(11,1)	(8,9)	24,7%	(20,0)	(12,0)	66,7%
EBIT	12,9	14,7	(12,2%)	20,1	15,5	29,7%
marża EBIT	15,0%	18,4%	(3,4p.p.)	12,2%	12,9%	(0,7p.p.)
EBIT bez MSSF 16	12,4	14,3	(13,3%)	19,3	14,9	29,5%
marża EBIT bez MSSF 16	14,4%	17,9%	(3,5p.p.)	11,7%	12,4%	(0,7p.p.)
EBITDA	17,4	19,3	(9,8%)	29,7	23,0	29,1%
marża EBITDA	20,2%	24,1%	(3,9p.p.)	18,0%	19,2%	(1,2p.p.)
EBITDA bez MSSF 16	15,2	17,1	(11,1%)	25,3	19,5	29,7%
marża EBITDA bez MSSF 16	17,7%	21,4%	(3,7p.p.)	15,3%	16,2%	(0,9p.p.)

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

W drugim kwartale 2024 r. wyniki operacyjne segmentu Radio, zarówno na poziomie EBIT, jak i EBITDA, były niższe niż w analogicznym okresie roku ubiegłego i wyniosły odpowiednio 12,9 mln zł oraz 17,4 mln zł. Wpływ na takie wyniki miał przede wszystkim wzrost kosztów wynagrodzeń i świadczeń, a także wyższe nakłady na promocję.

W drugim kwartale 2024 r. wynik operacyjny segmentu na poziomie EBIT bez uwzględniania wpływu standardu MSSF 16 wyniósł 12,4 mln zł, zaś wynik na poziomie EBITDA stanowił 15,2 mln zł.

W pierwszym półroczu 2024 r. wyniki operacyjne segmentu Radio, zarówno na poziomie EBIT, jak i EBITDA, były wyższe niż w analogicznym okresie roku ubiegłego i wyniosły odpowiednio 20,1 mln zł oraz 29,7 mln zł. Wpływ na te rezultaty miała przede wszystkim konsolidacja z grupą Eurozet od 1 marca 2023 r.

W pierwszym półroczu 2024 r. wynik operacyjny segmentu na poziomie EBIT bez uwzględniania wpływu standardu MSSF 16 wyniósł 19,3 mln zł, zaś wynik na poziomie EBITDA stanowił 25,3 mln zł.

1. PRZYCHODY [3]

W drugim kwartale 2024 r. przychody segmentu Radio zwiększyły się o 7,5% w porównaniu z drugim kwartałem 2023 r. i wyniosły 86,0 mln zł. W tym okresie przychody ze sprzedaży reklamy radiowej zwiększyły się o 7,8% do kwoty 77,2 mln zł. Wpływ na to miało przede wszystkim wprowadzenie wspólnej oferty sprzedażowej oraz zmiany cenników reklamowych.

W drugim kwartale 2024 r. wpływy cyfrowe segmentu były wyższe o 13,8% w porównaniu z drugim kwartałem 2023 r. za sprawą wyższych przychodów ze sprzedaży reklam w internecie. Liczba sprzedanych subskrypcji Premium TOK FM wzrosła na koniec drugiego kwartału 2024 r. do 39,9 tys.

W pierwszym półroczu 2024 r. przychody segmentu Radio zwiększyły się o 37,3% w porównaniu z pierwszym półroczem 2023 r. i wyniosły 164,9 mln zł. Przychody ze sprzedaży reklamy radiowej zwiększyły się o 39,1% do kwoty 148,6 mln zł. Wpływ na takie odchylenie miała konsolidacja z grupą Eurozet, a także wprowadzenie wspólnej oferty sprzedażowej.

W pierwszym półroczu 2024 r. wpływy cyfrowe segmentu były wyższe o 29,7% w porównaniu z pierwszym półroczem 2023 r., co było efektem konsolidacji z grupą Eurozet.

2. KOSZTY

W drugim kwartale 2024 r. koszty operacyjne segmentu Radio wzrosły o 11,9% w porównaniu z drugim kwartałem 2023 r. i wyniosły 73,1 mln zł.

Koszty usług obcych zmniejszyły się w drugim kwartale 2024 r. o 4,6% do kwoty 27,0 mln zł. Znaczący wpływ na tę pozycję miały niższe koszty zakupu czasu antenowego w stacjach należących do innych nadawców, w związku ze świadczoną usługą pośrednictwa w sprzedaży reklam. Pozycja usługi obce obejmuje, oprócz kosztów pośrednictwa w sprzedaży reklam w stacjach innych nadawców, m.in.: koszty czynszów i opłat dzierżawnych, usług marketingowych, usług produkcyjnych, a także opłaty operatorskie.

Koszty wynagrodzeń i świadczeń wyniosły 26,0 mln zł i były o 14,0% wyższe niż w analogicznym okresie roku ubiegłego. Wzrosły głównie wynagrodzenia stałe oraz koszty kursów, szkoleń i konferencji.

Koszty amortyzacji zmniejszyły się o 2,2% i wyniosły 4,5 mln zł.

Koszty reklamy i reprezentacji w okresie kwiecień - czerwiec 2024 r. wzrosły o 24,7% do kwoty 11,1 mln zł, głównie za sprawą wyższych nakładów na kampanie promocyjne Radia ZET.

Koszty operacyjne segmentu Radio prezentowane bez uwzględnienia wpływu standardu MSSF 16 wyniosły w drugim kwartale 2024 r. 73,6 mln zł i były o 12,0% wyższe niż w analogicznym okresie 2023 r.

W pierwszym półroczu 2024 r. koszty operacyjne segmentu Radio wzrosły o 38,4% w porównaniu z pierwszym półroczem 2023 r. i wyniosły 144,8 mln zł. Wpływ na poziom każdej z prezentowanych kategorii kosztów miała konsolidacja z grupą Eurozet od 1 marca 2023 r.

Koszty usług obcych zwiększyły się o 25,8% i wyniosły 54,1 mln zł. Pozycja usługi obce obejmuje, oprócz kosztów pośrednictwa w sprzedaży reklam w stacjach innych nadawców, m.in.: koszty czynszów i opłat dzierżawnych, usług marketingowych, usług produkcyjnych, a także opłaty operatorskie.

Koszty wynagrodzeń i świadczeń w pierwszym półroczu wyniosły 51,7 mln zł i były o 37,1% wyższe niż w analogicznym okresie roku ubiegłego.

Koszty reklamy i reprezentacji w okresie styczeń - czerwiec 2024 r. wzrosły o 66,7% do kwoty 20,0 mln zł.

Koszty operacyjne segmentu Radio prezentowane bez uwzględnienia wpływu standardu MSSF 16 wyniosły w pierwszym półroczu 2024 r. 145,6 mln zł i były o 38,4% wyższe niż w analogicznym okresie 2023 r.

3. UDZIAŁY W SŁUCHALNOŚCI [8]

Tab. 16

Udział % w czasie słuchania w grupie wszyscy 15+	II kwartał 2024	zmiana w p.p. r/r	I półrocze 2024	zmiana w p.p. r/r
Grupa Eurozet [71*]	27,0%	1,0 p.p.	27,0%	1,0 p.p.
Radio ZET	15,6%	2,1 p.p.	15,1%	1,6 p.p.
Stacje muzyczne [69*]	8,8%	(0,6 p.p.)	9,0%	(0,4 p.p.)
Radio TOK FM	2,6%	(0,5 p.p.)	2,9%	(0,2 p.p.)

Udział % w czasie słuchania w grupie mieszkańców miast 100 tys.+	II kwartał 2024	zmiana w p.p. r/r	I półrocze 2024	zmiana w p.p. r/r
Grupa Eurozet [71*]	34,8%	1,6 p.p.	34,5%	0,8 p.p.
Radio ZET	12,1%	2,6 p.p.	11,9%	2,4 p.p.
Stacje muzyczne [69*]	16,1%	0,2 p.p.	15,5%	(1,0 p.p.)
Radio TOK FM	6,6%	(1,1 p.p.)	7,1%	(0,5 p.p.)

* w skład stacji muzycznych wchodzi stacje i sieci radiowe: Antyradio, Meloradio, Chillizet, Złote Przeboje, Rock Radio, Pogoda oraz 9 stacji wchodzących w skład sieci Plus.

W drugim kwartale 2024 r. różnica w udziale słuchalności pomiędzy nową grupą Eurozet a liderem rynku Grupą RMF wyniosła 8,4 p.p. (w pierwszym półroczu 2024 r. różnica ta wynosi 8,1 p.p.), a w grupie mieszkańców miast 100 tys.+ w drugim kwartale 2024 r. grupa Eurozet wyprzedza Grupę RMF o 5,0 p.p. i jest liderem rynku (za pierwsze półrocze 2024 r. różnica ta wynosi 4,9 p.p.). W miastach 200 tys.+ różnica ta wynosi 9,5 p.p., (w pierwszym półroczu 2024 – 9,8 p.p.), zaś w miastach powyżej 500 tys. – 17,4 p.p. (w pierwszym półroczu –15,8 p.p.)

Dużą wartością nowej grupy Eurozet jest różnorodność formatów radiowych i programowych, dzięki czemu potencjalni reklamodawcy mogą prowadzić kampanie reklamowe dopasowane do swoich potrzeb.

Grupa Eurozet jest także jednym z największych brokerów reklamy radiowej w Polsce. Ściśle współpracuje ze stacjami lokalnymi tworzącymi Pakiet Niezależnych, którego udział w czasie słuchania w drugim kwartale 2024 r. (w grupie 15-75 lat) wyniósł 6,8%. Pakiet Niezależnych stanowi część oferty handlowej grupy Eurozet – pakietu Audio Zet Boost, którego udział w czasie słuchania w drugim kwartale 2024 r. wyniósł (w grupie wszyscy respondenci 15-75 lat) 34,5%, a w grupie mieszkańców miast 100 tys.+ aż 39,7%.

4. NOWE INICJATYWY

Z dniem 29 kwietnia br. grupa Eurozet wprowadziła nowe cenniki reklam pakietów, sieci i wybranych stacji radiowych. Decyzja biznesowa została podjęta m.in. w związku z dobrą koniunkturą na rynku reklamy radiowej oraz rosnącymi wynikami słuchalności stacji wchodzących w skład grupy.

27 maja br. Sąd Okręgowy w Warszawie uchylił karę nałożoną przez przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji (KRRiT), Macieja Świrskiego, na Radio ZET. Wyrok nie jest prawomocny.

Ponadto dział agencyjny Eurozetu oraz Doradztwo Medowie połączyły siły i wprowadziły nową markę – Audio Broker. Zastępuje ona dotychczas funkcjonujące rozwiązania, porządkuje strukturę organizacyjną, a przede wszystkim będzie oferować klientom dostęp do najszerzej oferty reklamowej na polskim rynku audio. W swojej ofercie Audio Broker konsoliduje sprzedaż FM oraz online z całego portfolio Grupy Eurozet, która jest dziś największym operatorem radiowym w Polsce.

IV.C. PRASA CYFROWA I DRUKOWANA [1]

Segment Prasa Cyfrowa i Drukowana obejmuje skonsolidowane pro-forma dane dotyczące *Gazety Wyborczej* i pionu Druk (w ramach Agory S.A., do 31 marca 2024 r.) oraz *Wyborcza sp. z o.o.* (od 1 kwietnia 2024 r.), *Planu G sp. z o.o.* i *Goldenline sp. z o.o.*

Tab. 17

w mln zł	II kwartał 2024	II kwartał 2023	% zmiany 2024 do 2023	I półrocze 2024	I półrocze 2023	% zmiany 2024 do 2023
Przychody ze sprzedaży, w tym:	51,4	52,5	(2,1%)	98,6	101,1	(2,5%)
Przychody ze sprzedaży wydawnictw	25,4	26,1	(2,7%)	51,2	51,7	(1,0%)
Przychody ze sprzedaży reklam (1)	14,9	14,8	0,7%	26,1	26,1	-
Koszty operacyjne netto, w tym (2):	(52,6)	(55,1)	(4,5%)	(110,1)	(109,2)	0,8%
Koszty operacyjne netto bez MSSF 16 (2):	(52,6)	(55,1)	(4,5%)	(110,1)	(109,2)	0,8%
Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów	(8,8)	(11,5)	(23,5%)	(18,7)	(23,9)	(21,8%)
Usługi obce (2)	(15,1)	(13,8)	9,4%	(28,5)	(26,5)	7,5%
Wynagrodzenia i świadczenia	(22,3)	(23,6)	(5,5%)	(45,2)	(47,0)	(3,8%)
Amortyzacja (2)	(0,9)	(2,1)	(57,1%)	(3,0)	(4,4)	(31,8%)
Reprezentacja i reklama (1)	(3,0)	(2,9)	3,4%	(5,0)	(5,2)	(3,8%)
Koszty restrukturyzacji (3)	(0,4)	-	-	(7,1)	-	-
EBIT	(1,2)	(2,6)	53,8%	(11,5)	(8,1)	(42,0%)
marża EBIT	(2,3%)	(5,0%)	2,7p.p.	(11,7%)	(8,0%)	(3,7p.p.)
EBIT bez MSSF 16	(1,2)	(2,6)	53,8%	(11,5)	(8,1)	(42,0%)
marża EBIT bez MSSF 16	(2,3%)	(5,0%)	2,7p.p.	(11,7%)	(8,0%)	(3,7p.p.)
EBITDA	(0,3)	(0,5)	40,0%	(8,5)	(3,7)	(129,7%)
marża EBITDA	(0,6%)	(1,0%)	0,4p.p.	(8,6%)	(3,7%)	(4,9p.p.)
EBITDA bez MSSF 16	(0,3)	(0,5)	40,0%	(8,6)	(3,7)	(132,4%)
marża EBITDA bez MSSF 16	(0,6%)	(1,0%)	0,4p.p.	(8,7%)	(3,7%)	(5,0p.p.)

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

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

W drugim kwartale 2024 r. wyniki operacyjne segmentu Prasa Cyfrowa i Drukowana zarówno na poziomie EBIT, jak i EBITDA były wyższe niż w analogicznym okresie 2023 r. Strata na poziomie EBIT wyniosła 1,2 mln zł, a na poziomie EBITDA 0,3 mln zł. Był to głównie rezultat spadku kosztów operacyjnych.

W pierwszym półroczu 2024 r. wynik segmentu był niższy w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego zarówno na poziomie EBIT, jak i EBITDA. Strata za pierwsze półrocze 2024 r. wyniosła kolejno 11,5 mln zł oraz 8,5 mln zł. Było to spowodowane głównie rezerwą na restrukturyzację.

Wprowadzenie standardu MSSF 16 nie miało istotnego wpływu na wyniki segmentu Prasa Cyfrowa i Drukowana – dane prezentowane w ujęciu bez wpływu MSSF 16 nie odbiegają istotnie od wyników uwzględniających zmiany wprowadzone tym standardem.

1. PRZYCHODY

W drugim kwartale 2024 r. łączne przychody segmentu Prasa Cyfrowa i Drukowana wyniosły 51,4 mln zł i były o 2,1% niższe niż w drugim kwartale 2023 r. O spadku wpływów segmentu zdecydowały głównie niższe wpływy poligraficzne, które spadły o 21,9% do 7,5 mln zł oraz niższe przychody ze sprzedaży papierowego wydania *Gazety Wyborczej*. Pozytywnie na poziom przychodów segmentu w drugim kwartale 2024 r. rzutował wzrost wpływów z pozostałej działalności, przychodów ze sprzedaży subskrypcji cyfrowych oraz ze sprzedaży usług reklamowych, zarówno w papierowej, jak i internetowej wersji dziennika.

W pierwszym półroczu 2024 r. przychody segmentu stanowiły 98,6 mln zł i zmniejszyły się o 2,5% w stosunku do tych osiągniętych w miesiącach styczeń - czerwiec 2023 r. Do spadku przychodów przyczyniły się głównie niższe wpływy z działalności poligraficznej, które spadły o 16,2% do 16,0 mln zł oraz przychody ze sprzedaży papierowego wydania dziennika. W całym pierwszym półroczu 2024 r. pozytywny wpływ na poziom przychodów miał głównie wzrost wpływów ze sprzedaży subskrypcji cyfrowych oraz z pozostałej działalności. Wpływy reklamowe utrzymały się na zbliżonym poziomie r/r, zarówno w papierowej, jak i internetowej wersji dziennika.

1.1. Przychody ze sprzedaży wydawnictw

W drugim kwartale 2024 r. wpływy segmentu Prasa Cyfrowa i Drukowana ze sprzedaży wydawnictw zmniejszyły się o 2,7% w stosunku do drugiego kwartału ubiegłego roku i osiągnęły poziom 25,4 mln zł. To głównie rezultat spadku przychodów ze sprzedaży papierowego wydania *Gazety Wyborczej*, przy rosnących wpływach ze sprzedaży subskrypcji Wyborcza.pl.

W pierwszym półroczu 2024 r. wpływy ze sprzedaży wydawnictw segmentu zmniejszyły się 1,0% w stosunku do analogicznego okresu 2023 r. i wyniosły 51,2 mln zł. Rzutowały na to przede wszystkim zmniejszające się wpływy ze sprzedaży papierowego wydania dziennika przy wzroście przychodów ze sprzedaży cyfrowych dostępu do treści Wyborcza.pl.

W drugim kwartale 2024 r. *Gazeta Wyborcza* utrzymała pozycję lidera pod względem sprzedaży wśród dzienników opiniotwórczych. Średnia sprzedaż wydań *Gazety Wyborczej* w formie tradycyjnej wyniosła 33,6 tys. egzemplarzy i zmniejszyła się o 14,9% w stosunku do drugiego kwartału 2023 r. W pierwszym półroczu 2024 r. średnia sprzedaż wydań *Gazety Wyborczej* w formie tradycyjnej wyniosła 34,7 tys. egzemplarzy i zmniejszyła się o 15,2% w stosunku do analogicznego okresu 2023 r. Zarówno w drugim kwartale 2024 r., jak i w pierwszym półroczu 2024 r. wpływy ze sprzedaży treści *Gazety Wyborczej* zmniejszyły się odpowiednio o 2,0% i 0,8%, głównie przez niższą sprzedaż papierowej wersji dziennika.

1.2. Przychody ze sprzedaży reklam [3]

W drugim kwartale 2024 r. przychody ze sprzedaży reklam w segmencie Prasa Cyfrowa i Drukowana zwiększyły się o 0,7% w odniesieniu do analogicznego okresu 2023 r. do kwoty 14,9 mln zł. Był to efekt wzrostu wpływów zarówno w internetowej jak i papierowej wersji dziennika.

W pierwszym półroczu 2024 r. przychody ze sprzedaży reklam utrzymały się na zbliżonym poziomie w stosunku do tych osiągniętych w miesiącach styczeń - czerwiec 2023 r. i wyniosły 26,1 mln zł. Był to efekt wzrostu wpływów reklamowych w internetowej wersji dziennika, przy zmniejszającym się poziomie wpływów w papierowej wersji dziennika.

1.3. Przychody cyfrowe

Przychody cyfrowe dziennika (ze sprzedaży prenumeraty cyfrowej oraz reklamy cyfrowej) w drugim kwartale 2024 r. wyniosły już blisko 18,9 mln zł. Stanowiło to 47,3% jego całkowitych wpływów, co oznacza wzrost o 1,5 p.p. w porównaniu z analogicznym okresem rok wcześniej. To przede wszystkim rezultat wyższych przychodów z subskrypcji treści Wyborcza.pl. Liczba aktywnych płatnych prenumerat cyfrowych *Gazety Wyborczej* na koniec czerwca 2024 r. wyniosła 290,7 tys.

W pierwszym półroczu 2024 r. przychody cyfrowe dziennika wyniosły 35,7 mln zł., co stanowiło 47,5% jego całkowitych wpływów i oznacza wzrost o 2,4 p.p. w porównaniu z analogicznym okresem rok wcześniej. To również rezultat wyższych przychodów z subskrypcji treści Wyborcza.pl.

2. KOSZTY

W drugim kwartale 2024 r. koszty operacyjne segmentu Prasa Cyfrowa i Drukowana spadły o 4,5% w stosunku drugiego kwartału poprzedniego roku i wyniosły 52,6 mln zł.

