

GRUPA AGORA

Raport
za I kw. 2015 r.

11 maja 2015 r.

SPIS TREŚCI

KOMENTARZ ZARZĄDU DO RAPORTU ZA PIERWSZY KWARTAŁ 2015 R.....	4
I. ISTOTNE ZDARZENIA I CZYNNIKI MAJĄCE WPŁYW NA WYNIKI FINANSOWE GRUPY	4
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]	6
1.3. Frekwencja w kinach [10]	6
2. CZYNNIKI WEWNĘTRZNE	7
2.1. Przychody	7
2.2. Koszty operacyjne	8
3. PERSPEKTYWY	9
3.1. Przychody	9
3.1.1 Rynek reklamy [3]	9
3.1.2 Sprzedaż prasy	9
3.1.3. Sprzedaż biletów	9
3.2 Koszty operacyjne	9
3.2.1 Koszty usług obcych	9
3.2.2 Koszty wynagrodzeń i świadczeń dla pracowników	9
3.2.3 Koszty marketingu i promocji	9
3.2.4 Koszty materiałów i energii	10
III. WYNIKI FINANSOWE	11
1. SPÓŁKI WCHODZĄCE W SKŁAD GRUPY AGORA	11
2. RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT GRUPY AGORA	11
2.1. Wyniki wg głównych segmentów Grupy Agora za pierwszy kwartał 2015 r. [1]	12
2.2. Przychody i koszty finansowe	13
3. BILANS GRUPY AGORA	13
3.1. Aktywa trwałe	13
3.2. Aktywa obrotowe	13
3.3. Zobowiązania i rezerwy długoterminowe	13
3.4. Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe	14
4. PRZEPŁYWY ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH GRUPY AGORA	14
4.1. Działalność operacyjna	14
4.2. Działalność inwestycyjna	14
4.3. Działalność finansowa	14
5. WYBRANE WSKAŹNIKI FINANSOWE [5]	15
IV. WYNIKI OPERACYJNE - GŁÓWNE SEGMENTY GRUPY AGORA	16
IV.A. PRASA [1]	16
1. Przychody	17
1.1. Przychody ze sprzedaży wydawnictw	17
1.1.1. Sprzedaż egzemplarzowa i czytelnictwo Gazety Wyborczej [4]	17
1.1.2. Sprzedaż egzemplarzowa czasopism	17
1.2. Sprzedaż reklam [3]	17
1.2.1. Przychody reklamowe Gazety Wyborczej	17
1.2.2. Przychody reklamowe Metra [3], [4]	18
1.2.3. Przychody reklamowe czasopism	18
2. Koszty	18
3. Nowe Inicjatywy	18

IV.B. FILM I KSIĄŻKA [1]	19
1. Przychody [3]	20
2. Koszty.....	20
3. Nowe inicjatywy	20
IV.C. REKLAMA ZEWNĘTRZNA (GRUPA AMS)	21
1. Przychody [8]	21
2. Koszty.....	21
3. Nowe inicjatywy	22
IV.D. INTERNET [1], [6].....	23
1. Przychody	23
2. Koszty.....	23
3. Istotne informacje o działalności internetowej	24
4. Nowe inicjatywy	24
IV.E. RADIO	25
1. Przychody [3]	25
2. Koszty.....	25
3. Udziały w słuchalności [9].....	26
4. Nowe inicjatywy	26
IV.F. DRUK [1].....	27
1. Przychody	27
2. Koszty.....	27
PRZYPISY	28
V. Informacje uzupełniające	31
1. Istotne wydarzenia	31
2. Zmiany w stanie posiadania akcji lub innych uprawnień do nich (opcji) przez członków Zarządu w pierwszym kwartale 2015 r. i do dnia publikacji raportu	32
3. Zmiany w stanie posiadania akcji lub innych uprawnień do nich (opcji) przez członków Rady Nadzorczej w pierwszym kwartale 2015 r. i do dnia publikacji raportu	32
4. Akcjonariusze posiadający bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki na dzień przekazania raportu kwartalnego.	33
5. Pozostałe informacje	33
SKRÓCONE ŚRÓDROCZNE SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE FINANSOWE	35

GRUPA AGORA

KOMENTARZ ZARZĄDU DO RAPORTU ZA PIERWSZY KWARTAŁ 2015 R.

PRZYCHODY 282,8 MLN ZŁ,
ZYSK NETTO 1,3 MLN ZŁ,
EBITDA 25,9 MLN ZŁ,
GOTÓWKA Z DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ 31,3 MLN ZŁ

Wszystkie dane (jeżeli nie zostanie wskazane inaczej) obejmują okres styczeń - marzec 2015 r., zaś porównania mówią o dynamice w stosunku do analogicznego okresu 2014 r. Źródła danych zostały przedstawione na końcu części IV niniejszego komentarza.

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

- W pierwszym kwartale 2015 r. przychody Grupy Agora („Grupa”) wyniosły 282,8 mln zł i wzrosły o 11,3% w porównaniu do pierwszego kwartału 2014 r. Do wzrostu tego przyczyniły się wyższe przychody w większości segmentów operacyjnych Grupy. Największy wzrost przychodów został odnotowany w segmencie Film i Książka – jego wpływy zwiększyły się o 36,0% i wyniosły 96,4 mln zł. Na wartość przychodów segmentu pozytywnie wpłynęła istotnie wyższa niż w analogicznym okresie 2014 r. frekwencja w kinach sieci Helios, co przełożyło się na wyższe przychody ze sprzedaży biletów oraz przychody ze sprzedaży w barach kinowych. Dodatkowym ważnym czynnikiem wpływającym na wzrost przychodów segmentu Film i Książka były wpływy z tytułu dystrybucji i koprodukcji filmowej, które wyniosły 8,4 mln zł. Kolejnymi segmentami z wysoką dynamiką wzrostu przychodów były segmenty Internet oraz Radio. Łączne przychody segmentu Internet wzrosły o 19,1% i wyniosły 31,8 mln zł, a segmentu Radio o 18,8% do kwoty 21,5 mln zł. Wyższe przychody odnotował także segment Reklama Zewnętrzna – wzrosły one o 1,9% do 31,8 mln zł. Segmenty, które odnotowały nieznacznie niższe przychody niż w pierwszym kwartale 2014 r. to Prasa oraz Druk. Łączne przychody segmentu Prasa wyniosły 68,3 mln zł i były jedynie o 1,3% niższe niż w pierwszym kwartale 2014 r. Warto jednak zauważyć, że przychody segmentu Prasa ze sprzedaży wydawnictw wzrosły o 5,1% w porównaniu z pierwszym kwartałem 2014 r. i wyniosły 33,0 mln zł, a przychody ze sprzedaży reklam zmniejszyły się jedynie o 2,5 mln zł w porównaniu z analogicznym okresem 2014 r. Przychody segmentu Druk były niższe o 3,8% i wyniosły 41,0 mln zł.
- W pierwszym kwartale 2015 r. koszty operacyjne Grupy wzrosły o 6,3% i wyniosły 280,3 mln zł. Ich największy wzrost został odnotowany w segmentach Film i Książka oraz Internet. W segmencie Film i Książka wynikał on głównie z wyższych kosztów związanych z działalnością filmową realizowaną w ramach segmentu, wyższymi kosztami odpłatności za kopie filmowe, co było związane z wyższą frekwencją w kinach oraz z rozbudową sieci kin o 3 nowe obiekty w 2014 r. W segmencie Internet wzrost kosztów operacyjnych był związany ze zwiększeniem kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników, rozwojem oferty oraz wyższymi nakładami na reprezentację i reklamę. Wzrost kosztów operacyjnych w segmencie Radio wiąże się głównie z wyższymi kosztami zakupu czasu antenowego w stacjach należących do innych nadawców w związku ze świadczoną usługą pośrednictwa w zakupie reklamy oraz kosztami związanymi ze świadczeniem usług reklamowych w kinach Helios począwszy od 2015 r. Wzrost kosztów operacyjnych w segmencie Prasa związany był ze wzrostem wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników oraz wyższą aktywnością promocyjną segmentu. Istotne ograniczenie kosztów operacyjnych było widoczne w segmencie Druk m.in. w związku z niższymi kosztami materiałów produkcyjnych oraz w segmencie Reklama Zewnętrzna dzięki zmniejszeniu kosztów utrzymania systemu.

- ▶ W pierwszym kwartale 2015 r. EBITDA Grupy wzrosła do 25,9 mln zł. Grupa osiągnęła pozytywny wynik operacyjny na poziomie EBIT w wysokości 2,5 mln zł. Zysk netto wyniósł 1,3 mln zł, a strata netto przypadająca na akcjonariuszy jednostki dominującej 0,2 mln zł.
- ▶ Na koniec marca 2015 r. Grupa dysponowała środkami pieniężnymi w wysokości 98,1 mln zł, na które składały się gotówka i jej ekwiwalenty w wysokości 59,8 mln zł oraz 38,3 mln zł zainwestowane w krótkoterminowe papiery wartościowe. Dodatkowo Grupa posiadała 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 zostało ujęte w bilansie w należnościach długoterminowych).
- ▶ Na koniec marca 2015 r. zadłużenie kredytowe Grupy wyniosło 77,7 mln zł i obejmowało w całości zadłużenie zewnętrzne grupy Helios S.A. („Helios”), w tym kredyty bankowe i zobowiązania z tytułu leasingu finansowego.

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 pierwszym kwartale 2015 r. wartość wydatków reklamowych ogółem w Polsce wyniosła blisko 1,7 mld zł i wzrosła o 3,5% w stosunku do pierwszego kwartału 2014 r.

Tab.1

	I kwartał 2013	II kwartał 2013	III kwartał 2013	IV kwartał 2013	I kwartał 2014	II kwartał 2014	III kwartał 2014	IV kwartał 2014	I kwartał 2015
Zmiana wartości rynku reklamy r/r	(8,0%)	(7,0%)	(3,5%)	(2,0%)	2,0%	2,5%	4,5%	3,0%	3,5%

W pierwszym kwartale 2015 r. reklamodawcy zwiększyli wydatki reklamowe we wszystkich segmentach rynku z wyjątkiem prasy. Medium, w którym dynamika wzrostu była najwyższa jest radio. Dane dotyczące szacunków dynamiki zmian wartości wydatków reklamowych w poszczególnych mediach zaprezentowano w tabeli poniżej:

Tab. 2

Wydatki na reklamę ogółem	Telewizja	Internet	Czasopisma	Radio	Reklama zewnętrzna	Dzienniki	Kino
3,5%	3,5%	6,5%	(9,0%)	15,0%	3,5%	(10,5%)	4,5%

Udział poszczególnych segmentów rynku w wydatkach na reklamę ogółem w pierwszym kwartale 2015 r. przedstawiono w tabeli poniżej:

Tab. 3

Wydatki na reklamę ogółem	Telewizja	Internet	Czasopisma	Radio	Reklama zewnętrzna	Dzienniki	Kino
100,0%	52,0%	22,5%	6,5%	9,0%	5,5%	3,5%	1,0%

1.2 Sprzedaż egzemplarzowa dzienników [4]

W pierwszym kwartale 2015 r. rozpowszechnianie płatne razem dzienników w Polsce zmniejszyło się o ponad 8,0%. Największe spadki miały miejsce w segmencie ogólnopolskich dzienników ogólnoinformacyjnych.

1.3 Frekwencja w kinach [10]

Liczba biletów sprzedanych w polskich kinach w pierwszym kwartale 2015 r. wzrosła o 16,5% w porównaniu z pierwszym kwartałem 2014 r. i wyniosła 14,0 mln biletów.

2. CZYNNIKI WEWNĘTRZNE

2.1. Przychody

Tab. 4

w mln zł	I kwartał 2015	Udział %	I kwartał 2014	Udział %	% zmiany 2015 do 2014
Przychody ze sprzedaży netto (1)	282,8	100,0%	254,0	100,0%	11,3%
<i>Sprzedaż usług reklamowych</i>	115,5	40,8%	111,0	43,7%	4,1%
<i>Sprzedaż wydawnictw</i>	37,6	13,3%	33,1	13,0%	13,6%
<i>Sprzedaż biletów do kin</i>	50,9	18,0%	41,5	16,3%	22,7%
<i>Sprzedaż usług poligraficznych</i>	39,1	13,8%	40,7	16,0%	(3,9%)
<i>Pozostała sprzedaż</i>	39,7	14,1%	27,7	11,0%	43,3%

(1) poszczególne pozycje przychodów ze sprzedaży, poza przychodami ze sprzedaży biletów i usług poligraficznych, zawierają przychody ze sprzedaży Wydawnictwa i działalności filmowej (funkcjonujących w ramach segmentu Film i Książka), opisane szczegółowo w części IV.B niniejszego raportu.

W pierwszym kwartale 2015 r. **całkowite przychody Grupy** wyniosły 282,8 mln zł i wzrosły o 11,3% w stosunku do pierwszego kwartału 2014 r.

W pierwszym kwartale 2015 r. **wpływy ze sprzedaży usług reklamowych** w Grupie zwiększyły się o 4,1% w porównaniu z analogicznym okresem 2014 r. i wyniosły 115,5 mln zł. Przychody reklamowe były wyższe w większości segmentów operacyjnych Grupy. Ich największy wzrost został odnotowany w segmencie Internet. Wartość przychodów reklamowych zmniejszyła się jedynie w segmencie Prasa, głównie za sprawą niższych przychodów reklamowych w *Gazecie Wyborczej* i *Metrze*.

W pierwszym kwartale 2015 r. **wartość przychodów ze sprzedaży wydawnictw** wyniosła 37,6 mln zł i wzrosła o 13,6% w porównaniu z analogicznym okresem 2014 r. Wpływ na to miały wyższe o 5,1% przychody ze sprzedaży wydawnictw w segmencie Prasa, głównie ze względu na wyższe przychody ze sprzedaży *Gazety Wyborczej*. Pozytywny wpływ na wzrost przychodów ze sprzedaży egzemplarzy *Gazety Wyborczej* miały: sprzedaż filmu *Bogowie* w ofercie dwucenowej z *Gazetą Wyborczą*, wydań cyfrowych dziennika, podwyżka ceny dziennika wprowadzona w październiku 2014 r. oraz wyhamowanie dynamiki spadku sprzedaży egzemplarzy. Do wzrostu przychodów ze sprzedaży wydawnictw Grupy przyczyniły się również wpływy ze sprzedaży publikacji Wydawnictwa Agory (funkcjonującego w ramach pionu Projekty Specjalne). Pozytywny wpływ na wzrost tych przychodów w pierwszym kwartale 2015 r. miała m.in. sprzedaż filmu *Bogowie* na płycie DVD.

W pierwszym kwartale 2015 r. **przychody ze sprzedaży biletów do kin** sieci Helios wzrosły o 22,7% i wyniosły 50,9 mln zł. W omawianym okresie w kinach sieci Helios zakupiono 2,9 mln biletów, czyli o 20,9% więcej niż w pierwszym kwartale 2014 r. W tym samym czasie liczba biletów sprzedanych do kin w Polsce wyniosła 14,0 mln i wzrosła o 16,5% [10].

W pierwszym kwartale 2015 r. **przychody ze sprzedaży usług poligraficznych** w Grupie wyniosły 39,1 mln zł i zmniejszyły się o 3,9% w stosunku do pierwszego kwartału 2014 r., m.in. ze względu na niższe koszty materiałów produkcyjnych i mniejszy wolumen zamówień w technologii coldset.

Przychody z pozostałej sprzedaży wyniosły 39,7 mln zł i wzrosły o 43,3%. Pozytywny wpływ na wysokość tej pozycji miały rosnące wpływy z działalności filmowej (koprodukcja i dystrybucja filmowa) oraz przychody ze sprzedaży barowej w kinach sieci Helios w kwocie 17,4 mln zł.

2.2. Koszty operacyjne

Tab. 5

w mln zł	I kwartał 2015	Udział %	I kwartał 2014	Udział %	% zmiany 2015 do 2014
Koszty operacyjne netto, w tym:	(280,3)	100,0%	(263,6)	100,0%	6,3%
<i>Usługi obce</i>	(95,3)	34,0%	(85,6)	32,5%	11,3%
<i>Wynagrodzenia i świadczenia</i>	(76,5)	27,3%	(72,9)	27,7%	4,9%
<i>Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów</i>	(55,6)	19,8%	(59,6)	22,6%	(6,7%)
<i>Amortyzacja</i>	(23,4)	8,3%	(23,8)	9,0%	(1,7%)
<i>Reprezentacja i reklama</i>	(18,9)	6,7%	(13,2)	5,0%	43,2%

Koszty operacyjne netto Grupy w pierwszym kwartale 2015 r. wzrosły o 6,3% i wyniosły 280,3 mln zł.

Wzrost **kosztów usług obcych**, który nastąpił w tym czasie spowodowany był m.in. wyższymi kosztami związanymi z działalnością filmową, usługami pośrednictwa sprzedaży w segmentach Internet i Radio oraz wyższymi kosztami zakupu kopii filmowych w segmencie Film i Książka. Zmniejszyły się natomiast koszty utrzymania systemu w segmencie Reklama Zewnętrzna w wyniku zmian w portfolio posiadanych nośników oraz sukcesywnego obniżania jednostkowych kosztów ich utrzymania.

Koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników w pierwszym kwartale 2015 r. wzrosły o 4,9% do kwoty 76,5 mln zł. Wzrost tej pozycji kosztowej nastąpił we wszystkich segmentach operacyjnych Grupy. W segmencie Prasa to efekt wdrożenia projektu nowego limitowanego dostępu do treści cyfrowych *Gazety Wyborczej* i innych działań rozwojowych. W segmencie Internet koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników zwiększyły się głównie ze względu na wzrost liczby etatów związany z działaniami rozwojowymi. Wzrost wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników w segmencie Reklama Zewnętrzna związany jest m.in. z wyższą niż planowana realizacją budżetów sprzedażowych. Wyższe koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników w segmencie Film i Książka związane są z rozwojem sieci kin Helios, a w segmencie Radio - ze wzmocnieniem działów sprzedaży.

Zatrudnienie etatowe w Grupie na koniec marca 2015 r. wyniosło 3 044 etaty i zmniejszyło się o 31 etatów w porównaniu z końcem marca 2014 r. Spadek ten wynika głównie z niższego zatrudnienia w segmencie Reklama Zewnętrzna. Wzrost zatrudnienia miał miejsce w segmencie Radio, Internet oraz Film i Książka i wynika on głównie z prowadzonych projektów rozwojowych oraz wzmocnienia 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 obciążony jest kwartalnie kosztami rezerwy na Trzyletni Plan Motywacyjny dla Zarządu Spółki za lata 2013 – 2015 (opisany w nocie 5 do skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy). W pierwszym kwartale 2015 r. koszt tego planu wyniósł 0,7 mln zł.

