

**GRUPA AGORA**

Sprawozdanie  
Zarządu z  
działalności Grupy  
Agora S.A.

**za rok 2014**

do  
skonsolidowanego  
sprawozdania  
finansowego

1 kwietnia 2015 r.

**SPIS TREŚCI**

GRUPA AGORA SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI GRUPY AGORA S.A. ZA ROK 2014 DO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO.....	5
I. ISTOTNE ZDARZENIA I CZYNNIKI MAJĄCE WPŁYW NA WYNIKI FINANSOWE GRUPY [1] .....	5
II. CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE I WEWNĘTRZNE ISTOTNE DLA ROZWOJU GRUPY .....	6
1. CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE .....	6
1.1. Rynek reklamy [3] .....	6
1.2 Sprzedaż egzemplarzowa dzienników [4] .....	7
1.3 Frekwencja w kinach [10] .....	7
2. CZYNNIKI WEWNĘTRZNE .....	8
2.1. Przychody .....	8
2.2. Koszty operacyjne .....	9
3. PERSPEKTYWY .....	10
3.1. Przychody .....	10
3.1.1 Rynek reklamy [3] .....	10
3.1.2 Sprzedaż prasy .....	10
3.1.3. Sprzedaż biletów .....	10
3.2 Koszty operacyjne .....	10
3.2.1 Koszty usług obcych .....	10
3.2.2 Koszty wynagrodzeń i świadczeń dla pracowników .....	10
3.2.3 Koszty marketingu i promocji .....	11
3.2.4 Koszty materiałów i energii .....	11
4. Kierunki rozwoju Grupy Kapitałowej Emitenta .....	11
III. WYNIKI FINANSOWE .....	12
1. SPÓŁKI WCHODZĄCE W SKŁAD GRUPY AGORA .....	12
2. RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT GRUPY AGORA .....	12
2.1. Podstawowe produkty, towary i usługi Grupy Agora .....	13
2.2. Wyniki wg głównych segmentów Grupy Agora za 2014 r. ....	14
2.3. Przychody i rynki zbytu .....	15
2.4. Rynki zaopatrzenia .....	15
2.5. Przychody i koszty finansowe .....	15
3. BILANS GRUPY AGORA .....	15
3.1. Aktywa trwałe .....	16
3.2. Aktywa obrotowe .....	16
3.3. Zobowiązania i rezerwy długoterminowe .....	16
3.4. Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe .....	16
4. PRZEPŁYWY ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH GRUPY AGORA .....	16
4.1. Działalność operacyjna .....	17
4.2. Działalność inwestycyjna .....	17
4.3. Działalność finansowa .....	17
5. WYBRANE WSKAŹNIKI FINANSOWE [5] .....	18
IV. WYNIKI OPERACYJNE - GŁÓWNE SEGMENTY GRUPY AGORA .....	19
IV.A. PRASA [1] .....	19
1. Przychody .....	20
1.1. Przychody ze sprzedaży wydawnictw .....	20
1.1.1. Sprzedaż egzemplarzowa i czytelnictwo Gazety Wyborczej [4] .....	20
1.1.2. Sprzedaż egzemplarzowa czasopism .....	20
1.2. Sprzedaż reklam [3] .....	21
1.2.1. Przychody reklamowe Gazety Wyborczej .....	21
1.2.2. Przychody reklamowe Metra [3], [4] .....	21
1.2.3 Przychody reklamowe czasopism .....	21

2. Koszty.....	21
3. Nowe Inicjatywy.....	22
IV.B. FILM I KSIĄŻKA [1] .....	23
1. Przychody [3] .....	24
2. Koszty.....	24
3. Nowe inicjatywy.....	24
IV.C. REKLAMA ZEWNĘTRZNA (GRUPA AMS) .....	25
1. Przychody [8] .....	25
2. Koszty.....	25
3. Nowe inicjatywy.....	26
IV.D. INTERNET [1], [6].....	27
1. Przychody.....	27
2. Koszty.....	28
3. Istotne informacje o działalności internetowej .....	28
4. Nowe inicjatywy.....	28
IV.E. RADIO .....	30
1. Przychody [3] .....	30
2. Koszty.....	30
3. Udziały w słuchalności [9].....	31
4. Nowe inicjatywy.....	31
IV.F. DRUK [1].....	32
1. Przychody.....	32
2. Koszty.....	32
3. Nowe inicjatywy.....	32
PRZYPISY .....	33
V. INFORMACJE UZUPEŁNIAJĄCE.....	36
V.A. INFORMACJE O UMOWACH ZNACZĄCYCH DLA DZIAŁALNOŚCI EMITENTA I GRUPY KAPITAŁOWEJ.....	36
1. Podpisanie umowy o wielocelowy limit kredytowy.....	36
V.B. INFORMACJE O STRUKTURZE, ORGANIZACJI, POWIĄZANIACH ORAZ INWESTYCJACH KAPITAŁOWYCH EMITENTA I GRUPY KAPITAŁOWEJ A TAKŻE STRUKTURZE AKCJONARIATU .....	37
1. Struktura powiązań kapitałowych emitenta z jednostkami podporządkowanymi.....	37
2. Zmiany w strukturze i organizacji grupy kapitałowej Emitenta .....	38
3. Przynależność do branżowych organizacji krajowych i zagranicznych. ....	40
4. Główne inwestycje krajowe i zagraniczne .....	40
5. Zmiany w strukturze akcjonariatu Spółki.....	41
V.C. INNE INFORMACJE UZUPEŁNIAJĄCE.....	42
1. Transakcje z podmiotami powiązаныmi.....	42
2. Umowy zawarte między Emitentem a osobami zarządzającymi, przewidujące rekompensatę w przypadku rezygnacji lub zwolnienia z zajmowanego stanowiska .....	42
3. Wartość wynagrodzeń, nagród i korzyści Zarządu i rady nadzorczej emitenta oraz osób zarządzających i nadzorujących spółki od niego zależne.....	43
4. Stan posiadania akcji Agory S.A. oraz akcji i udziałów w jednostkach powiązanych Agory S.A. przez członków Zarządów .....	43
5. Stan posiadania akcji Agory S.A. oraz akcji i udziałów w jednostkach powiązanych Agory S.A. przez członków Rad Nadzorczych.....	44
6. Zmiany w podstawowych zasadach zarządzania przedsiębiorstwem Emitenta i jego grupą kapitałową. ....	45
7. Informacje o zaciągniętych i wypowiedzianych w 2014 r. umowach dotyczących kredytów i pożyczek oraz gwarancjach i poręczeniach otrzymanych przez Agorę S.A. oraz Spółki od niej zależne.....	45
8. Informacje o udzielonych w 2014 r. pożyczkach, poręczeniach i gwarancjach oraz pożyczkach pozabilansowych .....	46
9. Informacje o systemie kontroli programów akcji pracowniczych.....	46
10. Informacje o wyborze i umowach z podmiotem uprawnionym do badania sprawozdań finansowych.....	47

11. Informacja o instrumentach finansowych .....	47
12. Opis istotnych czynników ryzyka i zagrożeń .....	47
13. Czynniki i nietypowe zdarzenia mające wpływ na wyniki z działalności za 2014 r. z określeniem stopnia ich wpływu .....	50
14. Postępowania dotyczące zobowiązań albo wiarytelności Emitenta lub jednostki od niego zależnej, których wartość w jednym postępowaniu lub łącznie we wszystkich postępowaniach stanowiłaby co najmniej 10% kapitałów własnych Emitenta .....	51
15. Oddziały posiadane przez spółkę i spółki od niej zależne .....	51
16. Stanowisko Zarządu odnośnie realizacji prognoz finansowych .....	51
17. Emisja papierów wartościowych.....	51
18. Pozostałe informacje .....	51
<b>VI. OŚWIADCZENIE I RAPORT O STOSOWANIU ZASAD ŁADU KORPORACYJNEGO PRZEZ AGORĘ S.A. W 2014 R.....</b>	<b>54</b>
1. Wskazanie zasad ładu korporacyjnego, które nie były przez emitenta stosowane, wraz ze wskazaniem jakie były okoliczności i przyczyny niezastosowania danej zasady oraz w jaki sposób spółka zamierza usunąć ewentualne skutki niezastosowania danej zasady lub jakie kroki zamierza podjąć, by zmniejszyć ryzyko niezastosowania danej zasady w przyszłości .....	54
2. Opis sposobu działania walnego zgromadzenia i jego zasadniczych uprawnień oraz praw akcjonariuszy i sposobu ich wykonywania .....	57
3. Skład osobowy i zasady działania organów zarządzających i nadzorujących Spółki oraz ich komitetów. ....	59
3.1. Zarząd .....	59
3.2. Rada Nadzorcza .....	60
3.3. Komitet i komisja działające w ramach Rady Nadzorczej .....	63
(i) Komitet Audytu.....	63
(ii) Komisja ds. Osobowych i Wynagrodzeń .....	64
4. Opis podstawowych cech stosowanych w spółce systemów kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem w odniesieniu do procesu sporządzania sprawozdań finansowych i skonsolidowanych sprawozdań finansowych	64
5. Wskazanie akcjonariuszy posiadających znaczne pakiety akcji .....	65
6. Zasady powoływania i odwoływania osób zarządzających oraz uprawnienia osób zarządzających, w szczególności prawo do podjęcia decyzji o wykupie lub emisji akcji .....	66
6.1. Powoływanie .....	66
6.2. Odwoływanie .....	66
6.3. Uprawnienia osób zarządzających.....	67
7. Posiadacze papierów wartościowych, które dają specjalne uprawnienia kontrolne w stosunku do emitenta	67
8. Ograniczenia dotyczące przenoszenia prawa własności papierów wartościowych emitenta .....	68
9. Ograniczenia w wykonywaniu prawa głosu .....	68
10. Zasady zmiany statutu Agory S.A. ....	68
<b>VII. OŚWIADCZENIA ZARZĄDU .....</b>	<b>69</b>
1. Oświadczenie odnośnie przyjętych zasad rachunkowości .....	69
2. Oświadczenie odnośnie wyboru podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych dokonyującego badania rocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego .....	69

# GRUPA AGORA

## SPRAWOZDANIE ZARZĄDU

### Z DZIAŁALNOŚCI GRUPY AGORA S.A.

### ZA ROK 2014

### DO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO

PRZYCHODY 1 102,4 MLN ZŁ,  
STRATA NETTO 11,0 MLN ZŁ,  
EBITDA OPERACYJNA 77,7 MLN ZŁ,  
GOTÓWKA Z DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ 97,8 MLN ZŁ

Wszystkie dane (jeżeli nie zostanie wskazane inaczej) obejmują 2014 r., zaś porównania mówią o dynamice w stosunku do 2013 r. Źródła danych zostały przedstawione na końcu części IV niniejszego sprawozdania.

#### I. ISTOTNE ZDARZENIA I CZYNNIKI MAJĄCE WPŁYW NA WYNIKI FINANSOWE GRUPY [1]

- Od pierwszego kwartału 2014 r., w wyniku zmian organizacyjnych, Grupa Agora („Grupa”) zmieniła sposób raportowania wybranych segmentów operacyjnych. Najistotniejsze zmiany dotyczą wyodrębnienia działalności poligraficznej z dotychczasowego segmentu Prasa Codzienna jako odrębnego segmentu operacyjnego. Kolejna istotna zmiana dotyczy włączenia działalności związanej z wydawaniem czasopism Agory do nowego segmentu Prasa oraz przeniesieniem dotychczasowej działalności pionu Projekty Specjalne do nowego segmentu Film i Książka (wcześniej segment Kino). Dokładny opis zmian w sposobie raportowania poszczególnych działalności biznesowych Grupy Agora znajduje się we właściwych sekcjach niniejszego komentarza. Dane porównawcze za 2013 r. zostały odpowiednio przekształcone. Zarząd pragnie jednak zwrócić uwagę, że w związku z tą zmianą, dane prezentowane w poprzednich raportach rocznych mogą nie być w pełni porównywalne z obecnie prezentowanym podejściem zarządczym.
- W 2014 r. przychody Grupy wyniosły 1 102,4 mln zł i były o 2,7% wyższe niż w 2013 r. Wpływ na to miały wyższe przychody odnotowane przez większość segmentów operacyjnych Grupy. Największy wzrost przychodów miał miejsce w segmencie Film i Książka i wyniosły one 282,9 mln zł. Do wzrostu przychodów tego segmentu przyczyniła się wyższa frekwencja w sieci kin Helios oraz wyższe przychody z tytułu dystrybucji i koprodukcji filmowej, które wyniosły blisko 17,0 mln zł. Przychody segmentów Internet oraz Radio wzrosły dzięki wyższym wpływom ze sprzedaży reklam i wyniosły odpowiednio 127,1 mln zł (wzrost o 14,1%) oraz 87,4 mln zł (wzrost o 5,2%). Wzrost przychodów segmentu Druk do kwoty 173,1 mln zł wynika z wyższego wolumenu zamówień od klientów zewnętrznych. Segmenty, które odnotowały niższe przychody niż w 2013 r., to Prasa i Reklama Zewnętrzna. W przypadku Prasy zmniejszenie przychodów związane jest głównie z mniejszymi wydatkami reklamodawców w dziennikach i magazynach. W przypadku segmentu Reklama Zewnętrzna jest to głównie efekt niższych przychodów reklamowych odnotowanych w pierwszym i trzecim kwartale 2014 r.
- W 2014 r. koszty operacyjne netto Grupy wyniosły 1 120,7 mln zł i wzrosły o 5,1% w stosunku do 2013 r. Czynnikiem wpływającym na ich wysokość były odpisy aktualizujące wartość aktywów w wysokości 15,1 mln zł, które obciążły wyniki Grupy w czwartym kwartale 2014 r. Po wyeliminowaniu wpływu odpisów aktualizujących, koszty operacyjne Grupy wyniosły w 2014 r. 1 105,6 mln zł i wzrosły 3,7% w porównaniu z 2013 r. Istotny wzrost kosztów operacyjnych (o 11,1%) miał miejsce w segmencie Film i Książka i był związany z aktywnością na rynku dystrybucji i koprodukcji filmowej, rozwojem sieci kin Helios oraz wyższymi opłatami za kopie filmowe. W segmencie Internet wyższe koszty operacyjne związane były z działaniami rozwojowymi oraz większą aktywnością promocyjną. W segmencie Druk wzrost kosztów

operacyjnych wynikał z większego wolumenu produkcji dla klientów zewnętrznych, co przełożyło także się na wzrost przychodów segmentu z tego tytułu. Wzrost kosztów operacyjnych został odnotowany także w segmencie Prasa i był on głównie związany z odpisami aktualizującymi wartość tytułów prasowych wydawanych przez pion Czasopisma i Prasa Bezpłatna oraz z rozwojem oferty cyfrowej segmentu. W segmencie Radio koszty pozostały na identycznym poziomie jak w 2013 r., a w segmencie Reklama Zewnętrzna zmniejszyły się o 4,1%, głównie za sprawą niższych kosztów utrzymania systemu oraz wydatków na reprezentację i reklamę.

- ▶ W czwartym kwartale 2014 r. wynik operacyjny Grupy został obciążony przez odpis aktualizujący wartość aktywów trwałych w wysokości 15,1 mln zł. W rezultacie Grupa zakończyła 2014 r. ze stratą operacyjną na poziomie EBIT w wysokości 18,3 mln zł oraz stratą netto na poziomie 11,0 mln zł. W tym czasie strata netto przypadająca na akcjonariuszy jednostki dominującej wyniosła 12,5 mln zł. EBITDA Grupy wyniosła 77,7 mln zł i była niższa niż w 2013 r. Po wyeliminowaniu wpływu odpisów aktualizujących, EBITDA Grupy w 2014 r. wyniosła 92,8 mln zł, a strata operacyjna na poziomie EBIT 3,2 mln zł. Zysk netto Grupy, po eliminacji powyższych kosztów, wyniósł 1,2 mln zł i był na tym samym poziomie co w 2013 r.
- ▶ Na wysokość podatku odroczonego, a w efekcie na wynik netto Grupy w 2014 r., wpłynął efekt podatkowy przeprowadzonej w czwartym kwartale 2014 r. transakcji aportu i leasingu zwrotnego nośników reklamowych, w ramach optymalizacji działalności operacyjnej spółek należących do grupy AMS.
- ▶ Na koniec grudnia 2014 r. Grupa dysponowała środkami pieniężnymi w wysokości 110,2 mln zł, na które składały się gotówka i jej ekwiwalenty w wysokości 52,3 mln zł oraz 57,9 mln zł zainwestowane w krótkoterminowe papiery wartościowe. Dodatkowo, Grupa posiada należności z tytułu złożonych przez spółkę AMS S.A. kaucji pieniężnych w wysokości 37,6 mln zł stanowiących zabezpieczenie gwarancji bankowych udzielonych w związku z realizacją umowy koncesji na budowę i modernizację wiat przystankowych w Warszawie (z tego 29,6 mln zł jest prezentowane w bilansie w należnościach długoterminowych). Na wysokość środków pieniężnych posiadanych przez Grupę na dzień 31 grudnia 2014 r. wpłynęła również realizacja pierwszego etapu programu skupu akcji własnych. Spółka nabyła 2 500 000 akcji własnych po 12,0 zł za akcję poza rynkiem regulowanym. Transakcja nabycia akcji została rozliczona 12 września 2014 r., a całość wydatków poniesionych na jej przeprowadzenie i rozliczenie wyniosła blisko 30,1 mln zł.
- ▶ Na koniec grudnia 2014 r. zadłużenie kredytowe Grupy wyniosło 93,4 mln zł (w tym zewnętrzne zadłużenie grupy Helios S.A. („Helios”) obejmujące kredyty bankowe i zobowiązania z tytułu leasingu finansowego w wysokości 84,7 mln zł).
- ▶ 15 marca 2014 r. Grupa Agora we współpracy z Kino Polska TV S.A. uruchomiła kanał filmowy Stopklatka TV rozwijany w ramach spółki Stopklatka S.A. Wyniki spółki Stopklatka S.A. są konsolidowane w wynikach Grupy Agora metodą praw własności.

## 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 2014 r. wartość wydatków reklamowych ogółem w Polsce wyniosła około 7,4 mld zł i wzrosła o ponad 2,5% w stosunku do 2013 r. W tym czasie reklamodawcy ograniczyli swoje wydatki na reklamę w prasie i kinie. Wydatki na reklamę zewnętrzną były na zbliżonym poziomie jak w 2013 r. Wzrosły natomiast wydatki na reklamę w telewizji, internecie oraz w radiostacjach. Dane dotyczące szacunków dynamiki zmian wartości wydatków reklamowych w poszczególnych mediach zaprezentowano w tabeli poniżej:

**Tab. 1**

Wydatki na reklamę ogółem	Telewizja	Internet	Czasopisma	Radio	Reklama zewnętrzna	Dzienniki	Kino
2,5%	5,5%	6,5%	(13,0%)	6,0%	0,0%	(16,0%)	(2,0%)

Udział poszczególnych segmentów rynku w wydatkach na reklamę ogółem w 2014 r. przedstawiono w tabeli poniżej:

**Tab. 2**

Wydatki na reklamę ogółem	Telewizja	Internet	Czasopisma	Radio	Reklama zewnętrzna	Dzienniki	Kino
100,0%	51,5%	21,5%	8,0%	7,5%	6,0%	4,0%	1,5%

### 1.2 Sprzedaż egzemplarzowa dzienników [4]

W 2014 r. spadek rozpowszechniania płatnego razem dzienników w Polsce wyniósł 9,5%. Najwyższy spadek rozpowszechniania płatnego miał miejsce w drugim kwartale 2014 r., a najmniejszy w ostatnim kwartale ubiegłego roku.

### 1.3 Frekwencja w kinach [10]

W 2014 r. liczba biletów sprzedanych w polskich kinach wzrosła o 11,2% w porównaniu z 2013 r. i wyniosła 40,4 mln biletów. Największy wzrost frekwencji miał miejsce w czwartym kwartale 2014 r. (o 24,1%) oraz w pierwszym kwartale 2014 r. (o 17,6%).

## 2. CZYNNIKI WEWNĘTRZNE

### 2.1. Przychody

Tab. 3

w mln zł	2014	Udział %	2013	Udział %	% zmiany 2014 do 2013
<b>Przychody ze sprzedaży netto (1)</b>	<b>1 102,4</b>	<b>100,0%</b>	<b>1 073,9</b>	<b>100,0%</b>	<b>2,7%</b>
<i>Sprzedaż usług reklamowych</i>	533,1	48,4%	544,3	50,7%	(2,1%)
<i>Sprzedaż wydawnictw</i>	135,5	12,3%	134,0	12,5%	1,1%
<i>Sprzedaż biletów do kin</i>	143,0	13,0%	129,1	12,0%	10,8%
<i>Sprzedaż usług poligraficznych</i>	165,3	15,0%	156,8	14,6%	5,4%
<i>Pozostała sprzedaż</i>	125,5	11,3%	109,7	10,2%	14,4%

(1) poszczególne pozycje przychodów ze sprzedaży, poza przychodami ze sprzedaży biletów i usług poligraficznych, zawierają przychody ze sprzedaży Projektów Specjalnych (w tym kolekcji wydawniczych), opisane szczegółowo w części IV.B niniejszego raportu.

W 2014 r. przychody Grupy wyniosły 1 102,4 mln zł i wzrosły o 2,7% w porównaniu do 2013 r. Najistotniejszy wpływ na wzrost przychodów Grupy miały wyższe przychody sieci kin Helios, przychody z dystrybucji filmowej oraz przychody segmentu Internet. Zmniejszyły się natomiast przychody segmentu Prasa i Reklama Zewnętrzna odpowiednio o 8,6% oraz 2,4%. To głównie efekt spadku wartości wydatków na rynku reklamy prasowej i niższych przychodów segmentu Reklama Zewnętrzna w pierwszym i trzecim kwartale 2014 r.

W 2014 r. wpływy ze sprzedaży usług reklamowych w Grupie zmniejszyły się o 2,1% w porównaniu z 2013 r. i wyniosły 533,1 mln zł. Do tego spadku przyczyniły się głównie niższe o 30,2 mln zł przychody ze sprzedaży reklam w segmencie Prasa. Nieznacznie (o 0,9%) zmniejszyły się również przychody reklamowe w segmencie Reklama Zewnętrzna. Pozostałe segmenty operacyjne Grupy (Internet, Radio oraz Film i Książka) odnotowały wzrost przychodów reklamowych - największy - o 11,9% - był widoczny w segmencie Internet. W segmencie Radio przychody ze sprzedaży reklam wzrosły o 5,1%, a w segmencie Film i Książka wzrost ten wyniósł 7,2%.

W 2014 r. wartość przychodów ze sprzedaży wydawnictw wyniosła 135,5 mln zł i była wyższa o 1,1% w porównaniu z 2013 r. Wpływ na to miały wyższe przychody ze sprzedaży wydawnictw prasowych oraz ze sprzedaży książek. Przychody ze sprzedaży *Gazety Wyborczej* były nieznacznie wyższe niż w 2013 r. (o 0,2%) i sięgnęły 100,8 mln zł, pomimo niższej o 13,0% średniej sprzedaży egzemplarzowej. Pozytywny wpływ na wartość przychodów ze sprzedaży wydawnictw segmentu Prasowego miała zmiana cykliczności ukazywania się magazynu *Wysokie Obcasy Extra*. Przychody ze sprzedaży czasopism zmniejszyły się o 7,4% i wyniosły 17,6 mln zł.

W 2014 r. przychody ze sprzedaży biletów do kin w segmencie Film i Książka wzrosły o 10,8% do kwoty 143,0 mln zł dzięki wyższej frekwencji w kinach sieci Helios w porównaniu z 2013 r. W omawianym czasie w kinach sieci Helios zakupiono blisko 8,4 mln biletów, czyli o 11,8% więcej niż w 2013 r. W tym samym czasie liczba biletów sprzedanych do kin w Polsce wyniosła 40,4 mln i była wyższa o 11,2% [10].

W 2014 r. przychody ze sprzedaży usług poligraficznych wzrosły o 5,4% do kwoty 165,3 mln zł dzięki większemu wolumenowi zamówień na druk w technologii heatset.

W 2014 r. przychody z pozostałej sprzedaży wyniosły 125,5 mln zł i wzrosły o 14,4% w porównaniu z 2013 r. Pozytywny wpływ na wzrost tej pozycji miały przychody z dystrybucji i koprodukcji filmowej, które wyniosły blisko 17,0 mln zł oraz wyższe przychody ze sprzedaży barowej w kinach sieci Helios.



## 2.2. Koszty operacyjne

Tab. 4

w mln zł	2014	Udział %	2013	Udział %	% zmiany 2014 do 2013
<b>Koszty operacyjne netto, w tym:</b>	<b>(1 120,7)</b>	<b>100,0%</b>	<b>(1 066,5)</b>	<b>100,0%</b>	<b>5,1%</b>
Usługi obce	(345,0)	30,8%	(340,8)	32,0%	1,2%
Wynagrodzenia i świadczenia (1)	(302,3)	27,0%	(289,5)	27,1%	4,4%
Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów	(239,1)	21,3%	(240,1)	22,5%	(0,4%)
Amortyzacja	(96,0)	8,6%	(96,1)	9,0%	(0,1%)
Reprezentacja i reklama	(72,9)	6,5%	(65,4)	6,1%	11,5%
Odpisy aktualizujące (2)	(15,1)	1,3%	-	0,0%	-

(1) podana kwota za 2013 r. obejmuje również niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych w wysokości 1,4 mln zł;

(2) podana kwota obejmuje odpisy aktualizujące dotyczące dwóch miesięczników wydawanych przez Agorę S.A.

**Koszty operacyjne netto** Grupy wzrosły o 5,1% i wyniosły 1 120,7 mln zł. Istotnym czynnikiem wpływającym na ich wysokość były odpisy aktualizujące wartość dwóch miesięczników wydawanych przez pion Czasopisma i Prasa Bezpłatna, które obciążały wyniki Grupy w czwartym kwartale 2014 r. kwotą 15,1 mln zł. Po wyeliminowaniu wpływu kosztów odpisów aktualizujących, koszty operacyjne netto Grupy wyniosły w 2014 r. 1 105,6 mln zł i wzrosły o 3,7%.

Wzrost **kosztów usług obcych** w 2014 r. związany był z wyższymi kosztami zakupu kopii filmowych w segmencie Film i Książka oraz wyższymi kosztami usług produkcyjnych dla klientów zewnętrznych w segmencie Druk. W tym samym czasie Grupa istotnie zredukowała koszty utrzymania nośników w segmencie Reklamy Zewnętrznej.

**Koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników** w 2014 r. wzrosły w Grupie o 4,4% do kwoty 302,3 mln zł. Wpływ na to miał wzrost tej pozycji kosztowej w większości segmentów operacyjnych Grupy w związku ze wzmacnianiem sił sprzedaży, innymi działaniami rozwojowymi oraz wyższymi kosztami systemów motywacyjnych i premiovych związanych z wyższą niż planowana realizacją celów.

**Zatrudnienie etatowe** w Grupie na koniec grudnia 2014 r. wyniosło 3 067 etatów i zmniejszyło się o 21 etatów w porównaniu z końcem grudnia 2013 r. Spadek ten wynika z niższego zatrudnienia w segmencie Prasa oraz Reklama Zewnętrzna. Wzrost zatrudnienia miał miejsce w segmencie Internet, Radio oraz Film i Książka i wynika on głównie z prowadzonych projektów rozwojowych oraz wzmacniania działów sprzedaży.

W Grupie funkcjonują różne systemy motywacyjne (np. gotówkowe plany motywacyjne, systemy motywacyjne w działach sprzedaży, itp.), których koszty obciążają pozycję wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników. Począwszy od trzeciego kwartału 2013 r., wynik operacyjny Grupy obciążany jest kwartalnie kosztami rezerwy na Trzyletni Plan Motywacyjny dla Zarządu Spółki za lata 2013 – 2015 (opisany w nocie 27 do skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy). W 2014 r. nastąpiło częściowe rozwiązanie rezerwy dotyczącej tego planu utworzonej w 2013 r., które zostało skompensowane wzrostem rezerwy na gotówkowe plany motywacyjne.

**Koszty zużycia materiałów i energii oraz wartości sprzedanych towarów i materiałów** pozostały na zbliżonym poziomie do tych odnotowanych w 2013 r.

**Koszty reprezentacji i reklamy** Grupy zwiększyły się w 2014 r. Wpływ na to miały wyższe o 34,9% wydatki na reprezentację i reklamę w segmencie Internet oraz o 24,2% w segmencie Film i Książka. Największy spadek wydatków na reprezentację i reklamę (o 24,6%) był widoczny w segmencie Reklama Zewnętrzna. Segment Prasa ograniczył te wydatki o 3,1% w porównaniu z 2013 r.

### 3. PERSPEKTYWY

#### 3.1. Przychody

##### 3.1.1 Rynek reklamy [3]

Rynek reklamy w Polsce wzrósł w 2014 r. o ponad 2,5%. W każdym z kwartałów ubiegłego roku reklamodawcy wydali więcej na promowanie swoich produktów i usług niż w analogicznych okresach 2013 r. (odpowiednio: o 0,5%, 2,5%, prawie 4,5% i o prawie 3,0%).

Według szacunków Spółki, w 2015 r. wartość wydatków na reklamę w Polsce powinna wzrosnąć od 2 do 4% w porównaniu z 2014 r. i dynamika tego wzrostu może być nieznacznie wyższa niż w 2014 r.

Dane o szacowanych dynamikach zmian wartości wydatków reklamowych ogółem oraz w poszczególnych mediach zaprezentowano w tabeli poniżej:

**Tab. 5**

Wydatki na reklamę ogółem	Telewizja	Internet	Czasopisma	Radio	Reklama zewnętrzna	Dzienniki	Kino
2-4%	3-5%	6-8%	(8)-(11)%	4-6%	1-3%	(12)-(15)%	3-5%

##### 3.1.2 Sprzedaż prasy

W 2015 r. utrzymają się negatywne trendy dotyczące spadku sprzedaży egzemplarzowej dzienników i czasopism w formie drukowanej jednak ich dynamika powinna być niższa niż w latach poprzednich. Spółka pracuje nad rozwojem sprzedaży wydawnictw w formie cyfrowej. Na początku 2014 r. Agora wdrożyła nowy model dostępu do treści cyfrowych *Gazety Wyborczej* oraz ofertę prenumeraty cyfrowej. Na koniec 2014 r., dzięki rozwojowi oferty oraz poszerzeniu jej o prenumeratę instytucjonalną, Spółka odnotowała 54,9 tys. aktywnych prenumerat cyfrowych. W opinii Spółki działania te w dłuższym terminie, wraz z innymi czynnikami, wpłyną na ustabilizowanie wyników finansowych segmentu Prasa.

##### 3.1.3. Sprzedaż biletów

Najistotniejszym czynnikiem wpływającym na frekwencję w polskich kinach jest repertuar kinowy. Na podstawie dostępnych informacji szacuje się, że liczba sprzedanych biletów w polskich kinach w 2014 r. wyniosła 40,4 mln i była o 11,2% wyższa niż w 2013 r. To rekordowa liczba sprzedanych biletów w polskich kinach po 1989 r. [10]. Repertuar na rok bieżący wygląda obiecująco i pozwala liczyć na zbliżony poziom frekwencji w 2015 r.

#### 3.2 Koszty operacyjne

W 2015 r. Grupa planuje realizację projektów rozwojowych w wybranych segmentach biznesowych, co może wpłynąć na wzrost kosztów operacyjnych. Segmenty, w których będą realizowane największe projekty, to Internet, Radio, Reklama Zewnętrzna oraz Film i Książka. Istotny wpływ zarówno na przychody, jak i na koszty operacyjne Grupy może mieć jej rosnące zaangażowanie w działalność z zakresu produkcji i dystrybucji filmowej.

##### 3.2.1 Koszty usług obcych

Koszt usług obcych zależeć będzie w dużej mierze od kosztów pośrednictwa sprzedaży - szczególnie w segmencie Internet, Radio oraz Prasa, kosztów odpłatności za kopie filmowe powiązanych bezpośrednio z poziomem przychodów ze sprzedaży biletów oraz kursu wymiany euro do złotego. Na wzrost tej pozycji kosztowej dodatkowo wpłynie otwarcie nowych obiektów kinowych zaplanowane na 2015 r. i realizacja innych projektów rozwojowych.