Koszty zużycia materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów spadły o 23,5% w stosunku do analogicznego okresu poprzedniego roku do poziomu 8,8 mln zł. Był to głównie efekt niższych kosztów papieru (co wynika z niższej ceny) oraz pozostałych materiałów bezpośrednio produkcyjnych. Wyższe były natomiast koszty energii elektrycznej.

W drugim kwartale 2024 r. koszty usług obcych wzrosły o 9,4% w stosunku do analogicznego okresu 2023 r. do poziomu 15,1 mln zł. Wzrost ten to głównie efekt zwiększenia obciążeń kosztami IT oraz wyższych kosztów pozostałych usług obcych (organizacja festiwali).

Koszty wynagrodzeń i świadczeń spadły o 5,5% do poziomu 22,3 mln zł. Największy spadek stanowiły koszty wynagrodzeń zasadniczych i zmiennych elementów tego komponentu, co wynika z niższego poziomu zatrudnienia w porównaniu do analogicznego okresu 2023 r.

Koszty amortyzacji segmentu zmniejszyły się w drugim kwartale 2024 r. o 57,1% w porównaniu z analogicznym okresem 2023 r. do poziomu 0,9 mln. Wynika to przede wszystkim z zakończenia okresu amortyzowania się części projektów *Gazety Wyborczej*.

Koszty reprezentacji i reklamy były wyższe o 3,4% w stosunku do analogicznego okresu 2023 r. i wyniosły 3,0 mln zł. To efekt zmian strategii w działaniach promocyjnych *Gazety Wyborczej*.

W pierwszym półroczu 2024 r. koszty operacyjne segmentu Prasa Cyfrowa i Drukowana wzrosły o 0,8% w stosunku do tych osiągniętych w miesiącach styczeń - czerwiec 2023 r. i wyniosły 110,1 mln zł.

W pierwszym półroczu 2024 r. koszty zużycia materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów spadły o 21,8% i wyniosły 18,7 mln zł. Spadek ten związany jest głównie z mniejszym kosztem materiałów bezpośrednio produkcyjnych. Ma to przede wszystkim związek z niższą ceną papieru w porównaniu rok do roku. Rosły za to koszty energii elektrycznej.

Koszty usług obcych wzrosły o 7,5% w porównaniu z pierwszym półroczem 2023 r. do poziomu 28,5 mln zł. Do wzrostu tej kategorii kosztowej najbardziej przyczyniło się zwiększenie obciążeń kosztami IT oraz wyższe koszty pozostałych usług obcych (organizacja festiwali).

Koszty wynagrodzeń i świadczeń spadły o 3,8% do poziomu 45,2 mln, z czego najwyższy spadek odnotowano na wynagrodzeniach zasadniczych i zmiennych elementach tego komponentu w związku z niższym zatrudnieniem w porównaniu z analogicznym okresem w 2023r.

W pierwszym półroczu 2024 r. koszty amortyzacji spadły o 31,8% w stosunku do tych osiągniętych w miesiącach styczeń - czerwiec 2023 r. i stanowiły 3,0 mln zł. To efekt zakończenia okresu amortyzowania się części projektów *Gazety Wyborczej*.

W całym pierwszym półroczu koszty reprezentacji i reklamy zmniejszyły się o 3,8% w porównaniu do tego samego okresu poprzedniego roku i osiągnęły poziom 5,0 mln zł. To efekt zmian w strategii działań promocyjnych *Gazety Wyborczej*.

3. NOWE INICJATYWY

1 kwietnia br. działalność operacyjną rozpoczęła Wyborcza Sp. z o.o., jedna ze spółek wydzielonych jako zorganizowana część przedsiębiorstwa w ramach procesu tworzenia nowego zarządczego modelu operacyjnego firmy. W skład trzyosobowego zarządu spółki weszli: Wojciech Bartkowiak – prezes zarządu, Mikołaj Chrzan - członek zarządu, Joanna Kwas - członek zarządu.

W pierwszym półroczu 2024 r. przeprowadzono proces restrukturyzacji. To element strategii, która ma na celu poprawienie efektywności prowadzonej działalności.

W czerwcu Wyborcza Sp. z o.o. powołała zespół ds. wzrostu, który odpowiada za projekty w obszarze treści strategicznie ważnych dla rozwoju i wizerunku marki. Zespół jest multidyscyplinarną komórką, w skład której wchodzi osoby z kilku kluczowych obszarów, dysponujące wiedzą i narzędziami mającymi bezpośrednie przełożenie na wyniki serwisów spółki.

IV.D. REKLAMA ZEWNĘTRZNA

Segment Reklama Zewnętrzna zawiera skonsolidowane pro-forma dane spółek: AMS S.A., AMS Serwis Sp. z o.o., Optimizers Sp. z o.o. oraz Video OOH Sp. z o.o.

Tab. 18

w mln zł	II kwartał 2024	II kwartał 2023	% zmiany 2024 do 2023	I półrocze 2024	I półrocze 2023	% zmiany 2024 do 2023
łącznie przychody, w tym:	64,7	52,4	23,5%	104,6	89,2	17,3%
Przychody ze sprzedaży reklam (1)	61,3	50,4	21,6%	98,1	84,8	15,7%
Koszty operacyjne netto, w tym (1) (2):	(45,5)	(41,8)	8,9%	(86,6)	(78,5)	10,3%
Koszty operacyjne netto bez MSSF 16 (1) (2)	(47,3)	(42,7)	10,8%	(89,5)	(80,1)	11,7%
Usługi obce (1) (2)	(21,3)	(20,7)	2,9%	(39,7)	(37,9)	4,7%
Wynagrodzenia i świadczenia	(9,6)	(9,0)	6,7%	(17,9)	(17,2)	4,1%
Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów (1)	(2,5)	(2,5)	-	(5,6)	(5,0)	12,0%
Amortyzacja (2)	(9,9)	(8,9)	11,2%	(20,1)	(17,2)	16,9%
Reprezentacja i reklama	(1,5)	(1,0)	50,0%	(2,6)	(1,8)	44,4%
Odpisy aktualizujące (3)	0,1	-	-	0,1	-	-
EBIT (1) (2)	19,2	10,6	81,1%	18,0	10,7	68,2%
marża EBIT	29,7%	20,2%	9,5p.p.	17,2%	12,0%	5,2p.p.
EBIT bez MSSF 16 (1) (2)	17,4	9,7	79,4%	15,1	9,1	65,9%
marża EBIT bez MSSF 16	26,9%	18,5%	8,4p.p.	14,4%	10,2%	4,2p.p.
EBITDA (1) (2) (3)	29,0	19,5	48,7%	38,0	27,9	36,2%
marża EBITDA	44,8%	37,2%	7,6p.p.	36,3%	31,3%	5,0p.p.
EBITDA bez MSSF 16 (1) (2) (3)	21,3	13,5	57,8%	23,1	16,6	39,2%
marża EBITDA bez MSSF 16	32,9%	25,8%	7,1p.p.	22,1%	18,6%	3,5p.p.
Liczba powierzchni reklamowych (4)	22 536	24 186	(6,8%)	22 536	24 186	(6,8%)

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

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

(4) bez powierzchni reklamowych na autobusach i tramwajach oraz Cityinfo.

W drugim kwartale 2024 r. wynik na poziomie EBIT był wyższy o 81,1% w stosunku do analogicznego okresu 2023 r. i wyniósł 19,2 mln zł. Segment odnotował również wyższy wynik na poziomie EBITDA, który osiągnął 29,0 mln zł.

W okresie styczeń-czerwiec 2024 r. EBIT segmentu był wyższy o 68,2% niż w analogicznym okresie roku 2023 i wyniósł 18,0 mln zł. Wynik segmentu na poziomie EBITDA również był wyższy niż w roku 2023 i wyniósł 38,0 mln zł.

W drugim kwartale 2024 r. wynik operacyjny segmentu na poziomie EBIT bez uwzględniania wpływu standardu MSSF 16 wyniósł 17,4 mln zł, zaś wynik na poziomie EBITDA stanowił w tym ujęciu 21,3 mln zł.

W pierwszym półroczu 2024 wynik operacyjny segmentu na poziomie EBIT bez uwzględniania wpływu standardu MSSF 16 wyniósł 15,1 mln zł, zaś analogiczny wynik na poziomie EBITDA stanowił 23,1 mln zł.

1. PRZYCHODY [8]

W drugim kwartale 2024 r. przychody ze sprzedaży reklam grupy AMS były wyższe niż w analogicznym okresie 2023 r. o 21,6% i wyniosły 61,3 mln zł. Na tak pozytywną dynamikę najistotniej wpłynęły wydatki na kampanie realizowane na nośnikach typu digital, backlight, billboard 18 m², ambient oraz citylight. Według raportu IGRZ wartość wydatków na reklamę zewnętrzną w Polsce wzrosła o ponad 20,5% w stosunku do drugiego kwartału 2023 r. Szacowany udział grupy AMS w wydatkach na reklamę zewnętrzną w tym okresie wyniósł niemal 28,0%. [7]

W okresie styczeń-czerwiec 2024 r. przychody ze sprzedaży reklam grupy AMS były wyższe niż w analogicznym okresie 2023 r. o 15,7%, osiągając 98,1 mln zł. Na pozytywną dynamikę przychodów najistotniej wpłynęły wydatki na kampanie realizowane na nośnikach typu digital, backlight, billboard 18m² oraz ambient. Według raportu IGRZ wartość wydatków na reklamę zewnętrzną w Polsce w okresie styczeń-czerwiec wzrosła o ponad 23,5% w stosunku do analogicznego okresu w roku ubiegłym. Szacowany udział grupy AMS w wydatkach na reklamę zewnętrzną w pierwszej połowie 2024 r. wyniósł niemal 25,5%. [7]

2. KOSZTY

W drugim kwartale 2024 r. koszty operacyjne segmentu wzrosły o 8,9% w porównaniu z drugim kwartałem 2023 r. i wyniosły 45,5 mln zł.

Wzrost kosztów usług obcych w drugim kwartale 2024 r. o 2,9% do kwoty 21,3 mln zł wynikał głównie z wyższych kosztów realizacji kampanii i utrzymania systemu. W kosztach realizacji kampanii zwiększyły się koszty druku i wymiany plakatów w związku ze wzrostem liczby zrealizowanych kampanii reklamowych. Z kolei na wzrost kosztów utrzymania systemu w głównej mierze wpłynęły wyższe koszty czynszów.

Koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników wzrosły o 6,7% do 9,6 mln zł w drugim kwartale 2024 r. To efekt wzrostu wysokości wynagrodzeń stałych oraz wzrostu zmiennego elementu wynagrodzeń za sprawą wyższej realizacji zakładanych celów sprzedażowych.

Koszty amortyzacji w czwartym kwartale 2024 r. były wyższe o 11,2% w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego, co wynika z zakwalifikowania do MSSF16 umów o wyższej łącznej wartości.

Wzrost nakładów na reprezentację i reklamę w drugim kwartale 2024 r. o 50%, do poziomu 1,5 mln zł wynikał z wyższych łącznych barterowych kosztów kampanii patronackich w związku z ich większą liczbą.

Koszty operacyjne segmentu prezentowane bez wpływu standardu MSSF 16 w okresie kwiecień-czerwiec 2024 r. były wyższe niż w analogicznym okresie 2023 r. i wyniosły 47,3 mln zł.

W pierwszej połowie roku 2024, koszty operacyjne były wyższe o 10,3% w porównaniu z analogicznym okresem roku poprzedniego i osiągnęły poziom 86,6 mln zł.

Wzrost kosztów usług obcych w pierwszej połowie 2024 r. o 4,7% do kwoty 39,7 mln zł wynikał z wyższych kosztów realizacji kampanii i utrzymania systemu. W kosztach realizacji kampanii zwiększyły się koszty druku i wymiany plakatów, będące pochodną wzrostu liczby zrealizowanych kampanii reklamowych. Z kolei na wzrost kosztów utrzymania systemu w głównej mierze wpłynęły wyższe koszty czynszów.

Koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników w okresie styczeń-czerwiec 2024 r. wzrosły o 4,1% do 17,9 mln zł. Był to głównie efekt wyższych wynagrodzeń stałych.

Wyższe były również koszty zużycia materiałów i energii, które w pierwszej połowie 2024 r. wzrosły o 12,0% w stosunku do roku poprzedniego. Wzrost wynikał z kosztów modernizacji oświetlenia nośników reklamowych oraz wyższych kosztów energii elektrycznej używanej do oświetlenia nośników.

Koszty amortyzacji w okresie styczeń-czerwiec 2024 r. były wyższe o 16,9% w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego, osiągając wartość 20,1 mln zł. Wzrost wynikał z zakwalifikowania do MSSF16 umów o wyższej łącznej wartości.

Wzrost nakładów na reprezentację i reklamę w pierwszym półroczu 2024 r. wynikał z wyższych łącznych barterowych kosztów kampanii patronackich w związku z ich większą liczbą.

Koszty operacyjne segmentu prezentowane bez wpływu standardu MSSF 16 w okresie styczeń-czerwiec 2024 r. były wyższe niż w analogicznym okresie 2023 r. i wyniosły 89,5 mln zł.

3. NOWE INICJATYWY

1 kwietnia br. AMS opublikował aktualizację cennika i polityki handlowej na 2024 rok. Uwzględnił w nim skutki uchwał krajobrazowych i wprowadził tzw. indeks aglomeracyjny dla czterech aglomeracji: warszawskiej, poznańskiej, krakowskiej i trójmiejskiej. Indeks wynosi 1,2 i dotyczy cennika klasycznej reklamy OOH.

9 kwietnia AMS zawarł aneks do umowy koncesji na budowę i eksploatację wiat przystankowych w Warszawie. Konsorcjum AMS S.A. – Ströer Polska Sp. z o.o., działając na podstawie punktu 28.1 i 18.11 Umowy Koncesji („Umowa”) podpisało z Miastem Stołecznym Warszawa aneks do Umowy, wydłużający okres jej obowiązywania do dnia 10 czerwca 2025 r.

Również w kwietniu AMS wprowadził do oferty nowy format reklamowy na nośnikach Digital Cityscreen. Umożliwia on osiągnięcie efektu 3D w spotach reklamowych. To pierwszy format w ofercie AMS, który daje możliwość prezentowania video w mieście i pozwala na prowadzenie spójnej komunikacji reklamowej na nośnikach Digital OOH, online oraz w telewizji. Digital Cityscreen to zaawansowany technicznie format reklamy 8m2 i 18m2 dostępny w trzech aglomeracjach: warszawskiej, wrocławskiej i poznańskiej.

Ponadto, AMS wprowadził elastyczny czas emisji spotów we wszystkich formatach Digital OOH. To nowość na rynku Digital OOH, na którym dotychczas realizowano emisję tylko 10-sekundowych reklam.

IV.E. INTERNET [1], [6]

Segment Internet zawiera skonsolidowane pro-forma dane pionu Internet Agory S.A. do 31 marca 2024 r. i Gazeta.pl Sp. z o.o. od 1 kwietnia 2024 r. (nazywane dalej Gazeta.pl), Plan D Sp. z o.o., Yildbird Sp. z o.o. oraz grupa HRlink (do 31 grudnia 2023 r.).

Tab. 19

w mln zł	II kwartał 2024	II kwartał 2023	% zmiany 2024 do 2023	I półrocze 2024	I półrocze 2023	% zmiany 2024 do 2023
Przychody ze sprzedaży, w tym:	30,9	37,8	(18,3%)	60,2	75,2	(19,9%)
Przychody ze sprzedaży reklam internetowych (1)	29,2	33,4	(12,6%)	57,0	66,8	(14,7%)
Koszty operacyjne, w tym (1),(2):	(32,1)	(40,1)	(20,0%)	(68,5)	(80,8)	(15,2%)
Koszty operacyjne bez MSSF 16 (1),(2)	(32,1)	(40,1)	(20,0%)	(68,5)	(80,8)	(15,2%)
Usługi obce (2)	(12,7)	(18,9)	(32,8%)	(26,2)	(38,0)	(31,1%)
Wynagrodzenia i świadczenia	(14,1)	(14,1)	-	(29,3)	(29,0)	1,0%
Amortyzacja (2)	(1,9)	(2,9)	(34,5%)	(4,3)	(6,0)	(28,3%)
Reprezentacja i reklama (1)	(2,8)	(3,7)	(24,3%)	(6,7)	(6,6)	1,5%
Koszty restrukturyzacji (3)	0,1	-	-	(1,1)	-	-
EBIT	(1,2)	(2,3)	47,8%	(8,3)	(5,6)	(48,2%)
marża EBIT	(3,9%)	(6,1%)	2,2p.p.	(13,8%)	(7,4%)	(6,4p.p.)
EBIT bez MSSF 16	(1,2)	(2,3)	47,8%	(8,3)	(5,6)	(48,2%)
marża EBIT bez MSSF 16	(3,9%)	(6,1%)	2,2p.p.	(13,8%)	(7,4%)	(6,4p.p.)
EBITDA	0,7	0,6	16,7%	(4,0)	0,4	-
marża EBITDA	2,3%	1,6%	0,7p.p.	(6,6%)	0,5%	(7,1p.p.)
EBITDA bez MSSF 16	0,7	0,6	16,7%	(4,0)	0,4	-
marża EBITDA bez MSSF 16	2,3%	1,6%	0,7p.p.	(6,6%)	0,5%	(7,1p.p.)

(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., Yildbird Sp. z o.o. oraz grupą HRlink;

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

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

Segment Internet zakończył drugi kwartał 2024 r. z wyższym wynikiem niż w analogicznym okresie 2023 r. zarówno na poziomie EBIT, jak i EBITDA. Wskaźniki te wyniosły odpowiednio strata 1,2 mln zł oraz zysk 0,7 mln zł [1].

W pierwszym półroczu 2024 r. segment Internet osiągnął niższe niż rok wcześniej wyniki na poziomie EBIT i EBITDA. Wskaźniki te wyniosły odpowiednio strata 8,3 mln zł oraz strata 4,0 mln zł [1]. Główną przyczyną tego stanu rzeczy były niższe niż w pierwszym półroczu 2023 r. wpływy segmentu ze sprzedaży reklam internetowych oraz brak przychodów z ogłoszeń – to efekt sprzedaży spółki HRlink podmiotowi zewnętrznemu oraz przeniesienia działalności spółki Goldenline do segmentu Prasa Cyfrowa i Drukowana.

Wdrożenie standardu MSSF 16 nie miało istotnego wpływu na sposób ujęcia kosztów operacyjnych w segmencie Internet ani na jego wyniki operacyjne.

1. PRZYCHODY

W drugim kwartale 2024 r. całkowite przychody segmentu Internet były niższe o 18,3% i wyniosły 30,9 mln zł. Wpływy ze sprzedaży reklam internetowych zmniejszyły się o 12,6% w stosunku do drugiego kwartału 2023 r. i stanowiły 29,2 mln zł. W największym stopniu o spadku przychodów reklamowych zdecydowała niższa sprzedaż reklam internetowych przez spółkę Yieldbird, przede wszystkim w wyniku niższego r/r ruchu w serwisach wydawców oraz w wyniku rozwijania współpracy w modelu SaaS, a co za tym idzie ograniczenia sprzedaży usług reklamowych.

Segment Internet odnotował brak przychodów z ogłoszeń – to efekt sprzedaży spółki HRLink podmiotowi zewnętrznemu oraz przeniesieniu działalności spółki Goldenline do segmentu Prasa Cyfrowa i Drukowana.

Natomiast wpływy ze sprzedaży reklam wypracowane przez Gazeta.pl były na podobnym poziomie jak w analogicznym okresie roku poprzedniego.

Przychody z pozostałych usług internetowych były na niższym poziomie niż w analogicznym okresie roku poprzedniego w związku ze sprzedażą spółki HRLink i przeniesieniem Goldenline Sp. z o.o.

W pierwszym półroczu 2024 r. całkowite przychody segmentu Internet zmniejszyły o 19,9% do 60,2 mln zł z uwagi na niższą sprzedaż reklam internetowych zanotowaną przez spółkę Yieldbird, a także Gazeta.pl.

Segment Internet odnotował brak przychodów z ogłoszeń – to efekt sprzedaży spółki HRLink podmiotowi zewnętrznemu oraz przeniesienia działalności spółki Goldenline Sp. z o.o. do segmentu Prasa Cyfrowa i Drukowana.

