

GRUPA AGORA

Raport
za IV kw. 2015 r.

18 lutego 2016 r.

SPIS TREŚCI

KOMENTARZ ZARZĄDU DO RAPORTU ZA CZWARTY 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]	7
1.3. Frekwencja w kinach [10]	7
2. CZYNNIKI WEWNĘTRZNE	8
2.1. Przychody	8
2.2. Koszty operacyjne	10
3. PERSPEKTYWY	11
3.1. Przychody	11
3.1.1 Rynek reklamy [3]	11
3.1.2 Sprzedaż prasy	11
3.1.3. Sprzedaż biletów	12
3.2 Koszty operacyjne	12
3.2.1 Koszty usług obcych	12
3.2.2 Koszty wynagrodzeń i świadczeń dla pracowników	12
3.2.3 Koszty marketingu i promocji	12
3.2.4 Koszty materiałów i energii	12
III. WYNIKI FINANSOWE	13
1. SPÓŁKI WCHODZĄCE W SKŁAD GRUPY AGORA	13
2. RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT GRUPY AGORA	13
2.1. Wyniki wg głównych segmentów Grupy Agora za 2015 r. [1]	14
2.2. Przychody i koszty finansowe	15
3. BILANS GRUPY AGORA	15
3.1. Aktywa trwałe	15
3.2. Aktywa obrotowe	16
3.3. Zobowiązania i rezerwy długoterminowe	16
3.4. Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe	16
4. PRZEPŁYWY ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH GRUPY AGORA	16
4.1. Działalność operacyjna	17
4.2. Działalność inwestycyjna	17
4.3. Działalność finansowa	17
5. WYBRANE WSKAŹNIKI FINANSOWE [5]	17
IV. WYNIKI OPERACYJNE - GŁÓWNE SEGMENTY GRUPY AGORA	18
IV.A. PRASA [1]	18
1. Przychody	19
1.1. Przychody ze sprzedaży wydawnictw	19
1.1.1. Sprzedaż egzemplarzowa i czytelnictwo Gazety Wyborczej [4]	19
1.1.2. Sprzedaż egzemplarzowa czasopism	19
1.2. Sprzedaż reklam [3]	19
1.2.1. Przychody reklamowe Gazety Wyborczej	19
1.2.2. Przychody reklamowe Metrocafe.pl [3],[4]	20
1.2.3. Przychody reklamowe czasopism	20
2. Koszty	21
3. Nowe inicjatywy	21

IV.B. FILM I KSIĄŻKA [1]	22
1. Przychody [3]	23
2. Koszty.....	23
3. Nowe inicjatywy	24
IV.C. REKLAMA ZEWNĘTRZNA (GRUPA AMS)	25
1. Przychody [8]	25
2. Koszty.....	25
3. Nowe inicjatywy	26
IV.D. INTERNET [1], [6].....	27
1. Przychody	27
2. Koszty.....	28
3. Istotne informacje o działalności internetowej	28
4. Nowe inicjatywy	28
IV.E. RADIO	29
1. Przychody [3]	29
2. Koszty.....	29
3. Udziały w słuchalności [9].....	30
4. NOWE Inicjatywy	30
IV.F. DRUK [1].....	31
1. Przychody	31
2. Koszty.....	31
PRZYPISY	32
V. INFORMACJE UZUPEŁNIAJĄCE	35
1. Istotne wydarzenia	35
2. Zmiany w stanie posiadania akcji lub innych uprawnień do nich (opcji) przez członków Zarządu w czwartym kwartale 2015 r. i do dnia publikacji raportu	37
3. Zmiany w stanie posiadania akcji lub innych uprawnień do nich (opcji) przez członków Rady Nadzorczej w czwartym kwartale 2015 r. i do dnia publikacji raportu.....	37
4. Akcjonariusze posiadający bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki na dzień przekazania raportu kwartalnego.	38
5. Pozostałe informacje	40
SKRÓCONE ŚRÓDROCZNE SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE FINANSOWE	41

GRUPA AGORA

KOMENTARZ ZARZĄDU DO RAPORTU ZA CZWARTY KWARTAŁ 2015 R.

PRZYCHODY 1 189,3 MLN ZŁ,
ZYSK NETTO 15,3 MLN ZŁ,
EBITDA 120,7 MLN ZŁ,
GOTÓWKA Z DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ 111,1 MLN ZŁ

Wszystkie dane (jeżeli nie zostanie wskazane inaczej) obejmują okres styczeń - grudzień 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 czwartym kwartale 2015 r. przychody Grupy Agora („Grupa”) wyniosły 353,9 mln zł i wzrosły o 6,1% w porównaniu do czwartego kwartału 2014 r. Największy wzrost przychodów został odnotowany w segmencie Film i Książka – jego wpływy zwiększyły się o 11,8% i wyniosły 112,0 mln zł. Na wzrost wartości przychodów segmentu pozytywnie wpłynęła rekordowa frekwencja w polskich kinach, która zaowocowała zarówno wzrostem przychodów ze sprzedaży biletów do kwoty 55,2 mln zł, jak i przychodów ze sprzedaży barowej do kwoty 19,9 mln zł. Istotnie również wzrosły przychody Wydawnictwa Agora. Kolejnym segmentem, który odnotował istotny wzrost przychodów – o 23,7% do kwoty 45,4 mln zł, był segment Internet. Łączne przychody segmentu Radio wzrosły o 27,3% do kwoty 36,4 mln zł. Przychody segmentu Reklama Zewnętrzna były wyższe o 6,4% i wyniosły 46,4 mln zł. W czwartym kwartale 2015 r. niższe były natomiast przychody segmentów Prasa i Druk, które wyniosły odpowiednio 81,1 mln zł oraz 43,7 mln zł.

W 2015 r. przychody Grupy wyniosły 1 189,3 mln zł i wzrosły o 7,9% w porównaniu do 2014 r. Złożyła się na to pozytywna dynamika przychodów odnotowana przez Grupę Agora w każdym z kwartałów 2015 r. Największy wpływ na wzrost przychodów Grupy w 2015 r. miały wyższe o 22,0% wpływy w segmencie Film i Książka, których łączna wartość wyniosła 345,1 mln zł. Największy wzrost został odnotowany w przychodach z działalności Wydawnictwa Agora, ze sprzedaży biletów do sieci kin Helios oraz ze sprzedaży barowej. Rekordowo wysokie przychody odnotowały również segmenty Internet oraz Radio. W 2015 r. łączna wartość przychodów segmentu Internet wzrosła o 18,4% w porównaniu z 2014 r. do kwoty 150,5 mln zł. Dynamicznie - o 23,2% wzrosły również przychody segmentu Radio i wyniosły 107,7 mln zł. W 2015 r. zwiększyły się też wpływy segmentu Reklama Zewnętrzna, które stanowiły 156,1 mln zł. Przychody w segmentach Prasa i Druk zmniejszyły się i wyniosły 300,8 mln zł oraz 164,7 mln zł.

- W czwartym kwartale 2015 r. koszty operacyjne Grupy wzrosły o 1,3% i wyniosły 336,9 mln zł. Ich największy wzrost – o 11,5% do kwoty 99,8 mln zł - został odnotowany w segmencie Film i Książka. Wynikał on głównie z wyższych kosztów związanych z działalnością Wydawnictwa Agora oraz wyższych kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników. W segmencie Internet wzrost kosztów operacyjnych do kwoty 36,9 mln zł był związany głównie z rozwojem oferty pośrednictwa sprzedaży reklam. Wzrost kosztów operacyjnych w segmencie Radio do kwoty 27,2 mln zł wiąże się przede wszystkim ze świadczeniem usług reklamowych w kinach Helios począwszy od stycznia 2015 r. W segmencie Reklama Zewnętrzna koszty operacyjne wzrosły do kwoty 40,6 mln zł. Wzrost ten związany był z inwestycją w jakość jednej z grup nośników z segmentu Premium. Natomiast w segmentach Prasa oraz Druk koszty operacyjne były niższe w porównaniu z czwartym kwartałem 2014 r. W segmencie Prasa zostały one ograniczone o 17,1% do kwoty 76,7 mln zł. Należy jednak pamiętać, że w czwartym kwartale 2014 r. zarówno poziom kosztów operacyjnych segmentu, jak i jego wynik operacyjny były obciążone kosztami odpisów aktualizujących w wysokości 15,1 mln zł, które dotyczyły dwóch miesięczników wydawanych przez pion Czasopisma i Prasa Bezpłatna. Dodatkowo, segment Prasa odnotował

niższe koszty materiałów, energii, towarów i usług poligraficznych oraz niższe koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników. W segmencie Druk koszty operacyjne zostały ograniczone o 6,5% i wyniosły 43,0 mln zł.

- ▶ W 2015 r. koszty operacyjne Grupy wzrosły o 4,5% i wyniosły 1 170,6 mln zł. Najwyższy wzrost kosztów operacyjnych – o 19,3% do kwoty 321,5 mln zł - miał miejsce w segmencie Film i Książka. Był on głównie związany z amortyzacją wkładu koproducentkiego w grę *Wiedźmin 3: Dziki Gon*, odpłatnościami dla producenta gry oraz wyższymi opłatami za kopie filmowe i kosztami kampanii promocyjnych filmów wprowadzanych do kin w ramach działalności filmowej. W 2015 r. koszty operacyjne segmentu Internet wzrosły o 18,7% do kwoty 126,3 mln zł. To zwłaszcza rezultat wyższych kosztów związanych z pośrednictwem sprzedaży reklam na powierzchniach innych wydawców internetowych oraz wyższych kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników. Na wzrost kosztów operacyjnych w segmencie Radio do kwoty 94,3 mln zł wpływ miały głównie koszty związane ze świadczeniem usług reklamowych w kinach Helios począwszy od 2015 r., wyższy koszt zakupu czasu antenowego w stacjach należących do innych nadawców w związku ze świadczoną usługą pośrednictwa w zakupie reklamy, a także wzrost kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników oraz reprezentacji i reklamy. Koszty operacyjne zostały ograniczone w segmentach Prasa, Druk oraz Reklama Zewnętrzna. Istotne ograniczenie kosztów operacyjnych widoczne w segmencie Druk było związane z mniejszym wolumenem zamówień. W segmencie Reklama Zewnętrzna zmniejszenie kosztów operacyjnych o 3,2% było możliwe dzięki redukcji kosztów utrzymania systemu. Niższe koszty segmentu Prasa - stanowiące 283,6 mln zł w 2015 r. - związane były z niższymi kosztami materiałów, energii, towarów i usług poligraficznych. Dodatkowo należy pamiętać, że w 2014 r. zarówno poziom kosztów operacyjnych segmentu Prasa jak i jego wynik operacyjny były obciążone kosztami odpisów aktualizujących w wysokości 15,1 mln zł, które dotyczyły dwóch miesięczników wydawanych przez pion Czasopisma i Prasa Bezpłatna.
- ▶ W czwartym kwartale 2015 r. EBITDA Grupy wzrosła do 41,3 mln zł, a zysk operacyjny na poziomie EBIT do 17,0 mln zł. W tym czasie zysk netto Grupy Agora powiększył się w stosunku do analogicznego okresu 2014 r. i wyniósł 17,2 mln zł, a zysk netto przypadający na akcjonariuszy jednostki dominującej wzrósł do 15,7 mln zł. Dzięki systematycznej poprawie wyników operacyjnych w większości kwartałów 2015 r. EBITDA Grupy Agora za 2015 r. wzrosła do 120,7 mln zł, a zysk operacyjny na poziomie EBIT zwiększył się do 18,7 mln zł. W 2015 r. Grupa odnotowała zysk netto w wysokości 15,3 mln zł, a zysk netto przypadający na akcjonariuszy jednostki dominującej wyniósł 12,7 mln zł.
- ▶ Na koniec grudnia 2015 r. Grupa dysponowała środkami pieniężnymi w wysokości 117,0 mln zł, na które składały się gotówka i jej ekwiwalenty w wysokości 31,2 mln zł oraz 85,8 mln zł zainwestowane w krótkoterminowe papiery wartościowe. Dodatkowo Grupa posiadała należności z tytułu złożonych przez spółkę AMS S.A. kaucji pieniężnych w wysokości 29,6 mln zł, stanowiących zabezpieczenie gwarancji bankowych udzielonych w związku z realizacją umowy koncesji na budowę i modernizację wiat przystankowych w Warszawie (z tego 10,8 mln zł jest prezentowane w bilansie w należnościach długoterminowych).
- ▶ Na koniec grudnia 2015 r. zadłużenie kredytowe Grupy wyniosło 107,6 mln zł (w tym zadłużenie zewnętrzne grupy Helios S.A. („Helios”) obejmujące kredyty bankowe i zobowiązania z tytułu leasingu finansowego w wysokości 89,8 mln zł).

II. CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE I WEWNĘTRZNE ISTOTNE DLA ROZWOJU GRUPY

1. CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE

1.1. Rynek reklamy [3]

Według szacunków Agory S.A. („Spółka”, „Agora”), opartych na dostępnych źródłach danych, w czwartym kwartale 2015 r. wartość wydatków reklamowych ogółem w Polsce wyniosła około 2,3 mld zł i wzrosła o prawie 4,5% w stosunku do czwartego kwartału 2014 r.

Tab.1

	IV kwartał 2013	I kwartał 2014	II kwartał 2014	III kwartał 2014	IV kwartał 2014	I kwartał 2015	II kwartał 2015	III kwartał 2015	IV kwartał 2015
Zmiana wartości rynku reklamy r/r	(2,0%)	2,0%	2,5%	4,5%	3,0%	4,5%	3,0%	6,0%	4,5%

W czwartym kwartale 2015 r. reklamodawcy zwiększyli wydatki reklamowe we wszystkich mediach poza prasą. 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
4,5%	5,0%	11,5%	(8,5%)	3,0%	1,0%	(14,5%)	12,0%

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

Tab. 3

Wydatki na reklamę ogółem	Telewizja	Internet	Czasopisma	Radio	Reklama zewnętrzna	Dzienniki	Kino
100,0%	53,0%	21,5%	7,0%	8,0%	5,5%	3,0%	2,0%

W 2015 r. wartość wydatków reklamowych ogółem w Polsce wyniosła około 7,8 mld zł i wzrosła o 4,5% w stosunku do 2014 r. W tym czasie reklamodawcy ograniczyli swoje wydatki na reklamę jedynie w prasie. Wzrosły natomiast wydatki na reklamę w pozostałych segmentach rynku reklamy. Dane dotyczące szacunków dynamiki zmian wartości wydatków reklamowych w poszczególnych mediach zaprezentowano w tabeli poniżej:

Tab. 4

Wydatki na reklamę ogółem	Telewizja	Internet	Czasopisma	Radio	Reklama zewnętrzna	Dzienniki	Kino
4,5%	4,5%	10,5%	(8,5%)	7,5%	2,5%	(11,5%)	4,5%

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

Tab. 5

Wydatki na reklamę ogółem	Telewizja	Internet	Czasopisma	Radio	Reklama zewnętrzna	Dzienniki	Kino
100,0%	51,5%	23,0%	6,5%	8,0%	6,0%	3,5%	1,5%

1.2 Sprzedaż egzemplarzowa dzienników [4]

Zarówno w czwartym kwartale 2015 r. jak i w całym 2015 r. rozpowszechnianie płatne razem dzienników w Polsce zmniejszyło się o 7,5%. Największe spadki miały miejsce w segmencie dzienników regionalnych.

1.3 Frekwencja w kinach [10]

Liczba biletów sprzedanych w polskich kinach w czwartym kwartale 2015 r. wzrosła o blisko 11,9% w porównaniu z czwartym kwartałem 2014 r. i wyniosła ponad 14,5 mln biletów.

Liczba biletów sprzedanych w polskich kinach w 2015 r. wzrosła o blisko 10,5% w porównaniu z 2014 r. i wyniosła prawie 44,7 mln biletów.

2. CZYNNIKI WEWNĘTRZNE

2.1. Przychody

Tab. 6

w mln zł	IV kwartał 2015	Udział %	IV kwartał 2014	Udział %	% zmiany 2015 do 2014
Przychody ze sprzedaży netto (1)	353,9	100,0%	333,7	100,0%	6,1%
<i>Sprzedaż usług reklamowych</i>	170,1	48,1%	158,1	47,4%	7,6%
<i>Sprzedaż wydawnictw</i>	37,4	10,6%	37,3	11,2%	0,3%
<i>Sprzedaż biletów do kin</i>	55,2	15,6%	46,7	14,0%	18,2%
<i>Sprzedaż usług poligraficznych</i>	41,5	11,7%	45,4	13,6%	(8,6%)
<i>Pozostała sprzedaż</i>	49,7	14,0%	46,2	13,8%	7,6%

w mln zł	I-IV kwartał 2015	Udział %	I-IV kwartał 2014	Udział %	% zmiany 2015 do 2014
Przychody ze sprzedaży netto (1)	1 189,3	100,0%	1 102,4	100,0%	7,9%
<i>Sprzedaż usług reklamowych</i>	562,4	47,3%	533,1	48,4%	5,5%
<i>Sprzedaż wydawnictw</i>	144,8	12,2%	135,5	12,3%	6,9%
<i>Sprzedaż biletów do kin</i>	162,2	13,6%	143,0	13,0%	13,4%
<i>Sprzedaż usług poligraficznych</i>	156,2	13,1%	165,3	15,0%	(5,5%)
<i>Pozostała sprzedaż</i>	163,7	13,8%	125,5	11,3%	30,4%

(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 czwartym kwartale 2015 r. całkowite przychody Grupy wyniosły 353,9 mln zł i wzrosły o 6,1% w stosunku do czwartego kwartału 2014 r.

W czwartym kwartale 2015 r. wpływy ze sprzedaży usług reklamowych w Grupie zwiększyły się o 7,6% w porównaniu z analogicznym okresem 2014 r. i wyniosły 170,1 mln zł. Przychody reklamowe wzrosły w większości segmentów Grupy. Ich największy wzrost został odnotowany w segmencie Internet. Wzrosły one również w segmentach Reklama Zewnętrzna, Radio oraz Film i Książka.

Wartość przychodów ze sprzedaży wydawnictw wyniosła 37,4 mln zł i była wyższa w porównaniu z analogicznym okresem 2014 r. Wpływ na to miały głównie wyższe przychody ze sprzedaży *Gazety Wyborczej* oraz wyższe wpływy ze sprzedaży publikacji Wydawnictwa Agory.

Przychody ze sprzedaży biletów do kin sieci Helios wyniosły 55,2 mln zł. W omawianym okresie w kinach sieci Helios zakupiono blisko 3,1 mln biletów, czyli o 14,4% więcej niż w czwartym kwartale 2014 r. W tym samym czasie liczba biletów sprzedanych do kin w Polsce wyniosła ponad 14,5 mln i wzrosła o blisko 11,9% [10].

W czwartym kwartale 2015 r. przychody ze sprzedaży usług poligraficznych w Grupie wyniosły 41,5 mln zł i były niższe niż w czwartym kwartale 2014 r. Przychody z pozostałej sprzedaży wyniosły 49,7 mln zł i wzrosły o 7,6% w porównaniu z czwartym kwartałem 2014 r. Pozytywny wpływ na wysokość tej pozycji miały głównie przychody ze sprzedaży w barach kinowych oraz przychody z działalności Wydawnictwa Agora, w tym z dystrybucji gry *Wiedźmin 3: Dziki Gon* w wysokości 7,9 mln zł.

W 2015 r. całkowite przychody Grupy wyniosły 1 189,3 mln zł i wzrosły o 7,9% w stosunku do 2014 r.

W okresie styczeń – grudzień 2015 r. wpływy ze sprzedaży usług reklamowych w Grupie zwiększyły się o 5,5% w porównaniu z 2014 r. i wyniosły 562,4 mln zł. Największy wzrost przychodów reklamowych został odnotowany w segmentach Internet oraz Radio. Wzrosły one również w segmentach Reklama Zewnętrzna oraz Film i Książka.

Wartość przychodów ze sprzedaży wydawnictw wyniosła 144,8 mln zł i wzrosła o 6,9% w porównaniu z 2014 r. Wpływ na to miały wyższe wpływy ze sprzedaży publikacji Wydawnictwa Agory m.in. ze sprzedaży filmu *Bogowie* na płycie DVD oraz wyższe o 2,6% przychody ze sprzedaży wydawnictw w segmencie Prasa, związane głównie ze wzrostem przychodów ze sprzedaży *Gazety Wyborczej* ze względu na większą liczbę wydań dziennika w ofercie dwucenowej oraz podwyżkę ceny dziennika wprowadzoną w październiku 2014 r.

W 2015 r. przychody ze sprzedaży biletów do kin sieci Helios wzrosły o 13,4% i wyniosły 162,2 mln zł. W omawianym okresie w kinach sieci Helios zakupiono 9,3 mln biletów, czyli o 11,2% więcej niż w 2014 r. W tym samym czasie liczba biletów sprzedanych do kin w Polsce wyniosła blisko 44,7 mln i wzrosła o 10,5% [10]. Przychody ze sprzedaży usług poligraficznych w Grupie wyniosły 156,2 mln zł i zmniejszyły się o 5,5% w stosunku do 2014 r.

Natomiast przychody z pozostałej sprzedaży wyniosły 163,7 mln zł i wzrosły o 30,4% w porównaniu z 2014 r. Pozytywny wpływ na wysokość tej pozycji miały przychody ze sprzedaży w barach kinowych oraz przychody związane z koprodukcją i dystrybucją gry *Wiedźmin 3: Dziki Gon*, które wyniosły 25,8 mln zł.

2.2. Koszty operacyjne

Tab. 7

w mln zł	IV kwartał 2015	Udział %	IV kwartał 2014	Udział %	% zmiany 2015 do 2014
Koszty operacyjne netto, w tym:	(336,9)	100,0%	(332,6)	100,0%	1,3%
<i>Usługi obce</i>	(123,2)	36,6%	(96,0)	28,9%	28,3%
<i>Wynagrodzenia i świadczenia</i>	(87,5)	26,0%	(81,6)	24,5%	7,2%
<i>Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów</i>	(62,3)	18,5%	(65,5)	19,7%	(4,9%)
<i>Amortyzacja</i>	(24,3)	7,2%	(24,3)	7,3%	-
<i>Reprezentacja i reklama</i>	(27,2)	8,1%	(24,8)	7,5%	9,7%
<i>Odpisy aktualizujące (1)</i>	-	-	(15,1)	4,5%	-

w mln zł	I-IV kwartał 2015	Udział %	I-IV kwartał 2014	Udział %	% zmiany 2015 do 2014
Koszty operacyjne netto, w tym:	(1 170,6)	100,0%	(1 120,7)	100,0%	4,5%
<i>Usługi obce</i>	(400,6)	34,2%	(345,0)	30,8%	16,1%
<i>Wynagrodzenia i świadczenia</i>	(317,3)	27,1%	(302,3)	27,0%	5,0%
<i>Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów</i>	(225,6)	19,3%	(239,1)	21,3%	(5,6%)
<i>Amortyzacja</i>	(102,0)	8,7%	(96,0)	8,6%	6,3%
<i>Reprezentacja i reklama</i>	(87,4)	7,5%	(72,9)	6,5%	19,9%
<i>Odpisy aktualizujące (1)</i>	-	-	(15,1)	1,3%	-

(1) podana kwota w 2014 r. obejmuje odpisy aktualizujące dotyczące dwóch miesięczników wydawanych przez Agorę S.A.

Koszty operacyjne netto Grupy w czwartym kwartale 2015 r. wzrosły o 1,3% i wyniosły 336,9 mln zł. W 2015 r. wzrost ten wyniósł 4,5% do kwoty 1 170,6 mln zł. Porównując dane z analogicznymi okresami 2014 r., należy pamiętać, że w czwartym kwartale 2014 r. koszty operacyjne Grupy zostały obciążone kosztami odpisów aktualizujących w wysokości 15,1 mln zł, które dotyczyły dwóch miesięczników wydawanych przez pion Czasopisma i Prasa Bezpłatna.

Wzrost **kosztów usług obcych**, który nastąpił zarówno w czwartym kwartale, jak i w całym 2015 r., spowodowany był m.in. odpłatnościami dla producenta gry *Wiedźmin 3: Dziki Gon*, wyższymi kosztami zakupu kopii filmowych w segmencie Film i Książka, wyższymi kosztami związanymi z usługami pośrednictwa sprzedaży w segmencie Internet wyższymi kosztami usług komputerowych w segmencie Internet oraz kosztami remontów w segmencie Reklamy Zewnętrznej.

Koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników wzrosły w czwartym kwartale 2015 r. o 7,2% do kwoty 87,5 mln zł, a w 2015 r. o 5,0% do kwoty 317,3 mln zł. Wzrost tej pozycji kosztowej nastąpił w większości segmentów operacyjnych Grupy. Segmentem, w którym koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników były niższe w czwartym kwartale 2015 r. był segment Prasa. Zdecydowały o tym głównie niższe w porównaniu z analogicznym okresem 2014 r. zmienne składniki wynagrodzeń. Natomiast w całym 2015 r. były one niższe w segmencie Reklama Zewnętrzna. Ograniczenie tych kosztów było efektem procesu zwolnień grupowych przeprowadzonego przez AMS w drugim półroczu 2014 r.

Wyższe koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników w 2015 r. w segmencie Radio związane są ze wzmocnieniem działów sprzedaży oraz uruchomieniem nowych radiostacji, a w segmencie Film i Książka z rozwojem sieci kin Helios. W segmencie Internet wzrost tej pozycji kosztowej to efekt wyższych kosztów umów cywilnoprawnych oraz wynagrodzeń etatowych. Dodatkowo, wpływ na wzrost tej pozycji kosztowej miało ujęcie kosztów planów motywacyjnych w kosztach poszczególnych segmentów operacyjnych Grupy.

Zatrudnienie etatowe w Grupie na koniec grudnia 2015 r. wyniosło 3 004 etatów i zmniejszyło się o 63 etaty w porównaniu z końcem 2014 r.

W Grupie funkcjonują różne systemy motywacyjne (np. gotówkowe plany motywacyjne, systemy motywacyjne w działach sprzedaży, itp.), których koszty obciążają pozycję wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników. Począwszy od trzeciego kwartału 2013 r., wynik operacyjny Grupy obciążany jest kwartalnie kosztami rezerwy na Trzyletni Plan Motywacyjny dla Zarządu Spółki za lata 2013 – 2015 (opisany w nocie 5 do skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy). W czwartym kwartale 2015 r. wartość tego planu wyniosła 1,0 mln zł, a w całym 2015 r. 2,8 mln zł.