##### 3.2.2 Koszty wynagrodzeń i świadczeń dla pracowników

Na wzrost kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników wpłynie realizacja projektów rozwojowych w Grupie. W segmencie Internet wzrost kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników może wiązać się w największym stopniu z rozwojem wybranych serwisów grupy *Gazeta.pl* i aplikacji mobilnych oraz ze wzmocnieniem zespołu sprzedaży. W segmencie Film i Książka będzie on związany z powiększeniem sieci kin Helios o nowe obiekty oraz innymi działaniami rozwojowymi.

### 3.2.3 Koszty marketingu i promocji

W 2014 r. koszty reprezentacji i reklamy były wyższe o 11,5% w porównaniu z 2013 r. W 2015 r. Grupa Agora planuje kolejne działania rozwojowe, z którymi również wiąże się aktywność promocyjna. Poziom tych wydatków jest uzależniony od dynamiki zmian zachodzących w poszczególnych mediach, liczby uruchamianych projektów rozwojowych, w tym działalności filmowej i dystrybucyjnej, a także rynkowej aktywności i projektów konkurencji. Biorąc powyższe czynniki pod uwagę, Spółka szacuje, iż koszty reprezentacji i reklamy w 2015 r. mogą być wyższe od tych odnotowanych w 2014 r.

### 3.2.4 Koszty materiałów i energii

W 2014 r. wartość tych kosztów zmniejszyła się o 1,3% w stosunku do 2013 r. W opinii Spółki w 2015 r. ta pozycja kosztowa będzie kształtowana przez podobne trendy rynkowe co w 2014 r. Największy wpływ na tę pozycję kosztową ma działalność poligraficzna prowadzona w ramach Grupy, a w szczególności koszty materiałów produkcyjnych, wolumen produkcji oraz kurs wymiany euro do złotego.

## 4. KIERUNKI ROZWOJU GRUPY KAPITAŁOWEJ EMITENTA

Celem nadrzędnym Spółki pozostaje rozwój na rynku mediów. Grupa Agora chce go realizować poprzez wzrost przychodów oraz poprawę rentowności zgodnie z ogłoszonymi w marcu 2014 r. średnioterminowymi planami rozwoju. Kluczem do osiągnięcia tych celów w najbliższych latach jest realizacja czterech najważniejszych zadań:

- 1) cyfrowa transformacja działalności prasowej,
- 2) zbudowanie pozycji na rynku telewizyjnym,
- 3) poprawa rentowności pozostałych biznesów Grupy,
- 4) optymalizacja kosztów wspólnych usług i infrastruktury.

Grupa Agora istotnie przyspieszyła cyfrową transformację działalności prasowej dzięki wdrożeniu w dniu 4 lutego 2014 r. nowego modelu dostępu do cyfrowych treści "Gazety Wyborczej". Aby odnieść sukces w tej dziedzinie, Grupa wspiera rozwój dziennikarstwa na najwyższym poziomie oraz buduje niezbędne rozwiązania technologiczne. Na koniec 2014 r. liczba aktywnych cyfrowych subskrypcji „Gazety Wyborczej” wyniosła 54,9 tys. i była wyższa niż zdefiniowane jako cel 40 tys. płatnych subskrypcji.

15 marca 2014 r. Grupa Agora wkroczyła na rynek telewizyjny uruchamiając, wspólnie z Kino Polska TV S.A., kanał Stopklatka TV. Celem Spółki jest szybki sukces cyfrowego kanału filmowego, a jej aspiracją w dłuższej perspektywie jest zbudowanie istotnej pozycji na rynku telewizyjnych kanałów tematycznych. Na koniec 2014 r. kanał Stopklatka TV osiągnął zakładany udział w oglądalności na poziomie 1%.

Agora zamierza rozwijać swoje pozostałe biznesy pozaprasowe. W sferze działalności kinowej celem Grupy jest rozbudowa sieci kin Helios oraz zwiększenie skali działalności filmowej. Na rynku reklamy zewnętrznej Agora chce umocnić swoją pozycję w segmencie nośników premium. Priorytetem dla działalności internetowej Grupy jest intensywny rozwój w obszarze usług mobilnych i wideo oraz dalsza dywersyfikacja źródeł przychodów. Celem Grupy w zakresie działalności radiowej jest pozyskanie jak największej liczby koncesji, aby poszerzyć zasięg techniczny obecnie działających stacji oraz optymalizacja formatów muzycznych. W kwestii kosztów operacyjnych Grupa podjęła pierwsze inicjatywy optymalizacyjne związane z kosztami wspólnych usług i infrastruktury, które mają na celu uproszczenie i ujednoczenie procesów wewnątrz Grupy.

### III. WYNIKI FINANSOWE

#### 1. SPÓŁKI WCHODZĄCE W SKŁAD GRUPY AGORA

Skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy Agora za 2014 r. obejmuje konsolidację Agory S.A., Agory Poligrafii Sp. z o.o., grupy AMS S.A. („grupa AMS”), Agory TC Sp. z o.o., Trader.com (Polska) Sp. z o.o., AdTaily Sp. z o.o., Sport4People Sp. z o.o., Sir Local Sp. z o.o. (od 1 grudnia 2013 r.), TV Zone Sp. z o.o. (od 10 września 2014 r.), 5 spółek zależnych działających w branży radiowej, spółek Helios S.A. oraz Next Film Sp. z o.o. działających w branży kinowej oraz spółki ukraińskiej LLC Agora Ukraine (do 10 grudnia 2013 r.). Dodatkowo, Grupa posiada udziały w jednostce współkontrolowanej Stopklatka S.A. (od 12 marca 2014 r.) oraz w jednostkach stowarzyszonych: GoldenLine Sp. z o.o., Online Technologies HR Sp. z o.o., Instytut Badań Outdooru IBO Sp. z o.o. (od 1 czerwca 2013 r.) oraz Hash.fm Sp. z o.o. (od 18 lipca 2014 r.).

Szczegółowa lista spółek wchodzących w skład Grupy Agora znajduje się w punkcie V.B.1, a przeliczenie wybranych danych finansowych na EURO znajduje się w nocie 42 do skonsolidowanego sprawozdania finansowego zamieszczonego w tym raporcie.

#### 2. RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT GRUPY AGORA

**Tab. 6**

<i>w mln zł</i>	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>% zmiany 2014 do 2013</b>
<b>Przychody ze sprzedaży netto (1)</b>	<b>1 102,4</b>	<b>1 073,9</b>	<b>2,7%</b>
<i>Sprzedaż usług reklamowych</i>	533,1	544,3	(2,1%)
<i>Sprzedaż wydawnictw</i>	135,5	134,0	1,1%
<i>Sprzedaż biletów do kin</i>	143,0	129,1	10,8%
<i>Sprzedaż usług poligraficznych</i>	165,3	156,8	5,4%
<i>Pozostała sprzedaż</i>	125,5	109,7	14,4%
<b>Koszty operacyjne netto, w tym:</b>	<b>(1 120,7)</b>	<b>(1 066,5)</b>	<b>5,1%</b>
<i>Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów</i>	(239,1)	(240,1)	(0,4%)
<i>Amortyzacja</i>	(96,0)	(96,1)	(0,1%)
<i>Usługi obce</i>	(345,0)	(340,8)	1,2%
<i>Wynagrodzenia i świadczenia (2)</i>	(302,3)	(289,5)	4,4%
<i>Reprezentacja i reklama</i>	(72,9)	(65,4)	11,5%
<i>Odpisy aktualizujące (3)</i>	(15,1)	-	-
<b>Wynik operacyjny - EBIT</b>	<b>(18,3)</b>	<b>7,4</b>	<b>-</b>
<b>Przychody i koszty finansowe netto, w tym:</b>	<b>3,3</b>	<b>(2,3)</b>	<b>-</b>
<i>Przychody z krótkoterminowych inwestycji</i>	4,1	8,2	(50,0%)
<i>Koszty kredytów, pożyczek oraz leasingu finansowego</i>	(6,8)	(10,0)	(32,0%)
<i>Aktualizacja wyceny opcji put</i>	3,6	-	-
<b>Udział w jednostkach rozliczanych metodą praw własności</b>	<b>(2,9)</b>	<b>(0,2)</b>	<b>(1 350,0%)</b>
<b>Zysk/(strata) brutto</b>	<b>(17,9)</b>	<b>4,9</b>	<b>-</b>
<i>Podatek dochodowy (4)</i>	6,9	(3,7)	-
<b>Zysk/(strata) netto</b>	<b>(11,0)</b>	<b>1,2</b>	<b>-</b>

w mln zł	2014	2013	% zmiany 2014 do 2013
<b>Przypadający/a na:</b>			
Akcjonariuszy jednostki dominującej	(12,5)	0,5	-
Udziały niekontrolujące	1,5	0,7	114,3%
marża EBIT (EBIT/Przychody)	(1,7%)	0,7%	(2,4pkt %)
<b>EBITDA</b>	<b>77,7</b>	<b>103,5</b>	<b>(24,9%)</b>
marża EBITDA (EBITDA/Przychody)	7,0%	9,6%	(2,6pkt %)
<b>EBIT po eliminacji odpisów aktualizujących (3)</b>	<b>(3,2)</b>	<b>7,4</b>	<b>-</b>
marża EBIT po eliminacji odpisów aktualizujących (3)	(0,3%)	0,7%	(1,0pkt %)
<b>EBITDA po eliminacji odpisów aktualizujących (3)</b>	<b>92,8</b>	<b>103,5</b>	<b>(10,3%)</b>
marża EBITDA po eliminacji odpisów aktualizujących (3)	8,4%	9,6%	(1,2pkt %)
<b>Zysk netto po eliminacji odpisów aktualizujących (3)</b>	<b>1,2</b>	<b>1,2</b>	<b>-</b>

(1) poszczególne pozycje przychodów ze sprzedaży, poza przychodami ze sprzedaży biletów i usług poligraficznych, zawierają przychody ze sprzedaży Projektów Specjalnych (w tym kolekcji wydawniczych), opisane szczegółowo w części IV.B niniejszego Komentarza Zarządu;

(2) podana kwota za 2013 r. obejmuje również niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanych w instrumentach finansowych w wysokości 1,4 mln zł;

(3) podana kwota obejmuje odpisy aktualizujące dotyczące dwóch miesięczników wydawanych przez Agorę S.A.;

(4) w czwartym kwartale 2014 r. pozytywny wpływ na tę pozycję (w wysokości 8,0 mln zł) miało rozliczenie transakcji aportu i leasingu zwrotnego nośników reklamowych, przeprowadzonej w ramach optymalizacji działalności operacyjnej spółek należących do segmentu Reklamy Zewnętrznej.

## 2.1. Podstawowe produkty, towary i usługi Grupy Agora

Podstawowe produkty, towary i usługi Grupy oraz ich określenie ilościowe zostały zaprezentowane i omówione w części IV niniejszego sprawozdania („Wyniki operacyjne – główne segmenty Grupy Agora”). Tabela poniżej przedstawia udział procentowy w przychodach ogółem Grupy Agora.

**Tab. 7**

w mln zł	2014	Udział %	2013	Udział %	% zmiany 2014 do 2013
<b>Przychody ze sprzedaży netto (1)</b>	<b>1 102,4</b>	<b>100,0%</b>	<b>1 073,9</b>	<b>100,0%</b>	<b>2,7%</b>
Sprzedaż usług reklamowych	533,1	48,4%	544,3	50,7%	(2,1%)
Sprzedaż wydawnictw	135,5	12,3%	134,0	12,5%	1,1%
Sprzedaż biletów do kin	143,0	13,0%	129,1	12,0%	10,8%
Sprzedaż usług poligraficznych	165,3	15,0%	156,8	14,6%	5,4%
Pozostała sprzedaż	125,5	11,3%	109,7	10,2%	14,4%

(1) poszczególne pozycje przychodów ze sprzedaży, poza przychodami ze sprzedaży biletów i usług poligraficznych, zawierają przychody ze sprzedaży Projektów Specjalnych (w tym kolekcji wydawniczych), opisane szczegółowo w części IV.B niniejszego Sprawozdania Zarządu.

## 2.2. Wyniki wg głównych segmentów Grupy Agora za 2014 r.

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. 8**

w mln zł	Prasa (3)	Film i Książka	Reklama zewnętrzna	Internet	Radio	Druk	Pozycje uzgadniające (4)	Razem (dane skonsoli- dowane) 2014
<b>Przychody ze sprzedaży (1)</b>	<b>306,4</b>	<b>282,9</b>	<b>149,8</b>	<b>127,1</b>	<b>87,4</b>	<b>173,1</b>	<b>(24,3)</b>	<b>1 102,4</b>
<i>Udział %</i>	27,8%	25,7%	13,6%	11,5%	7,9%	15,7%	(2,2%)	100,0%
<b>Koszty operacyjne, netto (1)</b>	<b>(294,8)</b>	<b>(269,5)</b>	<b>(143,6)</b>	<b>(106,4)</b>	<b>(78,3)</b>	<b>(172,5)</b>	<b>(55,6)</b>	<b>(1 120,7)</b>
<b>EBIT</b>	<b>11,6</b>	<b>13,4</b>	<b>6,2</b>	<b>20,7</b>	<b>9,1</b>	<b>0,6</b>	<b>(79,9)</b>	<b>(18,3)</b>
Przychody i koszty finansowe								3,3
Udział w jednostkach wycenianych metodą praw własności								(2,9)
Podatek dochodowy								6,9
<b>Strata netto za okres</b>								<b>(11,0)</b>
<b>Przypadający na:</b>								
Akcjonariuszy jednostki dominującej								(12,5)
Udziały niekontrolujące								1,5
<b>EBITDA</b>	<b>21,6</b>	<b>39,5</b>	<b>22,7</b>	<b>25,8</b>	<b>11,7</b>	<b>16,9</b>	<b>(60,5)</b>	<b>77,7</b>
Wydatki inwestycyjne (2)	(1,3)	(27,1)	(13,3)	(4,4)	(3,1)	(4,8)	(7,4)	(61,4)

(1) podane kwoty nie zawierają przychodów i pełnych kosztów promocji realizowanej bez wcześniejszej rezerwacji pomiędzy segmentami Grupy Agora; 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) na podstawie zaksięgowanych w danym okresie faktur; dane segmentu Film i Książka uwzględniają również 6,9 mln zł wydatków poniesionych na rzeczowe aktywa trwałe w leasingu oraz 7,0 mln zł wydatków poniesionych na nabycie praw do dystrybucji gry „Wiedźmin 3: Dziki Gon”;

(3) koszty operacyjne segmentu Prasa zawierają odpisy aktualizujące w wysokości 15,1 mln zł dotyczące dwóch miesięczników wydawanych przez Agorę S.A.;

(4) pozycje uzgadniające zawierają dane nieujęte w poszczególnych segmentach, m.in. pozostałe przychody i koszty pionów wspomagających (scenarizowane funkcje technologiczne, administracyjno-finansowe, zarządzania zasobami ludzkimi itp.), a także Zarządu Agory S.A., spółki Agora TC Sp. z o.o., wyłączenia konsolidacyjne oraz inne korekty uzgadniające dane prezentowane w raportach zarządczych do skonsolidowanych danych finansowych Grupy Agora. Od pierwszego kwartału 2014 r., w wyniku zmian organizacyjnych w Grupie Agora, pion administracji oddziałowej Spółki został włączony do pionów wspomagających (w latach ubiegłych pion ten znajdował się w segmencie Prasa Codzienna), zaś pion kolportażu został włączony do segmentu Prasa (w latach ubiegłych pion ten znajdował się w pionach wspomagających). Dodatkowo, w wyniku wydzielenia lub włączenia

pieniów biznesowych do nowych segmentów operacyjnych zmianie uległa wartość wyłączeń konsolidacyjnych pomiędzy segmentami Grupy Agora.

### 2.3. Przychody i rynki zbytu

Ponad 90% przychodów ogółem Grupy pochodzi ze sprzedaży na rynku krajowym. Sprzedaż na rynkach zagranicznych realizowana jest głównie poprzez sprzedaż usług druku dla klientów zagranicznych, sprzedaż usług reklamowych oraz sprzedaż wydawnictw (prenumerata zagraniczna).

Grupa nie jest uzależniona od jednego odbiorcy oferowanych przez nią produktów i usług. Największymi odbiorcami produktów wytwarzanych w ramach działalności Grupy (pod względem wielkości transakcji) są kolporterzy prasy (spółki te nie są powiązane z Agorą S.A.). Udział wartości transakcji netto z żadnym odbiorcą nie przekroczył w 2014 r. 10% przychodów ze sprzedaży Grupy.

### 2.4. Rynki zaopatrzenia

Grupa nie jest uzależniona od jednego dostawcy towarów i usług. Istotnymi pozycjami w kosztach operacyjnych jest koszt zakupu papieru i usługi druku. Grupa zakupuje papier na potrzeby działalności poligraficznej i druku tytułów własnych od kilku dostawców. Udział wartości transakcji netto z żadnym dostawcą nie przekroczył w 2014 r. 10% przychodów ze sprzedaży Grupy.

### 2.5. Przychody i koszty finansowe

Na wynik na działalności finansowej Grupy w 2014 r. wpływ miały głównie przychody z lokowania posiadanych środków pieniężnych oraz koszty prowizji i odsetek związane z kredytami bankowymi a także zobowiązaniami z tytułu leasingu finansowego. Ponadto, pozytywny wpływ na wynik z działalności finansowej Grupy Agora w 2014 r. miała aktualizacja wyceny zobowiązań z tytułu „opcji put” przysługujących akcjonariuszom i udziałowcom niekontrolującym.

## 3. BILANS GRUPY AGORA

Tab. 9

w mln zł	31.12.2014	31.12.2013	% zmiany do 31.12.2013
<b>Aktywa trwałe</b>	<b>1 142,8</b>	<b>1 204,0</b>	<b>(5,1%)</b>
<i>udział w sumie bilansowej</i>	73,4%	73,3%	0,1pkt %
<b>Aktywa obrotowe</b>	<b>413,7</b>	<b>438,9</b>	<b>(5,7%)</b>
<i>udział w sumie bilansowej</i>	26,6%	26,7%	(0,1pkt %)
<b>RAZEM AKTYWA</b>	<b>1 556,5</b>	<b>1 642,9</b>	<b>(5,3%)</b>
<b>Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej</b>	<b>1 149,6</b>	<b>1 189,6</b>	<b>(3,4%)</b>
<i>udział w sumie bilansowej</i>	73,9%	72,4%	1,5pkt %
<b>Udziały niekontrolujące</b>	<b>15,5</b>	<b>18,0</b>	<b>(13,9%)</b>
<i>udział w sumie bilansowej</i>	1,0%	1,1%	(0,1pkt %)
<b>Zobowiązania i rezerwy długoterminowe</b>	<b>116,3</b>	<b>154,9</b>	<b>(24,9%)</b>
<i>udział w sumie bilansowej</i>	7,5%	9,4%	(1,9pkt %)
<b>Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe</b>	<b>275,1</b>	<b>280,4</b>	<b>(1,9%)</b>
<i>udział w sumie bilansowej</i>	17,6%	17,1%	0,5pkt %
<b>RAZEM PASywa</b>	<b>1 556,5</b>	<b>1 642,9</b>	<b>(5,3%)</b>

### 3.1. Aktywa trwałe

Na spadek wartości aktywów trwałych, w porównaniu do stanu z 31 grudnia 2013 r., wpływ miały głównie odpisy amortyzacyjne oraz odpisy aktualizujące wartość aktywów, które zostały częściowo skompensowane inwestycjami w rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne oraz wzrostem długoterminowych inwestycji w spółki powiązane (m. in. nabycie udziałów w Stopklatka S.A.). Ponadto, w 2014 r. nastąpił spadek należności długoterminowych z tytułu kaucji pieniężnych złożonych przez spółkę zależną AMS S.A. w związku z podpisaniem aneksów do umów gwarancyjnych dotyczących umowy koncesji na budowę i eksploatację wiat przystankowych w Warszawie oraz przeklasyfikowaniem części kaucji do należności krótkoterminowych.

### 3.2. Aktywa obrotowe

Na zmniejszenie wartości aktywów obrotowych, w stosunku do 31 grudnia 2013 r., wpłynął głównie spadek salda krótkoterminowych aktywów finansowych oraz środków pieniężnych i ich ekwiwalentów, który został częściowo skompensowany wzrostem salda należności krótkoterminowych. Zmniejszenie salda środków pieniężnych i ich ekwiwalentów jest związane m. in. z wydatkami na realizację programu skupu akcji własnych.

### 3.3. Zobowiązania i rezerwy długoterminowe

Na zmniejszenie salda zobowiązań i rezerw długoterminowych, w stosunku do 31 grudnia 2013 r., wpływ miał głównie spadek zobowiązań długoterminowych z tytułu kredytów i pożyczek. Ponadto, zmniejszyła się rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego oraz wartość zobowiązań z tytułu „opcji put” przyznanych akcjonariuszom i udziałowcom niekontrolującym.

### 3.4. Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe

Na zmniejszenie salda zobowiązań i rezerw krótkoterminowych, w stosunku do 31 grudnia 2013 r., wpływ miał głównie spadek zobowiązań z tytułu kredytów i pożyczek, który został częściowo skompensowany wzrostem zobowiązań krótkoterminowych oraz rozliczeń międzyokresowych biernych.

## 4. PRZEPIŁYWY ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH GRUPY AGORA

Tab. 10

w mln zł	2014	2013	% zmiany 2014 do 2013
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	97,8	109,5	(10,7%)
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(43,0)	(120,9)	(64,4%)
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	(102,0)	(79,9)	27,7%
<b>Razem przepływy pieniężne netto</b>	<b>(47,2)</b>	<b>(91,3)</b>	<b>(48,3%)</b>
<b>Środki pieniężne na koniec okresu</b>	<b>52,3</b>	<b>99,6</b>	<b>(47,5%)</b>

Na dzień 31 grudnia 2014 r. Grupa dysponowała środkami pieniężnymi w wysokości 110,2 mln zł, na które składały się gotówka i jej ekwiwalenty w wysokości 52,3 mln zł (kasa, rachunki i lokaty bankowe) oraz 57,9 mln zł zainwestowane w krótkoterminowe papiery wartościowe. Dodatkowo Grupa posiada należności z tytułu złożonych przez spółkę AMS S.A. kaucji pieniężnych w wysokości 37,6 mln zł, stanowiących zabezpieczenie gwarancji bankowych udzielonych w związku z realizacją umowy koncesji na budowę i modernizację wiat przystankowych w Warszawie (z tego 29,6 mln zł jest prezentowane w należnościach długoterminowych).

Agora S.A. nie jest i nie była w 2014 r. zaangażowana w opcje walutowe ani żadne inne instrumenty pochodne o charakterze zabezpieczającym lub spekulacyjnym.



W dniu 28 maja 2014 r. Spółka zawarła nową umowę kredytową o Wielocelowy Limit Kredytowy („Umowa”) z Bankiem Polska Kasa Opieki S.A. („Bank”). W związku z zawarciem nowej Umowy, w dniu 11 lipca 2014 r. nastąpiło rozwiązanie dotychczasowej umowy kredytowej z Bankiem dotyczącej długoterminowego kredytu konsorcjalnego zawartej w dniu 5 kwietnia 2002 r. wraz z późniejszymi zmianami. Na podstawie nowej Umowy, Agora S.A. uzyskała kredyt refinansujący przeznaczony na spłatę istniejącego zadłużenia kredytowego wynikającego z niespłaconej części kredytu konsorcjalnego, jak również dysponuje otwartym kredytem terminowym do kwoty 100,0 mln zł z okresem dostępności do dnia 31 maja 2015 r. oraz kredytem w rachunku bieżącym do kwoty 35,0 mln zł z okresem dostępności do dnia 28 maja 2015 r.

W 2014 r. Spółka spłaciła cztery kolejne raty linii kredytowej wykorzystanej w latach ubiegłych, która obecnie stanowi zadłużenie z tytułu kredytu refinansującego w związku z podpisaniem umowy kredytowej opisanej powyżej.

Ponadto, w dniu 5 grudnia 2014 r. Agora S.A. oraz wybrane spółki zależne podpisały z Bankiem Polska Kasa Opieki S.A. umowę dotyczącą systemu zarządzania środkami pieniężnymi w grupie rachunków (tzw. umowa cash pooling), której celem jest zwiększenie efektywności zarządzania posiadanymi środkami pieniężnymi w ramach Grupy Agora.

Biorąc pod uwagę posiadane środki własne, wdrożony system cash pooling oraz dostępny limit kredytowy, Grupa nie przewiduje wystąpienia problemów z płynnością finansową w związku z realizacją zamierzeń inwestycyjnych (w tym inwestycji kapitałowych).

#### **4.1. Działalność operacyjna**

Na spadek przepływów pieniężnych z działalności operacyjnej w 2014 r. wpłynęła głównie mniejsza wartość środków pieniężnych wygenerowanych z podstawowej działalności operacyjnej.

#### **4.2. Działalność inwestycyjna**

Ujemne przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej w 2014 r. to przede wszystkim efekt wydatków inwestycyjnych na rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne oraz inwestycji w podmioty powiązane.

#### **4.3. Działalność finansowa**

W 2014 r. przepływy pieniężne netto z działalności finansowej zawierały głównie spłaty kredytów i zobowiązań z tytułu leasingu finansowego, jak również wydatki związane z pierwszym etapem programu skupu akcji własnych, które wyniosły blisko 30,1 mln zł.

**5. WYBRANE WSKAŹNIKI FINANSOWE [5]**

**Tab. 11**

	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>% zmiany 2014 do 2013</b>
<b>Wskaźniki rentowności</b>			
rentowność sprzedaży netto	(1,14%)	0,04%	(1,18pkt %)
rentowność sprzedaży brutto	31,0%	29,9%	1,1pkt %
rentowność kapitału własnego	(1,08%)	0,04%	(1,12pkt %)
<b>Wskaźniki efektywności</b>			
szybkość obrotu zapasów	13 dni	12 dni	8,3%
szybkość obrotu należności	68 dni	68 dni	-
szybkość obrotu zobowiązań	41 dni	38 dni	7,9%
<b>Wskaźnik płynności</b>			
wskaźnik płynności	1,5	1,6	(6,3%)
<b>Wskaźniki finansowania</b>			
stopa zadłużenia (1)	-	-	-
wskaźnik pokrycia odsetek	(3,1)	0,8	-
kasowy wskaźnik pokrycia odsetek	4,7	4,5	3,4%

(1) na dzień 31 grudnia 2014 r. i 31 grudnia 2013 r. występowała nadwyżka gotówki i aktywów finansowych o wysokim stopniu płynności nad zadłużeniem z tytułu kredytów i pożyczek.

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

## IV. WYNIKI OPERACYJNE - GŁÓWNE SEGMENTY GRUPY AGORA

### IV.A. PRASA [1]

Segment Prasa obejmuje skonsolidowane pro-forma dane dotyczące *Gazety Wyborczej* oraz pionu Czasopisma i Prasa Bezpłatna.

Od pierwszego kwartału 2014 r., w wyniku zmian organizacyjnych w Grupie, z segmentu Prasa (dawniej segment Prasa Codzienna) został wydzielony nowy segment Druk, a pion Projektów Specjalnych został połączony z segmentem Kino tworząc nowy segment Film i Książka. Do pozostałej części prasowej (*Gazeta Wyborcza* i pion Prasa Bezpłatna) został włączony pion Czasopisma (dawniej segment Czasopisma) oraz pion Kolportaż (raportowany wcześniej w pionach wspomagających), w wyniku czego powstał nowy segment Prasa. Dodatkowo, pion Administracji Oddziałowej Spółki został włączony do pionów wspomagających (wcześniej był raportowany w segmencie Prasa Codzienna). Dane porównawcze za 2013 r. zostały odpowiednio przekształcone. Zarząd pragnie zwrócić uwagę, że w związku z tą zmianą, dane prezentowane w raportach za poprzednie okresy mogą nie być w pełni porównywalne z obecnie prezentowanym podejściem zarządczym.

Tab. 12

w mln zł	2014	2013	% zmiany 2014 do 2013
<b>Łączne przychody, w tym:</b>	<b>306,4</b>	<b>335,3</b>	<b>(8,6%)</b>
Przychody ze sprzedaży wydawnictw	127,2	125,4	1,4%
w tym <i>Gazeta Wyborcza</i>	100,8	100,6	0,2%
w tym <i>Czasopisma</i>	17,6	19,0	(7,4%)
Przychody ze sprzedaży reklam (1)	175,1	205,3	(14,7%)
w tym <i>Gazeta Wyborcza</i> (2)	112,9	144,2	(21,7%)
w tym <i>Czasopisma</i>	22,7	25,0	(9,2%)
w tym <i>Metro</i> (3)	21,5	22,1	(2,7%)
<b>Razem koszty operacyjne, w tym (4):</b>	<b>(294,8)</b>	<b>(276,3)</b>	<b>6,7%</b>
Materiały, energia, towary i usługi poligraficzne	(79,7)	(84,9)	(6,1%)
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (5)	(114,5)	(108,5)	5,5%
Amortyzacja	(10,0)	(8,4)	19,0%
Reprezentacja i reklama (1), (6)	(41,1)	(42,4)	(3,1%)
Odpisy aktualizujące (7)	(15,1)	-	-
<b>EBIT</b>	<b>11,6</b>	<b>59,0</b>	<b>(80,3%)</b>
marża EBIT	3,8%	17,6%	(13,8pkt %)
<b>EBITDA</b>	<b>21,6</b>	<b>67,4</b>	<b>(68,0%)</b>
marża EBITDA	7,0%	20,1%	(13,1pkt %)
<b>EBIT po eliminacji odpisów aktualizujących (7)</b>	<b>26,7</b>	<b>59,0</b>	<b>(54,7%)</b>
marża EBIT po eliminacji odpisów aktualizujących (7)	8,7%	17,6%	(8,9pkt %)
<b>EBITDA po eliminacji odpisów aktualizujących (7)</b>	<b>36,7</b>	<b>67,4</b>	<b>(45,5%)</b>
marża EBITDA po eliminacji odpisów aktualizujących (7)	12,0%	20,1%	(8,1pkt %)

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

(2) podane kwoty uwzględniają tylko część wpływów z reklamowych ofert dwumediálních (publikowanych zarówno w tradycyjnej Gazecie, jak i wortalach internetowych GazetaPraca.pl, Domiporta.pl, Komunikaty.pl oraz serwisie Nekrologi.Wyborcza.pl) przypisaną drukowanemu wydaniu Gazety Wyborczej;

(3) podane kwoty zawierają całkowite wpływy Prasy Bezpłatnej rozumiane jako wpływy z ogłoszeń oraz insertów w bezpłatnym dzienniku Metro, przychody z akcji specjalnych realizowanych w ramach projektów specjalnych Metra oraz wpływy z akcji realizowanych przez mTarget;

(4) koszty operacyjne segmentu związane z produkcją tytułów własnych Grupy rozliczane są na zasadzie alokacji kosztów bezpośrednich i pośrednich związanych z ich produkcją z segmentu Druk;

(5) podana kwota za 2013 r. obejmuje również niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych w wysokości 0,6 mln zł;

(6) podane kwoty zawierają m.in. koszty produkcji i promocji gadżetów dołączanych do Gazety Wyborczej i czasopism.

(7) podana kwota obejmuje odpisy aktualizujące dotyczące dwóch miesięczników wydawanych przez Agorę S.A.

Ze względu na odpisy aktualizujące wartość dwóch tytułów wydawanych przez pion Czasopisma i Prasa Bezpłatna, które obciążały wynik segmentu w czwartym kwartale 2014 r. kwotą 15,1 mln zł, segment zakończył 2014 r. wynikiem operacyjnym na poziomie EBIT w wysokości 11,6 mln zł, a na poziomie EBITDA 21,6 mln zł [1].

Po wyeliminowaniu wpływu odpisów aktualizujących wynik operacyjny segmentu w 2014 r. wyniósł 26,7 mln zł, a EBITDA 36,7 mln zł. Pogorszenie wyniku operacyjnego segmentu Prasa wiąże się głównie z niższymi przychodami ze sprzedaży reklam, co przełożyło się na spadek całkowitych przychodów segmentu. Drugim negatywnym czynnikiem wpływającym na wynik operacyjny segmentu był wzrost kosztów operacyjnych w porównaniu z 2013 r. [1].

## 1. PRZYCHODY

W 2014 r. łączne przychody segmentu Prasa wyniosły 306,4 mln zł i były niższe o 8,6% w stosunku do 2013 r. Jest to głównie efekt niższych o 21,7% przychodów reklamowych w *Gazecie Wyborczej*. Jednocześnie warto podkreślić, że pozytywny wpływ na całkowite przychody segmentu miał wzrost o 1,4% przychodów ze sprzedaży wydawnictw, głównie za sprawą zmiany cyklu wydawniczego *Wysokich Obcasów Extra* oraz rosnących przychodów ze sprzedaży *Gazety Wyborczej*.