Przychody z pozostałych usług internetowych były na niższym poziomie niż w analogicznym okresie roku poprzedniego w związku ze sprzedażą spółki HRLink i przeniesieniem Goldenline Sp. z o.o. przy jednocześnie wyższych przychodach w spółce Yieldbird.

2. KOSZTY

W drugim kwartale 2024 r. koszty operacyjne segmentu Internet były niższe o 20,0% niż w analogicznym okresie 2023 r. i stanowiły 32,1 mln zł. Wpłynęło na to przede wszystkim zmniejszenie kosztów usług obcych o 32,8% do 12,7 mln zł. Wydatki te były niższe w spółce Yieldbird, co wiązało się przede wszystkim ze spadkiem kosztów dzierżawy powierzchni reklamowych i z niższymi wpływami ze sprzedaży usług reklamowych, a także w Gazeta.pl.

W drugim kwartale 2024 r. w porównaniu do analogicznego okresu roku poprzedniego niższe były także koszty amortyzacji. Zmniejszyły się one o 34,5% do 1,9 mln, a ich spadek nastąpił głównie w Gazeta.pl. Na spadek kosztów usług obcych oraz amortyzacji miały również wpływ sprzedaż spółki HRLink i przeniesienie Goldenline Sp. z o.o., które nie są już konsolidowane w ramach segmentu.

Koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników są na tym samym poziomie i wynoszą 14,1 mln zł.

Koszty reprezentacji i reklamy w drugim kwartale 2024 r. zmniejszyły się w porównaniu do analogicznego okresu 2023 r. o 24,3% do 2,8 mln zł. Nastąpiło to z uwagi na niższe wydatki reklamowe w Gazeta.pl.

W pierwszym półroczu 2024 r. koszty operacyjne segmentu Internet były niższe o 15,2% i stanowiły 68,5 mln zł. Wpłynęło na to przede wszystkim zmniejszenie kosztów usług obcych o 31,1% do 26,2 mln zł. Wydatki te były niższe przede wszystkim w spółce Yieldbird, co wiązało się ze spadkiem kosztów dzierżawy powierzchni reklamowych i z niższymi wpływami ze sprzedaży usług reklamowych, a także w Gazeta.pl.

W omawianym okresie niższe były także koszty amortyzacji. Zmniejszyły się one o 28,3% do 4,3 mln, a ich spadek nastąpił głównie w Gazeta.pl.

Na spadek kosztów usług obcych oraz amortyzacji miały również wpływ sprzedaż spółki HRLink i przeniesienie Goldenline Sp. z o.o., które nie są już konsolidowane w ramach segmentu.

Koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników były w omawianym okresie 2024 r. wyższe o 1,0% w porównaniu do roku poprzedniego i wyniosły 29,3 mln zł. To przede wszystkim efekt wzrostu wynagrodzeń stałych w Gazeta.pl oraz w Yieldbird, przy niższych kosztach związanych ze sprzedażą spółki HRLink i przeniesieniem Goldenline Sp. z o.o. do Segmentu Prasa.

Koszty reprezentacji i reklamy w pierwszym półroczu 2024 r. zwiększyły się w porównaniu do 2023 r. o 1,5% do 6,7 mln zł, na co wpływ miały wyższe wydatki reklamowe w Gazeta.pl. Warto pamiętać, że na wzrost wydatków operacyjnych w tym okresie wpływ miała rezerwa na koszty restrukturyzacji w wysokości 1,1 mln zł.

3. ISTOTNE INFORMACJE O DZIAŁALNOŚCI INTERNETOWEJ

W czerwcu 2024 r. łączny zasięg serwisów grupy Agora wśród polskich internautów wyniósł 57%, a liczba użytkowników osiągnęła poziom 16,9 mln, co dało Grupie Agora siódme miejsce na rynku wg badania Mediapanel (ranking grup wydawców i domen niezgrupowanych). Użytkownicy wykonali 709 mln odsłon i spędzili na stronach Grupy Agora średnio 40 minut. [6]

W czerwcu 2024 r. przez urządzenia mobilne z serwisów grupy Agora skorzystało 16,4 mln internautów. Liczba odsłon wykonanych z urządzeń mobilnych wyniosła 605 mln, a odsetek odsłon mobilnych w serwisach Grupy Agora wyniósł 85% i był najwyższy wśród polskich portali horyzontalnych (Grupa Wirtualna Polska, Grupa RAS Polska, Grupa Polsat-Interia, Grupa Agora). [6]

Serwisy tworzone w ramach Grupy Agora zajmują wysokie pozycje w rankingach tematycznych. Według danych Mediapanelu za czerwiec 2024 r., Grupa Agora jest wiceliderem w kategorii 'Rodzicielstwo' (serwis edziecko.pl) oraz zajmuje trzecie miejsca w kategoriach: 'Informacje lokalne i regionalne' (serwisy lokalne wyborcza.pl, metrowarszawa.pl) oraz 'Sport' (serwisy sport.pl, sport.radiozet.pl). Serwisy grupy Agora zajmują także wysokie miejsca w kategoriach: 'Informacje i publicystyka – ogólne' (czwarte miejsce; m.in. serwisy wyborcza.pl, wiadomosci.gazeta.pl, wiadomosci.radiozet.pl, tokfm.pl), 'Wielotematyczne serwisy kobiece' (czwarte miejsce; serwisy kobieta.gazeta.pl, stylzycia.radiozet.pl, wysokieobsacy.pl), 'Plotki, życie gwiazd' (czwarte miejsce; serwis plotek.pl), oraz 'Moda i uroda' (czwarte miejsce; serwis avanti24.pl). [6]

4. NOWE INICJATYWY

1 kwietnia br. działalność operacyjną rozpoczęła Gazeta.pl Sp. z o.o., jedna ze spółek wydzielonych jako zorganizowana część przedsiębiorstwa w ramach procesu tworzenia nowego zarządczego modelu operacyjnego firmy. W skład czteroosobowego zarządu spółki weszli Agnieszka Siuzdak-Zyga, prezeska zarządu oraz Małgorzata Błada, Artur Birnbaum i Bartosz Wysocki.

PRZYPISY

[1] Wskaźnik „EBIT” stanowi zysk/(stratę) z działalności operacyjnej definiowaną jako zysk/(strata) netto określone zgodnie z MSSF z wyłączeniem przychodów i kosztów finansowych, udziału w zyskach/(stratach) netto jednostek wycenianych metodą praw własności oraz podatku dochodowego.

Wskaźnik „EBITDA” definiowany jest jako EBIT powiększony o amortyzację i odpisy z tytułu utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych, wartości niematerialnych i praw do użytkowania aktywów.

Wskaźniki „EBIT i EBITDA bez MSSF 16” definiowane są jako EBIT i EBITDA z wyłączeniem wpływu Międzynarodowego Standardu Sprawozdawczości Finansowej nr 16 Leasing.

W opinii Zarządu EBITDA stanowi przydatny uzupełniający wskaźnik finansowy, odzwierciedlający rentowność Grupy i jej poszczególnych segmentów operacyjnych. Zarząd zwraca uwagę, że EBIT i EBITDA nie są wskaźnikami określonymi w MSSF i nie mają ujednoliconego standardu. W związku z tym ich wyliczenie i prezentacja przez Grupę mogą być odmienne od stosowanych przez inne spółki.

EBIT i EBITDA dla segmentów operacyjnych wyliczane są po kosztach bezpośrednio przypisanych do danego segmentu Grupy oraz po kosztach alokowanych do segmentów, bez alokacji kosztów ogólnofirmowych Spółki (np. kosztów ogólnokorporacyjnych i Zarządu Agory S.A.), które są zawarte w pozycjach uzgadniających.

Ponadto, EBIT na poziomie poszczególnych segmentów operacyjnych nie zawiera amortyzacji konsolidacyjnej opisanej w nocie 4 do skróconego skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

[2] Dane dotyczące sprzedaży biletów w kinach należących do sieci Helios są danymi księgowymi, raportowanymi zgodnie z pełnymi okresami kalendarzowymi.

[3] Dane dotyczą reklam i ogłoszeń w sześciu mediach (prasa, radio, telewizja, reklama zewnętrzna, internet, kino). W niniejszym sprawozdaniu Agora skorygowała dane dotyczące wydatków na reklamę kinową w pierwszym kwartale 2024 r., wydatków na reklamę internetową w pierwszym i drugim kwartale 2023 r. oraz w pierwszym kwartale 2024 r. a także wydatków na reklamę telewizyjną w drugim kwartale 2023 r.

O ile wyraźnie nie zaznaczono inaczej, prezentowane w treści niniejszego komentarza dane dotyczące poziomu rynkowych wydatków na reklamę w prasie i radiu są szacowane przez Agorę z uwzględnieniem poziomu średniego rabatu i podawane są w cenach bieżących. Z tego względu, biorąc pod uwagę presję rabatową i wyprzedaż przez media czasów/powierzchni reklamowej, dane te mogą być obciążone pewnymi błędami, które będą korygowane na bieżąco przez Spółkę.

Dane dla prasy dotyczą jedynie ogłoszeń wymiarowych, z pominięciem insertów, ogłoszeń drobnych i nekrologów. Jako podstawę do szacunków użyto wydatków cennikowych z monitoringu Kantar Media.

Wydatki na reklamę w telewizji, kinie i w internecie oparte są na wstępnych szacunkach domu mediowego Publicis Media; szacunki rynku telewizyjnego obejmują kwoty związane z emisją regularnej reklamy oraz wskazań sponsorskich wraz z lokowaniem produktu, nie zawierają natomiast kwot związanych z telezakupami lub innymi formami promocji.

[4] Dane dotyczące "sprzedaży" dla płatnych dzienników prezentowane są według informacji Polskich Badań Czytelnictwa (PBC). Używane w niniejszym komentarzu pojęcie „sprzedaż” oznacza „sprzedaż wydania” z deklaracji składanych przez wydawców do PBC. Wszystkie średnie wyliczane są z danych prezentowanych przez PBC.

[5] Definicje wskaźników:

$$\text{Rentowność sprzedaży netto} = \frac{\text{Zysk/strata netto przypadający na akcjonariuszy jednostki dominującej}}{\text{Przychody ze sprzedaży}}$$

$$\text{Rentowność sprzedaży brutto} = \frac{\text{Zysk/strata brutto ze sprzedaży}}{\text{Przychody ze sprzedaży}}$$

$$\text{Rentowność kapitału} = \frac{\text{Zysk/strata netto przypadający na akcjonariuszy jednostki dominującej}}{(\text{Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej na początek okresu} + \text{Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej na koniec okresu}) / 2}$$

(/ 2 dla danych półrocznych i 4 dla danych kwartalnych)

$$\text{Szybkość obrotu należności} = \frac{(\text{Należności z tytułu dostaw i usług brutto na początek okresu} + \text{Należności z tytułu dostaw i usług brutto na koniec okresu}) / 2}{\text{Przychody ze sprzedaży} / \text{liczba dni}}$$

$$\text{Szybkość obrotu zobowiązań} = \frac{(\text{Zobowiązania z tytułu dostaw i usług na początek i na koniec okresu} + \text{rozliczenia międzyokresowe z tytułu niezafakturowanych kosztów na początek i na koniec okresu}) / 2}{(\text{Koszt własny sprzedaży} + \text{koszty sprzedaży} + \text{koszty ogólnego zarządu}) / \text{liczba dni}}$$

$$\text{Szybkość obrotu zapasów} = \frac{(\text{Zapasy na początek okresu} + \text{Zapasy na koniec okresu}) / 2}{\text{Koszt własny sprzedaży} / \text{liczba dni}}$$

$$\text{Wskaźnik płynności I} = \frac{\text{Aktywa obrotowe}}{\text{Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe}}$$

$$\text{Stopa zadłużenia} = \frac{\text{Zobowiązania krótkoterminowe i długoterminowe z tytułu kredytów i leasingu – środki pieniężne i inne aktywa pieniężne – aktywa finansowe o wysokim stopniu płynności}}{\text{Suma pasywów}}$$

$$\text{Wskaźnik pokrycia odsetek} = \frac{\text{Zysk/strata na działalności operacyjnej}}{\text{Koszty odsetek}}$$

$$\text{Kasowy wskaźnik pokrycia odsetek} = \frac{\text{Wolne przepływy pieniężne*}}{\text{Koszty odsetek}}$$

* Wolne przepływy pieniężne = Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej + Wydatki inwestycyjne na rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne, z wyłączeniem wydatków inwestycyjnych poniesionych na wyposażenie kin w zakresie, w jakim są one odsprzedawane właścicielom nieruchomości, w których zlokalizowane są kina.

[6] Dane dotyczące liczby użytkowników (real users), odsłon oraz czasu spędzonego przez użytkowników pochodzą z badania Mediapanel. Dane obejmują użytkowników w wieku 7 lat lub więcej, łączących się z serwerów znajdujących się na terenie Polski i dotyczą domen przypisanych do Agory SA w prowadzonym przez Gemius SA Rejestrze Usługodawców i Grup Usługodawców. Dane o serwisach Grupy Agora audytowane są przez Gemius SA.

Od października 2020 r. obowiązuje nowa metodologia badania: badanie cross-mediowe Mediapanel zastąpiło wcześniejsze badanie o nazwie Gemius/PBI i tym samym wyniki nie są porównywalne z okresami wcześniejszymi.

Dane odzwierciedlają zarówno dane platform PC i mobile, zarówno ruch przez www, jak i poprzez aplikacje mobilne (Gazeta.pl LIVE, Sport.PL LIVE, Moje Dziecko, Moja Cięża, Tuba.fm, Aplikacja Gazeta Wyborcza, Clou). Prezentowane są także dane łączne.

[7] Źródło: raport IGRZ o sytuacji reklamy OOH w Polsce opracowany przez Izbę Gospodarczą Reklamy Zewnętrznej we współpracy z domem mediowym Publicis Media. Od 2024 roku liczba podmiotów raportujących do Izby Gospodarczej Reklamy Zewnętrznej uległa zwiększeniu. Podawana dynamika rynku reklamy zewnętrznej dotyczy porównywalnej liczby podmiotów w pierwszym i drugim kwartale 2023 i 2024 roku. Analogicznie, aby zachować porównywalność danych, dynamika całego rynku reklamowego oraz udziały mediów liczone są w analogiczny sposób - dotyczą porównywalnej liczby podmiotów rynku reklamy zewnętrznej. Natomiast prezentowane w niniejszym sprawozdaniu udziały grupy AMSu w pierwszym i drugim kwartale 2024 dotyczą już pełnej listy podmiotów raportujących w tym okresie do Izby Gospodarczej Reklamy Zewnętrznej.

[8] Dane o udziałach w słuchalności pochodzą z badania RadioTrack, przeprowadzanego przez firmę Kantar Polska na populacji Polski w grupie wiekowej 15+; próba ogólnopolska za kwiecień-czerwiec w 2023 r.: 20 963, w 2024 r.: 21 037; próba miast 100 tys+ za kwiecień-czerwiec w 2023 r.: 10 394, w 2024 r.: 9 652; próba ogólnopolska za styczeń-czerwiec w 2023 r.: 41 902, w 2024 r.: 42 079; próba miast 100 tys+ za styczeń-czerwiec w 2023 r.: 20 619, w 2024 r.: 16 876.

[9] Ze względu na to, że dystrybutor filmowy UIP Poland nie raportuje wyników swoich filmów, dane rynkowe dotyczące sprzedaży biletów są szacunkami grupy Helios opartymi o dane Boxoffice.pl (kinowy) na podstawie informacji przekazywanych przez pozostałych dystrybutorów filmowych oraz sieci kinowe. Sprzedaż biletów do kin raportowana jest w okresach, które nie są tożsame z kalendarzowym miesiącem, kwartałem czy rokiem. Liczba sprzedanych biletów w danym okresie mierzona jest począwszy od pierwszego piątku danego miesiąca, kwartału czy roku do pierwszego czwartku przypadającego w następnym miesiącu, kwartale czy roku raportowym.

V. INFORMACJE UZUPEŁNIAJĄCE

1. ISTOTNE WYDARZENIA

▀ Zbycie udziałów w spółce HRlink Sp. z o.o.

Ujawnienie opóźnionej informacji poufnej dotyczącej rozpoczęcia przez Spółkę negocjacji w przedmiocie zbycia udziałów w spółce HRlink Sp. z o.o.

W raporcie bieżącym z dnia 4 stycznia 2024 r. na podstawie art. 17 ust. 1 i 4 Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 596/2014 z dnia 16 kwietnia 2014 roku w sprawie nadużyć na rynku (rozporządzenie w sprawie nadużyć na rynku) oraz uchylającego dyrektywę 2003/6/WE Parlamentu Europejskiego i Rady i dyrektywy Komisji 2003/124/WE, 2003/125/WE i 2004/72/WE ("MAR"), Zarząd spółki Agora S.A. („Spółka”) („Zarząd”) przekazał opóźnioną w dniu 29 listopada 2023 roku informację poufną dotyczącą rozpoczęcia przez Spółkę negocjacji z eRecruitment Solutions Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, której jedynym współnikiem jest Grupa Pracuj S.A. ("eRecruitment Solutions") w przedmiocie zbycia udziałów w spółce HRlink Sp. z o.o. („Informacja Poufna”) („Negocjacje”).

Treść opóźnionej Informacji Poufnej:

Zarząd spółki Agora S.A. z siedzibą w Warszawie ("Spółka"), niniejszym informuje, że w dniu dzisiejszym, wobec ustalenia przez Spółkę i eRecruitment Solutions podstawowych założeń transakcji, Spółka podjęła decyzję o rozpoczęciu negocjacji z Erecruitment Solutions w przedmiocie zbycia udziałów w spółce HRlink Sp. z o.o z siedzibą w Warszawie („HRlink”).

Rozpoczęcie opisanych powyżej negocjacji nie oznacza, że dane negocjacje zakończą się ustaleniem ostatecznych warunków zbycia udziałów w HRlink.

Przyczyny uzasadniające opóźnienie przekazania Informacji Poufnej do publicznej wiadomości:

W ocenie Zarządu opóźnienie przekazania powyższej Informacji Poufnej spełniało w momencie podjęcia decyzji o opóźnieniu warunki określone w MAR oraz w wytycznych Europejskiego Urzędu Nadzoru Giełd i Papierów Wartościowych (ESMA) dotyczących opóźnienia ujawnienia informacji poufnych i interakcji z nadzorem ostrożnościowym z dnia 13 kwietnia 2022 roku („Wytyczne ESMA”).

W ocenie Zarządu niezwłoczne ujawnienie Informacji Poufnej rodziło ryzyko negatywnego wpływu na przebieg i wynik Negocjacji, oraz prawdopodobieństwo ich finalizacji. Ujawnienie informacji o rozpoczęciu przez Spółkę Negocjacji mogłoby przyczynić się do ingerencji stron trzecich, co mogło mieć negatywny wpływ na czas trwania Negocjacji oraz ich warunki.

Powyższe mogło, w szczególności, skutkować uzyskaniem warunków gorszych aniżeli w przypadku utrzymania informacji w poufności, a nawet brakiem pomyślnego zakończenia negocjacji w przyszłości. W ocenie Zarządu, powyższe przesłanki spełniają kryteria możliwości naruszenia uzasadnionego prawnie interesu emitenta określonych w pkt 5.1.10a Wytycznych ESMA.

Z uwagi na trudny do przewidzenia wynik prowadzonych negocjacji, Zarząd uznał, że podanie do publicznej wiadomości Informacji Poufnej mogłoby spowodować niewłaściwą ocenę tej informacji i jej potencjalnego wpływu na wartość Spółki przez opinię publiczną.

W ocenie Spółki nie istniały przesłanki wskazujące na to, że opóźnienie ujawnienia Informacji Poufnej mogłoby prawdopodobnie wprowadzić w błąd opinię publiczną.

Spółka podjęła również działania i zastosowała środki niezbędne do zachowania w poufności Informacji Poufnej do momentu podania jej do publicznej wiadomości, w szczególności poprzez wdrożenie na poziomie grupy kapitałowej Spółki wewnętrznej procedury obiegu i ochrony informacji. W momencie podjęcia decyzji o opóźnieniu podania do

publicznej wiadomości Informacji Poufnej, zgodnie z art. 18 MAR, została sporządzona lista osób posiadających do dostępu do Informacji Poufnej, która była na bieżąco monitorowana i w razie potrzeby aktualizowana.