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

Koszty reprezentacji i reklamy Grupy zwiększyły się w czwartym kwartale 2015 r. o 9,7% do kwoty 27,2 mln zł. Wpłynęła na to większa aktywność promocyjna w segmentach Prasa, Internet oraz Film i Książka. W 2015 r. koszty te wzrosły o 19,9% do kwoty 87,4 mln zł. Wpłynęła na to większa aktywność promocyjna we wszystkich segmentach Grupy, za wyjątkiem segmentu Druk.

3. PERSPEKTYWY

3.1. Przychody

3.1.1 Rynek reklamy [3]

Rynek reklamy w Polsce wzrósł w 2015 r. o prawie 4,5%. Reklamodawcy wydali w tym czasie na promowanie swoich produktów i usług około 7,8 mld zł.

W każdym z kwartałów ubiegłego roku reklamodawcy wydali więcej na promowanie swoich produktów i usług niż w analogicznych okresach 2014 r. (odpowiednio: o 4,5%, 3,0%, 6,0% i o prawie 4,5%). Według szacunków Spółki, w 2016 r. wartość wydatków na reklamę w Polsce powinna wzrosnąć od 3 do 5% w porównaniu z 2015 r. Dane o szacowanych dynamikach zmian wartości wydatków reklamowych ogółem oraz w poszczególnych mediach zaprezentowano w tabeli poniżej:

Tab. 8

Wydatki na reklamę ogółem	Telewizja	Internet	Czasopisma	Radio	Reklama zewnętrzna	Dzienniki	Kino
3%-5%	4%-6%	8%-10%	(7%)–(10%)	3%-5%	2%-4%	(9%)–(12%)	4%-6%

3.1.2 Sprzedaż prasy

W 2016 r. utrzymają się negatywne trendy dotyczące spadku sprzedaży egzemplarzowej dzienników i czasopism w formie drukowanej, jednak ich dynamika powinna być niższa niż w poprzednich okresach. Spółka pracuje nad rozwojem sprzedaży wydawnictw w formie cyfrowej. Na początku 2014 r. Agora wdrożyła nowy model dostępu do treści cyfrowych *Gazety Wyborczej* oraz ofertę prenumeraty cyfrowej. Na koniec 2015 r. liczba płatnych prenumerat cyfrowych *Gazety Wyborczej* wyniosła ponad 77 tys. Ambicją Spółki jest zwiększyć bazę płatnych subskrypcji cyfrowych do 90 tys. na koniec 2016 r. 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. Zgodnie z dostępnymi informacjami liczba sprzedanych biletów w polskich kinach w 2015 r. była rekordowa i wyniosła blisko 44,7 mln, co oznacza wzrost o 10,5% w porównaniu z 2014 r. [10]. W opinii zarządu Spółki trudno jest oczekiwać podobnej dynamiki wzrostu sprzedaży biletów w kinach w 2016 r. Niemniej jednak biorąc pod uwagę repertuar filmów na 2016 r., Spółka ocenia, iż możliwe jest utrzymanie frekwencji na poziomie zbliżonym do tej odnotowanej w 2015 r.

3.2 Koszty operacyjne

W 2016 r. Grupa planuje kontynuację działań rozwojowych w wybranych segmentach biznesowych, co może wpłynąć na wzrost kosztów operacyjnych. Segmenty, w których będą realizowane największe projekty to Reklama Zewnętrzna oraz Film i Książka. Dodatkowo należy pamiętać, że Spółka poniesie koszty związane z uruchomieniem w drugiej połowie 2016 r. własnego kanału telewizyjnego pod nazwą Kiwi TV rozpowszechnianego w sposób cyfrowy rozsiewczy naziemny w multipleksie ósmym.

3.2.1 Koszty usług obcych

Koszt usług obcych zależeć będzie w dużej mierze od kosztów pośrednictwa sprzedaży - szczególnie w segmentach Internet oraz Radio, kosztów odpłatności za kopie filmowe powiązanych bezpośrednio z poziomem przychodów ze sprzedaży biletów do kin oraz kursu wymiany euro do złotego. Na wzrost tej pozycji kosztowej dodatkowo wpłyną: otwarcie nowych obiektów kinowych zaplanowane na czwarty kwartał 2016 r., koszty odpłatności dla producentów filmowych w związku z prowadzoną działalnością dystrybucji filmów i realizacja innych projektów rozwojowych.

3.2.2 Koszty wynagrodzeń i świadczeń dla pracowników

Na wzrost kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników wpłynie realizacja projektów rozwojowych w Grupie. W segmencie Internet wzrost kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników może wiązać się w największym stopniu z rozwojem wybranych serwisów grupy Gazeta.pl i aplikacji mobilnych, a także ze wzmocnieniem zespołu sprzedaży. W segmencie Radio wzrost tej pozycji kosztowej związany jest ze wzmocnieniem działu sprzedaży oraz uruchomieniem nowej radiostacji pod marką Radio Pogoda. 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 2016 r. Grupa Agora planuje kontynuować 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 2016 r. mogą być wyższe od tych odnotowanych w 2015 r.

3.2.4 Koszty materiałów i energii

W opinii Spółki w 2016 r. ta pozycja kosztowa będzie kształtowana przez podobne trendy rynkowe, jak te obserwowane w 2015 r. Największy wpływ na wysokość kosztów materiałów i energii 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 czwarty kwartał 2015 r. obejmuje konsolidację Agory S.A. oraz 19 spółek zależnych prowadzących głównie działalność internetową, poligraficzną, kinową, radiową oraz w segmencie reklamy zewnętrznej. Ponadto Grupa posiada udziały w jednostkach współkontrolowanych Stopklatka S.A. (od 12 marca 2014 r.) i Online Technologies HR Sp. z o.o. oraz w jednostkach stowarzyszonych: GoldenLine 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 nocy 11, a przeliczenie wybranych danych finansowych na EURO w nocy 18 do skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

2. RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT GRUPY AGORA

Tab. 9

w mln zł	IV kwartał 2015	IV kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014	I-IV kwartał 2015	I-IV kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014
Przychody ze sprzedaży netto (1)	353,9	333,7	6,1%	1 189,3	1 102,4	7,9%
<i>Sprzedaż usług reklamowych</i>	170,1	158,1	7,6%	562,4	533,1	5,5%
<i>Sprzedaż wydawnictw</i>	37,4	37,3	0,3%	144,8	135,5	6,9%
<i>Sprzedaż biletów do kin</i>	55,2	46,7	18,2%	162,2	143,0	13,4%
<i>Sprzedaż usług poligraficznych</i>	41,5	45,4	(8,6%)	156,2	165,3	(5,5%)
<i>Pozostała sprzedaż</i>	49,7	46,2	7,6%	163,7	125,5	30,4%
Koszty operacyjne netto, w tym:	(336,9)	(332,6)	1,3%	(1 170,6)	(1 120,7)	4,5%
<i>Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów</i>	(62,3)	(65,5)	(4,9%)	(225,6)	(239,1)	(5,6%)
<i>Amortyzacja</i>	(24,3)	(24,3)	-	(102,0)	(96,0)	6,3%
<i>Usługi obce</i>	(123,2)	(96,0)	28,3%	(400,6)	(345,0)	16,1%
<i>Wynagrodzenia i świadczenia</i>	(87,5)	(81,6)	7,2%	(317,3)	(302,3)	5,0%
<i>Reprezentacja i reklama</i>	(27,2)	(24,8)	9,7%	(87,4)	(72,9)	19,9%
<i>Odpisy aktualizujące (2)</i>	-	(15,1)	-	-	(15,1)	-
Wynik operacyjny - EBIT	17,0	1,1	1 445,5%	18,7	(18,3)	-
Przychody i koszty finansowe netto, w tym:	(0,6)	0,8	-	(1,0)	3,3	-
<i>Przychody z krótkoterminowych inwestycji</i>	0,3	0,4	(25,0%)	1,9	4,1	(53,7%)
<i>Koszty kredytów, pożyczek oraz leasingu finansowego</i>	(1,4)	(1,4)	-	(4,3)	(6,8)	(36,8%)
<i>Aktualizacja wyceny opcji put</i>	0,4	0,6	(33,3%)	0,5	3,6	(86,1%)
Udział w jednostkach rozliczanych metodą praw własności	0,1	(0,7)	-	(0,9)	(2,9)	(69,0%)
Zysk/(strata) brutto	16,5	1,2	1 275,0%	16,8	(17,9)	-
Podatek dochodowy	0,7	8,5	(91,8%)	(1,5)	6,9	-
Zysk/(strata) netto	17,2	9,7	77,3%	15,3	(11,0)	-
Przypadający/a na:						
Akcjonariuszy jednostki dominującej	15,7	8,2	91,5%	12,7	(12,5)	-
Udziały niekontrolujące	1,5	1,5	-	2,6	1,5	73,3%
marża EBIT (EBIT/Przychody)	4,8%	0,3%	4,5pkt %	1,6%	(1,7%)	3,3pkt %

w mln zł	IV kwartał 2015	IV kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014	I-IV kwartał 2015	I-IV kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014
EBITDA	41,3	25,4	62,6%	120,7	77,7	55,3%
marża EBITDA (EBITDA/Przychody)	11,7%	7,6%	4,1pkt %	10,1%	7,0%	3,1pkt %

(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) podana kwota w 2014 r. obejmuje odpisy aktualizujące dotyczące dwóch miesięczników wydawanych przez Agorę S.A.

2.1. Wyniki wg głównych segmentów Grupy Agora za 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. 10

w mln zł	Prasa	Film i Książka	Reklama zewnętrzna	Internet	Radio	Druk	Pozycje uzgadniające (3)	Razem (dane skonsoli- dowane) I-IV kwartał 2015
Przychody ze sprzedaży (1)	300,8	345,1	156,1	150,5	107,7	164,7	(35,6)	1 189,3
Udział %	25,3%	29,0%	13,1%	12,7%	9,1%	13,8%	(3,0%)	100,0%
Koszty operacyjne, netto (1)	(283,6)	(321,5)	(139,0)	(126,3)	(94,3)	(162,4)	(43,5)	(1 170,6)
EBIT	17,2	23,6	17,1	24,2	13,4	2,3	(79,1)	18,7
Przychody i koszty finansowe								(1,0)
Udział w jednostkach wycenianych metodą praw własności								(0,9)
Podatek dochodowy								(1,5)
Zysk netto za okres								15,3
Przypadający na:								
Akcjonariuszy jednostki dominującej								12,7
Udziały niekontrolujące								2,6
EBITDA	27,0	60,4	30,3	29,6	16,2	18,1	(60,9)	120,7
Nakłady inwestycyjne (2)	(1,7)	(46,9)	(49,8)	(2,8)	(4,0)	(4,1)	(19,8)	(129,1)

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

- (2) na podstawie zaksięgowanych w danym okresie faktur; dane segmentu Film i Książka uwzględniają również 23,9 mln zł nakładów poniesionych na rzeczowe aktywa trwałe w leasingu, a pozycje uzgadniające zawierają m.in. zwiększenie w wysokości 13,5 mln zł dotyczące otrzymania przez spółkę zależną Green Content Sp. z o.o. koncesji na rozpowszechnianie w sposób cyfrowy rozświetlacz naziemny w multipleksie ósmym programu telewizyjnego pod nazwą Kiwi TV;
- (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.), Kiwi TV, 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 2015 r. wpływ miały głównie przychody z lokowania posiadanych środków pieniężnych oraz koszty prowizji i odsetek związane z kredytami bankowymi oraz zobowiązaniami z tytułu leasingu finansowego.

3. BILANS GRUPY AGORA

Tab.11

w mln zł	31.12.2015	30.09.2015	% zmiany do 30.09.2015	31.12.2014	% zmiany do 31.12.2014
Aktywa trwałe	1 162,3	1 146,5	1,4%	1 142,8	1,7%
<i>udział w sumie bilansowej</i>	<i>72,2%</i>	<i>75,0%</i>	<i>(2,8pkt %)</i>	<i>73,4%</i>	<i>(1,2pkt %)</i>
Aktywa obrotowe	447,9	383,1	16,9%	413,7	8,3%
<i>udział w sumie bilansowej</i>	<i>27,8%</i>	<i>25,0%</i>	<i>2,8pkt %</i>	<i>26,6%</i>	<i>1,2pkt %</i>
RAZEM AKTYWA	1 610,2	1 529,6	5,3%	1 556,5	3,5%
Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej	1 153,5	1 137,9	1,4%	1 149,6	0,3%
<i>udział w sumie bilansowej</i>	<i>71,6%</i>	<i>74,4%</i>	<i>(2,8pkt %)</i>	<i>73,9%</i>	<i>(2,3pkt %)</i>
Udziały niekontrolujące	16,7	15,3	9,2%	15,5	7,7%
<i>udział w sumie bilansowej</i>	<i>1,0%</i>	<i>1,0%</i>	<i>-</i>	<i>1,0%</i>	<i>-</i>
Zobowiązania i rezerwy długoterminowe	118,6	120,3	(1,4%)	116,3	2,0%
<i>udział w sumie bilansowej</i>	<i>7,4%</i>	<i>7,9%</i>	<i>(0,5pkt %)</i>	<i>7,5%</i>	<i>(0,1pkt %)</i>
Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe	321,4	256,1	25,5%	275,1	16,8%
<i>udział w sumie bilansowej</i>	<i>20,0%</i>	<i>16,7%</i>	<i>3,3pkt %</i>	<i>17,6%</i>	<i>2,4pkt %</i>
RAZEM PASywa	1 610,2	1 529,6	5,3%	1 556,5	3,5%

3.1. Aktywa trwałe

Na wzrost wartości aktywów trwałych, w porównaniu do 30 września 2015 r. oraz do 31 grudnia 2014 r., wpływ miały głównie inwestycje w rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne, które zostały częściowo skompensowane odpisami amortyzacyjnymi i zmniejszeniem należności długoterminowych w związku z przeklasyfikowaniem do należności krótkoterminowych części kaucji pieniężnych złożonych przez spółkę AMS S.A.

3.2. Aktywa obrotowe

Na wzrost wartości aktywów obrotowych, w stosunku do 30 września 2015 r. oraz do 31 grudnia 2014 r., wpłynęły głównie wyższe należności krótkoterminowe (z tytułu dostaw i usług oraz kaucji pieniężnych złożonych przez spółkę AMS S.A.) oraz wyższe saldo krótkoterminowych aktywów finansowych, które w porównaniu do 31 grudnia 2014 r. zostało częściowo skompensowane spadkiem środków pieniężnych i ich ekwiwalentów.

3.3. Zobowiązania i rezerwy długoterminowe

Na spadek salda zobowiązań i rezerw długoterminowych, w stosunku do 30 września 2015 r., wpłynęło głównie zmniejszenie rezerwy z tytułu podatku odroczonego i pozostałych zobowiązań finansowych, które zostało częściowo skompensowane wzrostem długoterminowych zobowiązań wynikających z otrzymania przez spółkę zależną Green Content Sp. z o.o. koncesji na rozpowszechnianie w sposób cyfrowy rozświetlacz naziemny w multipleksie ósmym programu telewizyjnego pod nazwą Kiwi TV. Opłata koncesyjna będzie spłacana w 10 rocznych ratach powiększonych o opłatę prolongacyjną.

Na wzrost salda zobowiązań i rezerw długoterminowych, w stosunku do 31 grudnia 2014 r., wpłynęły głównie wyższe zobowiązania długoterminowe z tytułu kredytów i leasingu finansowego, jak również długoterminowa część zobowiązania wynikającego z otrzymania przez spółkę zależną Green Content Sp. z o.o. koncesji na rozpowszechnianie w sposób cyfrowy rozświetlacz naziemny w multipleksie ósmym programu telewizyjnego pod nazwą Kiwi TV. Powyższa zmiana została częściowo skompensowana niższą rezerwą z tytułu podatku odroczonego oraz zmniejszeniem pozostałych zobowiązań finansowych.

3.4. Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe

Na wzrost salda zobowiązań i rezerw krótkoterminowych, w stosunku do 30 września 2015 r. oraz do 31 grudnia 2014 r., wpłynęło zwiększenie zobowiązań z tytułu dostaw i usług oraz zobowiązań z tytułu podatku dochodowego, jak również wzrost salda rozliczeń międzyokresowych biernych. Ponadto, zwiększyły się krótkoterminowe zobowiązania z tytułu kredytów i pozostałe zobowiązania finansowe.

4. PRZEPIŁYWKY ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH GRUPY AGORA

Tab.12

w mln zł	IV kwartał 2015	IV kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014	I-IV kwartał 2015	I-IV kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	45,6	56,3	(19,0%)	111,1	97,8	13,6%
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(49,5)	(19,1)	159,2%	(129,0)	(43,0)	200,0%
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	5,8	(25,7)	-	(3,3)	(102,0)	(96,8%)
Razem przepływy pieniężne netto	1,9	11,5	(83,5%)	(21,2)	(47,2)	(55,1%)
Środki pieniężne na koniec okresu	31,2	52,3	(40,3%)	31,2	52,3	(40,3%)

Na dzień 31 grudnia 2015 r. Grupa dysponowała środkami pieniężnymi w wysokości 117,0 mln zł, na które składały się gotówka i jej ekwiwalenty w wysokości 31,2 mln zł (kasa, rachunki i lokaty bankowe) oraz 85,8 mln zł zainwestowane w krótkoterminowe papiery wartościowe. Dodatkowo, Grupa posiadała należności z tytułu złożonych przez spółkę AMS S.A. kaucji pieniężnych w wysokości 29,6 mln zł, stanowiących zabezpieczenie gwarancji bankowych udzielonych w związku z realizacją umowy koncesji na budowę i modernizację wiat przystankowych w Warszawie (z tego 10,8 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 Aneksu nr 1 do umowy kredytowej o Wielocelowy Limit Kredytowy, podpisanego 26 maja 2015 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 31 maja 2016 r. oraz kredytem w rachunku bieżącym do kwoty 35,0 mln zł z okresem dostępności do 28 maja 2016 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 2015 r. wpłynęła głównie poprawa wyniku z podstawowej działalności operacyjnej Grupy.

4.2. Działalność inwestycyjna

Ujemne przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej w 2015 r. to przede wszystkim efekt wydatków inwestycyjnych na rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne, jak również nabycie krótkoterminowych papierów wartościowych.

4.3. Działalność finansowa

W 2015 r. przepływy pieniężne netto z działalności finansowej zawierały głównie spłaty kredytów i zobowiązań z tytułu leasingu finansowego, jak również wydatki związane z drugim etapem programu skupu akcji własnych. W omawianym okresie Grupa uzyskała również wpływy finansowe z tytułu kredytów i faktoringu.

5. WYBRANE WSKAŹNIKI FINANSOWE [5]

Tab. 13

	IV kwartał 2015	IV kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014	I-IV kwartał 2015	I-IV kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014
Wskaźniki rentowności						
rentowność sprzedaży netto	4,5%	2,5%	2,0pkt %	1,1%	(1,1%)	2,2pkt %
rentowność sprzedaży brutto	38,2%	38,2%	0,0pkt %	33,1%	31,0%	2,1pkt %
rentowność kapitału własnego	5,5%	2,9%	2,6pkt %	1,1%	(1,1%)	2,2pkt %
Wskaźniki efektywności						
szybkość obrotu zapasów	12 dni	13 dni	(7,7%)	13 dni	13 dni	-
szybkość obrotu należności	52 dni	55 dni	(5,5%)	65 dni	68 dni	(4,4%)
szybkość obrotu zobowiązań	38 dni	37 dni	2,7%	43 dni	41 dni	4,9%
Wskaźnik płynności						
wskaźnik płynności	1,4	1,5	(6,7%)	1,4	1,5	(6,7%)
Wskaźniki finansowania						
stopa zadłużenia (1)	-	-	-	-	-	-
wskaźnik pokrycia odsetek	13,9	0,9	1 444,4%	5,0	(3,1)	-
kasowy wskaźnik pokrycia odsetek	18,8	31,1	(39,5%)	5,7	4,7	21,3%

(1) na dzień 31 grudnia 2015 r. i 31 grudnia 2014 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. 14

w mln zł	IV kwartał 2015	IV kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014	I-IV kwartał 2015	I-IV kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014
Łączne przychody, w tym:	81,1	85,6	(5,3%)	300,8	306,4	(1,8%)
Przychody ze sprzedaży wydawnictw	33,5	33,3	0,6%	130,5	127,2	2,6%
w tym <i>Gazeta Wyborcza</i>	27,0	26,2	3,1%	103,1	100,8	2,3%
w tym <i>Czasopisma</i>	3,6	4,2	(14,3%)	16,2	17,6	(8,0%)
Przychody ze sprzedaży reklam (1)	45,8	51,0	(10,2%)	164,9	175,1	(5,8%)
w tym <i>Gazeta Wyborcza</i> (2)	28,7	33,4	(14,1%)	104,5	112,9	(7,4%)
w tym <i>Czasopisma</i>	5,6	5,9	(5,1%)	21,8	22,7	(4,0%)
w tym <i>Metrocafe.pl</i> (3)	6,1	6,2	(1,6%)	19,8	21,5	(7,9%)
Razem koszty operacyjne, w tym (4):	(76,7)	(92,5)	(17,1%)	(283,6)	(294,8)	(3,8%)
Materiały, energia, towary i usługi poligraficzne	(20,0)	(21,1)	(5,2%)	(74,6)	(79,7)	(6,4%)
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (5)	(29,7)	(30,7)	(3,3%)	(116,8)	(114,5)	2,0%
Amortyzacja	(2,4)	(2,6)	(7,7%)	(9,8)	(10,0)	(2,0%)
Reprezentacja i reklama (1),(5)	(15,0)	(12,5)	20,0%	(49,6)	(41,1)	20,7%
Odpisy aktualizujące (6)	-	(15,1)	-	-	(15,1)	-
EBIT	4,4	(6,9)	-	17,2	11,6	48,3%
marża EBIT	5,4%	(8,1%)	13,5pkt %	5,7%	3,8%	1,9pkt %
EBITDA	6,8	(4,3)	-	27,0	21,6	25,0%
marża EBITDA	8,4%	(5,0%)	13,4pkt %	9,0%	7,0%	2,0pkt %

(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 *Metrocafe.pl* (dawniej *Metro*), przychody z akcji specjalnych realizowanych w ramach projektów specjalnych *Metrocafe.pl* oraz wpływy z akcji realizowanych przez *metroBTL*;

(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;

(6) podana kwota w 2014 r. obejmuje odpisy aktualizujące dotyczące dwóch miesięczników wydawanych przez Agorę S.A.

W czwartym kwartale 2015 r. segment Prasa istotnie poprawił wynik operacyjny [1], który wyniósł 4,4 mln zł, głównie dzięki niższym kosztom operacyjnym w porównaniu z czwartym kwartałem 2014 r. W 2015 r. wynik operacyjny segmentu Prasa wyniósł 17,2 mln zł i był wyższy niż rok wcześniej [1]. Należy jednak pamiętać, że w czwartym kwartale

2014 r. wynik operacyjny segmentu Prasa został obciążony kosztami odpisów aktualizujących w wysokości 15,1 mln zł, które dotyczyły dwóch miesięczników wydawanych przez pion Czasopisma i Prasa Bezpłatna.

1. PRZYCHODY

W czwartym kwartale 2015 r. łączne przychody segmentu Prasa wyniosły 81,1 mln zł i były niższe o 5,3% w stosunku do analogicznego okresu 2014 r. Pozytywny wpływ na wartość przychodów segmentu miały rosnące przychody ze sprzedaży wydawnictw, głównie dzięki większej liczbie publikacji w ofercie dwucenowej z *Gazetą Wyborczą*. Niższe były natomiast wpływy segmentu ze sprzedaży reklam. Ich największy spadek był widoczny w *Gazecie Wyborczej*.

W 2015 r. łączne przychody segmentu Prasa wyniosły 300,8 mln zł i były niższe o 1,8% w stosunku do 2014 r. Jest to głównie efekt niższych o 5,8% wpływów ze sprzedaży reklam. Pozytywnie na wartość przychodów segmentu wpłynęły natomiast wyższe o 2,6% przychody ze sprzedaży wydawnictw, do czego istotnie przyczyniły się zwiększone wpływy ze sprzedaży egzemplarzowej *Gazety Wyborczej*.

1.1. Przychody ze sprzedaży wydawnictw

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

W czwartym kwartale 2015 r. *Gazeta Wyborcza* utrzymała pozycję lidera wśród dzienników opiniotwórczych. Średnie rozpowszechnianie płatne *Gazety Wyborczej* wyniosło 178 tys. egzemplarzy i zmniejszyło się o 7,3% w stosunku do analogicznego okresu 2014 r. W tym okresie wpływy ze sprzedaży *Gazety Wyborczej* wzrosły o 3,1% w stosunku do czwartego kwartału 2014 r., co było możliwe głównie dzięki większej liczbie wydań dziennika w ofercie dwucenowej. W omawianym okresie tygodniowy zasięg czytelnicy *Gazety Wyborczej* (według wskaźnika CCS) wyniósł 7,7% (2,3 mln czytelników), co zapewniło jej drugie miejsce wśród dzienników ogólnopolskich.

W 2015 r. *Gazeta Wyborcza* utrzymała pozycję lidera wśród dzienników opiniotwórczych. Średnie rozpowszechnianie płatne *Gazety Wyborczej* wyniosło 178 tys. egzemplarzy i zmniejszyło się o 7,2% w stosunku do 2014 r. W tym okresie wpływy ze sprzedaży *Gazety Wyborczej* wzrosły o 2,3% w stosunku do 2014 r., co było możliwe dzięki podniesieniu ceny codziennych wydań podstawowych *Gazety Wyborczej* w październiku 2014 r. oraz większej liczbie wydań dziennika w ofercie dwucenowej. W omawianym okresie tygodniowy zasięg czytelnicy *Gazety Wyborczej* (według wskaźnika CCS) wyniósł 8,5% (2,6 mln czytelników), co uplasowało ją na drugim miejscu wśród dzienników ogólnopolskich.

1.1.2. Sprzedaż egzemplarzowa czasopism

W czwartym kwartale 2015 r. przychody ze sprzedaży miesięczników zmniejszyły się o 14,3% w stosunku do przychodów osiągniętych w czwartym kwartale 2014 r. Średnie rozpowszechnianie płatne miesięczników Agory wyniosło 300,9 tys. egz. i zmniejszyło się o 12,1% w stosunku do czwartego kwartału 2014 r.