### 1.1. Przychody ze sprzedaży wydawnictw

#### 1.1.1. Sprzedaż egzemplarzowa i czytelnictwo *Gazety Wyborczej* [4]

W 2014 r. *Gazeta Wyborcza* utrzymała pozycję lidera wśród dzienników opiniotwórczych. Średnie rozpowszechnianie płatne *Gazety Wyborczej* wyniosło 192 tys. egzemplarzy i zmniejszyło się o 12,9% w stosunku do 2013 r. W tym okresie wpływy ze sprzedaży *Gazety Wyborczej* wzrosły o 0,2% w stosunku do 2013 r., co było możliwe dzięki podniesieniu ceny codziennych wydań podstawowych *Gazety Wyborczej* w styczniu i w październiku 2014 r. oraz pozytywnemu wpływowi przychodów z dystrybucji cyfrowej dziennika. W omawianym okresie tygodniowy zasięg czytelniczy *Gazety Wyborczej* (według wskaźnika CCS) wyniósł 8,8% (2,7 mln czytelników), co uplasowało ją na drugim miejscu wśród dzienników ogólnopolskich.

W 2014 r. pozytywnie na wartość przychodów segmentu ze sprzedaży wydawnictw wpłynął wzrost o 25,8% przychodów ze sprzedaży magazynów *Gazety Wyborczej*, głównie za sprawą zmiany częstotliwości ukazywania się *Wysokich Obcasów Extra*.

#### 1.1.2. Sprzedaż egzemplarzowa czasopism

W 2014 r. przychody Czasopism ze sprzedaży wydawnictw zmniejszyły się o 7,4% w stosunku do 2013 r. i wyniosły 17,6 mln zł. Jest to efekt niższego średniego rozpowszechniania płatnego miesięczników Agory, które wyniosło 342,7 tys. egz. i było niższe o 32,4% niż w 2013 r. Należy pamiętać, że dane te nie są w pełni porównywalne ze względu na

zmianę w portfelu wydawniczym segmentu. W lutym 2013 r. Agora S.A. zbyła prawa do wydawania magazynu *Poradnik Domowy* spółce Edipresse Polska S.A i nabyła od tej spółki prawa do wydawania miesięcznika *Dom & Wnętrze*. Średnia sprzedaż egzemplarzowa *Poradnika Domowego* w pierwszym kwartale 2013 r. wyniosła 293,7 tys. egzemplarzy, natomiast miesięcznika *Dom & Wnętrze* 15,8 tys. egzemplarzy.

## 1.2. Sprzedaż reklam [3]

### 1.2.1. Przychody reklamowe Gazety Wyborczej

W 2014 r. przychody netto *Gazety Wyborczej* z całej działalności reklamowej (zawierającej ogłoszenia wymiarowe, drobne, inserty oraz pozostałe usługi reklamowe) wyniosły 112,9 mln zł i były o 21,7% niższe niż w 2013 r.

Dane te uwzględniają część wpływów z reklamowych ofert dwumediálních publikowanych zarówno w tradycyjnej *Gazecie*, jak i wortalach internetowych (*GazetaPraca.pl*, *Domiporta.pl*, *Komunikaty.pl* oraz serwisie *Nekrologi.Wyborcza.pl*), przypisaną drukowanemu wydaniu *Gazety Wyborczej*.

W 2014 r. wydatki na reklamę w dziennikach w Polsce spadły o ponad 16,0%. W omawianym okresie spadek wydatków na reklamę wymiarową w *Gazecie Wyborczej* wyniósł około 16,0%, jej szacowany udział w tych wydatkach utrzymał się na poziomie z 2013 r. i wyniósł 36,0%, a łączny udział *Gazety* i *Metra* zwiększył się o ponad 1,0pkt% w stosunku do 2013 r.

W 2014 r. udział *Wyborczej* w wydatkach na reklamę w dziennikach ogólnopolskich wyniósł ponad 43,5% i wzrósł o 1,5pkt% w stosunku do 2013 r. W tym okresie *Wyborcza* zmniejszyła swój udział w wydatkach na reklamę w dziennikach stołecznych o około 4,5pkt%, a łączny udział *Gazety Wyborczej* i *Metra* w tych wydatkach utrzymał się na poziomie z 2013 r. Udział *Wyborczej* w wydatkach na reklamę w dziennikach lokalnych (pozawarszawskich) utrzymał się w omawianym okresie w stosunku do 2013 r., a łączny udział *Gazety Wyborczej* i *Metra* zwiększył się o ponad 0,5pkt%.

Należy zauważyć, że szacunki dotyczące udziałów w wydatkach na reklamę mogą być obciążone błędem, co jest związane ze znaczącą presją rabatową ze strony ogłoszeniodawców. Wraz z uzyskiwaniem dokładniejszych informacji rynkowych w kolejnych kwartałach, Spółka może skorygować szacunki dotyczące tych udziałów.

W 2014 r. udział stron ogłoszeniowych w sumie objętości *Gazety Wyborczej* wyniósł około 26,8% (spadek o około 3,1pkt% w stosunku do 2013 r.), zaś średnia dzienna liczba publikowanych stron ogłoszeniowych płatnych we wszystkich krajowych i lokalnych wydaniach *Gazety Wyborczej* wyniosła około 95.

### 1.2.2. Przychody reklamowe Metra [3], [4]

Wpływy reklamowe *Metra* w 2014 r. były niższe o 2,7%, a wpływy z reklam wymiarowych wzrosły o ponad 0,5% w stosunku do 2013 r. W tym samym czasie wydatki na ogłoszenia wymiarowe we wszystkich dziennikach spadły o ponad 16,0%. W rezultacie *Metro* zwiększyło swój udział w wydatkach na reklamę we wszystkich dziennikach o 1,0pkt% do ponad 6,0%. W omawianym okresie *Metro* zwiększyło swój udział w wydatkach na reklamę w dziennikach ogólnopolskich o prawie 1,0pkt% oraz zwiększyło o prawie 1,0pkt% w wydatkach na reklamę w dziennikach lokalnych. Tytuł zwiększył swój udział w dziennikach stołecznych o ponad 4,5pkt% do prawie 27,5%.

### 1.2.3 Przychody reklamowe czasopism

W 2014 r. przychody ze sprzedaży reklam w czasopismach Agory zmniejszyły się o 9,2% do kwoty 22,7 mln zł. W tym samym czasie rynkowy spadek wydatków na reklamę w czasopismach wyniósł prawie 13,0%. Udział czasopism Agory w wydatkach reklamowych w magazynach ogólnopolskich wyniósł 3,4% (według danych cennikowych) [7], natomiast w wydatkach reklamowych w miesięcznikach 7,3% (według danych cennikowych) [7].

## 2. KOSZTY

W czwartym kwartale 2014 r. koszty operacyjne segmentu obciążały odpisy aktualizujące wartość dwóch tytułów wydawanych przez pion Czasopisma i Prasa Bezpłatna w wysokości 15,1 mln zł. W rezultacie koszty operacyjne segmentu w całym 2014 r. wzrosły o 6,7% i wyniosły 294,8 mln zł. Po eliminacji wpływu odpisów aktualizujących wzrost kosztów był nieznaczny i wyniósł one 279,7 mln zł.

Główną przyczyną tego wzrostu są wyższe o 5,5% koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników związane z projektem wdrożenia nowego limitowanego systemu dostępu do treści cyfrowych *Gazety Wyborczej*. Jednocześnie

istotnie (o 6,1%) ograniczone zostały koszty materiałów, energii, towarów i usług poligraficznych ze względu na zmniejszenie nakładów *Gazety Wyborczej* i *Metra* oraz mniejszą liczbę wydań specjalnych miesięczników wydawanych przez Agorę.

### 3. NOWE INICJATYWY

W 2014 r. *Gazeta Wyborcza* rozpoczęła nowy etap w cyfryzacji swoich treści. 4 lutego 2014 r. jako pierwszy dziennik w Polsce, wprowadziła system limitowanego darmowego dostępu do cyfrowych treści dziennika. Umożliwia on dostęp do 10 dowolnych artykułów z serwisów internetowych *Wyborcza.pl*, *Wyborcza.biz*, *Wysokieobcasy.pl* i 22 serwisów przygotowywanych przez redakcje lokalne *Gazety Wyborczej*. Od 22 września 2014. prenumeratorzy cyfrowych pakietów *Wyborczej* otrzymali dostęp do pierwszego w Polsce serwisu z dziennikarstwem danych - *BIQdata.pl*, który jest poświęcony analizom oraz interaktywnym wizualizacjom danych. Jest to pierwsza marka *Gazety Wyborczej* dostępna tylko online oraz wartość dodana dla korzystających z oferty prenumeraty cyfrowej dziennika. W październiku 2014 r. *Gazeta Wyborcza* uruchomiła nową aplikację mobilną na urządzenia z systemem Windows 8.1. Jest to już trzecia, obok aplikacji na system iOS i Android, nowoczesna propozycja *Wyborczej* dla czytelników jej cyfrowych wydań. Aplikacja uzupełniła ofertę prenumeraty cyfrowej dziennika w ramach pakietu *Wyborcza Premium*. Dziennik uruchomił także ofertę cyfrowej prenumeraty instytucjonalnej w ramach mierzonego paywalla oraz przygotował zmianę identyfikacji wizualnej swoich usług internetowych oraz nawigacji i stron z artykułami na *Wyborcza.pl*.

W lutym 2014 r. dziennik *Metro* wprowadził zmiany w modelu dystrybucji, dzięki któremu *Metro* trafia w różne dni do czytelników z konkretnych grup celowych: aktywnych zawodowo konsumentów oraz ludzi młodych, uczących się, rozpoczynających karierę, m.in. do studentów. Wprowadzenie nowego modelu dystrybucji *Metra* to odpowiedź na potrzeby reklamodawców tytułu. Równocześnie, *Metro* stawia na dalszy, intensywny rozwój marki w obszarze cyfrowym.

Dziennik *Metro* kontynuował także prace nad cyfryzacją swoich treści. We współpracy z *Gazeta.pl* uruchomił serwis *MetroWarszawa.pl* poświęcony spędzaniu wolnego czasu w stolicy. Witryna jest w pełni dostosowana do urządzeń mobilnych i oferuje nowoczesne formy dziennikarskie oraz interaktywne materiały. Dziennik *Metro* udostępnił także aplikację na tablety i smartfony z systemem iOS, która zapewnia wygodny dostęp do tekstów z aktualnego wydania dziennika, wzbogaconych o treści multimedialne. To kolejna nowoczesna aplikacja *Metra* obok wersji na urządzenie z systemem Android i Windows 8.

Od lutego 2014 r. *Wysokie Obcasy Extra* zmieniły cykl wydawniczy. 13 lutego 2014 r. magazyn po raz pierwszy ukazał się na rynku jako miesięcznik. Trzy kolejne miesięczniki wydawane w ramach segmentu ukazały się w nowej odsłonie. W lutym 2014 r. na rynku ukazał się *Ładny Dom* z nową szatą graficzną i formułą oraz magazyn *Kuchnia*, który zyskał większą objętość i nowy układ treści, a miesięcznik zyskał nowoczesną makietę, nowy układ treści oraz nowych felietonistów.

Segment wprowadził na rynek również kilka nowych tytułów. W czerwcu 2014 r. ukazał się *Avanteen* – pierwszy polski magazyn shoppingowy dla młodzieży w wieku 11-19 lat poświęcony modzie i urodzie. We wrześniu 2014 r. ukazał się pierwszy numer *Niezbędnika ogrodnika* – tematycznego poradnika ogrodniczego przygotowanego przez zespół miesięcznika *Magnolia*.

Segment rozwijał także swoją ofertę dla reklamodawców. Od maja 2014 r. *Gazeta Wyborcza* wprowadziła do swojej oferty nowe multimedialne pakiety reklamowe. Dzięki nim reklamodawcy mogą dotrzeć ze swoim przekazem do wszystkich czytelników *Wyborczej* - osób korzystających z jej treści w wersji drukowanej, w internecie i na urządzeniach mobilnych. Nowa oferta działu sprzedaży marek prasowych Agory obejmuje 3 korzystne cenowo pakiety reklamowe, zapewniające tygodniową kampanię we wszystkich lub wybranych odsłonach *Gazety Wyborczej*. We wrześniu 2014 r. segment zaoferował pakiet reklamy *Prestiż* obejmujący 5 magazynów: *Wysokie Obcasy Extra*, *Avanti*, *Dom&Wnętrze*, *Logo* i *Kuchnię*. Pakiet pozwala dotrzeć z przekazem reklamowym do atrakcyjnej grupy czytelników: zamożnych, dobrze wykształconych, o różnych zainteresowaniach.

## IV.B. FILM I KSIĄŻKA [1]

Segment Film i Książka zawiera skonsolidowane pro-forma dane spółek: Helios S.A. i Next Film Sp. z o.o. (tworzących grupę Helios) oraz pionu Projektów Specjalnych Agory S.A.

Od pierwszego kwartału 2014 r., w wyniku zmian organizacyjnych w Grupie Agora, z segmentu Prasa (dawniej Prasa Codzienna) został wydzielony pion Projektów Specjalnych, który został połączony z segmentem Kino, tworząc nowy segment Film i Książka. Dane porównawcze za 2013 r. zostały odpowiednio przekształcone. Zarząd pragnie zwrócić uwagę, że w związku z tą zmianą dane prezentowane w raportach za poprzednie okresy mogą nie być w pełni porównywalne z obecnie prezentowanym podejściem zarządczym.

Tab. 13

w mln zł	2014	2013	% zmiany 2014 do 2013
<b>Łączne przychody, w tym:</b>	<b>282,9</b>	<b>250,8</b>	<b>12,8%</b>
Przychody ze sprzedaży biletów do kina	143,0	129,1	10,8%
Przychody ze sprzedaży barowej	49,0	42,2	16,1%
Przychody ze sprzedaży reklam w kinach (1)	26,9	25,1	7,2%
Przychody z działalności Projektów Specjalnych	32,9	31,2	5,4%
<b>Razem koszty operacyjne, w tym:</b>	<b>(269,5)</b>	<b>(242,5)</b>	<b>11,1%</b>
Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów (2)	(25,9)	(25,0)	3,6%
Usługi obce (3)	(132,2)	(118,1)	11,9%
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (2)	(30,3)	(26,7)	13,5%
Amortyzacja (2)	(24,9)	(24,8)	0,4%
Reprezentacja i reklama (1), (2)	(20,5)	(16,5)	24,2%
Koszty operacyjne z działalności Projektów Specjalnych (3)	(32,3)	(29,4)	9,9%
<b>EBIT</b>	<b>13,4</b>	<b>8,3</b>	<b>61,4%</b>
marża EBIT	4,7%	3,3%	1,4pkt %
<b>EBITDA (4)</b>	<b>39,5</b>	<b>34,9</b>	<b>13,2%</b>
marża EBITDA	14,0%	13,9%	0,1pkt %

(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 nie uwzględniają kosztów pionu Projekty Specjalne;

(3) koszty operacyjne z działalności Projektów Specjalnych nie uwzględniają rozliczeń wynagrodzeń producentów filmowych związanych z dystrybucją filmów prowadzoną przez spółkę Next Film. Koszty te są prezentowane w pozycji usług obcych. Dane za rok poprzedni zostały odpowiednio przekształcone;

(4) podane kwoty uwzględniają koszty amortyzacji w pionie Projekty Specjalne, które w 2014 r. wyniosły 1,2 mln zł (w analogicznym okresie roku ubiegłego 1,8 mln zł).

W 2014 r. segment Film i Książka poprawił wyniki operacyjne zarówno na poziomie EBIT, jak i EBITDA [1]. EBITDA segmentu wzrosła o 13,2% i wyniosła 39,5 mln zł [1]. Jest to efekt wyższej frekwencji w sieci kin Helios, która przełożyła się na wyższe o 10,8% przychody ze sprzedaży biletów do kin i wyższe o 16,1% przychody ze sprzedaży barowej.

W 2014 r. wpływ na dynamikę przychodów i kosztów segmentu miała również działalność z zakresu koprodukcji (realizowanej przez pion Projektów Specjalnych) i dystrybucji filmowej (realizowanej przez Next Film Sp. z o.o.), związana głównie z filmem *Bogowie*.

Pion Projekty Specjalne zakończył 2014 r. wynikiem operacyjnym na poziomie EBIT w wysokości 0,6 mln zł - i wynik ten był o 1,2 mln zł gorszy od odnotowanego w 2013 r. [1].

## 1. PRZYCHODY [3]

W 2014 r. przychody segmentu Film i Książka były wyższe o 12,8% i wyniosły 282,9 mln zł. Udało się tego dokonać dzięki wzrostowi wszystkich kategorii przychodów generowanych przez segment.

Istotnym czynnikiem wpływającym na wzrost przychodów segmentu była rosnąca frekwencja w kinach sieci Helios, która wyniosła 8,4 mln osób i była wyższa o 11,8% w stosunku do 2013 r. Przełożyło się to zarówno na wyższe przychody ze sprzedaży biletów, jak i wyższe przychody z działalności barowej. Największy wzrost tych pozycji miał miejsce w pierwszym i czwartym kwartale ubiegłego roku. Pozytywny wpływ na wzrost tych wartości miało również powiększenie sieci kin Helios o nowe obiekty kinowe w 2014 r.

Wzrosły również przychody ze sprzedaży reklam w kinach (o 7,2%). Ich wzrost został odnotowany w większości kwartałów 2014 r. i wynikał głównie z większej liczby obiektów wchodzących w skład sieci kin Helios.

Duży wpływ na wzrost przychodów segmentu miała również koprodukcja i dystrybucja filmowa realizowana w segmencie. Wartość przychodów z tego tytułu wyniosła blisko 17,0 mln zł w 2014 r.

W 2014 r. przychody z tytułu działalności pionu Projekty Specjalne wyniosły 32,9 mln zł i wzrosły o 5,4% w stosunku do 2013 r. W omawianym okresie Projekty Specjalne odnotowały przychody z tytułu koprodukcji filmu *Bogowie*. Pozytywny wpływ na poziom przychodów pionu Projektów Specjalnych miała również organizacja *Olsztyn Green Festival* we wrześniu 2014 r.

Wydawnictwo Agory, działające w ramach pionu Projekty Specjalne opublikowało w 2014 r. 69 wydawnictw jednorazowych oraz wydało serię audiobooków *Mistrzowie Słowa 3*. W rezultacie, w omawianym okresie wydawnictwo sprzedało około 0,7 mln książek i książek z płytami CD i DVD.

## 2. KOSZTY

W 2014 r. koszty operacyjne segmentu Film i Książka były o 11,1% wyższe w porównaniu z 2013 r. i wyniosły 269,5 mln zł. Na wzrost kosztów operacyjnych segmentu wpłynęły wyższe o 9,9% koszty operacyjne działalności pionu Projekty Specjalne, które wyniosły 32,3 mln zł. Dodatkowym czynnikiem wpływającym na wzrost kosztów operacyjnych segmentu były wyższe koszty zakupu kopii filmowych, związane z wyższymi przychodami ze sprzedaży biletów do sieci kin Helios oraz wyższe koszty związane z dystrybucją filmów. Wzrost pozostałych pozycji kosztowych związany był głównie z rozwojem sieci kin Helios.

## 3. NOWE INICJATYWY

W 2014 r. sieć kin Helios powiększyła się o trzy nowe kina: w Kaliszu, w Siedlcach i w Starachowicach. W tym czasie działalność zakończyło kino Femina w Warszawie. W rezultacie sieć kin Helios liczy 34 nowoczesne kina wielosalowe ze 180 salami projekcyjnymi.

We wrześniu 2014 r. odbyła się pierwsza edycja *Olsztyn Green Festival*, którego organizatorem był pion Projektów Specjalnych funkcjonujący w ramach segmentu Film i Książka. Wydarzenie okazało się dużym sukcesem przyciągając ponad 10 tys. uczestników.

W 2014 r. Next Film, spółka z grupy Helios zajmująca się dystrybucją filmów kinowych wprowadziła na ekrany polskich kin następujące produkcje: *Powstanie Warszawskie*, *Karuzela*, *Bogowie* i *Serce, serduszko*. Koproducentem dwóch ostatnich obrazów była Agora. Jeden z nich - film *Bogowie* w reżyserii Łukasza Palkowskiego, który miał premierę w kinach w całej Polsce 10 października 2014 r., był najchętniej oglądaną produkcją w całym 2014 r., gromadząc przed dużym ekranem około 2,2 mln widzów.

W październiku 2014 r. zakończyły się zdjęcia do filmu *Król życia* w reżyserii Jerzego Zielińskiego, cenionego operatora filmowego debiutującego w roli reżysera. Jest to pierwsza produkcja filmowa, w której Agora jest wiodącym producentem. W roli głównej wystąpił Robert Więckiewicz, a towarzyszyli mu Magdalena Popławska, Bartłomiej Topa, Jerzy Trela oraz Jan Peszek.



**IV.C. REKLAMA ZEWNĘTRZNA (GRUPA AMS)**

Segment Reklama Zewnętrzna zawiera skonsolidowane pro-forma dane spółek: AMS S.A. oraz Adpol Sp. z o.o., wchodzących w skład grupy AMS.

**Tab. 14**

w mln zł	2014	2013	% zmiany 2014 do 2013
<b>łącznie przychody, w tym:</b>	<b>149,8</b>	<b>153,5</b>	<b>(2,4%)</b>
Przychody ze sprzedaży reklam (1)	147,4	148,7	(0,9%)
<b>Razem koszty operacyjne, w tym:</b>	<b>(143,6)</b>	<b>(149,7)</b>	<b>(4,1%)</b>
Koszty realizacji kampanii (1)	(23,5)	(23,1)	1,7%
Koszty utrzymania systemu (1)	(65,4)	(70,4)	(7,1%)
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (2)	(20,5)	(19,9)	3,0%
Reprezentacja i reklama	(4,6)	(6,1)	(24,6%)
Amortyzacja	(16,5)	(16,9)	(2,4%)
<b>EBIT</b>	<b>6,2</b>	<b>3,8</b>	<b>63,2%</b>
marża EBIT	4,1%	2,5%	1,6pkt %
<b>EBITDA</b>	<b>22,7</b>	<b>20,7</b>	<b>9,7%</b>
marża EBITDA	15,2%	13,5%	1,7pkt %
Liczba powierzchni reklamowych (3)	23 619	23 489	0,6%

(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) podana kwota za 2013 r. obejmuje również niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych w wysokości 0,1 mln zł;

(3) bez nośników reklamowych należących do grupy AMS zainstalowanych na stacjach benzynowych, małoformatowych nośników na wiatkach przystankowych i w metrze warszawskim oraz powierzchni reklamowych na autobusach i tramwajach.

W 2014 r., dzięki ograniczeniu kosztów operacyjnych w każdym z kwartałów minionego roku, wynik operacyjny segmentu na poziomie EBIT wzrósł do kwoty 6,2 mln zł, a EBITDA segmentu wzrosła do 22,7 mln zł.

**1. PRZYCHODY [8]**

W 2014 r. wydatki na reklamę zewnętrzną, według szacunków IGRZ, były na poziomie zbliżonym do wartości z 2013 r. Dynamika przychodów ze sprzedaży reklam grupy AMS nieznacznie odbiegała od dynamiki całego rynku - w 2014 r. odnotowano spadek przychodów ze sprzedaży reklam o 0,9%, wynikający głównie z redukcji liczby nośników w segmencie billboard 12 m<sup>2</sup>. Szacowany udział grupy AMS w wydatkach na reklamę zewnętrzną jest stabilny i wyniósł blisko 35,5% w 2014 r. [8].

**2. KOSZTY**

W 2014 r. segment Reklama Zewnętrzna ograniczył koszty operacyjne o 4,1% do kwoty 143,6 mln zł. Jest to efekt konsekwentnie realizowanej polityki kontroli i ograniczania kosztów operacyjnych w każdym z kwartałów minionego roku.

Udało się tego dokonać, redukując koszty utrzymania systemu o 7,1% dzięki skutecznej optymalizacji portfela nośników reklamowych oraz obniżeniu stawek czynszów w niektórych grupach nośników.

Do ograniczenia kosztów operacyjnych segmentu przyczyniły się również niższe, w porównaniu z 2013 r. wydatki na reprezentację i reklamę. Spadek tych kosztów wynika z niższych kosztów kampanii patronacko – komercyjnych.

W omawianym okresie segment odnotował wzrost kosztów realizacji kampanii oraz wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników.

Wzrost kosztów realizacji kampanii o 1,7% wynika z wyższej sprzedaży usług druku plakatów oraz wyższych przychodów z realizacji kampanii reklamowych na środkach komunikacji miejskiej.

Wzrost kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników to efekt utworzenia wyższych rezerw na systemy motywacyjne i premiowe. Elementem przyczyniającym się do wzrostu tych kosztów było również utworzenie rezerwy na odprawy dla pracowników w związku ze zwolnieniami grupowymi ogłoszonymi w trzecim kwartale 2014 r.

### 3. NOWE INICJATYWY

W pierwszym kwartale 2014 r. segment wprowadził do oferty interaktywną gablotę przystankową. Dzięki specjalnej aplikacji umieszczonej w nośniku citylight w wiacie przystankowej możliwe jest łączenie świata analogowego i wirtualnego.

W drugim kwartale 2014 r. segment rozpoczął instalację tablic *Miejskiego Systemu Informacji Płatnej (MSI)* z kierunkowymi panelami informacyjnymi w Warszawie. Firmy mogą na nich umieszczać swoje logo wraz z informacją dotyczącą odległości od siedziby, punktu usługowego lub handlowego.

W trzecim kwartale 2014 r. AMS udostępnił w jednej z kampanii realizowanych we Wrocławiu nową funkcjonalność wiat, która polega na możliwości doładowania telefonu komórkowego.

W czwartym kwartale 2014 r. oficjalnie rozpoczęła się największa polska inwestycja w meble miejskie, która obejmuje budowę 1580 nowoczesnych i eleganckich wiat przystankowych w Warszawie. Wszystkie wiaty będą interaktywne – zostaną wyposażone w technologię *Near Field Communication* oraz kody *QR*. Wiaty będą posiadać także bramkę *gateams.com*, dzięki której pasażerowie będą mogli szybko przejść do świata wirtualnego i np. zaplanować podróż, zapoznać się z informacjami o mieście lub pobrać darmowe treści.

## IV.D. INTERNET [1], [6]

Segment Internet zawiera skonsolidowane pro-forma dane Pionu Internet Agory S.A., LLC Agory Ukraine (do 10 grudnia 2013 r.), Trader.com (Polska) Sp. z o.o., AdTaily Sp. z o.o., Sport4People Sp. z o.o. oraz Sir Local sp. z o.o. (od 1 grudnia 2013 r.)

Tab. 15

w mln zł	2014	2013	% zmiany 2014 do 2013
<b>łącznie przychody , w tym:</b>	<b>127,1</b>	<b>111,4</b>	<b>14,1%</b>
Przychody ze sprzedaży reklam internetowych (1)	99,6	89,0	11,9%
Przychody ze sprzedaży ogłoszeń w wortalach (2)	14,4	16,2	(11,1%)
<b>Razem koszty operacyjne, w tym:</b>	<b>(106,4)</b>	<b>(94,2)</b>	<b>13,0%</b>
Koszty łączy i usług komputerowych	(4,1)	(3,2)	28,1%
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (3)	(45,3)	(42,1)	7,6%
Amortyzacja	(5,1)	(4,6)	10,9%
Reprezentacja i reklama (1)	(17,0)	(12,6)	34,9%
<b>EBIT</b>	<b>20,7</b>	<b>17,2</b>	<b>20,3%</b>
marża EBIT	16,3%	15,4%	0,9pkt %
<b>EBITDA</b>	<b>25,8</b>	<b>21,8</b>	<b>18,3%</b>
marża EBITDA	20,3%	19,6%	0,7pkt %

(1) podane kwoty nie zawierają pełnych kosztów i przychodów z wzajemnej promocji pomiędzy różnymi działalnościami Grupy Agora (jedynie bezpośrednie koszty zmienne kampanii na nośnikach reklamy zewnętrznej), jeżeli taka promocja jest realizowana bez wcześniejszej rezerwacji. Dane uwzględniają również eliminację wzajemnej sprzedaży pomiędzy Pionem Internet, LLC Agory Ukraine, Trader.com (Polska) Sp. z o.o., AdTaily Sp. z o.o., Sport4People Sp. z o.o. oraz Sir Local Sp. z o.o.;

(2) podane kwoty zawierają m.in. alokowane wpływy z reklamowych ofert dwumediálních (publikowanych zarówno w tradycyjnej Gazecie jak i wortalach internetowych GazetaPraca.pl, Domiporta.pl i Komunikaty.pl oraz w serwisie Nekrologi.Wyborcza.pl);

(3) podana kwota za 2013 r. obejmuje również niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych w wysokości 0,1 mln zł.

W 2014 r. segment Internet istotnie poprawił wyniki operacyjne. EBIT segmentu wzrósł o 20,3% do kwoty 20,7 mln zł., a EBITDA segmentu była istotnie wyższa od odnotowanej w 2013 r. i wyniosła 25,8 mln zł [1].

## 1. PRZYCHODY

W całym 2014 r. całkowite przychody segmentu Internet wzrosły o 14,1% i osiągnęły najwyższy w historii segmentu poziom 127,1 mln zł. Na wzrost przychodów wpływ miała m.in. wyższa sprzedaż reklam internetowych w portalu *Gazeta.pl* i poprzez sieć reklamy internetowej AdTaily oraz wzrost pozostałych przychodów wynikający m.in. ze zmiany rozliczeń z segmentem Prasy dotyczących wpływów z rekrutacyjnych ogłoszeń prasowych.

W 2014 r. przychody z reklam internetowych wyniosły 99,6 mln zł, osiągając dynamikę wzrostu na poziomie 11,9%, przy rynkowym wzroście wydatków na reklamę graficzną o prawie 4,0%. Istotny wpływ na zwiększenie przychodów reklamowych miał wzrost wpływów sieci reklamowej AdTaily, wzrost sprzedaży reklam na urządzenia mobilne, a także rozwój sprzedaży formatów wideo.

W 2014 r. przychody ze sprzedaży ogłoszeń w wortalach zmniejszyły o 11,1%. Główny wpływ na prezentowaną dynamikę tych przychodów miała zmiana sposobu klasyfikacji wpływów ze sprzedaży łączonej oferty ogłoszeń rekrutacyjnych w prasie i internecie (ujmowanych obecnie w przychodach z pozostałej sprzedaży).

## 2. KOSZTY

W 2014 r. koszty operacyjne segmentu Internet wyniosły 106,4 mln zł i wzrosły o 13,0% w stosunku do 2013 r. Istotny wpływ na zwiększenie kosztów operacyjnych miał wzrost wydatków na reprezentację i reklamę oraz wzrost zatrudnienia, który przełożył się na wyższe koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników. Wyższe były również koszty dzierżawy powierzchni reklamowej m.in. w sieciach reklamowych oraz koszty usług komputerowych, związane z utrzymaniem portalu *Gazeta.pl*, serwisów rekrutacyjnych oraz serwisów *Domiporta* i *Autotrader*.

Koszty reprezentacji i reklamy zwiększyły się o 34,9% w wyniku m.in. realizacji kampanii reklamowych portalu *Gazeta.pl*, serwisów: *Domiporta*, produktów finansowych, rekrutacyjnych oraz spółki Sir Local.

W 2014 r. koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników wzrosły o 7,6% m.in. z uwagi na wzmocnienie sił sprzedaży (zwiększenie zatrudnienia w serwisach rekrutacyjnych oraz sieci SearchLab), a także działania rozwojowe (zwiększenie zatrudnienia w dziale technologii, serwisach sportowych i nowych projektach oraz w spółce Sport4People).

## 3. ISTOTNE INFORMACJE O DZIAŁALNOŚCI INTERNETOWEJ

W grudniu 2014 r. zasięg serwisów *grupy Gazeta.pl*, wśród polskich internautów łączących się z urządzeń niemobilnych, wyniósł 51,4%, jednocześnie liczba użytkowników osiągnęła poziom 11,1 mln osób. Wykonali oni 537,1 mln odsłon z urządzeń nieprzenośnych i spędzili na stronach *grupy Gazeta.pl* średnio 1 godzinę i 16 minut [6].