Zgodnie z treścią art. 17 ust. 4 MAR, natychmiast po publikacji niniejszego raportu Spółka poinformuje Komisję Nadzoru Finansowego o opóźnieniu ujawnienia Informacji Poufnej wraz ze wskazaniem spełnienia przesłanek takiego opóźnienia.

Zakończenie negocjacji i sprzedaż udziałów w spółce HRLink Sp. z o.o.

W raporcie bieżącym z dnia 4 stycznia 2024 r. Zarząd Agory S.A. z siedzibą w Warszawie („Agora”), w nawiązaniu do raportu bieżącego nr 1/2024 z dnia 4 stycznia 2024 r., poinformował, że 4 stycznia 2024 r. Agora zawarła z eRecruitment Solutions sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, spółką należącą do grupy kapitałowej Grupa Pracuj S.A. („eRecruitment Solutions”) umowę sprzedaży całości posiadanych przez Agorę udziałów w spółce HRLink Sp. z o.o. z siedzibą w Szczecinie („HRLink”) („Transakcja”).

W wyniku Transakcji, Agora zbyła wszystkie posiadane w HRLink udziały (tj. 95 udziałów, stanowiących 79,83% kapitału zakładowego HRLink) za cenę 6.204.196,53 zł.

W konsekwencji Transakcji wygasła umowa inwestycyjna dotycząca HRLink zawarta pomiędzy Agorą a osobami fizycznymi będącymi mniejszościowymi udziałowcami HRLink oraz HRLink, o której Agora informowała w raporcie bieżącym nr 25/2019 z 12 września 2019 r.

Transakcja nie objęła spółki Goldenline Sp. z o.o. – spółki, w której HRLink posiadał 100% kapitału zakładowego. Spółka Goldenline sp. z o.o. pozostaje w grupie kapitałowej Agora.

Agora informowała o inwestycji w HRLink w raportach bieżących nr 23/2019 z 29 sierpnia 2019 r. i 25/2019 z 12 września 2019 r. Przeprowadzenie Transakcji oznacza zakończenie inwestycji w HRLink przez Agorę.

▶ Procedura zmniejszenia zatrudnienia w Spółce

▶ Rozpoczęcie procedury konsultacji w sprawie zmniejszenia zatrudnienia w spółce Agora S.A.

W raporcie bieżącym z dnia 9 stycznia 2024 r. Zarząd Spółki poinformował, że w dniu 9 stycznia 2024 roku, zgodnie z postanowieniami ustawy z dnia 13 marca 2003 roku o szczególnych zasadach rozwiązywania z pracownikami stosunków pracy z przyczyn niedotyczących pracowników, podjął uchwałę o wdrożeniu procedury zwolnień grupowych i o rozpoczęciu konsultacji w sprawie zwolnień grupowych ze związkami zawodowymi działającymi przy Spółce. Dodatkowo, w związku z ustawą z dnia 7 kwietnia 2006 roku o informowaniu pracowników i przeprowadzaniu z nimi konsultacji, konsultacje prowadzone były również z Radą Pracowników Spółki.

Zamiarem Zarządu Spółki było przeprowadzenie zwolnień do 190 pracowników zatrudnionych w Spółce w obszarze Prasa Cyfrowa i Drukowana oraz Internet (co stanowi 14,15% wszystkich zatrudnionych w Spółce na dzień 9 stycznia 2024 r.), w okresie od 5 lutego 2024 do 31 marca 2024 r.

Przyczyną zamierzonego zwolnienia grupowego w obszarze Prasa Cyfrowa i Drukowana były czynniki rynkowe wynikające ze stałego trendu spadkowego sprzedaży prasy drukowanej związanego z odpływem czytelników do innych kanałów komunikacji, natomiast w obszarze Internet przyczyną jest wyraźne pogorszenie przychodów ze sprzedaży reklam w modelu open market oraz wzrost pozycji platform globalnych. Z uwagi na te czynniki Spółka musi podjąć działania zmierzające do dostosowania się do zmieniającego otoczenia rynkowego i oczekiwań odbiorców, a przeprowadzana restrukturyzacja była warunkiem koniecznym do ustabilizowania sytuacji finansowej obszarów Prasa Cyfrowa i Drukowana oraz Internet, jak i zadbania o ich stabilność i rozwój oraz pozycję rynkową w następnych latach.

Spółka przeprowadziła te zmiany z dbałością o pracowników oferując im ustawowe odprawy i świadczenie dodatkowe, którego wysokość i warunki przyznania będą przedmiotem ustaleń ze związkami zawodowymi.

Zarząd Spółki w dniu 9 stycznia 2024 r. zwrócił się do związków zawodowych działających przy Spółce i Rady Pracowników Spółki o przystąpienie do konsultacji w powyższej sprawie oraz powiadomi właściwy urząd pracy o zamiarze przeprowadzenia zwolnień grupowych w Spółce.

Zawarcie porozumienia w sprawie zwolnienia grupowego w Agora S.A.

W raporcie bieżącym z dnia 29 stycznia 2024 r. Zarząd Agory S.A. ("Spółka") z siedzibą w Warszawie, w nawiązaniu do raportu bieżącego nr 3/2024 z dnia 9 stycznia 2024 r., poinformował o:

(i) zawarciu przez Spółkę, w dniu 29 stycznia 2024 roku, porozumienia ze związkami zawodowymi działającymi przy Spółce (które wyczerpuje dyspozycję przepisu art. 3 ust. 1 Ustawy z dnia 13 marca 2003 roku o szczególnych zasadach rozwiązywania z pracownikami stosunków pracy z przyczyn niedotyczących pracowników) oraz z radą pracowników Spółki (które stanowi porozumienie w trybie przepisów Ustawy z dnia 7 kwietnia 2006 r. o informowaniu pracowników i przeprowadzaniu z nimi konsultacji) ("Porozumienie"),

(ii) podjęciu przez Zarząd Spółki, w dniu 29 stycznia 2024 r., uchwały o przeprowadzeniu zwolnienia grupowego w Spółce na zasadach określonych w zawartym Porozumieniu.

Zwolnienie grupowe zostały przeprowadzone w okresie od 12 lutego 2024 do 31 marca 2024 roku i objęły do 180 pracowników.

Na mocy Porozumienia zwalniani pracownicy otrzymają wsparcie szersze niż to, które wynika z obowiązujących Spółkę przepisów prawa. W przypadku zawarcia porozumienia o rozwiązaniu stosunku pracy, do odprawy wynikającej z przepisów prawa doliczone zostanie dodatkowe odszkodowanie, którego wysokość zależała od stażu pracy danego pracownika w Spółce oraz dodatkowe świadczenie dla osób, które przed zatrudnieniem miały zawartą ze Spółką umowę cywilnoprawną przez okres co najmniej 1 roku. Pracownicy objęci zostaną także działaniami osłonowymi obejmującymi m.in. wsparcie w poszukiwaniu pracy oraz przekwalifikowaniu, opiekę psychologiczną oraz podstawową opiekę medyczną do końca 2024. Spółka, zgodnie z wymogami prawa, przekaze stosowne informacje, w tym treść zawartego Porozumienia Powiatowemu Urzędowi Pracy.

Spółka w ww. Raporcie wskazywała, że rezerwa z tytułu zwolnień grupowych obciążająca wynik Spółki i Grupy Agora w pierwszym kwartale 2024 r. wyniesie około 10 mln zł. Ostatecznie, koszty z tytułu zwolnień grupowych, które obciążą wynik Spółki i Grupy Agora w drugim kwartale 2024 r. wyniosły 8,3 mln zł.

▀ Terminy publikacji raportów okresowych w 2024 r.

W raporcie bieżącym z dnia 25 stycznia 2024 r. Zarząd Spółki poinformował o zamiarze przekazywania w roku obrotowym 2024 skonsolidowanych raportów okresowych w następujących terminach:

I. Skonsolidowane raporty kwartalne:

- za pierwszy kwartał 2024 r. - 24 maja 2024 r.,

- za trzeci kwartał 2024 r. - 15 listopada 2024 r.

II. Skonsolidowany raport za pierwsze półrocze 2024 r. - 14 sierpnia 2024 r.

III. Raport roczny i skonsolidowany raport roczny za 2023 r. - 20 marca 2024 r.

Jednocześnie Spółka poinformowała, że:

- na podstawie § 62 ust. 1 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 29 marca 2018 r. w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne

informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim („Rozporządzenie”) nie będzie publikowała jednostkowych raportów kwartalnych. W związku z czym skonsolidowane raporty kwartalne będą zawierały kwartalną informację finansową;

- na podstawie § 62 ust. 3 Rozporządzenia nie będzie publikowała jednostkowego raportu półrocznego, w związku z czym w skonsolidowanym raporcie półrocznym będzie zamieszczone skrócone półroczne sprawozdanie finansowe wraz z raportem podmiotu uprawionego do badania sprawozdań oraz skróconą informacją dodatkową;

- na podstawie § 79 ust. 2 Rozporządzenia nie będzie publikowała skonsolidowanego raportu kwartalnego za czwarty kwartał 2023 r. oraz za drugi kwartał 2024 r.

Wszystkie raporty okresowe zostaną umieszczone na stronie internetowej Spółki www.agora.pl w zakładce Dla inwestorów/raporty finansowe.

Uczestnictwo w postępowaniu zainicjowanym przez grupę europejskich wydawców przeciwko Google Netherlands B.V.

W raporcie bieżącym z dnia 28 lutego 2024 r. Zarząd Agory S.A. z siedzibą w Warszawie (dalej: „Agora”) informuje, że w dniu 28 lutego 2024 r., w holenderskim Sądzie Okręgowym w Amsterdamie (Gerechtshof) został złożony pozew przeciwko Google Netherlands B.V. (dalej: „Pozwany”), w którym spółka Greyfield Capital (dalej: „Powód”) domaga się od Pozwanego odszkodowania wynikającego z roszczeń europejskich wydawców publikacji prasowych, w kwocie około 2,1 mld Euro z tytułu naruszenia zasad uczciwej konkurencji na europejskim rynku technologii reklamy internetowej w latach 2014 -2023.

Jedną z ponad 30 europejskich mediowych grup kapitałowych zaangażowanych we wszczęty proces jest Agora oraz jej spółki zależne: Grupa Radiowa Agory Sp. z o.o. oraz Eurozet Sp. z o.o. Z uwagi na charakter wszczętego postępowania europejscy wydawcy dokonali na rzecz Powoda (spółki celowej) przelewu wierzytelności odszkodowawczych należnych z powodu działań naruszających uczciwą konkurencję przez grupę kapitałową Pozwanego. Powód w interesie i w imieniu wydawców wszczął postępowanie przed sądem jurysdykcji holenderskiej, który w wyniku wcześniejszej analizy prawnej został oceniony jako właściwy dla prowadzenia sprawy dotyczącej odszkodowań na terenie kilkunastu państw Unii Europejskiej.

Argumentacja w przedmiocie zasadności dochodzonych roszczeń opiera się w głównym przedmiocie na wcześniejszej prawomocnej decyzji z dnia 7 czerwca 2021 r. (nr 21-D-11) francuskiego organu ochrony konkurencji (Autorité de la concurrence), który stwierdził, że Google nadużywał swojej dominującej pozycji na rynku technologii reklamy internetowej i nałożył na niego karę 220 mln Euro.

Kwota roszczenia została obliczona przez współpracujący z Powodem zespół ekspertów ekonomicznych z Charles River Associates (CRA International, Inc.) na podstawie analiz i testów rynkowych, publicznych informacji oraz danych dostarczonych przez wydawców. Potencjalne odszkodowanie należne spółkom z grupy kapitałowej Agora zostało ocenione na wartość ponad 44 mln Euro. Należy zaznaczyć, że powyższe kwoty stanowią szacunek wysokości odszkodowania obliczony przez CRA International, Inc. i w konsekwencji wskazane kwoty nie są ostateczne i mogą ulec zmianie w szczególności z powodu ewentualnego miarkowania dokonanego przez sąd oraz koniecznych do poniesienia dodatkowych kosztów i wynagrodzeń na rzecz doradców. Warto również zaznaczyć, iż postępowanie wszczęte przez Powoda ma w dużej mierze charakter precedensowy i będzie bazowało na analizach i szacunkach stron, co również wpływa na zwiększenie niepewności zarówno w zakresie jego wyniku jak i ewentualnej kwoty zasądzanego odszkodowania.

Powód współpracuje z europejskimi kancelariami prawnymi – Geradin Partners Limited oraz Stek Advocaten B.V. Podmiotem finansującym postępowanie jest Harbour Fund V L.P., który ponosi również ryzyko ewentualnego niepowodzenia w zakresie dochodzonego roszczenia (tj. poniesie koszty procesu i wynagrodzeń doradców w razie braku zasądzenia odszkodowania od Pozwanego). W przypadku, uzyskania przez Powoda odszkodowania jego odpowiednia część przypadająca na Agora oraz jej spółki zależne, po potrąceniu kosztów procesu i wynagrodzeń doradców i finansującego postępowanie, zostanie przekazana do Agora oraz jej spółek zależnych.

Agora będzie informowała o istotnych zdarzeniach dotyczących postępowania będącego przedmiotem niniejszego raportu zgodnie z wymogami prawa.

Podwyższenie kapitałów zakładowych spółek zależnych

W raporcie bieżącym z dnia 1 kwietnia 2024 r. w nawiązaniu do raportu bieżącego Spółki nr 18/2023 z 27 marca 2023 r. dotyczącego uchwał podjętych po przerwie w obradach Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki w dniu 27 marca 2023 r., w tym uchwał ws. wyrażenia zgody na zbycie na rzecz określonych spółek zależnych zorganizowanych części przedsiębiorstwa Spółki („Zbycie ZCP”) oraz do raportu bieżącego Spółki nr 39/2023 z 20 grudnia 2023 r. dotyczącego decyzji kierunkowej Zarządu Spółki w kwestii Zbycia ZCP, w ramach której Zarząd Spółki zdecydował o ograniczeniu projektu Zbycia ZCP na rzecz spółek zależnych do następujących wybranych ZCP: (i) ZCP przeznaczonych do prowadzenia działalności Wydawnictwa Agora, (ii) ZCP przeznaczonych do prowadzenia działalności portalu Gazeta.pl, (iii) ZCP przeznaczonych do prowadzenia działalności Gazety Wyborczej i (iv) ZCP przeznaczonych do prowadzenia działalności w zakresie utrzymania, korzystania i pobierania pożytków z nieruchomości Spółki, Zarząd Spółki poinformował, że w dniu 1 kwietnia 2024 r. odbyły się zgromadzenia wspólników następujących spółek zależnych w związku ze Zbyciem ZCP:

- Wyborcza Sp. z o.o.,
- Gazeta.pl Sp. z o.o.,
- AGORA KSIĄŻKA I MUZYKA Sp. z o.o., oraz
- Czerska 8/10 Sp. z o.o.

(łącznie jako „Spółki Zależne”),

na których zostały podjęte uchwały dotyczące podwyższenia kapitałów zakładowych i zmiany aktów założycielskich Spółek Zależnych.

Spółka poinformowała ponadto, że w dniu 1 kwietnia 2024 r., w związku ze Zbyciem ZCP, zostały podpisane umowy wniesienia wkładów niepieniężnych (aportów) na podwyższony kapitał zakładowy pomiędzy Spółką a każdą ze Spółek Zależnych.

Zmiana do umowy o kredyt w rachunku bieżącym oraz do umowy o kredyt inwestycyjny zawartych przez Spółkę z Santander Bank Polska S.A.

W raporcie bieżącym z dnia 11 kwietnia 2024 r. Zarząd spółki Agora S.A. z siedzibą w Warszawie („Agora”, „Spółka”) w nawiązaniu do raportu bieżącego nr 11/2022 z 14 kwietnia 2022 roku i 10/2023 z dnia 27 lutego 2023 roku poinformował o zmianie wprowadzonej do umowy o kredyt w rachunku bieżącym oraz do umowy o kredyt inwestycyjny zawartych przez Spółkę z Santander Bank Polska S.A. z siedzibą w Warszawie („Bank”).

Na mocy aneksu do umowy o kredyt w rachunku bieżącym przedłużono okres dostępności kredytu w rachunku bieżącym do dnia 30 czerwca 2024 r.

Ponadto, aneksy do umowy o kredyt w rachunku bieżącym oraz do umowy o kredyt inwestycyjny wprowadzają dodatkowe zabezpieczenia wierzytelności Banku w formie poręczeń w wysokości 150% kwoty kredytu udzielonych przez spółki zależne Agory, tj. Wyborcza Sp. z o.o., Gazeta.pl Sp. z o.o., Czerska 8/10 Sp. z o.o. oraz Agora Książka i Muzyka Sp. z o.o.

Pozostałe istotne postanowienia umowy pozostały bez zmian.

Zmiana do umowy o kredyt w rachunku bieżącym zawartym przez Spółkę z Santander Bank Polska S.A.

W raporcie bieżącym z dnia 29 maja 2024 r., w nawiązaniu do raportów bieżących nr 10/2022 z dnia 28 marca 2022 r., nr 11/2022 z dnia 14 kwietnia 2022 roku oraz nr 10/2024 z dnia 11 kwietnia 2024 roku, informuje, że w dniu 29 maja 2024 r. Spółka zawarła z Santander Bank Polska Spółka Akcyjna aneks nr 2 do Umowy o Kredyt w Rachunku Bieżącym nr K00245/22 z dnia 14 kwietnia 2022 r. wraz z późniejszymi zmianami („Aneks”, „Umowa”).

Na mocy Aneksu strony ustaliły, że z postanowień Umowy wykreślone zostaje zabezpieczenie w postaci Gwarancji Płynnościowej PLG FGP w wysokości stanowiącej 80,00% kwoty kredytu, tj. 28.000.000,00 PLN na okres do dnia 13 lipca 2024 r.

Pozostałe warunki Umowy nie zostały istotnie zmienione.

▶ **Nabycie 49% udziałów w kapitale zakładowym Eurozet Sp. z o.o.**

▶ **Rozpoczęcie negocjacji w sprawie pozyskania finansowania**

W raporcie bieżącym z dnia 15 kwietnia 2024 r. Zarząd Spółki poinformował, że Spółka rozpoczęła negocjacje z instytucjami finansowymi działającymi na rynku polskim w sprawie pozyskania finansowania dla całości lub części Grupy Kapitałowej Agora S.A.

Pozyskane finansowanie zostanie w szczególności przeznaczone na nabycie 49 % udziałów w kapitale zakładowym Eurozet sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie oraz refinansowanie obecnego zadłużenia całości lub części Grupy Kapitałowej Agora S.A. Zamiarem Spółki jest pozyskanie finansowania do łącznej kwoty 362 mln zł.

Rozpoczęcie opisanych powyżej negocjacji nie oznacza, że negocjacje zakończą się pozyskaniem przez Spółkę finansowania. Pozyskanie finansowania będzie uzależnione m.in. od pozytywnych decyzji komitetów kredytowych poszczególnych instytucji finansowych, podjęcia odpowiednich uchwał korporacyjnych przez poszczególne spółki z Grupy Kapitałowej Agora S.A. oraz zawarcia odpowiednich umów i podpisania innej odpowiedniej dokumentacji. Agora będzie informowała o dalszych etapach procesu zgodnie z wymaganiami nakładanymi przez przepisy prawa.