Spadek kosztów zużycia materiałów i energii oraz wartości sprzedanych towarów i materiałów, odnotowany w porównaniu z pierwszym kwartałem 2014 r., wynika głównie z niższych kosztów materiałów produkcyjnych oraz mniejszego wolumenu usług poligraficznych w technologii coldset.

Koszty reprezentacji i reklamy Grupy zwiększyły się w pierwszym kwartale 2015 r. o 43,2% do kwoty 18,9 mln zł. Wpłynęła na to większa aktywność promocyjna w segmentach Film i Książka, Prasa oraz Internet. Koszty reprezentacji i reklamy zostały ograniczone w segmencie Radio, a w segmencie Reklama Zewnętrzna utrzymane na analogicznym poziomie do tych z pierwszego kwartału 2014 r.

3. PERSPEKTYWY

3.1. Przychody

3.1.1 Rynek reklamy [3]

Rynek reklamy w Polsce wzrósł w pierwszym kwartale 2015 r. o 3,5%. Reklamodawcy wydali w tym czasie na promowanie swoich produktów i usług blisko 1,7 mld zł.

Spółka podtrzymuje swoje szacunki tegorocznego wzrostu wartości wydatków na reklamę w Polsce w przedziale od 2 do 4%. Biorąc jednak pod uwagę pozytywne sygnały płynące z polskiej gospodarki oraz wyższy od oczekiwanego wzrost wydatków na reklamę w okresie styczeń – marzec 2015 r., Agora nie wyklucza, że dynamika tego wzrostu w 2015 r. może być nieznacznie wyższa niż w 2014 r. i kształtować się w górnych granicach przewidywanego zakresu wzrostu.

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. 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. Na podstawie dostępnych informacji liczba sprzedanych biletów w polskich kinach w 2014 r. wyniosła 40,4 mln i była o 11,2% wyższa niż w 2013 r. W pierwszym kwartale 2015 r. w Polsce sprzedano 14,0 mln biletów co oznacza wzrost o 16,5% w porównaniu z analogicznym okresem 2014 r. [10]. Wyniki za pierwszy kwartał 2015 r. oraz repertuar na resztę bieżącego roku pozwalają liczyć w 2015 r. na frekwencję na poziomie zbliżonym do odnotowanej w 2014 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. 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 oraz Radio, 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 wpłyną: otwarcie nowych obiektów kinowych zaplanowane na 2015 r., koszty odpłatności dla producentów filmowych w związku z prowadzoną działalnością dystrybucji i realizacją 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, a także ze wzmocnieniem zespołu sprzedaży. W segmencie Film i Książka wzrost ten będzie związany z powiększeniem sieci kin Helios o nowe obiekty oraz innymi działaniami rozwojowymi.

3.2.3 Koszty marketingu i promocji

W pierwszym kwartale 2015 r. koszty reprezentacji i reklamy były wyższe o 43,2% w porównaniu z analogicznym okresem 2014 r. W pozostałych kwartałach 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 pierwszym kwartale 2015 r. wartość tych kosztów zmniejszyła się o 8,1% w stosunku do analogicznego okresu 2014 r. W opinii Spółki w pozostałych kwartałach 2015 r. ta pozycja kosztowa będzie kształtowana przez podobne trendy rynkowe. 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.

III. WYNIKI FINANSOWE

1. SPÓŁKI WCHODZĄCE W SKŁAD GRUPY AGORA

Skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy Agora za pierwszy kwartał 2015 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., AdTailly Sp. z o.o., Sport4People Sp. z o.o., Sir Local Sp. z o.o., TV Zone Sp. z o.o. (od 10 września 2014 r.), 5 spółek zależnych działających w branży radiowej oraz spółek Helios S.A. i Next Film Sp. z o.o. działających w branży kinowej. 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. oraz Hash.fm Sp. z o.o. (od 18 lipca 2014 r.).

Szczegółowa lista spółek wchodzących w skład Grupy Agora znajduje się w notcie 11, a przeliczenie wybranych danych finansowych na EURO znajduje się w notach 18 i 19 do skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

2. RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT GRUPY AGORA

Tab. 6

w mln zł	I kwartał 2015	I kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014
Przychody ze sprzedaży netto (1)	282,8	254,0	11,3%
<i>Sprzedaż usług reklamowych</i>	115,5	111,0	4,1%
<i>Sprzedaż wydawnictw</i>	37,6	33,1	13,6%
<i>Sprzedaż biletów do kin</i>	50,9	41,5	22,7%
<i>Sprzedaż usług poligraficznych</i>	39,1	40,7	(3,9%)
<i>Pozostała sprzedaż</i>	39,7	27,7	43,3%
Koszty operacyjne netto, w tym:	(280,3)	(263,6)	6,3%
<i>Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów</i>	(55,6)	(59,6)	(6,7%)
<i>Amortyzacja</i>	(23,4)	(23,8)	(1,7%)
<i>Usługi obce</i>	(95,3)	(85,6)	11,3%
<i>Wynagrodzenia i świadczenia</i>	(76,5)	(72,9)	4,9%
<i>Reprezentacja i reklama</i>	(18,9)	(13,2)	43,2%
Wynik operacyjny - EBIT	2,5	(9,6)	-
Przychody i koszty finansowe netto, w tym:	(0,4)	0,1	-
<i>Przychody z krótkoterminowych inwestycji</i>	0,9	1,6	(43,8%)
<i>Koszty kredytów, pożyczek oraz leasingu finansowego</i>	(1,1)	(1,8)	(38,9%)
Udział w jednostkach rozliczanych metodą praw własności	(0,7)	(0,3)	(133,3%)
Zysk/(strata) brutto	1,4	(9,8)	-
Podatek dochodowy	(0,1)	0,9	-
Zysk/(strata) netto	1,3	(8,9)	-
Przypadający/a na:			
<i>Akcjonariuszy jednostki dominującej</i>	(0,2)	(9,6)	97,9%
<i>Udziały niekontrolujące</i>	1,5	0,7	114,3%
marża EBIT (EBIT/Przychody)	0,9%	(3,8%)	4,7pkt %
EBITDA	25,9	14,2	82,4%
marża EBITDA (EBITDA/Przychody)	9,2%	5,6%	3,6pkt %

(1) poszczególne pozycje przychodów ze sprzedaży, poza przychodami ze sprzedaży biletów i usług poligraficznych, zawierają przychody ze sprzedaży Wydawnictwa i działalności filmowej (funkcjonujących w ramach segmentu Film i Książka), opisane szczegółowo w części IV.B niniejszego raportu.

2.1. Wyniki wg głównych segmentów Grupy Agora za pierwszy kwartał 2015 r. [1]

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

Tab. 7

w mln zł	Prasa	Film i Książka	Reklama zewnętrzna	Internet	Radio	Druk	Pozycje uzgadniające (3)	Razem (dane skonsolidowane) I kwartał 2015
Przychody ze sprzedaży (1)	68,3	96,4	31,8	31,8	21,5	41,0	(8,0)	282,8
<i>Udział %</i>	24,2%	34,1%	11,2%	11,2%	7,6%	14,5%	(2,8%)	100,0%
Koszty operacyjne, netto (1)	(67,5)	(81,5)	(31,3)	(28,8)	(21,3)	(39,6)	(10,3)	(280,3)
EBIT	0,8	14,9	0,5	3,0	0,2	1,4	(18,3)	2,5
Przychody i koszty finansowe								(0,4)
Udział w jednostkach wycenianych metodą praw własności								(0,7)
Podatek dochodowy								(0,1)
Zysk netto za okres								1,3
Przypadający na:								
Akcjonariuszy jednostki dominującej								(0,2)
Udziały niekontrolujące								1,5
EBITDA	3,2	22,3	3,4	4,3	0,9	5,6	(13,8)	25,9
Wydatki inwestycyjne (2)	(0,4)	(2,5)	(9,3)	(0,4)	(0,2)	(0,5)	(0,6)	(13,9)

(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;

(3) pozycje uzgadniające zawierają dane nieujęte w poszczególnych segmentach, m.in. pozostałe przychody i koszty pionów wspomagających (scentralizowane 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.

2.2. Przychody i koszty finansowe

Na wynik na działalności finansowej Grupy w pierwszym kwartale 2015 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.

3. BILANS GRUPY AGORA

Tab.8

<i>w mln zł</i>	31.03.2015	31.12.2014	% zmiany do 31.12.2014	31.03.2014
Aktywa trwałe	1 138,0	1 142,8	(0,4%)	1 215,2
<i>udział w sumie bilansowej</i>	<i>74,7%</i>	<i>73,4%</i>	<i>1,3pkt %</i>	<i>75,0%</i>
Aktywa obrotowe	386,0	413,7	(6,7%)	404,5
<i>udział w sumie bilansowej</i>	<i>25,3%</i>	<i>26,6%</i>	<i>(1,3pkt %)</i>	<i>25,0%</i>
RAZEM AKTYWA	1 524,0	1 556,5	(2,1%)	1 619,7
Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej	1 149,4	1 149,6	(0,0%)	1 180,0
<i>udział w sumie bilansowej</i>	<i>75,4%</i>	<i>73,9%</i>	<i>1,5pkt %</i>	<i>72,9%</i>
Udziały niekontrolujące	17,0	15,5	9,7%	18,7
<i>udział w sumie bilansowej</i>	<i>1,1%</i>	<i>1,0%</i>	<i>0,1pkt %</i>	<i>1,2%</i>
Zobowiązania i rezerwy długoterminowe	112,6	116,3	(3,2%)	146,8
<i>udział w sumie bilansowej</i>	<i>7,4%</i>	<i>7,5%</i>	<i>(0,1pkt %)</i>	<i>9,1%</i>
Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe	245,0	275,1	(10,9%)	274,2
<i>udział w sumie bilansowej</i>	<i>16,1%</i>	<i>17,6%</i>	<i>(1,5pkt %)</i>	<i>16,8%</i>
RAZEM PASywa	1 524,0	1 556,5	(2,1%)	1 619,7

3.1. Aktywa trwałe

Na spadek wartości aktywów trwałych, w porównaniu do 31 grudnia 2014 r., wpływ miały głównie odpisy amortyzacyjne, które zostały częściowo skompensowane inwestycjami w rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne.

3.2. Aktywa obrotowe

Na zmniejszenie wartości aktywów obrotowych, w stosunku do 31 grudnia 2014 r., wpłynął głównie spadek salda należności krótkoterminowych oraz krótkoterminowych aktywów finansowych, który został częściowo skompensowany wzrostem środków pieniężnych i ich ekwiwalentów.

3.3. Zobowiązania i rezerwy długoterminowe

Na zmniejszenie salda zobowiązań i rezerw długoterminowych, w stosunku do 31 grudnia 2014 r., wpływ miały głównie spadek zobowiązań długoterminowych z tytułu kredytów i pożyczek oraz zmniejszenie rezerwy z tytułu odroczonego podatku dochodowego.

3.4. Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe

Na zmniejszenie salda zobowiązań i rezerw krótkoterminowych, w stosunku do 31 grudnia 2014 r., wpływ miał głównie spadek zobowiązań krótkoterminowych oraz zobowiązań z tytułu kredytów i pożyczek.

4. PRZEPIŁYWKY ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH GRUPY AGORA

Tab.9

w mln zł	I kwartał 2015	I kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	31,3	8,6	264,0%
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(6,9)	(34,1)	(79,8%)
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	(16,9)	(9,4)	79,8%
Razem przepływy pieniężne netto	7,5	(34,9)	-
Środki pieniężne na koniec okresu	59,8	64,7	(7,6%)

Na dzień 31 marca 2015 r. Grupa dysponowała środkami pieniężnymi w wysokości 98,1 mln zł, na które składały się gotówka i jej ekwiwalenty w wysokości 59,8 mln zł (kasa, rachunki i lokaty bankowe) oraz 38,3 mln zł zainwestowane w krótkoterminowe papiery wartościowe. Dodatkowo Grupa posiadała 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 2015 r. zaangażowana w opcje walutowe ani żadne inne instrumenty pochodne o charakterze zabezpieczającym lub spekulacyjnym.

Na podstawie umowy kredytowej o Wielocelowy Limit Kredytowy, podpisanej 28 maja 2014 r. z Bankiem Polska Kasa Opieki S.A., Agora S.A. 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 pierwszym kwartale 2015 r. Spółka spłaciła ostatnią ratę linii kredytowej wykorzystanej w latach ubiegłych.

Na dzień sporządzenia niniejszego raportu kwartalnego, biorąc pod uwagę posiadane środki własne, funkcjonujący w Grupie 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 wzrost przepływów pieniężnych z działalności operacyjnej w pierwszym kwartale 2015 r. wpłynęła głównie poprawa wyniku z działalności operacyjnej Grupy oraz zmniejszenie salda należności krótkoterminowych.

4.2. Działalność inwestycyjna

Ujemne przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej w pierwszym kwartale 2015 r. to przede wszystkim efekt wydatków inwestycyjnych na rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne.

4.3. Działalność finansowa

W pierwszym kwartale 2015 r. przepływy pieniężne netto z działalności finansowej zawierały głównie spłaty kredytów i zobowiązań z tytułu leasingu finansowego.

5. WYBRANE WSKAŹNIKI FINANSOWE [5]

Tab. 10

	I kwartał 2015	I kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014
Wskaźniki rentowności			
rentowność sprzedaży netto	(0,1%)	(3,8%)	3,7pkt %
rentowność sprzedaży brutto	30,3%	25,9%	4,4pkt %
rentowność kapitału własnego	(0,1%)	(3,3%)	3,2pkt %
Wskaźniki efektywności			
szybkość obrotu zapasów	14 dni	12 dni	16,7%
szybkość obrotu należności	64 dni	69 dni	(7,2%)
szybkość obrotu zobowiązań	42 dni	39 dni	7,7%
Wskaźnik płynności			
wskaźnik płynności	1,6	1,5	6,7%
Wskaźniki finansowania			
stopa zadłużenia (1)	-	0,3%	-
wskaźnik pokrycia odsetek	2,7	(5,9)	-
kasowy wskaźnik pokrycia odsetek	6,4	(9,4)	-

(1) na dzień 31 marca 2015 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 komentarza („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.

Tab. 11

w mln zł	I kwartał 2015	I kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014
Łączne przychody, w tym:	68,3	69,2	(1,3%)
Przychody ze sprzedaży wydawnictw	33,0	31,4	5,1%
w tym <i>Gazeta Wyborcza</i>	26,4	25,6	3,1%
w tym <i>Czasopisma</i>	4,0	4,2	(4,8%)
Przychody ze sprzedaży reklam (1)	34,5	37,0	(6,8%)
w tym <i>Gazeta Wyborcza</i> (2)	22,3	24,8	(10,1%)
w tym <i>Czasopisma</i>	4,5	4,5	-
w tym <i>Metro</i> (3)	4,1	4,7	(12,8%)
Razem koszty operacyjne, w tym (4):	(67,5)	(63,0)	7,1%
Materiały, energia, towary i usługi poligraficzne	(18,0)	(18,4)	(2,2%)
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (5)	(29,1)	(26,5)	9,8%
Amortyzacja	(2,4)	(2,2)	9,1%
Reprezentacja i reklama (1), (5)	(10,2)	(8,3)	22,9%
EBIT	0,8	6,2	(87,1%)
marża EBIT	1,2%	9,0%	(7,8pkt %)
EBITDA	3,2	8,4	(61,9%)
marża EBITDA	4,7%	12,1%	(7,4pkt %)

(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 tradycyjnym wydaniu *Gazety Wyborczej*, jak i wortalach internetowych *GazetaPraca.pl*, *Domiporta.pl*, *Komunikaty.pl* oraz serwisie *Nekrologi.Wyborcza.pl*) przypisaną drukowanemu wydaniu *Gazety Wyborczej*;

(3) podane kwoty to całkowite przychody 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) podane kwoty zawierają m.in. koszty produkcji i promocji gadżetów dołączanych do *Gazety Wyborczej* i czasopism.

W pierwszym kwartale 2015 r. segment Prasa po raz kolejny odnotował wzrost przychodów ze sprzedaży wydawnictw, co wpłynęło pozytywnie na poziom przychodów segmentu. Czynnikiem negatywnie wpływającym zarówno na poziom przychodów, jak i wynik operacyjny segmentu był natomiast spadek przychodów reklamowych [1].

1. PRZYCHODY

W pierwszym kwartale 2015 r. łączne przychody segmentu Prasa wyniosły 68,3 mln zł i były niższe jedynie o 1,3% w stosunku do analogicznego okresu 2014 r. Tak mały spadek przychodów jest rezultatem rosnących o 5,1% wpływów ze sprzedaży wydawnictw, które częściowo zniwelowały kurczące się o 6,8% przychody ze sprzedaży reklam segmentu. Spadek przychodów reklamowych został odnotowany w *Gazecie Wyborczej* oraz w *Metrze*. Natomiast wzrost przychodów ze sprzedaży wydawnictw to głównie zasługa rosnących przychodów ze sprzedaży *Gazety Wyborczej* także w formie prenumeraty cyfrowej.

1.1. Przychody ze sprzedaży wydawnictw

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

W pierwszym kwartale 2015 r. *Gazeta Wyborcza* utrzymała pozycję lidera wśród dzienników opiniotwórczych. Średnie rozpowszechnianie płatne *Gazety Wyborczej* wyniosło 183 tys. egzemplarzy i zmniejszyło się o 8,0% w stosunku do analogicznego okresu 2014 r. W tym czasie wpływy ze sprzedaży *Gazety Wyborczej* wzrosły o 3,1% w porównaniu z pierwszym kwartałem 2014 r., co było możliwe dzięki podniesieniu ceny codziennych wydań podstawowych *Gazety Wyborczej* w październiku 2014 r. oraz pozytywnemu wpływowi przychodów z dystrybucji cyfrowej dziennika. Czynnikiem, który wpłynął pozytywnie zarówno na poziom sprzedaży egzemplarzowej dziennika, jak i przychody ze sprzedaży egzemplarzowej *Gazety Wyborczej* był film *Bogowie* sprzedawany z *Gazetą Wyborczą* w ofercie dwucenowej. W omawianym okresie, tygodniowy zasięg czytelniczy *Gazety Wyborczej* (według wskaźnika CCS) wyniósł 8,3% (2,5 mln czytelników), co uplasowało ją na drugim miejscu wśród dzienników ogólnopolskich.