W 2015 r. przychody ze sprzedaży miesięczników były o 8,0% niższe niż w 2014 r. i wyniosły 16,2 mln zł. Jest to efekt niższego średniego rozpowszechniania płatnego miesięczników Agory, które wyniosło 308,3 tys. egz. i zmniejszyło się o 10,0% w stosunku do 2014 r.

1.2. Sprzedaż reklam [3]

1.2.1. Przychody reklamowe *Gazety Wyborczej*

W czwartym kwartale 2015 r. przychody netto *Gazety Wyborczej* z całej działalności reklamowej (zawierającej ogłoszenia wymiarowe, drobne i inserty) wyniosły 28,7 mln zł i były o 14,1% niższe niż w czwartym kwartale 2014 r.

W 2015 r. przychody netto *Gazety Wyborczej* z całej działalności reklamowej (zawierającej ogłoszenia wymiarowe, drobne, inserty oraz pozostałe usługi reklamowe) wyniosły 104,5 mln zł i były o 7,4% niższe niż w 2014 r.

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

W czwartym kwartale 2015 r. wydatki na reklamę w dziennikach w Polsce zmniejszyły się o prawie 14,5%. W omawianym okresie spadek wydatków na reklamę wymiarową w *Gazecie Wyborczej* wyniósł prawie 13,5%, a jej szacowany udział w tych wydatkach zwiększył się o blisko 0,5pkt% w stosunku do czwartego kwartału 2014 r. i wyniósł

36,5%. Łączny udział *Gazety Wyborczej* i *Metrocafe.pl* zwiększył się w stosunku do analogicznego okresu 2014 r. o prawie 1,5pkt%.

W 2015 r. wydatki na reklamę w dziennikach w Polsce spadły o około 11,5%. W omawianym okresie spadek wydatków na reklamę wymiarową w *Gazecie Wyborczej* wyniósł około 8,0%, a jej szacowany udział w tych wydatkach zwiększył się o prawie 1,5pkt% w stosunku do 2014 r. i stanowił prawie 37,5%. Łączny udział *Gazety* i *Metrocafe.pl* zwiększył się o prawie 1,5pkt% w stosunku do 2014 r.

W czwartym kwartale 2015 r. udział *Gazety Wyborczej* w wydatkach na reklamę w dziennikach ogólnopolskich wyniósł około 46,5% i wzrósł o prawie 2,0pkt% w stosunku do czwartego kwartału 2014 r. W tym okresie *Gazeta Wyborcza* zmniejszyła swój udział w wydatkach na reklamę w dziennikach stołecznych o prawie 0,5pkt%, a łączny udział *Gazety Wyborczej* i *Metrocafe.pl* w tych wydatkach zmniejszył się także o prawie 0,5pkt% w stosunku do analogicznego okresu 2014 r. Udział *Gazety Wyborczej* w wydatkach na reklamę w dziennikach lokalnych (pozawarszawskich) zmniejszył się w omawianym okresie o prawie 0,5pkt% w stosunku do analogicznego okresu 2014 r., a łączny udział *Gazety Wyborczej* i *Metrocafe.pl* zwiększył się o prawie 1,0pkt%.

W 2015 r. udział *Wyborczej* w wydatkach na reklamę w dziennikach ogólnopolskich wyniósł około 46,0% i wzrósł o prawie 2,5pkt% w stosunku do 2014 r. W tym okresie *Gazeta Wyborcza* zwiększyła swój udział w wydatkach na reklamę w dziennikach stołecznych o około 1,0pkt%, a łączny udział *Gazety Wyborczej* i *Metrocafe.pl* w tych wydatkach zmniejszył się o prawie 0,5pkt% w stosunku do 2014 r. Udział *Gazety Wyborczej* w wydatkach na reklamę w dziennikach lokalnych (pozawarszawskich) nie zmienił się w omawianym okresie w stosunku do 2014 r., a łączny udział *Gazety Wyborczej* i *Metrocafe.pl* zwiększył się o ponad 0,5pkt%.

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 czwartym kwartale 2015 r. udział stron ogłoszeniowych w sumie objętości *Gazety Wyborczej* wyniósł około 26,5% (spadek o około 1,7pkt% 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 94 i była niższa o około 10% w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego.

W 2015 r. udział stron ogłoszeniowych w sumie objętości *Gazety Wyborczej* wyniósł około 26,6% (spadek o około 0,2pkt% 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 91 i była niższa o około 4% w stosunku do roku ubiegłego.

1.2.2. Przychody reklamowe *Metrocafe.pl* [3],[4]

Wpływy reklamowe *Metrocafe.pl* w czwartym kwartale 2015 r. były niższe o 1,6%, w tym wpływy z reklam wymiarowych obniżyły się o ponad 1,5%. W tym samym czasie wydatki na ogłoszenia wymiarowe we wszystkich dziennikach zmniejszyły się o prawie 14,5%. W rezultacie *Metrocafe.pl* zwiększyło swój udział w wydatkach na reklamę we wszystkich dziennikach o około 1,0pkt% do ponad 6,5%. W omawianym okresie *Metrocafe.pl* zwiększyło o prawie 1,0pkt% swój udział w wydatkach na reklamę w dziennikach ogólnopolskich oraz o ponad 1,0pkt% swój udział w wydatkach na reklamę w dziennikach lokalnych. Tytuł utrzymał na poziomie 28,5% swój udział w dziennikach stołecznych.

Wpływy reklamowe *Metrocafe.pl* w 2015 r. były niższe o 7,9%, w tym wpływy z reklam wymiarowych obniżyły się o prawie 12,0%. W tym samym czasie wydatki na ogłoszenia wymiarowe we wszystkich dziennikach zmniejszyły się o około 11,5%. W rezultacie udział *Metrocafe.pl* w wydatkach na reklamę we wszystkich dziennikach zmniejszył się nieznacznie i wyniósł około 6,0%. W omawianym okresie *Metrocafe.pl* praktycznie utrzymało swój udział w wydatkach na reklamę w dziennikach ogólnopolskich oraz zwiększyło o prawie 0,5pkt% swój udział w wydatkach na reklamę w dziennikach lokalnych. Tytuł zmniejszył swój udział w dziennikach stołecznych o ponad 1,0pkt% do około 26,0%.

1.2.3 Przychody reklamowe czasopism

W czwartym kwartale 2015 r. przychody ze sprzedaży reklam w czasopismach Agory zmniejszyły się o 5,1% do kwoty 5,6 mln zł. W tym samym czasie rynkowy spadek wydatków na reklamę w czasopismach wyniósł około 8,5%. Udział czasopism Agory w wydatkach reklamowych w magazynach ogólnopolskich wyniósł 3,3% (według danych cennikowych) [7], natomiast w wydatkach reklamowych w miesięcznikach wyniósł 6,2% (według danych cennikowych) [7].

W 2015 r. przychody ze sprzedaży reklam w czasopismach Agory spadły o 4,0% do kwoty 21,8 mln zł. W tym samym czasie rynkowy spadek wydatków na reklamę w czasopismach wyniósł 8,5%. Udział czasopism Agory w wydatkach reklamowych w magazynach ogólnopolskich wyniósł 3,3% (według danych cennikowych) [7], natomiast w wydatkach reklamowych w miesięcznikach 6,7% (według danych cennikowych) [7].

2. KOSZTY

W czwartym kwartale 2015 r. koszty operacyjne segmentu zmniejszyły się o 17,1% do kwoty 76,7 mln zł. Należy pamiętać, że w analogicznym okresie 2014 r. koszty operacyjne segmentu obciążały odpisy aktualizujące wartość dwóch tytułów wydawanych przez pion Czasopisma i Prasa Bezpłatna w wysokości 15,1 mln zł.

Na obniżenie kosztów w czwartym kwartale 2015 r. wpływ miały niższe koszty materiałów, energii, towarów i usług poligraficznych, mniejszy wolumen druku dzienników wydawanych w ramach segmentu oraz niższe koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników. Wzrosły natomiast koszty reprezentacji i reklamy. Były one związane głównie z większą liczbą wydań *Gazety Wyborczej* w ofercie dwucenowej, promocją różnych kanałów dystrybucji *Gazety Wyborczej* oraz promocją Europejskich Targów Muzycznych *Co Jest Grane*.

W 2015 r. koszty operacyjne segmentu zmniejszyły się o 3,8% do kwoty 283,6 mln zł. W 2014 r. koszty operacyjne segmentu obciążały odpisy aktualizujące wartość dwóch tytułów wydawanych przez pion Czasopisma i Prasa Bezpłatna w wysokości 15,1 mln zł. Do obniżenia kosztów operacyjnych segmentu w 2015 r. przyczyniły się niższe koszty materiałów, energii, towarów i usług poligraficznych oraz mniejszy wolumen druku dzienników wydawanych w ramach segmentu. Wzrosły natomiast koszty reprezentacji i reklamy. Były one związane głównie z większą liczbą wydań *Gazety Wyborczej* w ofercie dwucenowej, promocją różnych kanałów dystrybucji *Gazety Wyborczej* oraz promocją wydarzeń organizowanych w ramach segmentu m.in. *Olsztyn Green Festival* oraz Europejskich Targów Muzycznych *Co Jest Grane*. Zwiększyły się także koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników związane głównie z nowymi inicjatywami rozwojowymi w segmencie.

3. NOWE INICJATYWY

1 października 2015 r. swoją premierę na urządzeniach z systemem iOS miała nowa aplikacja *Clou* przygotowana przez zespół *Gazety Wyborczej*. *Clou* powstało z myślą o czytelnikach poszukujących różnorodnych i dobrze napisanych tekstów do dłuższej lektury.

Od 28 października 2015 r. dostępna jest nowa wersja aplikacji mobilnej *Metrocafe.pl* na urządzenia z najpopularniejszymi systemami operacyjnymi. Dzięki niej czytelnicy dziennika i serwisu internetowego mogą wygodnie sięgać po najciekawsze teksty z danego dnia, prezentowane w przejrzystej, magazynowej formie.

W rezultacie wprowadzanych zmian i konsekwentnie realizowanej strategii cyfryzacyjnej *Gazeta Wyborcza* zakończyła 2015 r. z ponad 77 tys. płatnych subskrypcji cyfrowych. Tym samym dziennik zrealizował cel w zakresie liczby prenumerat cyfrowych o rok wcześniej niż to było zaplanowane. Nowy cel w zakresie liczby płatnych subskrypcji na koniec 2016 r. to około 90 tys. płatnych prenumerat cyfrowych *Gazety Wyborczej*.

Od lutego 2016 r. *Gazeta Wyborcza* zmieniła ceny swoich niektórych wydań papierowych. W czwartki i piątki można ją kupić w cenie 3,40 zł, a w soboty - 3,50 zł. Cena wydań ukazujących się od poniedziałku do środy pozostała bez zmian - to 2,90 zł. Również od lutego br. przygotowana została nowa oferta pakietów prenumeraty cyfrowej dla czytelników cyfrowych treści *Gazety Wyborczej*. Pakiet *Wyborcza*, pozwalający na Nielimitowany dostęp do treści dziennika przez przeglądarki internetowe, jest dostępny w cenie 19,90 zł za miesiąc, a pakiet *Wyborcza Premium* umożliwiający najszerszy dostęp do treści "Gazety Wyborczej" - m.in. w aplikacjach i wersjach na czytniki - oraz wydań *Wysokich Obcasów Extra* i *Książek. Magazynu do czytania* w cenie 29,90 zł za miesiąc. Odpowiednie zmiany zostały wprowadzone również do cenników pakietów kwartalnych i rocznych.

IV.B. FILM I KSIĄŻKA [1]

Segment Film i Książka zawiera skonsolidowane pro-forma dane spółek: Helios S.A. i NEXT FILM Sp. z o.o. (tworzących grupę Helios) oraz pionu Projekty Specjalne obejmującego m.in. działalność Wydawnictwa oraz działalność związaną z produkcją filmów.

Tab. 15

w mln zł	IV kwartał 2015	IV kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014	I-IV kwartał 2015	I-IV kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014
Łączne przychody, w tym:	112,0	100,2	11,8%	345,1	282,9	22,0%
Przychody ze sprzedaży biletów do kina	55,6	46,7	19,1%	162,6	143,0	13,7%
Przychody ze sprzedaży barowej	19,9	15,4	29,2%	59,5	49,0	21,4%
Przychody ze sprzedaży reklam w kinach (1)	9,6	9,0	6,7%	28,4	26,7	6,4%
Przychody z działalności filmowej (1), (2)	3,9	14,0	(72,1%)	17,8	17,5	1,7%
Przychody z działalności Wydawnictwa	19,0	11,5	65,2%	64,3	31,5	104,1%
Razem koszty operacyjne, w tym:	(99,8)	(89,5)	11,5%	(321,5)	(269,5)	19,3%
Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów (3)	(8,8)	(7,3)	20,5%	(28,6)	(25,9)	10,4%
Usługi obce (3), (4)	(43,7)	(44,7)	(2,2%)	(139,4)	(132,6)	5,1%
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (3)	(12,7)	(9,3)	36,6%	(34,9)	(30,4)	14,8%
Amortyzacja (3)	(7,7)	(6,8)	13,2%	(29,1)	(25,5)	14,1%
Reprezentacja i reklama (1), (3)	(8,4)	(8,1)	3,7%	(27,4)	(20,8)	31,7%
Koszty operacyjne z działalności Wydawnictwa (5)	(17,5)	(11,3)	54,9%	(58,4)	(30,8)	89,6%
EBIT	12,2	10,7	14,0%	23,6	13,4	76,1%
marża EBIT	10,9%	10,7%	0,2pkt %	6,8%	4,7%	2,1pkt %
EBITDA (5)	20,0	17,7	13,0%	60,4	39,5	52,9%
marża EBITDA	17,9%	17,7%	0,2pkt %	17,5%	14,0%	3,5pkt %

- (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) oraz 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 m.in. przez spółkę NEXT FILM;
- (5) podane kwoty uwzględniają koszty amortyzacji Wydawnictwa, które w całym 2015 r. wyniosły 7,7 mln zł, a w samym czwartym kwartale 2015 r. 0,1 mln zł (w analogicznym okresie ubiegłego roku odpowiednio 0,6 mln zł oraz 0,2 mln zł).

Segment Film i Książka odnotował w czwartym kwartale 2015 r. poprawę wyników operacyjnych. Wynik operacyjny na poziomie EBIT wzrósł o 14,0% i wyniósł 12,2 mln zł, natomiast EBITDA wzrosła o 13,0% i wyniosła 20,0 mln zł. Pozytywny wpływ zarówno na wysokość przychodów, jak i wynik operacyjny segmentu miały m.in. przychody Wydawnictwa z dystrybucji gry *Wiedźmin 3: Dzikie Gon* [1].

Wydawnictwo zakończyło czwarty kwartał 2015 r. poprawą wyniku operacyjnego na poziomie EBIT, który wzrósł do 1,5 mln zł. Wynik ten był lepszy od odnotowanego w czwartym kwartale 2014 r. [1].

W 2015 r. segment odnotował poprawę wyników operacyjnych. Wynik operacyjny na poziomie EBIT wzrósł o 76,1% i wyniósł 23,6 mln zł., a EBITDA segmentu wzrosła o 52,9% i wyniosła 60,4 mln zł. Poprawa wyniku operacyjnego w 2015 r. wynika ze wzrostu frekwencji w sieci kin Helios, która przyniosła wyższe przychody ze sprzedaży biletów i sprzedaży barowej. Pozytywny wpływ na wynik operacyjny segmentu miał również udział Wydawnictwa w dystrybucji i koprodukcji gry *Wiedźmin 3: Dziki Gon*.

Wydawnictwo Agory zakończyło 2015 r. wynikiem na poziomie EBIT w wysokości 5,9 mln zł. Wynik ten był lepszy o 5,2 mln zł od odnotowanego w 2014 r. [1].

1. PRZYCHODY [3]

W czwartym kwartale 2015 r. przychody segmentu Film i Książka wzrosły o 11,8% do kwoty 112,0 mln zł.

W tym czasie liczba widzów w sieci kin Helios wyniosła 3,1 mln i była o 14,4% wyższa w stosunku do czwartego kwartału 2014 r. Wyższa liczba widzów w kinach sieci Helios przyniosła wzrost przychodów ze sprzedaży biletów do kwoty 55,6 mln zł oraz wzrost przychodów ze sprzedaży barowej do kwoty 19,9 mln zł.

Łączne przychody segmentu z tytułu koprodukcji i dystrybucji filmowej w czwartym kwartale 2015 r. wyniosły 3,9 mln zł i były niższe od przychodów uzyskanych w analogicznym okresie 2014 r. W czwartym kwartale 2015 r. NEXT FILM wprowadził do dystrybucji w kinach nową produkcję filmową: *Obce Niebo*. Jednocześnie w kinach wyświetlane były obrazy wprowadzone na duży ekran we wcześniejszych okresach. W czwartym kwartale 2014 r. istotny wpływ na poziom przychodów z działalności filmowej miała dystrybucja i koprodukcja filmu *Bogowie*. W czwartym kwartale 2015 r. pion Projekty Specjalne odnotował przychody z tytułu koprodukcji filmu *Karbala* w związku z dystrybucją w kinach oraz filmów: *Ziarno Prawdy* i *Disco Polo*, w związku ze sprzedażą praw do ich dystrybucji w innych kanałach dystrybucji.

W czwartym kwartale 2015 r. przychody Wydawnictwa Agory (działającego w ramach pionu Projekty Specjalne) wyniosły 19,0 mln zł i istotnie wzrosły w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. Pozytywny wpływ na wzrost tych przychodów miały wpływy z dystrybucji gry *Wiedźmin 3: Dziki Gon*, które wyniosły 7,9 mln zł.

Wydawnictwo Agory wydało w czwartym kwartale 2015 r. 17 nowych książek i 7 wydawnictw muzycznych. W rezultacie, w omawianym okresie Wydawnictwo sprzedało około 0,3 mln książek i książek z płytami CD i DVD.

W 2015 r. przychody segmentu Film i Książka wyniosły 345,1 mln zł i były o 22,0% wyższe w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego.

W tym czasie liczba widzów w sieci kin Helios wyniosła 9,3 mln i wzrosła o 11,2% w stosunku do tej odnotowanej w 2014r. Wyższa frekwencja w sieci kin Helios zapewniła wyższe przychody ze sprzedaży biletów, które wyniosły 162,6 mln zł i wyższe przychody ze sprzedaży barowej w wysokości 59,5 mln zł.

Łączne przychody segmentu z tytułu koprodukcji i dystrybucji filmowej w 2015 r. wyniosły 17,8 mln zł i były o 1,7% wyższe od przychodów uzyskanych w analogicznym okresie ubiegłego roku. Wzrost ten wynika z wprowadzenia przez NEXT FILM w 2015 r. do dystrybucji w kinach większej liczby nowych produkcji filmowych oraz sprzedaży praw do dystrybucji w innych kanałach. W 2014 r. istotny wpływ na poziom przychodów z działalności filmowej miała dystrybucja i koprodukcja filmu *Bogowie*. W 2015 r. pion Projekty Specjalne odnotował przychody z tytułu koprodukcji filmów: *Disco Polo*, *Bogowie*, *Karbala*, *Ziarno Prawdy*, *Drogówka* oraz *Baby są jakieś inne* w związku z dystrybucją w kinach, na DVD oraz ze sprzedażą praw do dystrybucji w innych kanałach.

W 2015 r. przychody Wydawnictwa Agory wyniosły 64,3 mln zł i zwiększyły się ponad dwukrotnie w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. Istotny, pozytywny wpływ na wzrost tych przychodów miał udział w dystrybucji i koprodukcji gry *Wiedźmin 3: Dziki Gon*, który przyniósł Wydawnictwu 25,8 mln zł w 2015 r.

Wydawnictwo Agory wydało w 2015 r. 53 nowe książki, 13 wydawnictw muzycznych i 6 wydawnictw filmowych. W rezultacie w omawianym okresie Wydawnictwo sprzedało około 1,0 mln książek i książek z płytami CD i DVD.

2. KOSZTY

W czwartym kwartale 2015 r. koszty operacyjne segmentu Film i Książka były o 11,5% wyższe w porównaniu z analogicznym okresem w 2014 r. i wyniosły 99,8 mln zł.

Na wzrost kosztów operacyjnych segmentu wpłynęły wyższe koszty operacyjne działalności Wydawnictwa, które wyniosły 17,5 mln zł. Istotny wpływ na poziom kosztów Wydawnictwa w czwartym kwartale 2015 r. miało rozliczenie z

producentem gry *Wiedźmin 3: Dziki Gon*. Wzrost kosztów operacyjnych związany jest również z wyższymi opłatami za kopie filmowe w związku z wyższą frekwencją w kinach, kosztami produkcji filmu *Król Życia* oraz rozwojem sieci kin. Do wzrostu kosztów amortyzacji przyczynił się m.in. udział w koprodukcji filmów: *Obce Niebo*, *Karbala*, *Ziarno Prawdy* i *Disco Polo*, a wzrost kosztów reklamy i reprezentacji związany jest m.in. z dystrybucją filmową.

W 2015 r. koszty operacyjne segmentu wyniosły 321,5 mln zł i były o 19,3% wyższe w stosunku do 2014 r.

Na wzrost kosztów operacyjnych segmentu wpływ miała amortyzacja wkładu koproducentkiego oraz rozliczenie z producentem gry *Wiedźmin 3: Dziki Gon*. Wyższe koszty zakupu kopii filmowych oraz wartości sprzedanych towarów i materiałów wynikają z wyższych przychodów ze sprzedaży biletów oraz sprzedaży w barach kinowych. Wzrost kosztów zużycia materiałów i energii oraz kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników związany jest głównie z rozwojem sieci kin Helios. Do wzrostu kosztów amortyzacji przyczynił się udział w koprodukcji filmów: *Karbala*, *Ziarno prawdy*, *Disco Polo* i *Obce Niebo*, a wzrost kosztów reklamy i reprezentacji związany jest m.in. z dystrybucją filmową.

3. NOWE INICJATYWY

Zgodnie z ogłoszonymi planami rozwoju sieć kin Helios zwiększa skalę swojej działalności. W czwartym kwartale 2015 r. powiększyła się ona o dwa nowe obiekty. 24 października 2015 r. w Białymstoku rozpoczęło działalność kino z sześcioma nowoczesnymi salami z blisko tysiącem miejsc dla widzów. Natomiast 13 listopada 2015 r. we Wrocławiu otwarty został nowy multiplex Heliosa, posiadający osiem sal z ponad 1300 miejscami - to najnowocześniejsze kino w regionie. Helios dysponuje już 37 kinami z 206 ekranami i blisko 43 tys. foteli.

W czwartym kwartale NEXT FILM wprowadził do dystrybucji film *Obce Niebo*, którego koproducentem jest Agora.

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. 16

w mln zł	IV kwartał 2015	IV kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014	I-IV kwartał 2015	I-IV kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014
Łączne przychody, w tym:	46,4	43,6	6,4%	156,1	149,8	4,2%
Przychody ze sprzedaży reklam (1)	45,7	43,0	6,3%	153,4	147,4	4,1%
Razem koszty operacyjne, w tym:	(40,6)	(37,9)	7,1%	(139,0)	(143,6)	(3,2%)
Koszty realizacji kampanii (1)	(6,8)	(6,7)	1,5%	(23,6)	(23,5)	0,4%
Koszty utrzymania systemu (1)	(16,7)	(15,9)	5,0%	(63,0)	(65,4)	(3,7%)
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników	(5,4)	(5,3)	1,9%	(20,1)	(20,5)	(2,0%)
Reprezentacja i reklama	(1,4)	(1,6)	(12,5%)	(5,2)	(4,6)	13,0%
Amortyzacja	(3,7)	(4,2)	(11,9%)	(13,2)	(16,5)	(20,0%)
EBIT	5,8	5,7	1,8%	17,1	6,2	175,8%
marża EBIT	12,5%	13,1%	(0,6pkt%)	11,0%	4,1%	6,9pkt%
EBITDA	9,5	9,9	(4,0%)	30,3	22,7	33,5%
marża EBITDA	20,5%	22,7%	(2,2pkt%)	19,4%	15,2%	4,2pkt%
Liczba powierzchni reklamowych (2)	24 375	23 619	3,2%	24 375	23 619	3,2%

(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.

W czwartym kwartale 2015 r., dzięki wzrostowi przychodów o 6,4%, segment Reklamy Zewnętrznej wypracował zysk operacyjny EBIT w wysokości 5,8 mln zł. EBITDA segmentu wyniosła 9,5 mln zł, a marża EBITDA 20,5%.

W całym 2015 r. wzrost przychodów segmentu o 4,2% oraz redukcja kosztów operacyjnych o 3,2% sprawiły, że EBIT segmentu istotnie wzrósł i osiągnął wartość 17,1 mln zł. EBITDA segmentu zwiększyła się do 30,3 mln zł, a marża EBITDA wzrosła o 4,2pkt% do poziomu 19,4%.

1. PRZYCHODY [8]

W czwartym kwartale 2015 r. wartość wydatków na reklamę zewnętrzną, według szacunków IGRZ, wzrosła o ponad 1,0% w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. W całym 2015 r. wydatki na rynku reklamy zewnętrznej były o blisko 2,5% wyższe niż w 2014 r. Wzrost przychodów ze sprzedaży reklam grupy AMS, zarówno w czwartym kwartale jak i w całym 2015 r., był wyższy od wzrostu rynku reklamy zewnętrznej raportowanego przez IGRZ i wyniósł odpowiednio 6,3% i 4,1%.

Wyższy niż rynkowy wzrost przychodów reklamowych segmentu w czwartym kwartale 2015 r. osiągnięto dzięki pozytywnej dynamice wydatków reklamodawców na nośniki typu *citylight*. Wyższa od rynkowej dynamika wzrostu przychodów w całym 2015 r. została zrealizowana głównie w oparciu o wydatki reklamodawców na kampanie reklamowe realizowane na nośnikach typu *citylight* oraz *backlight*.

2. KOSZTY

W czwartym kwartale 2015 r. koszty operacyjne segmentu wzrosły o 7,1% do 40,6 mln zł, głównie za sprawą wyższych kosztów utrzymania systemu oraz wyższych pozostałych kosztów operacyjnych netto.