▶ **Zawarcie umowy kredytów terminowych oraz kredytów obrotowych**

W raporcie bieżącym z dnia 29 maja 2024 r. Zarząd Spółki, w nawiązaniu do raportu bieżącego nr 11/2024 z dnia 15 kwietnia 2024 r., poinformował, że 29 maja 2024 r. została zawarta Umowa kredytów terminowych oraz kredytów obrotowych („Umowa Kredytów”) pomiędzy Spółką, spółkami Helios S.A. z siedzibą w Łodzi („Helios”) oraz AMS S.A. z siedzibą w Warszawie („AMS”) – jako pierwotnymi kredytobiorcami („Pierwotni Kredytobiorcy”) – oraz spółką Doradztwo Mediowe sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie – jako pierwotnym poręczycielem – a konsorcjum banków w składzie: Santander Bank Polska S.A. z siedzibą w Warszawie, który został organizatorem, agentem kredytu, agentem zabezpieczeń oraz pierwotnym kredytodawcą („Santander”, „Agent Kredytu”) oraz Bank Handlowy w Warszawie S.A. z siedzibą w Warszawie, który został organizatorem oraz pierwotnym kredytodawcą („Bank Handlowy”) (łącznie jako „Pierwotni Kredytodawcy”), na podstawie której, zgodnie z warunkami w niej wskazanymi, Pierwotni Kredytodawcy zgodzili się udzielić Pierwotnym Kredytobiorcom kredytów w łącznej kwocie do 362 mln PLN.

Na mocy Umowy Kredytów i po spełnieniu warunków dotyczących ustanowienia prawnych zabezpieczeń spłaty kredytów udzielanych na podstawie Umowy Kredytów oraz spełnieniu innych warunków (wymagań) standardowo stosowanych przy udzielaniu kredytów o porównywalnej wysokości lub przeznaczeniu, Kredytobiorcom będą mogli zostać wypłacone środki w ramach następujących kredytów:

- i. Kredyt terminowy A udzielony Agorze w wysokości 104.000.000 PLN z 5-letnim okresem spłaty w równych ratach kapitałowych płatnych w ostatnim dniu roboczym kwartału kalendarzowego;
- ii. Kredyt terminowy B udzielony Agorze w wysokości 104.000.000 PLN z terminem spłaty (zapadalności) przypadającym w dniu 5. rocznicy podpisania Umowy Kredytów;
- iii. Kredyt terminowy A udzielony Helios w wysokości 19.000.000 PLN z 5-letnim okresem spłaty w równych ratach kapitałowych płatnych w ostatnim dniu roboczym kwartału kalendarzowego;
- iv. Kredyt terminowy B udzielony Helios w wysokości 19.000.000 PLN z terminem spłaty (zapadalności) przypadającym w dniu 5. rocznicy podpisania Umowy Kredytów;
- v. Kredyt obrotowy udzielony Agorze przez Santander do maksymalnej kwoty 33.000.000 PLN, obejmujący limit gwarancyjny do maksymalnej kwoty 3.000.000 PLN z 3-letnim okresem dostępności (z możliwością wydłużenia okresu dostępności o kolejne 2 lata pod warunkiem uzyskania zgody Kredytodawców na takie wydłużenie);
- vi. Kredyt obrotowy udzielony Helios przez Santander do maksymalnej kwoty 25.000.000 PLN, obejmujący limit gwarancyjny do maksymalnej kwoty 19.000.000 PLN z 3-letnim okresem dostępności (z możliwością wydłużenia okresu dostępności o kolejne 2 lata pod warunkiem uzyskania zgody Kredytodawców na takie wydłużenie);
- vii. Kredyt obrotowy udzielony Agorze przez Bank Handlowy do maksymalnej kwoty 5.000.000 PLN z 3-letnim okresem dostępności (z możliwością wydłużenia okresu dostępności o kolejne 2 lata pod warunkiem uzyskania zgody Kredytodawców na takie wydłużenie);

- viii. Kredyt obrotowy udzielony Helios przez Bank Handlowy do maksymalnej kwoty 38.000.000 PLN, obejmujący limit gwarancyjny do maksymalnej kwoty 18.000.000 PLN z 3-letnim okresem dostępności (z możliwością wydłużenia okresu dostępności o kolejne 2 lata pod warunkiem uzyskania zgody Kredytodawców na takie wydłużenie);
- ix. Kredyt obrotowy udzielony AMS przez Bank Handlowy do maksymalnej kwoty 15.000.000 PLN, obejmujący limit gwarancyjny do maksymalnej kwoty 10.000.000 PLN z 3-letnim okresem dostępności (z możliwością wydłużenia okresu dostępności o kolejne 2 lata pod warunkiem uzyskania zgody Kredytodawców na takie wydłużenie);

Poszczególne kredyty mogą być przeznaczone przez Pierwotnych Kredytobiorców na następujące cele:

- a. Kredyty wskazane w pkt (i) i (ii) na: (i) finansowanie lub refinansowanie nabycia przez Spółkę 49% udziałów w kapitale zakładowym spółki Eurozet sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie oraz kosztów i opłat związanych z tym nabyciem, (ii) refinansowaniem istniejącego zadłużenia Spółki oraz kosztów i opłat związanych z tym zadłużeniem, (iii) finansowanie lub refinansowanie kosztów i opłat wynikających z Umowy Kredytów i związanych z nią dokumentów finansowych oraz (iv) finansowanie (refinansowanie) kosztów poniesionych przez Spółkę na spłatę pożyczki od SFS Ventures s.r.o. spłaconej dniu 29 grudnia 2023 r. w kwocie nie wyższej niż 21.000.000 PLN;
- b. Kredyty wskazane w pkt (iii) i (iv) na: (i) refinansowaniem istniejącego zadłużenia Helios oraz kosztów i opłat związanych z tym zadłużeniem oraz (ii) finansowanie lub refinansowanie kosztów i opłat wynikających z Umowy Kredytów i związanych z nią dokumentów finansowych;
- c. Kredyty wskazane w pkt (v) – (ix) na (i) refinansowanie istniejącego zadłużenia Pierwotnych Kredytobiorców oraz kosztów i opłat związanych z tym zadłużeniem oraz (ii) ogólne cele korporacyjne, w tym finansowanie bieżącej działalności Pierwotnych Kredytobiorców.

Kredyty oprocentowane będą według stopy procentowej będącej sumą odpowiedniej uzgodnionej stawki WIBOR i marży, której wysokość będzie uzależniona od wysokości wskaźnika zadłużenia netto Grupy Kapitałowej Spółki do EBITDA. W przypadku naruszenia warunków Umowy Kredytów Kredytodawcy mogą podwyższyć marżę kredytu.

Pierwotni Kredytobiorcy, Doradztwo Mediowe sp. z o.o. oraz wskazane spółki z Grupy Kapitałowej Agora S.A. (tj. Helios Media sp. z o.o., Optimizers sp. z o.o., Grupa Radiowa Agory sp. z o.o., Czerska 8/10 sp. z o.o., Gazeta.pl sp. z o.o., Plan A sp. z o.o., Eurozet sp. z o.o. – które przystąpią do długu w późniejszym terminie) (łącznie jako „Podmioty Zobowiązane”) ustanowią na rzecz Kredytodawców uzgodnione pomiędzy stronami Umowy Kredytów zabezpieczenia typowe dla tego typu umów obejmujące m.in.: (1) hipoteki (i) na nieruchomości położonej w Warszawie przy ul. Czerskiej 8/10 będącej w użytkowaniu wieczystym spółki Czerska 8/10 sp. z o.o. oraz (ii) na nieruchomościach będących własnością Helios S.A., położonych w Opolu przy ul. Kopernika 17, w Radomiu przy ul. Poniatowskiego 5 i ul. Poniatowskiego (bez oznaczenia numeru) oraz w Sosnowcu przy ul. Modrzejowskiej 32b; (2) zastawy (rejestrowe i finansowe) na całości lub części akcji, udziałów lub innych tytułów lub jednostek uczestnictwa w Podmiotach Zobowiązanych, z wyjątkiem akcji w Spółce oraz udziałów lub akcji w niektórych innych Podmiotach Zobowiązanych posiadających koncesje radiowe; (3) zastawy rejestrowe na należących do Podmiotów Zobowiązanych zbiorach rzeczy ruchomych i zbywalnych praw majątkowych o zmiennym składzie stanowiących całość gospodarczą chociażby ich skład był zmienny; (4) zastawy (rejestrowe i finansowe) na rachunkach bankowych należących do Podmiotów Zobowiązanych; (5) przelewy na zabezpieczenie wierzytelności lub innych praw z umów (polis) ubezpieczeniowych zawartych przez Podmioty Zobowiązane; (6) poręczenia udzielone wzajemnie przez Podmioty Zobowiązane za swoje zobowiązania wynikające z Umowy Kredytów i innych dokumentów finansowania; (7) oświadczenia o poddaniu się egzekucji w trybie art. 777 Kodeksu postępowania cywilnego złożone przez Podmioty Zobowiązane (przy czym tam, gdzie podanie wysokości maksymalnej jest wymagane – do wysokości 150% łącznej kwoty kredytów).

Kredytobiorcy, w trakcie okresu finansowania, zobowiązani są utrzymywać na określonym poziomie wskaźniki finansowe obejmujące (i) zadłużenie netto Grupy Kapitałowej Spółki do EBITDA oraz (ii) wskaźnik pokrycia obsługi długu (ang. DSCR).

Umowa Kredytów zawiera szereg zobowiązań Kredytobiorców i innych Podmiotów Zobowiązanych standardowo stosowanych przy udzielaniu kredytów o porównywalnej wysokości lub przeznaczeniu. Podmioty Zobowiązane, bez pisemnej zgody Kredytodawców, nie mogą (poza określonymi w umowie przypadkami) w szczególności: dokonywać reorganizacji, dysponować aktywami, w tym zbywać udziałów/akcji w spółkach zależnych ani nabywać udziałów/akcji w innych podmiotach, ustanawiać zabezpieczeń na aktywach, zaciągać dodatkowych zobowiązań finansowych.

Spółka może dokonywać wypłaty dywidendy pod warunkiem, że nie trwa przypadek naruszenia Umowy Kredytów, a wskaźnik zadłużenia netto Grupy Kapitałowej Spółki do EBITDA jest utrzymany na poziomie uzgodnionym w Umowie Kredytów.

Agent Kredytu na polecenie Kredytodawców może m.in. wypowiedzieć Umowę Kredytów lub odstąpić od wypłaty środków z kredytów lub ograniczyć kwotę dostępnego kredytu obrotowego m.in. w przypadku braku terminowej spłaty zadłużenia, a także braku utrzymania uzgodnionych poziomów wskaźników finansowych, złożenia wniosku o upadłość Podmiotu Zobowiązanego, wszczęcia postępowania restrukturyzacyjnego, złożenia nieprawdziwych oświadczeń lub naruszenia innych zobowiązań określonych w Umowie Kredytów.

► **Podjęcie przez Spółkę decyzji o zamiarze wykonania opcji kupna 49% udziałów spółki Eurozet Sp. z o.o. i złożenie przez Spółkę zawiadomienia o żądaniu wykonania Opcji Call 2**

W raporcie bieżącym z dnia 31 maja 2024 r. Zarząd Spółki, w nawiązaniu do raportu bieżącego nr 11/2023 z dnia 27 lutego 2023 r. oraz raportu bieżącego nr 36/2023 z dnia 30 listopada 2023 r., poinformowała, że Spółka podjęła decyzję o wykonaniu przysługującej jej, na podstawie Umowy Wspólników Eurozet z dnia 20 lutego 2019 roku zawartej przez Spółkę z SFS Ventures s.r.o. z siedzibą w Pradze („SFS Ventures”) wraz z późniejszymi aneksami, w szczególności aneksem nr 6 z dnia 27 lutego 2023 r. oraz aneksem nr 14 z dnia 30 listopada 2023 r. („Umowa”), opcji nabycia od SFS Ventures pozostałych 490 udziałów w kapitale zakładowym Eurozet stanowiących 49% kapitału zakładowego i 49% ogólnej liczby głosów na zgromadzeniu wspólników Eurozet („Opcja Call 2”).

Jednocześnie Spółka, zgodnie z postanowieniami Umowy, skierowała do SFS Ventures zawiadomienie o żądaniu wykonania Opcji Call 2.

► **Zawarcie umowy sprzedaży 490 udziałów w spółce Eurozet sp. z o.o. z SFS Ventures s.r.o. z siedzibą w Pradze w wykonaniu Opcji Call 2**

W raporcie bieżącym z dnia 14 czerwca 2024 r. Zarząd Spółki, w nawiązaniu do raportu bieżącego nr 19/2024 z dnia 31 maja 2024 r., poinformował, że w dniu 14 czerwca 2024 r. Spółka zawarła z SFS Ventures s.r.o. z siedzibą w Pradze („SFS Ventures”) umowę sprzedaży udziałów, na podstawie której Spółka kupiła od SFS Ventures 490 udziałów w spółce Eurozet Sp. z o.o. („Eurozet”) („Umowa”) stanowiących 49% kapitału zakładowego i uprawniających do 49% ogólnej liczby głosów na zgromadzeniu wspólników Eurozet („Udziały”), zgodnie z postanowieniami Umowy Wspólników Eurozet zawartej przez Spółkę z SFS Ventures dnia 20 lutego 2019 roku z późniejszymi aneksami („Umowa Wspólników”). Zawarcie Umowy nastąpiło w wykonaniu przez Spółkę Opcji Call 2 przewidzianej w Umowie Wspólników oraz na zasadach przewidzianych w Umowie Wspólników.

Cena nabycia Udziałów, zgodnie z Umową oraz Umową Wspólników, wynosi 38.750.000 EUR i jest ceną ostateczną niepodlegającą korektom.

Przeniesienie własności Udziałów na Spółkę nastąpiło w momencie zapłaty przez Spółkę pełnej ceny nabycia Udziałów na rachunek SFS Ventures.

Szczegółowe warunki Umowy (dotyczące w szczególności oświadczeń i zapewnień złożonych przez SFS Ventures oraz zasad odpowiedzialności SFS Ventures z tytułu sprzedaży Udziałów) nie odbiegają od rozwiązań rynkowych stosowanych w umowach zawieranych na potrzeby podobnych transakcji.

W wyniku zawarcia Umowy oraz w chwili zapłaty ceny sprzedaży za Udziały Spółka stanie się jedynym wspólnikiem posiadającym łącznie wszystkie 1000 udziałów Eurozet, stanowiących 100% kapitału zakładowego i reprezentujących 100% ogólnej liczby głosów na zgromadzeniu wspólników Eurozet.

► **Przejęcie tytułu do 490 udziałów w kapitale zakładowym Eurozet Sp. z o.o.**

W raporcie bieżącym z dnia 20 czerwca 2024 r. Zarząd Spółki, w nawiązaniu do raportu bieżącego nr 22/2024 z dnia 14 czerwca 2024 r., poinformowała, że w dniu 20 czerwca 2024 r. na rachunek bankowy SFS Ventures s.r.o. z siedzibą w Pradze („SFS Ventures”) wpłynęła kwota 38.750.000 EUR stanowiąca cenę sprzedaży 490 udziałów w spółce Eurozet sp. z o.o. („Eurozet”) stanowiących 49% kapitału zakładowego i uprawniających do 49% ogólnej liczby głosów na zgromadzeniu wspólników Eurozet („Udziały”) nabytych przez Spółkę.

Wobec powyższego, zgodnie z postanowieniami umowy sprzedaży udziałów zawartej pomiędzy Spółką a SFS Ventures 14 czerwca 2024 i Umowy Wspólników Eurozet zawartej przez Spółkę z SFS Ventures dnia 20 lutego 2019 roku z późniejszymi aneksami, w dniu 20 czerwca 2024 r. nastąpiło przeniesienie tytułu do Udziałów, a Spółka stała się jedynym wspólnikiem posiadającym łącznie 1000 udziałów Eurozet, stanowiących 100% kapitału zakładowego i reprezentujących 100% ogólnej liczby głosów na zgromadzeniu wspólników Eurozet.

► **Walne Zgromadzenia Agora S.A.**

W raporcie bieżącym z dnia 17 kwietnia 2024 r. Zarząd Agory S.A. poinformował o zwołaniu na dzień 14 maja 2024 r., na godzinę 10:00, Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Agory S.A. (dalej: „Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie”) i opublikował projekty uchwał podlegające przedłożeniu Nadzwyczajnemu Walnemu Zgromadzeniu.

W raporcie bieżącym z dnia 14 maja 2024 r. Zarząd Agory S.A. przekazał treść uchwał podjętych przez Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie w dniu 14 maja 2024 r.

W raporcie bieżącym z dnia 14 maja 2024 r. Zarząd Agory S.A. poinformował, że akcjonariusze obecni na Nadzwyczajnym Walnym Zgromadzeniu Agory S.A. w dniu 14 maja 2024 r. dysponowali 44 369 550 głosami. Oznacza to, że kapitał zakładowy Spółki wynoszący 46 580 831 akcji był reprezentowany na Nadzwyczajnym Walnym Zgromadzeniu w 58,49% (27 243 150 akcji).

Co najmniej 5% liczby głosów podczas Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia posiadali:

Agora-Holding Sp. z o.o.: 22.528.252 głosy, tj. 50,76% głosów na Nadzwyczajnym Walnym Zgromadzeniu i 35,36% ogólnej liczby głosów.

Otwarty Fundusz Emerytalny PZU "Złota Jesień": 8.126.434 głosy, tj. 18,31% głosów na Nadzwyczajnym Walnym Zgromadzeniu i 12,76% ogólnej liczby głosów.

MDIF Media Holdings I,LLC: 5.355.645 głosów tj. 12,07% głosów na Nadzwyczajnym Walnym Zgromadzeniu i 8,41% ogólnej liczby głosów.

Nationale-Nederlanden Otwarty Fundusz Emerytalny: 4.119.487 głosów tj. 9,28% głosów na Zwyczajnym Walnym Zgromadzeniu i 6,47% ogólnej liczby głosów.

W raporcie bieżącym z dnia 24 maja 2024 r. Zarząd Agory S.A. rekomendował Zwyczajnemu Walnemu Zgromadzeniu pokrycie straty netto Spółki za rok 2023 z kapitału zapasowego Spółki oraz niewypłacanie dywidendy.

W raporcie bieżącym z dnia 29 maja 2024 r. Zarząd Agory S.A. poinformował o zwołaniu na dzień 28 czerwca 2024 r., na godzinę 14:00, Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Agory S.A. (dalej: „Zwyczajne Walne Zgromadzenie”) i opublikował projekty uchwał podlegające przedłożeniu Zwyczajnemu Walnemu Zgromadzeniu.

W raporcie bieżącym z dnia 5 czerwca 2024 r. Zarząd Agory S.A. poinformował o powzięciu informacji od pana Tomasza Grabowskiego, członka Zarządu Spółki, o podjęciu przez niego decyzji o rezygnacji z ubiegania się o powołanie w skład Zarządu Spółki następnej kadencji. Przyczyną podjęcia decyzji są względy osobiste.

W raporcie bieżącym z dnia 5 czerwca 2024 r. Zarząd Agory S.A. poinformował o zgłoszeniu przez akcjonariusza Spółki Otwarty Fundusz Emerytalny PZU "Złota Jesień" z siedzibą w Warszawie reprezentowanego przez Powszechne Towarzystwo Emerytalne PZU S.A., reprezentującego co najmniej jedną dwudziestą kapitału zakładowego Spółki, w trybie art. 401 § 1 kodeksu spółek handlowych, żądania umieszczenia spraw w porządku obrad Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki zwołanego na dzień 28 czerwca 2024 r. Żądanie dotyczyło wprowadzenia punktu „Zmiany w składzie Rady Nadzorczej”.

W raporcie bieżącym z dnia 14 czerwca 2024 r. Zarząd Agory S.A. poinformował o zgłoszeniu, zgodnie z postanowieniami § 30 ust. 1 statutu Spółki, przez akcjonariusza Spółki Agora-Holding sp. z o.o. posiadającego 100% uprzywilejowanych akcji imiennych serii A, kandydatur do Zarządu Spółki w związku z upływem kadencji Zarządu podczas najbliższego Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Spółki. Zgodnie ze zgłoszeniem, kandydatami do Zarządu Spółki nowej kadencji byli Bartosz Hojka, Tomasz Jagiełło, Anna Kryńska-Godlewska, Wojciech Bartkowiak, Agnieszka Siuzdak-Zyga i Maciej Strzelecki.

W raporcie bieżącym z dnia 25 czerwca 2024 r. Zarząd Agory S.A. poinformował o zgłoszeniu przez akcjonariusza Spółki Otwarty Fundusz Emerytalny PZU "Złota Jesień" z siedzibą w Warszawie reprezentowanego przez Powszechne Towarzystwo Emerytalne PZU S.A., reprezentującego co najmniej jedną dwudziestą kapitału zakładowego Spółki,

zamiaru zgłoszenia kandydata do Rady Nadzorczej Spółki podczas Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki zwołanego na dzień 28 czerwca 2024 r. Zgodnie ze zgłoszeniem, kandydatem do Rady Nadzorczej spółki był Jacek Levernes.