W pierwszym kwartale 2015 r. na wartość przychodów segmentu ze sprzedaży wydawnictw pozytywnie wpłynął wzrost przychodów ze sprzedaży magazynów *Gazety Wyborczej* o 13,7% m.in. za sprawą zmiany częstotliwości ukazywania się *Wysokich Obcasów Extra*, które są dostępne w cyklu miesięcznym od lutego 2014 r.

1.1.2. Sprzedaż egzemplarzowa czasopism

W pierwszym kwartale 2015 r. przychody Czasopism ze sprzedaży wydawnictw były o 4,8% niższe niż w analogicznym okresie 2014 r. i wyniosły 4,0 mln zł. Jest to efekt niższego średniego rozpowszechniania płatnego miesięczników Agory, które wyniosło 300,1 tys. egz. i zmniejszyło się o 12,0% w stosunku do pierwszego kwartału 2014 r.

1.2. Sprzedaż reklam [3]

1.2.1. Przychody reklamowe *Gazety Wyborczej*

W pierwszym kwartale 2015 r. przychody netto *Gazety Wyborczej* z całej działalności reklamowej (zawierającej ogłoszenia wymiarowe, drobne, inserty oraz pozostałe usługi reklamowe) wyniosły 22,3 mln zł i były o 10,1% niższe niż w pierwszym kwartale 2014 r.

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

W pierwszym kwartale 2015 r. wydatki na reklamę w dziennikach w Polsce spadły o około 10,5%. W omawianym okresie spadek wydatków na reklamę wymiarową w *Gazecie Wyborczej* wyniósł około 6,0%, a jej szacowany udział w tych wydatkach wzrósł o prawie 2,0pkt% w porównaniu z pierwszym kwartałem 2014 r. i wyniósł ponad 37,0%. Łączny udział *Gazety Wyborczej* i *Metra* w wydatkach na reklamę zwiększył się także o prawie 2,0pkt% w stosunku do analogicznego okresu 2014 r.

W pierwszym kwartale 2015 r. udział *Gazety Wyborczej* w wydatkach na reklamę w dziennikach ogólnopolskich wyniósł ponad 45,5% i wzrósł o 3,0pkt% w stosunku do pierwszego kwartału 2014 r. W tym okresie, *Gazeta Wyborcza* zmniejszyła swój udział w wydatkach na reklamę w dziennikach stołecznych o ponad 1,5pkt%, a łączny udział *Gazety Wyborczej* i *Metra* w tych wydatkach zmniejszył się o 1,0pkt% w stosunku do analogicznego okresu 2014 r. Udział *Gazety Wyborczej* w wydatkach na reklamę w dziennikach lokalnych (pozawarszawskich) zwiększył się w omawianym okresie o prawie 0,5pkt% w stosunku do analogicznego okresu 2014 r., a łączny udział *Gazety Wyborczej* i *Metra* zwiększył się o prawie 1,0pkt%.

Należy zauważyć, że szacunki dotyczące udziałów w wydatkach na reklamę mogą być obarczone 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 pierwszym kwartale 2015 r. udział stron ogłoszeniowych w objętości *Gazety Wyborczej* wyniósł około 25,9% (wzrost o około 0,7pkt% w stosunku do analogicznego okresu 2014 r.), zaś średnia dzienna liczba publikowanych stron ogłoszeniowych płatnych we wszystkich krajowych i lokalnych wydaniach *Gazety Wyborczej* wyniosła około 82.

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

Wpływy reklamowe *Metra* w pierwszym kwartale 2015 r. były niższe o 12,8%, a wpływy z reklam wymiarowych zmniejszyły się o około 12,5%. W tym samym czasie wydatki na ogłoszenia wymiarowe we wszystkich dziennikach spadły o ponad 10,5%. W rezultacie *Metro* bardzo nieznacznie zmniejszyło swój udział w wydatkach na reklamę we wszystkich dziennikach do ponad 6,0%. W omawianym okresie *Metro* zmniejszyło o 0,5pkt% swój udział w wydatkach na reklamę w dziennikach ogólnopolskich, a zwiększyło o 0,5pkt% swój udział w wydatkach na reklamę w dziennikach lokalnych. Tytuł zwiększył swój udział w wydatkach na reklamę w dziennikach stołecznych o ponad 0,5pkt% do około 25,0%

1.2.3 Przychody reklamowe czasopism

W pierwszym kwartale 2015 r. przychody ze sprzedaży reklam w czasopismach Agory utrzymały się na poziomie z analogicznego okresu poprzedniego roku i wyniosły 4,5 mln zł. W tym samym czasie rynkowy spadek wydatków na reklamę w czasopismach wyniósł około 9,0%. Udział czasopism Agory w wydatkach reklamowych w magazynach ogólnopolskich stanowił 2,8%, natomiast w wydatkach reklamowych w miesięcznikach 6,3% (według danych cennikowych) [7].

2. KOSZTY

W pierwszym kwartale 2015 r. koszty operacyjne segmentu zwiększyły się o 7,1% do kwoty 67,5 mln zł. Główną przyczyną tego wzrostu były wyższe koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników związane m.in. z działaniami zmierzającymi do dalszego rozwoju cyfrowego oraz zwiększenia liczby materiałów wideo, a także ze zmianą sposobu prezentowania kosztów rezerwy urlopowej w segmentach operacyjnych. Wzrost kosztów reprezentacji i reklamy wynika z większej aktywności promocyjnej *Gazety Wyborczej* i czasopism wydawanych w ramach segmentu.

3. NOWE INICJATYWY

W pierwszym kwartale 2015 r. *Gazeta Wyborcza* kontynuowała prace nad rozwojem swojej oferty zarówno w formie papierowej jak i cyfrowej.

23 stycznia br. zadebiutował *Magazyn Trójmiasto* - nowy lokalny tygodnik opinii, który zastąpił dotychczasowe piątkowe wydanie trójmiejskiej *Wyborczej*.

Gazeta Wyborcza pracowała także nad uzupełnieniem portfela produktów cyfrowych. Pod koniec stycznia 2015 r. segment udostępnił aplikację mobilną, umożliwiającą wygodny dostęp do tekstów z *Dużego Formatu*, czwartkowego tygodnika *Gazety Wyborczej*, posiadaczom telefonów komórkowych z systemem *iOS* i *Android*. Od 3 marca 2015 r. *Gazeta Wyborcza* jest również dostępna w aplikacji na smartfony z systemem *Windows Phone*. Nowoczesna aplikacja pozwala na wygodne przeglądanie aktualności z serwisu *Wyborcza.pl* oraz na czytanie treści z papierowego wydania *Wyborczej*.

W pierwszym kwartale 2015 r. Agora Custom Publishing przygotowała cyfrową wersję pokładowego katalogu z produktami duty free *Shop&More*, z której mogą korzystać podróżni planujący loty Polskimi Liniami Lotniczymi LOT. W tym czasie ukazało się również pierwsze cyfrowe wydanie magazynu *Nasze Zdrowie Active*, lifestyle'owo-poradnikowego pisma dedykowanego młodym, aktywnym osobom. Magazyn dostępny jest na urządzeniach z systemami operacyjnymi *iOS* i *Android*. Można go bezpłatnie pobrać w sklepach *App Store* i *Google Play*.

Zespół dedykowany cyfrowemu rozwojowi sprzedaży treści powołany w ramach segmentu, prowadził od dłuższego czasu prace nad zbudowaniem własnej platformy do sprzedaży cyfrowych treści. W związku z dużym stopniem zaawansowania prac w pierwszym kwartale 2015 r. podjęto decyzję o rozpoczęciu kolejnego etapu procesu transformacji modelu biznesowego działalności prasowej Spółki. Wdrożenie nowej platformy zaplanowane jest na drugi kwartał 2015 r.

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 pion Projektów Specjalnych obejmujący m.in. działalność Wydawnictwa oraz działalność związaną z produkcją filmów.

Tab. 12

w mln zł	I kwartał 2015	I kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014
Łączne przychody, w tym:	96,4	70,9	36,0%
Przychody ze sprzedaży biletów do kina	51,0	41,5	22,9%
Przychody ze sprzedaży barowej	17,4	13,2	31,8%
Przychody ze sprzedaży reklam w kinach (1)	6,2	5,1	21,6%
Przychody z działalności filmowej (1), (2)	8,4	0,1	8 300,0%
Przychody z działalności Wydawnictwa	9,8	6,5	50,8%
Razem koszty operacyjne, w tym:	(81,5)	(65,8)	23,9%
Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów (3)	(7,6)	(6,8)	11,8%
Usługi obce (3), (4)	(40,2)	(33,2)	21,1%
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (3)	(7,4)	(7,2)	2,8%
Amortyzacja (3)	(7,2)	(6,0)	20,0%
Reprezentacja i reklama (1), (3)	(7,6)	(3,9)	94,9%
Koszty operacyjne z działalności Wydawnictwa	(9,6)	(7,0)	37,1%
EBIT	14,9	5,1	192,2%
marża EBIT	15,5%	7,2%	8,3pkt %
EBITDA (5)	22,3	11,3	97,3%
marża EBITDA	23,1%	15,9%	7,2pkt %

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

(2) podane kwoty obejmują przychody z tytułu koprodukcji (realizowanej w ramach pionu Projekty Specjalne) i dystrybucji filmów w kinach (realizowanej przez spółkę NEXT FILM). Dane porównawcze zostały odpowiednio przekształcone;

(3) podane kwoty nie uwzględniają kosztów Wydawnictwa;

(4) od czwartego kwartału 2014 r. koszty usług obcych zawierają rozliczenia wynagrodzeń producentów filmów związanych z dystrybucją filmów prowadzoną przez spółkę NEXT FILM;

(5) podane kwoty uwzględniają koszty amortyzacji Wydawnictwa, które zarówno w pierwszym kwartale 2015 r. jak i w drugim kwartale 2014 r. wyniosły 0,2 mln zł.

W pierwszym kwartale 2015 r. segment Film i Książka poprawił wyniki operacyjne zarówno na poziomie EBIT, jak i EBITDA. EBITDA segmentu wzrosła o 97,3% i wyniosła 22,3 mln zł. Udało się tego dokonać dzięki wzrostowi wszystkich kategorii przychodowych segmentu, a przede wszystkim dzięki wyższej frekwencji w sieci kin Helios, która przełożyła się na wyższe przychody ze sprzedaży biletów do kin i ze sprzedaży barowej [1].

W omawianym okresie 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 *Disco Polo*.

Wydawnictwo zakończyło pierwszy kwartał 2015 r. wynikiem operacyjnym na poziomie EBIT w wysokości 0,2 mln zł. Wynik ten był lepszy o 0,7 mln zł od tego odnotowanego w pierwszym kwartale 2014 r. [1].

1. PRZYCHODY [3]

W pierwszym kwartale 2015 r. przychody segmentu Film i Książka były wyższe o 36,0% i wyniosły 96,4 mln zł. Udało się tego dokonać dzięki wzrostowi wszystkich kategorii przychodów generowanych przez segment.

Czynnikiem wpływającym pozytywnie na wzrost przychodów segmentu była rekordowa frekwencja w sieci kin Helios. W omawianym okresie liczba widzów w kinach sieci Helios wyniosła 2,9 mln i wzrosła o 20,9% w stosunku do pierwszego kwartału 2014 r. Przełożyło się to zarówno na wyższe przychody ze sprzedaży biletów, które wyniosły 51,0 mln zł, jak i wyższe przychody z działalności barowej w wysokości 17,4 mln zł. Na dynamikę wzrostu przychodów sieci kin Helios pozytywnie wpłynęło też jej powiększenie o 3 nowe obiekty w 2014 r.

Istotny wpływ na wzrost całkowitych przychodów segmentu w pierwszym kwartale 2015 r. miała również działalność filmowa. Łączne przychody segmentu z tytułu koprodukcji i dystrybucji filmowej wyniosły 8,4 mln zł. To efekt przede wszystkim sukcesu frekwencyjnego filmu *Disco Polo*, który w polskich kinach obejrzało ponad 0,8 mln widzów. W pierwszym kwartale 2014 r. aktywność segmentu w tym obszarze była znikoma. W pierwszym kwartale 2015 r. pion Projekty Specjalne odnotował przychody z tytułu koprodukcji filmów wprowadzonych do polskich kin we wcześniejszym okresie, głównie tytułu *Bogowie*.

W pierwszym kwartale 2015 r. przychody z tytułu aktywności Wydawnictwa (działającego w ramach pionu Projekty Specjalne) wyniosły 9,8 mln zł i wzrosły o 50,8% w stosunku do analogicznego okresu 2014 r. Istotny, pozytywny wpływ na wzrost tych przychodów miało wydanie i sprzedaż filmu *Bogowie* na DVD.

Wydawnictwo Agory wydało w pierwszym kwartale 2015 r. 9 premierowych książek, 3 albumy muzyczne i 1 wydawnictwo filmowe. W rezultacie w omawianym okresie Wydawnictwo sprzedało około 0,3 mln książek i książek z płytami CD i DVD.

2. KOSZTY

W pierwszym kwartale 2015 r. koszty operacyjne segmentu Film i Książka były o 23,9% wyższe w porównaniu z analogicznym okresem w 2014 r. i wyniosły 81,5 mln zł.

Na wzrost kosztów operacyjnych segmentu wpłynęły: wyższe koszty działalności filmowej segmentu związane z większą liczbą filmów wprowadzanych do kin, wyższe koszty zakupu kopii filmowych oraz produktów na potrzeby sprzedaży barowej, co wiązało się z wyższymi przychodami segmentu. Do wzrostu kosztów amortyzacji przyczynił się udział w koprodukcji filmów: *Ziarno prawdy*, *Disco Polo* i *Bogowie*, a wzrost kosztów usług obcych oraz reklamy i reprezentacji związany jest m.in. z dystrybucją filmową. Wzrost pozostałych pozycji kosztowych związany był głównie z rozwojem sieci kin Helios.

3. NOWE INICJATYWY

W pierwszym kwartale 2015 r. NEXT FILM, spółka z grupy Helios zajmująca się dystrybucją filmów kinowych, wprowadziła na ekrany polskich kin kolejne produkcje filmowe: *Ziarno prawdy*, *Polskie gówno* oraz *Disco Polo*. Agora była też koproducentem filmów *Ziarno prawdy* i *Disco Polo*.

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. 13

w mln zł	I kwartał 2015	I kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014
Łączne przychody, w tym:	31,8	31,2	1,9%
Przychody ze sprzedaży reklam (1)	31,2	30,4	2,6%
Razem koszty operacyjne, w tym:	(31,3)	(34,7)	(9,8%)
Koszty realizacji kampanii (1)	(5,4)	(4,9)	10,2%
Koszty utrzymania systemu (1)	(14,6)	(16,6)	(12,0%)
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników	(5,1)	(4,7)	8,5%
Reprezentacja i reklama	(1,0)	(1,0)	-
Amortyzacja	(2,9)	(4,1)	(29,3%)
EBIT	0,5	(3,5)	-
marża EBIT	1,6%	(11,2%)	12,8pkt %
EBITDA	3,4	0,6	466,7%
marża EBITDA	10,7%	1,9%	8,8pkt %
Liczba powierzchni reklamowych (2)	23 731	23 377	1,5%

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

Wzrost przychodów segmentu o 1,9% oraz redukcja kosztów operacyjnych o 9,8% istotnie wpłynęły na poprawę wyników operacyjnych segmentu w pierwszym kwartale 2015 r. W rezultacie segment odnotował pozytywny wynik operacyjny na poziomie EBIT w wysokości 0,5 mln zł, a EBITDA segmentu wzrosła do 3,4 mln zł.

1. PRZYCHODY [8]

W pierwszym kwartale 2015 r. wartość wydatków na reklamę zewnętrzną wg raportu IGRZ wyniosła ponad 94,0 mln zł. Wzrost wartości rynku reklamy zewnętrznej to efekt zwiększenia liczby podmiotów raportujących swoje przychody do IGRZ oraz rzeczywistego wzrostu wartości wydatków na rynku reklamy zewnętrznej. Wzrost wydatków na reklamę zewnętrzną w pierwszym kwartale 2015 r., liczony dla tej samej, co w roku ubiegłym grupy podmiotów raportujących swoje przychody do IGRZ, wyniósł 3,5%. Dynamika przychodów ze sprzedaży reklam grupy AMS wyniosła w pierwszym kwartale 2015 r. 2,6%. Szacowany udział AMS w wydatkach na reklamę zewnętrzną monitorowanych przez IGRZ w pierwszym kwartale 2015 r. wyniósł ponad 36,0% [8].

2. KOSZTY

W pierwszym kwartale 2015 r. grupa AMS ograniczyła koszty operacyjne o 9,8% do kwoty 31,3 mln zł, głównie dzięki redukcji kosztów utrzymania systemu oraz niższym kosztom amortyzacji.

Koszty realizacji kampanii wzrosły w omawianym okresie o 10,2% ze względu na większą liczbę zamówień usług wymiany plakatów i usług poligraficznych dla klientów zewnętrznych, co przełożyło się również na wyższe przychody ze sprzedaży reklam.

Redukcja kosztów utrzymania systemu o 12,0% to rezultat skutecznej optymalizacji portfela posiadanych nośników reklamowych oraz obniżenia stawek czynszów w niektórych grupach nośników. Wzrost kosztów wynagrodzeń i

świadczeń na rzecz pracowników o 8,5% w pierwszym kwartale 2015 r. jest głównie konsekwencją wyższej realizacji celów sprzedażowych.

Do ograniczenia kosztów operacyjnych segmentu przyczyniły się również niższe, w porównaniu z 2014 r. koszty amortyzacji. Spadek tych kosztów wynika m.in. z dostosowania stawek amortyzacji do szacowanego okresu użytkowania niektórych grup nośników reklamowych.

3. NOWE INICJATYWY

W pierwszym kwartale 2015 r. AMS wprowadził na stałe do swojej oferty reklamowej nową funkcjonalność na ekskluzywnych nośnikach typu backlight. Dzięki specjalnym efektom świetlnym uzyskanym z użyciem technologii *LED* możliwe jest wprowadzenie obrazu w ruch, co jeszcze bardziej przyciąga uwagę odbiorców.

W okresie styczeń - marzec b.r. grupa AMS kontynuowała intensywne prace nad budową kolejnych wiat przystankowych w Warszawie. 23 kwietnia 2015 r. przedstawiciel AMS wspólnie z władzami Warszawy zaprezentował dwusetną, a pierwszą tzw. seryjną wiatę zaprojektowaną specjalnie dla Warszawy.