W grudniu 2014 r. liczba odsłon wykonanych z urządzeń przenośnych na serwisach *grupy Gazeta.pl* wyniosła 176,0 mln (wzrost o 52,8%), co dało *grupie Gazeta.pl* czwarte miejsce na rynku wg badania Megapanel PBI/Gemius. Odsetek odsłon mobilnych na serwisach *grupy Gazeta.pl* wyniósł 24,7% i był najwyższy wśród polskich portali horyzontalnych [6].

Serwisy tworzone w ramach *grupy Gazeta.pl* zajmują wysokie pozycje w rankingach tematycznych. Według danych Megapanel PBI/Gemius za grudzień 2014 r., serwisy *grupy Gazeta.pl* są liderem w kategoriach: *Fora i grupy dyskusyjne* oraz *Wyposażenie wnętrza i ogród* (m.in. serwis *CzteryKaty.pl*). Drugie miejsce *grupa Gazeta.pl* zajmuje w kategorii *Blogi* (m.in. *Blox.pl*). Trzecią pozycję serwisy *grupy Gazeta.pl* zajmują w kategoriach: *Sport* (m.in. *Sport.pl*), *Informacje i publicystyka – ogólne, Informacje lokalne i regionalne* oraz *Dzieci, rodzina* (m.in. *eDziecko.pl*).

## 4. NOWE INICJATYWY

W 2014 r. segment Internet intensywnie rozwijał aplikacje mobilne. W styczniu 2014 r. aplikacja mobilna *Gazeta.pl LIVE* udostępniona została użytkownikom urządzeń z systemem operacyjnym *iOS*. Ta bardzo dobrze oceniana przez użytkowników aplikacja umożliwia dostęp do najnowszych materiałów z portalu *Gazeta.pl*.

W kwietniu 2014 r. aplikacja mobilna *Sport.pl LIVE* udostępniona została na urządzeniach z systemem operacyjnym *Windows 8*. Aplikacja *Sport.pl LIVE* dostarcza użytkownikom relacje na żywo, wiadomości i materiały wideo ze wszystkich ważnych dla polskiego kibica dyscyplin sportowych. *Sport.pl* jest jedną z najważniejszych sportowych marek w Polsce. W maju 2014 r. udostępnione zostały aplikacje *Gazeta.pl*, *Sport.pl* i *Tuba FM* na zegarki *Samsung Gear*. To pierwsze w Polsce aplikacje kontentowe na inteligentne zegarki, umożliwiające śledzenie najnowszych informacji, relacji sportowych, a także odtwarzanie muzyki. Pod koniec czerwca 2014 r. dla użytkowników urządzeń z systemem operacyjnym *Windows 8* udostępniono również bezpłatną aplikację VOD - *Kinoplex.pl*, dzięki której użytkownicy mają możliwość legalnego oglądania blisko tysiąca filmów, bajek oraz seriali. W październiku 2014 r. segment Internet przygotował aplikacje VOD *Kinoplex.pl* na telewizory Smart TV.

Segment przygotował również nową ofertę dla użytkowników portalu *Gazeta.pl*. W maju 2014 r. premierę miało weekendowe wydanie *Gazeta.pl*. Atrakcyjne treści podane są w magazynowej formie, a ich sposób prezentacji dostosowany do ekranów dotykowych. W związku z projektem przygotowana została również specjalna oferta dla partnerów reklamowych.

W drugim kwartale 2014 r. nowe produkty wzbogaciły ofertę reklamową spółki AdTaily. Są to *Yieldbird*, system zwiększający przychody ze sprzedaży powierzchni reklamowych wydawców internetowych oraz *Highway*, platforma zakupu mediów metodą aukcyjną RTB.

Od października 2014 r. zmieniła się dotychczasowa formuła współpracy portalu *Gazeta.pl* z Microsoftem. Serwis *MetroMSN* należący do *grupy Gazeta.pl* zakończył swoje działanie, co wpłynęło na wyniki zasięgowe serwisów grupy.

Nowa umowa o współpracy z Microsoftem dotyczy dostarczania treści i obsługi redakcyjnej MSN.com oraz sprzedaży reklam na portalu MSN.com.

15 stycznia 2015 r. portal *Gazeta.pl* zmienił stronę główną oraz identyfikację wizualną. Dzięki zmianie portal oferuje swoim użytkownikom większą liczbę zdjęć, formatów graficznych oraz materiałów wideo. Zmiany objęły także wersję mobilną oraz aplikację *Gazeta.pl LIVE* na najważniejsze systemy operacyjne. Nowa strona główna *Gazeta.pl* zapewnia również bogatszą ofertę reklamową.

## IV.E. RADIO

Segment Radio zawiera skonsolidowane pro-forma dane pionu radiowego w Agorze S.A., wszystkich radiostacji lokalnych i stacji ponadregionalnej TOK FM, wchodzących w skład Grupy Agora, czyli: 24 stacje lokalne nadające pod marką Złote Przeboje, 7 stacji lokalnych nadających pod marką Rock Radio (od 31 stycznia 2014 r.), jednej radiostacji lokalnej oferującej muzykę w formacie CHR (Contemporary Hit Radio) oraz ponadregionalnej stacji TOK FM obejmującej 17 obszarów miejskich).

**Tab. 16**

w mln zł	2014	2013	% zmiany 2014 do 2013
<b>Łączne przychody, w tym:</b>	<b>87,4</b>	<b>83,1</b>	<b>5,2%</b>
Przychody ze sprzedaży reklam (1), (2)	85,0	80,9	5,1%
<b>Razem koszty operacyjne, w tym: (2)</b>	<b>(78,3)</b>	<b>(78,3)</b>	-
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (3)	(27,1)	(26,0)	4,2%
Licencje, czynsze i koszty łączności	(9,2)	(8,8)	4,5%
Amortyzacja	(2,6)	(2,4)	8,3%
Reprezentacja i reklama (2)	(10,6)	(11,6)	(8,6%)
<b>EBIT</b>	<b>9,1</b>	<b>4,8</b>	<b>89,6%</b>
marża EBIT	10,4%	5,8%	4,6pkt %
<b>EBITDA</b>	<b>11,7</b>	<b>7,2</b>	<b>62,5%</b>
marża EBITDA	13,4%	8,7%	4,7pkt %

(1) przychody ze sprzedaży reklam obejmują sprzedaż własnego i obcego czasu antenowego związanego ze świadczonymi usługami pośrednictwa;

(2) 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;

(3) podana kwota za 2013 r. obejmuje również niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych w wysokości 0,1 mln zł.

W 2014 r., dzięki wzrostowi przychodów i dyscyplinie kosztowej, segment Radio osiągnął bardzo dobre wyniki na poziomie EBIT i EBITDA, które były znacząco wyższe niż w 2013 r. i wyniosły odpowiednio 9,1 mln zł i 11,7 mln zł.

### 1. PRZYCHODY [3]

W 2014 r. przychody Segmentu Radio wzrosły o 5,2% do kwoty 87,4 mln zł, głównie za sprawą wyższych przychodów ze sprzedaży własnego czasu antenowego. Jednocześnie niższe były wpływy z pośrednictwa sprzedaży czasu antenowego w stacjach obcych oraz wpływy z transakcji barterowych. W 2014 r. rynkowe wydatki na reklamę radiową zwiększyły się o 6,0%.

### 2. KOSZTY

W 2014 r. koszty operacyjne segmentu pozostały na tym samym poziomie, co w 2013 r. Wzrost kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników, związany z wyższą rezerwą na systemy motywacyjne i premie w związku z lepszą niż planowana realizacją celów, został zbilansowany ograniczeniem wydatków na reprezentację i reklamę, związanym z niższymi wydatkami na promocję marki *Złote Przeboje*.

### 3. UDZIAŁY W SŁUCHALNOŚCI [9]

Tab. 17

Udział % w słuchalności	2014	zmiana w pkt% r/r
Stacje muzyczne Grupy Agora ( <i>Rock Radio</i> oraz <i>Złote Przeboje</i> )	4,0%	0,1pkt%
Radio informacyjne <i>TOK FM</i>	1,2%	0,1pkt%

### 4. NOWE INICJATYWY

Od 1 stycznia 2014 r. zmienił się format muzycznego Radia Roxy na rockowy. W ślad za tą decyzją radiostacja, z dniem 31 stycznia 2014 r., zmieniła nazwę na Rock Radio.

W 2014 r. Radio Złote Przeboje zaczęło nadawać w kolejnych miastach Polski. Obecnie pod marką Złote Przeboje nadają 24 stacje lokalne.

Segment rozwija także swoją ofertę cyfrową. W lutym 2014 r. Grupa Radiowa Agory udostępniła aplikację Radia *TOK FM* na urządzenia mobilne z systemami iOS, Android i Windows 8. Jej użytkownicy mogą słuchać programu stacji na żywo, a po opłaceniu dostępu do archiwum mają możliwość odtwarzania w dowolnym momencie wybranych przez siebie audycji. W lipcu 2014 r. aplikacje mobilne *Tuba.FM* na systemy *Android* oraz *iOS* zostały udostępnione w modelu freemium, czyli z możliwością wykupienia subskrypcji za brak reklam, emitowanych w darmowej wersji aplikacji.

We wrześniu 2014 r. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji zdecydowała o przyznaniu *TOK FM* częstotliwości w Częstochowie i Białymstoku.

W grudniu 2014 r. segment Radio poszerzył swoją działalność prowadzoną w ramach spółki Radiowe Doradztwo Reklamowe, tworząc zespół Tandem Media. Zajmuje się on pośrednictwem w sprzedaży czasu antenowego w stacjach radiowych oraz sprzedażą powierzchni on-screen i off-screen w sieci kin Helios. Tandem Media jest wyłącznym brokerem oferującym usługi reklamowe w kinach Helios w całej Polsce (zarówno on-screen, jak i off-screen). Zespół Tandem Media oferuje także usługi doradztwa i planowania ogólnopolskich i lokalnych kampanii radiowych, tworzenie i sprzedaż rozwiązań pakietowych z wykorzystaniem czasu antenowego stacji Agory i innych nadawców oraz reklamy w radiowych serwisach internetowych.

**IV.F. DRUK [1]**

Segment Druk zawiera skonsolidowane pro-forma dane Pionu Druk Agory S.A. oraz Agory Poligrafii Sp. z o.o.

Od pierwszego kwartału 2014 r., w wyniku zmian organizacyjnych w Grupie, wyodrębniono działalność poligraficzną z segmentu Prasa (dawniej Prasa Codzienna), tworząc segment Druk. Dane porównawcze za 2013 r. zostały odpowiednio przekształcone.

**Tab. 18**

w mln zł	2014	2013	% zmiany 2014 do 2013
<b>Łączne przychody, w tym:</b>	<b>173,1</b>	<b>163,8</b>	<b>5,7%</b>
Przychody ze sprzedaży usług poligraficznych (1)	165,3	156,8	5,4%
<b>Razem koszty operacyjne (2), w tym:</b>	<b>(172,5)</b>	<b>(165,1)</b>	<b>4,5%</b>
Materiały, energia i usługi produkcyjne	(124,2)	(116,5)	6,6%
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (3)	(21,2)	(21,7)	(2,3%)
Amortyzacja	(16,3)	(16,3)	-
<b>EBIT</b>	<b>0,6</b>	<b>(1,3)</b>	<b>-</b>
marża EBIT	0,3%	(0,8%)	1,1pkt %
<b>EBITDA</b>	<b>16,9</b>	<b>15,0</b>	<b>12,7%</b>
marża EBITDA	9,8%	9,2%	0,6pkt %

(1) przychody uzyskiwane ze świadczenia usług na rzecz klientów zewnętrznych;

(2) koszty operacyjne segmentu związane z produkcją tytułów własnych Grupy rozliczane są na zasadzie alokacji kosztów bezpośrednich i pośrednich związanych z ich produkcją do segmentu Prasa;

(3) podana kwota za 2013 r. obejmuje również niegotówkowe koszty związane z płatnościami w formie papierów wartościowych rozliczanymi w instrumentach finansowych w wysokości 0,1 mln zł.

W 2014 r., dzięki wzrostowi przychodów o 5,7%, segment Druk istotnie poprawił wynik operacyjny w porównaniu z 2013 r. Zarówno EBIT, jak i EBITDA znacząco wzrosły i wyniosły odpowiednio 0,6 mln zł i 16,9 mln zł [1].

**1. PRZYCHODY**

W 2014 r. przychody segmentu z tytułu sprzedaży usług poligraficznych dla klientów zewnętrznych wyniosły 165,3 mln zł i były wyższe o 5,4% w stosunku do 2013 r.

**2. KOSZTY**

W 2014 r. koszty operacyjne segmentu wzrosły o 4,5% do kwoty 172,5 mln zł, głównie za sprawą większego wolumenu zamówień na druk w technologii heatset.

**3. NOWE INICJATYWY**

W 2014 r. w drukarniach Agora S.A. i Agora Poligrafia Sp. z o.o. realizowany był projekt wdrożenia systemu 5S, który jest wiodącym na świecie rozwiązaniem organizacyjnym wspierającym poprawę jakości produkowanych wyrobów, zwiększenie stabilności procesów oraz obniżenie kosztów działania.



## PRZYPISY

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

[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 rynku reklamy telewizyjnej oraz wartości wydatków na reklamę w internecie w czwartym kwartale 2013 r. oraz dane dotyczące rynku reklamy kinowej w czwartym kwartale 2013 r. oraz w pierwszym kwartale 2014 r., a także wartość rynku reklamowego w dziennikach i w magazynach w pierwszym, drugim i trzecim kwartale 2014 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 też względu, biorąc pod uwagę presję rabatową i wyprzedaż przez media czasów/powierzchni reklamowej, dane te mogą być obciążone pewnymi błędami, które mogą być korygowane na bieżąco. Dane dla prasy dotyczą jedynie ogłoszeń wymiarowych, z pominięciem insertów, ogłoszeń drobnych i nekrologów. Jako podstawę do szacunków użyto wydatków cennikowych z następujących źródeł: monitoring Kantar Media, monitoring Agory S.A.

Wydatki na reklamę w telewizji, kinie i w internecie oparte są na szacunkach domu mediowego Starlink; 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.

Szacunki rynku internetowego obejmują, oprócz wydatków na reklamę graficzną (display), także wydatki na reklamy w wyszukiwarkach (Search Engine Marketing), e-mail marketing oraz wydatki na reklamę wideo.

Szacunki rynku reklamy zewnętrznej pochodzą z danych Izby Gospodarczej Reklamy Zewnętrznej [8].

Spółka zwraca uwagę, iż wszystkie szacunki dotyczące udziałów w wydatkach na reklamę mogą być obciążone błędem, co jest związane ze znaczącą presją rabatową ze strony reklamodawców oraz brakiem wiarygodnych danych na temat przeciętnej rynkowej wartości udzielanych rabatów. Wraz z uzyskiwaniem dokładniejszych informacji rynkowych w kolejnych kwartałach, Spółka może skorygować szacunki dotyczące wydatków w poszczególnych mediach.

[4] Dane dotyczące liczby rozpowszechnianych egzemplarzy dzienników prezentowane są według informacji Związku Kontroli i Dystrybucji Prasy (ZKDP). Używane w niniejszym komentarzu pojęcie "sprzedaż" oznacza "rozpowszechnianie płatne razem" z deklaracji składanych przez wydawców do Związku Kontroli i Dystrybucji Prasy. Natomiast "średni dzienny nakład" jest tożsamy ze "średnim nakładem jednorazowym" również zawartym w deklaracji dla ZKDP.

Dane o czytelnictwie dzienników pochodzą z Polskich Badań Czytelnictwa, badania realizowanego przez firmę Millward Brown SMG/KRC na losowej, ogólnopolskiej próbie Polaków powyżej 15 roku życia. Użyto wskaźnika CCS - Czytelnictwa Cyklu Sezonowego, informującego o odsetku respondentów deklarujących czytanie przynajmniej jednego wydania tytułu w ciągu 7 dni poprzedzających badanie. Wielkość próby ogólnopolskiej: styczeń-grudzień 2014 r. N = 40 179.

[5] Definicje wskaźników:

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

$$\text{Rentowność sprzedaży brutto} = \frac{\text{Zysk/strata brutto ze sprzedaży}}{\text{Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów}}$$

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

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

$$\text{Szybkość obrotu zobowiązań} = \frac{(\text{Zobowiązania z tytułu dostaw i usług na początek okresu} + \text{Zobowiązania z tytułu dostaw i usług na koniec okresu}) / 2}{\text{Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów} / \text{liczba dni}}$$

$$\text{Szybkość obrotu zapasów} = \frac{(\text{Zapasy na początek okresu} + \text{Zapasy na koniec okresu}) / 2}{\text{Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów} / \text{liczba dni}}$$

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

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

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

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

\* Wolne przepływy pieniężne = Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej + Wydatki inwestycyjne na rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne

[6] Dane dotyczące liczby użytkowników (real users), odsłon oraz czasu spędzonego przez użytkowników pochodzą z badania Megapanel PBI/Gemius. Dane obejmują użytkowników w wieku 7 lub więcej lat, łączących się z urządzeń niemobilnych poprzez serwery znajdujące się na terenie Polski i dotyczą domen przypisanych do Agory SA w prowadzonym przez Gemius SA Rejestrze Usługodawców i Grup Usługodawców. Dane dotyczące liczby użytkowników w serwisach grupy Gazeta.pl audytowane są przez Gemius SA.

[7] Dane dotyczące średniego rozpowszechniania płatnego miesięczników są danymi własnymi wydawcy. Dane cennikowe dotyczące czasopism pochodzą z monitoringu Kantar Media; reklama komercyjna brandowa i reklama modułowa oraz teksty promocyjne; pominięto tytuły specjalistyczne; uwzględniono 117 miesięczników i 77 czasopism o innej periodyczności; razem 194 czasopism w okresie: styczeń - grudzień 2014 r.

[8] Źródło: raport IGRZ o wielkości przychodów wybranych spółek reklamy zewnętrznej: AMS S.A., Business Consulting, Cityboard Media, Clear Channel Poland, Defi Poland, Gigaboard Polska, JETline, Megaboard, Mini Media, Ströer Out of home oraz Warexpo. Raport ten jest opracowany przez IGRZ w oparciu o faktyczne dane finansowe przekazywane przez wymienione podmioty i dotyczące rynku reklamy zewnętrznej definiowanego jako rynek out-of-home, obejmującego reklamę stacjonarną, mobilną i cyfrową.

[9] Dane o udziałach w słuchalności pochodzą z badania RadioTrack, przeprowadzanego przez firmę MillwardBrown SMG/KRC (wszystkich miejsc słuchania, wszystkich dni słuchania i wszystkich kwadransów) w całej populacji i grupie wiekowej 15+ za okres styczeń-grudzień: próba dla 2013 r.: 84 194; dla 2014 r.: 84 290.

[10] Dane dotyczące sprzedaży biletów są szacunkami grupy Helios sporządzanymi w oparciu o dane Boxoffice.pl na podstawie danych przekazywanych od dystrybutorów kopii filmowych. Sprzedaż biletów do kina 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

### V.A. INFORMACJE O UMOWACH ZNACZĄCYCH DLA DZIAŁALNOŚCI EMITENTA I GRUPY KAPITAŁOWEJ

#### 1. PODPISANIE UMOWY O WIELOCELOWY LIMIT KREDYTOWY

**W raporcie bieżącym z dnia 28 maja 2014 r.** Zarząd Spółki poinformował o zawarciu Umowy o Wielocelowy Limit Kredytowy ("Umowa") z Bankiem Polska Kasa Opieki S.A. ("Bank"). Na mocy podpisanej Umowy i po spełnieniu warunków dotyczących ustanowienia prawnego zabezpieczenia spłaty limitu oraz spełnienia innych wymagań, zwykle stosowanych przy udzielaniu kredytów o porównywalnej wysokości, Spółka dysponowała limitem kredytowym (Limit Kredytowy) do wysokości 169 929 342,64 zł, w podziale na:

- kredyt refinansujący w wysokości 34 929 342,64 zł (przeznaczony na spłatę kredytu B udostępnionego przez Bank na mocy Umowy kredytowej nr 2002/3 o udzielenie długoterminowego kredytu konsorcjalnego zawartej w dniu 5 kwietnia 2002 r., wraz z późniejszymi zmianami, o której Spółka informowała w raporcie bieżącym nr 9/2002 - dalej Umowa o Udzielenie Długoterminowego Kredytu);

- kredyt terminowy do kwoty 100 000 000 zł, który Spółka ma prawo wykorzystać do 31 maja 2015 r., przeznaczony na finansowanie bądź refinansowanie płatności netto wynikających z umów, które mogą być zawierane w związku z nabywaniem przez Spółkę składników majątku trwałego oraz umów inwestycyjnych, umów zakupu akcji, umów zakupu przedsiębiorstwa, z ograniczeniem do przedsięwzięć z branży medialnej i reklamowej (lub pokrewnych do tych branż) oraz finansowania wydatków o charakterze obrotowym Spółki realizowanych w ramach bieżącej działalności. Ewentualny kredyt terminowy będzie spłacany w 13 równych ratach kwartalnych, począwszy od 30 czerwca 2016 r. do 30 czerwca 2019 r. Oprocentowanie kredytu określone jest na podstawie stawki WIBOR powiększonej o marżę Banku;

- kredyt w rachunku bieżącym do kwoty 35 000 000 zł przeznaczony na finansowanie wydatków Spółki realizowanych w ramach bieżącej działalności gospodarczej Spółki i spółek Grupy Kapitałowej Spółki.

Zgodnie z postanowieniami Umowy, Limit Kredytowy jest zabezpieczony m.in. hipoteką umowną łączną, ustanowioną na rzecz Banku na nieruchomościach położonych w Warszawie przy ul. Czerskiej 8/10, na których to nieruchomościach przysługuje Spółce prawo użytkowania wieczystego oraz prawo własności położonego na nich budynku. Ponadto mogą być ustanawiane zabezpieczenia w postaci zastawów rejestrowych na aktywach i przyszłych aktywach (rzeczach lub prawach) Spółki, tak by łączna wartość wszystkich zabezpieczeń pozostawała w ustalonej w umowie relacji do sumy kapitału kredytu refinansującego, kredytu terminowego i kredytu w rachunku bieżącym.

**W raporcie bieżącym z dnia 4 czerwca 2014 r.** Zarząd Spółki poinformował o otrzymaniu od Banku Polska Kasa Opieki S.A. pisma potwierdzającego spełnienie warunków dla udostępnienia Spółce wielocelowego limitu kredytowego udzielonego Spółce na podstawie umowy z dnia 28 maja 2014 r.

**W raporcie bieżącym z dnia 16 czerwca 2014 r.** Zarząd Spółki poinformował o otrzymaniu zawiadomienia Sądu Rejonowego w Warszawie, VII Wydział Ksiąg Wieczystych, w przedmiocie wpisu w dniu 7 czerwca 2014 r. hipoteki na przysługującemu Spółce prawie użytkowania wieczystego nieruchomości położonej w Warszawie, ul. Czerska 8/10 oraz przysługującemu Spółce prawie własności budynku położonego na tej nieruchomości. Hipoteka została ustanowiona na podstawie umowy z Bankiem Polska Kasa Opieki S.A. na zabezpieczenie wierzytelności Banku wynikających z umowy kredytowej zawartej w dniu 28 maja 2014 r.

**W raporcie bieżącym z dnia 11 lipca 2014 r.** Zarząd Spółki poinformował o rozwiązaniu w dniu 11 lipca 2014 r. umowy kredytowej z Bankiem Polska Kasa Opieki S.A. zawartej w dniu 5 kwietnia 2002 r. Umowa przewidywała udzielenie Spółce długoterminowego kredytu konsorcjalnego. Rozwiązanie umowy nastąpiło w związku z zawarciem przez Agorę w dniu 28 maja 2014 r. Umowy z Bankiem do wysokości 169 929 342,64 zł. W związku z powyższym Spółka spłaciła w całości zobowiązania z tytułu dotychczasowego długoterminowego kredytu konsorcjalnego wraz z prowizją, odsetkami i innymi należnościami Banku. W dniu 11 lipca 2014 r. Spółka otrzymała od Banku zawiadomienie o spłacie powyższego zobowiązania i rozwiązaniu umowy.

## V.B. INFORMACJE O STRUKTURZE, ORGANIZACJI, POWIĄZANIACH ORAZ INWESTYCJACH KAPITAŁOWYCH EMITENTA I GRUPY KAPITAŁOWEJ A TAKŻE STRUKTURZE AKCJONARIATU

### 1. STRUKTURA POWIĄZAŃ KAPITAŁOWYCH EMITENTA Z JEDNOSTKAMI PODPORZĄDKOWANYMI

Wykaz spółek wchodzących w skład grupy kapitałowej Agora:

**Tab. 19**

	% posiadanych akcji / udziałów (efektywnie)	
	31 grudnia 2014	31 grudnia 2013
<b>Spółki zależne konsolidowane</b>		
1 Agora Poligrafia Sp. z o.o., Tychy	100,0%	100,0%
2 AMS S.A., Warszawa	100,0%	100,0%
3 IM 40 Sp. z o.o., Warszawa (1)	72,0%	72,0%
4 Grupa Radiowa Agory Sp. z o.o. (GRA), Warszawa	100,0%	100,0%
5 Adpol Sp. z o.o., Warszawa (2)	100,0%	100,0%
6 Inforadio Sp. z o.o., Warszawa (1)	66,1%	66,1%
7 Agora TC Sp. z o.o., Warszawa	100,0%	100,0%
8 Radiowe Doradztwo Reklamowe Sp. z o.o. (RDR), Warszawa (1)	100,0%	100,0%
9 Trader.com (Polska) Sp. z o.o., Warszawa	100,0%	100,0%
10 AdTaily Sp. z o.o., Kraków (4)	80,4%	76,7%
11 Helios S.A., Łódź (5)	88,1%	82,8%
12 Next Film Sp. z o.o., Łódź (3), (5)	88,1%	82,8%
13 Sport4People Sp. z o.o., Kraków (6)	56,5%	51,7%
14 Projekt Inwestycyjny Sp. z o.o., Warszawa (1)	70,0%	70,0%
15 Sir Local Sp. z o.o., Warszawa (7)	78,4%	70,1%
16 TV Zone Sp. z o.o., Warszawa (8)	100,0%	-
<b>Jednostki współkontrolowane i stowarzyszone wyceniane metodą praw własności</b>		
17 GoldenLine Sp. z o.o., Warszawa	36,0%	36,0%
18 Online Technologies HR Sp. z o.o., Szczecin (9)	46,2%	33,3%
19 Instytut Badań Outdooru IBO Sp. z o.o., Warszawa	40,0%	40,0%
20 Stopklatka S.A., Warszawa (10)	41,0%	-
21 Hash.fm Sp. z o.o., Warszawa (11)	49,5%	-
<b>Spółki nie objęte konsolidacją i wyceną metodą praw własności</b>		
22 Polskie Badania Internetu Sp. z o.o., Warszawa	15,8%	15,8%
23 Polskie Badania Outdooru Sp. z o.o. w likwidacji, Warszawa (2)	41,0%	41,0%

(1) pośrednio przez GRA Sp. z o.o.;

(2) pośrednio przez AMS S.A.;

(3) pośrednio przez Helios S.A.;

(4) nabycie udziałów od udziałowca niekontrolującego;

(5) zwiększenie posiadanego udziału na skutek podwyższenia kapitału zakładowego oraz nabycia akcji od akcjonariusza niekontrolującego;

(6) podwyższenie kapitału zakładowego skutkujące zwiększeniem posiadanego udziału;

(7) podwyższenie kapitału zakładowego skutkujące zwiększeniem posiadanego udziału;

(8) utworzenie spółki w dniu 10 września 2014 r.;

(9) podwyższenie kapitału zakładowego skutkujące zwiększeniem posiadanego udziału;

(10) nabycie akcji spółki w dniu 12 marca 2014 r.;

(11) objęcie udziałów w spółce w dniu 18 lipca 2014 r.

## 2. ZMIANY W STRUKTURZE I ORGANIZACJI GRUPY KAPITAŁOWEJ

**W dniu 12 marca 2014 r.** Spółka przyjęła nieodwołalną wiążącą ofertę sprzedaży 933 850 akcji spółki Stopklatka S.A. ("Akcje") oraz zawarła umowę sprzedaży Akcji ze spółką Kino Polska TV S.A. Było to możliwe dzięki spełnieniu w dniu 21 lutego 2014 r. warunków wskazanych w umowie inwestycyjnej zawartej w dniu 22 lutego 2013 r. pomiędzy Spółką a Kino Polska TV S.A., o której Spółka informowała w raporcie bieżącym 06/2013. W wyniku nabycia Akcji na mocy umowy, o której mowa powyżej, Agora posiadała 933 850 akcji spółki Stopklatka S.A., co stanowiło 41,04% kapitału zakładowego spółki Stopklatka S.A. Akcje te uprawniały do 933 850 głosów na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy spółki Stopklatka S.A., co stanowiło 41,04% ogólnej liczby głosów.

**W dniu 20 marca 2014 r.,** Sąd Rejonowy w Katowicach VIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego zarejestrował podwyższenie kapitału zakładowego spółki Agora-Poligrafia Sp. z o.o. o 1 000 nowoutworzonych udziałów o wartości nominalnej 500 zł każdy (razem 500 tys. zł). Agora S.A. objęła 1 000 udziałów za wkład pieniężny w kwocie 3 500 tys. zł. Wysokość kapitału zakładowego spółki po podwyższeniu wynosi 1 500 tys. zł i dzieli się na 3 000 udziałów po 500 zł każdy. Po podwyższeniu kapitału zakładowego Agora S.A. posiada 3 000 udziałów w kapitale zakładowym spółki, co daje jej 100% udziału w kapitale zakładowym i 100% głosów na zgromadzeniu wspólników.

**W dniu 15 kwietnia 2014 r.,** nadzwyczajne walne zgromadzenie spółki Helios S.A. podjęło uchwałę o podwyższeniu kapitału zakładowego o kwotę 135 000 zł w drodze emisji 1 350 000 nowych akcji na okaziciela serii C („Akcje”) zaoferowanych w drodze subskrypcji zamkniętej skierowanej do dotychczasowych akcjonariuszy za cenę emisyjną w wysokości 7,42 zł za akcję. W dniu 14 lipca 2014 r. zarząd spółki Helios S.A. dokonał przydziału 1 350 000 Akcji Agorze S.A., która jako jedyny akcjonariusz wykonała prawo poboru akcji, złożyła zapisy na wszystkie Akcje i pokryła je wkładem pieniężnym w wysokości 10 017 tys. zł. Natomiast 11 grudnia 2014 r. Agora S.A. zawarła umowę sprzedaży akcji („Umowa”), na mocy której nabyła 384 600 akcji spółki Helios S.A. od innego akcjonariusza tej spółki za cenę 2 638 tys. zł. Ponadto, w przedmiotowej Umowie zostało wskazane warunkowe zobowiązanie, obowiązujące do końca 2019 r., na mocy którego Agora S.A. zapłaci sprzedającemu dodatkową cenę stanowiącą różnicę między ceną już zapłaconą, a ceną wyliczaną zgodnie z Umową. Na skutek powyższej transakcji sprzedaży Agora S.A. posiada 8 839 800 akcji w kapitale zakładowym spółki, co daje jej 86,55% udziału w kapitale zakładowym i 86,55% głosów na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy, zaś przy uwzględnieniu podwyższenia kapitału zakładowego spółki Helios S.A., o którym mowa powyżej, Agora S.A. będzie posiadać 10 189 800 akcji w kapitale zakładowym spółki Helios S.A., co da jej 88,12% udziału w kapitale zakładowym i 88,12% głosów na walnym zgromadzeniu wspólników. Do dnia publikacji niniejszego raportu powyższa zmiana kapitału zakładowego nie została zarejestrowana.

**W dniu 29 kwietnia 2014 r.,** zgromadzenie wspólników spółki Online Technologies HR sp. z o.o. podjęło uchwałę o podwyższeniu kapitału zakładowego o 10 nowoutworzonych udziałów o wartości nominalnej 80 zł każdy (razem 800 zł). Agora S.A. objęła 10 udziałów za wkład pieniężny w kwocie 250 tys. zł. Wysokość kapitału zakładowego spółki po podwyższeniu kapitału wynosiła 7 520 zł i dzieliła się na 94 udziały po 80 zł każdy. Po podwyższeniu kapitału zakładowego Agora S.A. posiadała 38 udziałów w kapitale zakładowym spółki, co dało jej 40,43% udziału w kapitale zakładowym i 40,43% głosów na zgromadzeniu wspólników. Powyższa zmiana została zarejestrowana w dniu 15 lipca 2014 r. przez Sąd Rejonowy Szczecin-Centrum w Szczecinie, XIII wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego.