W raportach bieżących z dnia 28 czerwca 2024 r. Zarząd Agory S.A. przekazał treść uchwał podjętych przez Zwyczajne Walne Zgromadzenie w dniu 28 czerwca 2024 r., w tym uchwał w sprawie powołania członków Zarządu Spółki nowej kadencji oraz zmian dokonanych w składzie Rady Nadzorczej Spółki. Zgodnie z uchwałami Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia, do Zarządu Spółki na kolejną kadencję powołani zostali Bartosz Hojka, Tomasz Jagiełło, Anna Kryńska-Godlewska, Wojciech Bartkowiak, Agnieszka Siuzdak-Zyga i Maciej Strzelecki. Decyzją Zarządu Spółki, Prezesem Zarządu Spółki został wybrany Bartosz Hojka. Członkowie Zarządu powołani zostali na wspólną 5-letnią kadencję, która wygaśnie z dniem odbycia Walnego Zgromadzenia zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za 2029 rok.

Podczas obrad Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia, pełnomocnik akcjonariusza Spółki Otwarty Fundusz Emerytalny PZU "Złota Jesień" z siedzibą w Warszawie zgłosił zmiany do projektów uchwał w punkcie porządku obrad „Zmiany w składzie Rady Nadzorczej”. Zgodnie z uchwałami Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia, ze składu Rady Nadzorczej odwołany został Tomasz Karusewicz, a w skład Rady Nadzorczej powołany został Jacek Levernes. Odwołanie członka Rady Nadzorczej Spółki odbyło się zgodnie z postanowieniami Statutu Spółki.

W raporcie bieżącym z dnia 28 czerwca 2024 r. Zarząd Agory S.A. poinformował, że akcjonariusze obecni na Zwyczajnym Walnym Zgromadzeniu Agory S.A. w dniu 28 czerwca 2024 r. dysponowali 44 345 872 głosami. Oznacza to, że kapitał zakładowy Spółki wynoszący 46 580 831 akcji był reprezentowany na Zwyczajnym Walnym Zgromadzeniu w 58,43% (27 219 472 akcji akcji).

Co najmniej 5% liczby głosów podczas Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia posiadali:

Agora-Holding Sp. z o.o.: 22.528.252 głosy, tj. 50,80% głosów na Zwyczajnym Walnym Zgromadzeniu i 35,36% ogólnej liczby głosów.

Otwarty Fundusz Emerytalny PZU "Złota Jesień": 8.126.434 głosy, tj. 18,33% głosów na Zwyczajnym Walnym Zgromadzeniu i 12,76% ogólnej liczby głosów.

MDIF Media Holdings I,LLC: 5.355.645 głosów tj. 12,08% głosów na Zwyczajnym Walnym Zgromadzeniu i 8,41% ogólnej liczby głosów.

Nationale-Nederlanden Otwarty Fundusz Emerytalny: 4.119.000 głosów tj. 9,29% głosów na Zwyczajnym Walnym Zgromadzeniu i 6,47% ogólnej liczby głosów.

W raporcie bieżącym z dnia 28 czerwca 2024 r. Zarząd Agory S.A. poinformował, że w związku z powołaniem pani Agnieszki Siuzdak-Zygi w skład Zarządu Spółki, w życie weszła uchwała o odwołaniu prokury łącznej udzielonej Agnieszce Siuzdak-Zydzie 4 grudnia 2023 r.

■ Zawarcie aneksu do umowy koncesji na budowę i eksploatację wiat przystankowych w Warszawie przez AMS S.A.

W raporcie bieżącym z dnia 10 kwietnia 2024 r. Zarząd Spółki, w nawiązaniu do komunikatu 27/2013 z dnia 18 grudnia 2013 r. oraz 33/2022 z dnia 8 września 2022 r., poinformował, że w dniu 10 kwietnia 2024 r. powziął informację, iż w dniu 9 kwietnia 2024 r. Konsorcjum AMS S.A. - Ströer Polska Sp. z o.o., działając na podstawie punktu 28.1 i 18.11 Umowy Koncesji („Umowa”) podpisało z Miastem Stołecznym Warszawa aneks do Umowy, wydłużający okres jej obowiązywania do dnia 10 czerwca 2025 r.

■ AMS sp. z o.o.

Małgorzata Augustyniak złożyła rezygnację z funkcji wiceprezesa i członka zarządu spółki skuteczną z dniem 30 czerwca 2024 r.

Z dniem 1 lipca 2024 r., w skład zarządu powołana została Grażyna Gołębiowska.

► Eurozet Sp. z o.o.

Z dniem 20 czerwca 2024 r. Joanna Różycka-Iwan i Barbara Rudnicka złożyły rezygnacje z funkcji członków rady nadzorczej, a w skład rady nadzorczej powołani zostali Bartosz Hojka i Anna Kryńska-Godlewska.

► Goldenline Sp. z o.o.

Z dniem 14 lutego 2024 r. z funkcji członka zarządu odwołany został Arkadiusz Kuchto.

Z dniem 14 lutego 2024 r. w skład zarządu spółki na funkcję członków zarządu powołani zostali Joanna Kwas i Mateusz Nowak.

Z dniem 30 kwietnia 2024 r. spółka została postawiona w stan likwidacji, a likwidatorem został Mateusz Nowak.

► Step Inside Sp. z o.o.

Z dniem 24 czerwca 2024 r. wygasł mandat do sprawowania funkcji członka rady nadzorczej przez Annę Kryńską-Godlewską.

Z dniem 24 czerwca 2024 r. Katarzyna Borkowska została powołana w skład rady nadzorczej spółki.

Z dniem 10 lipca 2024 r. Kamil Pałyska złożył rezygnację z pełnienia funkcji członka rady nadzorczej.

► Yieldbird Sp. z o.o.

Z dniem 29 lutego 2024 r. Józef Skóra został odwołany z funkcji członka zarządu spółki.

► Wyborcza Sp. z o.o.

W dniu 1 stycznia 2024 r. do zarządu spółki powołani zostali Joanna Kwas i Mikołaj Chrzan.

W dniu 1 kwietnia 2024 r. Wojciech Bartkowiak został powołany na prezesa zarządu spółki.

W dniu 24 maja 2024 r. do rady nadzorczej spółki powołani zostali Bartosz Hojka, Anna Kryńska-Godlewska i Barbara Rudnicka.

► Gazeta.pl Sp. z o.o.

Z dniem 31 marca 2024 r. Bartosz Hojka został odwołany z funkcji członka zarządu spółki.

W dniu 1 kwietnia 2024 r. do zarządu spółki powołani zostali Agnieszka Siuzdak-Zyga na stanowisko prezesa zarządu spółki, oraz Małgorzata Błada, Bartosz Wysocki i Artur Birnbaum na stanowiska członków zarządu spółki.

W dniu 24 maja 2024 r. do rady nadzorczej spółki powołani zostali Bartosz Hojka, Anna Kryńska-Godlewska i Barbara Rudnicka.

► Agora Książka i Muzyka Sp. z o.o.

Z dniem 31 marca 2024 r. Tomasz Jagiełło został odwołany z funkcji członka zarządu spółki.

W dniu 1 kwietnia 2024 r. do zarządu spółki powołani zostali Robert Kijak na stanowisko prezesa zarządu spółki, oraz Małgorzata Skowrońska i Beata Gutowska na stanowiska członków zarządu spółki.

W dniu 24 maja 2024 r. do rady nadzorczej spółki powołani zostali Bartosz Hojka, Anna Kryńska-Godlewska i Barbara Rudnicka.

► Czerska 8/10 Sp. z o.o.

Z dniem 31 marca 2024 r. Wojciech Bartkowiak został odwołany z funkcji członka zarządu spółki.

W dniu 1 kwietnia 2024 r. do zarządu spółki powołani zostali Marcin Tkaczyk na stanowisko prezesa zarządu spółki, oraz Kamil Pałyska na stanowisko członka zarządu spółki.

W dniu 24 maja 2024 r. do rady nadzorczej spółki powołani zostali Bartosz Hojka, Anna Kryńska-Godlewska i Barbara Rudnicka.

1A. ZMIANY W POWIĄZANIACH KAPITAŁOWYCH EMITENTA Z INNYMI PODMIOTAMI

▶ HRLink Sp. z o.o.

4 stycznia 2024 r. Spółka zbyła wszystkie posiadane 95 udziałów, stanowiące 79,83% kapitału zakładowego w spółce HRLink Sp. z o.o. Szczegóły transakcji opisane zostały w punkcie 1 powyżej.

▶ Eurozet Sp. z o.o.

20 czerwca 2024 r. Spółka uzyskała tytuł do 490 udziałów w kapitale zakładowym spółki Eurozet Sp. z o.o. i tym samym stała się jedynym wspólnikiem posiadającym łącznie 1000 udziałów w kapitale zakładowym Eurozet Sp. z o.o., stanowiących 100% kapitału zakładowego i reprezentujących 100% ogólnej liczby głosów na zgromadzeniu wspólników Eurozet Sp. z o.o. Szczegóły transakcji opisane zostały w punkcie 1 powyżej.

▶ Video OOH sp. z o.o.

24 lipca 2024 r. spółka AMS S.A. nabyła od wspólnika spółki Video OOH sp. z o.o. Michała Maciuka 4 udziały w kapitale zakładowym spółki Video OOH sp. z o.o. i stała się jedynym wspólnikiem spółki posiadającym łącznie 50 udziałów w kapitale zakładowym spółki, stanowiących 100% kapitału zakładowego i reprezentujących 100% ogólnej liczby głosów na zgromadzeniu wspólników Video OOH sp. z o.o.

▶ Step Inside Sp. z o.o.

W raporcie bieżącym z dnia 21 marca 2024 r. Zarząd Spółki poinformował, że w dniu 21 marca 2024 r. powziął informację o rozpoczęciu przez jej spółkę zależną Helios S.A. z siedzibą w Łodzi ze Step Outside sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu negocjacji w przedmiocie zbycia udziałów w kapitale zakładowym spółki Step Inside Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi („Step Inside”) należących do Helios S.A.

Rozpoczęcie opisanych powyżej negocjacji nie oznacza, że dane negocjacje zakończą się ustaleniem ostatecznych warunków zbycia udziałów w Step Inside.

▶ Helios S.A.

Wezwanie do odkupu akcji

W dniu 29 marca 2016 r. akcjonariusz mniejszościowy („Akcjonariusz Mniejszościowy”) Helios S.A. posiadający 320 400 akcji tej spółki, stanowiących 2,77% kapitału zakładowego („Akcje”), skierował do Helios S.A. żądanie w trybie art. 418 (1) Kodeksu Spółek Handlowych (dalej "KSH") dotyczące zwołania walnego zgromadzenia akcjonariuszy i umieszczenia w porządku obrad tego zgromadzenia sprawy podjęcia uchwały o przymusowym odkupie Akcji („Wezwanie”).

Na skutek: (i) złożonego Wezwania, (ii) kolejnych żądań zgłoszonych w trybie art. 418(1) KSH przez Akcjonariusza Mniejszościowego oraz innych akcjonariuszy mniejszościowych Helios S.A., którzy nabyli część Akcji od Akcjonariusza Mniejszościowego oraz (iii) uchwał podjętych przez Walne Zgromadzenia Helios S.A. z 10 maja 2016 r. oraz 13 czerwca 2016 r. w Helios S.A. finalizowane są dwie procedury odkupu („sell out”) (na podstawie art. 418(1) KSH) oraz jedna procedura wykupu („squeeze out”) (na podstawie art. 418 KSH), zmierzające do nabycia przez dwóch akcjonariuszy Helios S.A., w tym Agorę S.A., Akcji będących w posiadaniu Akcjonariusza Mniejszościowego oraz innych akcjonariuszy mniejszościowych.

Odkup akcji (sell out)

W ramach realizacji odkupu Akcji, do dnia 30 czerwca 2016 r. Agora S.A. przelała na rzecz Helios S.A. kwotę 2 938 tys. zł tytułem zapłaty ceny odkupu, obliczonej zgodnie z art. 418(1) § 6 KSH. Na dzień 31 grudnia 2016 r., Grupa Agora ujęła w swoim bilansie zobowiązanie do odkupu Akcji akcjonariuszy mniejszościowych Helios S.A. w łącznej kwocie 3 185 tys. zł. Kwota ta obejmowała kwotę 2 938 tys. zł. przelaną przez Agorę S.A. na rzecz Helios S.A. (drugostronnie ujętą w kapitałach własnych Grupy w pozycji zyski/(straty) z lat ubiegłych i roku bieżącego) oraz łączną kwotę przelaną przez drugiego akcjonariusza Helios S.A. w ramach realizacji procedur odkupu. W wykonaniu procedury

odkupu, w dniu 2 czerwca 2017 r. kwota w wysokości 3 171 tys. zł. została przelana przez Helios S.A. na rzecz Akcjonariusza Mniejszościowego tytułem odkupu 318 930 akcji. Również w dniu 2 czerwca 2017 r. dokonano przekazania kwot w łącznej wysokości 14 tys. zł na rzecz pozostałych akcjonariuszy mniejszościowych tytułem odkupu łącznie 1 460 akcji. W wyniku tych transakcji Grupa wypełniła zobowiązanie do wykupu akcji, które było ujęte w bilansie Grupy. W wyniku powyższego Agora S.A. zwiększyła wielkość posiadanego pakietu akcji w spółce Helios S.A. z 10 277 800 akcji do 10 573 352 akcji tj. o 295 552 akcji. Agora S.A. posiada obecnie 92,31% akcji Helios S.A.

Akcjonariusze, których akcje są przedmiotem odkupu w procedurach odkupu, nie zgodzili się na cenę odkupu akcji wyliczoną zgodnie z treścią art. 418(1) § 6 KSH i na podstawie art. 418(1) § 7 KSH zawnieśli do sądu rejestrowego o wyznaczenie biegłego rewidenta w celu ustalenia ceny odkupywanych akcji przez Sąd. Ostateczna wycena Akcji będących przedmiotem odkupów zostanie ustalona przez sąd rejestrowy właściwy dla siedziby Helios S.A. na podstawie opinii biegłego wyznaczonego przez sąd rejestrowy właściwy dla siedziby Helios S.A. Ewentualna zmiana wyceny będzie skutkowała korektą ceny odkupywanych akcji. Sąd Rejonowy dla Łodzi Śródmieścia w Łodzi XX Wydział Krajowego Rejestru Sądowego wyznaczył biegłego do wyceny akcji w tym trybie, zarówno w ramach odkupu akcji Akcjonariusza Mniejszościowego tytułem odkupu 318 930 akcji, jak i pozostałych akcjonariuszy mniejszościowych tytułem odkupu łącznie 1 460 akcji. Opisanymi w zdaniu poprzednim Akcjonariusze Mniejszościowi oraz pozostali akcjonariusze mniejszościowi, którzy byli uprawnieni z 1 460 akcji, złożyli apelacje od postanowienia Sądu o wyborze biegłego. Wszystkie opisane powyżej apelacje zostały oddalone prawomocnymi postanowieniami Sądu Okręgowego w Łodzi, XIII Wydział Gospodarczy Odwoławczy z dnia 20 lutego 2019 r. oraz 19 września 2019 r.

Przymusowy wykup (squeeze out)

Procedura przymusowego wykupu, która weszła w życie 14 lipca 2016 r. jest realizowana w stosunku do 10 akcji. Posiadacz tych akcji nie odpowiedział na wezwanie Spółki ogłoszone w przepisany trybie w Monitorze Sądowym i Gospodarczym wzywające akcjonariuszy mniejszościowych posiadających powyższe akcje Spółki do złożenia dokumentu akcji w Spółce, w terminie dwóch tygodni od dnia ogłoszenia niniejszego wezwania, pod rygorem unieważnienia akcji po tym terminie. W związku z powyższym Zarząd Helios S.A. w dniu 7 kwietnia 2017 r. podjął uchwałę o unieważnieniu w/w akcji, o czym ogłosił w Monitorze Sądowym i Gospodarczym z dnia 8 maja 2017 r.

Na dzień publikacji niniejszego raportu nadal trwa procedura wyceny akcji w obu postępowaniach.

Plan G Sp. z o.o.

W dniu 1 lutego 2024 r. podwyższony został kapitał zakładowy spółki Plan G Sp. z o.o. poprzez utworzenie 700 nowych udziałów o wartości nominalnej 50 zł każdy, które zostały objęte przez jedynego wspólnika spółki - Agora S.A. Podwyższony kapitał zakładowy spółki Plan G Sp. z o.o. wynosi 50 000 zł.

Goldenline Sp. z o.o.

W dniu 4 stycznia 2024 r. spółka HRLink Sp. z o.o. zbyła 100% udziałów w kapitale zakładowym spółki Goldenline Sp. z o.o. na rzecz spółki Wyborcza sp. z o.o.

Z dniem 30 kwietnia 2024 r. spółka została postawiona w stan likwidacji.

2. ZMIANY W STANIE POSIADANIA AKCJI LUB INNYCH UPRAWNIEN DO NICH (OPCJI) PRZEZ CZŁONKÓW ZARZĄDU W DRUGIM KWARTALE 2024 R. I DO DNIA PUBLIKACJI RAPORTU

Tab. 20

Akcje	stan na 13.08.2024	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 30.06.2024
Bartosz Hojka	2 900	-	-	2 900
Wojciech Bartkowiak	0	-	-	0
Tomasz Grabowski (1)	-	-	-	-
Tomasz Jagiełło	0	-	-	0
Anna Kryńska-Godlewska	0	-	-	0
Agnieszka Siuzdak-Zyga (2)	0	-	-	0
Maciej Strzelecki (3)	0	-	-	0

(1) członek Zarządu do dnia 28 czerwca 2024 r.

(2) członek Zarządu od dnia 28 czerwca 2024 r.

(3) członek Zarządu od dnia 28 czerwca 2024 r.

Członkowie Zarządu nie posiadali w raportowanych okresach innych uprawnień do akcji (np. opcji).

Członkowie Zarządu uczestniczą również w programie motywacyjnym dla kadry kierowniczej, omówionym w nocie 5 do skróconego półrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

3. ZMIANY W STANIE POSIADANIA AKCJI LUB INNYCH UPRAWNIEN DO NICH (OPCJI) PRZEZ CZŁONKÓW RADY NADZORCZEJ W DRUGIM KWARTALE 2024 R. I DO DNIA PUBLIKACJI RAPORTU

Tab. 21

akcje	stan na 13.08.2024	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 30.06.2024
Andrzej Szlęzak	0	-	-	0
Dariusz Formela	0	-	-	0
Tomasz Karusewicz (1)	-	-	-	-
Wanda Rapaczynski	882 990	-	-	882 990
Tomasz Sielicki	33	-	-	33
Maciej Wiśniewski	0	-	-	0
Jacek Levernes (2)	0	-	-	0

(1) Członek Rady Nadzorczej do dnia 28 czerwca 2024 r.

(2) Członek Rady Nadzorczej od dnia 28 czerwca 2024 r.

Członkowie Rady Nadzorczej nie posiadali w raportowanych okresach innych uprawnień do akcji (np. opcji).

4. AKCJONARIUSZE POSIADAJĄCY BEZPOŚREDNIO LUB POŚREDNIO PRZEZ PODMIOTY ZALEŻNE CO NAJMNIEJ 5% OGÓLNEJ LICZBY GŁOSÓW NA WALNYM ZGROMADZENIU SPÓŁKI NA DZIEŃ PRZEKAZANIA RAPORTU KWARTALNEGO

Struktura akcjonariatu uaktualniana jest na podstawie wykazu akcji otrzymywanego przez Spółkę z KDPW na dzień rejestracji uczestnictwa w ostatnim Walnym Zgromadzeniu Spółki.

Na podstawie art. 69 Ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych, struktura akcjonariatu podlegająca ujawnieniu na podstawie zawiadomień od akcjonariuszy oraz wykazu akcji aktualna na dzień przekazania

poprzedniego okresowego raportu, tj. na 24 maja 2024 r., nie uległa istotnym zmianom w odniesieniu do dnia przekazania niniejszego raportu, tj. w odniesieniu do dnia 13 sierpnia 2024 r.