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

Segment Internet zawiera skonsolidowane pro-forma dane Pionu Internet Agory S.A., Trader.com (Polska) Sp. z o.o., AdTaily Sp. z o.o., Sport4People Sp. z o.o. oraz Sir Local Sp. z o.o.

Tab. 14

w mln zł	I kwartał 2015	I kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014
Łączne przychody, w tym:	31,8	26,7	19,1%
Przychody ze sprzedaży reklam internetowych (1)	25,4	20,2	25,7%
Przychody ze sprzedaży ogłoszeń w wortalach (2)	3,3	3,5	(5,7%)
Razem koszty operacyjne, w tym:	(28,8)	(22,7)	26,9%
Usługi obce	(10,0)	(6,9)	44,9%
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników	(12,1)	(10,6)	14,2%
Amortyzacja	(1,3)	(1,2)	8,3%
Reprezentacja i reklama (1)	(3,8)	(2,6)	46,2%
EBIT	3,0	4,0	(25,0%)
marża EBIT	9,4%	15,0%	(5,6pkt %)
EBITDA	4,3	5,2	(17,3%)
marża EBITDA	13,5%	19,5%	(6,0pkt %)

(1) podane kwoty nie zawierają pełnych kosztów i przychodów z wzajemnej promocji pomiędzy różnymi działalnościami Grupy Agora (jedynie bezpośrednie koszty zmienne kampanii na nośnikach reklamy zewnętrznej), jeżeli taka promocja jest realizowana bez wcześniejszej rezerwacji. Dane uwzględniają również eliminację wzajemnej sprzedaży pomiędzy Pionem Internet, Trader.com (Polska) Sp. z o.o., 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 dwumediialnych (publikowanych zarówno w tradycyjnej Gazecie, jak i wortalach internetowych GazetaPraca.pl, Domiporta.pl i Komunikaty.pl oraz w serwisie Nekrologi.Wyborcza.pl).

W pierwszym kwartale 2015 r. przychody segmentu rosły istotnie szybciej niż wydatki na reklamę internetową w Polsce. W związku z działaniami rozwojowymi segmentu jego koszty operacyjne wzrosły, co przełożyło się na niższy niż w analogicznym okresie 2014 r. wynik operacyjny segmentu na poziomie EBIT i EBITDA, który wyniósł odpowiednio 3,0 mln zł i 4,3 mln zł [1].

1. PRZYCHODY

W pierwszym kwartale 2015 r. całkowite przychody segmentu Internet zwiększyły się o 19,1% i wyniosły 31,8 mln zł. Na wzrost przychodów wpływ miała m.in. wyższa sprzedaż reklam w portalu *Gazeta.pl* oraz wyższa sprzedaż reklam internetowych i usług przez spółkę AdTaily, głównie w modelu pośrednictwa sprzedaży.

W pierwszym kwartale 2015 r. przychody ze sprzedaży reklam internetowych wzrosły do kwoty 25,4 mln zł, osiągając dynamikę wzrostu na poziomie 25,7%. Istotny wpływ na zwiększenie przychodów reklamowych miał wzrost wpływów sieci reklamowej AdTaily, dynamiczny rozwój sprzedaży formatów wideo oraz wzrost wpływów reklamowych z serwisów rekrutacyjnych i marketingu afiliacyjnego.

W pierwszym kwartale 2015 r. przychody ze sprzedaży ogłoszeń w wortalach zmniejszyły się jedynie o 0,2 mln zł do kwoty 3,3 mln zł. Główny wpływ na taką dynamikę przychodów miały niższe wpływy ogłoszeniowe z serwisów rekrutacyjnych oraz motoryzacyjnych.

2. KOSZTY

W pierwszym kwartale 2015 r. koszty operacyjne segmentu Internet wzrosły o 26,9% do kwoty 28,8 mln zł. Istotny wpływ na ich zwiększenie miał wzrost kosztów dzierżawy powierzchni reklamowej m.in. w sieciach reklamowych i serwisach partnerskich (np. *Kwejk.pl*) ujmowany w pozycji usługi obce. Pozycja usługi obce obejmuje, oprócz kosztów

pośrednictwa sprzedaży reklam, m.in.: koszty usług marketingowych, koszty łączny i usług komputerowych. Był on kompensowany wyższymi przychodami z tego tytułu, co przyczyniło się także do wzrostu przychodów całego segmentu. Zwiększyły się również koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników oraz wydatki na reprezentację i reklamę.

Wzrost kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników o 14,2% wynika m.in. ze zwiększenia zatrudnienia w portalu *Gazeta.pl* (m.in. w działach sprzedaży i wsparcia oraz w nowych projektach) i w spółce AdTaily, a także z uwagi na wzrost kosztów umów cywilno-prawnych.

Wzrost wydatków na reprezentację i reklamę segmentu Internet o 46,2% wiąże się głównie z wyższymi nakładami na promocję serwisu *Kinoplex.pl*, serwisów rekrutacyjnych, marketingu afiliacyjnego i tych związanych z pozyskiwaniem leadów.

3. ISTOTNE INFORMACJE O DZIAŁALNOŚCI INTERNETOWEJ

W lutym 2015 r. zasięg serwisów *grupy Gazeta.pl*, wśród polskich internautów łączących się z urządzeń niemobilnych wyniósł 51,7%, a liczba użytkowników osiągnęła poziom 11,2 mln osób. Internauci wykonali 520,0 mln odsłon z urządzeń nieprzenośnych i spędzili na stronach *grupy Gazeta.pl* średnio 1 godzinę i 16 minut [6].

W lutym 2015 r. liczba odsłon wykonanych z urządzeń przenośnych na serwisach *grupy Gazeta.pl* wyniosła 228,8 mln (wzrost o 81,7%), co dało *grupie Gazeta.pl* czwarte miejsce na rynku wg badania Megapanel PBI/Gemius. Odsetek odsłon mobilnych na serwisach *grupy Gazeta.pl* stanowił 30,6% 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 luty 2015 r., serwisy *grupy Gazeta.pl* są liderem w kategorii: *Fora i grupy dyskusyjne*. *Grupa Gazeta.pl* zajmuje drugie miejsce w kategorii *Blogi* (m.in. *Blox.pl*) oraz *Wyposażenie wnętrz i ogród* (m.in. serwis *CzteryKaty.pl*). Trzecią pozycję *grupa Gazeta.pl* zajmuje w kategoriach: *Sport* (m.in. *Sport.pl*), *Styl życia* (m.in. *Plotek.pl*), *Informacje i publicystyka – ogólne* oraz *Informacje lokalne oraz regionalne*.

4. NOWE INICJATYWY

Na początku 2015 r. portal *Gazeta.pl* zmienił stronę główną oraz identyfikację wizualną. Dzięki tej 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.

W pierwszym kwartale 2015 r. segment Internet wzmocnił swoją ofertę wideo m.in. w serwisach sportowych.

Segment pracuje nad umocnieniem swojej pozycji w kategoriach *Rozrywka* i *Lifestyle*. W pierwszym kwartale 2015 r. zespół Internetu Agory przygotował nową odsłonę serwisu *Plotek.pl* - serwis zyskał nowe logo oraz nowoczesny i elegancki layout. Użytkownicy *Plotek.pl* znajdują w nim również znacznie więcej wywiadów oraz autorskich artykułów, a także najnowsze wiadomości ze świata show biznesu oraz rozbudowaną sekcję z materiałami wideo. Nowością jest też aplikacja *Plotek.pl Buzz* na urządzenia z systemem Android ze streamem społecznościowym, zawierającym wpisy największych gwiazd show biznesu z Facebooka i Instagrama.

W pierwszym kwartale 2015 r. także serwis *Junior.Sport.pl* przeszedł całkowitą metamorfozę. Witryna dla rodziców aktywnych dzieci zyskała nową szatę graficzną, odświeżone logo oraz jeszcze więcej eksperckich artykułów.

Segment umacnia swoją pozycję na rynku aplikacji mobilnych. W pierwszym kwartale 2015 r. najpopularniejsza polska aplikacja dla przyszłych mam dostępna w sklepie *Google Play* - *Moja Cięża z Dziecko.pl* - ukazała się w wersji na urządzenia z systemem *iOS*.

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 stacji lokalnych nadających 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. 15

w mln zł	I kwartał 2015	I kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014
Łączne przychody, w tym:	21,5	18,1	18,8%
Przychody ze sprzedaży reklamy radiowej (1), (2)	19,9	17,2	15,7%
Razem koszty operacyjne, w tym: (2)	(21,3)	(18,3)	16,4%
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników	(7,1)	(6,8)	4,4%
Usługi obce	(10,1)	(7,0)	44,3%
Amortyzacja	(0,7)	(0,7)	-
Reprezentacja i reklama (2)	(1,9)	(2,3)	(17,4%)
EBIT	0,2	(0,2)	-
marża EBIT	0,9%	(1,1%)	2,0pkt %
EBITDA	0,9	0,5	80,0%
marża EBITDA	4,2%	2,8%	1,4pkt %

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

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

W pierwszym kwartale 2015 r., dzięki dynamicznemu wzrostowi przychodów (o 18,8%), segment Radio poprawił wyniki operacyjne zarówno na poziomie EBIT, jak i EBITDA. Wyniosły one odpowiednio 0,2 mln zł oraz 0,9 mln zł.

1. PRZYCHODY [3]

Przychody segmentu Radio w pierwszym kwartale 2015 r. wzrosły o 18,8% w porównaniu z pierwszym kwartałem 2014 r. i wyniosły 21,5 mln zł. Na wzrost przychodów wpływ miały przede wszystkim wyższe przychody ze sprzedaży czasu antenowego w stacjach należących do Grupy Radiowej Agory, wpływy z pośrednictwa sprzedaży czasu antenowego w stacjach innych nadawców, a także sprzedaż usług reklamowych w kinach Helios. Przychody ze sprzedaży reklamy radiowej segmentu wzrosły o 15,7% i wyniosły 19,9 mln zł. W omawianym okresie rynkowe wydatki na reklamę radiową zwiększyły się o 15,0% w porównaniu z pierwszym kwartałem 2014 r.

2. KOSZTY

W pierwszym kwartale 2015 r. koszty operacyjne segmentu wzrosły o 16,4% do kwoty 21,3 mln zł. Na wzrost ten wpłynęły głównie wyższe koszty zakupu czasu antenowego w stacjach należących do innych nadawców w związku ze świadczoną usługą pośrednictwa w zakupie reklamy, a także koszty związane ze świadczeniem usług reklamowych w kinach Helios, ujmowane w pozycji usługi obce. Pozycja usługi obce obejmuje, oprócz kosztów pośrednictwa sprzedaży reklam w stacjach innych nadawców oraz w kinach sieci Helios, m.in.: koszty czynszów i opłat dzierżawnych, usług produkcyjnych, a także opłaty operatorskie.

Spadek kosztów reprezentacji i reklamy związany jest z mniejszymi wydatkami na promocję marki Złote Przeboje w porównaniu z analogicznym okresem 2014 r.

3. UDZIAŁY W SŁUCHALNOŚCI [9]

Tab. 16

Udział % w słuchalności	I kwartał 2015	zmiana w pkt% r/r
Stacje muzyczne Grupy Agora (<i>Rock Radio</i> oraz <i>Złote Przeboje</i>)	4,0%	(0,4pkt%)
Radio informacyjne <i>TOK FM</i>	1,3%	0,1pkt%

4. NOWE INICJATYWY

Od 1 kwartału 2015 r. w segmencie Radio działa 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. Od stycznia 2015 r. Tandem Media jest wyłącznym brokerem oferującym powierzchnie reklamowe w kinach Helios w całej Polsce. 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.

Z końcem grudnia 2014 r. Radio Złote Przeboje rozpoczęło nadawanie w Jędrzejowie koło Kielc. Natomiast na przełomie pierwszego i drugiego kwartału br. Radio Złote Przeboje rozpoczęło nadawanie w Tarnowie. Obecnie pod marką Złote Przeboje nadają już 24 stacje lokalne.

W pierwszym kwartale 2015 r. na antenie Radia TOK FM pojawiła się nowa audycja – *Poradnik TOK FM*. W programie, nadawanym od poniedziałku do piątku, można usłyszeć porady finansowe, technologiczne, drogowe i inne przygotowywane przez dziennikarzy TOK FM.

Dodatkowo w tym okresie Rock Radio zadeklarowało współpracę przy organizacji tegorocznej edycji *Jarocin Festiwal*, który odbędzie się w dniach od 17 do 19 lipca br.

IV.F. DRUK [1]

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

Tab. 17

w mln zł	I kwartał 2015	I kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014
Łączne przychody, w tym:	41,0	42,6	(3,8%)
Przychody ze sprzedaży usług poligraficznych (1)	39,1	40,7	(3,9%)
Razem koszty operacyjne (2), w tym:	(39,6)	(43,4)	(8,8%)
Materiały, energia i usługi produkcyjne	(28,0)	(30,8)	(9,1%)
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników	(5,3)	(5,2)	1,9%
Amortyzacja	(4,2)	(4,4)	(4,5%)
EBIT	1,4	(0,8)	-
marża EBIT	3,4%	(1,9%)	5,3pkt %
EBITDA	5,6	3,6	55,6%
marża EBITDA	13,7%	8,5%	5,2pkt %

(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.

W pierwszym kwartale 2015 r. segment Druk istotnie poprawił wynik operacyjny w porównaniu z pierwszym kwartałem 2014 r. Zarówno EBIT, jak i EBITDA były pozytywne i wyniosły odpowiednio 1,4 mln zł i 5,6 mln zł [1].

1. PRZYCHODY

W pierwszym kwartale 2015 r. przychody segmentu z tytułu sprzedaży usług poligraficznych dla klientów zewnętrznych stanowiły 39,1 mln zł i były niższe o 3,9% w stosunku do analogicznego okresu 2014 r.

2. KOSZTY

W pierwszym kwartale 2015 r. koszty operacyjne segmentu zmniejszyły się o 8,8% do kwoty 39,6 mln zł, głównie z powodu niższych kosztów materiałów produkcyjnych. Dodatkowym elementem przyczyniającym się do obniżenia kosztów operacyjnych był nieznacznie niższy wolumen produkcji.

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 pierwszym 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 MillwardBrown 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-marzec 2015 r. N = 5 003;

[5] Definicje wskaźników:

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

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

Rentowność kapitału =
$$\frac{\text{Zysk/strata netto przypadający na akcjonariuszy jednostki dominującej}}{(\text{Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej na początek okresu} + \text{Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej na koniec okresu}) / 2}$$
 / (1 dla danych rocznych i 4 dla danych kwartalnych)

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

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

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

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

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

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

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, reklama modułowa oraz teksty promocyjne; pominięto tytuły specjalistyczne; uwzględniono 117 miesięczników i 79 czasopism o innej periodyczności; razem 196 czasopism w okresie: styczeń - marzec 2015 r.

[8] Źródło: raport IGRZ o wielkości przychodów wybranych spółek reklamy zewnętrznej: AMS S.A., BIGformat.TV 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 styczeń-marzec: próba dla 2014 r.: 21 058; dla 2015 r.: 20 907.

[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

1. ISTOTNE WYDARZENIA

► Zmiany w spółkach zależnych

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 się 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.

W dniu 3 kwietnia 2015 r., spółka Grupa Radiowa Agory sp. z o.o. ("GRA"), spółka zależna Agory S.A., nabyła 3 000 udziałów spółki BDM MEDIA Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie ("BDM Media") od czterech wspólników tej spółki za łączną cenę 936 500 zł. Na skutek powyższej transakcji GRA posiada 3 000 udziałów w kapitale zakładowym spółki, co daje jej 100% udziału w kapitale zakładowym i 100% głosów na zgromadzeniu wspólników. Dodatkowo, w dniu 3 kwietnia 2015 r. GRA - jako cesjonariusz - zawarła z wspólnikami spółki BDM MEDIA sp. z o.o. - jako cedentami - umowę przelewu wierzytelności przysługujących wspólnikom wobec spółki BDM MEDIA sp. z o.o. za łączną cenę 1 903 500 zł. Spółka BDM Media posiada koncesję na nadawanie programu KRK FM w Krakowie. Stacja radiowa KRM FM dołączy do portfolio Grupy Radiowej Agory.

W dniu 13 kwietnia 2015 r. Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego dokonał wykreślenia z rejestru przedsiębiorców spółki Polskie Badania Outdooru Sp. z o.o. w likwidacji, w której spółka AMS S.A. posiadała 41% udziałów.

► Program skupu akcji własnych Spółki

W dniu 1 kwietnia 2015 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 zaoferowała, że 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 wynosiła 12,00 zł. Przyjmowanie ofert sprzedaży Akcji rozpoczęło się w dniu 7 kwietnia 2015 r., a zakończyło w dniu 17 kwietnia 2015 r. Podmiotem pośredniczącym w przeprowadzeniu i rozliczeniu Oferty był Bank Zachodni WBK S.A. – Dom Maklerski BZ WBK.

W dniu 24 kwietnia 2015 r. Zarząd Agory S.A. poinformował że w dniu 24 kwietnia 2015 r., w wyniku ogłoszonej Oferty, Spółka nabyła, poza rynkiem regulowanym za pośrednictwem Banku Zachodniego WBK S.A. – Dom Maklerski BZ WBK, łącznie 771 960 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 1,52% kapitału zakładowego Spółki oraz łącznie odpowiadają 771 960 głosów na walnym zgromadzeniu Spółki, co stanowi 1,13% głosów na walnym zgromadzeniu Spółki ("Nabyte Akcje"). Cena zakupu wynosiła 12,00 zł za jedną Nabytą Akcję oraz 9 263 520 zł łącznie za wszystkie Nabyte Akcje. Celem zakupu Nabytych Akcji jest ich umorzenie.

Łącznie, w wyniku realizacji całego programu nabywania akcji własnych, do którego Zarząd Agory S.A. został upoważniony w uchwale nr 7 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 24 czerwca 2014 r. i po rozliczeniu Oferty, Spółka posiada 3.271.960 akcji własnych, o wartości nominalnej 1,0 zł (słownie: jeden złoty) każda akcja, które (na datę niniejszego raportu), które stanowią 6,42% kapitału zakładowego Spółki oraz łącznie odpowiadają 3.271.960 głosów na walnym zgromadzeniu Spółki, co stanowi 4,81% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki. Zgodnie z prawem, Spółka nie wykonuje praw udziałowych z akcji własnych.