**W dniu 12 czerwca 2014 r.,** Agora S.A. złożyła zapis na 1 746 301 akcji spółki Stopklatka S.A. wynikających z emisji 4 254 710 akcji zwykłych na okaziciela serii D zaoferowanych w drodze publicznej oferty za cenę emisyjną 2,30 zł za akcję i pokryła je wkładem pieniężnym w wysokości 4 016 492,30 zł. Wysokość kapitału zakładowego spółki Stopklatka S.A. po podwyższeniu wynosi 6 529 956,00 zł, w którym Agora S.A. posiada 2 680 152 akcji, co daje jej 41,04% udziału w kapitale zakładowym i 41,04% głosów na zgromadzeniu wspólników. Zmiana wysokości kapitału zakładowego Stopklatka S.A. wynikająca z powyższej emisji została zarejestrowana w dniu 16 lipca 2014 r. przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego.

**W dniu 18 lipca 2014 r.,** zgromadzenie wspólników spółki Social Hackers Sp. z o.o. podjęło uchwałę o podwyższeniu kapitału zakładowego o 4 500 nowoutworzonych udziałów o wartości nominalnej 50 zł każdy (razem 225 tys. zł). Agora S.A. objęła 4 500 udziałów za wkład pieniężny w kwocie 945 tys. zł. Wysokość kapitału zakładowego spółki po podwyższeniu kapitału wynosi 455 tys. zł i dzieli się na 9 100 udziałów po 50 zł każdy. Po podwyższeniu kapitału zakładowego Agora S.A. posiada 4 500 udziałów w kapitale zakładowym spółki, co daje jej 49,45% udziału w kapitale zakładowym i 49,45% głosów na zgromadzeniu wspólników. W dniu 30 września 2014 r. Sąd Rejonowy dla m.st.

Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, zarejestrował opisane podwyższenie kapitału zakładowego spółki oraz zmianę firmy spółki z Social Hackers Sp. z o.o. na Hash.fm Sp. z o.o.

**W dniu 7 sierpnia 2014 r.**, nadzwyczajne zgromadzenie wspólników spółki Online Technologies HR Sp. z o.o. podjęło uchwałę o podwyższeniu kapitału zakładowego o 10 nowoutworzonych udziałów o wartości nominalnej 80 zł każdy (razem 800 zł). Agora S.A. objęła 10 udziałów za wkład pieniężny w kwocie 250 tys. zł. Wysokość kapitału zakładowego spółki po rejestracji podwyższenia będzie wynosić 8 320 zł i będzie się dzielić na 104 udziały po 80 zł każdy. Po podwyższeniu kapitału zakładowego Agora S.A. będzie posiadać 48 udziałów w kapitale zakładowym spółki, co da jej 46,15% udziału w kapitale zakładowym i 46,15% głosów na zgromadzeniu wspólników. Do dnia publikacji niniejszego raportu powyższa zmiana nie została zarejestrowana.

**W dniu 12 sierpnia 2014 r.**, Agora S.A. zawarła umowę sprzedaży udziałów, na mocy której nabyła 31 udziałów spółki AdTaily Sp. z o.o. od innego wspólnika tej spółki za cenę 171 487 zł. Na skutek powyższej transakcji Agora S.A. posiada 675 udziałów w kapitale zakładowym spółki, co daje jej 80,36% udziału w kapitale zakładowym i 80,36% głosów na zgromadzeniu wspólników.

**W dniu 10 września 2014 r.** Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego dokonał rejestracji spółki TV Zone Sp. z o.o., której jedynym wspólnikiem jest Agora S.A. Agora S.A. posiadała w kapitale zakładowym spółki TV Zone Sp. z o.o. 100 udziałów o wartości 50 zł każdy, które zostały objęte za wkład pieniężny w kwocie 5 tys. zł.

**W dniu 25 września 2014 r.**, nadzwyczajne zgromadzenie wspólników spółki Sport4People Sp. z o.o. podjęło uchwałę o podwyższeniu kapitału zakładowego o 20 nowoutworzonych udziałów o wartości nominalnej 100 zł każdy (razem 2 tys. zł). Agora S.A. objęła 20 udziałów za wkład pieniężny w kwocie 340 tys. zł. Wysokość kapitału zakładowego spółki po rejestracji podwyższenia będzie wynosić 20 tys. zł i będzie się dzielić na 200 udziałów po 100 zł każdy. Po podwyższeniu kapitału zakładowego Agora S.A. będzie posiadać 113 udziałów w kapitale zakładowym spółki, co da jej 56,5% udziału w kapitale zakładowym i 56,5% głosów na zgromadzeniu wspólników. Do dnia publikacji niniejszego raportu powyższa zmiana nie została zarejestrowana.

**W dniu 15 grudnia 2014 r.**, nadzwyczajne zgromadzenie wspólników spółki Sir Local Sp. z o.o. podjęło uchwałę o podwyższeniu kapitału zakładowego o 750 nowoutworzonych udziałów o wartości nominalnej 50 zł każdy (razem 37 500 zł). Agora S.A. objęła 750 udziałów za wkład pieniężny w kwocie 700 tys. zł, z którego Spółka potrąciła część wierzytelności przysługującej jej z tytułu udzielonej pożyczki wobec spółki Sir Local Sp. z o.o. w wysokości 201 tys. zł i ostatecznie dokonała wpłaty w wysokości 499 tys. zł. Wysokość kapitału zakładowego spółki po rejestracji podwyższenia wynosi 134 500 zł i dzieli się na 2 690 udziałów po 50 zł każdy. Po podwyższeniu kapitału zakładowego Agora S.A. posiada 2 110 udziałów w kapitale zakładowym spółki, co daje jej 78,43% udziału w kapitale zakładowym i 78,43% głosów na zgromadzeniu wspólników. Powyższa zmiana została zarejestrowana w dniu 17 lutego 2015 r. przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, XIII wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego.

**W dniu 14 stycznia 2015 r.**, nadzwyczajne zgromadzenie wspólników spółki TV Zone Sp. z o.o. podjęło uchwałę o podwyższeniu kapitału zakładowego o 1 000 nowoutworzonych udziałów o wartości nominalnej 50 zł każdy (razem 50 tys. zł). Agora S.A. objęła 1 000 udziałów za wkład pieniężny w kwocie 50 tys. zł. Wysokość kapitału zakładowego spółki po rejestracji podwyższenia wynosi 55 tys. zł i dzieli na 1 100 udziałów po 50 zł każdy. Po podwyższeniu kapitału zakładowego Agora S.A. posiada 1 100 udziałów w kapitale zakładowym spółki i nadal posiada 100% udziału w kapitale zakładowym i 100% głosów na zgromadzeniu wspólników. Powyższa zmiana została zarejestrowana w dniu 25 lutego 2015 r. przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, XIII wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego.

### 3. PRZYNALEŻNOŚĆ DO BRANŻOWYCH ORGANIZACJI KRAJOWYCH I ZAGRANICZNYCH.

Grupa chce aktywnie kształtować otoczenie, w którym na co dzień funkcjonuje. Dlatego też jej spółki są aktywnymi uczestnikami organizacji skupiających specjalistów z branż istotnych dla jej działalności. Główne organizacje, w pracach których uczestniczą przedstawiciele spółek Grupy:

- polskie:

- PKPP Lewiatan,
- Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych,
- Izba Wydawców Prasy,
- Związek Kontroli Dystrybucji Prasy,
- Polskie Badania Internetu,
- IAB Polska – *Internet Advertising Bureau Polska*,
- IGRZ – Izba Gospodarcza Reklamy Zewnętrznej,
- Stowarzyszenie ReproPol,
- Stowarzyszenie Kina Polskie,
- Polskie Stowarzyszenie Nowe Kina,
- Stowarzyszenie Kreatywna Polska,
- IAA Polska - Międzynarodowe Stowarzyszenie Reklamy, Polska.

- zagraniczne:

- WAN - IFRA – *World Association of Newspapers and News Publishers*,
- INMA – *International Newsmedia Marketing Association*,
- EPC – *European Publishers Council*,
- IPI – *International Press Institute*.

Ponadto Spółka prowadzi działalność charytatywną i społeczną m.in. poprzez Fundację Agory.

### 4. GŁÓWNE INWESTYCJE KRAJOWE I ZAGRANICZNE

Wartość netto wartości niematerialnych Grupy (prawa związane z wydawaniem czasopism, koncesje, licencje, patenty, pozostałe) zmniejszyła się w 2014 r. o 17,6 mln zł (w tym wartość brutto zwiększyła się o 9,0 mln zł, wartość umorzenia i odpisów z tytułu utraty wartości zwiększyła się o 26,6 mln zł). Szczegółowe informacje dotyczące wartości niematerialnych znajdują się w nocie 3 do skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

Wartość netto rzeczowych aktywów trwałych Grupy zmniejszyła się w 2014 r. o 38,2 mln zł (w tym wartość brutto zwiększyła się o 26,5 mln zł, wartość umorzenia i odpisów z tytułu utraty wartości zwiększyła się o 64,7 mln zł). Szczegółowe informacje dotyczące rzeczowych aktywów trwałych znajdują się w nocie 4 do skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

Wartość głównych inwestycji kapitałowych dokonanych poza Grupą Agora (w tym spółki wyłączone z konsolidacji) ze środków własnych (inwestycje w akcje i udziały w spółkach, dopłaty do kapitału i pożyczki) nie uległa istotnej zmianie w 2014 r. Szczegółowe informacje na ten temat zawiera nota 5 do skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

W 2014 r. Grupa nabyła akcje w spółce Stopklatka S.A. oraz objęła udziały w spółce Hash.fm Sp. z o.o. (obie spółki są wyceniane metodą praw własności w sprawozdaniu skonsolidowanym), co zostało opisane w punkcie V.B.2 niniejszego Sprawozdania Zarządu. Ponadto, w dniu 10 września 2014 r. Grupa utworzyła spółkę zależną TV Zone Sp. z o.o.

W 2014 r. Spółka inwestowała poza grupą kapitałową, lokując nadwyżkę środków pieniężnych głównie w krótkoterminowe papiery wartościowe i w krótkoterminowe lokaty bankowe. Łączna kwota tych inwestycji wyniosła na koniec 2014 r. 68,9 mln zł. Ponadto, na dzień 31 grudnia 2014 r. Grupa posiadała środki pieniężne w kasie i na rachunkach bankowych w wysokości 41,0 mln zł oraz należność z tytułu kaucji pieniężnej w wysokości 37,6 mln zł, która została złożona w banku przez spółkę zależną AMS S.A. w związku z zabezpieczeniem umowy koncesji na budowę i eksploatację wiat przystankowych w Warszawie.



## 5. ZMIANY W STRUKTURZE AKCJONARIATU SPÓŁKI

Zgodnie z formalnymi zawiadomieniami otrzymanymi od akcjonariuszy, w szczególności 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, na dzień przekazania raportu rocznego za rok 2013 następujący akcjonariusze mogli wykonywać ponad 5% głosów na walnym zgromadzeniu Spółki:

Tab. 20

	liczba akcji	% udział w kapitale zakładowym	liczba głosów na WZ	% udział w liczbie głosów na WZ
<b>Agora-Holding Sp. z o.o.</b> (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 4 stycznia 2013 r.)	5 401 852	10,60	22 528 252	33,10
<b>Powszechne Towarzystwo Emerytalne PZU S.A. (Otwarty Fundusz Emerytalny PZU Złota Jesień oraz Dobrowolny Fundusz Emerytalny PZU)</b> (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 27 grudnia 2012 r.)	7 594 611	14,91	7 594 611	11,16
<b>w tym:</b> <b>Otwarty Fundusz Emerytalny PZU Złota Jesień</b> (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 27 grudnia 2012 r.)	7 585 661	14,89	7 585 661	11,14
<b>ING Otwarty Fundusz Emerytalny</b> (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 13 września 2013 r.)	6 808 508	13,37	6 808 508	10,003

W raporcie bieżącym z dnia 17 września 2014 r., Zarząd Agory S.A. otrzymał informację, że w odpowiedzi na wezwanie sprzedaży akcji Spółki, w ramach oferty skupu akcji własnych Agory S.A., ING Otwarty Fundusz Emerytalny ("Fundusz") zbył akcje Spółki czym zmniejszył stan posiadania akcji poniżej 10% głosów na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy Spółki. W dniu 17 września 2014 roku na rachunku papierów wartościowych Funduszu znajdowało się 6 359 086 akcji Spółki, co stanowiło 12,48% kapitału zakładowego Spółki, dających prawo do 6 359 086 głosów na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy Spółki, co stanowiło 9,34% ogólnej liczby głosów.

Zgodnie z formalnymi zawiadomieniami otrzymanymi od akcjonariuszy, w szczególności 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, na dzień przekazania niniejszego raportu rocznego następujący akcjonariusze mogą wykonywać ponad 5% głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki:

Tab. 21

	liczba akcji	% udział w kapitale zakładowym	liczba głosów na WZ	% udział w liczbie głosów na WZ
<b>Agora-Holding Sp. z o.o.</b> (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 4 stycznia 2013 r.)	5 401 852	10,60	22 528 252	33,10
<b>Powszechne Towarzystwo Emerytalne PZU S.A. (Otwarty Fundusz Emerytalny PZU Złota Jesień oraz Dobrowolny Fundusz Emerytalny PZU)</b> (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 27 grudnia 2012 r.)	7 594 611	14,91	7 594 611	11,16

	liczba akcji	% udział w kapitale zakładowym	liczba głosów na WZ	% udział w liczbie głosów na WZ
<b>w tym:</b>				
<b>Otwarty Fundusz Emerytalny PZU Złota Jesień</b> (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 27 grudnia 2012 r.)	7 585 661	14,89	7 585 661	11,14
<b>ING Otwarty Fundusz Emerytalny</b> (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 17 września 2014 r.)	6 359 086	12,48	6 359 086	9,34

Zarząd Agory S.A. nie posiada informacji o umowach, w wyniku których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy.

## V.C. INNE INFORMACJE UZUPEŁNIAJĄCE

### 1. TRANSAKCJE Z PODMIOTAMI POWIĄZANYMI

W ramach Grupy Agora występują głównie następujące transakcje:

- świadczenie usług reklamowych i poligraficznych,
- dzierżawa maszyn, urządzeń, pomieszczeń oraz innych środków trwałych,
- świadczenie usług typu: prawne, finansowe, administracyjne, pośrednictwa handlowego, udostępniania wyników badań rynkowych, usługi o charakterze outsourcingu,
- udzielanie i spłata pożyczek oraz koszty / przychody związane z obsługą tych pożyczek,
- wypłaty dywidendy,
- rozliczenia z tytułu cash pooling.

Powyższe transakcje z podmiotami powiązаныmi są zawierane na warunkach rynkowych w ramach normalnej działalności prowadzonej przez podmioty Grupy Agora. Szczegółowe informacje o transakcjach z podmiotami powiązаныmi znajdują się w nocie 40 skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

### 2. UMOWY ZAWARTE MIĘDZY EMITENTEM A OSOBAMI ZARZĄDZAJĄCYMI, PRZEWIDUJĄCE REKOMPENSATĘ W PRZYPADKU REZYGNACJI LUB ZWOLNIENIA Z ZAJMOWANEGO STANOWISKA

Obowiązujące umowy o pracę zawarte z członkami Zarządu Agory S.A. przewidują, że w okresie 18 miesięcy od dnia, w którym ze statutu Agory S.A. zostanie usunięte uprawnienie akcjonariuszy akcji serii A do wskazywania kandydatów do Zarządu tej Spółki, lub od dnia w którym jeden podmiot lub grupa podmiotów działających w porozumieniu przekroczy próg 50% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Agory S.A., w przypadku wypowiedzenia umowy o pracę przez Spółkę, członek Zarządu otrzyma odprawę w takiej wysokości, aby suma dodatkowej odprawy i kwoty wynagrodzenia za okres wypowiedzenia (za 6 miesięcy) odpowiadała dwunastu miesięcznym wynagrodzeniom tego członka Zarządu. Odprawa, o której mowa w zdaniu poprzednim, nie przysługuje w przypadku rozwiązania umowy o pracę z przyczyn wskazanych w przepisach art. 52 § 1 Kodeksu pracy.

### 3. WARTOŚĆ WYNAGRODZEŃ, NAGRÓD I KORZYŚCI ZARZĄDU I RADY NADZORCZEJ EMITENTA ORAZ OSÓB ZARZĄDZAJĄCYCH I NADZORUJĄCYCH SPÓŁKI OD NIEGO ZALEŻNE

Wynagrodzenia wypłacone przez Agorę S.A. członkom Zarządu w 2014 r. wyniosły 2 657 tys. zł (w 2013 r.: 4 388 tys. zł, przy czym kwota za 2013 r. obejmuje również jednorazowe wypłaty z tytułu realizacji Trzyletniego Planu Motywacyjnego za lata 2010 -2012).

Wynagrodzenia wypłacone przez Agorę S.A. członkom Rady Nadzorczej w 2014 r. wyniosły 407 tys. zł (w 2013 r.: 397 tys. zł).

Tomasz Jagiełło, członek Zarządu Spółki, uzyskał dodatkowo wynagrodzenie z tytułu pełnienia funkcji prezesa zarządu spółki zależnej Helios S.A. w wysokości 351 tys. zł (w 2013 r.: 348 tys. zł). Pozostali członkowie Zarządu i Rady Nadzorczej Agory S.A. nie otrzymywali żadnych wynagrodzeń z tytułu pełnienia funkcji we władzach jednostek zależnych, współzależnych i stowarzyszonych.

Szczegółowe informacje dotyczące wynagrodzeń członków Zarządu i Rady Nadzorczej Agory S.A. znajdują się w nocie 26 do skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

W 2014 r. wynagrodzenia z tytułu pełnienia funkcji osób wchodzących w skład organów zarządzających i nadzorujących spółki zależne w Grupie Agora wyniosły 4 026 tys. zł (w 2013 r. 4 949 tys. zł).

W Grupie Agora realizowane były również plany motywacyjne oparte o instrumenty finansowe. Informacje o planach oraz nabytych przez członków Zarządu i Rady Nadzorczej Agory S.A. akcjach i certyfikatach znajdują się w nocie 27 do skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

Zgodnie z najlepszą wiedzą Spółki, członkom zarządów i rad nadzorczych spółek Grupy nie przysługiwały inne od opisanych wyżej wynagrodzenia, nagrody ani korzyści, wypłacone, należne lub potencjalnie należne.

### 4. STAN POSIADANIA AKCJI AGORY S.A. ORAZ AKCJI I UDZIAŁÓW W JEDNOSTKACH POWIĄZANYCH AGORY S.A. PRZEZ CZŁONKÓW ZARZĄDÓW

Członkowie zarządów jednostek zależnych Agory S.A. ani też Zarządu Agory S.A. nie posiadali udziałów ani akcji w Spółce oraz jednostkach powiązanych ze Spółką, z wyjątkiem udziałów i akcji opisanych poniżej.

#### 4.1. Akcje w Agorze S.A.

**Tab. 22**

	stan na 31.12.2014 (liczba akcji)	Wartość nominalna (zł)
Bartosz Hojka	2 900	2 900
Tomasz Jagiełło	0	0
Grzegorz Kossakowski	44 451	44 451
Robert Musiał	1 233	1 233

#### 4.2. Akcje i udziały w jednostkach powiązanych

Stan posiadania akcji i udziałów w spółkach zależnych i stowarzyszonych przez członków zarządów spółek zależnych i stowarzyszonych wobec Agory S.A. na 31 grudnia 2014 r. przedstawia tabela poniżej.

**Tab. 23**

	stan na 31.12.2014 (liczba akcji/udziałów)	Wartość nominalna (zł)
Członkowie Zarządu Helios S.A. posiadający akcje w spółce Helios S.A.		
Tomasz Jagiełło	809 000	80 900
Katarzyna Borkowska	68 264	6 826
Grzegorz Komorowski	44 000	4 400
Członkowie Zarządu AdTaily Sp. z o.o. posiadający udziały w spółce Adtaily Sp. z o.o.		
Marcin Ekiert	107	5 350
Magdalena Wasilewska-Michalska	18	900
Członkowie Zarządu Sport4People Sp. z o.o. posiadający udziały w spółce Sport4People Sp. z o.o.		
Grzegorz Czechowicz	59	5 900
Członkowie Zarządu Hash.fm Sp. z o.o. posiadający udziały w spółce Hash.fm Sp. z o.o.		
Konrad Traczyk	4 600	230 000
Członkowie Zarządu Online Technologies HR sp. z o.o. posiadający udziały w spółce Online Technologies HR Sp. z o.o.		
Arkadiusz Kuchto	54	4 320

#### 5. STAN POSIADANIA AKCJI AGORY S.A. ORAZ AKCJI I UDZIAŁÓW W JEDNOSTKACH POWIĄZANYCH AGORY S.A. PRZEZ CZŁONKÓW RAD NADZORCZYCH

Członkowie rad nadzorczych jednostek zależnych Agory S.A. ani też Rady Nadzorczej Agory S.A. nie posiadali udziałów ani akcji w jednostkach powiązanych ze Spółką, z wyjątkiem określonym w pkt. 5.2 poniżej.

Stan posiadania akcji Agory S.A. przez członków Rady Nadzorczej Spółki został opisany poniżej.

##### 5.1. Akcje w Agorze S.A.

**Tab. 24**

	stan na 31.12.2014 (liczba akcji)	Wartość nominalna (zł)
Andrzej Szlęzak	0	0
Wanda Rapaczynski	914 616	914 616
Dariusz Formela	0	0
Sławomir S. Sikora	0	0
Tomasz Sielicki	33	33
Paweł Mazur	0	0

Członkowie Rady Nadzorczej nie posiadali żadnych uprawnień do akcji (opcji).

##### 5.2. Udziały w jednostce powiązanej Agora Holding Sp. z o.o.

**Tab. 25**

	stan na 31.12.2014 (liczba udziałów)	Wartość nominalna (zł)
Wanda Rapaczynski	1	10 427,84

### 5.3. Akcje i udziały w jednostkach powiązanych

Stan posiadania akcji i udziałów w spółkach zależnych i stowarzyszonych przez członków rad nadzorczych spółek zależnych i stowarzyszonych wobec Agory S.A. na 31 grudnia 2014 r. przedstawia tabela poniżej:

**Tab. 26**

	stan na 31.12.2014 (liczba udziałów)	Wartość nominalna (zł)
Członkowie Rady Nadzorczej posiadający udziały w AdTaily Sp. z o.o.		
Jakub Krzych	20	1 000

## 6. ZMIANY W PODSTAWOWYCH ZASADACH ZARZĄDZANIA PRZEDSIĘBIORSTWEM EMITENTA I JEGO GRUPĄ KAPITAŁOWĄ.

W dniu 12 marca 2014 r. zarząd Agory S.A. poinformował, że Pani Wanda Rapaczynski złożyła rezygnację z uczestnictwa w zarządzie Spółki ze skutkiem natychmiastowym. Ponadto, Agora poinformowała, że w dniu 12 marca 2014 r. na podstawie § 33 ust. 1 statutu Spółki członkowie zarządu wybrali Pana Bartosza Hojkę na prezesa zarządu. Zarząd Spółki działa od tej daty w składzie czteroosobowym.

## 7. INFORMACJE O ZACIĄGNIĘTYCH I WYPOWIEDZIANYCH W 2014 R. UMOWACH DOTYCZĄCYCH KREDYTÓW I POŻYCZEK ORAZ GWARANCJACH I PORĘCZENIACH OTRZYMANÝCH PRZEZ AGORĘ S.A. ORAZ SPÓŁKI OD NIEJ ZALÉŻNE

W 2014 r. Agorze S.A. ani żadnej ze spółek od niej zależnych nie została wypowiedziana żadna umowa kredytu ani pożyczki, ani sama Spółka oraz spółki od niej zależne takich umów nie wypowiedziały.

a) Agora S.A.

Agora S.A. na dzień 31 grudnia 2014 r. posiadała dostępną linię kredytową, opisaną poniżej (stan według umowy z dnia 28 maja 2014 r.):

**Tab. 27**

Kredytodawca	Kwota linii kredytowej	Waluta	Oprocentowanie (%)	Data umowy	Data wymagalności
Bank Polska Kasa Opieki S.A.	169 929 tys. zł	PLN	WIBOR 1M lub 3M + marża banku	28 maj 2014	kredyt refinansujący do 31.03.2015 r.; dostępny do wykorzystania kredyt terminowy - w przypadku wykorzystania kwartalnie 13 rat od 30.06.2016 r. do 30.06.2019 r., kredyt w rachunku bieżącym z okresem dostępności do 28 maja 2015 r.

W dniu 28 maja 2014 r. Spółka zawarła umowę kredytową o Wielocelowy Limit Kredytowy („Umowa”) z Bankiem Polska Kasa Opieki S.A. („Bank”). W związku z zawarciem nowej Umowy, w dniu 11 lipca 2014 r. nastąpiło rozwiązanie dotychczasowej umowy kredytowej z Bankiem dotyczącej długoterminowego kredytu konsorcjalnego zawartej w dniu 5 kwietnia 2002 r. wraz z późniejszymi zmianami. Na podstawie nowej Umowy, Agora S.A. uzyskała kredyt refinansujący przeznaczony na spłatę istniejącego zadłużenia kredytowego wynikającego z niespłaconej części kredytu konsorcjalnego, jak również dysponuje otwartym kredytem terminowym do kwoty 100,0 mln zł z okresem dostępności do dnia 31 maja 2015 r. oraz kredytem w rachunku bieżącym do kwoty 35,0 mln zł z okresem dostępności do dnia 28 maja 2015 r.

W 2014 r. Spółka spłaciła cztery kolejne raty linii kredytowej wykorzystanej w latach ubiegłych, która obecnie stanowi zadłużenie z tytułu kredytu refinansującego w związku z podpisaniem nowej umowy kredytowej opisanej powyżej. Na dzień 31 grudnia 2014 r. kwota zadłużenia pozostała do spłaty wynosiła 8 643 tys. zł.

Ponadto, na dzień 31 grudnia 2014 r. Agora S.A. była beneficjentem gwarancji dobrego wykonania budynku serwerowni na kwotę 180 tys. zł.

## b) spółki zależne

Helios S.A. – nowe umowy zawarte w 2014 r.

Tab. 28

Kredytodawca	Kwota kredytu wg umowy (w tys. zł)	Waluta	Oprocentowanie (%)	Data umowy	Data wymagalności
Bank Zachodni WBK S.A.	3 420	PLN	WIBOR 1M + marża banku	12/03/2014	28/02/2019

Bardziej szczegółowe informacje na temat kredytów, w tym wysokość kwot pozostałych do spłaty na dzień 31 grudnia 2014 r., znajdują się w nocie 14 do skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

## 8. INFORMACJE O UDZIELONYCH W 2014 R. POŻYCZKACH, PORĘCZENIACH I GWARANCJACH ORAZ POZYCJACH POZABILANSOWYCH

Agora S.A. udzieliła poręczeń dla Banku Polska Kasa Opieki S.A. na łączną kwotę 255 tys. zł w związku z kredytami na zakup sprzętu przez pracowników Agory. Na dzień bilansowy wartość zobowiązań pozabilansowych w związku z wystawionymi weksłami przez AMS S.A. i Adpol Sp. z o.o. wynosiła 2 257 tys. zł. Dodatkowo, Helios S.A. wystawił weksle in blanco jako zabezpieczenie wierzytelności z tytułu umów kredytowych i leasingów finansowych oraz gwarancji czynszowych.

Ponadto, na dzień 31 grudnia 2014 r. spółka AMS S.A. była stroną poręczeń udzielonych przez Adpol Sp z o.o. w wysokości 56 400 tys. zł oraz złożyła w banku kaucje pieniężne o wartości 37 600 tys. zł stanowiące zabezpieczenie gwarancji bankowych udzielonych przez mBank S.A. na rzecz spółki Ströer Polska Sp. z o.o. i Miasta Stołecznego Warszawa w związku z realizacją umowy koncesji na budowę i eksploatację wiat przystankowych w Warszawie. W 2014 r. spółka AMS S.A. udzieliła również poręczenia na rzecz Tejbrant Polska Sp. z o.o. w wysokości 3 000 tys. zł.

Informacja o pożyczkach udzielonych przez Agorę S.A. lub spółki od niej zależne w 2014 r. znajduje się w tabeli poniżej (stan wg umów obowiązujących na 31 grudnia 2014 r.):

Tab. 29

Lp.	Pożyczkobiorca	Kwota pożyczki (w tys.)	Waluta	Oprocentowanie (%)	Data umowy	Data wymagalności (lub spłaty)
1	Stopklatka S.A.	1 600	PLN	Wibor 3M+1,5%	24.04.2014 i 19.12.2014	30.06.2015
2	Hash.fm Sp. z o.o.	60	PLN	Wibor 3M+1,5%	24.04.2014	24.10.2014
3	Instytut Badań Outdooru IBO Sp. z o.o.	1 240	PLN	Wibor 3M+1,5%	05.11.2013*	30.07.2015
4	Sir Local Sp. z o.o.	200	PLN	Wibor 3M+1,5%	13.10.2014	15.12.2014**

\* kwota pożyczki obejmuje transze wypłacone w 2014 r.

\*\* spłata nastąpiła poprzez potrącenie z przysługującej wpłaty na poczet podwyższenia kapitału zakładowego.

## 9. INFORMACJE O SYSTEMIE KONTROLI PROGRAMÓW AKCJI PRACOWNICZYCH

W 2013 r. w Spółce i Grupie Agora przeprowadzona została ostatnia część planu motywacyjnego w ramach którego pracownicy byli uprawnieni do objęcia certyfikatów inwestycyjnych w Partycypacyjnym Funduszu Inwestycyjnym Zamkniętym zarządzanym przez Skarbiec Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A. O zasadach planu Spółka poinformowała raportem bieżącym nr 71/2005 z 16 września 2005 r. W 2014 r. w Spółce i Grupie Agora nie istniał program akcji pracowniczych.

## 10. INFORMACJE O WYBORZE I UMOWACH Z PODMIOTEM UPRAWNIONYM DO BADANIA SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH

W dniu 3 kwietnia 2014 r. Rada Nadzorcza wskazała KPMG Audyt Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością spółka komandytowa jako podmiot uprawniony do badania Spółki, który zbada sprawozdania finansowe za rok 2014, 2015 i 2016. Umowa na badanie i przegląd sprawozdania finansowego została podpisana na powyższe okresy i dotyczy badania i przeglądu sprawozdań finansowych w wymienionych latach obrotowych.

Informacje o umowach i wartościach umów zawartych z podmiotem uprawnionym do badania znajdują się w tabeli poniżej (kwoty netto w tys. zł):

**Tab. 30**

w tys. zł	Rok obrotowy kończący się 31 grudnia 2014 r.	Rok obrotowy kończący się 31 grudnia 2013 r.
Badanie rocznego sprawozdania finansowego (1)	102,6	117,8
Inne usługi poświadczające, w tym przegląd sprawozdania finansowego (1)	68,4	72,2

(1) Wynagrodzenia obejmują kwoty wypłacone i należne za profesjonalne usługi związane z badaniem oraz przeglądem jednostkowego oraz skonsolidowanego sprawozdania finansowego jednostki dominującej za dany rok (dane za 2014 r. według umowy z dnia 26 czerwca 2014 r., dane za 2013 r. według poprzedniej umowy z dnia 24 maja 2011 r.)

## 11. INFORMACJA O INSTRUMENTACH FINANSOWYCH

Informacje o instrumentach finansowych w zakresie:

- ▶ ryzyka: zmiany cen, kredytowego, istotnych zakłóceń przepływów środków pieniężnych oraz utraty płynności finansowej, na jakie narażona jest Grupa, oraz
- ▶ przyjętych przez Grupę celach i metodach zarządzania ryzykiem finansowym

przedstawiono w notach 34 i 35 do skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

## 12. OPIS ISTOTNYCH CZYNNIKÓW RYZYKA I ZAGROŻEŃ

### ▶ 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. Szacujemy, iż w 2014 r. reklamodawcy wydali na reklamę o ponad 2,5% więcej niż rok wcześniej. Wydatki reklamowe wzrosły w większości segmentów rynku reklamowego. Ograniczenia wydatków reklamowych miało miejsce jedynie w prasie i w kinie. Należy pamiętać, że wartość wpływów reklamowych zależy nie tylko od wolumenu reklam i ogłoszeń, ale również od cen uzyskiwanych przez media, co jeszcze bardziej utrudnia oszacowanie wartości wydatków na poszczególnych rynkach reklamowych.