Koszty realizacji kampanii w czwartym kwartale 2015 r. wzrosły o 1,5% w rezultacie zwiększenia wolumenu realizowanych usług druku plakatów oraz większej liczby zrealizowanych projektów niestandardowych na nośnikach

reklamowych. Wyższe koszty utrzymania systemu to efekt wyższych wydatków na remonty i modernizację nośników reklamowych głównie typu *backlight*. Wydatki na reprezentację i reklamę były niższe o 12,5% w porównaniu do czwartego kwartału 2014 r., głównie za sprawą niższych łącznych kosztów kampanii patronacko - komercyjnych. Niższe koszty amortyzacji wynikają m.in. z dostosowania stawek amortyzacji do szacowanego okresu użytkowania niektórych grup nośników reklamowych. Wzrost kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników o 1,9% w czwartym kwartale 2015 r. jest głównie konsekwencją wzrostu zmiennego elementu wynagrodzeń w efekcie wyższej niż w roku ubiegłym realizacji zakładanych celów sprzedażowych. Do wzrostu kosztów operacyjnych w omawianym okresie istotnie przyczynił się wzrost pozostałych kosztów operacyjnych netto, który wynika z wyższych kosztów jednorazowych odpisów aktualizujących wartości aktywów.

W całym 2015 r. koszty operacyjne segmentu zostały ograniczone o 3,2% do kwoty 139,0 mln zł, głównie za sprawą niższych kosztów utrzymania systemu i amortyzacji. Zmniejszenie kosztów utrzymania systemu o 3,7% w omawianym okresie to efekt skutecznych działań optymalizacyjnych polegających na dostosowaniu portfela posiadanych nośników reklamowych do potrzeb rynkowych oraz redukcji stawek czynszów w niektórych grupach nośników. Koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników zmniejszyły się w 2015 r. o 2,0% w efekcie zwolnień grupowych przeprowadzonych przez AMS w drugim półroczu 2014 r. Do ograniczenia kosztów operacyjnych segmentu przyczynił się niższy niż w 2014 r. koszty amortyzacji. Spadek ten wynika m.in. z dostosowania stawek amortyzacji do szacowanego okresu użytkowania niektórych grup nośników reklamowych.

3. NOWE INICJATYWY

W październiku 2015 r. AMS poszerzyło ofertę nośników premium. Z paneli Premium Citylight, które do tej pory były dostępne tylko w Warszawie, można korzystać także w Krakowie. Tym samym AMS rozpoczął realizację koncesji krakowskiej - w ciągu 15 lat zostanie wybudowanych 600 wiat przystankowych z około 1600 stronami reklamowymi. Kraków jest drugim po Warszawie miastem, w którym AMS realizuje strategię rozwoju citylightów z segmentu premium w wiatkach przystankowych. Podobnie jak w Warszawie, wiaty przystankowe docelowo będą oferowały interaktywność na różnym poziomie, od QR kodów po wifi (bramka gateams.com).

W grudniu 2015 r. AMS i Social WiFi przygotowały wspólną akcję out-of-home dla jednego z operatorów komórkowych. Podróżni czekający na wybranych przystankach komunikacji miejskiej w Krakowie, Poznaniu, Trójmieście, Warszawie i Wrocławiu mogli nie tylko bez ograniczeń korzystać z dostępu do internetu, ale też odebrać darmowy starter od operatora. To kolejny przykład działań marketingowych wykorzystujących nowe technologie i potencjał wiat przystankowych do komunikowania się z odbiorcami i dystrybucji dodatkowych korzyści.

Jednocześnie przez cały 2015 r. AMS realizował proces budowy wiat przystankowych w Warszawie, rozwijając ofertę Warsaw Premium Citylight. Do końca 2015 r. na ulicach stolicy było już 895 wiat, i prawie 800 z nich zostało włączonych do oferty AMS.

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. 17

w mln zł	IV kwartał 2015	IV kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014	I-IV kwartał 2015	I-IV kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014
Łączne przychody, w tym:	45,4	36,7	23,7%	150,5	127,1	18,4%
Przychody ze sprzedaży reklam internetowych (1)	38,4	29,2	31,5%	123,8	99,6	24,3%
Przychody ze sprzedaży ogłoszeń w wortalach (2)	3,3	3,5	(5,7%)	13,5	14,4	(6,3%)
Razem koszty operacyjne, w tym:	(36,9)	(30,8)	19,8%	(126,3)	(106,4)	18,7%
Usługi obce	(16,1)	(9,7)	66,0%	(48,1)	(32,6)	47,5%
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników	(12,5)	(11,8)	5,9%	(48,6)	(45,3)	7,3%
Amortyzacja	(1,4)	(1,3)	7,7%	(5,4)	(5,1)	5,9%
Reprezentacja i reklama (1)	(6,4)	(6,0)	6,7%	(17,9)	(17,0)	5,3%
EBIT	8,5	5,9	44,1%	24,2	20,7	16,9%
marża EBIT	18,7%	16,1%	2,6pkt%	16,1%	16,3%	(0,2pkt%)
EBITDA	9,9	7,2	37,5%	29,6	25,8	14,7%
marża EBITDA	21,8%	19,6%	2,2pkt%	19,7%	20,3%	(0,6pkt%)

(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 dwumediálních (publikowanych zarówno w Gazecie Wyborczej, jak i wortalach internetowych GazetaPraca.pl, Domiporta.pl i Komunikaty.pl oraz w serwisie Nekrologi.Wyborcza.pl).

W czwartym kwartale 2015 r. segment Internet istotnie poprawił swoje wyniki operacyjne. Wynik EBIT segmentu wzrósł o 44,1% do kwoty 8,5 mln zł, a EBITDA segmentu wyniosła 9,9 mln zł i była wyższa o 37,5% od tej odnotowanej w analogicznym okresie 2014 r. W całym 2015 r. wynik EBIT segmentu Internet wzrósł o 16,9%, osiągając najwyższy poziom w historii i wyniósł 24,2 mln zł. W tym samym okresie EBITDA wzrosła o 14,7% do kwoty 29,6 mln zł [1].

1. PRZYCHODY

W czwartym kwartale 2015 r. całkowite przychody segmentu Internet wzrosły o 23,7% i wyniosły 45,4 mln zł. W całym 2015 r. przychody całkowite segmentu Internet wzrosły o 18,4% i wyniosły rekordowe 150,5 mln zł. Na wzrost przychodów istotny wpływ miała wyższa sprzedaż reklam internetowych i usług świadczonych przez biuro reklamy oraz sieci reklamowe grupy *Gazeta.pl*.

Przychody ze sprzedaży reklam internetowych wzrosły w czwartym kwartale 2015 r. o 31,5% do kwoty 38,4 mln zł, przy rynkowym wzroście wydatków na reklamę graficzną o 3,0%. W całym 2015 r. wzrost wpływów ze sprzedaży reklam internetowych wyniósł 24,3%, a przychody sięgnęły 123,8 mln zł. Istotny wpływ na zwiększenie przychodów reklamowych segmentu miała wyższa sprzedaż reklam internetowych i usług świadczonych przez biuro reklamy oraz sieci reklamowe grupy *Gazeta.pl*.

Przychody ze sprzedaży ogłoszeń w wortalach zmniejszyły się w czwartym kwartale 2015 r. o 5,7%, a w całym 2015 r. o 6,3%. Główny wpływ na taką dynamikę miała niższa sprzedaż ogłoszeń do serwisów rekrutacyjnych (*GazetaPraca.pl*) oraz nieruchomościowych (*Domiporta.pl*). Poprawę przychodów ogłoszeniowych odnotował serwis motoryzacyjny *Autotrader.pl*.

2. KOSZTY

W czwartym kwartale 2015 r. koszty operacyjne segmentu Internet wzrosły o 19,8% do kwoty 36,9 mln zł. W całym 2015 r. wzrost kosztów operacyjnych wyniósł 18,7% i osiągnęły one poziom 126,3 mln zł. Istotny wpływ na zwiększenie wydatków miał wzrost kosztów dzierżawy powierzchni reklamowych 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. Wzrost tej pozycji kosztowej był kompensowany wyższymi przychodami z tytułu pośrednictwa sprzedaży reklam, co przyczyniło się także do wzrostu przychodów całego segmentu.

Koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników wzrosły w czwartym kwartale 2015 r. o 5,9%. W 2015 r. wzrost kosztów wyniósł 7,3%. To głównie efekt zwiększenia kosztów w sieci Epic Makers i w portalu *Gazeta.pl* i oraz wzrostu zatrudnienia w spółce AdTaily.

W czwartym kwartale 2015 r. wydatki na reklamę i reprezentację segmentu Internet wzrosły o 6,7%, a w całym 2015 r. wzrost wydatków wyniósł 5,3%. Główny wpływ na wzrost wydatków miały nakłady na promocję serwisów portalu *Gazeta.pl*, w tym serwisów wideo oraz sportowych.

W czwartym kwartale 2015 r. całkowite koszty operacyjne segmentu pomniejszyło odszkodowanie wypłacone Agorze S.A. przez spółkę Business Insider Inc. w związku z rozwiązaniem umowy na prowadzenie przez Agorę S.A. serwisu biznesowo-technologicznego, co wpłynęło również na poprawę wyniku operacyjnego segmentu.

3. ISTOTNE INFORMACJE O DZIAŁALNOŚCI INTERNETOWEJ

W grudniu 2015 r. zasięg serwisów *grupy Gazeta.pl*, wśród polskich internautów łączących się z urządzeń niemobilnych wyniósł 49,7%, jednocześnie liczba użytkowników osiągnęła poziom 121 mln. Wykonali oni 459,9 mln odsłon z urządzeń nieprzenośnych i spędzili na stronach *grupy Gazeta.pl* średnio 1 godzinę 6 minut [6].

W grudniu 2015 r. liczba odsłon wykonanych z urządzeń przenośnych na serwisach *grupy Gazeta.pl* wyniosła 278,0 mln (wzrost o 57,9% r/r), co dało *grupie Gazeta.pl* drugie miejsce na rynku wg badania Megapanel PBI/Gemius. Odsetek odsłon mobilnych na serwisach *grupy Gazeta.pl* wyniósł 37,7% i był najwyższy wśród polskich portali horyzontalnych [6].

Serwisy tworzone w ramach *grupy Gazeta.pl* zajmują wysokie pozycje w rankingach tematycznych. Według danych Megapanel PBI/Gemius za grudzień 2015 r., serwisy *grupy Gazeta.pl* są liderem w kategorii *Fora i grupy dyskusyjne*. Drugie miejsce *grupa Gazeta.pl* zajmuje w kategorii *Wyposażenie wnętrz i ogród* (m.in. serwis *Czterykaty.pl*), a trzecią pozycję serwisy *grupy Gazeta.pl* zajmują w kategoriach: *Sport* (m.in. *Sport.pl*), *Informacje i publicystyka – ogólne i informacje lokalne i regionalne*, *Dzieci, rodzina (eDziecko.pl)*, *Kuchnia, gotowanie (Ugotuj.to)*, a także *Moda i uroda (Lula.pl, Avanti24.pl)*, *Blogi (Blox.pl)*.

4. NOWE INICJATYWY

W październiku 2015 r. serwis *Sport.pl* wprowadził kolejne, nowe funkcjonalności oraz treści, m.in. nagrania wideo z bramkami i najlepszymi akcjami ze sportowych wydarzeń. W ten sposób *Sport.pl* umacnia swoją pozycję lidera w przestrzeni mobilnej w polskim sporcie, odważnie promując innowacyjne rozwiązania z wykorzystaniem np. aplikacji Snapchat, a także intensywnie przygotowuje się do jak najlepszego relacjonowania wielkich imprez sportowych, które będą miały miejsce w 2016 r.

W grudniu 2015 r. połączono siły sprzedażowe i rozbudowano wspólną strukturę sieci reklamy wideo AdPlayer i sieci reklamy kobiecej Glossy Media. Od 1 grudnia 2015 r. zespoły sieci wdrażają ofertę sprzedażową, która łączy rozwiązania niestandardowe z reklamą wideo i display, a od stycznia 2016 r. działają pod jednym szyldem jako AdPlayer group.

W styczniu 2016 r. Agora S.A. nabyła większościowy pakiet udziałów w GoldenLine Sp. z o.o. za kwotę 8,48 mln zł. Dzięki tej transakcji spółka istotnie umocniła swoją pozycję na rynku usług rekrutacyjnych i tym samym stworzyła jedyną tak kompleksową ofertę dla pracodawców i kandydatów na pracowników dostępną na polskim rynku.

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: 23 stacji lokalnych nadających pod marką *Złote Przeboje*, 7 stacji lokalnych nadających pod marką *Rock Radio* (od 31 stycznia 2014 r.), 4 stacji lokalnych nadających pod marką *Radio Pogoda* (3 stacje od 12 czerwca 2015 r., czwarta stacja od 31 lipca 2015 r.) oraz ponadregionalnej stacji TOK FM obejmującej 19 obszarów miejskich.

Tab. 18

w mln zł	IV kwartał 2015	IV kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014	I-IV kwartał 2015	I-IV kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014
Łączne przychody, w tym:	36,4	28,6	27,3%	107,7	87,4	23,2%
Przychody ze sprzedaży reklamy radiowej (1), (2)	29,7	27,5	8,0%	94,4	83,7	12,8%
Razem koszty operacyjne, w tym: (2)	(27,2)	(23,2)	17,2%	(94,3)	(78,3)	20,4%
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników	(8,5)	(7,4)	14,9%	(30,1)	(27,1)	11,1%
Usługi obce	(12,7)	(9,4)	35,1%	(42,2)	(31,2)	35,3%
Amortyzacja	(0,7)	(0,6)	16,7%	(2,8)	(2,6)	7,7%
Reprezentacja i reklama (2)	(3,3)	(3,7)	(10,8%)	(12,3)	(10,6)	16,0%
EBIT	9,2	5,4	70,4%	13,4	9,1	47,3%
marża EBIT	25,3%	18,9%	6,4pkt %	12,4%	10,4%	2,0pkt %
EBITDA	9,9	6,0	65,0%	16,2	11,7	38,5%
marża EBITDA	27,2%	21,0%	6,2pkt %	15,0%	13,4%	1,6pkt %

(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 czwartym kwartale 2015 r. dzięki dynamicznemu wzrostowi przychodów (o 27,3%), segment Radio istotnie poprawił wyniki operacyjne zarówno na poziomie EBIT, jak i EBITDA. Wyniosły one odpowiednio 9,2 mln zł oraz 9,9 mln zł.

W 2015 r., dzięki wzrostowi przychodów segment Radio osiągnął bardzo dobre wyniki na poziomie EBIT i EBITDA, które były znacząco wyższe niż w 2014 r. i wyniosły odpowiednio 13,4 mln zł oraz 16,2 mln zł.

1. PRZYCHODY [3]

Przychody segmentu Radio w czwartym kwartale 2015 r. wzrosły o 27,3% w porównaniu z czwartym kwartałem 2014 r. i wyniosły 36,4 mln zł. Na wzrost przychodów wpływ miały przede wszystkim wyższe przychody ze sprzedaży czasu antenowego w stacjach należących do Grupy Radiowej Agory oraz sprzedaż usług reklamowych w kinach Helios. Jednocześnie w czwartym kwartale 2015 r. rynkowe wydatki na reklamę radiową zwiększyły się o 3,0% w porównaniu z analogicznym okresem 2014 r.

W 2015 r. przychody segmentu Radio wzrosły o 23,2% w porównaniu z rokiem 2014 i wyniosły 107,7 mln zł. Na wzrost przychodów segmentu 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. Jednocześnie w 2015 r. rynkowe wydatki na reklamę radiową zwiększyły się o blisko 7,5% w porównaniu z analogicznym okresem 2014 r.

2. KOSZTY

W czwartym kwartale 2015 r. koszty operacyjne segmentu wzrosły o 17,2% do kwoty 27,2 mln zł. Na wzrost ten wpłynęły głównie koszty związane ze świadczeniem usług reklamowych w kinach Helios, ujmowane w pozycji usługi

obce. Pozycja ta 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.

Wzrost kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników w porównaniu z czwartym kwartałem 2014 r. związany jest głównie z wyższym zatrudnieniem w działach sprzedaży. Dodatkowo, w 2015 r. segment Radio powiększył skalę swojej działalności, uruchamiając nową radiostację pod marką Radio Pogoda.

W 2015 r. koszty operacyjne segmentu wzrosły o 20,4% do kwoty 94,3 mln zł. Na wzrost ten wpłynęły głównie koszty zakupu czasu antenowego w stacjach należących do innych nadawców w związku ze świadczoną usługą pośrednictwa w zakupie reklamy. Do wzrostu kosztów operacyjnych przyczyniły się także wyższe 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.

Podobnie jak w czwartym kwartale 2015 r., wzrost kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników związany jest głównie z wyższym zatrudnieniem w działach sprzedaży i uruchomieniem nowej radiostacji pod marką Radio Pogoda.

Wzrost kosztów reprezentacji i reklamy związany jest z rozpoczęciem świadczenia usług pośrednictwa sprzedaży reklam w kinach Helios oraz z nakładów na promocję nowej marki Radio Pogoda oraz Rock Radio.

3. UDZIAŁY W SŁUCHALNOŚCI [9]

Tab. 19

Udział % w słuchalności	IV kwartał 2015	zmiana w pkt% r/r	I-IV kwartał 2015	zmiana w pkt% r/r
Stacje muzyczne Grupy Agora (<i>Rock Radio, Złote Przeboje</i> oraz <i>Radio Pogoda</i>)	3,9%	0,3pkt%	3,8%	-0,2pkt%
Radio informacyjne <i>TOK FM</i>	1,5%	0,3pkt%	1,4%	0,2pkt%

Dane przedstawione w powyższej tabeli nie są w pełni porównywalne w obu okresach. Liczba stacji muzycznych Grupy Radiowej Agory powiększyła się w czerwcu 2015 r. o trzy stacje nadające program pod marką Radio Pogoda, a w lipcu 2015 r. w ramach Radia Pogoda uruchomiono kolejną rozgłośnię.

4. NOWE INICJATYWY

Od listopada 2015 r. portfolio Tandem Media, brokera reklamy radiowej i kinowej Agory, wzbogaciło się o nową ofertę sprzedażową obejmującą reklamy w stacjach nadających pod marką Radio Pogoda.

Działające w ramach segmentu Radio studio produkcyjne SVG (Sound Video Graphics), zajmujące się produkcją i kreacją audio-wideo, wzmocniło działy kliencki i kreatywny. W ostatnim czasie studio SVG zdecydowanie rozwinęło swoją działalność – obecnie realizuje nie tylko małe produkcje reklamowe, ale i coraz większe projekty oraz tworzy oprawę wydarzeń i identyfikacje wizualne marek. Było też zaangażowane w produkcję telewizyjną.

W listopadzie 2015 r. ponadregionalne Radio Tok FM wygrało konkurs ogłoszony przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji i będzie mogło poszerzyć zasięg o Bydgoszcz i Rzeszów.

W styczniu 2016 r. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji wyraziła zgodę na zmianę nazwy trzech rozgłośni (w Bydgoszczy, Wrocławiu i na terenie Aglomeracji Śląskiej) nadających dotychczas pod marką Rock Radio na Radio Pogoda. Rock Radio nadal będzie działać w czterech miastach (Warszawa, Poznań, Opole, Kraków).

IV.F. DRUK [1]

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

Tab. 20

w mln zł	IV kwartał 2015	IV kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014	I-IV kwartał 2015	I-IV kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014
Łączne przychody, w tym:	43,7	47,5	(8,0%)	164,7	173,1	(4,9%)
Przychody ze sprzedaży usług poligraficznych (1)	41,5	45,4	(8,6%)	156,2	165,3	(5,5%)
Razem koszty operacyjne (2), w tym:	(43,0)	(46,0)	(6,5%)	(162,4)	(172,5)	(5,9%)
Materiały, energia i usługi produkcyjne	(30,2)	(34,0)	(11,2%)	(114,5)	(124,2)	(7,8%)
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników	(5,8)	(5,5)	5,5%	(22,1)	(21,2)	4,2%
Amortyzacja	(3,7)	(3,9)	(5,1%)	(15,8)	(16,3)	(3,1%)
EBIT	0,7	1,5	(53,3%)	2,3	0,6	283,3%
marża EBIT	1,6%	3,2%	(1,6pkt %)	1,4%	0,3%	1,1pkt %
EBITDA	4,4	5,4	(18,5%)	18,1	16,9	7,1%
marża EBITDA	10,1%	11,4%	(1,3pkt %)	11,0%	9,8%	1,2pkt %

(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 czwartym kwartale 2015 r., segment Druk odnotował pozytywny wynik operacyjny zarówno na poziomie EBIT, jak EBITDA, które sięgnęły odpowiednio 0,7 mln zł i 4,4 mln zł. W 2015 r. wynik operacyjny segmentu Druk odnotował poprawę zarówno na poziomie EBIT, jak i EBITDA i wyniósł odpowiednio 2,3 mln zł oraz 18,1 mln zł [1].

1. PRZYCHODY

W czwartym kwartale 2015 r. przychody segmentu z tytułu sprzedaży usług poligraficznych dla klientów zewnętrznych wyniosły 43,7 mln zł i były niższe o 8,0% w stosunku do analogicznego okresu 2014 r. W całym 2015 r. łączne przychody segmentu zmniejszyły się do kwoty 164,7 mln zł.

2. KOSZTY

W czwartym kwartale 2015 r. koszty operacyjne segmentu Druk były niższe (o 6,5%) w porównaniu z analogicznym okresem 2014 r. i wyniosły 43,0 mln zł. W całym 2015 r. koszty operacyjne segmentu zmniejszyły się o 5,9% i wyniosły 162,4 mln zł.

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 kinowej w trzecim kwartale 2014 r. oraz od pierwszego do trzeciego kwartału 2015 r., rynku reklamy telewizyjnej w trzecim kwartale 2015 r., rynku reklamy internetowej w drugim kwartale 2015 r. oraz rynku reklamy zewnętrznej w czwartym 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 przygotowanych we współpracy z domem mediowym Starlink [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: październik - grudzień 2015 r. N = 4 993; styczeń - grudzień 2015 r. N = 20 033. Opracowanie danych Agora S.A.

[5] Definicje wskaźników:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

[7] Dane dotyczące średniego rozpowszechniania płatnego miesięczników są danymi własnymi wydawcy. Dane cennikowe dotyczące czasopism pochodzą z monitoringu Kantar Media; reklama komercyjna brandowa oraz teksty promocyjne; pominięto tytuły specjalistyczne; uwzględniono 121 miesięczników i 84 czasopism o innej periodyczności; razem 205 czasopism w okresie: styczeń-grudzień 2015 r. oraz w okresie październik - grudzień 2015 r.

[8] Źródło: raport IGRZ o sytuacji reklamy OOH w Polsce opracowany przez Izbę Gospodarczą Reklamy Zewnętrznej we współpracy z firmą Starlink.

[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 październik-grudzień: próba dla 2014 r.: 21 079; dla 2015 r.: 21 047; za okres styczeń-grudzień: próba dla 2014 r.: 84 290; dla 2015 r.: 83 940.

[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

► Istotne wydarzenia dla działalności Spółki

W dniu 1 października 2015 r. Zarząd Agory S.A. poinformował, że w dniu 30 września 2015 r. Spółka zawarła z Domem Maklerskim BDM S.A. z siedzibą w Bielsku – Białej umowę o pełnienie funkcji animatora emitenta dla akcji Spółki notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. W przedmiotowej umowie animator zobowiązał się do stałego zgłaszania na własny rachunek ofert (zleceń) kupna i sprzedaży akcji emitenta na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A., zgodnie z przepisami obowiązującymi na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. oraz z zasadami określonymi w umowie.

W dniu 7 października 2015 r. Zarząd Agory S.A. poinformował, że w dniu 6 października 2015 r. Giełda Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. poinformowała komunikatem o zawarciu umowy pomiędzy członkiem giełdy, Domem Maklerskim BDM S.A. a Spółką o pełnienie funkcji animatora emitenta.

W dniu 5 listopada 2015 r. Zarząd Agory S.A. poinformował, że powziął informację o podjęciu przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji uchwały o przyznaniu spółce zależnej, działającej pod firmą Green Content Sp. z o.o., koncesji na rozpowszechnianie w sposób cyfrowy rozszereczony naziemny w multipleksie ósmym programu telewizyjnego.

W dniu 29 grudnia 2015 r. Zarząd Agory S.A. poinformował, że w dniu 29 grudnia 2015 r. powziął informację o otrzymaniu przez spółkę zależną, działającą pod firmą Green Content Sp. z o.o., decyzji Przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji o udzieleniu koncesji na rozpowszechnianie w sposób cyfrowy rozszereczony naziemny w multipleksie ósmym programu telewizyjnego pod nazwą Kiwi TV.

► Walne Zgromadzenie Agory S.A.

W dniu 28 października 2015 r. Zarząd Agory S.A. poinformował o zwołaniu na dzień 24 listopada 2015 r. na godz. 10:00 nadzwyczajnego walnego zgromadzenia Agory S.A. („Walne Zgromadzenie”) oraz opublikowane zostały projekty uchwał, które zarząd Agory planował przedłożyć Walnemu Zgromadzeniu.

W dniu 18 listopada 2015 r. Spółka opublikowała projekty uchwał otrzymane od uprawnionego akcjonariusza, Agory – Holding Sp. z o.o. w celu przedłożenia Walnemu Zgromadzeniu.

W dniu 24 listopada 2015 r. w siedzibie Spółki, odbyło się Walne Zgromadzenie Agory S.A., które podjęło uchwały dotyczące: (i) zmiany Statutu Spółki, (ii) przyjęcia tekstu jednolitego oraz (iii) wyrażenia zgody na zbycie zorganizowanych części przedsiębiorstwa, tj. Centrum Kompetencyjnego Praca oraz Agencji SearchLab.

W tym samym dniu Zarząd Agory S.A.:

- przekazał do publicznej wiadomości treść uchwał podjętych przez Walne Zgromadzenie;
- poinformował, że na Walnym Zgromadzeniu w dniu 24 listopada 2015 r. następujący akcjonariusze posiadali ponad 5% liczby głosów na tym zgromadzeniu:
 - Agora-Holding Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie: 21 679 949 głosów, tj. 47,86% głosów na tym Nadzwyczajnym Walnym Zgromadzeniu i 33,46% ogólnej liczby głosów.
 - Otwarty Fundusz Emerytalny PZU "Złota Jesień": 8 400 000 głosów, tj. 18,54% głosów na tym Nadzwyczajnym Walnym Zgromadzeniu i 12,96% ogólnej liczby głosów.
 - Nationale Nederlanden Powszechnie Towarzystwo Emerytalne S.A.: 7 483 155 głosów tj. 16,52% głosów na tym Nadzwyczajnym Walnym Zgromadzeniu i 11,55% ogólnej liczby głosów,
 - AVIVA Otwarty Fundusz Emerytalny AVIVA BZ WBK: 2 475 000 głosów tj. 5,46% głosów na tym Nadzwyczajnym Walnym Zgromadzeniu i 3,82% ogólnej liczby głosów.