2. ZMIANY W STANIE POSIADANIA AKCJI LUB INNYCH UPRAWNIEŃ DO NICH (OPCJI) PRZEZ CZŁONKÓW ZARZĄDU W PIERWSZYM KWARTALE 2015 R. I DO DNIA PUBLIKACJI RAPORTU

Tab. 18

a. akcje	stan na 31.03.2015	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 31.12.2014
Bartosz Hojka	2 900	-	-	2 900
Tomasz Jagiełło	0	-	-	0
Grzegorz Kossakowski	44 451	-	-	44 451
Robert Musiał	1 233	-	-	1 233
b. akcje	stan na 11.05.2015	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 31.03.2015
Bartosz Hojka	2 900	-	-	2 900
Tomasz Jagiełło	0	-	-	0
Grzegorz Kossakowski	44 451	-	-	44 451
Robert Musiał	1 233	-	-	1 233

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

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

3. ZMIANY W STANIE POSIADANIA AKCJI LUB INNYCH UPRAWNIEŃ DO NICH (OPCJI) PRZEZ CZŁONKÓW RADY NADZORCZEJ W PIERWSZYM KWARTALE 2015 R. I DO DNIA PUBLIKACJI RAPORTU

Tab. 19

a. akcje	stan na 31.03.2015	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 31.12.2014
Sławomir S. Sikora	0	-	-	0
Tomasz Sielicki	33	-	-	33
Andrzej Szlęzak	0	-	-	0
Dariusz Formela	0	-	-	0
Wanda Rapaczynski	914 616	-	-	914 616
Paweł Mazur	0	-	-	0
b. akcje	stan na 11.05.2015	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 31.03.2015
Sławomir S. Sikora	0	-	-	0
Tomasz Sielicki	33	-	-	33
Andrzej Szlęzak	0	-	-	0
Dariusz Formela	0	-	-	0
Wanda Rapaczynski	913 506	1 110	-	914 616
Paweł Mazur	0	-	-	0

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

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

Struktura akcjonariatu uaktualniana jest na podstawie formalnych zawiadomień od akcjonariuszy posiadających co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki.

W związku z brakiem formalnych zawiadomień 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, struktura akcjonariatu aktualna na dzień przekazania poprzedniego raportu kwartalnego, tj. na 20 lutego 2015 r. nie uległa istotnym zmianom w odniesieniu do dnia przekazania niniejszego raportu.

W związku z powyższym na dzień przekazania niniejszego raportu kwartalnego następujący akcjonariusze mogą 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
Agora-Holding Sp. z o.o. (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 4 stycznia 2013 r.)	5 401 852	10,60	22 528 252	33,10
Powszechne Towarzystwo Emerytalne PZU S.A. (Otwarty Fundusz Emerytalny PZU Złota Jesień oraz Dobrowolny Fundusz Emerytalny PZU) (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 27 grudnia 2012 r.)	7 594 611	14,91	7 594 611	11,16
w tym: Otwarty Fundusz Emerytalny PZU Złota Jesień (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 27 grudnia 2012 r.)	7 585 661	14,89	7 585 661	11,14
ING Otwarty Fundusz Emerytalny (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 17 września 2014 r.)	6 359 086	12,48	6 359 086	9,34

5. POZOSTAŁE INFORMACJE

▀ Stanowisko Zarządu odnośnie realizacji prognoz finansowych

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

▀ Zmiany w zobowiązaniach warunkowych i sprawach spornych

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

▀ Transakcje z podmiotami powiązanymi

Transakcje z podmiotami powiązanymi z Grupą Agora były transakcjami typowymi i zostały opisane w nocie 10 do skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

► Rekomendacja Zarządu Agory S.A. w sprawie niewypłacenia dywidendy za 2014 rok

W dniu 7 maja 2015 r. Zarząd Agory S.A. poinformował, że w dniu 7 maja 2015 r. podjął decyzję o nie rekomendowaniu Zwyczajnemu Walnemu Zgromadzeniu Agory S.A. podjęcia uchwały o wypłacie akcjonariuszom dywidendy w związku z jednostkową stratą netto poniesioną przez Spółkę w roku obrotowym 2014.

Spółka otrzymała od swojego doradcy prawnego, kancelarii prawnej Weil, Gotshal & Manges - Paweł Rymarz Sp. kom., poradę w przedmiocie wypłaty dywidendy za rok 2014. Kancelaria, po rozważeniu poglądów i argumentów dotyczących możliwości wypłaty dywidendy za rok obrotowy, który Spółka zamknęła stratą netto, wskazała na niejednoznaczność stanu prawnego oraz osobistą odpowiedzialność członków władz Spółki za niezgodną z prawem wypłatę dywidendy w takiej sytuacji. Kancelaria zarekomendowała, aby dywidenda ze skumulowanych zysków z lat ubiegłych nie była wypłacona za rok, w którym Spółka poniosła stratę.

W opinii Zarządu, wobec wskazanych w poradzie wątpliwości prawnych związanych z możliwością wypłaty dywidendy za rok obrotowy 2014, uzasadnione jest niewypłacenie dywidendy.

Powyższy wniosek uzyskał pozytywną opinię Rady Nadzorczej.

W związku z powyższym, Zarząd Spółki nie rekomenduje Walnemu Zgromadzeniu podjęcia uchwały w sprawie wypłaty dywidendy.

GRUPA AGORA

SKRÓCONE ŚRÓDROCZNE SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE FINANSOWE

na 31 marca 2015 r. oraz za 3 miesiące zakończone
31 marca 2015 r.

SKONSOLIDOWANY BILANS NA 31 MARCA 2015 R.

	31 marca 2015 niebadane	31 grudnia 2014 zbadane	31 marca 2014 niebadane
Aktywa			
Aktywa trwałe:			
Wartości niematerialne	404 790	399 656	416 421
Rzeczowe aktywa trwałe	676 982	686 411	727 871
Długoterminowe aktywa finansowe	117	123	152
Inwestycje rozliczane metodą praw własności	15 738	16 403	13 678
Należności długoterminowe i rozliczenia międzyokresowe	32 993	33 531	51 800
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	7 393	6 678	5 288
	1 138 013	1 142 802	1 215 210
Aktywa obrotowe:			
Zapasy	30 162	30 182	26 246
Należności krótkoterminowe i rozliczenia międzyokresowe	250 903	268 742	230 296
Należności z tytułu podatku dochodowego	564	327	3 923
Krótkoterminowe aktywa finansowe	44 582	62 116	79 367
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	59 797	52 330	64 658
	386 008	413 697	404 490
Aktywa razem	1 524 021	1 556 499	1 619 700

Załączone noty stanowią integralną część niniejszego skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

SKONSOLIDOWANY BILANS NA 31 MARCA 2015 R. (C.D.)

	Nota	31 marca 2015 niebadane	31 grudnia 2014 zbadane	31 marca 2014 niebadane
Pasywa				
Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej:				
Kapitał zakładowy		50 937	50 937	50 937
Akcje własne		(30 060)	(30 060)	-
Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej		147 192	147 192	147 192
Zyski/(straty)z lat ubiegłych i roku bieżącego		981 292	981 520	981 833
		1 149 361	1 149 589	1 179 962
Udziały niekontrolujące		16 978	15 490	18 685
Kapitał własny		1 166 339	1 165 079	1 198 647
Zobowiązania długoterminowe:				
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego		28 777	31 430	40 591
Długoterminowe kredyty i pożyczki	3	52 456	53 276	70 564
Pozostałe zobowiązania finansowe	15	22 218	22 218	27 592
Rezerwa na świadczenia emerytalne		2 363	2 363	2 289
Rezerwy na zobowiązania		1 101	1 159	55
Rozliczenia międzyokresowe i pozostałe zobowiązania		5 717	5 819	5 716
		112 632	116 265	146 807
Zobowiązania krótkoterminowe:				
Rezerwa na świadczenia emerytalne		221	219	162
Zobowiązania krótkoterminowe		144 952	161 510	133 105
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego		3 277	3 376	932
Krótkoterminowe kredyty i pożyczki	3	25 236	40 090	74 324
Rezerwy na zobowiązania		3 008	3 532	3 430
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe		68 356	66 428	62 293
		245 050	275 155	274 246
Pasywa razem		1 524 021	1 556 499	1 619 700

Załączone noty stanowią integralną część niniejszego skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

SKONSOLIDOWANY RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT ZA TRZY MIESIĄCE ZAKOŃCZONE 31 MARCA 2015 R.

	Nota	Trzy miesiące zakończone 31 marca 2015 niebadane	Trzy miesiące zakończone 31 marca 2014 niebadane
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	4	282 819	253 995
Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów		(197 231)	(188 253)
Zysk brutto ze sprzedaży		85 588	65 742
Koszty sprzedaży		(54 486)	(43 757)
Koszty ogólnego zarządu		(28 854)	(30 309)
Pozostałe przychody operacyjne		3 507	2 675
Pozostałe koszty operacyjne		(3 224)	(3 917)
Zysk/(strata) z działalności operacyjnej	4	2 531	(9 566)
Przychody finansowe		1 274	2 071
Koszty finansowe		(1 699)	(1 984)
Udział w zyskach/(stratach) netto jednostek rozliczanych metodą praw własności		(665)	(326)
Zysk/(strata) brutto		1 441	(9 805)
Podatek dochodowy		(181)	857
Zysk/(strata) netto		1 260	(8 948)
Przypadający/a na:			
Akcjonariuszy jednostki dominującej		(228)	(9 612)
Udziały niekontrolujące		1 488	664
		1 260	(8 948)
Podstawowy/rozwodniony zysk/(strata) przypadający/a na jedną akcję (w zł)		(0,005)	(0,19)

Załączone noty stanowią integralną część niniejszego skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z CAŁKOWITYCH DOCHODÓW ZA TRZY MIESIĄCE ZAKOŃCZONE 31 MARCA 2015 R.

	Trzy miesiące zakończone 31 marca 2015 niebadane	Trzy miesiące zakończone 31 marca 2014 niebadane
Zysk/(strata) netto za okres	1 260	(8 948)
Inne całkowite dochody/(straty):		
Pozycje, które nie zostaną przeniesione do rachunku zysków i strat	-	-
Pozycje, które mogą być przeniesione do rachunku zysków i strat	-	-
Inne całkowite dochody/(straty) ogółem, za okres	-	-
Całkowite dochody ogółem za okres	1 260	(8 948)
Przypadające na:		
Akcjonariuszy jednostki dominującej	(228)	(9 612)
Udziały niekontrolujące	1 488	664
	1 260	(8 948)

Załączone noty stanowią integralną część niniejszego skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

SKONSOLIDOWANE ZESTAWIENIE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM ZA TRZY MIESIĄCE ZAKOŃCZONE 31 MARCA 2015 R.

Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej

	Kapitał zakładowy	Akcje własne	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	Kapitał z przeliczenia sprawozdań finansowych spółek zagranicznych	Zyski/(straty) z lat ubiegłych i roku bieżącego	Razem	Udziały niekontrolujące	Kapitał własny razem
Trzy miesiące zakończone 31 marca 2015 r.								
Stan na 31 grudnia 2014 r. zbadane	50 937	(30 060)	147 192	-	981 520	1 149 589	15 490	1 165 079
Całkowite dochody za okres sprawozdawczy								
Zysk/(strata) netto okresu	-	-	-	-	(228)	(228)	1 488	1 260
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	-	-	(228)	(228)	1 488	1 260
Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym								
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli ogółem	-	-	-	-	-	-	-	-
Zmiany w udziale własnościowym w jednostkach podporządkowanych								
Zmiany w udziale własnościowym w jednostkach podporządkowanych ogółem	-	-	-	-	-	-	-	-
Transakcje z właścicielami ogółem	-	-	-	-	-	-	-	-
Stan na 31 marca 2015 r. niebadane	50 937	(30 060)	147 192	-	981 292	1 149 361	16 978	1 166 339

Załączone noty stanowią integralną część niniejszego skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

SKONSOLIDOWANE ZESTAWIENIE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM ZA TRZY MIESIĄCE ZAKOŃCZONE 31 MARCA 2015 R.(C. D.)

Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej

	Kapitał zakładowy	Akcje własne	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	Kapitał z przeliczenia sprawozdań finansowych spółek zagranicznych	Zyski/(straty) z lat ubiegłych i roku bieżącego	Razem	Udziały niekontrolujące	Kapitał własny razem
Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2014 r.								
Stan na 31 grudnia 2013 r. zbadane	50 937	-	147 192	-	991 445	1 189 574	18 021	1 207 595
Całkowite dochody za okres sprawozdawczy								
Zysk/(strata) netto okresu	-	-	-	-	(12 574)	(12 574)	1 548	(11 026)
Inne całkowite dochody ogółem	-	-	-	-	219	219	5	224
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	-	-	(12 355)	(12 355)	1 553	(10 802)
Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym								
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli								
Dywidendy spółek zależnych	-	-	-	-	-	-	(586)	(586)
Skup akcji własnych w celu umorzenia	-	(30 060)	-	-	-	(30 060)	-	(30 060)
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli ogółem	-	(30 060)	-	-	-	(30 060)	(586)	(30 646)
Zmiany w udziale własnościowym w jednostkach podporządkowanych								
Nabycie udziałów niekontrolujących	-	-	-	-	(3 822)	(3 822)	(3 498)	(7 320)
Wygaśnięcie zobowiązania z tytułu opcji put	-	-	-	-	6 252	6 252	-	6 252
Zmiany w udziale własnościowym w jednostkach podporządkowanych ogółem	-	-	-	-	2 430	2 430	(3 498)	(1 068)
Transakcje z właścicielami ogółem	-	(30 060)	-	-	2 430	(27 630)	(4 084)	(31 714)
Stan na 31 grudnia 2014 r. zbadane	50 937	(30 060)	147 192	-	981 520	1 149 589	15 490	1 165 079

Załączone noty stanowią integralną część niniejszego skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

SKONSOLIDOWANE ZESTAWIENIE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM ZA TRZY MIESIĄCE ZAKOŃCZONE 31 MARCA 2015 R.(C. D.)

Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej

	Kapitał zakładowy	Akcje własne	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	Kapitał z przeliczenia sprawozdań finansowych spółek zagranicznych	Zyski/(straty) z lat ubiegłych i roku bieżącego	Razem	Udziały niekontrolujące	Kapitał własny razem
Trzy miesiące zakończone 31 marca 2014 r.								
Stan na 31 grudnia 2013 r. zbadane	50 937	-	147 192	-	991 445	1 189 574	18 021	1 207 595
Całkowite dochody za okres sprawozdawczy								
Zysk/(strata) netto okresu	-	-	-	-	(9 612)	(9 612)	664	(8 948)
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	-	-	(9 612)	(9 612)	664	(8 948)
Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym								
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli ogółem	-	-	-	-	-	-	-	-
Zmiany w udziale własnościowym w jednostkach podporządkowanych								
Zmiany w udziale własnościowym w jednostkach podporządkowanych ogółem	-	-	-	-	-	-	-	-
Transakcje z właścicielami ogółem	-	-	-	-	-	-	-	-
Stan na 31 marca 2014 r. niebadane	50 937	-	147 192	-	981 833	1 179 962	18 685	1 198 647

Załączone noty stanowią integralną część niniejszego skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

SKONSOLIDOWANY RACHUNEK PRZEPIŹYWÓW PIENIĘŻNYCH ZA TRZY MIESIĄCE ZAKOŃCZONE 31 MARCA 2015 R.

	Trzy miesiące zakończone 31 marca 2015 niebadane	Trzy miesiące zakończone 31 marca 2014 niebadane
Działalność operacyjna		
Zysk/(strata) brutto	1 441	(9 805)
Korekty o pozycje:		
Udział w (zyskach)/stratach netto jednostek rozliczanych metodą praw własności	665	326
Amortyzacja rzeczowych aktywów trwałych	19 523	20 885
Amortyzacja wartości niematerialnych	3 894	2 919
(Zyski) /Straty z tytułu różnic kursowych	(160)	53
Odsetki, netto	749	1 359
(Zysk)/ strata z tytułu działalności inwestycyjnej	(965)	(594)
Zmiana stanu rezerw	(580)	(187)
Zmiana stanu zapasów	20	(399)
Zmiana stanu należności i czynnych rozliczeń międzyokresowych	18 934	3 658
Zmiana stanu zobowiązań	(12 200)	(10 014)
Zmiana stanu biernych rozliczeń międzyokresowych	2 106	1 032
Inne korekty	461	213
Przepływy środków pieniężnych brutto	33 888	9 446
Podatek dochodowy zapłacony	(2 554)	(804)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej	31 334	8 642
Działalność inwestycyjna		
Wpływy ze sprzedaży rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych	57	1 253
Wpływy z tytułu odsetek	324	385
Wpływy ze sprzedaży krótkoterminowych papierów wartościowych	30 090	29 001
Wydatki inwestycyjne na rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne	(25 392)	(23 929)
Wydatki netto na nabycie podmiotów zależnych, stowarzyszonych i współkontrolowanych	-	(2 169)
Nabycie krótkoterminowych papierów wartościowych	(10 000)	(31 000)
Udzielone pożyczki	(2 000)	(660)
Pozostałe wydatki	-	(7 000)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności inwestycyjnej	(6 921)	(34 119)

	Trzy miesiące zakończone 31 marca 2015 niebadane	Trzy miesiące zakończone 31 marca 2014 niebadane
Działalność finansowa		
Wpływy z tytułu kredytów i pożyczek	3 889	8 741
Splata kredytów i pożyczek	(15 345)	(11 634)
Płatności zobowiązań z tytułu umów leasingu finansowego	(4 145)	(4 803)
Odsetki zapłacone	(932)	(1 649)
Pozostałe	(413)	(74)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności finansowej	(16 946)	(9 419)
Zmiana stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	7 467	(34 896)
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty		
Na początek okresu obrotowego	52 330	99 554
Na koniec okresu obrotowego	59 797	64 658

Załączone noty stanowią integralną część niniejszego skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

NOTY DO SKRÓCONEGO ŚRÓDROCZNEGO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO NA 31 MARCA 2015 R. ORAZ ZA TRZY MIESIĄCE ZAKOŃCZONE 31 MARCA 2015 R.