### ▶ Sezonowość wydatków reklamowych

Przychody Grupy ze sprzedaży charakteryzują się sezonowością. W pierwszym i trzecim kwartale przychody reklamowe są zwykle niższe od tych uzyskiwanych w drugim i czwartym kwartale danego roku obrotowego.

Przychody z działalności kinowej charakteryzują się sezonowością, w ten sposób, że przychody w drugim i trzecim kwartale są zwykle niższe niż w pierwszym i czwartym kwartale danego roku.

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

Przychody reklamowe Grupy generowane są przez następujące media: dzienniki, reklama zewnętrzna, radiostacje, czasopisma, internet i kina. W wyniku zmian strukturalnych zachodzących w mediach oraz ich konwergencji, media znajdujące się w portfolio Grupy konkurują o wpływy reklamowe nie tylko z konkurentami ze swoich segmentów, ale również z nadawcami telewizyjnymi, którzy stanowili ponad połowę rynku reklamowego (blisko 51,5%) w 2014 r.

Kolejnym dużym segmentem rynku reklamowego, z 21,5% udziałem, był internet. Wydatki na reklamę w czasopiśmie i dziennikach stanowiły odpowiednio 8,0% oraz 4,0% wszystkich wydatków reklamowych. Z wykorzystaniem nośników reklamy zewnętrznej zrealizowano, w 2014 r., 6,0% wszystkich wydatków reklamowych, natomiast wydatki na reklamę radiową stanowiły 7,5% wydatków reklamowych. Udział wydatków reklamowych w kinach wyniósł 1,5% całkowitych wydatków na reklamę w Polsce. Obserwując dynamiki poszczególnych mediów oraz biorąc pod uwagę szacunki Spółki dotyczące wartości rynku reklamy w 2015 r. istnieje ryzyko, że udziały poszczególnych mediów w łącznym rynku reklamy będą się zmieniać, co może mieć wpływ na pozycję Grupy i jej przychody.

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 z 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 czytelniczym, 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.

#### ▶ Prasa

Rynek prasy płatnej doświadcza obecnie globalnego trendu spadku sprzedaży egzemplarzowej oraz ograniczania wydatków reklamowych. Tytuły prasowe wydawane przez Grupę, podobnie jak konkurencyjne tytuły prasowe, nie są odporne na zmiany zachodzące na rynku. Następuje również migracja ogłoszeń drobnych z prasy do internetu. Dynamika powyższych procesów może mieć negatywny wpływ na sprzedaż egzemplarzy prasy i osiągnięte przez Grupę przychody. Jednocześnie Grupa prowadzi cyfryzację swoich treści i od 4 lutego 2014 r. wprowadziła system tzw. *mierzonego paywalla* w serwisach internetowych związanych z *Gazetą Wyborczą*. Nie ma pewności w jaki sposób zmiana w sposobie dostępu do treści i modelu ich dystrybucji przełoży się na wyniki Agory. Grupa jest również wydawcą bezpłatnej gazety *Metro*. Globalne zmiany zachodzące na rynku prasy, szczególnie te dotyczące wpływów reklamowych, mogą przełożyć się na pozycję prasy bezpłatnej, a w konsekwencji na przychody i wyniki Grupy.

#### ▶ Dystrybucja prasy

Głównym kanałem dystrybucji prasy, z którego korzystają wszyscy wydawcy prasy w Polsce, są sieci punktów sprzedaży gazet zlokalizowane w miejscach o dużym natężeniu ruchu. Rynek dystrybucji w Polsce jest silnie skoncentrowany – dwóch największych dystrybutorów ma ponad 80% udział w kolportażu prasy. Dlatego istotne problemy finansowe lub operacyjne któregoś z dwóch największych kolporterów mogą mieć negatywny wpływ na sprzedaż oraz wyniki Grupy.

#### ▶ Internet

Polski rynek internetowych usług reklamowych jest niezwykle konkurencyjny i podlega obecnie procesowi konsolidacji. Liczba użytkowników internetu w Polsce 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. 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 rynku oraz wpływy z reklam i ogłoszeń internetowych nie ulegną zmianie. Dodatkowo, rynek reklamy internetowej ulega istotnym przekształceniom. Coraz większą popularnością cieszy się reklama w wyszukiwarkach, która w Polsce jest zdominowana przez jednego gracza. Głównym źródłem przychodów internetowych Grupy jest reklama graficzna. Coraz większe znaczenie zyskuje reklama wideo oraz reklama 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.

#### ▶ Reklama zewnętrzna

Rynek reklamy zewnętrznej w Polsce jest bardzo konkurencyjny. AMS S.A. konkuruje na tym rynku zarówno z polskimi spółkami, jak i dużymi międzynarodowymi koncernami. Ponadto, działalność na rynku reklamy zewnętrznej obciążona jest dużym ryzykiem prawnym związanym z możliwością zmian zasad korzystania z przestrzeni publicznej i



wprowadzaniu ograniczeń w prowadzeniu działalności reklamowej w centrach dużych aglomeracji miejskich, a także zasad i wysokości opłat i podatków, związanych z prowadzoną działalnością, co może mieć wpływ na wynik Grupy. W 2014 r. rozpoczął się proces inwestycyjny związany z budową 1 580 wiat w Warszawie. Potrwa on 3 lata, a całość nakładów inwestycyjnych szacowana jest na około 80 mln zł. Czas trwania samej umowy to blisko 9 lat. Terminowość zakończenia powyższego procesu inwestycyjnego obarczona jest ryzykiem m.in. ze względu na konieczność uzyskania szeregu pozwoleń i decyzji administracyjnych. Dodatkowo, na tak konkurencyjnym i zmiennym rynku nie ma pewności czy zrealizują się założenia ekonomiczne i rynkowe niezbędne dla powodzenia tego projektu.

#### ► Kino

Helios otwiera nowe obiekty kinowe w centrach handlowo-rozrywkowych. Dalszy rozwój sieci zależy od tempa budowy takich obiektów w polskich miastach oraz skutecznego konkurowania z pozostałymi operatorami kinowymi na polskim rynku o powierzchnie w danym centrum handlowym. Zarówno tempo rozwoju infrastruktury w polskich miastach, jak i kondycja rynku nieruchomości (m.in. wysokość cen najmu), mogą wpływać na wyniki osiągnięte przez kina.

Wyniki działalności kinowej są uzależnione od dostępnego repertuaru. Brak atrakcyjnej oferty filmowej, brak umiejętności promowania filmów lub ich słaba jakość mogą mieć negatywny wpływ na frekwencję w kinach. Dodatkowo, zła koniunktura gospodarcza może przełożyć się na ograniczanie wydatków przez konsumentów na rozrywkę, co może przyczynić się do spadku sprzedaży biletów oraz mniejszej skłonności do zakupu napojów i przekąsek w barach kinowych.

Ponadto, operatorzy kinowi konkurują z innymi technologiami odtwarzania filmów m.in. w internecie.

#### ► Ryzyko związane z prowadzeniem działalności koncesjonowanej

Grupa od lat działa na rynku radiowym, a od 2014 r. rozpoczęła działalność na rynku telewizyjnym.

Działalność radiowa i telewizyjna w Polsce podlega koncesjonowaniu, a zapisy koncesyjne określają zakres i formy prowadzonej działalności w okresie, na który nadawca radiowy lub telewizyjny otrzymuje koncesję. Istnieje więc ryzyko, że zapotrzebowanie słuchaczy i widzów na dany format może maleć, a zapisy koncesyjne mogą w znacznym stopniu ograniczyć możliwość dostosowania się Grupy do zapotrzebowania słuchaczy na dany format radiowy i zapotrzebowania widzów na dany format telewizyjny.

#### ► Radiostacje

Rynek reklamy radiowej w Polsce jest bardzo konkurencyjny i radiostacje Grupy Agora walczą o wyniki słuchalności i przychody z reklam z innymi stacjami radiowymi, w tym 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.

#### ► Działalność telewizyjna

Dzięki nabyciu 41,04% udziałów w spółce Stopklatka S.A. Agora w dniu 12 marca 2014 r. Grupa Agora jest obecna również na rynku telewizyjnym. Konkuruje na nim zarówno z istniejącymi nadawcami telewizyjnymi i potencjalnymi nowymi uczestnikami rynku. Wśród konkurentów Stopklatka TV są więksi nadawcy, z lepiej rozpoznawalną marką oraz większymi środkami finansowymi. Rosnąca popularność telewizji satelitarnej, telewizji kablowej i naziemnej telewizji cyfrowej w Polsce będzie skutkować postępującą fragmentacją polskiej widowni telewizyjnej, co może utrudnić nam przekonanie reklamodawców do zakupu czasu antenowego w kanale Stopklatka TV. Wyniki naszej działalności telewizyjnej są konsolidowane metodą praw własności.

#### ► Działalność filmowa

Dystrybucja i koprodukcja filmowa mają charakter projektowy, co może wpłynąć na dużą zmienność wyników z tej działalności i prowadzić do okresowego zaburzania 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 jaką zdobędzie dany film.

▶ **Testy na utratę wartości aktywów**

Zgodnie z *Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej* Grupa przeprowadza testy na utratę wartości aktywów. W przeszłości oraz w bieżącym okresie, w kilku przypadkach, gdy wyniki testów były negatywne, Spółka dokonywała stosownych odpisów, które obciążały rachunek zysków i strat (jednostkowy i/lub skonsolidowany). Nie ma pewności, że wyniki testów na utratę wartości aktywów przeprowadzone w przyszłości dadzą pozytywne rezultaty.

▶ **Ryzyko walutowe**

Osiągane przez Grupę przychody są wyrażone w złotych polskich. Część kosztów operacyjnych Grupy związana głównie z działalnością kinową, usługami i materiałami produkcyjnymi oraz usługami IT, powiązana jest z kursami wymiany walut obcych. Wahania kursów wymiany walut mogą mieć wpływ m.in. na poziom kosztów i osiągnięte przez Grupę wyniki.

▶ **Ryzyko stóp procentowych**

Zmiany stóp procentowych mogą wpływać na koszty finansowe Grupy związane z kosztem obsługi zadłużenia Grupy.

▶ **Ryzyko utraty kluczowych pracowników**

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

▶ **Ryzyko sporów zbiorowych z pracownikami**

W dniu 12 grudnia 2011 r. została utworzona Organizacja Międzyzakładowa NSZZ "Solidarność" AGORA S.A. i INFORADIO SP. Z.O.O („OM”), która działa przy Agorze S.A., Inforadio Sp. z o.o., Agorze Poligrafii Sp. z o.o., AMS S.A., Trader.com (Polska) Sp. z o.o. oraz Grupie Radiowej Agory Sp. z o.o. 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.

### **13. CZYNNIKI I NIETYPOWE ZDARZENIA MAJĄCE WPŁYW NA WYNIKI Z DZIAŁALNOŚCI ZA 2014 R. Z OKREŚLENIEM STOPNIA ICH WPŁYWU**

Pozytywny wpływ na wyniki Grupy Agora w 2014 r. miała działalność na rynku dystrybucji i koprodukcji filmowej. Działalność ta ma charakter projektowy i charakteryzuje ją duża zmienność między raportowanymi okresami. Łącznie przychody z tytułu dystrybucji oraz koprodukcji filmowej wyniosły w 2014 r. blisko 17,0 mln zł (12,7 mln zł w 2013 r.).

Negatywnie na wyniki Grupy wpłynęło dalsze istotne ograniczenie budżetów reklamowych w prasie w 2014 r. W rezultacie przychody reklamowe segmentu Prasa były o 30,2 mln zł niższe niż rok wcześniej.

Negatywnie na wyniki Grupy wpłynęły odpisy aktualizujące wartość dwóch miesięczników wydawanych w ramach segmentu Prasa, które obciążły wyniki operacyjne Grupy w 2014 r. kosztami w wysokości 15,1 mln zł.

Z drugiej strony, pozytywny wpływ na wynik netto Grupy w 2014 r. (w wysokości 8,0 mln zł) miało rozliczenie transakcji aportu i leasingu zwrotnego nośników reklamowych, przeprowadzonej w ramach optymalizacji działalności operacyjnej spółek należących do segmentu Reklamy Zewnętrznej oraz aktualizacja wyceny zobowiązań z tytułu „opcji put” przysługujących akcjonariuszom i udziałowcom niekontrolującym (w wysokości 3,6 mln zł).

#### **14. POSTĘPOWANIA DOTYCZĄCE ZOBOWIĄZAŃ ALBO WIERZYTELNOŚCI EMITENTA LUB JEDNOSTKI OD NIEGO ZALEŻNEJ, KTÓRYCH WARTOŚĆ W JEDNYM POSTĘPOWANIU LUB ŁĄCZNIE WE WSZYSTKICH POSTĘPOWANIACH STANOWIŁABY CO NAJMNIEJ 10 % KAPITAŁÓW WŁASNYCH EMITENTA**

W 2014 r. nie toczyły się postępowania wobec Agory S.A. lub jednostki od niej zależnej, które dotyczyłyby ich zobowiązań lub wierzytelności, których wartość w jednym postępowaniu lub łącznie we wszystkich postępowaniach stanowiłaby co najmniej 10% kapitałów własnych Spółki.

#### **15. ODDZIAŁY POSIADANE PRZEZ SPÓŁKĘ I SPÓŁKI OD NIEJ ZALEŻNE**

Agora S.A. posiada 19 oddziałów oraz zakład główny w Warszawie. Pozostałe spółki z Grupy nie posiadają oddziałów.

#### **16. 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 ani różnic pomiędzy wynikami finansowymi a ich prognozami.

#### **17. EMISJA PAPIERÓW WARTOŚCIOWYCH**

Spółka nie emitowała papierów wartościowych w 2014 r.

#### **18. POZOSTAŁE INFORMACJE**

##### **► Zmiany w składzie Zarządu**

**W raporcie bieżącym z dnia 12 marca 2014 r.** Zarząd Agory S.A. poinformował, że Pani Wanda Rapaczynski złożyła rezygnację z uczestnictwa w zarządzie Spółki ze skutkiem natychmiastowym. Ponadto, Agora poinformowała, że w dniu 12 marca 2014 r. na podstawie § 33 ust. 1 statutu Spółki członkowie Zarządu wybrali Pana Bartosza Hojkę na prezesa zarządu.

##### **► Zmiany w składzie Rady Nadzorczej**

**W raporcie bieżącym z dnia 28 maja 2014 r.** Zarząd Agory S.A. poinformował, że do Spółki wpłynęła rezygnacja pani Heleny Łuczywo z funkcji członka Rady Nadzorczej Agory S.A., ze skutkiem na chwilę zamknięcia zwyczajnego walnego zgromadzenia akcjonariuszy zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za rok 2013.

**W raporcie bieżącym z dnia 24 czerwca 2014 r.** Zarząd Agory S.A. poinformował, że zwyczajne walne zgromadzenie w dniu 24 czerwca 2014 r. powołało do składu Rady Nadzorczej Panią Wandę Rapaczynski, w miejsce Pani Heleny Łuczywo.

**W dniu 6 listopada 2014 r.** stosownie do par. 18 ust. 1 statutu Spółki, Rada Nadzorcza Spółki powołała w drodze kooptacji do swojego grona pana Pawła Mazura.

##### **► Rejestracja zmian statutu Spółki**

**W dniu 6 października 2014 r.** Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego dokonał rejestracji zmiany paragrafu 18 ust.1 statutu Spółki przyjętej uchwałą nr 27 Walnego Zgromadzenia Agory S.A. w dniu 24 czerwca 2014 r.

**W dniu 6 listopada 2014 r.** Rada Nadzorcza Spółki przyjęła w drodze uchwały tekst jednolity statutu Spółki uwzględniający zmianę paragrafu 18 ust.1 statutu.

##### **► Wybór podmiotu uprawnionego do badania**

**W dniu 3 kwietnia 2014 r.** Zarząd Spółki poinformował, iż zgodnie z § 19 ust.1 lit.c statutu Spółki, 3 kwietnia 2014 r. Rada Nadzorcza Spółki dokonała wyboru podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych. Na mocy uchwały Rady Nadzorczej, oraz zgodnie z postanowieniami statutu Spółki, spółka KPMG Audyt spółka z ograniczoną odpowiedzialnością spółka komandytowa z siedzibą w Warszawie przy ulicy Chłodnej 51, wpisana na listę

podmiotów uprawnionych do badania sprawozdań finansowych z numerem 3546, została wybrana na bieżącego rewidenta Spółki, który zbada sprawozdania finansowe za rok 2014, 2015 i 2016.

#### ► Program skupu akcji własnych Spółki

**W dniu 24 czerwca 2014 r.** Walne Zgromadzenie podjęło uchwałę o nabywaniu akcji własnych Spółki w celu ich umorzenia w ramach uchwalonego programu („Program”). W ramach Programu Spółka może nabyć nie więcej niż 3 638 380 akcji za cenę nie niższą niż 12,00 zł i nie wyższą niż 16,00 zł za jedną akcję. W związku z powyższym Walne Zgromadzenie zdecydowało o utworzeniu celowego funduszu rezerwowego, na który została wydzielona kwota 50 937 380 zł z kapitału zapasowego Spółki.

**W dniu 14 sierpnia 2014 r.** Zarząd Agory S.A. ogłosił ofertę skupu akcji własnych Spółki („Oferta”). Podmiotami uprawnionymi do uczestniczenia w Ofercie byli wszyscy akcjonariusze Spółki. W ramach Oferty, Spółka mogła nabyć nie więcej niż 2 779 970 akcji („Akcje”), stanowiących nie więcej niż 5,46% kapitału zakładowego Spółki, w tym nie więcej niż 2 500 000 akcji na okaziciela notowanych na głównym parkiecie Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. oraz nie więcej niż 279 970 akcji imiennych. Oferowana cena zakupu jednej Akcji wynosiła 12,00 zł. Przyjmowanie ofert sprzedaży Akcji rozpoczęło się w dniu 25 sierpnia 2014 r., a zakończyło w dniu 5 września 2014 r. Podmiotem pośredniczącym w przeprowadzeniu i rozliczeniu Oferty był Dom Maklerski BZ WBK S.A.

**W dniu 12 września 2014 r.** Zarząd Agory S.A. poinformował że w dniu 12 września 2014 r., w wyniku ogłoszonej Oferty, Spółka nabyła, poza rynkiem regulowanym za pośrednictwem Domu Maklerskiego BZ WBK S.A., łącznie 2 500 000 akcji własnych. Nabyte akcje są akcjami na okaziciela notowanymi na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie, o wartości nominalnej 1,00 zł każda akcja, które łącznie stanowią 4,91% kapitału zakładowego Spółki oraz łącznie odpowiadają 2 500 000 głosów na walnym zgromadzeniu Spółki, co stanowi 3,67% głosów na walnym zgromadzeniu Spółki („Nabyte Akcje”). Cena zakupu wynosiła 12,00 zł za jedną Nabytą Akcją oraz 30 000 000 zł łącznie za wszystkie Nabyte Akcje. Celem zakupu Nabytych Akcji jest ich umorzenie.

**W dniu 1 kwietnia 2015 r.** Zarząd Agory S.A. ogłosił ofertę skupu akcji własnych Spółki („Oferta”). Podmiotami uprawnionymi do uczestniczenia w Ofercie są wszyscy akcjonariusze Spółki. W ramach Oferty, Spółka nabędzie nie więcej niż 1 138 380 akcji („Akcje”), stanowiących nie więcej niż 2,23% kapitału zakładowego Spółki, w tym nie więcej niż 771 960 akcji na okaziciela notowanych na głównym parkiecie Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. oraz nie więcej niż 366 420 akcji imiennych. Oferowana cena zakupu jednej Akcji wynosi 12,00 zł. Przyjmowanie ofert sprzedaży Akcji rozpocznie się w dniu 7 kwietnia 2015 r., a zakończy w dniu 17 kwietnia 2015 r. Rozliczenie wszystkich transakcji nastąpi w dniu 24 kwietnia 2015 r. Podmiotem pośredniczącym w przeprowadzeniu i rozliczeniu Oferty jest Bank Zachodni WBK S.A. – Dom Maklerski BZ WBK.

Upoważnienie do realizacji Programu zostało udzielone Zarządowi maksymalnie na okres do 30 czerwca 2015 r., nie dłużej jednak niż do chwili wyczerpania środków przeznaczonych na realizację Programu. Po zakończeniu Programu Zarząd zwoła Walne Zgromadzenie w celu podjęcia uchwały w przedmiocie umorzenia akcji nabytych w ramach Programu.

#### ► Wprowadzenie akcji Spółki do obrotu

**W dniu 16 lipca 2014 r.** Spółka wprowadziła do obrotu na rynku podstawowym Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie 8 268 akcji objętych przez pracowników Agory w ramach planów partycypacyjnych realizowanych przez Spółkę w porozumieniu z Agorą-Holding Sp. z o.o. do 2004 r.

#### ► Zawarcie umowy systemu zarządzania środkami pieniężnymi w grupie rachunków

**W dniu 5 grudnia 2014 r.** zawarta została umowa dotycząca systemu zarządzania środkami pieniężnymi w grupie rachunków (tzw. umowa cash pooling) („Umowa”). Umowa została zawarta pomiędzy Bankiem Polska Kasa Opieki S.A. z jednej strony a następującymi podmiotami z Grupy: Agora S.A., Agora Poligrafia Sp. z o.o., Trader.com (Polska) Sp. z o.o., Agora TC Sp. z o.o., Grupa Radiowa Agory Sp. z o.o., Radiowe Doradztwo Reklamowe Sp. z o.o., Inforadio Sp. z o.o., IM40 Sp. z o.o. z drugiej strony. Przedmiotem umowy cash pooling jest optymalizacja płynności finansowej i możliwie najbardziej efektywne zarządzanie środkami pieniężnymi podmiotów uczestniczących w systemie cash pooling. Agora S.A. pełni rolę uczestnika koordynującego w ramach systemu.

► **Odpisy aktualizujące w Grupie Agora**

**W dniu 3 lutego 2015 r.** Zarząd Agory S.A. poinformował, iż zgodnie z wymogami Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej, Grupa Agora przeprowadziła testy na utratę wartości aktywów. W efekcie weryfikacji długoterminowych prognoz finansowych poszczególnych segmentów biznesowych Grupy, dokonano odpisów aktualizujących wartości aktywów trwałych, których łączny wpływ na skonsolidowany wynik operacyjny Grupy za czwarty kwartał 2014 r. wyniósł 15,1 mln zł. Powyższe koszty odpisów aktualizujących mają charakter zdarzeń jednorazowych i obciążąły skonsolidowane wyniki Grupy oraz wyniki jednostkowe Agory S.A. za czwarty kwartał 2014 r. Miały również wpływ na wysokość odroczonego podatku dochodowego. Na powyższą kwotę składają się odpisy aktualizujące dotyczące dwóch miesięczników wydawanych przez Agorę S.A.

Podkreślić należy, że zgodnie z wymogami Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej, Grupa przeprowadza testy na utratę wartości aktywów poszczególnych ośrodków generujących przepływy pieniężne ("cash generating unit") – w tym wypadku tytułów czasopism wydawanych w ramach pionu Czasopisma i Prasa Bezpłatna (należących do segmentu Prasa) nabytych przez Agorę S.A., do których przypisana została określona wartość księgowa na dzień nabycia. Zgodnie z powyższymi wymogami nie jest możliwe kompensowanie ewentualnej nadwyżki wartości odzyskiwalnej zidentyfikowanej na jednym ośrodku generującym przepływy pieniężne w ramach tego samego segmentu biznesowego z ewentualnym niedoborem na innym. W konsekwencji, odpisy na poszczególnych ośrodkach generujących przepływy pieniężne są dokonywane nawet jeśli nie ma konieczności dokonywania takich odpisów z punktu widzenia łącznej wartości aktywów całego segmentu.

## **VI. OŚWIADCZENIE I RAPORT O STOSOWANIU ZASAD ŁADU KORPORACYJNEGO PRZEZ AGORĘ S.A. W 2014 R.**

Agora S.A. stosowała zasady ładu korporacyjnego w zakresie zawartym w załączniku do Uchwały Rady Giełdy Nr. 19/1307/2012 z dnia 21 listopada 2012 r., zatytułowane Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW. Zbiór powyższych zasad jest dostępny publicznie na stronie internetowej <http://www.corp-gov.gpw.pl/>.

### **1. WSKAZANIE ZASAD ŁADU KORPORACYJNEGO, KTÓRE NIE BYŁY PRZEZ EMITENTA STOSOWANE, WRAZ ZE WSKAZANIEM JAKIE BYŁY OKOLICZNOŚCI I PRZYCZYNY NIEZASTOSOWANIA DANEJ ZASADY ORAZ W JAKI SPOSÓB SPÓŁKA ZAMIERZA USUNĄĆ EWENTUALNE SKUTKI NIEZASTOSOWANIA DANEJ ZASADY LUB JAKIE KROKI ZAMIERZA PODJĄĆ, BY ZMNIJSZYĆ RYZYKO NIEZASTOSOWANIA DANEJ ZASADY W PRZYSZŁOŚCI**

W 2014 r. Spółka stosowała wszystkie zasady ładu korporacyjnego. Zasada dotycząca zapewnienia akcjonariuszom możliwości udziału w walnym zgromadzeniu przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej w zakresie zapewnienia akcjonariuszom dwustronnej komunikacji, przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej, w czasie rzeczywistym, w ramach której akcjonariusze mogą wypowiadać się w toku obrad walnego zgromadzenia przebywając w innym miejscu niż miejsce obrad była realizowana poprzez kontakt za pomocą dedykowanego adresu email.

### **I. REKOMENDACJE DOTYCZĄCE DOBRYCH PRAKTYK SPÓŁEK GIEŁDOWYCH**

W zakresie rekomendacji dotyczącej prowadzenia polityki informacyjnej z użyciem nowoczesnych technologii oraz najnowszych narzędzi komunikacji zapewniających szybkość i bezpieczeństwo oraz efektywny dostęp do informacji, Spółka prowadzi mobilną wersję serwisu relacji inwestorskich oraz biura prasowego Agory, a od marca 2014 r. Spółka poszerzyła kanały komunikacji o Twittera.

Spółka stara się zapewniać inwestorom i analitykom odpowiednią komunikację poprzez stały dostęp do informacji oraz bezpośredni kontakt z pracownikami działu relacji inwestorskich oraz przedstawicielami Zarządu Spółki. Spółka oferuje także możliwość zapisania się na newsletter z wybranymi informacjami dotyczącymi wydarzeń korporacyjnych lub informacji prasowych. Dodatkowo, Spółka prowadzi mailing z raportami dotyczącymi poszczególnych mediów dla osób zainteresowanych informacjami branżowymi.

W związku z rekomendacją dotyczącą walnego zgromadzenia, Spółka dokłada wszelkich starań aby zapewnić jak najszerszemu gronu akcjonariuszy możliwość uczestniczenia w walnym zgromadzeniu. Spółka informuje niezwłocznie o wszelkich zmianach dotyczących organizacji walnego zgromadzenia, w tym o tych zgłoszonych do porządku obrad walnego zgromadzenia.

Wszyscy akcjonariusze Spółki, w zakresie transakcji i umów zawieranych przez Spółkę z akcjonariuszami lub podmiotami powiązanymi, mają te same prawa.

Obecnie papiery wartościowe wyemitowane przez Spółkę są przedmiotem obrotu jedynie na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie, stąd też wszyscy akcjonariusze Spółki nabywają swoje prawa zgodnie z polskim systemem prawnym w tym samym czasie.

W zakresie rekomendacji dotyczącej polityki wynagradzania w Spółce, zasady ustalania wynagrodzeń pracowników Spółki, z wyjątkiem członków Zarządu i Rady Nadzorczej, ustalane są zgodnie z wewnętrznymi regulaminami wynagradzania. Wynagrodzenia członków Zarządu Spółki ustalane są przez Radę Nadzorczą w oparciu o rekomendację Komisji ds. Osobowych i Wynagrodzeń, działającej w ramach Rady Nadzorczej. Rada Nadzorcza ustala cele oraz kryteria premiowania dla poszczególnych członków Zarządu za dany rok obrotowy oraz okresy trzyletnie.

W Grupie Agora realizowane są Trzyletnie Plany Motywacyjne dla Zarządu. Są one oparte o stopień realizacji celu odnoszącego się do wyniku EBITDA operacyjna Grupy Agora oraz o stopień wzrostu wartości akcji Spółki. Zasady, cele i warunki rozliczenia Trzyletniego Planu Motywacyjnego dla członków Zarządu zostały określone w uchwale Rady Nadzorczej. Opis obecnie realizowanego Trzyletniego Planu Motywacyjnego został przedstawiony w nocie do sprawozdania finansowego za rok obrotowy 2014.

W Spółce funkcjonują również inne systemy motywacyjne (np. gotówkowe plany motywacyjne, systemy motywacyjne w działach sprzedaży itp.), których koszty obciążają pozycję wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników.

Wynagrodzenie członków Zarządu i Rady Nadzorczej oraz inne świadczenia należne osobom zasiadającym w tych organach Spółki podawane są w rocznym sprawozdaniu finansowym.

Wysokość wynagradzania członków Rady Nadzorczej jest ustalana przez Walne Zgromadzenie Agory S.A.

W zakresie rekomendacji dotyczącej zrównoważonego udziału kobiet i mężczyzn we władzach spółek, Zarząd Spółki zwraca uwagę, że nie ma wpływu na skład głównych organów Spółki. Kandydatów na członków Rady Nadzorczej mają prawo zgłaszać akcjonariusze posiadający uprzywilejowane akcje serii A lub akcjonariusze, którzy na ostatnim walnym zgromadzeniu, przed zgłoszeniem kandydatur, udokumentowali prawo do nie mniej niż 5% głosów i posiadają w chwili zgłoszenia kandydatur nie mniej niż 5% kapitału zakładowego Spółki (§ 21 ust. 1 lit. a Statutu). Zgodnie z § 30 Statutu Agory S.A. kandydatów na członków Zarządu mają prawo zgłaszać wyłącznie akcjonariusze posiadający uprzywilejowane akcje serii A, a po ustaniu przywilejów w stosunku do wszystkich tych akcji, Rada Nadzorcza. W przypadku, gdy osoby uprawnione do określenia liczby członków Zarządu i zgłoszenia kandydatów na członków Zarządu nie skorzystają z jednego albo obydwu z tych uprawnień, wówczas uprawnienie, z którego nie skorzystano, przysługiwać będzie odpowiednio: dla określenia liczby członków Zarządu - Walnemu Zgromadzeniu, a w przypadku zgłaszania kandydatów - każdemu akcjonariuszowi w trakcie Walnego Zgromadzenia.

Jednocześnie, Zarząd Spółki pragnie podkreślić, że przy wyborze kandydatów na wszystkie stanowiska, które leżą w kompetencji Zarządu, w Spółce decydujące znaczenie odgrywają takie kryteria jak wiedza, doświadczenie i umiejętności niezbędne do piastowania danej funkcji. Stosowanie tych zasad w odniesieniu do wszystkich pracowników Spółki i Grupy zapewnia zdrowe funkcjonowanie organizacji i podejmowanie nowych wyzwań biznesowych. Blisko połowa stanowisk kierowniczych w Spółce jest zajmowana przez kobiety, co odzwierciedla w pełni strukturę zatrudnienia w Agorze S.A.

W zakresie rekomendacji dotyczącej członków rad nadzorczych należy podkreślić, że przedstawiciele Rady Nadzorczej Spółki reprezentują różne obszary wiedzy i długoletnie doświadczenie zawodowe, co pozwala im patrzeć na zagadnienia związane z funkcjonowaniem Spółki i Grupy z szerszej perspektywy. Członkowie Rady Nadzorczej Spółki otrzymują wszelkie niezbędne informacje o sprawach dotyczących funkcjonowania Spółki i Grupy. Ponadto, w przypadku potrzeby otrzymania dodatkowych informacji czy wyjaśnień zgłoszonych przez przedstawicieli Rady Nadzorczej Spółka niezwłocznie je przekazuje.

Grupa Agora ma zróżnicowany portfel mediów, a każde z nich w ramach swojej działalności realizuje różnorodne projekty kulturalne, sportowe i edukacyjne. Działania te wpisują się w rozwój poszczególnych biznesów lub marek z Grupy Agora. Najważniejsze informacje na ten temat Spółka zamieszcza na swojej stronie korporacyjnej. Działania mediów Agory mają charakter cykliczny lub są odpowiedzią na konkretne problemy społeczne czy wydarzenia. Wśród nich można wymienić akcje *Rodzić po ludzku* czy *Polska Biega Gazety Wyborczej*. W 2013 roku AMS powołał do życia *Fundację Akademia Integracji. Praca. Edukacja. Sport*, która kontynuuje misję projektu AMS dla Integracji. W ramach działań na rzecz środowiska AMS prowadzi także cykliczne programy – *Galeria Plakatu AMS* i *Bramy Kraju*.