W dniu 30 grudnia 2015 r. Zarząd Agory S.A. poinformował, że Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego w dniu 29 grudnia 2015 r. wpisał do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego zmiany w Statucie Spółki przyjęte uchwałą nr 4 nadzwyczajnego walnego zgromadzenia Agory S.A., podjętą w dniu 24 listopada 2015 r. W związku z powyższym Zarząd Spółki przekazał do publicznej

wiadomości treść tekstu jednolitego Statutu Spółki uwzględniającego zmiany, przyjętego uchwałą nr 5 nadzwyczajnego walnego zgromadzenia Agory S.A. w dniu 24 listopada 2015 r.

► Zmiany w spółkach zależnych

W dniu 19 listopada 2015 r. Sąd Rejonowy dla Krakowa–Śródmieścia w Krakowie, XI Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego zarejestrował uchwalone przez zgromadzenie wspólników spółki Sport4People Sp. z o.o. podwyższenie kapitału zakładowego z kwoty 18 000 zł do kwoty 20 000 zł. W efekcie Agora S.A. posiada obecnie łącznie 200 udziałów w kapitale zakładowym spółki o wartości nominalnej 100 zł każdy i łącznej wartości nominalnej 20 000 zł, co daje jej 100% udziału w kapitale zakładowym i 100% głosów na zgromadzeniu wspólników.

W dniu 19 listopada 2015 r. Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego dokonał wpisu zmiany firmy spółki Radiowe Doradztwo Reklamowe Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie na firmę: Doradztwo Mediowe Spółka z o.o.

W dniu 11 grudnia 2015 r. Agora S.A. nabyła 38 udziałów w kapitale zakładowym spółki AdTaily Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie od dwóch wspólników tej spółki za łączną cenę 546 tys. zł. Na skutek powyższej transakcji Agora S.A. posiada obecnie 722 udziałów w kapitale zakładowym AdTaily Sp. z o.o., o wartości nominalnej 50 zł każdy i łącznej wartości nominalnej 36 100 zł, co daje jej 85,95% udziału w kapitale zakładowym i 85,95% głosów na zgromadzeniu wspólników.

W dniu 31 grudnia 2015 r. Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, dokonał wpisu w rejestrze przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, dotyczącego połączenia spółki Grupa Radiowa Agory Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie z jej dwoma spółkami zależnymi. Połączenie nastąpiło poprzez przeniesienie na spółkę Grupa Radiowa Agory Sp. z o.o. całego majątku spółek „Fonia” Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie i BDM Media Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie („Spółki Przejmowane”). Grupa Radiowa Agory Sp. z o.o. była jedynym wspólnikiem Spółek Przejmowanych, a połączenie odbyło się bez podwyższenia jej kapitału zakładowego.

W dniu 31 grudnia 2015 r. Spółka dokonała zapisu podstawowego i dodatkowego na akcje spółki Stopklatka S.A. z siedzibą w Warszawie, w związku z ofertą publiczną 4 641 304 akcji zwykłych na okaziciela Serii E spółki Stopklatka S.A. o wartości nominalnej 1,00 zł każda, oferowanych w ramach prawa poboru dotychczasowym akcjonariuszom. Cena emisyjna za jedną akcję wynosiła 2,30 zł. Emisja została przeprowadzona na podstawie uchwały nr 4 nadzwyczajnego walnego zgromadzenia Stopklatka S.A. z dnia 7 grudnia 2015 r. Memorandum Informacyjne Stopklatki S.A. sporządzone w związku z ww. ofertą publiczną zostało udostępnione do publicznej wiadomości w dniu 17 grudnia 2015 r. W dniu 18 stycznia 2016 r. przydzielono Spółce, w ramach przeprowadzonej subskrypcji, następujące liczby instrumentów finansowych: (i) w wyniku realizacji zapisu podstawowego: 1 902 907, (ii) w wyniku realizacji zapisu dodatkowego: 13 144, które zostały opłacone kwotą pieniężną w łącznej wysokości 4 407 tys. zł. Pozostała, niewykorzystana kwota środków pieniężnych wpłaconych przez Spółkę w związku z dokonanymi zapisami na akcje Stopklatka S.A., wynosząca 10 645 tys. zł, została Spółce zwrócona w dniu 21 stycznia 2016 r. W dniu 9 lutego 2016 roku Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, dokonał wpisu w rejestrze przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego podwyższenia kapitału zakładowego Stopklatki S.A. z kwoty 6 529 956,00 zł do kwoty 11 171 260,00 zł. Agora S.A. posiada obecnie 4 596 203 akcji o wartości nominalnej 1 zł każda i łącznej wartości nominalnej 4 596 203,00 zł, co daje jej 41,14% udziału w kapitale zakładowym i 41,14% głosów na walnym zgromadzeniu Stopklatki S.A.

W dniu 25 stycznia 2016 r. Agora S.A., nabyła 106 udziałów w kapitale zakładowym spółki GoldenLine Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie od wspólników tej spółki za łączną cenę 8 480 tys. zł. Na skutek powyższej transakcji Agora S.A. posiada obecnie 178 udziałów w kapitale zakładowym GoldenLine Sp. z o.o., o wartości nominalnej 1 000 zł każdy i łącznej wartości nominalnej 178 tys. zł, co daje jej 89% udziału w kapitale zakładowym i 89% głosów na zgromadzeniu wspólników. Mniejszościowym wspólnikiem Goldenline Sp. z o.o. pozostaje spółka G.C. Geek Code Ltd, kontrolowana przez Mariusza Gralewskiego - głównego założyciela GoldenLine sp. z o.o. G.C. Geek Code Ltd posiada 22 udziały w GoldenLine stanowiące 11% udziału w kapitale zakładowym oraz dające prawo do 22 głosów na zgromadzeniu wspólników Spółki, stanowiących 11% głosów na zgromadzeniu wspólników Spółki. Umowa sprzedaży przewiduje, że po zawarciu transakcji ustalone zostaną szczegółowe zasady współpracy pomiędzy Agorą, a G.C. Geek Code. W przypadku braku porozumienia w tym zakresie, G.C. Geek Code będzie uprawnione do sprzedaży jej udziałów w kapitale zakładowym Spółki na rzecz Agory, w ciągu 3 miesięcy od daty zawarcia umowy sprzedaży udziałów, na warunkach i zasadach takich samych jak w umowie z dnia 25 stycznia 2016 r.

W dniu 5 lutego 2016 r. Agora S.A. nabyła 8 udziałów w kapitale zakładowym spółki AdTaily Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie od wspólnika tej spółki, za łączną cenę 115 tys. zł. Na skutek powyższej transakcji Agora S.A. posiada obecnie 730 udziałów w kapitale zakładowym AdTaily Sp. z o.o., o wartości nominalnej 50 zł każdy i łącznej wartości nominalnej 36 500 zł, co daje jej 86,90% udziału w kapitale zakładowym i 86,90% głosów na zgromadzeniu wspólników.

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

Tab. 21

a. akcje	stan na 18.02.2016	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 31.12.2015	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 30.09.2015
Bartosz Hojka	2 900	-	-	2 900	-	-	2 900
Tomasz Jagiełło	0	-	-	0	-	-	0
Grzegorz Kossakowski	44 451	-	-	44 451	-	-	44 451
Robert Musiał	1 233	-	-	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 UPRAWNIEN DO NICH (OPCJI) PRZEZ CZŁONKÓW RADY NADZORCZEJ W CZWARTYM KWARTALE 2015 R. I DO DNIA PUBLIKACJI RAPORTU

Tab. 22

a. akcje	stan na 18.02.2016	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 31.12.2015	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 30.09.2015
Sławomir S. Sikora	0	-	-	0	-	-	0
Tomasz Sielicki	33	-	-	33	-	-	33
Andrzej Szlęzak	0	-	-	0	-	-	0
Dariusz Formeła	0	-	-	0	-	-	0
Wanda Rapaczynski	882 990	-	-	882 990	12 500	-	895 490
Paweł Mazur	0	-	-	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.

Zgodnie z formalnymi zawiadomieniami otrzymanymi od akcjonariuszy, w szczególności na podstawie art. 69 Ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych. Struktura akcjonariatu aktualna na dzień przekazania poprzedniego raportu kwartalnego, tj. na 9 listopada 2015 r., uległa istotnym zmianom w odniesieniu do dnia przekazania niniejszego raportu.

Na podstawie powyższych zawiadomień, na dzień 9 listopada 2015 r., następujący akcjonariusze mogli wykonywać ponad 5% głosów na walnym zgromadzeniu Spółki:

Tab.23

	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 24 września 2015 r.)	5 401 852	11,33	22 528 252	34,77
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.) (1)	7 594 611	15,93	7 594 611	11,72
w tym: Otwarty Fundusz Emerytalny PZU Złota Jesień (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 27 grudnia 2012 r.) (1)	7 585 661	15,91	7 585 661	11,71
Nationale-Nederlanden Powszechne Towarzystwo Emerytalne S.A. (Nationale – Nederlanden Otwarty Fundusz Emerytalny oraz Nationale – Nederlanden Dobrowolny Fundusz Emerytalny) (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 7 sierpnia 2015 r.) (2)	6 806 704	14,28	6 806 704	10,51

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

(2) liczba akcji wg zawiadomienia akcjonariusza - stan na 7 sierpnia 2015 r.; udziały w głosach i kapitale zakładowym Agory S.A. zostały przeliczone przez Spółkę po rejestracji obniżenia kapitału zakładowego Spółki.

▀ Istotne zmiany struktury akcjonariatu

W dniu 7 grudnia 2015 r. Zarząd Agory S.A. poinformował, że w dniu 7 grudnia 2015 roku otrzymał od Aegon Powszechne Towarzystwo Emerytalne S.A. informację, że w wyniku transakcji nabycia akcji Spółki, dokonanej w dniu 1 grudnia 2015 r. na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie i rozliczonej w dniu 3 grudnia 2015 roku, reprezentowany przez nie Aegon Otwarty Fundusz Emerytalny (dalej: "Fundusz") zwiększył stan posiadania akcji Spółki powyżej 5% głosów na walnym zgromadzeniu Spółki.

Przed nabyciem akcji Fundusz posiadał 3.183.154 akcje Spółki stanowiące 6,678% kapitału zakładowego Spółki i był uprawniony do 3.183.154 głosów na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy Spółki, co stanowiło 4,913% ogólnej liczby głosów.

Według stanu na dzień 3 grudnia 2015 roku na rachunku papierów wartościowych Funduszu znajdowały się 3.283.154 akcje Spółki, co stanowiło 6,888% kapitału zakładowego Spółki. Akcje te uprawniały do 3.283.154 głosów na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy Spółki, co stanowiło 5,067% ogólnej liczby głosów.

Zgodnie z formalnymi zawiadomieniami otrzymanymi od akcjonariuszy, w szczególności na podstawie art. 69 Ustawy z dnia 29 lipca 2005 roku o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych, na dzień przekazania niniejszego raportu kwartalnego następujący akcjonariusze mogą wykonywać ponad 5% głosów na walnym zgromadzeniu Spółki:

Tab.24

	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 24 września 2015 r.)	5 401 852	11,33	22 528 252	34,77
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.)(1)	7 594 611	15,93	7 594 611	11,72
w tym: Otwarty Fundusz Emerytalny PZU Złota Jesień (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 27 grudnia 2012 r.)(1)	7 585 661	15,91	7 585 661	11,71
Nationale - Nederlanden Powszechne Towarzystwo Emerytalne S.A. (Nationale – Nederlanden Otwarty Fundusz Emerytalny oraz Nationale – Nederlanden Dobrowolny Fundusz Emerytalny) (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 7 sierpnia 2015 r.)(2)	6 806 704	14,28	6 806 704	10,51
Aegon Powszechne Towarzystwo Emerytalne S.A. (Aegon Otwarty Fundusz Emerytalny) (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 7 grudnia 2015 r.)	3 283 154	6,89	3 283 154	5,07

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

(2) liczba akcji wg zawiadomienia akcjonariusza - stan na 7 sierpnia 2015 r.; udziały w głosach i kapitale zakładowym Agory S.A. zostały przeliczone przez Spółkę po rejestracji obniżenia kapitału zakładowego Spółki.

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 powiązаныmi**

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

▶ **Objęcie udziału w spółce powiązanej przez Prezesa Zarządu**

W dniu 2 listopada 2015 r. Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego zarejestrował podwyższenie kapitału zakładowego spółki Agora-Holding Sp. z o.o. do kwoty 62 597,04 zł, w związku z którym to podwyższeniem Bartosz Hojka, Prezes Zarządu Agora S.A., został współnikiem Agora-Holding Sp. z o.o., posiadającym 1 udział o wartości 10 427,84 zł w kapitale zakładowym Agora-Holding Sp. z o.o.

GRUPA AGORA

SKRÓCONE ŚRÓDROCZNE SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE FINANSOWE

na 31 grudnia 2015 r. oraz za 3 i 12 miesięcy zakończone
31 grudnia 2015 r.

SKONSOLIDOWANY BILANS NA 31 GRUDNIA 2015 R.

	31 grudnia 2015 niebadane	30 września 2015 niebadane	31 grudnia 2014 zbadane
Aktywa			
Aktywa trwałe:			
Wartości niematerialne	448 064	427 213	399 656
Rzeczowe aktywa trwałe	669 689	669 927	686 411
Długoterminowe aktywa finansowe	98	104	123
Inwestycje rozliczane metodą praw własności	19 938	15 418	16 403
Należności długoterminowe i rozliczenia międzyokresowe	14 179	25 421	33 531
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	10 388	8 435	6 678
	1 162 356	1 146 518	1 142 802
Aktywa obrotowe:			
Zapasy	29 031	28 113	30 182
Należności krótkoterminowe i rozliczenia międzyokresowe	281 716	246 200	268 742
Należności z tytułu podatku dochodowego	121	374	327
Krótkoterminowe aktywa finansowe	105 826	79 072	62 116
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	31 163	29 306	52 330
	447 857	383 065	413 697
Aktywa razem	1 610 213	1 529 583	1 556 499

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

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

	Nota	31 grudnia 2015 niebadane	30 września 2015 niebadane	31 grudnia 2014 zbadane
Pasywa				
Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej:				
Kapitał zakładowy		47 665	47 665	50 937
Akcje własne		-	-	(30 060)
Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej		147 192	147 192	147 192
Zyski/(straty)z lat ubiegłych i roku bieżącego		958 629	943 058	981 520
		1 153 486	1 137 915	1 149 589
Udziały niekontrolujące		16 699	15 297	15 490
Kapitał własny		1 170 185	1 153 212	1 165 079
Zobowiązania długoterminowe:				
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego		22 527	29 284	31 430
Długoterminowe kredyty i pożyczki	3	60 850	61 588	53 276
Pozostałe zobowiązania finansowe	15	16 575	21 287	22 218
Rezerwa na świadczenia emerytalne		2 451	2 575	2 363
Rezerwy na zobowiązania		927	985	1 159
Rozliczenia międzyokresowe i pozostałe zobowiązania	16	15 259	4 587	5 819
		118 589	120 306	116 265
Zobowiązania krótkoterminowe:				
Rezerwa na świadczenia emerytalne		198	30	219
Zobowiązania krótkoterminowe		165 998	131 915	161 510
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego		9 463	3 205	3 376
Krótkoterminowe kredyty i pożyczki	3	46 794	38 784	40 090
Pozostałe zobowiązania finansowe		4 304	3 236	-
Rezerwy na zobowiązania		2 115	2 060	3 532
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe		92 567	76 835	66 428
		321 439	256 065	275 155
Pasywa razem		1 610 213	1 529 583	1 556 499

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

SKONSOLIDOWANY RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT ZA TRZY I DWANAŚCIE MIESIĘCY ZAKOŃCZONE 31 GRUDNIA 2015 R.

	Nota	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2015 niebadane	Dwanaście miesiący zakończone 31 grudnia 2015 niebadane	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2014 niebadane	Dwanaście miesiący zakończone 31 grudnia 2014 zbadane
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	4	353 958	1 189 340	333 694	1 102 417
Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów		(218 572)	(795 591)	(206 149)	(760 363)
Zysk brutto ze sprzedaży		135 386	393 749	127 545	342 054
Koszty sprzedaży		(80 894)	(260 088)	(74 354)	(221 953)
Koszty ogólnego zarządu		(37 406)	(120 619)	(34 046)	(120 126)
Pozostałe przychody operacyjne		5 424	19 917	1 807	13 239
Pozostałe koszty operacyjne		(5 453)	(14 227)	(19 845)	(31 511)
Zysk/(strata) z działalności operacyjnej	4	17 057	18 732	1 107	(18 297)
Przychody finansowe		1 045	4 109	2 338	10 731
Koszty finansowe		(1 662)	(5 164)	(1 573)	(7 472)
Udział w zyskach/(stratach) netto jednostek rozliczanych metodą praw własności		114	(872)	(678)	(2 887)
Zysk/(strata) brutto		16 554	16 805	1 194	(17 925)
Podatek dochodowy		733	(1 486)	8 466	6 899
Zysk/(strata) netto		17 287	15 319	9 660	(11 026)
Przypadający/a na:					
Akcjonariuszy jednostki dominującej		15 752	12 709	8 171	(12 574)
Udziały niekontrolujące		1 535	2 610	1 489	1 548
		17 287	15 319	9 660	(11 026)
Podstawowy/rozwodniony zysk/(strata) przypadający/a na jedną akcję (w zł)		0,33	0,27	0,17	(0,25)

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

SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z CAŁKOWITYCH DOCHODÓW ZA TRZY I DWANAŚCIE MIESIĘCY ZAKOŃCZONE 31 GRUDNIA 2015 R.

	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2015 niebadane	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2015 niebadane	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2014 niebadane	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2014 zbadane
Zysk/(strata) netto za okres	17 287	15 319	9 660	(11 026)
Inne całkowite dochody/(straty): Pozycje, które nie zostaną przeniesione do rachunku zysków i strat				
Zyski/(straty) aktuarialne z tytułu programu określonych świadczeń	293	293	276	276
Podatek dochodowy	(55)	(55)	(52)	(52)
	238	238	224	224
Pozycje, które mogą być przeniesione do rachunku zysków i strat				
	-	-	-	-
Inne całkowite dochody/(straty) ogółem, za okres	238	238	224	224
Całkowite dochody ogółem za okres	17 525	15 557	9 884	(10 802)
Przypadające na:				
Akcjonariuszy jednostki dominującej	15 988	12 945	8 390	(12 355)
Udziały niekontrolujące	1 537	2 612	1 494	1 553
	17 525	15 557	9 884	(10 802)

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

SKONSOLIDOWANE ZESTAWIENIE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM ZA TRZY I DWANAŚCIE MIESIĘCY ZAKOŃCZONE 31 GRUDNIA 2015 R.

Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej

	Kapitał zakładowy	Akcje własne	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	Zyski/(straty) z lat ubiegłych i roku bieżącego	Razem	Udziały niekontrolujące	Kapitał własny razem
Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2015 r.							
Stan na 30 września 2015 r. niebadane	47 665	-	147 192	943 058	1 137 915	15 297	1 153 212
Całkowite dochody za okres sprawozdawczy							
Zysk netto okresu	-	-	-	15 752	15 752	1 535	17 287
Inne całkowite dochody ogółem	-	-	-	236	236	2	238
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	-	15 988	15 988	1 537	17 525
Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym							
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli							
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli ogółem	-	-	-	-	-	-	-
Zmiany w udziale własnościowym w jednostkach podporządkowanych							
Nabycie udziałów niekontrolujących	-	-	-	(417)	(417)	(135)	(552)
Zmiany w udziale własnościowym w jednostkach podporządkowanych ogółem	-	-	-	(417)	(417)	(135)	(552)
Transakcje z właścicielami ogółem	-	-	-	(417)	(417)	(135)	(552)
Stan na 31 grudnia 2015 r. niebadane	47 665	-	147 192	958 629	1 153 486	16 699	1 170 185

SKONSOLIDOWANE ZESTAWIENIE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM ZA TRZY I DWANAŚCIE MIESIĘCY ZAKOŃCZONE 31 GRUDNIA 2015 R.(C. D.)

Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej

	Kapitał zakładowy	Akcje własne	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	Zyski/(straty) z lat ubiegłych i roku bieżącego	Razem	Udziały niekontrolujące	Kapitał własny razem
Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 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 netto okresu	-	-	-	12 709	12 709	2 610	15 319
Inne całkowite dochody ogółem	-	-	-	236	236	2	238
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	-	12 945	12 945	2 612	15 557
Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym							
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli							
Dywidendy spółek zależnych	-	-	-	-	-	(676)	(676)
Skup akcji własnych w celu umorzenia	-	(9 288)	-	-	(9 288)	-	(9 288)
Umorzenie akcji własnych	(3 272)	39 348	-	(36 076)	-	-	-
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli ogółem	(3 272)	30 060	-	(36 076)	(9 288)	(676)	(9 964)
Zmiany w udziale własnościowym w jednostkach podporządkowanych							
Nabycie udziałów niekontrolujących	-	-	-	27	27	(727)	(700)
Wygaśnięcie zobowiązania z tytułu opcji put	-	-	-	213	213	-	213
Zmiany w udziale własnościowym w jednostkach podporządkowanych ogółem	-	-	-	240	240	(727)	(487)
Transakcje z właścicielami ogółem	(3 272)	30 060	-	(35 836)	(9 048)	(1 403)	(10 451)
Stan na 31 grudnia 2015 r. niebadane	47 665	-	147 192	958 629	1 153 486	16 699	1 170 185

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

SKONSOLIDOWANE ZESTAWIENIE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM ZA TRZY I DWANAŚCIE MIESIĘCY ZAKOŃCZONE 31 GRUDNIA 2015 R.(C. D.)

Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej

	Kapitał zakładowy	Akcje własne	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	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.

SKONSOLIDOWANY RACHUNEK PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH ZA TRZY I DWANAŚCIE MIESIĘCY ZAKOŃCZONE 31 GRUDNIA 2015 R.

	Nota	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2015 niebadane	Dwanaście miesiące zakończone 31 grudnia 2015 niebadane	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2014 niebadane	Dwanaście miesiące zakończone 31 grudnia 2014 zbadane
Działalność operacyjna					
Zysk/(strata) brutto		16 554	16 805	1 194	(17 925)
Korekty o pozycje:					
Udział w (zyskach)/stratach netto jednostek rozliczanych metodą praw własności		(114)	872	678	2 887
Amortyzacja rzeczowych aktywów trwałych		19 518	78 426	20 886	84 053
Amortyzacja wartości niematerialnych		4 777	23 562	3 424	11 977
(Zyski)/straty z tytułu różnic kursowych		(55)	(86)	81	139
Odsetki, netto		1 114	3 176	990	4 929
(Zysk)/strata z tytułu działalności inwestycyjnej		1 658	(1 738)	16 547	13 838
Zmiana stanu rezerw		42	(1 582)	269	1 150
Zmiana stanu zapasów		(919)	1 150	(1 607)	(4 335)
Zmiana stanu należności i czynnych rozliczeń międzyokresowych		(36 875)	(27 728)	(21 309)	(19 921)
Zmiana stanu zobowiązań		26 755	293	27 031	18 561
Zmiana stanu biernych rozliczeń międzyokresowych		14 530	23 594	9 406	7 056
Inne korekty		100	750	(39)	(2 472)
Przepływy środków pieniężnych brutto		47 085	117 494	57 551	99 937
Podatek dochodowy zapłacony		(1 536)	(6 418)	(1 187)	(2 117)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej		45 549	111 076	56 364	97 820
Działalność inwestycyjna					
Wpływy ze sprzedaży rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych		3 729	7 177	2 476	14 689
Dywidendy otrzymane		-	-	180	180
Spłata udzielonych pożyczek		-	-	60	2 560
Wpływy z tytułu odsetek		371	1 414	508	2 804
Wpływy ze sprzedaży krótkoterminowych papierów wartościowych		30 532	118 886	14 711	124 867
Pozostałe wpływy	7	-	8 000	9 400	9 400
Wydatki inwestycyjne na rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne		(22 495)	(89 755)	(18 897)	(69 972)
Wydatki netto na nabycie podmiotów zależnych, stowarzyszonych i współkontrolowanych		(4 407)	(12 959)	-	(7 635)
Nabycie krótkoterminowych papierów wartościowych		(44 124)	(146 124)	(26 000)	(110 000)
Udzielone pożyczki		(2 475)	(4 970)	(1 580)	(2 900)
Pozostałe wydatki	19	(10 645)	(10 645)	-	(7 000)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności inwestycyjnej		(49 514)	(128 976)	(19 142)	(43 007)

	Nota	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2015 niebadane	Dwanaście miesiący zakończone 31 grudnia 2015 niebadane	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2014 niebadane	Dwanaście miesiący zakończone 31 grudnia 2014 zbadane
Działalność finansowa					
Wpływy z tytułu kredytów i pożyczek		8 480	33 809	-	3 420
Wpływy z tytułu faktoringu		6 656	24 024	-	-
Nabycie akcji własnych		-	(9 288)	-	(30 060)
Nabycie udziałów niekontrolujących		(552)	(1 319)	(2 666)	(2 839)
Dywidendy wypłacone udziałowcom niekontrolującym		-	(676)	-	(586)
Splata kredytów i pożyczek		(2 648)	(24 753)	(17 192)	(46 864)
Wypływy z tytułu faktoringu		(234)	(1 815)	-	-
Płatności zobowiązań z tytułu umów leasingu finansowego		(4 870)	(19 057)	(4 442)	(18 631)
Odsetki zapłacone		(912)	(3 436)	(1 248)	(6 052)
Pozostałe		(98)	(756)	(143)	(425)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności finansowej		5 822	(3 267)	(25 691)	(102 037)
Zmiana stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów		1 857	(21 167)	11 531	(47 224)
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty					
Na początek okresu obrotowego		29 306	52 330	40 799	99 554
Na koniec okresu obrotowego		31 163	31 163	52 330	52 330

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

NOTY DO SKRÓCONEGO ŚRÓDROCZNEGO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO NA 31 GRUDNIA 2015 R. ORAZ ZA TRZY I DWANAŚCIE MIESIĘCY ZAKOŃCZONE 31 GRUDNIA 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 grudnia 2015 r. grupę kapitałową Agory („Grupa”) stanowiły: spółka dominująca Agora S.A. oraz 19 spółek zależnych. Dodatkowo Grupa posiada udziały w 2 spółkach wspólnie kontrolowanych: Stopklatka S.A. (od 12 marca 2014 r.) i Online Technologies HR Sp. z o.o. oraz w 3 spółkach stowarzyszonych: GoldenLine 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 i dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2015 r., z danymi porównawczymi na dzień 30 września 2015 r., 31 grudnia 2014 r. oraz na dzień i za trzy i dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2014 r.