1. INFORMACJE OGÓLNE

Podstawowym przedmiotem działalności Agory S.A. z siedzibą w Warszawie, ul. Czerska 8/10 („Spółka”), jest wydawanie dzienników (w tym *Gazety Wyborczej*) oraz działalność internetowa. Spółka jest obecna w segmencie kin, poprzez spółki zależne Helios S.A. i Next Film Sp. z o.o. („grupa Helios”) oraz w segmencie reklamy zewnętrznej poprzez spółkę zależną AMS S.A. („AMS”). Dodatkowo, Spółka kontroluje 5 spółek radiowych oraz prowadzi działalność wydawniczą w segmencie czasopism, wydawnictw periodycznych oraz książkowych. Ponadto, Grupa Agora prowadzi działalność poligraficzną w drukarniach należących bezpośrednio do Spółki i spółki zależnej Agora Poligrafia Sp. z o.o. Od marca 2014 r. Agora jest obecna także w segmencie telewizyjnym poprzez udziały w spółce Stopklatka S.A. Grupa angażuje się również w projekty z zakresu koprodukcji i produkcji filmowej.

Na dzień 31 marca 2015 r. grupę kapitałową Agory („Grupa”) stanowiły: spółka dominująca Agora S.A. oraz 16 spółek zależnych. Dodatkowo Grupa posiada udziały w spółce wspólnie kontrolowanej Stopklatka S.A. (od 12 marca 2014 r.) oraz w czterech spółkach stowarzyszonych: GoldenLine Sp. z o.o., Online Technologies HR Sp. z o.o., Instytut Badań Outdooru IBO Sp. z o.o. oraz Hash.fm Sp. z o.o. (od 18 lipca 2014 r.). Grupa prowadzi działalność we wszystkich głównych miastach Polski.

Sprawozdanie finansowe zostało przygotowane na dzień oraz za trzy miesiące zakończone 31 marca 2015 r., z danymi porównawczymi na dzień oraz za trzy miesiące zakończone 31 marca 2014 r.

Sprawozdanie finansowe zostało zatwierdzone do publikacji przez Zarząd Agory S.A. w dniu 11 maja 2015 r.

2. PODSTAWA SPORZĄDZENIA SKRÓCONEGO ŚRÓDROCZNEGO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO

Skonsolidowany bilans na 31 marca 2015 r., skonsolidowany rachunek zysków i strat, skonsolidowane sprawozdanie z całkowitych dochodów, skonsolidowany rachunek przepływów pieniężnych oraz skonsolidowane zestawienie zmian w kapitale własnym za trzy miesiące zakończone 31 marca 2015 r. nie zostały zbadane przez biegłego rewidenta. Skonsolidowane sprawozdanie finansowe na 31 grudnia 2014 r. oraz za dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2014 r. podlegało badaniu przez biegłego rewidenta, który wydał opinię bez zastrzeżeń.

Skrócone śródroczne sprawozdanie finansowe zostało przygotowane według Międzynarodowego Standardu Rachunkowości 34 „Śródroczna sprawozdawczość finansowa”, zgodnie z art. 55 ust. 5 oraz art. 45 ust. 1a-1c ustawy o rachunkowości (Dz. U. z 2013 r., poz. 330 z późniejszymi zmianami) i wydanych na jej podstawie przepisów wykonawczych oraz zgodnie z wymogami określonymi w rozporządzeniu Ministra Finansów z dnia 19 lutego 2009 r. w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim (Dz. U. z 2014 r., poz. 133).

Przygotowując skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe, Grupa stosowała te same zasady rachunkowości, co opisane w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym na 31 grudnia 2014 r., za wyjątkiem zmian opisanych poniżej. Skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe na 31 marca 2015 r. powinno być czytane razem ze zbadanym skonsolidowanym sprawozdaniem finansowym na 31 grudnia 2014 r.

Dla sprawozdań finansowych Grupy za rok obrotowy rozpoczynający się z dniem 1 stycznia 2015 r. efektywne są następujące nowe interpretacje oraz zmiany do istniejących standardów, które zostały zatwierdzone przez Unię Europejską:

- 1) Interpretacja KIMSF 21 *Opłaty publiczne*;
- 2) Zmiany do Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej - *Ulepszenia 2011-2013*.

Zastosowanie powyższych zmian nie miało wpływu na skonsolidowane sprawozdanie finansowe.

3. ZOBOWIĄZANIA Z TYTUŁU KREDYTÓW I POŻYCZEK

Na podstawie umowy kredytowej o Wielocelowy Limit Kredytowy, podpisanej w dniu 28 maja 2014 r. z Bankiem Polska Kasa Opieki S.A., Agora S.A. 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 pierwszym kwartale 2015 r. Spółka spłaciła ostatnią ratę linii kredytowej wykorzystanej w latach ubiegłych.

Na dzień 31 marca 2015 r., zadłużenie zewnętrzne grupy Helios (Helios S.A. oraz Next Film Sp. z o.o.) z tytułu kredytów bankowych i zobowiązań z tytułu leasingu finansowego wynosiło 77 692 tys. zł i składały się na nie:

- kredyty bankowe w łącznej wysokości 35 898 tys. zł (z tego 25 588 tys. zł jest prezentowane w zobowiązaniach długoterminowych),
- zobowiązania z tytułu leasingu finansowego wysokości 41 794 tys. zł (z tego 26 868 tys. zł jest prezentowane w zobowiązaniach długoterminowych) – dotyczą one głównie wyposażenia kin oraz samochodów.

4. PRZYCHODY I INFORMACJE O SEGMENTACH OPERACYJNYCH

Zgodnie z *MSSF 8 Segmenty operacyjne* w niniejszym skróconym śródrocznym skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym ujmowane są informacje o segmentach w oparciu o elementy składowe Grupy, które zarządzający monitorują w zakresie podejmowania decyzji operacyjnych. Segmenty operacyjne to elementy składowe Grupy, dla których dostępna jest oddzielna informacja finansowa, regularnie oceniana przez osoby podejmujące kluczowe decyzje odnośnie alokacji zasobów i oceniające działalność Grupy.

Dla celów zarządczych, Grupa została podzielona na segmenty w oparciu o wytwarzane produkty i świadczone usługi.

Od 1 stycznia 2014 r. działalność Grupy podzielona jest na sześć głównych segmentów sprawozdawczych. Są to:

- 1) Segment *Prasa* obejmuje działalność Grupy dotyczącą wydawania *Gazety Wyborczej*, *Metra* oraz wydawania czasopism w ramach pionu Czasopisma i Prasa Bezpłatna,
- 2) Segment *Film i Książka* obejmuje działalność Grupy w zakresie zarządzania obiektami kinowymi w ramach spółki Helios S.A. oraz dystrybucji filmów w kinach w ramach Next Film Sp. z o.o., jak również działalność pionu Projektów Specjalnych Agory S.A. (m.in. Wydawnictwo oraz produkcja filmowa),
- 3) Segment *Reklama Zewnętrzna* obejmuje działalność spółek grupy AMS, które oferują usługi reklamowe na różnego rodzaju nośnikach reklamy zewnętrznej,
- 4) Segment *Internet* obejmuje funkcjonowanie Grupy w zakresie oferowania produktów i usług internetowych oraz multimedialnych, na co składa się działalność pionu Internet Agory S.A., Trader.com (Polska) Sp. z o.o., AdTaily Sp. z o.o., Sport4People Sp. z o.o. oraz Sir Local Sp. z o.o.,
- 5) Segment *Radio* obejmuje działalność Grupy w zakresie funkcjonowania radiostacji lokalnych oraz ponadregionalnego radia *TOK FM*, w jego skład wchodzi również pion Radio w Agorze S.A.,
- 6) Segment *Druk* obejmuje funkcjonowanie Grupy w zakresie działalności poligraficznej prowadzonej przez pion Druku Agory S.A. i spółkę Agora Poligrafia Sp. z o.o.

Zasady rachunkowości segmentów operacyjnych są takie same jak zasady rachunkowości Grupy Agora, poza kwestiami opisanymi poniżej.

Dane dla danego segmentu są dla celów zarządczych konsolidowane pro-forma. Zarząd monitoruje oddzielnie wyniki operacyjne segmentów w celu podejmowania decyzji dotyczących alokacji zasobów, oceny skutków tej alokacji oraz wyników działalności. Koszty operacyjne segmentu Prasa związane z produkcją tytułów własnych Grupy rozliczane są na zasadzie alokacji kosztów bezpośrednich i pośrednich związanych z ich produkcją z segmentu Druk. Ocena poszczególnych segmentów jest dokonywana do poziomu zysku/straty na działalności operacyjnej.

Wyniki operacyjne poszczególnych segmentów nie zawierają:

- a) 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,
- b) amortyzacji konsolidacyjnej (opis poniżej).

Finansowanie Grupy (łącznie z kosztami i przychodami finansowymi) oraz podatek dochodowy są monitorowane na poziomie Grupy i nie podlegają alokacji. Ceny transakcyjne stosowane przy transakcjach pomiędzy segmentami operacyjnymi są ustalane na zasadach rynkowych, podobnie jak przy transakcjach ze stronami niepowiązanymi.

Pozycje uzgadniające zawierają dane nieujęte w poszczególnych segmentach, m.in. pozostałe przychody i koszty pionów wspomagających (scentralizowane funkcje technologiczne, administracyjno-finansowe, zarządzania zasobami ludzkimi itp.), a także Zarządu Agory S.A., Agorę TC Sp. z o.o., wyłączenia konsolidacyjne oraz inne korekty uzgadniające dane prezentowane w raportach zarządczych do skonsolidowanych danych finansowych Grupy.

Amortyzacja operacyjna obejmuje amortyzację wartości niematerialnych oraz rzeczowych aktywów trwałych przypisanych bezpośrednio do danego segmentu. Amortyzacja konsolidacyjna obejmuje korekty konsolidacyjne m.in. dotyczące wartości niematerialnych oraz zwiększeń rzeczowych aktywów trwałych rozpoznanych bezpośrednio na konsolidacji.

Odpisy aktualizujące oraz odwrócenie odpisów aktualizujących dotyczą odpisów prezentowanych w pozostałych kosztach i przychodach operacyjnych.

Wartość inwestycji w spółki stowarzyszone i współkontrolowane wyceniane metodą praw własności obejmuje wartość zakupionych udziałów skorygowaną o udział w wynikach netto tych spółek ustalony metodą praw własności. Prezentowane dane za trzy miesiące zakończone 31 marca 2015 r. i 31 marca 2014 r. dotyczą GoldenLine Sp. z o.o., Online Technologies HR Sp. z o.o., Instytut Badań Outdooru IBO Sp. z o.o., Stopklatka S.A. (od 12 marca 2014 r.) oraz Hash.fm Sp. z o.o. (od 1 sierpnia 2014 r.).

Nakłady inwestycyjne to wydatki określone na podstawie zaksięgowanych w danym okresie sprawozdawczym faktur dotyczących zakupu rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych.

Grupa nie raportuje segmentów w ujęciu geograficznym, gdyż prowadzi działalność głównie na terenie Polski.

4. PRZYCHODY I INFORMACJE O SEGMENTACH OPERACYJNYCH (C.D.)

Trzy miesiące zakończone 31 marca 2015 r.

	Prasa	Film i książka	Reklama zewnętrzna	Internet	Radio	Druk	Pozycje uzgadniające	Razem
Sprzedaż klientom zewnętrznym	66 428	92 494	30 869	30 477	20 486	40 658	1 407	282 819
Sprzedaż do innych segmentów (2)	1 907	3 905	925	1 337	1 030	354	(9 458)	-
Przychody ogółem	68 335	96 399	31 794	31 814	21 516	41 012	(8 051)	282 819
Koszty ogółem (1), (2), (3)	(67 518)	(81 502)	(31 272)	(28 753)	(21 267)	(39 573)	(10 403)	(280 288)
Zysk / (strata) operacyjny (a) (1)	817	14 897	522	3 061	249	1 439	(18 454)	2 531
Koszty i przychody finansowe							(425)	(425)
Udział w zyskach/(stratach) netto jednostek wycenianych metodą praw własności (3)	-	-	(15)	76	-	-	(726)	(665)
Podatek dochodowy							(181)	(181)
Zysk netto								1 260

(1) na poziomie segmentów nie zawiera amortyzacji konsolidacyjnej, która jest uwzględniona w pozycjach uzgadniających;

(2) 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;

(3) *pozycje uzgadniające* zawierają dane nieujęte w poszczególnych segmentach, m.in. koszty operacyjne oraz wynik na pozostałej działalności operacyjnej pionów wspomagających (scenarizowane funkcje technologiczne, administracyjno-finansowe, zarządzania zasobami ludzkimi itp.) oraz Zarządu Agory S.A. i Agorę TC Sp. z o.o. (21 390 tys. zł), wyłączenia konsolidacyjne oraz inne korekty uzgadniające dane prezentowane w raportach zarządczych do skonsolidowanych danych finansowych Grupy Agora. W przypadku inwestycji w spółki wyceniane metodą praw własności pozycje uzgadniające obejmują inwestycję w spółkę Stopklatka S.A.

4. PRZYCHODY I INFORMACJE O SEGMENTACH OPERACYJNYCH (C.D.)

Trzy miesiące zakończone 31 marca 2015 r.

	Prasa	Film i książka	Reklama zewnętrzna	Internet	Radio	Druk	Pozycje uzgadniające	Razem
Amortyzacja operacyjna	(2 427)	(7 403)	(2 858)	(1 336)	(669)	(4 125)	(4 261)	(23 079)
Amortyzacja konsolidacyjna (1)	-	(135)	-	(267)	-	-	64	(338)
Odpisy aktualizujące	(851)	(110)	(686)	(262)	(203)	(50)	187	(1 975)
Odwroćenie odpisów aktualizujących	653	6	433	116	104	41	-	1 353
Nakłady inwestycyjne (2)	367	2 465	9 297	414	203	469	731	13 946

Stan na 31 marca 2015 r.

	Prasa	Film i książka	Reklama zewnętrzna	Internet	Radio	Druk	Pozycje uzgadniające (3)	Razem
Rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne	72 086	269 824	241 698	51 360	71 513	190 693	184 598	1 081 772
Inwestycje w spółki stowarzyszone i wspólnie kontrolowane wyceniane metodą praw własności	-	-	-	13 119	-	-	2 619	15 738

(1) nie jest uwzględniona na poziomie zysku / (straty) operacyjnej poszczególnych segmentów;

(2) na podstawie zaksięgowanych w danym okresie faktur;

(3) *pozycje uzgadniające* zawierają głównie wartość siedziby Spółki (117 554 tys. zł) oraz pozostałe rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne pionów wspomagających Agory S.A. i Agory TC Sp. z o.o., nieujęte w poszczególnych segmentach oraz korekty konsolidacyjne. W przypadku inwestycji w spółki wyceniane metodą praw własności pozycje uzgadniające obejmują inwestycję w spółkę Stopklatka S.A.

4. PRZYCHODY I INFORMACJE O SEGMENTACH OPERACYJNYCH (C.D.)

Trzy miesiące zakończone 31 marca 2014 r.

	Prasa	Film i książka	Reklama zewnętrzna	Internet	Radio	Druk	Pozycje uzgadniające	Razem
Sprzedaż klientom zewnętrznym	67 627	69 187	30 436	25 840	17 061	42 208	1 636	253 995
Sprzedaż do innych segmentów (2)	1 592	1 747	812	876	1 030	355	(6 412)	-
Przychody ogółem	69 219	70 934	31 248	26 716	18 091	42 563	(4 776)	253 995
Koszty ogółem (1), (2), (3)	(63 063)	(65 819)	(34 728)	(22 653)	(18 273)	(43 326)	(15 699)	(263 561)
Zysk / (strata) operacyjny (a) (1)	6 156	5 115	(3 480)	4 063	(182)	(763)	(20 475)	(9 566)
Koszty i przychody finansowe							87	87
Udział w zyskach/(stratach) netto jednostek wycenianych metodą praw własności			(45)	137			(418)	(326)
Podatek dochodowy							857	857
Strata netto								(8 948)

(1) na poziomie segmentów nie zawiera amortyzacji konsolidacyjnej, która jest uwzględniona w pozycjach uzgadniających;

(2) 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;

(3) *pozycje uzgadniające* zawierają dane nieujęte w poszczególnych segmentach, m.in. koszty operacyjne oraz wynik na pozostałej działalności operacyjnej pionów wspomagających (scentralizowane funkcje technologiczne, administracyjno-finansowe, zarządzania zasobami ludzkimi itp.) oraz Zarządu Agory S.A. i Agorę TC Sp. z o.o. (23 693 tys. zł), wyłączenia konsolidacyjne oraz inne korekty uzgadniające dane prezentowane w raportach zarządczych do skonsolidowanych danych finansowych Grupy Agora. W przypadku inwestycji w spółki wyceniane metodą praw własności pozycje uzgadniające obejmują inwestycję w spółkę Stopklatka S.A.

4. PRZYCHODY I INFORMACJE O SEGMENTACH OPERACYJNYCH (C.D.)

Trzy miesiące zakończone 31 marca 2014 r.

	Prasa	Film i książka (3)	Reklama zewnętrzna	Internet	Radio	Druk	Pozycje uzgadniające	Razem
Amortyzacja operacyjna	(2 229)	(6 169)	(4 132)	(1 230)	(652)	(4 357)	(4 697)	(23 466)
Amortyzacja konsolidacyjna (1)	-	(135)	-	(267)	-	-	64	(338)
Odpisy aktualizujące	(1 029)	(103)	(1 032)	(301)	(217)	(70)	(301)	(3 053)
Odwroćenie odpisów aktualizujących	444	132	115	199	83	39	79	1 091
Nakłady inwestycyjne (2)	266	19 119	2 125	1 275	537	87	829	24 238

Stan na 31 marca 2014 r.

	Prasa	Film i książka	Reklama zewnętrzna	Internet	Radio	Druk	Pozycje uzgadniające (4)	Razem
Rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne	87 426	287 058	240 309	53 693	71 446	210 159	194 201	1 144 292
Inwestycje w spółki stowarzyszone i współkontrolowane wyceniane metodą praw własności	-	-	168	11 758	-	-	1 752	13 678

(1) nie jest uwzględniona na poziomie zysku / (straty) operacyjnej poszczególnych segmentów;

(2) na podstawie zaksięgowanych w danym okresie faktur;

(3) kwota nakładów inwestycyjnych zawiera również wartość rzeczowych aktywów trwałych w leasingu w kwocie 6 078 tys. zł;

(4) *pozycje uzgadniające* zawierają głównie wartość siedziby Spółki (122 813 tys. zł) oraz pozostałe rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne pionów wspomagających Agory S.A. i Agory TC Sp. z o.o., nieujęte w poszczególnych segmentach oraz korekty konsolidacyjne. W przypadku inwestycji w spółki wyceniane metodą praw własności pozycje uzgadniające obejmują inwestycję w spółkę Stopklatka S.A.