Na podstawie powyższych zawiadomień, na dzień przekazania niniejszego raportu, następujący akcjonariusze mogli wykonywać ponad 5% głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki:

Tab. 22

	liczba akcji	% udział w kapitale zakładowym	liczba głosów na WZ	% udział w liczbie głosów na WZ
Agora-Holding Sp. z o.o. <i>(zgodnie z wykazem z KDPW na dzień rejestracji uczestnictwa w Zwyczajnym Walnym Zgromadzeniu w dniu 28 czerwca 2024 r.)(1)</i>	5 401 852	11,60	22 528 252	35,36
Otwarty Fundusz Emerytalny PZU Złota Jesień <i>(zgodnie z wykazem z KDPW na dzień rejestracji uczestnictwa w Zwyczajnym Walnym Zgromadzeniu w dniu 28 czerwca 2024 r.)(1)</i>	8 126 434	18,33	8 126 434	12,76
Media Development Investment Fund, Inc. (MDIF Media Holdings I, LLC) <i>(zgodnie z wykazem z KDPW na dzień rejestracji uczestnictwa w Zwyczajnym Walnym Zgromadzeniu w dniu 28 czerwca 2024 r.)(1)</i>	5 355 645	12,08	5 355 645	8,41
Nationale – Nederlanden Otwarty Fundusz Emerytalny <i>(zgodnie z wykazem z KDPW na dzień rejestracji uczestnictwa w Zwyczajnym Walnym Zgromadzeniu w dniu 28 czerwca 2024 r.)(1)</i>	4 119 000	9,29	4 119 000	6,47

(1) udziały w głosach i kapitale zakładowym Agory S.A. zostały przeliczone przez Spółkę po rejestracji obniżenia kapitału zakładowego Spółki w dniu 23 sierpnia 2018 r.

5. POZOSTAŁE INFORMACJE

▶ Stanowisko Zarządu odnośnie realizacji prognoz finansowych

Zarząd Agory S.A. nie publikował wcześniej prognoz wyników finansowych i dlatego raport nie zawiera stanowiska Zarządu odnośnie możliwości zrealizowania takich prognoz.

▶ Zmiany w zobowiązaniach warunkowych i sprawach spornych

Zmiany zobowiązań warunkowych, które nastąpiły od czasu zakończenia ostatniego roku obrotowego oraz informacja o stanie spraw spornych zostały opisane w nocie 7 i 8 do skróconego półrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

▶ Postępowania dotyczące zobowiązań oraz wiarytelności Emitenta lub jednostki od niego zależnej

W pierwszej połowie 2024 r. nie toczyły się istotne postępowania przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej dotyczące zobowiązań oraz wiarytelności Agory S.A. lub jednostki od niej zależnej.

▶ Transakcje z podmiotami powiązаныmi

Transakcje z podmiotami powiązаныmi z Grupą Agora są transakcjami typowymi i zostały opisane w nocie 10 do skróconego półrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

6. OPIS ISTOTNYCH ZAGROŻEŃ I RYZYK ZWIĄZANYCH Z POZOSTAŁYMI MIESIĄCAMI ROKU OBROTOWEGO

▶ Ryzyko makroekonomiczne

Wielkość przychodów reklamowych jest uzależniona od ogólnej koniunktury gospodarczej w Polsce oraz w Europie. Przychody te rosną w okresach ożywienia gospodarczego, a podczas spowolnienia koniunktury gospodarczej ulegają ograniczeniu. Według dostępnych prognoz makroekonomicznych czwarty kwartał 2023 r. oraz kolejne kwartały 2024 r. przyniosą wyższą dynamikę wzrostu gospodarczego w Polsce niż w państwach zachodniej Europy, malejącą inflację oraz powolną stabilizację cen surowców energetycznych, żywności, towarów i usług. Rozwój sytuacji gospodarczej w kraju w kolejnych okresach charakteryzować będzie również duża niepewność m.in. z uwagi na dalszy przebieg konfliktu zbrojnego w Ukrainie i jego skutki geopolityczne. Czynniki te mogą mieć wpływ na decyzje o ewentualnym wstrzymaniu wydatków na promocję ze względu na niepewność co do dalszego rozwoju gospodarczego i sytuacji na Ukrainie oraz ich konsekwencji dla gospodarki w kraju. Mimo tych okoliczności, w 2023 r. reklamodawcy wydali na reklamę o 6,5% więcej niż rok wcześniej. Pamiętać należy, że wartość wpływów reklamowych zależy nie tylko od wolumenu reklam i ogłoszeń, ale również od cen uzyskiwanych za publikację tych reklam przez media. W 2024 r. na sytuację makroekonomiczną w Polsce wpłynąć może nadal tocząca się wojna po napaści Rosji na Ukrainę. Jej skutki są już widoczne w osłabieniu polskiej waluty, co wraz z rosnącymi cenami surowców, w szczególności paliw, będzie powodować utrzymywanie się wysokiej inflacji.

Jednocześnie trwają prace nad uwolnieniem środków z KPO "Krajowego Planu Odbudowy" finansowanego przez Fundusz Europejski. Uwolnienie tych środków pozytywnie wpłynie na parytet złotego względem innych walut oraz przyczyni się do wzrostu PKB w długim okresie.

Powyższe czynniki będą miały wpływ zarówno na potencjał przychodowy Grupy Agora, jak i na wzrost kosztów prowadzenia działalności.

► Ryzyko związane z COVID-19

Pandemia COVID-19 i działania administracji rządowej, podjęte w celu ograniczenia dalszego rozprzestrzeniania się wirusa, miały istotny wpływ na działalność Grupy Agora zarówno w 2020 r., 2021 r. jak i w 2022 r. Nowe warianty wirusa i wprowadzane obostrzenia w działalności gospodarczej sprawiają, że wyniki Grupy Agora pozostaną wrażliwe na negatywny wpływ restrykcji sanitarnych wywołanych ewentualną pandemią.

Większość czynników powiązanych z pandemią, które zdecydowały i mogą zdecydować w przyszłości o wynikach Grupy Agora, pozostaje całkowicie poza wpływem Agory i zależy m.in. od działań podejmowanych przez władze państwowe (w tym wprowadzanych restrykcji w działalności gospodarczej), tempa powrotu różnych branż gospodarki do pełnej działalności operacyjnej, zmian w wartości PKB czy poziomu inflacji w Polsce.

Zarówno Agora, jak i wszystkie spółki z jej Grupy podjęły oraz będą podejmować szereg działań mających na celu minimalizowanie strat wywołanych przez pandemię COVID-19 oraz szybki powrót Grupy na ścieżkę wzrostu zarówno przychodów, jak i wyników operacyjnych. Na dzień niniejszego sprawozdania Zarząd Agory spodziewa się, że podjęte starania, przyniosą pozytywny skutek. Powyższe założenia opierają się jednak na analizach i prognozach, których trafności nie sposób ocenić, ze względu na fakt, że zostały przygotowane w bezprecedensowej sytuacji. Wybuch pandemii COVID-19 wymusił na rządach państw na całym świecie działania, które w istotny sposób zaingerowały w rozwój gospodarczy każdego z nich poprzez wprowadzenie restrykcji mających na celu dalsze rozprzestrzenianie się wirusa. Dalszy rozwój pandemii COVID-19 i kolejne działania, które mogą zostać wprowadzone przez rząd Polski w celu walki z pandemią nie są znane Spółce. Ich czas trwania oraz skala mogą w istotny sposób wpłynąć na przygotowane przez Spółkę analizy i szacunki, w szczególności w zakresie wartości rynku reklamy, liczby sprzedanych biletów do kin oraz sprzedaży barowej, a także przychodów ze sprzedaży wydawnictw.

► Ryzyko klimatyczne

Ryzyka klimatyczne, czyli ryzyka wynikające z konsekwencji zmian klimatu. Są to ryzyka zarówno zdeterminowane przez gwałtowne zjawiska pogodowe jak i wynikające z konieczności dostosowania się gospodarki do stopniowych zmian klimatu, w szczególności wykorzystywania rozwiązań niskoemisyjnych. Ryzyka klimatyczne stanowią realne zagrożenie dla działalności Agory, gdyż w przypadku braku/ograniczenia surowców umożliwiających wytwarzanie produktów oraz świadczenie usług przez wszystkie spółki z Grupy, organizacja będzie zmuszona zmienić sposób prowadzenia dotychczasowej działalności.

W 2021 r. Grupa Agora przeprowadziła identyfikację i analizę ryzyk klimatycznych oraz wynikających z nich zagrożeń i szans. Dodatkowo określono ich horyzont czasowy oraz sposób zarządzania.

Badanie zostało przeprowadzone zgodnie z metodologią **AXIS** (Amplification, eXclusion, Intensification, Seizure) i obejmowało trzy etapy:

1. Analizę istotnych ryzyk klimatycznych w grupie spółek porównywalnych do Grupy Agora;
2. Badanie kwestionariuszowe obejmujące Zarząd i kadre kierowniczą wszystkich segmentów operacyjnych Grupy Agora;
3. Kalkulację wyników i kategoryzację zidentyfikowanych ryzyk, zagrożeń i szans.

Zgodnie z zastosowaną metodologią 2 szanse i 4 zagrożenia zaklasyfikowano do kategorii **S (Seizure)**, czyli uznano je za istotne i podlegające aktywnemu zarządzaniu. Zagrożenia i szanse należące do kategorii **I (Intensification)** oraz **A (Amplification)** podlegają monitoringowi i w wybranych przypadkach zarządzaniu. Większość zagrożeń i szans należących do kategorii **X (eXclusion)** podlega wyłącznie monitoringowi. Wnioski z przeprowadzonego badania ryzyk klimatycznych zostały włączone do funkcjonującego w Grupie Agora systemu zarządzania ryzykiem. Dalszy monitoring i identyfikacja ryzyk związanych ze zmianą klimatu jest prowadzony cyklicznie w ramach przeglądu ryzyk niefinansowych. Badanie zostało przeprowadzone we współpracy z zewnętrzną firmą doradczą. Badanie zostało przeprowadzone we współpracy z zewnętrzną firmą doradczą MATERIALITY.

Wyniki analizy ryzyk klimatycznych przeprowadzonej w 2021 r. obowiązują również w roku 2022 r. oraz 2023 r. Badanie będzie aktualizowane w 2024 r.

Wyniki oraz szczegółowy opis metodologii aktualnego badania znajduje się w „Raportie ESG Grupy Agora S.A. oraz spółki Agora S.A.” dostępnym na stronie: www.agora.pl/esg <https://agora.pl/esg>

► Sezonowość wydatków reklamowych

Przychody Grupy ze sprzedaży usług reklamowych charakteryzują się sezonowością. W pierwszym i trzecim kwartale są one zwykle niższe od tych uzyskiwanych w drugim i czwartym kwartale danego roku obrotowego. W ostatnich latach cykliczność przychodów reklamowych została poważnie zaburzona przez wybuch pandemii COVID-19, wybuch wojny na Ukrainie czy generalnym osłabieniu gospodarczym w Polsce. W 2023 roku rynek częściowo się odbudował, aczkolwiek obecnie trudno jest ocenić jak w 2024 r. w Polsce kształtować się będą wydatki na reklamę i w którym kwartale. Wiąże się to również z tym, że ciężko jest oszacować jak wpływ wojny na Ukrainie oraz osłabienie gospodarcze będzie zaburzać działalność gospodarczą.

► Struktura rynku reklamowego i pozycja poszczególnych mediów na rynku czytelnictwa, oglądalności i słuchalności

Przychody reklamowe Grupy generowane są przez następujące media: prasa, reklama zewnętrzna, radiostacje, internet i kina. W 2022 r. i 2023 r. na strukturę rynku reklamy poważnie wpłynął przebieg wojny na Ukrainie. W wyniku zmian strukturalnych zachodzących w mediach oraz ich konwergencji, media znajdujące się w portfolio Grupy konkurują o wpływy reklamowe nie tylko z innymi podmiotami ze swoich segmentów, ale również z nadawcami telewizyjnymi, którzy stanowili 39,0% rynku reklamowego w 2023 r. Kolejnym dużym segmentem rynku reklamowego, z 44,0% udziałem, był internet. Wydatki na reklamę w magazynach i dziennikach stanowiły odpowiednio 2,0% oraz 1,0% wszystkich wydatków reklamowych. Za pomocą nośników reklamy zewnętrznej zrealizowano w 2023 r. 5,5% wszystkich wydatków reklamowych, natomiast wydatki na reklamę radiową stanowiły 7,0% wszystkich wydatków reklamowych. W tym czasie, na reklamę w kinach przeznaczono 1,5% wszystkich wydatków reklamowych. Obserwując dynamiki poszczególnych mediów oraz biorąc pod uwagę dużą niepewność dotyczącą wartości rynku reklamy w 2024 r. istnieje ryzyko, że udziały poszczególnych mediów w łącznym rynku reklamy będą się zmieniać, co może mieć wpływ na pozycję Grupy i jej przychody. Czynnikiem, który będzie miał wpływ na strukturę tego rynku w 2024 r. będą miały skutki wojny na Ukrainie oraz sytuacja makroekonomiczna w Polsce, które w różnym stopniu dotknęły poszczególne segmenty rynku reklamy. Dodatkowo, w wyniku zmian opisywanych powyżej oraz konsolidacji na rynku reklamy nasila się konkurencja pomiędzy poszczególnymi mediami, co może mieć wpływ na przychody reklamowe Grupy. Ponadto, w związku ze zmianami zachodzącymi w mediach oraz rozwojem technologicznym nie ma pewności, że Grupa będzie w stanie we właściwym stopniu i czasie reagować na powyższe zmiany, co może mieć negatywny wpływ na jej pozycję i wyniki. Przychody reklamowe zależą również od pozycji na rynku czytelnictwa, słuchalności i oglądalności. Ze względu na proces strukturalnych zmian zachodzących w sposobie konsumpcji mediów, rynek zmienia się dynamicznie i jedne segmenty mogą zyskiwać, a inne tracić swoją pozycję na tym rynku. Nie ma pewności, że pozycja Grupy w poszczególnych segmentach mediów nie ulegnie zmianie.

► Dystrybucja prasy

Głównym kanałem dystrybucji prasy, z którego korzystają wszyscy wydawcy prasy w Polsce, są sieci punktów sprzedaży prasy zlokalizowane w miejscach o dużym natężeniu ruchu oraz sieci sklepów spożywczych i stacje paliw. Historycznie rynek dystrybucji w Polsce był skoncentrowany – dwóch największych dystrybutorów miało ponad 80% udział w kolportażu prasy. W 2018 r. firma RUCH S.A. przestała regulować swoje należności wobec wydawców. Zła kondycja finansowa tego podmiotu wpłynęła na ograniczenie z nim współpracy i dalsze spadki w sprzedaży egzemplarzowej prasy drukowanej. W 2020 r. RUCH S.A. został nabyty przez PKN Orlen S.A., a z końcem kwietnia 2024 roku RUCH S.A. wycofuje się z dystrybucji prasy.

Wybuch pandemii COVID-19 w 2020 r. poza okresowym zmniejszeniem liczby punktów detalicznych spowodował skokowy spadek sprzedaży prasy papierowej. Przełożyło się to na rentowność działalności dystrybutorów, a co za tym idzie kolejne perturbacje na rynku dystrybucji. Z dniem 1 sierpnia 2021 r. trzeci co do wielkości dystrybutor prasy - Garmond Press S.A. - rozpoczął uproszczone postępowanie układowe, które w grudniu 2021 r. zostało zatwierdzone przez sąd I instancji. Obecnie w spółce wprowadzane są procesy restrukturyzacyjne. W sytuacji występowania problemów u wymienionych dystrybutorów - największy Kolporter S.A. zwiększył swój udział w rynku i raportuje pozytywne wyniki ze swojej działalności, aczkolwiek zmiany te istotnie wpłyną na kanały dystrybucji prasy w 2024 roku. Na obecny moment nie jesteśmy w stanie oszacować wpływu tych zmian na kanały dystrybucji i sposoby rozliczania z kolporterami.

Sytuacja pandemiczna spowodowała wiele zmian w sposobie konsumpcji mediów, w tym prasy. W rezultacie część czytelników prasy drukowanej zamieniła wydania tradycyjne na cyfrowe. Rekompensuje to częściowo spadki sprzedaży prasy w formie papierowej, ale wiąże się jednocześnie ze zmianą modelu funkcjonowania większości wydawców prasy oraz wpływa istotnie na kondycję rynku dystrybucji prasy.

▶ Prasa

Rynek prasy doświadcza obecnie globalnego trendu spadku sprzedaży egzemplarzowej oraz ograniczania wydatków reklamowych. Trend ten został dodatkowo przyspieszony i pogłębiony przez pandemię. Tytuły prasowe wydawane przez Grupę, podobnie jak konkurencyjne tytuły prasowe, nie są odporne na zmiany zachodzące na rynku – ich liczba i wolumen kurczy się. Dynamika powyższych procesów może mieć negatywny wpływ na sprzedaż egzemplarzową prasy i osiągnięte przez Grupę przychody. Dodatkowo, na działalność wydawców prasy i ich wyniki finansowe poważnie wpływają problemy związane z dostępnością papieru w całej Europie oraz jego rosnące ceny. Jednocześnie Grupa prowadzi cyfryzację swoich treści i w 2014 r. wprowadziła system tzw. mierzonego paywalla w serwisach internetowych związanych z *Gazetą Wyborczą*. Na koniec grudnia 2023 r. liczba płatnych aktywnych subskrypcji cyfrowych wyniosła ponad 300 tys. Obecnie Spółka koncentruje swoje działania na zwiększeniu średniego przychodu z każdej prenumeraty i zwiększeniu wpływów z reklamy na serwisach związanych z *Gazetą Wyborczą*. Trudno jest ocenić, czy cele te uda się Spółce zrealizować, biorąc pod uwagę dużą konkurencję na rynku internetowym.

▶ Internet

Polski rynek internetowych usług reklamowych jest niezwykle konkurencyjny, a liczba użytkowników internetu nie rośnie już tak szybko. Działalność internetowa jest w dużej mierze uzależniona od postępu technologicznego i liczby użytkowników, a utrzymanie silnej pozycji na tym rynku jest możliwe dzięki inwestycjom w nowoczesne i innowacyjne rozwiązania technologiczne. Rozwój tego medium determinuje również dostępna infrastruktura. Zmienia się też sposób dostępu do internetu, co może istotnie wpływać na dynamikę rozwoju tego rynku. Wzrasta liczba podmiotów korzystających z połączeń internetowych przy użyciu technologii mobilnej. Zarówno zmiany w sposobie użytkowania internetu, jak i wzrost prędkości połączeń, mogą wpływać na dynamikę rozwoju poszczególnych segmentów rynku reklamy internetowej. Grupa w tym segmencie konkuruje zarówno z podmiotami lokalnymi, jak i międzynarodowymi. Na tak konkurencyjnym rynku nie ma pewności, że pozycja Grupy w tym segmencie, jak i wpływy z internetowych usług reklamowych nie ulegną zmianie. Dodatkowo, rynek reklamy internetowej ulega istotnym przekształceniom. Coraz większą popularnością cieszą się reklama w wyszukiwarkach oraz w mediach społecznościowych, a także reklama programatyczna, wideo oraz mobilna. Silna pozycja na szybko zmieniającym się rynku reklamy internetowej wymaga inwestycji w zaawansowane rozwiązania technologiczne. Nie ma pewności, że Grupa zdoła konkurować w tej dziedzinie z graczami krajowymi i międzynarodowymi o dużym zapleczu finansowym.

▶ Odpowiedzialność za publikowane treści

Prowadzona przez Grupę działalność opiera się w wielu aspektach na publikowaniu treści: dziennikarzy, pisarzy, publicystów czy użytkowników forów internetowych. To może wiązać się z odpowiedzialnością lub współodpowiedzialnością wydawcy za rozpowszechnianie informacji sprzecznych z prawem, w tym naruszających dobra osobiste. Nie można wykluczyć sytuacji, w których Grupa mogłaby nieumyślnie naruszyć takie prawa i w efekcie pod jej adresem mogłyby zostać wysunięte roszczenia z tego tytułu, w wyniku których mogłaby wystąpić konieczność zapłacenia stosownych odszkodowań.