Sprawozdanie finansowe zostało zatwierdzone do publikacji przez Zarząd Agory S.A. w dniu 18 lutego 2016 r.

2. PODSTAWA SPORZĄDZENIA SKRÓCONEGO ŚRÓDROCZNEGO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO

Skonsolidowany bilans na 31 grudnia 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 i dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 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 grudnia 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 Aneksu nr 1 do umowy kredytowej o Wielocelowy Limit Kredytowy, podpisanego 26 maja 2015 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 2016 r. oraz kredytem w rachunku bieżącym do kwoty 35,0 mln zł z okresem dostępności do dnia 28 maja 2016 r.

W pierwszym kwartale 2015 r. Spółka spłaciła ostatnią ratę linii kredytowej wykorzystanej w latach ubiegłych. Na dzień 31 grudnia 2015 r. Spółka posiadała zadłużenie z tytułu kredytu w rachunku bieżącym w wysokości 17 878 tys. zł.

Na dzień 31 grudnia 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 89 766 tys. zł i składały się na nie:

- kredyty bankowe w łącznej wysokości 38 533 tys. zł (z tego 26 777 tys. zł jest prezentowane w zobowiązaniach długoterminowych),
- zobowiązania z tytułu leasingu finansowego wysokości 51 233 tys. zł (z tego 34 073 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 dzienników: *Gazety Wyborczej*, *Metrocafe.pl* 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 i dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2015 r. i 31 grudnia 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. W przypadku segmentu Film i Książka kwota nakładów inwestycyjnych nie zawiera wydatków poniesionych na wyposażenie kin w zakresie, w jakim są one odsprzedawane właścicielom nieruchomości, w których zlokalizowano kina.

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 grudnia 2015 r.

	Prasa	Film i książka	Reklama zewnętrzna	Internet	Radio	Druk	Pozycje uzgadniające	Razem
Sprzedaż klientom zewnątrznym	78 261	105 755	45 768	44 247	35 168	43 166	1 593	353 958
Sprzedaż do innych segmentów (2)	2 874	6 214	629	1 231	1 313	497	(12 758)	-
Przychody ogółem	81 135	111 969	46 397	45 478	36 481	43 663	(11 165)	353 958
Koszty ogółem (1), (2), (3)	(76 697)	(99 795)	(40 639)	(36 951)	(27 302)	(42 988)	(12 529)	(336 901)
Zysk / (strata) operacyjny (a) (1)	4 438	12 174	5 758	8 527	9 179	675	(23 694)	17 057
Koszty i przychody finansowe							(617)	(617)
Udział w zyskach (stratach) netto jednostek podporządkowanych wycenionych metodą praw własności (3)	-	-	-	(17)	-	-	131	114
Podatek dochodowy							733	733
Zysk netto								17 287

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. (26 546 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 grudnia 2015 r.

	Prasa	Film i książka (3)	Reklama zewnętrzna	Internet	Radio	Druk	Pozycje uzgadniające	Razem
Amortyzacja operacyjna	(2 390)	(7 816)	(3 779)	(1 342)	(727)	(3 751)	(4 156)	(23 961)
Amortyzacja konsolidacyjna (1)	-	(130)	-	(267)	-	-	63	(334)
Odpisy aktualizujące	(1 009)	(210)	(2 209)	(511)	(204)	(9)	(471)	(4 623)
Odwroćenie odpisów aktualizujących	392	-	-	44	43	3	8	490
Nakłady inwestycyjne (2)	669	13 340	14 783	1 162	1 936	2 624	16 570	51 084

(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 6 028 tys. zł.

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

Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2015 r.

	Prasa	Film i książka	Reklama zewnętrzna	Internet	Radio	Druk	Pozycje uzgadniające	Razem
Sprzedaż klientom zewnętrznym	291 457	326 709	153 135	145 698	102 937	163 117	6 287	1 189 340
Sprzedaż do innych segmentów (2)	9 376	18 360	3 005	4 843	4 811	1 575	(41 970)	-
Przychody ogółem	300 833	345 069	156 140	150 541	107 748	164 692	(35 683)	1 189 340
Koszty ogółem (1), (2), (3)	(283 599)	(321 511)	(139 071)	(126 356)	(94 345)	(162 428)	(43 298)	(1 170 608)
Zysk / (strata) operacyjny (a) (1)	17 234	23 558	17 069	24 185	13 403	2 264	(78 981)	18 732
Koszty i przychody finansowe							(1 055)	(1 055)
Udział w zyskach/(stratach) netto jednostek wycenianych metodą praw własności (3)	-	-	(15)	224	-	-	(1 081)	(872)
Podatek dochodowy							(1 486)	(1 486)
Zysk netto								15 319

(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. (90 863 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.)

Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2015 r.

	Prasa	Film i książka (3)	Reklama zewnętrzna	Internet	Radio	Druk	Pozycje uzgadniające	Razem
Amortyzacja operacyjna	(9 754)	(36 809)	(13 218)	(5 379)	(2 814)	(15 849)	(16 817)	(100 640)
Amortyzacja konsolidacyjna (1)	-	(534)	-	(1 068)	-	-	254	(1 348)
Odpisy aktualizujące	(3 157)	(667)	(3 566)	(1 411)	(582)	(225)	(337)	(9 945)
Odwroćenie odpisów aktualizujących	3 760	30	772	308	177	62	8	5 117
Nakłady inwestycyjne (2)	1 683	46 942	49 800	2 804	4 018	4 115	19 770	129 132

Stan na 31 grudnia 2015 r.

	Prasa	Film i książka	Reklama zewnętrzna	Internet	Radio	Druk	Pozycje uzgadniające (4)	Razem
Rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne	72 512	279 033	268 983	48 482	81 279	176 294	191 170	1 117 753
Inwestycje w spółki stowarzyszone i wspólnie kontrolowane wyceniane metodą praw własności	-	-	-	13 267	-	-	6 671	19 938

(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 23 922 tys. zł.

(4) pozycje uzgadniające zawierają głównie wartość siedziby Spółki (114 278 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 grudnia 2014 r.							Razem
	Prasa	Film i książka	Reklama zewnętrzna	Internet	Radio	Druk	Pozycje uzgadniające	
Sprzedaż klientom zewnętrznym	83 176	96 686	42 985	35 158	26 881	47 085	1 723	333 694
Sprzedaż do innych segmentów (2)	2 392	3 549	572	1 593	1 745	355	(10 206)	-
Przychody ogółem	85 568	100 235	43 557	36 751	28 626	47 440	(8 483)	333 694
Koszty ogółem (1), (2), (3)	(92 423)	(89 533)	(37 789)	(30 808)	(23 212)	(45 953)	(12 869)	(332 587)
Zysk / (strata) operacyjny (a) (1)	(6 855)	10 702	5 768	5 943	5 414	1 487	(21 352)	1 107
Koszty i przychody finansowe							765	765
Udział w zyskach (stratach) netto jednostek podporządkowanych wycenionych metodą praw własności (3)			(62)	88			(704)	(678)
Podatek dochodowy							8 466	8 466
Zysk netto								9 660

(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. (24 255 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 grudnia 2014 r.

	Prasa	Film i książka	Reklama zewnętrzna	Internet	Radio	Druk	Pozycje uzgadniające	Razem
Amortyzacja operacyjna	(2 574)	(7 021)	(4 138)	(1 294)	(657)	(3 904)	(4 383)	(23 971)
Amortyzacja konsolidacyjna (1)	-	(135)	-	(267)	-	-	63	(339)
Odpisy aktualizujące	(16 529)	(163)	(1 183)	(106)	(364)	-	(161)	(18 506)
Odwroćenie odpisów aktualizujących	83	2	79	89	19	273	-	545
Nakłady inwestycyjne (2)	334	3 258	6 233	1 363	1 846	3 551	2 513	19 098

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

(2) na podstawie zaksięgowanych w danym okresie faktur;

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

Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2014 r.

	Prasa	Film i książka	Reklama zewnętrzna	Internet	Radio	Druk	Pozycje uzgadniające	Razem
Sprzedaż klientom zewnętrznym	299 014	273 131	146 623	122 888	82 674	171 637	6 450	1 102 417
Sprzedaż do innych segmentów (2)	7 340	9 772	3 142	4 256	4 722	1 419	(30 651)	-
Przychody ogółem	306 354	282 903	149 765	127 144	87 396	173 056	(24 201)	1 102 417
Koszty ogółem (1), (2), (3)	(294 750)	(269 547)	(143 531)	(106 413)	(78 264)	(172 447)	(55 762)	(1 120 714)
Zysk / (strata) operacyjny (a) (1)	11 604	13 356	6 234	20 731	9 132	609	(79 963)	(18 297)
Koszty i przychody finansowe							3 259	3 259
Udział w zyskach/(stratach) netto jednostek wycenianych metodą praw własności (3)			(198)	152			(2 841)	(2 887)
Podatek dochodowy							6 899	6 899
Strata netto								(11 026)

(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. (92 024 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.)

Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2014 r.

	Prasa	Film i książka (3)	Reklama zewnętrzna	Internet	Radio	Druk	Pozycje uzgadniające	Razem
Amortyzacja operacyjna	(9 971)	(26 122)	(16 478)	(5 055)	(2 612)	(16 259)	(18 180)	(94 677)
Amortyzacja konsolidacyjna (1)	-	(539)	-	(1 068)	-	-	254	(1 353)
Odpisy aktualizujące	(18 858)	(485)	(3 177)	(1 005)	(784)	(592)	(425)	(25 326)
Odwroćenie odpisów aktualizujących	690	1 616	377	642	200	56	10	3 591
Nakłady inwestycyjne (2)	1 271	27 132	13 306	4 438	3 056	4 759	7 434	61 396

Stan na 31 grudnia 2014 r.

	Prasa	Film i książka	Reklama zewnętrzna	Internet	Radio	Druk	Pozycje uzgadniające (4)	Razem
Rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne	71 340	270 018	234 944	52 580	71 980	196 382	188 823	1 086 067
Inwestycje w spółki stowarzyszone i współkontrolowane wyceniane metodą praw własności	-	-	15	13 043	-	-	3 345	16 403

(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 6 872 tys. zł.

(4) *pozycje uzgadniające* zawierają głównie wartość siedziby Spółki (118 872 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 (stanowiącego sumę zysku/straty z działalności operacyjnej i amortyzacji), 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	12,60
zmienność kursu akcji Agory S.A. w okresie ostatnich dwunastu miesięcy	%	35,15
kurs bazowy	zł	9,00
stopa wolna od ryzyka	%	1,35-1,58 (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 95,0%.

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

	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2015	Dwanaście miesiące zakończone 31 grudnia 2015	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2014	Dwanaście miesiące zakończone 31 grudnia 2014
Rachunek zysków i strat - zwiększenie/(zmniejszenie) kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników	979	2 781	(844)	(577)
Rachunek zysków i strat – podatek odroczony	(186)	(528)	160	110
Zobowiązania: rozliczenia międzyokresowe - stan na koniec okresu	2 899	2 899	118	118
Aktywo z tytułu podatku odroczonego - stan na koniec okresu	551	551	22	22

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

	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2015	Dwanaście miesiące zakończone 31 grudnia 2015	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2014	Dwanaście miesiące zakończone 31 grudnia 2014
Bartosz Hojka	244	696	(225)	(136)
Tomasz Jagiełło	245	695	(189)	(136)
Grzegorz Kossakowski	245	695	(241)	(169)
Robert Musiał	245	695	(189)	(136)
	979	2 781	(844)	(577)

6. ZMIANY REZERW I ODPISÓW AKTUALIZUJĄCYCH WARTOŚCI AKTYWÓW

W okresie od 1 stycznia 2015 r. do 31 grudnia 2015 r. skorygowano salda odpisów aktualizujących składniki majątkowe o następujące kwoty (w nawiasach kwota zmiany za czwarty kwartał 2015 r.):

- odpisy na aktywa finansowe: spadek o kwotę 63 tys. zł (bez zmian),
- odpisy na należności: spadek o 4 366 tys. zł (wzrost o 149 tys. zł),
- odpisy na zapasy: wzrost o 367 tys. zł (wzrost o 173 tys. zł),
- odpisy aktualizujące wartość rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych: wzrost o 145 tys. zł (wzrost o 1 479 tys. zł).

Ponadto w okresie od 1 stycznia 2015 r. do 31 grudnia 2015 r. zmieniono salda następujących rezerw (w nawiasach kwota zmiany za czwarty kwartał 2015 r.):

- zmniejszono rezerwę na odsetki, kary i podobne o kwotę 44 tys. zł (wzrost o 80 tys. zł),
- zmniejszono rezerwę na koszty związane z umowami rodzącymi obciążenia 232 tys. zł (spadek o 58 tys. zł),
- zmniejszono rezerwę na sprawy sporne i pozostałe o kwotę 1 147 tys. zł (spadek o 24 tys. zł),
- zwiększono rezerwę na odprawy emerytalne o kwotę 67 tys. zł (wzrost o 44 tys. zł),
- wykorzystano rezerwę na koszty związane ze zwolnieniem grupowym na kwotę 227 tys. zł (bez zmian).

7. ZOBOWIĄZANIA WARUNKOWE, UDZIELONE PORĘCZENIA I INNE ZABEZPIECZENIA

Na 31 grudnia 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 grudnia 2015	31 grudnia 2014	Utworzona rezerwa
Udzielone przez Agora S.A.					
Bank Pekao S.A.	Pracownicy Agory	28.01.2016 - 05.07.2020	289	255	-
Bank Pekao S.A.	Doradztwo Mediowe Sp. z o.o.	27.06.2016	14 400	-	-
Bank Pekao S.A.	Trader.com (Polska) Sp. z o.o.	27.06.2016	2 400	-	-
Udzielone przez AMS S.A.					
Tejbrant Polska Sp. z o.o.	Adpol Sp. z o.o.	30.06.2017	3 000	-	-
Udzielone przez Adpol Sp. z o.o.					
mBank S.A.	AMS S.A.	28.02.2017 - 30.04.2017	44 400	-	-
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.	30.04.2016 - 31.12.2017	2 730	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. W trzecim kwartale 2015 r. spółka AMS S.A. zrealizowała warunki uprawniające do obniżenia kwoty złożonych kaucji i środki pieniężne w wysokości 8,0 mln zł zostały spółce zwrócone. W związku z tym, należność z tytułu złożonych kaucji na dzień 31 grudnia 2015 r. wynosi 29,6 mln zł (z tego 10,8 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 grudnia 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 grudnia 2015 r. wynosi 362 tys. zł (na dzień 31 grudnia 2014 r.: 1 421 tys. zł)

Dodatkowo, na dzień 31 grudnia 2015 r. spółki Grupy są stronami sądowych spraw spornych o łącznej wartości 2 573 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 dwunastu miesięcy zakończonych 31 grudnia 2015 r. wynosiły 2 885 tys. zł (dwanaście miesięcy 2014 r.: 2 657 tys. zł).

Wynagrodzenia wypłacone członkom Rady Nadzorczej w okresie dwunastu miesięcy zakończonych 31 grudnia 2015 r. wynosiły 468 tys. zł (dwanaście miesięcy 2014 r.: 407 tys. zł).

(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 grudnia 2015	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2015	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2014	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2014
Spółki powiązane				
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	437	1 238	987	2 339
Zakupy dóbr i usług	(612)	(1 612)	(1 195)	(2 000)
Przychody finansowe z tytułu odsetek od pożyczek udzielonych	57	211	27	153
Pozostałe przychody operacyjne	16	198	98	156
Dywidendy otrzymane	-	-	180	180
	31 grudnia 2015		30 września 2015	31 grudnia 2014
Spółki powiązane				
Należności krótkoterminowe	166		310	400
Zobowiązania krótkoterminowe	512		457	286
Pożyczki udzielone	9 385		6 852	4 203

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 grudnia 2015	30 września 2015
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 Doradztwo Mediowe Sp. z o.o., Warszawa (1),(4)	100,0%	100,0%
9 Trader.com (Polska) Sp. z o.o., Warszawa	100,0%	100,0%
10 AdTaily Sp. z o.o., Kraków (5)	86,0%	81,4%
11 Helios S.A., Łódź	88,5%	88,5%
12 Next Film Sp. z o.o., Łódź (3)	88,5%	88,5%
13 Sport4People Sp. z o.o., Kraków	100,0%	100,0%
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%
17 BDM Media Sp. z o.o., Warszawa (1), (6)	-	100,0%
18 Fonia Sp. z o.o., Warszawa (1), (6)	-	100,0%
19 Green Content Sp. z o.o., Warszawa	100,0%	100,0%
20 Joy Media Sp. z o.o., Warszawa	100,0%	100,0%
21 PTA Sp. z o.o., Warszawa	100,0%	100,0%
Jednostki współkontrolowane i stowarzyszone wyceniane metodą praw własności		
22 GoldenLine Sp. z o.o., Warszawa	36,0%	36,0%
23 Online Technologies HR Sp. z o.o., Szczecin	46,2%	46,2%
24 Instytut Badań Outdooru IBO Sp. z o.o., Warszawa (2)	40,0%	40,0%
25 Stopklatka S.A., Warszawa	41,0%	41,0%
26 Hash.fm Sp. z o.o., Warszawa	49,5%	49,5%
Spółki nie objęte konsolidacją i wyceną metodą praw własności		
27 Polskie Badania Internetu Sp. z o.o., Warszawa	15,8%	15,8%

(1) pośrednio przez GRA Sp. z o.o.;

(2) pośrednio przez AMS S.A.;

(3) pośrednio przez Helios S.A.;

(4) w dniu 19 listopada 2015 r. w Krajowym Rejestrze Sądowym została zarejestrowana zmiana nazwy spółki z Radiowe Doradztwo Reklamowe Sp. z o.o. na Doradztwo Mediowe Sp. z o.o.;

(5) nabycie udziałów od udziałowców niekontrolujących;

(6) w dniu 31 grudnia 2015 r. w Krajowym Rejestrze Sądowym zostało zarejestrowane połączenie spółek BDM Media Sp. z o.o. i Fonia Sp. z o.o. ze spółką Grupa Radiowa Agory Sp. z o.o.

12. POŁĄCZENIA, ZAKUP I SPRZEDAŻ JEDNOSTEK GOSPODARCZYCH

W dniu 19 listopada 2015 r. Sąd Rejonowy dla Krakowa – Śródmieścia w Krakowie, XI Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego zarejestrował uchwalone przez zgromadzenie wspólników spółki Sport4People Sp. z o.o. podwyższenie kapitału zakładowego z kwoty 18 tys. zł do kwoty 20 tys. zł, w wyniku którego Agora S.A. posiada obecnie łącznie 200 udziałów w kapitale zakładowym spółki o wartości nominalnej 100 zł każdy i łącznej wartości nominalnej 20 tys. zł, co daje jej 100% udziału w kapitale zakładowym i 100% głosów na zgromadzeniu wspólników.

W dniu 11 grudnia 2015 r. Agora S.A. nabyła 38 udziałów w kapitale zakładowym spółki AdTaily Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie od dwóch wspólników tej spółki za łączną cenę 546 tys. zł. Na skutek powyższej transakcji Agora S.A. posiada obecnie 722 udziały w kapitale zakładowym AdTaily Sp. z o.o., o wartości nominalnej 50 zł każdy i łącznej wartości nominalnej 36 100 zł, co daje jej 85,95% udziału w kapitale zakładowym i 85,95% głosów na zgromadzeniu wspólników.

W dniu 31 grudnia 2015 r. Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, dokonał wpisu w rejestrze przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, dotyczącego połączenia spółki Grupa Radiowa Agory Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie z jej dwoma spółkami zależnymi. Połączenie nastąpiło poprzez przeniesienie na spółkę Grupa Radiowa Agory Sp. z o.o. całego majątku spółek „Fonia” Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie i BDM Media Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie („Spółki Przejmowane”). Grupa Radiowa Agory Sp. z o.o. była jedynym wspólnikiem Spółek Przejmowanych, a połączenie odbyło się bez podwyższenia jej kapitału zakładowego.

W dniu 31 grudnia 2015 r. Spółka dokonała zapisu podstawowego i dodatkowego na akcje spółki Stopklatka S.A. z siedzibą w Warszawie, w związku z ofertą publiczną 4 641 304 akcji zwykłych na okaziciela Serii E spółki Stopklatka S.A. o wartości nominalnej 1,00 zł każda, oferowanych w ramach prawa poboru dotychczasowym akcjonariuszom. Cena emisyjna za jedną akcję wynosiła 2,30 zł. Emisja została przeprowadzona na podstawie uchwały nr 4 nadzwyczajnego walnego zgromadzenia Stopklatka S.A. z dnia 7 grudnia 2015 r. Memorandum Informacyjne Stopklatki S.A. sporządzone w związku z ww. ofertą publiczną zostało udostępnione do publicznej wiadomości w dniu 17 grudnia 2015 r. W dniu 18 stycznia 2016 r. przydzielono Spółce, w ramach przeprowadzonej subskrypcji, następujące liczby instrumentów finansowych: (i) w wyniku realizacji zapisu podstawowego: 1 902 907, (ii) w wyniku realizacji zapisu dodatkowego: 13 144, które zostały opłacone kwotą pieniężną w łącznej wysokości 4 407 tys. zł. Pozostała, niewykorzystana kwota środków pieniężnych wpłaconych przez Spółkę w związku z dokonanymi zapisami na akcje Stopklatki S.A., wynosząca 10 645 tys. zł, została Spółce zwrócona w dniu 21 stycznia 2016 r. W dniu 9 lutego 2016 roku Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, dokonał wpisu w rejestrze przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego podwyższenia kapitału zakładowego Stopklatki S.A. z kwoty 6 529 956,00 zł do kwoty 11 171 260,00 zł. Agora S.A. posiada obecnie 4 596 203 akcji o wartości nominalnej 1 zł każda i łącznej wartości nominalnej 4 596 203,00 zł, co daje jej 41,14% udziału w kapitale zakładowym i 41,14% głosów na walnym zgromadzeniu Stopklatki S.A.

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 cztery kwartały 2015 r. (za cztery kwartały 2014 r.) przeliczono według kursu stanowiącego średnią arytmetyczną średnich kursów ogłaszanych przez NBP obowiązujących na ostatni dzień każdego miesiąca czterech kwartałów. Kurs ten wyniósł 1 EURO = 4,1848 zł (1 EURO = 4,1893 zł).
- Pozycje bilansowe przeliczono według średniego kursu ogłoszonego przez NBP, obowiązującego na dzień bilansowy. Kurs ten wyniósł na 31 grudnia 2015 r. 1 EURO = 4,2615 zł, na 31 grudnia 2014 r. 1 EURO = 4,2623 zł.

14. RZECZOWE AKTYWA TRWAŁE

W okresie od 1 stycznia 2015 r. do 31 grudnia 2015 r. Grupa nabyła rzeczowe aktywa trwałe o wartości 115 819 tys. zł (w okresie od 1 stycznia 2014 r. do 31 grudnia 2014 r.: 73 059 tys. zł).

Na dzień 31 grudnia 2015 r. zakontraktowane nakłady inwestycyjne dotyczące nabycia rzeczowych aktywów trwałych wynoszą 34 786 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 oraz 600 wiat przystankowych w Krakowie. Proces inwestycyjny w Warszawie rozpoczął się w 2014 r. i potrwa 3 lata. Łączny szacowany koszt budowy wiat w Warszawie to około 80 mln zł. Proces inwestycyjny w Krakowie rozpoczął się w 2015 r. i potrwa 15 lat.

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 grudnia 2015	Poziom 1	Poziom 2	Poziom 3
Jednostki uczestnictwa w funduszach inwestycyjnych	85 772	-	85 772	-
Aktywa finansowe wyceniane w wartości godziwej	85 772	-	85 772	-
Zobowiązania z tytułu opcji put	16 575	-	-	16 575
Zobowiązanie z tytułu płatności warunkowej	4 304	-	-	4 304
Zobowiązania finansowe wyceniane w wartości godziwej	20 879	-	-	20 879
	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

Poniższa tabela przedstawia uzgodnienie pomiędzy bilansem otwarcia a bilansem zamknięcia dla instrumentów finansowych z 3 poziomu hierarchii:

	31 grudnia 2015	31 grudnia 2014
Stan na początek okresu	22 218	27 592
Zwiększenia wynikające z początkowego ujęcia	-	4 483
Wygaśnięcie opcji put ujęte w kapitale własnym (1)	(213)	(6 252)
Zmiany z tytułu wyceny ujęte w rachunku zysków i strat	(507)	(3 605)
Realizacja opcji put (2)	(619)	-
Stan na koniec okresu	20 879	22 218

(1) w 2015 r. wynika z podpisanego w dniu 16 lipca 2015 r. porozumienia o rozwiązaniu umowy inwestycyjnej z udziałowcami niekontrolującymi spółki Sport4People Sp. z o.o.;

(2) wynika z realizacji wezwania do nabycia akcji spółki Helios S.A., w ramach którego Agora S.A. nabyła 44 000 akcji tej spółki w dniu 7 września 2015 r.

Do kluczowych założeń, których zmiana w największym stopniu wpływa na oszacowanie wartości godziwej instrumentów finansowych z 3 poziomu hierarchii należą: prognozowana wysokość wyniku EBITDA (stanowiącego sumę zysku/straty z działalności operacyjnej i amortyzacji) w okresie wynikającym z warunków opcji put oraz stopa dyskontowa.

16. OTRZYMANIE KONCESJI NA ROZPOWSZECHNIANIE PROGRAMU TELEWIZYJNEGO

W dniu 5 listopada 2015 r. Zarząd Agory S.A. poinformował, że powziął informację o podjęciu przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji uchwały o przyznaniu spółce zależnej, działającej pod firmą Green Content Sp. z o.o., koncesji na rozpowszechnianie w sposób cyfrowy rozsiewczy naziemny w multipleksie ósmym programu telewizyjnego pod nazwą Kiwi TV.