5. PLANY MOTYWACYJNE OPARTE O INSTRUMENTY FINANSOWE

Począwszy od trzeciego kwartału 2013 r. członkowie Zarządu Spółki uczestniczą w programie motywacyjnym („Trzyletni Plan Motywacyjny” za lata 2013-2015), którego podstawowy opis został przedstawiony w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym za 2014 r.

Zasady, cele, korekty i warunki rozliczenia Trzyletniego Planu Motywacyjnego dla członków Zarządu Spółki zostały określone w uchwale Rady Nadzorczej.

Do końca 2014 r. Trzyletni Plan Motywacyjny był oparty o dwa komponenty: stopień realizacji celu wynikowego („Cel EBITDA”) oraz stopień aprecjacji ceny akcji („Cel Wzrostu Wartości Akcji”).

W 2014 r., w związku ze spełnieniem warunku dotyczącego określonego poziomu wyniku EBITDA Grupy Agora, nastąpiło rozwiązanie dotychczas ujętego zobowiązania w zakresie dotyczącym komponentu opartego o cel EBITDA, a skutki tego rozwiązania zostały odniesione do rachunku zysków i strat w czwartym kwartale 2014 r.

W związku z tym, począwszy od pierwszego kwartału 2015 r., potencjalna premia wynikająca z Trzyletniego Planu Motywacyjnego opiera się tylko o stopień aprecjacji ceny akcji.

Wartość godziwa rezerwy na koszty potencjalnej premii z tytułu realizacji Celu Wzrostu Wartości Akcji, oszacowana została przy wykorzystaniu modelu dwumianowego (model *Cox, Ross, Rubinstein*), biorącego pod uwagę m.in.: bieżącą wysokość kursu akcji Spółki (na dzień bilansowy, którego dotyczy sprawozdanie finansowe) oraz zmienność kursu akcji Spółki z okresu 12 miesięcy poprzedzających dzień bilansowy, na który jest sporządzane sprawozdanie finansowe. Wartość ta odnoszona jest w rachunek zysków i strat proporcjonalnie przez cały okres rozliczenia Trzyletniego Planu Motywacyjnego, tj. od 1 grudnia 2013 r. (dzień przyznania) do 30 czerwca 2016 r. (dzień rozliczenia). Podstawowe parametry modelu dwumianowego służącego kalkulacji wartości godziwej potencjalnej premii z tytułu realizacji Celu Wzrostu Wartości Akcji oraz kosztu do uwzględnienia w rachunku zysków i strat Grupy Agora za dany okres, zostały przedstawione poniżej:

kurs akcji Agory S.A. na dzień bilansowy, którego dotyczy sprawozdanie finansowe	zł	10,19
zmienność kursu akcji Agory S.A. w okresie ostatnich dwunastu miesięcy	%	26,83
kurs bazowy	zł	9,00
stopa wolna od ryzyka	%	1,39-1,67 (w terminach zapadalności)

Na potrzeby szacunku obu powyższych wartości godziwych przyjęto również wskaźnik prawdopodobieństwa wypełnienia przez uprawnionych pracowników warunków nierynkowych, o których mowa powyżej, na poziomie 87,5%.

Łączny wpływ Trzyletniego Planu Motywacyjnego na skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy Agora:

	Trzy miesiące zakończone 31 marca 2015	Trzy miesiące zakończone 31 marca 2014
Rachunek zysków i strat - zwiększenie/(zmniejszenie) kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników	673	483
Rachunek zysków i strat – podatek odroczony	(128)	(92)
Zobowiązania: rozliczenia międzyokresowe - stan na koniec okresu	791	1 177
Aktywo z tytułu podatku odroczonego - stan na koniec okresu	150	224

Łączny wpływ Trzyletniego Planu Motywacyjnego związany z udziałem w tym programie członków zarządu Agory S.A.:

	Trzy miesiące zakończone 31 marca 2015	Trzy miesiące zakończone 31 marca 2014
Bartosz Hojka	169	119
Tomasz Jagiełło	168	119
Grzegorz Kossakowski	168	126
Robert Musiał	168	119
	673	483

6. ZMIANY REZERW I ODPISÓW AKTUALIZUJĄCYCH WARTOŚCI AKTYWÓW

W okresie od 1 stycznia 2015 r. do 31 marca 2015 r. skorygowano salda odpisów aktualizujących składniki majątkowe o następujące kwoty:

- odpisy na należności: spadek o 138 tys. zł,
- odpisy na zapasy: wzrost o 262 tys. zł,
- odpisy aktualizujące wartość rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych: wzrost o 22 tys. zł.

Ponadto w okresie od 1 stycznia 2015 r. do 31 marca 2015 r. zmieniono salda następujących rezerw:

- zmniejszono rezerwę na koszty związane z umowami rodzącymi obciążenia 58 tys. zł,
- zmniejszono rezerwę na sprawy sporne i pozostałe o kwotę 378 tys. zł,
- zwiększono rezerwę na odprawy emerytalne o kwotę 2 tys. zł,
- wykorzystano rezerwę na koszty związane ze zwolnieniem grupowym na kwotę 146 tys. zł.

7. ZOBOWIĄZANIA WARUNKOWE, UDZIELONE PORĘCZENIA I INNE ZABEZPIECZENIA

Na 31 marca 2015 r. stan zobowiązań warunkowych, udzielonych poręczeń i innych zabezpieczeń, z których nie powstaną zobowiązania inne niż wymienione poniżej, przedstawiał się następująco:

Beneficjent	Dłużnik	Okres ważności	31 marca 2015	31 grudnia 2014	Utworzona rezerwa
Udzielone przez Agora S.A.					
Bank Pekao S.A.	Pracownicy Agory	06.06.2015 - 05.07.2020	287	255	-
Bank Pekao S.A.	RDR Sp. z o.o.	27.06.2015	14 400	-	-
Bank Pekao S.A.	Trader.com (Polska) Sp. z o.o.	27.06.2015	2 400	-	-
Udzielone przez AMS S.A.					
Tejbrant Polska Sp. z o.o.	Adpol Sp. z o.o.	30.06.2017	3 000	3 000	-
Udzielone przez Adpol Sp. z o.o.					
mBank S.A.	AMS S.A.	17.12.2015 - 30.04.2017	71 400	56 400	-
Weksle wystawione przez AMS S.A. i Adpol Sp. z o.o.					
Urząd Miejski Wrocławia	AMS S.A.	31.05.2016	34	34	-
Gmina Miasto Szczecin	AMS S.A.	czas nieokreślony	90	90	-
mBank S.A.	AMS S.A.	16.12.2015 - 31.12.2017	1 933	1 933	-
Zarząd Dróg Miejskich Warszawa	Adpol Sp. z o.o.	01.01.2022	200	200	-

Łączna wartość istniejących zobowiązań warunkowych, udzielonych poręczeń i innych zabezpieczeń jest mniejsza od równowartości 10% kapitałów własnych.

Dodatkowo, Helios S.A. wystawił weksle in blanco jako zabezpieczenie wierzytelności z tytułu umów kredytowych i leasingów finansowych oraz gwarancji czynszowych.

Ponadto, spółka AMS S.A. złożyła w banku kaucje pieniężne stanowiące zabezpieczenie gwarancji bankowych udzielonych w związku z realizacją umowy koncesji na budowę i modernizację wiat przystankowych w Warszawie. Należność z tytułu tych kaucji na dzień 31 marca 2015 r. wynosi 37,6 mln zł (z tego 29,6 mln zł jest prezentowane w należnościach długoterminowych).

Informacja na temat zobowiązań warunkowych dotyczących spraw spornych została zawarta w nocie 8.

8. INFORMACJA O SPRAWACH SPORNYCH

Na dzień 31 marca 2015 r. Grupa nie była stroną postępowań, przed sądem lub innym organem, o zobowiązania lub wierzytelności o łącznej wartości co najmniej 10% kapitałów własnych. Wartość rezerwy na sprawy sporne na dzień 31 marca 2015 r. wynosi 1 076 tys. zł (na dzień 31 grudnia 2014 r.: 1 421 tys. zł)

Dodatkowo, na dzień 31 marca 2015 r. spółki Grupy są stronami sądowych spraw spornych o łącznej wartości 3 524 tys. zł (na dzień 31 grudnia 2014 r.: 3 962 tys. zł), w przypadku których Zarząd ocenia prawdopodobieństwo przegranej jako mniejsze niż 50%. Stanowią one zobowiązania warunkowe.

9. SEZONOWOŚĆ

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

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.

10. TRANSAKcje Z PODMIOTAMI POWIĄZANYMI

(a) wynagrodzenia członków zarządu i rady nadzorczej

Wynagrodzenia wypłacone przez Agorę S.A. członkom Zarządu w okresie trzech miesięcy zakończonych 31 marca 2015 r. wyniosły 438 tys. zł (trzy miesiące 2014 r.: 793 tys. zł). Wynagrodzenia wypłacone członkom Rady Nadzorczej w okresie trzech miesięcy zakończonych 31 marca 2015 r. wyniosły 117 tys. zł (trzy miesiące 2014 r.: 99 tys. zł).

Członkowie Zarządu i Rady Nadzorczej Agory S.A. nie nabyli akcji Agory w okresie trzech miesięcy zakończonych 31 marca 2015 r. i odpowiednio 31 marca 2014 r.

(b) spółki powiązane z Grupą Agora (nie objęte konsolidacją metodą pełną)

Nie było istotnych transakcji i sald w stosunku do spółek powiązanych innych niż wskazane poniżej:

	Trzy miesiące zakończone 31 marca 2015	Trzy miesiące zakończone 31 marca 2014
Spółki powiązane		
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	192	353
Zakupy dóbr i usług	(202)	(76)
Przychody finansowe z tytułu odsetek od pożyczek udzielonych	51	41
Pozostałe przychody operacyjne	123	44
	31 marca 2015	31 grudnia 2014
Spółki powiązane		31 marca 2014
Należności krótkoterminowe	212	400
Zobowiązania krótkoterminowe	223	286
Pożyczki udzielone	6 254	4 203
		4 475

Powyższe transakcje pomiędzy podmiotami Grupy są transakcjami typowymi.

11. OPIS ORGANIZACJI GRUPY KAPITAŁOWEJ

Wykaz spółek wchodzących w skład Grupy Kapitałowej:

	% posiadanych akcji / udziałów (efektywnie)	
	31 marca 2015	31 grudnia 2014
Spółki zależne konsolidowane		
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	80,4%	80,4%
11 Helios S.A., Łódź	88,1%	88,1%
12 Next Film Sp. z o.o., Łódź (3)	88,1%	88,1%
13 Sport4People Sp. z o.o., Kraków	56,5%	56,5%
14 Projekt Inwestycyjny Sp. z o.o., Warszawa (1)	70,0%	70,0%
15 Sir Local Sp. z o.o., Warszawa	78,4%	78,4%
16 TV Zone Sp. z o.o., Warszawa	100,0%	100,0%
Jednostki współkontrolowane i stowarzyszone wyceniane metodą praw własności		
17 GoldenLine Sp. z o.o., Warszawa	36,0%	36,0%
18 Online Technologies HR Sp. z o.o., Szczecin	46,2%	46,2%
19 Instytut Badań Outdooru IBO Sp. z o.o., Warszawa	40,0%	40,0%
20 Stopklatka S.A., Warszawa	41,0%	41,0%
21 Hash.fm Sp. z o.o., Warszawa	49,5%	49,5%
Spółki nie objęte konsolidacją i wyceną metodą praw własności		
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.

12. POŁĄCZENIA, ZAKUP I SPRZEDAŻ JEDNOSTEK GOSPODARCZYCH

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 się 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.

13. WALUTA FUNKCJONALNA I WALUTA PREZENTACJI SKRÓCONEGO ŚRÓDROCZNEGO SKONSOLIDOWANEGO ORAZ SKRÓCONEGO JEDNOSTKOWEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO AGORY S.A. ORAZ ZASADY PRZYJĘTE DO PRZELICZENIA DANYCH FINANSOWYCH

Walutą funkcjonalną Agory S.A. oraz pozostałych spółek i walutą prezentacji niniejszego skonsolidowanego sprawozdania finansowego jest złoty polski.

Wybrane dane finansowe prezentowane w sprawozdaniu finansowym przeliczono na walutę Euro w następujący sposób:

- Pozycje dotyczące rachunku zysków i strat oraz rachunku przepływów pieniężnych za pierwszy kwartał 2015 r. (za pierwszy kwartał 2014 r.) przeliczono według kursu stanowiącego średnią arytmetyczną średnich kursów ogłaszanych przez NBP obowiązujących na ostatni dzień każdego miesiąca kwartału. Kurs ten wyniósł 1 EURO = 4,1489 zł (1 EURO = 4,1894 zł).
- Pozycje bilansowe przeliczono według średniego kursu ogłoszonego przez NBP, obowiązującego na dzień bilansowy. Kurs ten wyniósł na 31 marca 2015 r. 1 EURO = 4,0890 zł, na 31 grudnia 2014 r. 1 EURO = 4,2623 zł, na 31 marca 2014 r. 1 EURO = 4,1713 zł.

14. RZECZOWE AKTYWA TRWAŁE

W okresie od 1 stycznia 2015 r. do 31 marca 2015 r. Grupa nabyła rzeczowe aktywa trwałe o wartości 24 012 tys. zł (w okresie od 1 stycznia 2014 r. do 31 marca 2014 r.: 27 852 tys. zł).

Na dzień 31 marca 2015 r. zakontraktowane nakłady inwestycyjne dotyczące nabycia rzeczowych aktywów trwałych wynoszą 41 125 tys. zł (na dzień 31 grudnia 2014 r. 41 836 tys. zł).

Zarząd Spółki pragnie zwrócić uwagę, że zakontraktowane nakłady inwestycyjne obejmują również przyszłe zobowiązania wynikające z podpisanych umów związanych z realizacją umowy koncesji na budowę i eksploatację 1 580 wiat przystankowych w Warszawie. Strony konsorcjum AMS - Ströer postanowiły, że nakłady związane z procesem inwestycyjnym, koszty utrzymania wiat oraz przyszłe przychody z ich użytkowania przypadną w całości spółce AMS S.A. Proces inwestycyjny rozpoczął się w 2014 r. i potrwa 3 lata. Łączny szacowany koszt budowy wiat to około 80 mln zł.

Ponadto, zgodnie z ogłoszonymi w marcu 2014 r. średnioterminowymi planami rozwoju Grupy Agora, spółka zależna Helios S.A. zaplanowała zwiększenie liczby obiektów w sieci kinowej. Do końca 2018 r. może na to przeznaczyć do około 80 mln zł.

15. INSTRUMENTY FINANSOWE WYCENIANE W WARTOŚCI GODZIWEJ

Grupa stosuje następującą hierarchię dla celów ujawniania informacji na temat instrumentów finansowych wycenianych w wartości godziwej - w podziale na metody wyceny:

Poziom 1: ceny notowane na aktywnym rynku (niekorygowane) dla identycznych aktywów lub zobowiązań;

Poziom 2: metody wyceny, w których wszelkie dane mające istotny wpływ na szacowaną wartość godziwą są obserwowalnymi, bezpośrednio lub pośrednio, danymi rynkowymi;

Poziom 3: metody wyceny, w których dane wejściowe mające istotny wpływ na szacowaną wartość godziwą nie są oparte na obserwowalnych danych rynkowych.

Poniższa tabela przedstawia instrumenty finansowe wyceniane w wartości godziwej na dzień bilansowy:

	31 marca 2015	Poziom 1	Poziom 2	Poziom 3
Jednostki uczestnictwa w funduszach inwestycyjnych	38 303	-	38 303	-
Aktywa finansowe wyceniane w wartości godziwej	38 303	-	38 303	-
Zobowiązania z tytułu opcji put	17 735	-	-	17 735
Zobowiązanie z tytułu płatności warunkowej	4 483	-	-	4 483
Zobowiązania finansowe wyceniane w wartości godziwej	22 218	-	-	22 218

	31 grudnia 2014	Poziom 1	Poziom 2	Poziom 3
Jednostki uczestnictwa w funduszach inwestycyjnych	57 888	-	57 888	-
Aktywa finansowe wyceniane w wartości godziwej	57 888	-	57 888	-
Zobowiązania z tytułu opcji put	17 735	-	-	17 735
Zobowiązanie z tytułu płatności warunkowej	4 483	-	-	4 483
Zobowiązania finansowe wyceniane w wartości godziwej	22 218	-	-	22 218

Do kluczowych założeń, których zmiana w największym stopniu wpływa na oszacowanie wartości godziwej instrumentów finansowych z 3 poziomu hierarchii należą stopa dyskontowa oraz prognozowana wysokość wyniku finansowego.

W okresie od 1 stycznia 2015 r. do 31 marca 2015 r. nie wystąpiły zmiany wartości instrumentów finansowych z 3 poziomu hierarchii.

16. PROGRAM SKUPU AKCJI WŁASNYCH

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 zł i nie wyższą niż 16 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 miała nabyć nie więcej niż 2 779 970 akcji („Akcje”), stanowiących nie więcej niż 5,63% 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 1,0 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 12,0 zł za jedną Nabytą Akcją a całość poniesionych wydatków na przeprowadzenie i rozliczenie Oferty wyniosła 30 060 tys. zł. Celem zakupu Nabytych Akcji jest ich umorzenie.

W dniu 1 kwietnia 2015 r. Zarząd Agory S.A. ogłosił drugą ofertę skupu akcji własnych Spółki („Oferta”). Podmiotami uprawnionymi do uczestniczenia w Ofercie byli wszyscy akcjonariusze Spółki. W ramach Oferty, Spółka zaoferowała, że nabydzie 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 wynosiła 12,00 zł. Przyjmowanie ofert sprzedaży Akcji rozpoczęło się w dniu 7 kwietnia 2015 r., a zakończyło w dniu 17 kwietnia 2015 r. Podmiotem pośredniczącym w przeprowadzeniu i rozliczeniu Oferty był Bank Zachodni WBK S.A. – Dom Maklerski BZ WBK.

W dniu 24 kwietnia 2015 r. Zarząd Agory S.A. poinformował że w dniu 24 kwietnia 2015 r., w wyniku ogłoszonej Oferty, Spółka nabyła, poza rynkiem regulowanym za pośrednictwem Banku Zachodniego WBK S.A. – Dom Maklerski

BZ WBK, łącznie 771 960 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 1,52 % kapitału zakładowego Spółki oraz łącznie odpowiadają 771 960 głosów na walnym zgromadzeniu Spółki, co stanowi 1,13% głosów na walnym zgromadzeniu Spółki ("Nabyte Akcje"). Cena zakupu wynosiła 12,00 zł za jedną Nabytą Akcją oraz 9 263 520 zł łącznie za wszystkie Nabyte Akcje. Celem zakupu Nabytych Akcji jest ich umorzenie.