▶ Reklama zewnętrzna

Rynek reklamy zewnętrznej w Polsce jest bardzo konkurencyjny. AMS S.A. konkuruje z polskimi spółkami i międzynarodowymi koncernami zarówno o pozyskanie i utrzymanie klientów, jak i przedłużenie oraz zdobywanie nowych kontraktów na dysponowanie lokalizacjami pod nośniki reklamowe. Ponadto, działalność na rynku reklamy zewnętrznej obarczona jest dużym ryzykiem związanym z możliwością zmian prawa, w tym budowlanego i podatkowego, oraz jego wykładni. Wprowadzanie nowych zasad prowadzenia działalności reklamowej w aglomeracjach miejskich, a także zmiana w interpretacji i stosowaniu obowiązujących przepisów i umów implikuje wysokość opłat, podatków i potencjalnych kar związanych z prowadzoną działalnością, co może wpłynąć na wynik Grupy.

W 2020 roku AMS otrzymał zawiadomienie o wszczęciu przez prezesa UOKiK postępowania wyjaśniającego w sprawie możliwego naruszenia prawa konkurencji w wyniku współpracy z firmą Ströer. Po złożeniu przez AMS wyjaśnień Urząd nie podjął dalszych działań.

W dniu 11 września 2015 r. weszła w życie Ustawa o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu. Na mocy jej przepisów, samorządy gminne nabyły szersze uprawnienia do stanowienia prawa miejscowego regulującego obecność reklamy wizualnej i małej architektury w przestrzeni publicznej oraz pobierania tzw. opłat reklamowych. W kwietniu 2020 roku skończył się okres dostosowawczy gdańskiej uchwały krajobrazowej. Koszty demontaży nośników reklamowych w Gdańsku obciążą bieżące wyniki spółki. Zmniejszona podaż nośników w tym mieście nie wywołała na dziś istotnych negatywnych reakcji ze strony klientów. Z dużych miast w 2023 roku uchwały krajobrazowe z 12-to miesięcznym okresem dostosowawczym przyjęły Poznań i Gdynia. Jednak Trybunał Konstytucyjny orzekł 12.12.2023 roku o niekonstytucyjności art. 37a ust. 9 ustawy z 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym w zakresie, w jakim nie przewiduje on zapewnienia trybu dochodzenia odszkodowania przez podmioty, które zostały zobowiązane do usunięcia tablic i urządzeń reklamowych posiadających zgodę budowlaną na podstawie uchwały krajobrazowej. Może to spowodować, że realne skutki tych uchwał zostaną przesunięte poza rok 2024 do czasu poprawy wadliwych przepisów przez ustawodawcę i oznaczają okresowe pogorszenie wyników w okresie przejściowym pierwszych lat obowiązywania nowych przepisów miejscowych dotyczących reklamy zewnętrznej.

► Kino

W lutym 2022 nastąpił wybuch wojny w Ukrainie, w konsekwencji której nastąpił wysoki, skokowy wzrost kosztów energii, który najprawdopodobniej będzie się utrzymywał w kolejnych latach. Na to nałożyły się kolejne niekorzystne zjawiska gospodarcze takie jak: wysoka inflacja, wysoki poziom stóp procentowych, nie nadążające za inflacją wzrosty płacy w osłabionej przez 2 lata pandemii COVID-19 gospodarce.

To wszystko wpływa na zmniejszenie się siły nabywczej klientów kin, co w niekorzystny sposób przełożyło się i może przekładać na spadek sprzedaży biletów oraz mniejszej skłonności do zakupu napojów i przekąsek w barach kinowych.

Wysoka inflacja to wyraźnie zwiększenie się kosztów prowadzenia działalności kinowej we wszelkich aspektach, nie tylko cen energii i płac, a wysokie stopy procentowe spowodowały znaczący wzrost kosztów obsługi długu zmniejszając płynność spółki.

Dwuletni okres COVID-19 oraz przeprowadzone strajki scenarzystów i aktorów w 2023 roku wpłynęły na zatrzymanie prac na wielu planach filmowych, przez co wyraźnie mniej tytułów filmowych znalazło się na ekranach kin. Ta sytuacja powoli wraca do normy, ale podaży takiej liczby filmów rocznie jak przed pandemią będzie się można spodziewać najwcześniej w roku 2025. W 2022 i 2023 roku dało się również dodatkowo zaobserwować nagły spadek zainteresowania widzów polskimi filmami. Nie ma pewności, czy ta tendencja ma charakter krótkookresowy i już w 2024 polskie tytuły będą osiągać poziom frekwencji porównywalny z tym sprzed pandemii, a dotąd filmy polskie miały swój wyraźny udział we frekwencji kinowej. Ponadto, w trakcie pandemii popularność zyskały platformy streamingowe, w związku z czym operatorzy kinowi w większym niż do tej pory stopniu konkurują z innymi technologiami odtwarzania filmów m.in. w internecie. Istotny wpływ na frekwencję ma również pogoda oraz zakaz handlu w niedziele, który powoduje odpływ klientów z galerii handlowych. Okresowe zamknięcia galerii handlowych oraz obiektów kinowych mogą trwale zmienić zwyczaje konsumentów - nie sposób obecnie ocenić, w jaki sposób zmienią oni swoje nawyki i sposób spędzania wolnego czasu.

► Ryzyko związane z prowadzeniem działalności koncesjonowanej

Grupa od lat działa na rynku radiowym, który podlega koncesjonowaniu, a zapisy koncesyjne określają zakres i formy prowadzonej działalności w okresie, na który nadawca radiowy otrzymuje koncesję. Istnieje więc ryzyko, że zapotrzebowanie słuchaczy na dany format może maleć, a zapisy koncesyjne mogą w znacznym stopniu ograniczyć możliwość dostosowania się Grupy do zapotrzebowania słuchaczy na dany format.

Istnieje również ryzyko, że ewentualne niewypełnianie postanowień koncesji lub przepisów, w szczególności w zakresie treści programowych, mogą spowodować sankcje ze strony Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji („KRRiT”).

Nie można wykluczyć ryzyka, że KRRiT odmówi ponownego przyznania koncesji po okresie, na jaki zostały one pierwotnie wydane lub też, że warunki ponownie wydanych koncesji (albo umów związanych z koncesjami) będą z punktu widzenia Grupy mniej korzystne niż obecne.

Regulator prowadzi prace zmierzające do wdrożenia radiofonii cyfrowej DAB+ w Polsce. W związku z brakiem jasnych wytycznych i jednolitej polityki organów państwowych nie można oszacować wpływu wdrażania nowego sposobu nadawania na obecny rynek stacji nadających analogowo.

► Radiostacje

Rynek reklamy radiowej w Polsce jest bardzo konkurencyjny i radiostacje Grupy Agora rywalizują na nim o wyniki słuchalności i przychody z reklam z innymi stacjami radiowymi, w tym ze stacjami o zasięgu ogólnopolskim, a także z innymi mediami: telewizją, prasą, internetem i reklamą zewnętrzną.

Dla słuchalności stacji muzycznych olbrzymie znaczenie ma format stacji. Nie ma pewności, czy obecna pozycja radiostacji Grupy na rynku słuchalności nie ulegnie zmianie. Konkurując na rynku reklamowym, poszczególne radiostacje, w tym należące do różnych grup medialnych, tworzą pakiety reklamowe, których popularność wśród reklamodawców może istotnie wpływać na pozycję rynkową poszczególnych radiostacji w rynku reklamowym. Dodatkowo należy pamiętać, że radiostacje w coraz większym stopniu walczą o uwagę słuchacza z innymi mediami, w tym w szczególności z Internetem.

► Działalność filmowa

Dystrybucja i koprodukcja filmowa mają charakter projektowy, co może wpłynąć na dużą zmienność wyników z tej działalności i prowadzić do okresowego zaburzenia rezultatów osiągniętych przez Grupę. Większość nakładów - związana w szczególności z koprodukcją filmową - ponoszona jest dużo wcześniej, zanim pojawią się przychody z tego źródła. Stopień wpływu tej działalności na wyniki Grupy zależy także od popularności i frekwencji, jaką zdobędzie dany film.

► Ryzyko roszczeń z tytułu naruszenia praw własności intelektualnej

Prowadzona przez Grupę działalność opiera się w znacznej mierze na korzystaniu z praw własności intelektualnej i zawartych umowach licencyjnych. W przekonaniu Grupy nie narusza ona w swojej działalności praw własności intelektualnej osób trzecich. Nie można jednak wykluczyć sytuacji, w których Grupa mogłaby nieumyślnie naruszyć takie prawa. W efekcie pod adresem Grupy mogłyby zostać wysunięte roszczenia z tego tytułu, w wyniku których mogłaby wystąpić konieczność zapłacenia stosownych odszkodowań.

► Ryzyko zmienności przepisów prawa, w szczególności regulujących działalność Grupy

W związku z faktem, że regulacje prawne ulegają w Polsce częstym zmianom, mogą one mieć negatywny wpływ na działalność Grupy oraz pociągać za sobą ryzyko w prowadzeniu działalności gospodarczej. W szczególności na aktywność Grupy mogą mieć wpływ zmiany prawa regulującego wykonywaną działalność, w tym zmiany w zapisach Ustawy o radiofonii i telewizji oraz przepisów wykonawczych do tej ustawy, Ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych, a także zmiana aktów regulujących działalność rynku kapitałowego w Polsce. Regulacje prawne mogą też potencjalnie rodzić pewne ryzyko związane z problemami interpretacyjnymi, brakiem praktyki orzeczniczej, niekorzystnymi interpretacjami przyjmowanymi przez sądy lub organy administracji publicznej.

Dodatkowo, przepisy prawne w Polsce charakteryzują się dużą zmiennością. Ewentualne zmiany dotyczące opodatkowania działalności gospodarczej, zarówno w zakresie podatku dochodowego, podatku od towarów i usług, jak też innych podatków i danin, mogą wpłynąć negatywnie na działalność i poziom wyników Grupy. Grupa narażona jest również na ryzyko związane z możliwością zmian interpretacji zarówno przepisów prawa podatkowego, jak i innych danin publicznych, co może mieć wpływ na działalność operacyjną oraz wyniki finansowe.

► Ryzyko związane z postępowaniami przed organami nadzoru

Grupa Agora w ramach prowadzonej działalności gospodarczej jest na bieżąco poddawana kontrolom przez instytucje nadzorujące określone obszary jej działalności. W opinii Spółki wszystkie działania podejmowane przez Grupę są zgodne z obowiązującymi przepisami prawa, dlatego też - mimo, że Spółka nie spodziewa się obecnie, aby którekolwiek z postępowań, których jest stroną, mogło mieć istotny negatywny wpływ na jej sytuację finansową i wyniki działalności - brak jest pewności, że ostateczny wynik obecnych bądź przyszłych postępowań nie będzie miał takiego wpływu na wyniki lub sytuację finansową Grupy.

► Testy na utratę wartości aktywów

Zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej Grupa przeprowadza testy na utratę wartości aktywów. W przeszłości, w kilku przypadkach, gdy wyniki testów były negatywne, zostały dokonane stosowne odpisy, które obciążały rachunek zysków i strat (jednostkowy lub skonsolidowany). Nie ma pewności, że wyniki testów na utratę wartości aktywów przeprowadzone w przyszłości dadzą pozytywne rezultaty, w szczególności w okresie, w którym negatywne skutki wywołane wojną na Ukrainie wpływają na większość sektorów gospodarki.

► Płynność finansowa

Długotrwałe spowolnienie koniunktury gospodarczej wywołanej przez wojnę na Ukrainie może sprawić, że Grupa Agora będzie osiągać niższe przychody, przy jednoczesnym wzroście kosztów prowadzenia działalności gospodarczej, wysokiej inflacji oraz kosztach pozyskania finansowania. Te czynniki oraz problemy ze spłatą wymagalnych należności przez dłużników Agory mogą mieć negatywny wpływ na płynność finansową Grupy. W obliczu negatywnych zjawisk w otoczeniu rynkowym Spółka i Grupa mogą znaleźć się w sytuacji, w której nie będą również w stanie zabezpieczyć finansowania zewnętrznego niezbędnego do pokrycia wymagalnych zobowiązań w Grupie. W celu zminimalizowania tego ryzyka Zarząd Agory S.A. prowadzi wzmożony monitoring ściągальności należności oraz zabezpieczył długoterminowe finansowanie zewnętrzne dla Spółki oraz Grupy. W obliczu olbrzymiej niepewności co do dalszego przebiegu wojny na Ukrainie i jej skutków gospodarczych oraz mniejszej skłonności instytucji finansowych do udzielenia kredytów ryzyko wystąpienia problemów z płynnością finansową w Grupie jest wyższe niż w okresie przed 2020 rokiem, czyli jeszcze przed wybuchem pandemii COVID-19.

► Ryzyko walutowe

Osiągane przez Grupę przychody są wyrażone w złotych polskich. Część kosztów operacyjnych Grupy związana głównie z działalnością kinową, usługami i materiałami produkcyjnymi (papier) oraz usługami IT, powiązana jest z kursami wymiany walut obcych. Zmiana wartości polskiej waluty, w szczególności w relacji PLN/EUR może mieć wpływ na poziom kosztów operacyjnych i osiągnięte przez Grupę wyniki.

► Ryzyko braku finansowania

Możliwość inwestycji w działania rozwojowe może zostać ograniczona przez rosnący koszt pozyskania finansowania. W konsekwencji części przedsiębiorców nie będzie stać na zaciągnięcie nowych zobowiązań, gdyż nawet małe wzrosty stóp procentowych przekładają się na dużo wyższe koszty obsługi zadłużenia. Brak możliwości zaciągnięcia nowych zobowiązań przyczyni się do ograniczenia aktywności inwestycyjnej, gdyż tylko niewielka grupa przedsiębiorstw jest w stanie sfinansować duże działania rozwojowe z własnych środków. W tej sytuacji instytucje finansowe mogą stać się znacznie bardziej rygorystycznie w udzielaniu finansowania na działania inwestycyjne.

► Ryzyko windykacyjne

Wskutek wybuchu pandemii Covid-19, wybuchu wojny na Ukrainie oraz pogarszającej się sytuacji makroekonomicznej zwiększyła się liczba firm w Polsce, które ogłaszają upadłość - dotyczy to również kontrahentów, z którymi współpracuje Grupa. Trudności finansowe przedsiębiorców współpracujących z różnymi segmentami Grupy mogą mieć wpływ na osiągnięte przez nią wyniki. Nie można mieć też pewności, czy w przypadku upadłości danego przedsiębiorcy Grupa odzyska wszystkie swoje należności.

▸ Ryzyko związane z funkcjonowaniem w ramach podatkowej grupy kapitałowej (PGK)

Funkcjonowanie w ramach PGK nakłada na Agorę S.A. obowiązek utrzymania co najmniej 75,0% udziałów w spółkach zależnych wchodzących w skład PGK przez przedłużony na 2024 r. okres funkcjonowania PGK. Biorąc pod uwagę zmiany w otoczeniu rynkowym oraz realizację strategii Grupy Agora, może zaistnieć konieczność dokonania zmian w strukturze właścicielskiej, co - w przypadku zmniejszenia wysokości wspomnianych udziałów w którejkolwiek ze spółek poniżej progu 75,0%, będzie skutkowało wsteczną, od dnia 1 stycznia 2024 r. utratą statusu PGK. Wiąże się to z utratą oszczędności podatkowych, wzrostem kosztów zamknięcia roku podatkowego oraz koniecznością sporządzenia dodatkowej dokumentacji cen transferowych. Jednakże Spółka zakłada, że wszystkie wymogi ustawowe zostaną spełnione przez cały okres trwania PGK.

▸ Ryzyko utraty kluczowych pracowników

Sukcesy osiągnięte przez Grupę zależą m.in. od zaangażowania i umiejętności kluczowych pracowników. Kadra menadżerska zatrudniona w Spółce w istotnym stopniu przyczyniła się zarówno do rozwoju Grupy, jak i skutecznej optymalizacji jej procesów operacyjnych. Ze względu na rynkową konkurencję o wysoko wykwalifikowany personel Grupa nie ma pewności, czy będzie w stanie zatrzymać wszystkich kluczowych pracowników w obliczu narastającej presji płacowej.

▸ Ryzyko sporów zbiorowych z pracownikami

W Grupie Agora aktualnie działają trzy organizacje związkowe. Pierwsza z nich - Organizacja Międzyzakładowa NSZZ „Solidarność” AGORA S.A. i INFORADIO SP. Z.O.O („OM”) – została utworzona 12 grudnia 2011 r. i działa przy Agorze S.A., Inforadio sp. z o.o., AMS S.A., Plan D sp. z o.o. (dawniej Domiporta Sp. z o.o.), Goldenline sp. z o.o. oraz Grupie Radiowej Agory sp. z o.o.

W maju 2020 r. Agora S.A. otrzymała formalne zawiadomienie o utworzeniu drugiej organizacji związkowej - Komisji Zakładowej OZZ Inicjatywa Pracownicza przy spółce Agora S.A.

W połowie 2021 r., Grupa otrzymała informację o powstaniu trzeciego związku zawodowego - Związek Zawodowy Komitetu Obrony Gazety Wyborczej działający przy spółce Agora S.A. Organizacja ta powstała po ogłoszeniu przez Zarząd Agory S.A. planu integracji pionu Gazeta.pl oraz działalności prasowej Spółki. Głównym założeniem i ideą skupiającą działaczy nowego związku jest obrona niezależności *Gazety Wyborczej*. Ryzyko sporu zbiorowego ogłoszonego przez Komitet Obrony Gazety Wyborczej jest wysokie, w przypadku decyzji Zarządu Agory S.A. o działaniach biznesowych obejmujących pion Prasa.

W grudniu 2022 roku Organizacja Międzyzakładowa NSZZ „Solidarność” AGORA S.A. i INFORADIO SP. Z.O.O („OM”) objęła swoim działaniem również spółkę Helios S.A.

Zgodnie z wymogami prawa zarządy spółek, przy których funkcjonują związki zawodowe, przeprowadzają konsultacje lub odpowiednio uzgadniają określone prawem decyzje z OM.

Grupa stara się utrzymywać dobre relacje ze swoimi pracownikami i na bieżąco rozwiązywać wszelkie zaistniałe problemy. Nie można jednak wykluczyć ryzyka sporów zbiorowych w przypadkach przewidzianych przepisami prawa.

Dodatkowo, wewnętrzne uregulowania w Agorze S.A., które zostały stworzone w celu zabezpieczenia niezależności redakcyjnej *Gazety Wyborczej* zostały w minionym roku wykorzystane w celu zatrzymania prac nad działaniami biznesowymi zmierzającymi do skutecznej realizacji celu strategicznego Agory związanego z rozwojem modelu subskrypcyjnego oraz wzrostem wpływów ze sprzedaży usług reklamowych. Pomimo działań mających na celu wyjaśnienie zaistniałej sytuacji nie można wykluczyć, że może się ona powtórzyć w przyszłości i mieć negatywny wpływ na działania rozwojowe Agory S.A. i całej Grupy Agora.

VI. OŚWIADCZENIE ZARZĄDU

Zarząd Agory potwierdza, że zgodnie z jego najlepszą wiedzą, skrócone półroczne jednostkowe i skonsolidowane sprawozdanie finansowe oraz dane porównywalne sporządzone zostały zgodnie z obowiązującymi zasadami rachunkowości oraz że odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową emitenta oraz Grupy Kapitałowej emitenta oraz ich wynik finansowy.

Półroczne Sprawozdanie Zarządu z działalności Grupy zawiera prawdziwy obraz rozwoju i osiągnięć oraz sytuacji Grupy Kapitałowej emitenta, w tym opis podstawowych zagrożeń i ryzyka.

Warszawa, 13 sierpnia 2024 r.

Bartosz Hojka - Prezes Zarządu

Tomasz Jagiełło - Członek Zarządu

Anna Kryńska-Godlewska - Członek Zarządu

Wojciech Bartkowiak - Członek Zarządu

Agnieszka Siuzdak-Zyga - Członek Zarządu

Maciej Strzelecki - Członek Zarządu

Podpisy złożone elektronicznie.