W dniu 29 grudnia 2015 r. Zarząd Agory S.A. poinformował, że w dniu 29 grudnia 2015 r. powziął informację o otrzymaniu przez spółkę zależną, działającą pod firmą Green Content Sp. z o.o., decyzji Przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji o udzieleniu koncesji na rozpowszechnianie w sposób cyfrowy rozsiewczy naziemny w multipleksie ósmym programu telewizyjnego pod nazwą Kiwi TV.

Wysokość opłaty koncesyjnej za udzielenie Koncesji na 10 lat wynosi 13 545 tys. zł (z tego na dzień 31 grudnia 2015 r. w zobowiązaniach długoterminowych zaprezentowano 12 190 tys. zł). Kwota ta będzie uiszczona w 10 rocznych ratach i powiększona o opłatę prolongacyjną.

17. WYDARZENIA PO DNIU BILANSOWYM

▀ Nabycie GoldenLine Sp. z o.o.

W dniu 25 stycznia 2016 r. Agora S.A., nabyła 106 udziałów w kapitale zakładowym spółki GoldenLine Sp. z o.o. („GoldenLine”) z siedzibą w Warszawie od współników tej spółki za łączną cenę 8 480 tys. zł. Przed zawarciem powyższej umowy Agora posiadała już 72 udziały w GoldenLine stanowiące 36% kapitału zakładowego spółki oraz dające prawo do 72 głosów, stanowiących 36% głosów na zgromadzeniu współników spółki, które nabyła 29 grudnia 2011 r. Na skutek transakcji z dnia 25 stycznia 2016 r. Agora S.A. posiada obecnie 178 udziałów w kapitale zakładowym GoldenLine, o wartości nominalnej 1 000 zł każdy i łącznej wartości nominalnej 178 tys. zł, co daje jej 89% udziału w kapitale zakładowym i 89% głosów na zgromadzeniu współników.

Mniejszościowym współnikiem Goldenline pozostaje spółka G.C. Geek Code Ltd, kontrolowana przez Mariusza Gralewskiego - głównego założyciela GoldenLine Sp. z o.o. G.C. Geek Code Ltd posiada 22 udziały w GoldenLine stanowiące 11% udziału w kapitale zakładowym oraz dające prawo do 22 głosów na zgromadzeniu współników Spółki,

stanowiących 11% głosów na zgromadzeniu wspólników Spółki. Umowa sprzedaży przewiduje, że po zawarciu transakcji ustalone zostaną szczegółowe zasady współpracy pomiędzy Agorą, a G.C. Geek Code. W przypadku braku porozumienia w tym zakresie, G.C. Geek Code będzie uprawnione do sprzedaży jej udziałów w kapitale zakładowym Spółki na rzecz Agory, w ciągu 3 miesięcy od daty zawarcia umowy sprzedaży udziałów, na warunkach i zasadach takich samych jak w umowie z dnia 25 stycznia 2016 r.

Objęcie kontroli nad Goldenline Sp. z o.o. umożliwi Grupie skoncentrowanie swoich działań z zakresu usług rekrutacyjnych i Employer Branding w tej spółce. W związku z tym w najbliższym czasie Agora planuje zbyć na rzecz Goldenline sp. z o.o. Centrum Kompetencyjne Praca stanowiące organizacyjnie, funkcjonalnie i finansowo wyodrębniony w wewnętrznej strukturze organizacyjnej Agory zespół składników materialnych i niematerialnych (wraz z zobowiązaniami) przeznaczonych do (i) prowadzenia serwisu Gazetapraca.pl oraz (ii) sprzedaży, poprzez zorganizowany, dedykowany i rozlokowany w Polsce dział sprzedaży, rozwiązań rekrutacyjnych, obejmujących sprzedaż ogłoszeń rekrutacyjnych w internecie i prasie, sprzedaż reklam rekrutacyjnych w mediach należących do Spółki oraz (iii) usług związanych z budowaniem marki pracodawcy (tzw. działania Employer Branding) na podstawie zgody wyrażonej w uchwale nr 6 przez Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Agory S.A. z dnia 24 listopada 2015 r. Dzięki tej transakcji Agora wzmocni swoją pozycję rynkową w kategorii Praca oraz dostarczy kompleksowe rozwiązania z dynamicznie rosnącego rynku usług rekrutacyjnych. Skuteczne połączenie potencjału serwisu GazetaPraca.pl, skierowanego do kandydatów aktywnie poszukujących pracy oraz serwisu rekrutacyjno-społecznościowego GoldenLine.pl, który specjalizuje się w rekrutacji kandydatów pasywnych z siłą reklamową mediów Grupy Agora pozwoli w opinii zarządu Spółki walczyć o wzmocnienie pozycji na atrakcyjnym i szybko rosnącym rynku usług rekrutacyjnych i z zakresu Employer Branding, co w dłuższym terminie powinno mieć pozytywny wpływ na przychody osiągnięte przez Grupę.

Rozliczenie nabycia

W wyniku transakcji nabycia opisanej powyżej Grupa objęła kontrolę nad spółką GoldenLine. Od dnia nabycia spółka zostanie objęta konsolidacją metodą pełną. Grupa wycenia udziały niekontrolujące w nabytej spółce proporcjonalnie do ich udziału w zidentyfikowanych aktywach netto.

Wartość godziwa nabytych aktywów i przejętych zobowiązań oraz wartość godziwa przekazanej zapłaty na dzień przejścia kształtowała się następująco:

dane w tys. zł	Wartość godziwa na dzień nabycia
Aktywa	
Wartości niematerialne (1)	20 940
Rzeczowe aktywa trwałe	535
Należności z tytułu dostaw i usług	1 948
Pozostałe należności i rozliczenia międzyokresowe	22
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	2 276
	<hr/> 25 721 <hr/>
Zobowiązania	
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	(3 561)
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług	(415)
Pozostałe zobowiązania krótkoterminowe	(462)
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego	(18)
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	(2 763)
	<hr/> (7 218) <hr/>
Możliwe do zidentyfikowania aktywa netto w wartości godziwej	<hr/> 18 504 <hr/>
Udziały niekontrolujące	(2 035)
Wartość godziwa dotychczasowych udziałów w spółce	(5 760)
Zapłata przekazana w środkach pieniężnych	(8 480)
Wartość firmy/(okazyjne nabycie) na dzień przejścia	<hr/> (2 228) <hr/>

(1) zgodnie z wymaganiami MSSF 3, Grupa dokonała wyceny do wartości godziwej nabytych aktywów GoldenLine Sp. z o.o. i rozpoznała trzy wartości niematerialne spełniające warunek identyfikowalności wg MSSF 3, które nie były dotychczas wykazywane w bilansie tej spółki, tj. domenę GoldenLine, wartość aplikacji i technologii IT oraz bazę użytkowników, których łączna wartość godziwa wyniosła 18 740 tys. zł.

Zgodnie z wymaganiami MSSF 3, Grupa dokonała ponownej wyceny dotychczas posiadanych 36% udziałów w spółce do ich wartości godziwej na dzień przejęcia i ujęła stratę w wysokości 5 537 tys. zł (co stanowi 5 760 tys. zł pomniejszone o kwotę 11 297 tys. zł odpowiadającą wartości bilansowej inwestycji wycenianej metodą praw własności na dzień przejęcia). Strata z tytułu ponownej wyceny uprzednio posiadanych udziałów zostanie ujęta w kosztach finansowych w skonsolidowanym rachunku zysków i strat Grupy Agora za pierwszy kwartał 2016 r.

Jednocześnie, w związku z tym, że możliwe do zidentyfikowania aktywa netto wycenione do wartości godziwej na dzień przejęcia przewyższyły wartość godziwą przekazanej zapłaty powiększoną o wartość godziwą dotychczasowych udziałów w spółce i wartość udziałów niekontrolujących, Grupa rozpozna zysk na okazyjnym nabyciu w wysokości 2 228 tys. zł, który zostanie ujęty w pozostałych przychodach operacyjnych w skonsolidowanym rachunku zysków i strat Grupy za pierwszy kwartał 2016 r.

W rezultacie, łączny negatywny wpływ transakcji nabycia spółki GoldenLine na skonsolidowany wynik netto Grupy Agora za pierwszy kwartał 2016 r. wyniesie 3 309 tys. zł.

Wartość godziwa należności z tytułu dostaw i usług wyniosła 1 948 tys. zł. Wartość brutto kwot należnych wynikających z umów wyniosła 2 100 tys. zł, z czego na dzień przejęcia przewiduje się, że kwota 152 tys. zł nie będzie możliwa do odzyskania.

Koszty bezpośrednio związane z transakcją nabycia wyniosły 98 tys. zł i zostaną ujęte w kosztach ogólnego zarządu rachunku zysków i strat Grupy Agora w pierwszym kwartale 2016 r.

Przyznane udziałowcowi niekontrolującemu prawo do sprzedaży jego udziałów w kapitale zakładowym spółki na rzecz Agory („opcja put”) spełnia definicję zobowiązania finansowego zgodnie z MSR 32 i zostanie rozpoznane w skonsolidowanym bilansie Grupy w wartości wykupu wynoszącej na dzień przejęcia 1 760 tys. zł. Zgodnie z polityką rachunkowości Grupy, przy początkowym ujęciu, wartość tego zobowiązania pomniejszy pozycję zysków z lat ubiegłych w kapitale własnym Grupy.

► Pozostałe wydarzenia

W dniu 5 lutego 2016 r. Agora S.A. nabyła 8 udziałów w kapitale zakładowym spółki AdTaily Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie od wspólnika tej spółki, za łączną cenę 115 tys. zł. Na skutek powyższej transakcji Agora S.A. posiada obecnie 730 udziałów w kapitale zakładowym AdTaily Sp. z o.o., o wartości nominalnej 50 zł każdy i łącznej wartości nominalnej 36 500 zł, co daje jej 86,90% udziału w kapitale zakładowym i 86,90% głosów na zgromadzeniu wspólników.

W dniu 9 lutego 2016 r. Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, dokonał wpisu w rejestrze przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego podwyższenia kapitału zakładowego spółki Stopklatka S.A. z kwoty 6 529 956,00 zł do kwoty 11 171 260,00 zł. Agora S.A. posiada obecnie 4 596 203 akcji o wartości nominalnej 1 zł każda i łącznej wartości nominalnej 4 596 203,00 zł, co daje jej 41,14% udziału w kapitale zakładowym i 41,14% głosów na walnym zgromadzeniu Stopklatki S.A.

18. WYBRANE SKONSOLIDOWANE DANE Z PRZELICZENIEM NA EURO

	w tys. zł		w tys. EURO	
	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2015 niebadane	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2014 zbadane	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2015 niebadane	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2014 zbadane
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	1 189 340	1 102 417	284 205	263 151
Zysk/(strata) z działalności operacyjnej	18 732	(18 297)	4 476	(4 368)
Zysk/(strata) brutto	16 805	(17 925)	4 016	(4 279)
Zysk/(strata) netto przypadająca na akcjonariuszy jednostki dominującej	12 709	(12 574)	3 037	(3 001)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej	111 076	97 820	26 543	23 350
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności inwestycyjnej	(128 976)	(43 007)	(30 820)	(10 266)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności finansowej	(3 267)	(102 037)	(781)	(24 357)
Zmiana stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	(21 167)	(47 224)	(5 058)	(11 273)
Aktywa razem	1 610 213	1 556 499	377 851	365 178
Zobowiązania długoterminowe	118 589	116 265	27 828	27 278
Zobowiązania krótkoterminowe	321 439	275 155	75 429	64 556
Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej	1 153 486	1 149 589	270 676	269 711
Kapitał zakładowy	47 665	50 937	11 185	11 951
Średnia ważona liczba akcji (w szt.)	47 906 531	50 183 961	47 906 531	50 183 961
Podstawowy/rozwodniony zysk/(strata) przypadający/a na jedną akcję (w zł / EURO)	0,27	(0,25)	0,06	(0,06)
Wartość księgowa na jedną akcję (w zł / EURO)	24,08	22,91	5,65	5,37

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

Jednostkowy bilans na 31 grudnia 2015 r.

	31 grudnia 2015 niebadane	30 września 2015 niebadane	31 grudnia 2014 zbadane
Aktywa			
Aktywa trwałe:			
Wartości niematerialne	59 635	58 697	61 664
Rzeczowe aktywa trwałe	281 851	286 458	314 725
Długoterminowe aktywa finansowe	569 446	572 674	572 069
Należności długoterminowe i rozliczenia międzyokresowe	17 912	534	8 164
	928 844	918 363	956 622
Aktywa obrotowe:			
Zapasy	19 566	19 338	20 601
Należności krótkoterminowe i rozliczenia międzyokresowe	175 499	185 117	186 855
Należności z tytułu podatku dochodowego	-	89	24
Krótkoterminowe aktywa finansowe	83 715	36 602	3 616
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	11 682	12 439	28 075
	290 462	253 585	239 171
Aktywa razem	1 219 306	1 171 948	1 195 793

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

	31 grudnia 2015 niebadane	30 września 2015 niebadane	31 grudnia 2014 zbadane
Pasywa			
Kapitał własny:			
Kapitał zakładowy	47 665	47 665	50 937
Akcje własne	-	-	(30 060)
Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	147 192	147 192	147 192
Pozostałe kapitały rezerwowe	119 855	119 684	137 289
Zyski/(straty) z lat ubiegłych i roku bieżącego	696 049	680 892	700 798
	1 010 761	995 433	1 006 156
Zobowiązania długoterminowe:			
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	12 182	15 904	21 376
Pozostałe zobowiązania finansowe	-	4 483	4 483
Rezerwa na świadczenia emerytalne	1 905	2 003	1 844
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	15	19	118
Pozostałe zobowiązania długoterminowe	81	77	79
	14 183	22 486	27 900
Zobowiązania krótkoterminowe:			
Rezerwa na świadczenia emerytalne	163	20	175
Zobowiązania krótkoterminowe	108 801	81 288	91 654
Krótkoterminowe kredyty i pożyczki	17 878	5 519	8 643
Pozostałe zobowiązania finansowe	16 865	22 342	22 108
Rezerwy na zobowiązania	297	257	1 241
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	50 358	44 603	37 916
	194 362	154 029	161 737
Pasywa razem	1 219 306	1 171 948	1 195 793

Jednostkowy rachunek zysków i strat za trzy i dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2015 r.

	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2015 niebadane	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2015 niebadane	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2014 niebadane	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2014 zbadane
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	180 939	659 520	186 243	628 891
Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów	(106 730)	(409 842)	(105 351)	(392 017)
Zysk brutto ze sprzedaży	74 209	249 678	80 892	236 874
Koszty sprzedaży	(66 087)	(225 179)	(66 666)	(201 727)
Koszty ogólnego zarządu	(24 705)	(81 205)	(22 169)	(82 047)
Pozostałe przychody operacyjne	22 452	29 772	570	3 652
Pozostałe koszty operacyjne	(2 041)	(6 861)	(18 304)	(23 016)
Zysk/(strata) z działalności operacyjnej	3 828	(33 795)	(25 677)	(66 264)
Przychody finansowe	8 800	40 488	26 830	34 830
Koszty finansowe	(961)	(1 934)	(460)	(2 125)
Zysk/(strata) brutto	11 667	4 759	693	(33 559)
Podatek dochodowy	3 490	8 963	5 323	7 575
Zysk/(strata) netto	15 157	13 722	6 016	(25 984)
Podstawowy/rozwodniony zysk/(strata) przypadający/(-a) na jedną akcję	0,32	0,29	0,12	(0,52)

Jednostkowe sprawozdanie z całkowitych dochodów za trzy i dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2015 r.

	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2015 niebadane	Dwanaście miesiące zakończone 31 grudnia 2015 niebadane	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2014 niebadane	Dwanaście miesiące zakończone 31 grudnia 2014 zbadane
Zysk/(strata) netto za okres	15 157	13 722	6 016	(25 984)
Inne całkowite dochody / (straty):				
Pozycje, które nie zostaną przeniesione do rachunku zysków i strat				
Zyski/(straty) aktuarialne z tytułu programu określonych świadczeń	212	212	154	154
Podatek dochodowy	(40)	(40)	(29)	(29)
	172	172	125	125
Pozycje, które mogą być przeniesione do rachunku zysków i strat				
Inne całkowite dochody/ (straty) ogółem, za okres	172	172	125	125
Całkowite dochody ogółem za okres	15 329	13 894	6 141	(25 859)

Jednostkowe zestawienie zmian w kapitale własnym za trzy i dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 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 grudnia 2015 r.						
Stan na 30 września 2015 r. niebadane	47 665	-	147 192	119 684	680 892	995 433
Całkowite dochody za okres sprawozdawczy						
Zysk netto za okres	-	-	-	-	15 157	15 157
Inne całkowite dochody ogółem	-	-	-	172	-	172
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	-	172	15 157	15 329
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 grudnia 2015 r. niebadane	47 665	-	147 192	119 855	696 049	1 010 761

Jednostkowe zestawienie zmian w kapitale własnym za trzy i dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 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 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						
Zysk netto za okres	-	-	-	-	13 722	13 722
Inne całkowite dochody ogółem	-	-	-	172	-	172
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	-	172	13 722	13 894
Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym						
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli						
Skup akcji własnych w celu umorzenia	-	(9 288)	-	-	-	(9 288)
Umorzenie akcji własnych	(3 272)	39 348	-	3 272	(39 348)	-
Kapitał rezerwowy przeznaczony na skup akcji własnych	-	-	-	(20 877)	20 877	-
Pozostałe	-	-	-	(1)	-	(1)
Całkowite dopłaty od i wypłaty do właścicieli	(3 272)	30 060	-	(17 606)	(18 471)	(9 289)
Stan na 31 grudnia 2015 r. niebadane	47 665	-	147 192	119 855	696 049	1 010 761

Jednostkowe zestawienie zmian w kapitale własnym za trzy i dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 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

Jednostkowy rachunek przepływów pieniężnych za trzy i dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2015 r.

	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2015 niebadane	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2015 niebadane	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2014 niebadane	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2014 zbadane
Działalność operacyjna				
Zysk/(strata) brutto	11 667	4 759	693	(33 559)
Korekty o pozycje:				
Amortyzacja rzeczowych aktywów trwałych	7 966	32 315	8 323	33 972
Amortyzacja wartości niematerialnych	2 723	17 315	2 404	7 899
(Zyski)/straty z tytułu różnic kursowych	(358)	(1 973)	(1 360)	(3 611)
Odsetki, netto	(117)	(591)	(168)	(445)
(Zysk)/strata z tytułu działalności inwestycyjnej	(19 491)	(22 076)	14	(3 537)
Przychody z tytułu dywidend	(7 000)	(34 429)	(8 274)	(9 618)
Zmiana stanu rezerw	85	(895)	466	(57)
Zmiana stanu zapasów	(228)	1 035	(2 643)	(4 659)
Zmiana stanu należności i czynnych rozliczeń międzyokresowych	(18 649)	(1 720)	(12 169)	(4 916)
Zmiana stanu zobowiązań	22 309	16 595	8 007	9 004
Zmiana stanu biernych rozliczeń międzyokresowych	5 638	12 225	3 328	3 400
Inne korekty	191	713	318	975
Przepływy środków pieniężnych brutto	4 736	23 273	(1 061)	(5 152)
Podatek dochodowy (zapłacony)/zwrócony	(272)	(272)	(142)	340
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej	4 464	23 001	(1 203)	(4 812)
Działalność inwestycyjna				
Wpływy ze sprzedaży rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych	1 563	3 215	-	456
Dywidendy otrzymane	33 041	42 704	180	1 344
Spłata udzielonych pożyczek	8 263	9 852	610	4 260
Wpływy z tytułu odsetek	1 163	1 852	7 926	9 923
Wpływy ze sprzedaży krótkoterminowych papierów wartościowych	-	29 029	-	98 043
Wpływy ze spłaty należności z tytułu leasingu finansowego	4 147	16 096	3 404	12 668
Zwrot dopłat do kapitału	-	-	1 250	1 250
Wydatki inwestycyjne na rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne	(2 976)	(15 621)	(4 177)	(24 590)
Inwestycje w podmioty zależne, stowarzyszone i współkontrolowane	(4 959)	(5 918)	(3 163)	(21 334)
Nabycie krótkoterminowych papierów wartościowych	(34 100)	(94 100)	-	(49 000)
Udzielone pożyczki	(2 000)	(4 000)	(1 200)	(1 860)

	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2015 niebadane	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2015 niebadane	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2014 niebadane	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2014 zbadane
Pozostałe wydatki (1)	(10 645)	(10 645)	-	-
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności inwestycyjnej	(6 503)	(27 536)	4 830	31 160
Działalność finansowa				
Wpływy z tytułu kredytów i pożyczek	12 359	18 509	-	-
Wpływy z tytułu cash poolingu	-	3 446	22 080	22 080
Nabycie akcji własnych	-	(9 288)	-	(30 060)
Spłata kredytów i pożyczek	-	(9 363)	(9 082)	(34 939)
Wydatki z tytułu cash poolingu	(10 906)	(14 122)	-	-
Odsetki zapłacone	(122)	(541)	(127)	(995)
Inne	(49)	(499)	(57)	(590)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności finansowej	1 282	(11 858)	12 814	(44 504)
Zmiana stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	(757)	(16 393)	16 441	(18 156)
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty				
Na początek okresu obrotowego	12 439	28 075	11 634	46 231
Na koniec okresu obrotowego	11 682	11 682	28 075	28 075

(1) dotyczą kwoty środków pieniężnych, która została wpłacona przez Spółkę w związku z dokonanymi zapisami na akcje Stopklatka S.A. opisanymi w nocie 12 i została Spółce zwrócona w dniu 21 stycznia 2016 r.

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 grudnia 2015 r. przedstawiały się następująco (w nawiasach kwota zmiany za czwarty kwartał 2015 r.):

- odpisy na aktywa finansowe: spadek o kwotę 802 tys. zł (spadek o 50 tys. zł),
- odpisy na należności: spadek o 2 491 tys. zł (wzrost o 317 tys. zł),
- odpisy na zapasy: wzrost o kwotę 332 tys. zł (wzrost o 168 tys. zł),
- odpisy aktualizujące wartość rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych: spadek o kwotę 1 351 tys. zł (wzrost o 326 tys. zł),
- zmniejszono rezerwę na sprawy sporne o kwotę 944 tys. zł (wzrost o 40 tys. zł),
- zwiększono rezerwę na odprawy emerytalne o kwotę 49 tys. zł (wzrost o 45 tys. zł).

W okresie od 1 stycznia 2015 r. do 31 grudnia 2015 r. Spółka nabyła rzeczowe aktywa trwałe o wartości 13 659 tys. zł (w okresie od 1 stycznia 2014 r. do 31 grudnia 2014 r.: 25 046 tys. zł).

Na dzień 31 grudnia 2015 r. zakontraktowane nakłady inwestycyjne dotyczące rzeczowych aktywów trwałych wynosiły 2 962 tys. zł.

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

Na dzień 31 grudnia 2015 r. pozostałe zobowiązania finansowe krótkoterminowe obejmują zobowiązanie z tytułu płatności warunkowej wobec akcjonariusza niekontrolującego spółki Helios S.A. w wysokości 4 304 tys. zł oraz zobowiązania Agory S.A. wobec spółek zależnych wynikające z rozliczeń w ramach systemu cash pooling funkcjonującego w Grupie Agora od 5 grudnia 2014 r.

Pozostałe przychody operacyjne Spółki w czwartym kwartale 2015 r. zawierają m. in. pozytywny wpływ rozwiązania umowy najmu maszyn drukarskich i urządzeń towarzyszących oraz ich odsprzedaży do spółki zależnej Agory Poligrafii Sp. z o.o. w wysokości 19 139 tys. zł.

Wybrane jednostkowe dane finansowe wraz z przeliczeniem na EURO

	w tys. zł		w tys. EURO	
	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2015 niebadane	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2014 zbadane	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2015 niebadane	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2014 zbadane
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	659 520	628 891	157 599	150 118
Strata z działalności operacyjnej	(33 795)	(66 264)	(8 076)	(15 817)
Zysk/(strata) brutto	4 759	(33 559)	1 137	(8 011)
Zysk/(strata) netto	13 722	(25 984)	3 279	(6 202)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej	23 001	(4 812)	5 496	(1 149)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności inwestycyjnej	(27 536)	31 160	(6 580)	7 438
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności finansowej	(11 858)	(44 504)	(2 834)	(10 623)
Zmiana stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	(16 393)	(18 156)	(3 917)	(4 334)
Aktywa razem	1 219 306	1 195 793	286 121	280 551
Zobowiązania długoterminowe	14 183	27 900	3 328	6 546
Zobowiązania krótkoterminowe	194 362	161 737	45 609	37 946
Kapitał własny	1 010 761	1 006 156	237 184	236 059
Kapitał zakładowy	47 665	50 937	11 185	11 951
Średnia ważona liczba akcji (w szt.)	47 906 531	50 183 961	47 906 531	50 183 961
Podstawowa/rozwodniona strata przypadająca na jedną akcję (w zł / EURO)	0,29	(0,52)	0,07	(0,12)
Wartość księgowa na jedną akcję (w zł / EURO)	21,10	20,05	4,95	4,70

Warszawa, 18 lutego 2016 r.

Bartosz Hojka - Prezes Zarządu

Grzegorz Kossakowski - Członek Zarządu

Robert Musiał - Członek Zarządu

Tomasz Jagiełło - Członek Zarządu

GRUPA AGORA

Raport
za IV kw. 2015 r.

18 lutego 2016 r.