Media wchodzące w skład Grupy Agora angażują się również w życie lokalnych społeczności. Przed pierwszą turą wyborów samorządowych radio TOK FM zrealizowało cykl debat *Ułysz swoje miasto*. Stacja nadawała program z różnych miast w Polsce, zapraszając jego mieszkańców do rozmowy o tym, z czego są dumni, a co chcieliby zmienić w swoim otoczeniu. W każdym z miast TOK FM organizowało debatę, w której uczestniczyli mieszkańcy miasta, a przede wszystkim lokalni politycy i eksperci. Łącznie w ramach akcji odbyło się 13 debat, wzięło w nich udział 51 kandydatów na prezydentów i 5 ekspertów. Akcja *Ułysz swoje miasto*, odbywająca się przed wyborami samorządowymi, pokazywała osiągnięcia poszczególnych miejscowości i wspierała aktywność mieszkańców, zachęcając ich do myślenia o swojej społeczności i o tym, jak można zmienić swoje miasto. Była też świetnym źródłem informacji dla osób, które szukały wskazówki, na kogo głosować w wyborach.

*Gazeta Wyborcza* zachęcała czytelników swoich lokalnych wydań do udziału w akcji *Wybierz z Wyborczą*, która rozpoczęła dyskusję o przyszłości polskich miast. Na łamach 22 lokalnych wydań *Wyborczej* ukazały się listy 10 problemów i dylematów, przed jakimi stoją władze samorządowe. Następnie zestawienia zostały uzupełnione o propozycje ekspertów, miejskich aktywistów i czytelników. Tak przygotowane listy ważnych spraw dla każdego miasta poddane zostały pod głosowanie czytelników *Wyborczej*. W sumie w plebiscycie *Gazety Wyborczej* wzięło udział ponad 33 tysiące osób, które wypełniły specjalnie przygotowaną ankietę w internecie oraz blisko 5 tysięcy, które dostarczyły kupony papierowe.

Media Agory angażowały się także w pomoc potrzebującym na Ukrainie. Dzięki wspólnej akcji *Gazety Wyborczej* i Polskiej Akcji Humanitarnej udało się zebrać 721 691 zł. Zgromadzone środki, wpłacane m.in. przez czytelników *Wyborczej*, zostały przeznaczone na zakup żywności, ubrań, lekarstw i opatu dla uchodźców - dzięki pieniądзом Polska Akcja Humanitarna założyła misję humanitarną w rejonie walk.

W przypadku rekomendacji dotyczącej dbałości o ład informacyjny poprzez zamieszczanie na stronie korporacyjnej Spółki komunikatu ze stanowiskiem Spółki w sprawie nieprawdziwych informacji dotyczących Spółki, Zarząd Agory S.A. będzie podejmował decyzję o trybie postępowania w każdej takiej sytuacji odrębnie.

Poniżej Agora S.A. wskazuje sposób stosowania przez Spółkę zasad ładu korporacyjnego.

## II. DOBRE PRAKTYKI REALIZOWANE PRZEZ ZARZĄDY SPÓŁEK GIEŁDOWYCH

Zgodnie z zasadami Dobrych Praktyk Spółek Notowanych na GPW, Spółka prowadzi swoją korporacyjną stronę internetową zarówno w polskiej jak i angielskiej wersji językowej. Na stronie oprócz informacji wymaganych przez przepisy prawa zamieszczone są podstawowe dokumenty korporacyjne, a w szczególności Statut Spółki i regulaminy jej organów zarządczych i nadzorczych. Dodatkowo, na stronie korporacyjnej opublikowane są życiorysy zarówno członków Zarządu jak i Rady Nadzorczej Spółki. Zgodnie z wymogami, Spółka publikuje na swojej stronie także informacje bieżące i okresowe oraz informacje o udziale kobiet i mężczyzn we władzach Spółki. Dodatkowo, dla ułatwienia analizy informacji okresowych, Spółka zamieszcza na stronie prezentacje omawiające finansowe raporty kwartalne oraz nagrania z konferencji podczas których przedstawiciele Zarządu Spółki omawiali wyniki w wybranym okresie sprawozdawczym.

Zgodnie z wymogami prawa, strona korporacyjna zawiera specjalną zakładkę dedykowaną posiedzeniom walnego zgromadzenia, które odbywają się w siedzibie Spółki w Warszawie. Na stronie korporacyjnej publikowane są wszystkie dokumenty związane z walnym zgromadzeniem, w tym ogłoszenie o jego zwołaniu w określonym terminie, kandydatury zgłaszane do organów zarządzających i nadzorczych Spółki wraz z życiorysami zawodowymi niezwłocznie po przesłaniu ich do Spółki. Tutaj też publikowane są wszelkie informacje organizacyjne jak np. przerwa w przebiegu obrad walnego zgromadzenia lub zmiany w porządku obrad.

W dniu 24 czerwca 2014 r. Walne Zgromadzenie Spółki, zwołane na wniosek Zarządu, obradowało w jej siedzibie w Warszawie, a wszystkie dokumenty związane z jego organizacją i przebiegiem znalazły się na stronie korporacyjnej Spółki. Jego przebieg był zgodny z przepisami kodeksu spółek handlowych oraz regulaminem Walnego Zgromadzenia. Członkowie Zarządu i Rady Nadzorczej oraz biegły rewident obecni w toku obrad, byli gotowi do udzielania wyjaśnień w zakresie swoich kompetencji i przepisów prawa.

W przypadku pytań ze strony akcjonariuszy i udzielanych na nie odpowiedzi w trakcie przebiegu walnego zgromadzenia są one dostępne dla wszystkich dzięki rejestracji przebiegu walnego zgromadzenia w czasie rzeczywistym. Dodatkowo, gdy pojawia się taka potrzeba, Spółka sporządza listę pytań i odpowiedzi, które są do niej przesyłane przed i w trakcie walnego zgromadzenia. Odpowiedzi na pytania udzielają obecni na walnym zgromadzeniu przedstawiciele Zarządu oraz Rady Nadzorczej Spółki.

W tej części zamieszczane są też dokumenty związane m.in. z dywidendą np. rekomendacja Zarządu co do wypłaty dywidendy, projekt uchwały w tym zakresie oraz podjęte przez walne zgromadzenie uchwały.

Spółka zamieszcza również na swojej stronie raporty dotyczące przestrzegania przez nią zasad ładu korporacyjnego oraz informacje o zasadzie dotyczącej zmieniania podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych. Spółka co roku w raporcie okresowym publikowanym na jej stronie podaje informacje o kosztach programu motywacyjnego.

W sekcji dotyczącej Rady Nadzorczej znajduje się również informacja o powiązaniu jednego z członków Rady Nadzorczej z akcjonariuszem dysponującym co najmniej 5% głosów na walnym zgromadzeniu. Tutaj też publikowane są sprawozdania z działalności Rady Nadzorczej wraz z jej oceną systemu kontroli wewnętrznej i systemu zarządzania ryzykiem istotnym dla Spółki.

## III. DOBRE PRAKTYKI STOSOWANE PRZEZ CZŁONKÓW RAD NADZORCZYCH

Rada Nadzorcza Agory nie odstąpiła od realizacji żadnej z dobrych praktyk stosowanych przez członków rad nadzorczych.



W ramach swoich obowiązków sporządza ona zwięzłą ocenę sytuacji Spółki łącznie z oceną systemu kontroli wewnętrznej i systemu zarządzania ryzykiem istotnym dla Spółki. Ocena ta jest publikowana przez Spółkę wraz ze wszystkimi materiałami związanymi z walnym zgromadzeniem na stronie korporacyjnej Spółki.

Dodatkowo, Rada Nadzorcza rozpatruje i opiniuje sprawy, które są przedmiotem obrad walnego zgromadzenia. Przedstawiciele Rady Nadzorczej zawsze uczestniczą w obradach walnego zgromadzenia w składzie umożliwiającym im udzielenie odpowiedzi na ewentualne pytania ze strony akcjonariuszy. W 2014 r. podczas obrad Walnego Zgromadzenia Radę Nadzorczą reprezentował jej przewodniczący Pan Andrzej Szlęzak.

W przypadku powiązań członka Rady Nadzorczej z akcjonariuszem dysponującym więcej niż 5% ogólnej liczby głosów informuje on Zarząd Spółki oraz pozostałych członków Rady Nadzorczej o tym fakcie. Podobnie dzieje się w przypadku konfliktu interesów lub możliwości jego powstania.

#### **IV. DOBRE PRAKTYKI STOSOWANE PRZEZ AKCJONARIUSZY**

Agora S.A. jako spółka publiczna umożliwia udział w walnym zgromadzeniu Spółki przedstawicielom mediów. Tak było też podczas Walnego Zgromadzenia w dniu 24 czerwca 2014 r. W przypadku wprowadzania zmian w regulaminie walnego zgromadzenia Spółka stara się to czynić z należytym wyprzedzeniem tak by umożliwić wszystkim akcjonariuszom wykonywanie ich praw.

Podczas obrad Walnego Zgromadzenia Spółki w dniu 24 czerwca 2014 r. nie wprowadzono żadnych zmian w regulaminie walnego Zgromadzenia. W 2014 r. Walne Zgromadzenie Spółki nie podejmowało również żadnych uchwał w sprawie emisji akcji. Walne Zgromadzenie podjęło uchwałę w sprawie pokrycia straty i niewypłacania dywidendy za 2013 r. W latach gdy Spółka dzieli się zyskiem ze swoimi akcjonariuszami dokłada staranności aby zachować zalecany termin (nie dłuższy niż 15 dni roboczych) między dniem ustalenia prawa do dywidendy, a dniem wypłaty dywidendy. Walne Zgromadzenie Spółki nie podejmowało uchwał w sprawie wypłaty warunkowej dywidendy czy w sprawie podziału wartości nominalnej akcji.

Przedmiotem obrad Walnego Zgromadzenia była natomiast zmiana statutu Spółki dotycząca m.in. liczby osób zasiadających w Radzie Nadzorczej Spółki. Obecnie, zgodnie z § 18 statutu Spółki Rada Nadzorcza składa się z nie mniej niż pięciu i nie więcej niż sześciu członków, powoływanych w sposób określony w § 20 i § 21, w tym przewodniczącego. Liczbę członków Rady Nadzorczej ustala Walne Zgromadzenie. Jeżeli w trakcie trwania kadencji Rady Nadzorczej doszłoby do powstania wakatów na stanowisku członka Rady Nadzorczej z przyczyn innych niż rezygnacja jej członka pozostali członkowie tego organu mogą w drodze kooptacji powołać nowego członka, który swoje czynności będzie sprawował do czasu dokonania wyboru członka Rady Nadzorczej przez Walne Zgromadzenie, nie dłużej jednak niż do upływu wspólnej kadencji Rady Nadzorczej. Postanowienia § 21 ust. 4 zdanie dwa i trzy Statutu stosuje się odpowiednio.

Od kilku lat Spółka prowadzi transmisję obrad walnego zgromadzenia w czasie rzeczywistym zarówno w języku polskim jak i angielskim. W trakcie Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia odbytego w 2014 r. Spółka zapewniła akcjonariuszom możliwość dwustronnej komunikacji w czasie rzeczywistym przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej z wykorzystaniem dedykowanego adresu email.

## **2. OPIS SPOSOBU DZIAŁANIA WALNEGO ZGROMADZENIA I JEGO ZASADNICZYCH UPRAWNIEŃ ORAZ PRAW AKCJONARIUSZY I SPOSOBU ICH WYKONYWANIA**

Walne Zgromadzenie Agory („WZ”) działa w oparciu o przepisy kodeksu spółek handlowych oraz Statutu Agory („Statut”). Paragraf 16 Statutu przewiduje możliwość uchwalenia przez WZ Regulaminu Walnego Zgromadzenia określającego zasady jego funkcjonowania. Uchwalenie, zmiana albo uchylenie regulaminu wymaga dla swej ważności trzech czwartych głosów oddanych. Regulamin WZ znajduje się pod adresem URL: [http://www.agora.pl/agora\\_pl/1,67005,1647307.html](http://www.agora.pl/agora_pl/1,67005,1647307.html). WZ zwoływane jest zgodnie z przepisami kodeksu spółek handlowych.

O ile przepisy kodeksu spółek handlowych lub Statutu nie stanowią inaczej, uchwały WZ podejmowane są bezwzględną większością głosów oddanych. Zgodnie z §15 Statutu, uchwały dotyczące połączenia Spółki z innym podmiotem, innych form konsolidacji, jakie są lub będą dopuszczone przez przepisy prawa, podziału Spółki, a także ustalania zasad wynagradzania członków Rady Nadzorczej, w tym także osobnego wynagrodzenia dla członków, którzy zostali oddelegowani do stałego indywidualnego wykonywania nadzoru, podejmowane są bezwzględną większością trzech czwartych głosów oddanych. Bezwzględnej większości trzech czwartych głosów oddanych, przy

obecności akcjonariuszy reprezentujących przynajmniej 50% kapitału zakładowego Spółki, wymagają dla swojej ważności uchwały dotyczące usunięcia spraw spod obrad walnego zgromadzenia objętych wcześniej porządkiem dziennym. Natomiast, gdy o usunięcie spraw z porządku dziennego wnosi Zarząd Spółki, uchwała wymaga bezwzględnej większości głosów oddanych. Uchwały WZ nie wymaga nabycie oraz zbycie nieruchomości, użytkownika wieczystego, a także udziału w nieruchomości.

Zgodnie z §15 ust. 4 Statutu, usunięcie spraw umieszczonych w porządku obrad walnego zgromadzenia na żądanie zgłoszone - na podstawie art. 400 lub art. 401 Kodeksu spółek handlowych - przez akcjonariusza reprezentującego co najmniej taką część kapitału jaka jest wskazana w tych przepisach wymaga zgody akcjonariusza, który zgłosił takie żądanie. Podjęcie uchwały dotyczącej odpowiedzialności akcjonariusza wobec Spółki z jakiegokolwiek tytułu wymaga bezwzględnej większości trzech czwartych głosów oddanych przy obecności akcjonariuszy reprezentujących co najmniej 50% wszystkich akcji Spółki uprawniających do głosowania przy podjęciu takiej uchwały.

Według §17 Statutu żaden akcjonariusz nie może wykonywać więcej niż 20% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu, przy czym przy ustalaniu obowiązków nabywców znacznych pakietów akcji, przewidzianych w Ustawie o ofercie publicznej, takie ograniczenie prawa głosu nie istnieje. Wspomnianego ograniczenia prawa głosu nie stosuje się również do:

- ▶ akcjonariuszy posiadających uprzywilejowane akcje serii A,
- ▶ banku depozytowego, który na podstawie umowy ze Spółką wyemitował w związku z akcjami Spółki kwity depozytowe, w przypadku wykonywania przez taki podmiot prawa głosu z akcji, które stanowiły podstawę do wyemitowania kwitów depozytowych,
- ▶ akcjonariusza, który posiadając akcje uprawniające do nie więcej niż 20% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu ogłosił zgodnie z przepisami Ustawy o ofercie publicznej wezwanie do zapisywania się na sprzedaż lub zamianę wszystkich akcji Spółki i w ramach takiego wezwania nabył akcje uprawniające, łącznie z dotychczas posiadanymi przez niego akcjami Spółki, do wykonywania co najmniej 75% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu. Przy obliczaniu udziałów akcjonariusza w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu, o których mowa w zdaniu poprzednim, przyjmuje się, że wspomniane (20-procentowe) ograniczenie prawa głosu nie istnieje.

Zgodnie z §17 ust. 5 Statutu udział głosów podmiotów zagranicznych i podmiotów kontrolowanych przez podmioty zagraniczne na Walnym Zgromadzeniu nie może przekroczyć 49%. Ograniczenie to nie ma zastosowania w odniesieniu do podmiotów mających siedzibę lub miejsce zamieszkania w państwie członkowskim Europejskiego Obszaru Gospodarczego.

Przy podejmowaniu uchwały o wycofaniu akcji Spółki z obrotu publicznego na każdą akcję, bez względu na jej uprzywilejowanie, przypada jeden głos.

Zgodnie z §7 Statutu, poza akcjami imiennymi serii A, na kapitał zakładowy Spółki składają się akcje zwykłe serii B i D, imienne i na okaziciela. Akcje imienne serii A uprzywilejowane są w ten sposób, przy uwzględnieniu wyżej wspomnianych zastrzeżeń, że każda z nich uprawnia do pięciu głosów na walnym zgromadzeniu.

Zgodnie z §11 Statutu zbycie lub zamiana uprzywilejowanych akcji serii A na akcje na okaziciela wymaga pisemnej zgody właścicieli co najmniej 50% uprzywilejowanych akcji serii A wpisanych do księgi akcyjnej w dniu złożenia wniosku o wyrażenie zgody na zbycie lub zamianę uprzywilejowanych akcji serii A na akcje na okaziciela. W ciągu 14 dni od dnia otrzymania wniosku, Zarząd jest obowiązany doręczyć odpis wniosku każdemu z właścicieli uprzywilejowanych akcji serii A, którzy są uprawnieni do wyrażenia zgody, na adres akcjonariusza wpisany w księdze akcyjnej.

Kandydatów na członków Rady Nadzorczej mają prawo zgłaszać akcjonariusze posiadający uprzywilejowane akcje serii A lub akcjonariusze, którzy na ostatnim walnym zgromadzeniu, przed zgłoszeniem kandydatur, udokumentowali prawo do nie mniej niż 5% głosów i posiadają w chwili zgłoszenia kandydatur nie mniej niż 5% kapitału zakładowego Spółki (§ 21 ust. 1 lit. a Statutu). W przypadku złożenia rezygnacji przez członka Rady Nadzorczej pozostali członkowie organu mogą w drodze kooptacji powołać nowego członka, który swoje czynności będzie sprawować do czasu wyboru członka Rady Nadzorczej przez walne zgromadzenie, nie dłużej jednak niż do upływu wspólnej kadencji Rady Nadzorczej. Odwołanie (usunięcie) członka Rady Nadzorczej przed upływem jego kadencji może nastąpić uchwałą walnego zgromadzenia podjętą zwykłą większością głosów, z zastrzeżeniem że do czasu ustania przywilejów akcji serii A, za przyjęciem takiej uchwały oddanych zostanie 80% głosów przypadających na wszystkie uprzywilejowane akcje serii A.

Informacje na temat uprawnień walnego zgromadzenia i praw akcjonariuszy odnośnie powoływania i odwoływania członków Zarządu są zawarte w dalszej części niniejszego dokumentu.

Zamiana akcji na okaziciela na akcje imienne jest niedopuszczalna.

Prawa akcjonariuszy Spółki, w tym prawa akcjonariuszy mniejszościowych, wykonywane są w zakresie i w sposób zgodny z przepisami kodeksu spółek handlowych.

Realizując zasadę przejrzystości, efektywnej polityki informacyjnej oraz starając się zapewnić wszystkim akcjonariuszom równy dostęp do informacji o Spółce, Agora S.A. prowadzi transmisję obrad Walnego Zgromadzenia przez internet, w języku polskim i angielskim.

W obradach walnego zgromadzenia Spółki uczestniczą zawsze przedstawiciele Zarządu, Rady Nadzorczej oraz biegłego rewidenta Spółki.

### **3. SKŁAD OSOBOWY I ZASADY DZIAŁANIA ORGANÓW ZARZĄDZAJĄCYCH I NADZORUJĄCYCH SPÓŁKI ORAZ ICH KOMITETÓW.**

#### **3.1. Zarząd**

Zarząd Spółki działa w oparciu o przepisy kodeksu spółek handlowych oraz Statutu. Zgodnie ze Statutem, Zarząd składa się z od trzech do sześciu członków, których dokładną liczbę określają akcjonariusze posiadający większość uprzywilejowanych akcji serii A, a po ustaniu przywilejów w stosunku do tych akcji, Rada Nadzorcza (§ 28 Statutu). Na dzień przedstawienia niniejszego Sprawozdania Zarządu w skład Zarządu Spółki wchodzi:

- Bartosz Hojka – Prezes Zarządu,
- Tomasz Jagiełło - Członek Zarządu,
- Grzegorz Kossakowski – Członek Zarządu,
- Robert Musiał – Członek Zarządu.

#### **Bartosz Hojka**

Członek zarządu Agory od 28 czerwca 2013 r. Od 2005 roku członek zarządu i dyrektor zarządzający Grupy Radiowej Agory Sp. z o.o. (dalej "GRA") obejmującej Radio Złote Przeboje, Rock Radio oraz Radio TOK FM, którego GRA jest większościowym udziałowcem. Przeprowadził restrukturyzację, która zaowocowała skokową poprawą rentowności segmentu radiowego. Pod jego kierownictwem radio TOK FM stało się jednym z najbardziej opiniotwórczych mediów w Polsce. GRA uzyskała w tym czasie 9 nowych koncesji oraz rozwinęła, pod markami Tuba.FM i Tuba.TV, innowacyjną ofertę w internecie, na urządzeniach mobilnych i w SMART TV. Ponadto GRA założyła Radiowe Doradztwo Reklamowe - lidera rynku pośrednictwa reklamowego w radiu oraz poszerzyła działalność o nowe obszary, m.in. produkcję video.

Pracę w Agorze rozpoczął w 1998 roku na stanowisku dyrektora programowego śląskiego radia Karolina; następnie, jak dyrektor programu i promocji wszystkich stacji należących do GRA, był m.in. odpowiedzialny za wprowadzenie na rynek marki Złote Przeboje. Od samego początku swojej kariery zawodowej związany z mediami elektronicznymi, m.in. jako redaktor w katowickim radiu TOP oraz w ośrodku regionalnym TVP w Katowicach.

Urodzony w 1974 roku, absolwent dziennikarstwa na Uniwersytecie Śląskim. Od 2010 roku wykładowca na Wydziale Radia i Telewizji Uniwersytetu Śląskiego.

#### **Tomasz Jagiełło**

Członek zarządu Agory od 28 czerwca 2013 r. Tomasz Jagiełło jest założycielem i prezesem zarządu spółki Helios S.A., jednego z największych operatorów kinowych w Polsce. Współtwórca sukcesu spółki, od początku odpowiedzialny za jej rozwój i strategię. Reprezentował spółkę podczas transakcji nabycia w 2007 roku sieci 5 kin Kinoplex oraz podczas transakcji nabycia większościowego pakietu akcji spółki przez Agorę S.A. w 2010 roku. Był jednym z pomysłodawców powołania spółki Next Film Sp. z o.o., dzięki której Helios poszerzył swoją działalność o dystrybucję filmową.

Od października 2011 roku sekretarz Rady Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej, wcześniej wieloletni członek zarządu Stowarzyszenia Kina Polskie.

Urodzony w 1967 roku, absolwent Wydziału Prawa Uniwersytetu Łódzkiego oraz Wydziału Prawa Uniwersytetu w Edynburgu.

### **Grzegorz Kossakowski**

Członek zarządu Agory S.A. od 8 stycznia 2009 roku, natomiast w samej spółce od listopada 2000 roku. Pracę w Agorze zaczynał od funkcji kierownika ds. transakcji w pionie nowych przedsięwzięć, następnie w latach 2009 - 2012 pełnił funkcję dyrektora finansowego spółki.

W latach 1996 - 2000 pracował w firmie doradczej Arthur Andersen w dziale doradztwa inwestycyjnego (Corporate Finance). W trakcie pracy w Arthur Andersen prowadził szereg doradczych projektów inwestycyjnych związanych m.in. z pozyskiwaniem kapitału dla spółek, głównie z sektora TMT.

Urodzony w 1972 roku, absolwent Akademii Ekonomicznej w Poznaniu (dyplom "Summa Cum Laude") oraz Manchester Business School (dyplom MBA z wyróżnieniem). Uczestnik podyplomowego programu dla kadry zarządzającej (Advanced Executive Program) na Northwestern University oraz Kellogg School of Management.

### **Robert Musiał**

Członek zarządu Agory od 28 czerwca 2013 r. Dyrektor pionu druku Agory od 2001, od lipca 2003 roku członek zarządu Agory-Poligrafii sp. z o.o. Nadzorował funkcjonowanie trzech drukarni Agory należących do najnowocześniejszych drukarni prasowych w Polsce drukujących w technologii coldset i heatset.

Pracę w Agorze rozpoczął w 1994 r. Odpowiadał za wykorzystanie mocy produkcyjnych parku maszynowego oraz za poszerzanie działalności poligraficznej spółki o nowe rynki. W latach 2005 - 2008 pełnił funkcję prezesa Polskiej Izby Druku. W maju 2005 roku został odznaczony przez Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej - Brązowym Krzyżem Zasługi - za zasługi dla rozwoju poligrafii i ruchu wydawniczego, za osiągnięcia w pracy zawodowej i działalności społecznej.

Urodzony w 1970 roku, absolwent Wydziału GiK Politechniki Warszawskiej - specjalność poligrafia oraz podyplomowych studiów menedżerskich w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie.

Kadencja Zarządu trwa 5 lat (§29 ust. 1 Statutu). Rada Nadzorcza w konsultacji z Prezesem Zarządu ustala wynagrodzenie oraz inne świadczenia dla Członków Zarządu. Zgodnie z §27 Statutu Spółki, Zarząd kieruje działalnością Spółki oraz reprezentuje ją na zewnątrz. Do zakresu działania Zarządu należą wszelkie sprawy związane z prowadzeniem spraw Spółki, niezastrzeżone do kompetencji innych władz Spółki. Uchwały Zarządu zapadają zwykłą większością głosów (§34 Statutu). Do składania oświadczeń woli w zakresie praw i obowiązków majątkowych Spółki oraz podpisywania w jej imieniu upoważniony jest każdy Członek Zarządu jednoosobowo. Organizację i sposób działania Zarządu określa szczegółowo regulamin.

Zgodnie z §35 Statutu, członków Zarządu obejmuje zakaz konkurencji. W szczególności nie mogą oni zajmować się interesami w podmiocie konkurencyjnym oraz uczestniczyć w takim podmiocie jako jego członek, wspólnik, akcjonariusz lub członek władz. Zakaz ten nie obejmuje uczestnictwa Członków Zarządu w organach nadzorczych i zarządzających podmiotów konkurencyjnych, z którymi Spółka jest bezpośrednio lub pośrednio powiązana kapitałowo oraz nabywania przez nich nie więcej niż 1% papierów wartościowych spółek publicznych prowadzących działalność konkurencyjną.

## **3.2. Rada Nadzorcza**

Rada Nadzorcza Spółki działa w oparciu o przepisy kodeksu spółek handlowych oraz Statutu. Zgodnie z §18 Statutu, Rada Nadzorcza Spółki składa się z nie mniej niż pięciu i nie więcej niż sześciu członków. Przewodniczącemu Rady Nadzorczej powołuje Walne Zgromadzenie. Członkowie Rady Nadzorczej mogą wybrać spośród siebie zastępcę przewodniczącego lub osoby pełniące inne funkcje (§18 ust. 2 Statutu).

W dniu 24 czerwca 2014 r. w związku z rezygnacją Pani Heleny Łuczywo z funkcji członka Rady Nadzorczej, uchwałą Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia z dnia 24 czerwca 2014 roku na członka Rady Nadzorczej powołana została Pani Wanda Rapaczynski.

W dniu 6 listopada 2014 r. w związku z rejestracją przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego zmiany paragrafu 18 ust. 1 Statutu Spółki przyjętej uchwałą nr 27 Walnego Zgromadzenia Agory S.A. podjętą w dniu 24 czerwca 2014 r. ("WZA") oraz zgodnie z treścią uchwały nr 28 WZA członkowie Rady Nadzorczej na posiedzeniu w dniu 6 listopada 2014 r. powołali w drodze kooptacji do składu Rady Nadzorczej Pana Pawła Mazura. Będzie on sprawować czynności członka Rady Nadzorczej do czasu dokonania jego wyboru na członka Rady Nadzorczej przez Walne Zgromadzenie, nie dłużej jednak niż do upływu wspólnej kadencji Rady Nadzorczej.

Członkowie Rady Nadzorczej powoływani są na wspólną trzyletnią kadencję. W związku z powyższym, kadencja obecnej Rady Nadzorczej wygaśnie z dniem odbycia Walnego Zgromadzenia Spółki zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za 2015 r.

Na dzień przedstawienia niniejszego Sprawozdania Zarządu w skład Rady Nadzorczej Spółki wchodzi:

- Andrzej Szlęzak – Przewodniczący Rady Nadzorczej,
- Dariusz Formela – Członek Rady Nadzorczej,
- Paweł Mazur - Członek Rady Nadzorczej,
- Wanda Rapaczynski – Członek Rady Nadzorczej,
- Tomasz Sielicki – Członek Rady Nadzorczej,
- Sławomir S. Sikora – Członek Rady Nadzorczej.

#### **dr hab. Andrzej Szlęzak**

Andrzej Szlęzak pracę w SK&S rozpoczął krótko po jej powstaniu w 1991 r. W 1993 r. został w niej partnerem, zaś w 1996 r. starszym partnerem. W ramach działalności w SK&S uczestniczył w obsłudze prawnej szeregu transakcji prywatyzacyjnych oraz restrukturyzacji wielu sektorów przemysłu polskiego i bankowości, nadzorował liczne projekty z obszaru fuzji i przejęć, brał udział w projektach typu greenfield, sporządzał liczne projekty dokumentacji transakcyjnej oraz był autorem wielu ekspertyz prawnych z obszaru prawa cywilnego i handlowego. Jest arbitrem Sądu Arbitrażowego przy Krajowej Izbie Gospodarczej w Warszawie i wiceprzewodniczącym jego Rady Arbitrażowej; był wielokrotnie powoływany jako arbiter w sporach prowadzonych przed Międzynarodowym Trybunałem Arbitrażowym ICC w Paryżu. Dr hab. Andrzej Szlęzak jest autorem licznych publikacji, w tym obcojęzycznych, z dziedziny prawa cywilnego i handlowego. Andrzej Szlęzak uzyskał stopień magistra filologii angielskiej na Wydziale Filologicznym i magistra prawa na Wydziale Prawa Uniwersytetu im. A. Mickiewicza w Poznaniu. W latach 1979-81 odbył aplikację sędziowską w Sądzie Wojewódzkim w Poznaniu. Od 1979 r. był pracownikiem naukowym Instytutu Prawa Cywilnego UAM, w którym obronił pracę doktorską oraz rozprawę habilitacyjną z zakresu prawa cywilnego. W 1994 r. powołany został na stanowisko profesora UAM, na którym pozostawał do momentu odejścia z Wydziału Prawa w 1996 r. Dr hab. A. Szlęzak był stypendystą wielu zagranicznych uczelni, w tym uniwersytetów w Oxfordzie i Michigan. Obecnie dr hab. A. Szlęzak jest profesorem Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej (SWPS) w Warszawie. Andrzej Szlęzak posiada rozległą znajomość przepisów prawa, a w szczególności przepisów prawa spółek i prawa handlowego co jest szczególnie przydatne dla sprawowania funkcji członka Rady Nadzorczej Agory S.A.

Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy wybrało pana Andrzeja Szlęzaka na Przewodniczącego Rady Nadzorczej Agory S.A. W ramach Rady Nadzorczej Agory S.A. Pan Andrzej Szlęzak jest członkiem Komisji ds. Osobowych i Wynagrodzeń.

Jeśli chodzi o niezależność członków Rady Nadzorczej oraz Komitety działające przy Radzie Nadzorczej – kwestie te zostały omówione w oddzielnej sekcji raportu.

#### **Dariusz Formela**

Od 2012 r. prezes zarządu PKM DUDA odpowiedzialny za opracowanie i wdrożenie strategii tej spółki. W latach 2009 - 2012 pełnił funkcję członka zarządu PKM DUDA oraz prezesa zarządu spółki CM Makton. W latach 1998 - 2008 był związany z grupą kapitałową ORLEN, gdzie pełnił również funkcję członka zarządu spółki PKN ORLEN i Możejki Nafta odpowiedzialnego m.in. za nadzór nad spółkami z grupy kapitałowej i integrację posiadanych aktywów kapitałowych. Odpowiadał za opracowanie i wdrożenie planu restrukturyzacji w grupie kapitałowej ORLEN. Dariusz Formela zasiada

w Komitecie Audytu spółki Avia Solutions Group S.A. oraz pełni funkcję Przewodniczącego Komitetu Nominacji i Wynagrodzeń działającego w ramach Rady Nadzorczej LW Bogdanka S.A. Dariusz Formela jest absolwentem Wydziału Prawa i Administracji na Uniwersytecie Gdańskim. Uzyskał również dyplom MBA University of Bradford i WSPIZ im. L. Koźmińskiego.