Łącznie, w wyniku realizacji całego programu nabywania akcji własnych, do którego Zarząd Agory S.A. został upoważniony w uchwale nr 7 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 24 czerwca 2014 r. i po rozliczeniu Oferty, Spółka posiada 3.271.960 akcji własnych, o wartości nominalnej 1,0 zł (słownie: jeden złoty) każda akcja, które (na datę niniejszego raportu), które stanowią 6,42% kapitału zakładowego Spółki oraz łącznie odpowiadają 3.271.960 głosów na walnym zgromadzeniu Spółki, co stanowi 4,81% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki. Zgodnie z prawem, Spółka nie wykonuje praw udziałowych z akcji własnych.

17. WYDARZENIA PO DNIU BILANSOWYM

W dniu 1 kwietnia 2015 r. Zarząd Agory S.A. ogłosił ofertę skupu akcji własnych Spółki w ramach programu uchwalonego przez Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy w dniu 24 czerwca 2014 r. Informacje na temat przeprowadzonej oferty zostały przedstawione w nocie 16.

W dniu 3 kwietnia 2015 r., spółka Grupa Radiowa Agory Sp. z o.o. ("GRA"), spółka zależna Agory S.A., nabyła 3 000 udziałów spółki BDM MEDIA Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie ("BDM Media") od czterech wspólników tej spółki za łączną cenę 936 500 zł. Na skutek powyższej transakcji GRA posiada 3 000 udziałów w kapitale zakładowym spółki, co daje jej 100% udziału w kapitale zakładowym i 100% głosów na zgromadzeniu wspólników. Dodatkowo, w dniu 3 kwietnia 2015 r. GRA - jako cesjonariusz - zawarła z wspólnikami spółki BDM MEDIA Sp. z o.o. - jako cedentami - umowę przelewu wierzytelności przysługujących wspólnikom wobec spółki BDM MEDIA Sp. z o.o. za łączną cenę 1 903 500 zł. Spółka BDM Media posiada koncesję na nadawanie programu KRK FM w Krakowie. Stacja radiowa KRM FM dołączy do portfolio Grupy Radiowej Agory.

W dniu 13 kwietnia 2015 r. Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego dokonał wykreślenia z rejestru przedsiębiorców spółki Polskie Badania Outdooru Sp. z o.o. w likwidacji, w której spółka AMS S.A. posiadała 41% udziałów.

18. WYBRANE SKONSOLIDOWANE DANE Z PRZELICZENIEM NA EURO

	w tys. zł			w tys. EURO		
	Trzy miesiące zakończone 31 marca 2015 niebadane	31 grudnia 2014 zbadane	Trzy miesiące zakończone 31 marca 2014 niebadane	Trzy miesiące zakończone 31 marca 2015 niebadane	31 grudnia 2014 zbadane	Trzy miesiące zakończone 31 marca 2014 niebadane
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	282 819		253 995	68 167		60 628
Zysk/(strata) z działalności operacyjnej	2 531		(9 566)	610		(2 283)
Zysk/(strata) brutto	1 441		(9 805)	347		(2 340)
Zysk/(strata) netto przypadająca na akcjonariuszy jednostki dominującej	(228)		(9 612)	(55)		(2 294)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej	31 334		8 642	7 552		2 063
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności inwestycyjnej	(6 921)		(34 119)	(1 668)		(8 144)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności finansowej	(16 946)		(9 419)	(4 084)		(2 248)
Zmiana stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	7 467		(34 896)	1 800		(8 330)
Aktywa razem	1 524 021	1 556 499	1 619 700	372 712	365 178	388 296
Zobowiązania długoterminowe	112 632	116 265	146 807	27 545	27 278	35 195
Zobowiązania krótkoterminowe	245 050	275 155	274 246	59 929	64 556	65 746
Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej	1 149 361	1 149 589	1 179 962	281 086	269 711	282 876
Kapitał zakładowy	50 937	50 937	50 937	12 457	11 951	12 211
Średnia ważona liczba akcji (w szt.)	48 437 386	50 183 961	50 937 386	48 437 386	50 183 961	50 937 386
Podstawowy/rozwodniony zysk/(strata) przypadający/a na jedną akcję (w zł / EURO)	(0,005)		(0,19)	(0,001)		(0,05)
Wartość księgowa na jedną akcję (w zł / EURO)	23,73	22,91	23,16	5,80	5,37	5,55

19. SKRÓCONE ŚRÓDROCZNE JEDNOSTKOWE SPRAWOZDANIE FINANSOWE AGORY S.A.

Jednostkowy bilans na 31 marca 2015 r.

	31 marca 2015 niebadane	31 grudnia 2014 zbadane	31 marca 2014 niebadane
Aktywa			
Aktywa trwałe:			
Wartości niematerialne	60 695	61 664	77 588
Rzeczowe aktywa trwałe	306 744	314 725	329 081
Długoterminowe aktywa finansowe	571 975	572 069	536 892
Należności długoterminowe i rozliczenia międzyokresowe	4 547	8 164	16 576
	943 961	956 622	960 137
Aktywa obrotowe:			
Zapasy	20 006	20 601	16 378
Należności krótkoterminowe i rozliczenia międzyokresowe	164 383	186 855	164 583
Należności z tytułu podatku dochodowego	25	24	3 088
Krótkoterminowe aktywa finansowe	5 445	3 616	56 710
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	44 006	28 075	30 087
	233 865	239 171	270 846
Aktywa razem	1 177 826	1 195 793	1 230 983

Jednostkowy bilans na 31 marca 2015 r. (c.d.)

	31 marca 2015 niebadane	31 grudnia 2014 zbadane	31 marca 2014 niebadane
Pasywa			
Kapitał własny:			
Kapitał zakładowy	50 937	50 937	50 937
Akcje własne	(30 060)	(30 060)	-
Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	147 192	147 192	147 192
Pozostałe kapitały rezerwowe	137 289	137 289	116 287
Zyski/(straty) z lat ubiegłych i roku bieżącego	687 685	700 798	734 449
	993 043	1 006 156	1 048 865
Zobowiązania długoterminowe:			
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	18 073	21 376	26 505
Pozostałe zobowiązania finansowe	4 483	4 483	-
Rezerwa na świadczenia emerytalne	1 844	1 844	1 778
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	809	118	1 209
Pozostałe zobowiązania długoterminowe	101	79	91
	25 310	27 900	29 583
Zobowiązania krótkoterminowe:			
Rezerwa na świadczenia emerytalne	175	175	115
Zobowiązania krótkoterminowe	91 123	91 654	83 117
Krótkoterminowe kredyty i pożyczki	-	8 643	34 582
Pozostałe zobowiązania finansowe	25 194	22 108	-
Rezerwy na zobowiązania	804	1 241	1 229
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	42 177	37 916	33 492
	159 473	161 737	152 535
Pasywa razem	1 177 826	1 195 793	1 230 983

Jednostkowy rachunek zysków i strat za trzy miesiące zakończone 31 marca 2015 r.

	Trzy miesiące zakończone 31 marca 2015 niebadane	Trzy miesiące zakończone 31 marca 2014 niebadane
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	150 094	140 176
Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów	(99 999)	(94 640)
Zysk brutto ze sprzedaży	50 095	45 536
Koszty sprzedaży	(48 986)	(40 495)
Koszty ogólnego zarządu	(19 323)	(21 158)
Pozostałe przychody operacyjne	1 473	1 339
Pozostałe koszty operacyjne	(1 617)	(1 826)
Strata z działalności operacyjnej	(18 358)	(16 604)
Przychody finansowe	2 539	1 991
Koszty finansowe	(598)	(674)
Strata brutto	(16 417)	(15 287)
Podatek dochodowy	3 304	2 077
Strata netto	(13 113)	(13 210)
Podstawowy/rozwodniony zysk/(strata) przypadający/(-a) na jedną akcję	(0,27)	(0,26)

Jednostkowe sprawozdanie z całkowitych dochodów za trzy miesiące zakończone 31 marca 2015 r.

	Trzy miesiące zakończone 31 marca 2015 niebadane	Trzy miesiące zakończone 31 marca 2014 niebadane
Strata netto za okres	(13 113)	(13 210)
Inne całkowite dochody/ (straty) ogółem, za okres	-	-
Całkowite dochody ogółem za okres	(13 113)	(13 210)

Jednostkowe zestawienie zmian w kapitale własnym za trzy miesiące zakończone 31 marca 2015 r.

	Kapitał zakładowy	Akcje własne	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	Pozostałe kapitały rezerwowe	Zyski/(straty) z lat ubiegłych i roku bieżącego	Razem
Trzy miesiące zakończone 31 marca 2015 r.						
Stan na 31 grudnia 2014 r. zbadane	50 937	(30 060)	147 192	137 289	700 798	1 006 156
Całkowite dochody za okres sprawozdawczy						
Strata netto za okres	-	-	-	-	(13 113)	(13 113)
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	-	-	(13 113)	(13 113)
Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym						
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli						
Całkowite dopłaty od i wypłaty do właścicieli	-	-	-	-	-	-
Stan na 31 marca 2015 r. niebadane	50 937	(30 060)	147 192	137 289	687 685	993 043

Jednostkowe zestawienie zmian w kapitale własnym za trzy miesiące zakończone 31 marca 2015 r. (c.d.)

	Kapitał zakładowy	Akcje własne	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	Pozostałe kapitały rezerwowe	Zyski/(straty) z lat ubiegłych i roku bieżącego	Razem
Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2014 r.						
Stan na 31 grudnia 2013 r. zbadane	50 937	-	147 192	116 287	747 660	1 062 076
Całkowite dochody za okres sprawozdawczy						
Strata netto za okres	-	-	-	-	(25 984)	(25 984)
Inne całkowite dochody ogółem	-	-	-	125	-	125
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	-	125	(25 984)	(25 859)
Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym						
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli						
Skup akcji własnych w celu umorzenia	-	(30 060)	-	-	-	(30 060)
Kapitał rezerwowy przeznaczony na skup akcji własnych	-	-	-	20 877	(20 877)	-
Pozostałe	-	-	-	-	(1)	(1)
Całkowite dopłaty od i wypłaty do właścicieli	-	(30 060)	-	20 877	(20 878)	(30 061)
Stan na 31 grudnia 2014 r. zbadane	50 937	(30 060)	147 192	137 289	700 798	1 006 156

Jednostkowe zestawienie zmian w kapitale własnym za trzy miesiące zakończone 31 marca 2015 r. (c.d.)

	Kapitał zakładowy	Akcje własne	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	Pozostałe kapitały rezerwowe	Zyski/(straty) z lat ubiegłych i roku bieżącego	Razem
Trzy miesiące zakończone 31 marca 2014 r.						
Stan na 31 grudnia 2013 r. zbadane	50 937	-	147 192	116 287	747 660	1 062 076
Całkowite dochody za okres sprawozdawczy						
Strata netto za okres	-	-	-	-	(13 210)	(13 210)
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	-	-	(13 210)	(13 210)
Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym						
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli						
Pozostałe	-	-	-	-	(1)	(1)
Całkowite dopłaty od i wypłaty do właścicieli	-	-	-	-	(1)	(1)
Stan na 31 marca 2014 r. niebadane	50 937	-	147 192	116 287	734 449	1 048 865

Jednostkowy rachunek przepływów pieniężnych za trzy miesiące zakończone 31 marca 2015 r.

	Trzy miesiące zakończone	Trzy miesiące zakończone
	31 marca 2015 niebadane	31 marca 2014 niebadane
Działalność operacyjna		
Strata brutto	(16 417)	(15 287)
Korekty o pozycje:		
Amortyzacja rzeczowych aktywów trwałych	8 211	8 540
Amortyzacja wartości niematerialnych	2 758	1 921
(Zyski) /Straty z tytułu różnic kursowych	(1 890)	(239)
Odsetki, netto	(172)	(44)
(Zysk) / strata z tytułu działalności inwestycyjnej	(289)	(1 054)
Zmiana stanu rezerw	(437)	(195)
Zmiana stanu zapasów	594	(436)
Zmiana stanu należności i czynnych rozliczeń międzyokresowych	15 723	6 317
Zmiana stanu zobowiązań	4 153	615
Zmiana stanu biernych rozliczeń międzyokresowych	4 951	57
Inne korekty	380	303
Przepływy środków pieniężnych brutto	17 565	498
Podatek dochodowy(zapłacony)/zwrócony	-	-
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej	17 565	498
Działalność inwestycyjna		
Wpływy ze sprzedaży rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych	40	81
Dywidendy otrzymane	8 275	-
Spłata udzielonych pożyczek	696	250
Wpływy z tytułu odsetek	273	387
Wpływy ze sprzedaży krótkoterminowych papierów wartościowych	10 003	29 000
Wpływy ze spłaty należności z tytułu leasingu finansowego	3 962	3 041
Wydatki inwestycyjne na rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne	(6 728)	(10 933)
Inwestycje w podmioty zależne, stowarzyszone i współkontrolowane	(52)	(2 169)
Nabycie krótkoterminowych papierów wartościowych	(10 000)	(27 000)
Udzielone pożyczki	(2 000)	-
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności inwestycyjnej	4 469	(7 343)

	Trzy miesiące zakończone	Trzy miesiące zakończone
	31 marca 2015 niebadane	31 marca 2014 niebadane
Działalność finansowa		
Wpływy z tytułu cash pooling	3 072	-
Spłata kredytów i pożyczek	(8 732)	(8 742)
Odsetki zapłacone	(170)	(356)
Inne	(273)	(201)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności finansowej	(6 103)	(9 299)
Zmiana stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	15 931	(16 144)
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty		
Na początek okresu obrotowego	28 075	46 231
Na koniec okresu obrotowego	44 006	30 087

Informacje dodatkowe dotyczące sprawozdania jednostkowego Agory S.A.

Zmiany odpisów i rezerw w sprawozdaniu jednostkowym Agory S.A. w okresie od 1 stycznia 2015 r. do 31 marca 2015 r. przedstawiały się następująco:

- odpisy na należności: wzrost o 193 tys. zł,
- odpisy na aktywa finansowe: spadek o kwotę 250 tys. zł,
- odpisy na zapasy: wzrost o kwotę 262 tys. zł,
- odpisy aktualizujące wartość rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych: wzrost o kwotę 30 tys. zł,
- zmniejszono rezerwę na sprawy sporne o kwotę 437 tys. zł.

W okresie od 1 stycznia 2015 r. do 31 marca 2015 r. Spółka nabyła rzeczowe aktywa trwałe o wartości 1 915 tys. zł (w okresie od 1 stycznia 2014 r. do 31 marca 2014 r.: 9 414 tys. zł).

Na dzień 31 marca 2015 r. zakontraktowane nakłady inwestycyjne dotyczące rzeczowych aktywów trwałych wyniosły 608 tys. zł.

Na dzień 31 grudnia 2014 r. nie wystąpiły zakontraktowane nakłady inwestycyjne dotyczące rzeczowych aktywów trwałych.

Pozostałe zobowiązania finansowe długoterminowe obejmują zobowiązanie z tytułu płatności warunkowej wynikające z umowy sprzedaży akcji z dnia 11 grudnia 2014 r., na mocy której Agora S.A. nabyła 384 600 akcji spółki Helios S.A. od akcjonariusza niekontrolującego.

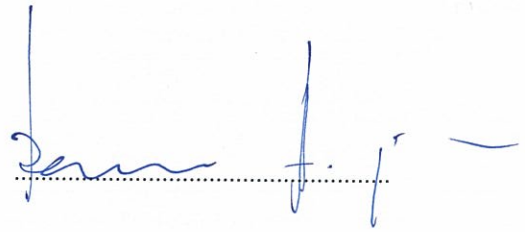
Pozostałe zobowiązania finansowe krótkoterminowe obejmują zobowiązania Agory S.A. wobec spółek zależnych wynikające z rozliczeń w ramach systemu cash poolingującego w Grupie Agora od 5 grudnia 2014 r.

Wybrane jednostkowe dane finansowe wraz z przeliczeniem na EURO

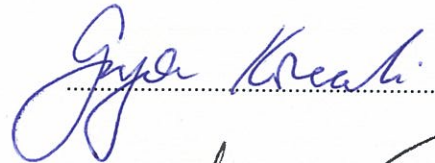
	w tys. zł			w tys. EURO		
	Trzy miesiące zakończone 31 marca 2015 niebadane	31 grudnia 2014 zbadane	Trzy miesiące zakończone 31 marca 2014 niebadane	Trzy miesiące zakończone 31 marca 2015 niebadane	31 grudnia 2014 zbadane	Trzy miesiące zakończone 31 marca 2014 niebadane
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	150 094		140 176	36 177		33 460
Strata z działalności operacyjnej	(18 358)		(16 604)	(4 425)		(3 963)
Strata brutto	(16 417)		(15 287)	(3 957)		(3 649)
Strata netto	(13 113)		(13 210)	(3 161)		(3 153)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej	17 565		498	4 234		119
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności inwestycyjnej	4 469		(7 343)	1 077		(1 753)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności finansowej	(6 103)		(9 299)	(1 471)		(2 220)
Zmiana stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	15 931		(16 144)	3 840		(3 854)
Aktywa razem	1 177 826	1 195 793	1 230 983	288 047	280 551	295 108
Zobowiązania długoterminowe	25 310	27 900	29 583	6 190	6 546	7 092
Zobowiązania krótkoterminowe	159 473	161 737	152 535	39 000	37 946	36 568
Kapitał własny	993 043	1 006 156	1 048 865	242 857	236 059	251 448
Kapitał zakładowy	50 937	50 937	50 937	12 457	11 951	12 211
Średnia ważona liczba akcji (w szt.)	48 437 386	50 183 961	50 937 386	48 437 386	50 183 961	50 937 386
Podstawowa/rozwodniona strata przypadająca na jedną akcję (w zł / EURO)	(0,27)		(0,26)	(0,07)		(0,06)
Wartość księgowa na jedną akcję (w zł / EURO)	20,50	20,05	20,59	5,01	4,70	4,94

Warszawa, 11 maja 2015 r.

Bartosz Hojka - Prezes Zarządu



Grzegorz Kossakowski - Członek Zarządu



Robert Musiał - Członek Zarządu



Tomasz Jagiełło - Członek Zarządu