W ramach Rady Nadzorczej Agory S.A. Pan Dariusz Formela jest członkiem Komitetu Audytu.

#### **Paweł Mazur**

Adwokat, wspólnik kancelarii Wardyński i Wspólnicy, związany z firmą od 2010 r. Od 2013 r. kieruje biurem praktyki w Krakowie. Zajmuje się prowadzeniem postępowań sądowych i arbitrażowych, specjalizuje się w zakresie prawa gospodarczego, inwestycji zagranicznych, prawa lotniczego i sportowego. Od 2012 roku pełni funkcję Przewodniczącego Sądu Polubownego przy Krajowej Izbie Sportu. Jest członkiem International Bar Association. W latach 2008-2011 był członkiem Rady Nadzorczej PLL LOT S.A. i Przewodniczącym Komitetu ds. Floty, a w latach 1996-1997 Wiceprzewodniczącym Rady Nadzorczej C. Hartwig Gdynia SA w Katowicach. Ukończył z wyróżnieniem Wydział Prawa Uniwersytetu Jagiellońskiego. Odbił również kurs prawa gospodarczego na Uniwersytecie Londyńskim, kurs międzynarodowej ochrony Praw Człowieka na De Paul University w Chicago oraz staże w renomowanych kancelariach zagranicznych. Od 1993 roku prowadzi praktykę adwokacką, w latach 2000-2010 był wspólnikiem zarządzającym Kancelarii Prawniczej Cabała Mazur Grochowska z siedzibą w Nowym Sączu i oddziałami w Krakowie i Gorlicach.

W ramach Rady Nadzorczej Agory S.A. Pan Paweł Mazur jest członkiem Komitetu Audytu.

#### **Wanda Rapaczynski**

Związana z Agorą niemal od początku jej istnienia, w latach 1998-2007 oraz w okresie od 28 czerwca 2013 roku do 12 marca 2014 roku pełniła funkcję prezesa zarządu. Pod jej przywództwem Agora wyrosła na jedną z największych i najbardziej znanych spółek medialnych w Europie Środkowo-Wschodniej. Po zaprzestaniu pełnienia funkcji prezesa zarządu w 2007 roku pozostała z nią związana jako doradca rady nadzorczej spółki do momentu jej powołania do składu organu nadzorczego. W latach 2009 - 2013 członek rady nadzorczej Spółki. Reprezentowała Agorę w European Publishers Council i w Polskiej Konfederacji Pracodawców Prywatnych LEWIATAN, gdzie pełniła funkcję członka rady głównej oraz członka rady nadzorczej Polskiego Związku Pracodawców Prywatnych Mediów i Reklamy. W latach 1984-1992 kierowała działem rozwoju nowych produktów w Citibank NA w Nowym Jorku. Wcześniej przez dwa lata była dyrektorem projektu badawczego na wydziale psychologii Yale University, a w latach 1977-1979 pracownikiem naukowym Educational Testing Service w Princeton, New Jersey. Karierę zawodową zaczynała jako wykładowca psychologii na uniwersytetach w Nowym Jorku i Connecticut. Od 2008 roku jest członkiem Rady Nadzorczej Adecco S.A., szwajcarskiej spółki giełdowej o międzynarodowym zasięgu, zajmującej się działalnością rekrutacyjną. Ponadto zasiada w Radzie Central European University w Budapeszcie, gdzie kieruje Komisją ds. Audytu. Była wieloletnim członkiem International Advisory Council w Brookings Institution w Waszyngtonie. Od 2002 roku należy do Polskiej Grupy w Trilateral Commission. Powyższa działalność nie jest konkurencyjna w stosunku do działalności Spółki. Wanda Rapaczynski jest laureatką licznych nagród i wyróżnień. W rankingu "Financial Times" - 25 najbardziej wpływowych kobiet biznesu (Europe's Top 25 Women in Business) w październiku 2006 roku zajęła 5 miejsce, w 2005 roku uplasowała się na 7 miejscu, a rok wcześniej na 8 miejscu. Została dwukrotnie wyróżniona w rankingach "Wall Street Journal Europe": w marcu 2002 roku jako jedna z 25 kobiet biznesu w Europie, a rok wcześniej jako jedna z 30 najbardziej wpływowych kobiet w Europie. W rankingu tygodnika "Business Week" opublikowanym w czerwcu 2001 roku znalazła się na liście 50 Stars of Europe. Urodzona w 1947 roku. W 1977 roku otrzymała tytuł doktora psychologii City University of New York. Absolwentka Yale University, School of Organization and Management, gdzie w 1984 roku uzyskała tytuł Master of Private & Public Management.

W ramach Rady Nadzorczej Agory S.A. Pani Wanda Rapaczynski jest członkiem Komisji ds. Osobowych i Wynagrodzeń.

#### **Tomasz Sielicki**

Członek Rady Nadzorczej Sygnity SA oraz Budimexu SA. Ponadto jest członkiem m.in. Rady Głównej Polskiej Konfederacji Pracodawców Prywatnych LEWIATAN, Trilateral Commission, Rady Fundacji Wspólna Droga, Rady Programowej Akademii Liderów Rynku Kapitałowego im. Lesława Pagi, a także członkiem zarządu Polskiego Komitetu

Olimpijskiego i zastępcą Prezydenta Europejskiej Unii Szachowej. W Sygnity SA (dawniej ComputerLand SA) pracował od powstania firmy w 1991 roku, od 1992 do 2005 r. pełnił funkcję Prezesa Zarządu, a następnie przez 2 lata pełnił funkcję Prezydenta Grupy Sygnity (dawniej Grupy ComputerLand). Jest powszechnie uznawany za twórcę sukcesu firmy. Od 2007 roku Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Sygnity SA powołało Tomasza Sielickiego w skład Rady Nadzorczej Spółki. Tomasz Sielicki jest także inwestorem w przedsięwzięcia kilku branż.

Tomasz Sielicki jest laureatem nagród i wyróżnień: INFO-STAR (1995), Lider Polskiego Biznesu (BCC-1997), Central Europe's Top 10 Executives (Wall Street Journal-1998), Global Leader for Tomorrow (Forum Gospodarcze Davos-1999), nagroda dla Najlepszej Spółki Giełdowej (Parkiet-1997 i 2001), "Stars of Europe" (BusinessWeek-2005), nagroda Polskiej Izby Informatyki i Telekomunikacji (2006). Tomasz Sielicki jest absolwentem Politechniki Warszawskiej (Wydział Elektroniki, kierunek - informatyka). Jest silnym szachistą i posiada tytuł mistrza krajowego w brydża.

W ramach Rady Nadzorczej Agory S.A. Pan Tomasz Sielicki jest członkiem Komitetu Audytu.

### **Sławomir S. Sikora**

Sławomir S. Sikora jest Prezesem Zarządu Banku Handlowego w Warszawie SA. Od marca 2005 r. pełni funkcję Chief Executive Officer i Citigroup Country Officer, odpowiadając za całość operacji Citigroup w Polsce. W latach 2005 - 2008 roku był członkiem Citigroup Management Committee w Nowym Jorku. Jest Członkiem Zarządu Związku Banków Polskich oraz Wiceprezydentem Polskiej Konfederacji Pracodawców Prywatnych Lewiatan, a także członkiem Emerging Markets Advisory Council w International Institute of Finance w Waszyngtonie. Absolwent Szkoły Głównej Planowania i Statystyki (obecnie Szkoła Główna Handlowa w Warszawie). W 1989 r. studiował na Uniwersytecie w Kolonii (RFN) w ramach programu doktorskiego Fundacji Konrada Adenauera. Sławomir S. Sikora posiada unikalne doświadczenie zawodowe w zakresie zarządzania dużymi organizmami gospodarczymi, co jest szczególnie przydatne dla sprawowania funkcji członka Rady Nadzorczej Agory S.A.

W ramach Rady Nadzorczej Agory S.A. Pan Sławomir S. Sikora jest członkiem Komisji ds. Osobowych i Wynagrodzeń.

Zgodnie z §20 ust. 4 Statutu, przynajmniej trzech członków Rady Nadzorczej to członkowie niezależni. Obecnie w Radzie Nadzorczej Spółki większość członków Rady Nadzorczej ma status niezależnych członków. Do wyłącznych kompetencji Rady Nadzorczej Agory należy m. in. ustalanie, w porozumieniu z Prezesem Zarządu, wynagrodzenia członków Zarządu, wybór biegłego rewidenta i wyrażanie zgody na warunki istotnych transakcji Spółki z podmiotami powiązаныmi (§19 Statutu). Uchwały Rady Nadzorczej w sprawach wyrażenia zgody na powyższe transakcje wymagają głosowania za ich przyjęciem przez większość niezależnych członków Rady. Zgodnie z §23 ust. 4 Statutu, posiedzenia Rady Nadzorczej zwoływane są przynajmniej raz na kwartał. Przewodniczący zwołuje także posiedzenia Rady Nadzorczej na żądanie Zarządu Spółki, wyrażone w formie uchwały, lub na żądanie każdego członka Rady Nadzorczej. Posiedzenia Rady Nadzorczej mogą być prowadzone przy wykorzystaniu środków bezpośredniego porozumiewania się na odległość, w sposób umożliwiający porozumienie się wszystkich uczestniczących w nim członków. Za miejsce posiedzenia przeprowadzonego przy wykorzystaniu środków bezpośredniego porozumiewania się na odległość uznaje się miejsce pobytu prowadzącego posiedzenie.

Zgodnie z §24 Statutu, uchwały Rady Nadzorczej zapadają bezwzględną większością głosów przy obecności co najmniej trzech członków Rady Nadzorczej.

### **3.3 Komitet i komisja działające w ramach Rady Nadzorczej**

W ramach Rady Nadzorczej działają: Komitet Audytu oraz Komisja ds. Osobowych i Wynagrodzeń, powołane zgodnie ze Statutem Spółki, które pełnią funkcje doradcze dla Rady Nadzorczej. Kompetencje i tryb działania Komitetu Audytu oraz Komisji ds. Osobowych i Wynagrodzeń zostały określone regulaminami tych ciał przyjętych uchwałami Rady Nadzorczej. Na dzień przedstawienia niniejszego Raportu skład komitetu i komisji kształtuje się w następujący sposób:

#### *(i) Komitet Audytu:*

- Tomasz Sielicki – p.o. przewodniczący Komitetu Audytu,
- Paweł Mazur,
- Dariusz Formela

Do kompetencji Komitetu Audytu należy sprawowanie czynności nadzorczych w zakresie monitorowania sprawozdawczości finansowej Spółki i Grupy Agora oraz czynności rewizji finansowej, sprawowanie czynności nadzorczych w zakresie monitorowania systemów kontroli wewnętrznej, audytu wewnętrznego oraz zarządzania ryzykiem oraz sprawowanie czynności nadzorczych w zakresie monitorowania niezależności audytorów zewnętrznych.

Komitet Audytu w celu realizacji przyznanych kompetencji może żądać przedłożenia przez Spółkę określonej informacji z zakresu księgowości, finansów, audytu wewnętrznego i zarządzania ryzykiem, niezbędnych do wykonywania czynności Komitetu Audytu oraz badać dokumenty Spółki.

Komitet Audytu odbywa posiedzenia, w miarę potrzeb, co najmniej cztery razy w roku.

Posiedzenia Komitetu Audytu są zwoływane przez jego przewodniczącego z własnej inicjatywy lub na wniosek członka Komitetu Audytu, a także na wniosek Zarządu, wewnętrznego lub zewnętrznego audytora. Posiedzenia Komitetu Audytu mogą zostać zwołane także przez Przewodniczącego Rady Nadzorczej.

Komitet Audytu przedkłada Radzie Nadzorczej swoje wnioski, stanowiska i rekomendacje w terminie umożliwiającym podjęcie przez Radę Nadzorczą odpowiednich działań, jak również roczne i półroczne sprawozdania ze swojej działalności w danym roku obrotowym oraz ocenę sytuacji Spółki w obszarach będących w zakresie jego kompetencji.

Na mocy uchwały Rady Nadzorczej z dnia 3 kwietnia 2014 r., oraz zgodnie z postanowieniami Statutu, KPMG Audyt Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością spółka komandytowa z siedzibą w Warszawie przy ulicy Chłodnej 51, wpisana na listę podmiotów uprawnionych do badania sprawozdań finansowych z numerem 3546, została wybrana na biegłego rewidenta Spółki, który zbada sprawozdania finansowe za rok 2014, 2015 i 2016.

*(ii) Komisja ds. Osobowych i Wynagrodzeń:*

- Sławomir S. Sikora – przewodniczący Komisji ds. Osobowych i Wynagrodzeń,
- Wanda Rapaczynski,
- Andrzej Szlęzak.

Zgodnie z Regulaminem Komisji ds. Osobowych i Wynagrodzeń do jej zadań należy okresowa ocena zasad wynagradzania członków Zarządu i przekazywanie Radzie Nadzorczej odpowiednich rekomendacji w tym zakresie, sporządzanie rekomendacji co do wysokości wynagrodzeń oraz przyznawanie dodatkowych świadczeń dla poszczególnych członków Zarządu w celu ich rozpatrzenia przez Radę Nadzorczą.

Komisja ds. Osobowych i Wynagrodzeń przekazując Radzie Nadzorczej powyższe rekomendacje, powinna określać wszystkie formy wynagrodzenia, w szczególności wynagrodzenie stałe, system wynagradzania za wyniki oraz odprawy. Dodatkowo do kompetencji Komisji ds. Osobowych i Wynagrodzeń należy doradzanie Radzie Nadzorczej w zakresie kryteriów wyboru i procedur powoływania członków Zarządu w przypadkach przewidzianych w Statucie Spółki, doradzanie Radzie Nadzorczej w zakresie procedur umożliwiających zapewnienie właściwej sukcesji członków Zarządu w przypadkach przewidzianych w Statucie Spółki.

Posiedzenia Komisji ds. Osobowych i wynagrodzeń odbywają się tak często, jak jest to niezbędne dla jej prawidłowego funkcjonowania, co najmniej raz w roku.

Posiedzenia Komisji są zwoływane przez jej Przewodniczącego z własnej inicjatywy lub na wniosek członka Komisji, członka Rady Nadzorczej lub Prezesa Zarządu Spółki. Posiedzenia Komisji mogą zostać zwołane także przez Przewodniczącego Rady Nadzorczej.

Komisja przedkłada Radzie Nadzorczej swoje wnioski, stanowiska i rekomendacje w terminie umożliwiającym podjęcie przez Radę Nadzorczą odpowiednich działań oraz coroczne sprawozdanie ze swojej działalności w danym roku obrotowym oraz ocenę sytuacji Spółki w obszarach będących w zakresie jej kompetencji.

#### **4. OPIS PODSTAWOWYCH CECH STOSOWANYCH W SPÓŁCE SYSTEMÓW KONTROLI WEWNĘTRZNEJ I ZARZĄDZANIA RYZYKIEM W ODNIESIENIU DO PROCESU SPORZĄDZANIA SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH I SKONSOLIDOWANYCH SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH.**

Zarządy spółek z Grupy są odpowiedzialne za systemy kontroli wewnętrznej funkcjonujące w poszczególnych spółkach i skuteczność ich funkcjonowania w procesie sporządzania sprawozdań finansowych i raportów okresowych



przygotowywanych i publikowanych zgodnie z zasadami Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 19 lutego 2009 r. z późniejszymi zmianami w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim.

Nadzór merytoryczny nad procesem przygotowania sprawozdań finansowych i raportów okresowych w poszczególnych spółkach Grupy sprawuje odpowiednio Dyrektor Finansowy spółki dominującej bądź dyrektor finansowy/zarząd odpowiedniej spółki. Za organizację prac związanych z przygotowaniem rocznych i śródrocznych sprawozdań finansowych odpowiedzialny jest dział Sprawozdawczości Finansowej, funkcjonujący w pionie finansowo-administracyjnym Spółki oraz działy finansowo – księgowe poszczególnych spółek Grupy. Grupa na bieżąco śledzi zmiany wymagane przez przepisy i regulacje zewnętrzne odnoszące się do wymogów sprawozdawczości giełdowej i przygotowuje się do ich wprowadzenia ze znacznym wyprzedzeniem czasowym.

Co miesiąc, po zamknięciu ksiąg, wśród członków Zarządu Spółki dominującej oraz kadry kierowniczej Grupy dystrybuowane są raporty z informacją zarządczą analizujące kluczowe dane finansowe i wskaźniki operacyjne segmentów biznesowych. W trybie miesięcznym organizowane są również spotkania Zarządu z kadrą kierowniczą, w celu omówienia wyników Spółki i Grupy w podziale na poszczególne segmenty oraz piony.

Dane finansowe będące podstawą skonsolidowanych sprawozdań finansowych i raportów okresowych pochodzą z systemów księgowo-finansowych, w których rejestrowane są transakcje zgodnie z polityką rachunkową Spółki i Grupy (zatwierdzoną przez Zarząd) opartą na Międzynarodowych Standardach Sprawozdawczości Finansowej. Sprawozdania wg. Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej (dawniej: Międzynarodowych Standardów Rachunkowości) Spółka przygotowuje od 1992 r.

Sporządzone skonsolidowane i jednostkowe sprawozdania finansowe Spółki oraz Grupy są przekazywane Dyrektorowi Finansowemu do wstępnej weryfikacji, a następnie Zarządowi do ostatecznej weryfikacji. Skonsolidowane i jednostkowe sprawozdania finansowe przed ich publikacją przekazywane są również do członków Komitetu Audytu.

Przynajmniej raz na kwartał odbywają się posiedzenia Rady Nadzorczej, w trakcie których, w zależności od zapytań przedstawianych przez członków Rady Nadzorczej, Zarząd udziela informacji dotyczących kluczowych danych finansowych i wskaźników operacyjnych segmentów biznesowych.

Skonsolidowane i jednostkowe roczne i półroczne sprawozdania finansowe podlegają odpowiednio niezależnemu badaniu oraz przeglądowi przez biegłego rewidenta Spółki. Wyniki badania i przeglądu prezentowane są przez biegłego rewidenta kierownictwu pionu finansowego (w tym Dyrektorowi Finansowemu) oraz publikowane w raporcie biegłego rewidenta.

Wnioski z badania i przeglądu skonsolidowanego i jednostkowego sprawozdania finansowego przedstawiane są Komitetowi Audytu. Przedstawiciele Komitetu Audytu analizują wyniki badania i przeglądu na zamkniętych posiedzeniach z biegłym rewidentem Spółki, także bez udziału Zarządu Spółki.

Biegły rewident dodatkowo przekazuje Komitetowi Audytu rekomendacje dotyczące usprawnień systemu kontroli wewnętrznej w Spółce i Grupie, które zostały zidentyfikowane podczas audytu sprawozdań finansowych.

Dodatkowo w Spółce funkcjonuje Dział Audytu Wewnętrznego, którego jednym z głównych zadań jest identyfikacja ryzyk i słabości kontroli wewnętrznej. Komitet Audytu na swoich posiedzeniach omawia wyniki pracy Audytu Wewnętrznego z jego kierownikiem, także bez udziału Zarządu Spółki.

Otrzymane rekomendacje biegłego rewidenta i Audytu Wewnętrznego są omawiane przez Komitet Audytu z Zarządem Spółki.

## **5. WSKAZANIE AKCJONARIUSZY POSIADAJĄCYCH ZNACZNE PAKIETY AKCJI**

*Zgodnie z najlepszą wiedzą Spółki, na dzień przekazywania niniejszego Sprawozdania Zarządu następujący akcjonariusze mogli wykonywać ponad 5% głosów na walnym zgromadzeniu Spółki:*

	liczba akcji	% udział w kapitale zakładowym	liczba głosów na WZ	% udział w liczbie głosów na WZ
<b>Agora-Holding Sp. z o.o.</b> (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 4 stycznia 2013 r.)	5 401 852	10,60	22 528 252	33,10
<b>Powszechne Towarzystwo Emerytalne PZU S.A. (Otwarty Fundusz Emerytalny PZU Złota Jesień oraz Dobrowolny Fundusz Emerytalny PZU)</b> (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 27 grudnia 2012 r.)	7 594 611	14,91	7 594 611	11,16
<b>w tym:</b> <b>Otwarty Fundusz Emerytalny PZU Złota Jesień</b> (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 27 grudnia 2012 r.)	7 585 661	14,89	7 585 661	11,14
<b>ING Otwarty Fundusz Emerytalny</b> (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 17 września 2014 r.)	6 359 086	12,48	6 359 086	9,34

## 6. ZASADY POWOŁYWANIA I ODWOŁYWANIA OSÓB ZARZĄDZAJĄCYCH ORAZ UPRAWNIENIA OSÓB ZARZĄDZAJĄCYCH, W SZCZEGÓLNOŚCI PRAWO DO PODJĘCIA DECYZJI O WYKUPIE LUB EMISJI AKCJI

### 6.1. Powoływanie

Zgodnie z § 28 Statutu Zarząd powoływany jest przez Walne Zgromadzenie, z wyjątkiem powołania dodatkowych członków Zarządu w drodze kooptacji.

Z zastrzeżeniem sytuacji, w której następuje kooptacja dodatkowych członków Zarządu, Zarząd składa się z od trzech do sześciu członków, przy czym dokładna liczba członków określana jest przez akcjonariuszy posiadających większość uprzywilejowanych akcji serii A, a po ustaniu przywilejów wszystkich akcji serii A - przez Radę Nadzorczą.

W toku kadencji Zarząd może w drodze kooptacji powołać nie więcej niż dwóch dodatkowych członków; kooptacja dodatkowych członków następuje uchwałą Zarządu. W przypadku powołania członka Zarządu w drodze kooptacji, Zarząd jest obowiązany na najbliższym zwyczajnym walnym zgromadzeniu umieścić w porządku obrad punkt dotyczący zatwierdzenia powołania nowego członka Zarządu w drodze kooptacji i przedstawić stosowny projekt uchwały. Jeżeli walne zgromadzenie nie zatwierdzi powołania nowego członka Zarządu w drodze kooptacji, mandat tego członka Zarządu wygasa z momentem zakończenia tego walnego zgromadzenia.

Zgodnie ze Statutem członkami Zarządu muszą być w większości obywatele polscy zamieszkali w Polsce.

Zgodnie z § 30 Statutu Agory S.A. kandydatów na członków Zarządu mają prawo zgłaszać wyłącznie akcjonariusze posiadający uprzywilejowane akcje serii A, a po ustaniu przywilejów w stosunku do wszystkich tych akcji, Rada Nadzorcza.

W przypadku, gdy osoby uprawnione do określenia liczby członków Zarządu i zgłoszenia kandydatów na członków Zarządu nie skorzystają z jednego albo obydwu z tych uprawnień, wówczas uprawnienie, z którego nie skorzystano, przysługiwać będzie odpowiednio: dla określenia liczby członków Zarządu - Walnemu Zgromadzeniu, a w przypadku zgłaszania kandydatów - każdemu akcjonariuszowi w trakcie Walnego Zgromadzenia.

### 6.2. Odwoływanie

Zgodnie z § 31 Statutu odwołanie (usunięcie) poszczególnych lub wszystkich członków Zarządu przed upływem kadencji może nastąpić z ważnych powodów uchwałą Walnego Zgromadzenia podjętą zwykłą większością głosów, z zastrzeżeniem że do czasu ustania przywilejów akcji serii A, za przyjęciem takiej uchwały oddanych zostanie 80% głosów przypadających na wszystkie uprzywilejowane akcje serii A. Uchwała o odwołaniu (usunięciu) członków Zarządu powinna określać przyczyny, z powodu których odwołanie następuje.

Członkowie Zarządu powołani w drodze kooptacji mogą być odwołani w sposób przewidziany powyżej, albo uchwałą Zarządu, przy czym osoby zainteresowane nie mogą głosować w tej sprawie.

W przypadku odwołania części członków Zarządu lub wygaśnięcia mandatu z innych przyczyn w toku kadencji, wybory uzupełniające będą przeprowadzone dopiero wówczas, gdy liczba członków Zarządu sprawujących swoje funkcje wyniesie mniej niż trzy osoby lub gdy wymóg by większość w składzie Zarządu stanowili obywatele polscy zamieszkali w Polsce przestanie być spełniany.

Jeżeli liczba członków Zarządu będzie niższa od wymaganej zgodnie z ustępem poprzedzającym, Zarząd zobowiązany będzie bezzwłocznie zwołać nadzwyczajne Walne Zgromadzenie w celu przeprowadzenia wyborów uzupełniających. Wybory uzupełniające mogą odbyć się także w trakcie zwyczajnego Walnego Zgromadzenia, jeżeli zgodnie z obowiązującymi przepisami termin jego odbycia powinien nastąpić w nieodległym czasie, a zwołanie nadzwyczajnego Zgromadzenia byłoby w takim przypadku niecelowe.

Przy wyborach uzupełniających stosować się będzie zasady obowiązujące przy powoływaniu członków Zarządu na pełną jego kadencję.

Zgodnie z § 33 Statutu członkowie Zarządu mogą wybrać ze swego składu prezesa lub osoby pełniące inne funkcje.

### **6.3. Uprawnienia osób zarządzających**

Zgodnie z § 27 Statutu Spółki, Zarząd Spółki kieruje jej działalnością i reprezentuje ją na zewnątrz.

Do zakresu działania Zarządu należą wszelkie sprawy związane z prowadzeniem spraw Spółki niezastrzeżone do kompetencji innych władz Spółki.

Prawo do podjęcia decyzji o emisji lub wykupie akcji pozostaje w gestii Walnego Zgromadzenia Spółki.

## **7. POSIADACZE PAPIERÓW WARTOŚCIOWYCH, KTÓRE DAJĄ SPECJALNE UPRAWNIENIA KONTROLNE W STOSUNKU DO EMITENTA**

### **Akcje serii A**

Jedynym posiadaczem akcji serii A jest Agora Holding Sp. z o.o. Do przedmiotowych akcji przypisany jest szereg przywilejów, odnoszących się przede wszystkim do prawa głosu, ustalania liczby członków Zarządu, możliwości przedstawiania kandydatów na członków Zarządu i Rady Nadzorczej, odwoływania ich, a także udzielanie zgody na zbycie akcji serii A bądź zamianę ich na akcje na okaziciela. Każda z akcji serii A uprawnia do 5 głosów na Walnym Zgromadzeniu.

Akcjonariusze posiadający uprzywilejowane akcje serii A mają wyłączne prawo zgłaszania kandydatów na członków Zarządu oraz znajdują się wśród ograniczonej liczby podmiotów posiadających wyłączne prawo zgłaszania kandydatów na członków Rady Nadzorczej Spółki Agora S.A. Mogą także określać dokładną liczbę członków Zarządu.

Kolejne uprawnienie łączące się z posiadaniem akcji serii A dotyczy odwoływania członka Zarządu i Rady Nadzorczej przed upływem jego kadencji. Może ono nastąpić w drodze podjęcia uchwały przez Walne Zgromadzenie. Wymagana jest wtedy zwykła większość głosów, z zastrzeżeniem że do czasu ustania przywilejów akcji serii A, za przyjęciem takiej uchwały oddanych musi zostać 80% głosów przypadających na wszystkie uprzywilejowane akcje serii A.

W Statucie Spółki Agora S.A. znajduje się zastrzeżenie, iż żaden akcjonariusz nie może wykonywać więcej niż 20% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu, przy czym przy ustalaniu obowiązków nabywców znacznych pakietów akcji przewidzianych w Ustawie o publicznym obrocie papierami wartościowymi takie ograniczenie prawa głosu nie istnieje. Powyższego ograniczenia prawa głosu nie stosuje się również do akcjonariuszy posiadających uprzywilejowane akcje serii A.

Przy podejmowaniu uchwały o wycofaniu akcji Spółki z obrotu publicznego na każdą akcję, bez względu na jej uprzywilejowanie, przypada jeden głos.

## **8. OGRANICZENIA DOTYCZĄCE PRZENOSZENIA PRAWA WŁASNOŚCI PAPIERÓW WARTOŚCIOWYCH EMITENTA**

Zgodnie ze Statutem Agory S.A. zbycie lub zamiana akcji serii A na akcje na okaziciela wymaga pisemnej zgody właścicieli co najmniej 50% uprzywilejowanych akcji serii A wpisanych do księgi akcyjnej w dniu złożenia wniosku o wyrażenie takiej zgody.

## **9. OGRANICZENIA W WYKONYWANIU PRAWA GŁOSU**

Zgodnie z zapisami Statutu Spółki, żaden akcjonariusz nie może wykonywać więcej niż 20% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu. Przy ustalaniu obowiązków nabywców znacznych pakietów akcji przewidzianych w Ustawie o publicznym obrocie papierami wartościowymi takie ograniczenie prawa głosu nie istnieje. Ograniczenie prawa głosu, o którym mowa w zdaniu powyżej nie stosuje się do:

- a) akcjonariuszy posiadających uprzywilejowane akcje serii A;
- b) banku depozytowego, który na podstawie umowy ze Spółką wyemitował w związku z akcjami Spółki kwity depozytowe, w przypadku wykonywania przez taki podmiot prawa głosu z akcji, które stanowiły podstawę do wyemitowania kwitów depozytowych; oraz
- c) akcjonariusza, który posiadając akcje uprawniające do nie więcej niż 20% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu ogłosił zgodnie z przepisami Ustawy o publicznym obrocie papierami wartościowymi wezwanie do zapisywania się na sprzedaż lub zamianę wszystkich akcji Spółki i w ramach takiego wezwania nabył akcje uprawniające, łącznie z dotychczas posiadanymi przez niego akcjami Spółki, do wykonywania co najmniej 75% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu. Przy obliczaniu udziałów akcjonariusza w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu, o których mowa w zdaniu poprzednim, przyjmuje się, że ograniczenie prawa głosu przewidziane w § 17 ust. 1 Statutu Spółki nie istnieje.

Udział głosów podmiotów zagranicznych i podmiotów kontrolowanych przez podmioty zagraniczne na Walnym Zgromadzeniu nie może przekroczyć 49%. Ograniczenie to nie ma zastosowania w odniesieniu do podmiotów mających siedzibę lub miejsce zamieszkania w państwie członkowskim Europejskiego Obszaru Gospodarczego.

Przy podejmowaniu uchwały o wycofaniu akcji Spółki z obrotu publicznego na każdą akcję, bez względu na jej uprzywilejowanie, przypada jeden głos.

## **10. ZASADY ZMIANY STATUTU AGORY S.A.**

Statut Agory S.A. nie zawiera postanowień odmiennych od przepisów Kodeksu spółek handlowych w zakresie zmiany Statutu Spółki.

## VII. OŚWIADCZENIA ZARZĄDU

### 1. OŚWIADCZENIE ODNOŚNIE PRZYJĘTYCH ZASAD RACHUNKOWOŚCI

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

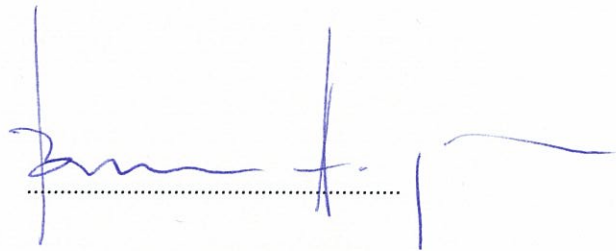
Roczne sprawozdanie Zarządu z działalności Grupy zawiera prawdziwy obraz rozwoju i osiągnięć oraz sytuacji Grupy Kapitałowej emitenta, w tym opis podstawowych ryzyk i zagrożeń.

### 2. OŚWIADCZENIE ODNOŚNIE WYBORU PODMIOTU UPRAWNIONEGO DO BADANIA SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH DOKONUJĄCEGO BADANIA ROCZNEGO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO

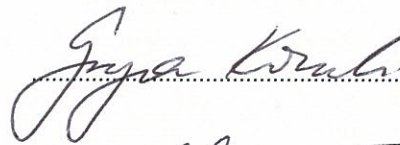
Zarząd Agory potwierdza, że podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych dokonujący badania rocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego został wybrany zgodnie z przepisami prawa oraz że podmiot ten oraz biegli rewidenci dokonujący badania tego sprawozdania finansowego spełniali warunki do wyrażenia bezstronnej i niezależnej opinii o badanym rocznym skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym, zgodnie z obowiązującymi przepisami i normami zawodowymi.

Warszawa, 1 kwietnia 2015 r.

Bartosz Hojka - Prezes Zarządu



Grzegorz Kossakowski - Członek Zarządu



Robert Musiał - Członek Zarządu



Tomasz Jagiełło - Członek Zarządu