SPIS TREŚCI

KOMENTARZ ZARZĄDU DO RAPORTU ZA CZWARTY 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]	7
1.3. Frekwencja w kinach [10]	7
2. CZYNNIKI WEWNĘTRZNE	8
2.1. Przychody	8
2.2. Koszty operacyjne	10
3. PERSPEKTYWY	11
3.1. Przychody	11
3.1.1. Rynek reklamy [3]	11
3.1.2. Sprzedaż prasy	11
3.1.3. Sprzedaż biletów	12
3.2. Koszty operacyjne	12
3.2.1. Koszty usług obcych	12
3.2.2. Koszty wynagrodzeń i świadczeń dla pracowników	12
3.2.3. Koszty marketingu i promocji	12
3.2.4. Koszty materiałów i energii	12
III. WYNIKI FINANSOWE	13
1. SPÓŁKI WCHODZĄCE W SKŁAD GRUPY AGORA	13
2. RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT GRUPY AGORA	13
2.1. Wyniki wg głównych segmentów Grupy Agora za 2015 r. [1]	14
2.2. Przychody i koszty finansowe	15
3. BILANS GRUPY AGORA	15
3.1. Aktywa trwałe	15
3.2. Aktywa obrotowe	16
3.3. Zobowiązania i rezerwy długoterminowe	16
3.4. Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe	16
4. PRZEPŁYWY ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH GRUPY AGORA	16
4.1. Działalność operacyjna	17
4.2. Działalność inwestycyjna	17
4.3. Działalność finansowa	17
5. WYBRANE WSKAŹNIKI FINANSOWE [5]	17
IV. WYNIKI OPERACYJNE - GŁÓWNE SEGMENTY GRUPY AGORA	18
IV.A. PRASA [1]	18
1. Przychody	19
1.1. Przychody ze sprzedaży wydawnictw	19
1.1.1. Sprzedaż egzemplarzowa i czytelnictwo Gazety Wyborczej [4]	19
1.1.2. Sprzedaż egzemplarzowa czasopism	19
1.2. Sprzedaż reklam [3]	19
1.2.1. Przychody reklamowe Gazety Wyborczej	19
1.2.2. Przychody reklamowe Metrocafe.pl [3],[4]	20
1.2.3. Przychody reklamowe czasopism	20
2. Koszty	21
3. Nowe inicjatywy	21

IV.B. FILM I KSIĄŻKA [1]	22
1. Przychody [3]	23
2. Koszty.....	23
3. Nowe inicjatywy	24
IV.C. REKLAMA ZEWNĘTRZNA (GRUPA AMS)	25
1. Przychody [8]	25
2. Koszty.....	25
3. Nowe inicjatywy	26
IV.D. INTERNET [1], [6].....	27
1. Przychody	27
2. Koszty.....	28
3. Istotne informacje o działalności internetowej	28
4. Nowe inicjatywy	28
IV.E. RADIO	29
1. Przychody [3]	29
2. Koszty.....	29
3. Udziały w słuchalności [9].....	30
4. NOWE Inicjatywy	30
IV.F. DRUK [1].....	31
1. Przychody	31
2. Koszty.....	31
PRZYPISY	32
V. INFORMACJE UZUPEŁNIAJĄCE	35
1. Istotne wydarzenia	35
2. Zmiany w stanie posiadania akcji lub innych uprawnień do nich (opcji) przez członków Zarządu w czwartym kwartale 2015 r. i do dnia publikacji raportu	37
3. Zmiany w stanie posiadania akcji lub innych uprawnień do nich (opcji) przez członków Rady Nadzorczej w czwartym kwartale 2015 r. i do dnia publikacji raportu.....	37
4. Akcjonariusze posiadający bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki na dzień przekazania raportu kwartalnego.	38
5. Pozostałe informacje	40
SKRÓCONE ŚRÓDROCZNE SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE FINANSOWE	41

GRUPA AGORA

KOMENTARZ ZARZĄDU DO RAPORTU ZA CZWARTY KWARTAŁ 2015 R.

PRZYCHODY 1 189,3 MLN ZŁ,
ZYSK NETTO 15,3 MLN ZŁ,
EBITDA 120,7 MLN ZŁ,
GOTÓWKA Z DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ 111,1 MLN ZŁ

Wszystkie dane (jeżeli nie zostanie wskazane inaczej) obejmują okres styczeń - grudzień 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 czwartym kwartale 2015 r. przychody Grupy Agora („Grupa”) wyniosły 353,9 mln zł i wzrosły o 6,1% w porównaniu do czwartego kwartału 2014 r. Największy wzrost przychodów został odnotowany w segmencie Film i Książka – jego wpływy zwiększyły się o 11,8% i wyniosły 112,0 mln zł. Na wzrost wartości przychodów segmentu pozytywnie wpłynęła rekordowa frekwencja w polskich kinach, która zaowocowała zarówno wzrostem przychodów ze sprzedaży biletów do kwoty 55,2 mln zł, jak i przychodów ze sprzedaży barowej do kwoty 19,9 mln zł. Istotnie również wzrosły przychody Wydawnictwa Agora. Kolejnym segmentem, który odnotował istotny wzrost przychodów – o 23,7% do kwoty 45,4 mln zł, był segment Internet. Łączne przychody segmentu Radio wzrosły o 27,3% do kwoty 36,4 mln zł. Przychody segmentu Reklama Zewnętrzna były wyższe o 6,4% i wyniosły 46,4 mln zł. W czwartym kwartale 2015 r. niższe były natomiast przychody segmentów Prasa i Druk, które wyniosły odpowiednio 81,1 mln zł oraz 43,7 mln zł.

W 2015 r. przychody Grupy wyniosły 1 189,3 mln zł i wzrosły o 7,9% w porównaniu do 2014 r. Złożyła się na to pozytywna dynamika przychodów odnotowana przez Grupę Agora w każdym z kwartałów 2015 r. Największy wpływ na wzrost przychodów Grupy w 2015 r. miały wyższe o 22,0% wpływy w segmencie Film i Książka, których łączna wartość wyniosła 345,1 mln zł. Największy wzrost został odnotowany w przychodach z działalności Wydawnictwa Agora, ze sprzedaży biletów do sieci kin Helios oraz ze sprzedaży barowej. Rekordowo wysokie przychody odnotowały również segmenty Internet oraz Radio. W 2015 r. łączna wartość przychodów segmentu Internet wzrosła o 18,4% w porównaniu z 2014 r. do kwoty 150,5 mln zł. Dynamicznie - o 23,2% wzrosły również przychody segmentu Radio i wyniosły 107,7 mln zł. W 2015 r. zwiększyły się też wpływy segmentu Reklama Zewnętrzna, które stanowiły 156,1 mln zł. Przychody w segmentach Prasa i Druk zmniejszyły się i wyniosły 300,8 mln zł oraz 164,7 mln zł.

- W czwartym kwartale 2015 r. koszty operacyjne Grupy wzrosły o 1,3% i wyniosły 336,9 mln zł. Ich największy wzrost – o 11,5% do kwoty 99,8 mln zł - został odnotowany w segmencie Film i Książka. Wynikał on głównie z wyższych kosztów związanych z działalnością Wydawnictwa Agora oraz wyższych kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników. W segmencie Internet wzrost kosztów operacyjnych do kwoty 36,9 mln zł był związany głównie z rozwojem oferty pośrednictwa sprzedaży reklam. Wzrost kosztów operacyjnych w segmencie Radio do kwoty 27,2 mln zł wiąże się przede wszystkim ze świadczeniem usług reklamowych w kinach Helios począwszy od stycznia 2015 r. W segmencie Reklama Zewnętrzna koszty operacyjne wzrosły do kwoty 40,6 mln zł. Wzrost ten związany był z inwestycją w jakość jednej z grup nośników z segmentu Premium. Natomiast w segmentach Prasa oraz Druk koszty operacyjne były niższe w porównaniu z czwartym kwartałem 2014 r. W segmencie Prasa zostały one ograniczone o 17,1% do kwoty 76,7 mln zł. Należy jednak pamiętać, że w czwartym kwartale 2014 r. zarówno poziom kosztów operacyjnych segmentu, jak i jego wynik operacyjny były obciążone kosztami odpisów aktualizujących w wysokości 15,1 mln zł, które dotyczyły dwóch miesięczników wydawanych przez pion Czasopisma i Prasa Bezpłatna. Dodatkowo, segment Prasa odnotował

niższe koszty materiałów, energii, towarów i usług poligraficznych oraz niższe koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników. W segmencie Druk koszty operacyjne zostały ograniczone o 6,5% i wyniosły 43,0 mln zł.

- ▶ W 2015 r. koszty operacyjne Grupy wzrosły o 4,5% i wyniosły 1 170,6 mln zł. Najwyższy wzrost kosztów operacyjnych – o 19,3% do kwoty 321,5 mln zł - miał miejsce w segmencie Film i Książka. Był on głównie związany z amortyzacją wkładu koproducentkiego w grę *Wiedźmin 3: Dziki Gon*, odpłatnościami dla producenta gry oraz wyższymi opłatami za kopie filmowe i kosztami kampanii promocyjnych filmów wprowadzanych do kin w ramach działalności filmowej. W 2015 r. koszty operacyjne segmentu Internet wzrosły o 18,7% do kwoty 126,3 mln zł. To zwłaszcza rezultat wyższych kosztów związanych z pośrednictwem sprzedaży reklam na powierzchniach innych wydawców internetowych oraz wyższych kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników. Na wzrost kosztów operacyjnych w segmencie Radio do kwoty 94,3 mln zł wpływ miały głównie koszty związane ze świadczeniem usług reklamowych w kinach Helios począwszy od 2015 r., wyższy koszt zakupu czasu antenowego w stacjach należących do innych nadawców w związku ze świadczoną usługą pośrednictwa w zakupie reklamy, a także wzrost kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników oraz reprezentacji i reklamy. Koszty operacyjne zostały ograniczone w segmentach Prasa, Druk oraz Reklama Zewnętrzna. Istotne ograniczenie kosztów operacyjnych widoczne w segmencie Druk było związane z mniejszym wolumenem zamówień. W segmencie Reklama Zewnętrzna zmniejszenie kosztów operacyjnych o 3,2% było możliwe dzięki redukcji kosztów utrzymania systemu. Niższe koszty segmentu Prasa - stanowiące 283,6 mln zł w 2015 r. - związane były z niższymi kosztami materiałów, energii, towarów i usług poligraficznych. Dodatkowo należy pamiętać, że w 2014 r. zarówno poziom kosztów operacyjnych segmentu Prasa jak i jego wynik operacyjny były obciążone kosztami odpisów aktualizujących w wysokości 15,1 mln zł, które dotyczyły dwóch miesięczników wydawanych przez pion Czasopisma i Prasa Bezpłatna.
- ▶ W czwartym kwartale 2015 r. EBITDA Grupy wzrosła do 41,3 mln zł, a zysk operacyjny na poziomie EBIT do 17,0 mln zł. W tym czasie zysk netto Grupy Agora powiększył się w stosunku do analogicznego okresu 2014 r. i wyniósł 17,2 mln zł, a zysk netto przypadający na akcjonariuszy jednostki dominującej wzrósł do 15,7 mln zł. Dzięki systematycznej poprawie wyników operacyjnych w większości kwartałów 2015 r. EBITDA Grupy Agora za 2015 r. wzrosła do 120,7 mln zł, a zysk operacyjny na poziomie EBIT zwiększył się do 18,7 mln zł. W 2015 r. Grupa odnotowała zysk netto w wysokości 15,3 mln zł, a zysk netto przypadający na akcjonariuszy jednostki dominującej wyniósł 12,7 mln zł.
- ▶ Na koniec grudnia 2015 r. Grupa dysponowała środkami pieniężnymi w wysokości 117,0 mln zł, na które składały się gotówka i jej ekwiwalenty w wysokości 31,2 mln zł oraz 85,8 mln zł zainwestowane w krótkoterminowe papiery wartościowe. Dodatkowo Grupa posiadała należności z tytułu złożonych przez spółkę AMS S.A. kaucji pieniężnych w wysokości 29,6 mln zł, stanowiących zabezpieczenie gwarancji bankowych udzielonych w związku z realizacją umowy koncesji na budowę i modernizację wiat przystankowych w Warszawie (z tego 10,8 mln zł jest prezentowane w bilansie w należnościach długoterminowych).
- ▶ Na koniec grudnia 2015 r. zadłużenie kredytowe Grupy wyniosło 107,6 mln zł (w tym zadłużenie zewnętrzne grupy Helios S.A. („Helios”) obejmujące kredyty bankowe i zobowiązania z tytułu leasingu finansowego w wysokości 89,8 mln zł).

II. CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE I WEWNĘTRZNE ISTOTNE DLA ROZWOJU GRUPY

1. CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE

1.1. Rynek reklamy [3]

Według szacunków Agory S.A. („Spółka”, „Agora”), opartych na dostępnych źródłach danych, w czwartym kwartale 2015 r. wartość wydatków reklamowych ogółem w Polsce wyniosła około 2,3 mld zł i wzrosła o prawie 4,5% w stosunku do czwartego kwartału 2014 r.

Tab.1

	IV kwartał 2013	I kwartał 2014	II kwartał 2014	III kwartał 2014	IV kwartał 2014	I kwartał 2015	II kwartał 2015	III kwartał 2015	IV kwartał 2015
Zmiana wartości rynku reklamy r/r	(2,0%)	2,0%	2,5%	4,5%	3,0%	4,5%	3,0%	6,0%	4,5%

W czwartym kwartale 2015 r. reklamodawcy zwiększyli wydatki reklamowe we wszystkich mediach poza prasą. 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
4,5%	5,0%	11,5%	(8,5%)	3,0%	1,0%	(14,5%)	12,0%

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

Tab. 3

Wydatki na reklamę ogółem	Telewizja	Internet	Czasopisma	Radio	Reklama zewnętrzna	Dzienniki	Kino
100,0%	53,0%	21,5%	7,0%	8,0%	5,5%	3,0%	2,0%

W 2015 r. wartość wydatków reklamowych ogółem w Polsce wyniosła około 7,8 mld zł i wzrosła o 4,5% w stosunku do 2014 r. W tym czasie reklamodawcy ograniczyli swoje wydatki na reklamę jedynie w prasie. Wzrosły natomiast wydatki na reklamę w pozostałych segmentach rynku reklamy. Dane dotyczące szacunków dynamiki zmian wartości wydatków reklamowych w poszczególnych mediach zaprezentowano w tabeli poniżej:

Tab. 4

Wydatki na reklamę ogółem	Telewizja	Internet	Czasopisma	Radio	Reklama zewnętrzna	Dzienniki	Kino
4,5%	4,5%	10,5%	(8,5%)	7,5%	2,5%	(11,5%)	4,5%

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

Tab. 5

Wydatki na reklamę ogółem	Telewizja	Internet	Czasopisma	Radio	Reklama zewnętrzna	Dzienniki	Kino
100,0%	51,5%	23,0%	6,5%	8,0%	6,0%	3,5%	1,5%

1.2 Sprzedaż egzemplarzowa dzienników [4]

Zarówno w czwartym kwartale 2015 r. jak i w całym 2015 r. rozpowszechnianie płatne razem dzienników w Polsce zmniejszyło się o 7,5%. Największe spadki miały miejsce w segmencie dzienników regionalnych.

1.3 Frekwencja w kinach [10]

Liczba biletów sprzedanych w polskich kinach w czwartym kwartale 2015 r. wzrosła o blisko 11,9% w porównaniu z czwartym kwartałem 2014 r. i wyniosła ponad 14,5 mln biletów.

Liczba biletów sprzedanych w polskich kinach w 2015 r. wzrosła o blisko 10,5% w porównaniu z 2014 r. i wyniosła prawie 44,7 mln biletów.

2. CZYNNIKI WEWNĘTRZNE

2.1. Przychody

Tab. 6

w mln zł	IV kwartał 2015	Udział %	IV kwartał 2014	Udział %	% zmiany 2015 do 2014
Przychody ze sprzedaży netto (1)	353,9	100,0%	333,7	100,0%	6,1%
<i>Sprzedaż usług reklamowych</i>	170,1	48,1%	158,1	47,4%	7,6%
<i>Sprzedaż wydawnictw</i>	37,4	10,6%	37,3	11,2%	0,3%
<i>Sprzedaż biletów do kin</i>	55,2	15,6%	46,7	14,0%	18,2%
<i>Sprzedaż usług poligraficznych</i>	41,5	11,7%	45,4	13,6%	(8,6%)
<i>Pozostała sprzedaż</i>	49,7	14,0%	46,2	13,8%	7,6%

w mln zł	I-IV kwartał 2015	Udział %	I-IV kwartał 2014	Udział %	% zmiany 2015 do 2014
Przychody ze sprzedaży netto (1)	1 189,3	100,0%	1 102,4	100,0%	7,9%
<i>Sprzedaż usług reklamowych</i>	562,4	47,3%	533,1	48,4%	5,5%
<i>Sprzedaż wydawnictw</i>	144,8	12,2%	135,5	12,3%	6,9%
<i>Sprzedaż biletów do kin</i>	162,2	13,6%	143,0	13,0%	13,4%
<i>Sprzedaż usług poligraficznych</i>	156,2	13,1%	165,3	15,0%	(5,5%)
<i>Pozostała sprzedaż</i>	163,7	13,8%	125,5	11,3%	30,4%

(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 czwartym kwartale 2015 r. całkowite przychody Grupy wyniosły 353,9 mln zł i wzrosły o 6,1% w stosunku do czwartego kwartału 2014 r.

W czwartym kwartale 2015 r. wpływy ze sprzedaży usług reklamowych w Grupie zwiększyły się o 7,6% w porównaniu z analogicznym okresem 2014 r. i wyniosły 170,1 mln zł. Przychody reklamowe wzrosły w większości segmentów Grupy. Ich największy wzrost został odnotowany w segmencie Internet. Wzrosły one również w segmentach Reklama Zewnętrzna, Radio oraz Film i Książka.

Wartość przychodów ze sprzedaży wydawnictw wyniosła 37,4 mln zł i była wyższa w porównaniu z analogicznym okresem 2014 r. Wpływ na to miały głównie wyższe przychody ze sprzedaży *Gazety Wyborczej* oraz wyższe wpływy ze sprzedaży publikacji Wydawnictwa Agory.

Przychody ze sprzedaży biletów do kin sieci Helios wyniosły 55,2 mln zł. W omawianym okresie w kinach sieci Helios zakupiono blisko 3,1 mln biletów, czyli o 14,4% więcej niż w czwartym kwartale 2014 r. W tym samym czasie liczba biletów sprzedanych do kin w Polsce wyniosła ponad 14,5 mln i wzrosła o blisko 11,9% [10].

W czwartym kwartale 2015 r. przychody ze sprzedaży usług poligraficznych w Grupie wyniosły 41,5 mln zł i były niższe niż w czwartym kwartale 2014 r. Przychody z pozostałej sprzedaży wyniosły 49,7 mln zł i wzrosły o 7,6% w porównaniu z czwartym kwartałem 2014 r. Pozytywny wpływ na wysokość tej pozycji miały głównie przychody ze sprzedaży w barach kinowych oraz przychody z działalności Wydawnictwa Agora, w tym z dystrybucji gry *Wiedźmin 3: Dziki Gon* w wysokości 7,9 mln zł.

W 2015 r. całkowite przychody Grupy wyniosły 1 189,3 mln zł i wzrosły o 7,9% w stosunku do 2014 r.

W okresie styczeń – grudzień 2015 r. wpływy ze sprzedaży usług reklamowych w Grupie zwiększyły się o 5,5% w porównaniu z 2014 r. i wyniosły 562,4 mln zł. Największy wzrost przychodów reklamowych został odnotowany w segmentach Internet oraz Radio. Wzrosły one również w segmentach Reklama Zewnętrzna oraz Film i Książka.

Wartość przychodów ze sprzedaży wydawnictw wyniosła 144,8 mln zł i wzrosła o 6,9% w porównaniu z 2014 r. Wpływ na to miały wyższe wpływy ze sprzedaży publikacji Wydawnictwa Agory m.in. ze sprzedaży filmu *Bogowie* na płycie DVD oraz wyższe o 2,6% przychody ze sprzedaży wydawnictw w segmencie Prasa, związane głównie ze wzrostem przychodów ze sprzedaży *Gazety Wyborczej* ze względu na większą liczbę wydań dziennika w ofercie dwucenowej oraz podwyżkę ceny dziennika wprowadzoną w październiku 2014 r.

W 2015 r. przychody ze sprzedaży biletów do kin sieci Helios wzrosły o 13,4% i wyniosły 162,2 mln zł. W omawianym okresie w kinach sieci Helios zakupiono 9,3 mln biletów, czyli o 11,2% więcej niż w 2014 r. W tym samym czasie liczba biletów sprzedanych do kin w Polsce wyniosła blisko 44,7 mln i wzrosła o 10,5% [10]. Przychody ze sprzedaży usług poligraficznych w Grupie wyniosły 156,2 mln zł i zmniejszyły się o 5,5% w stosunku do 2014 r.

Natomiast przychody z pozostałej sprzedaży wyniosły 163,7 mln zł i wzrosły o 30,4% w porównaniu z 2014 r. Pozytywny wpływ na wysokość tej pozycji miały przychody ze sprzedaży w barach kinowych oraz przychody związane z koprodukcją i dystrybucją gry *Wiedźmin 3: Dziki Gon*, które wyniosły 25,8 mln zł.

2.2. Koszty operacyjne

Tab. 7

w mln zł	IV kwartał 2015	Udział %	IV kwartał 2014	Udział %	% zmiany 2015 do 2014
Koszty operacyjne netto, w tym:	(336,9)	100,0%	(332,6)	100,0%	1,3%
<i>Usługi obce</i>	(123,2)	36,6%	(96,0)	28,9%	28,3%
<i>Wynagrodzenia i świadczenia</i>	(87,5)	26,0%	(81,6)	24,5%	7,2%
<i>Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów</i>	(62,3)	18,5%	(65,5)	19,7%	(4,9%)
<i>Amortyzacja</i>	(24,3)	7,2%	(24,3)	7,3%	-
<i>Reprezentacja i reklama</i>	(27,2)	8,1%	(24,8)	7,5%	9,7%
<i>Odpisy aktualizujące (1)</i>	-	-	(15,1)	4,5%	-

w mln zł	I-IV kwartał 2015	Udział %	I-IV kwartał 2014	Udział %	% zmiany 2015 do 2014
Koszty operacyjne netto, w tym:	(1 170,6)	100,0%	(1 120,7)	100,0%	4,5%
<i>Usługi obce</i>	(400,6)	34,2%	(345,0)	30,8%	16,1%
<i>Wynagrodzenia i świadczenia</i>	(317,3)	27,1%	(302,3)	27,0%	5,0%
<i>Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów</i>	(225,6)	19,3%	(239,1)	21,3%	(5,6%)
<i>Amortyzacja</i>	(102,0)	8,7%	(96,0)	8,6%	6,3%
<i>Reprezentacja i reklama</i>	(87,4)	7,5%	(72,9)	6,5%	19,9%
<i>Odpisy aktualizujące (1)</i>	-	-	(15,1)	1,3%	-

(1) podana kwota w 2014 r. obejmuje odpisy aktualizujące dotyczące dwóch miesięczników wydawanych przez Agorę S.A.

Koszty operacyjne netto Grupy w czwartym kwartale 2015 r. wzrosły o 1,3% i wyniosły 336,9 mln zł. W 2015 r. wzrost ten wyniósł 4,5% do kwoty 1 170,6 mln zł. Porównując dane z analogicznymi okresami 2014 r., należy pamiętać, że w czwartym kwartale 2014 r. koszty operacyjne Grupy zostały obciążone kosztami odpisów aktualizujących w wysokości 15,1 mln zł, które dotyczyły dwóch miesięczników wydawanych przez pion Czasopisma i Prasa Bezpłatna.

Wzrost **kosztów usług obcych**, który nastąpił zarówno w czwartym kwartale, jak i w całym 2015 r., spowodowany był m.in. odpłatnościami dla producenta gry *Wiedźmin 3: Dzikie Gon*, wyższymi kosztami zakupu kopii filmowych w segmencie Film i Książka, wyższymi kosztami związanymi z usługami pośrednictwa sprzedaży w segmencie Internet wyższymi kosztami usług komputerowych w segmencie Internet oraz kosztami remontów w segmencie Reklama Zewnętrznej.

Koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników wzrosły w czwartym kwartale 2015 r. o 7,2% do kwoty 87,5 mln zł, a w 2015 r. o 5,0% do kwoty 317,3 mln zł. Wzrost tej pozycji kosztowej nastąpił w większości segmentów operacyjnych Grupy. Segmentem, w którym koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników były niższe w czwartym kwartale 2015 r. był segment Prasa. Zdecydowały o tym głównie niższe w porównaniu z analogicznym okresem 2014 r. zmienne składniki wynagrodzeń. Natomiast w całym 2015 r. były one niższe w segmencie Reklama Zewnętrzna. Ograniczenie tych kosztów było efektem procesu zwolnień grupowych przeprowadzonego przez AMS w drugim półroczu 2014 r.

Wyższe koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników w 2015 r. w segmencie Radio związane są ze wzmocnieniem działów sprzedaży oraz uruchomieniem nowych radiostacji, a w segmencie Film i Książka z rozwojem sieci kin Helios. W segmencie Internet wzrost tej pozycji kosztowej to efekt wyższych kosztów umów cywilnoprawnych oraz wynagrodzeń etatowych. Dodatkowo, wpływ na wzrost tej pozycji kosztowej miało ujęcie kosztów planów motywacyjnych w kosztach poszczególnych segmentów operacyjnych Grupy.

Zatrudnienie etatowe w Grupie na koniec grudnia 2015 r. wyniosło 3 004 etatów i zmniejszyło się o 63 etaty w porównaniu z końcem 2014 r.

W Grupie funkcjonują różne systemy motywacyjne (np. gotówkowe plany motywacyjne, systemy motywacyjne w działach sprzedaży, itp.), których koszty obciążają pozycję wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników. Począwszy od trzeciego kwartału 2013 r., wynik operacyjny Grupy obciążany jest kwartalnie kosztami rezerwy na Trzyletni Plan Motywacyjny dla Zarządu Spółki za lata 2013 – 2015 (opisany w nocie 5 do skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy). W czwartym kwartale 2015 r. wartość tego planu wyniosła 1,0 mln zł, a w całym 2015 r. 2,8 mln zł.

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

Koszty reprezentacji i reklamy Grupy zwiększyły się w czwartym kwartale 2015 r. o 9,7% do kwoty 27,2 mln zł. Wpłynęła na to większa aktywność promocyjna w segmentach Prasa, Internet oraz Film i Książka. W 2015 r. koszty te wzrosły o 19,9% do kwoty 87,4 mln zł. Wpłynęła na to większa aktywność promocyjna we wszystkich segmentach Grupy, za wyjątkiem segmentu Druk.

3. PERSPEKTYWY

3.1. Przychody

3.1.1 Rynek reklamy [3]

Rynek reklamy w Polsce wzrósł w 2015 r. o prawie 4,5%. Reklamodawcy wydali w tym czasie na promowanie swoich produktów i usług około 7,8 mld zł.

W każdym z kwartałów ubiegłego roku reklamodawcy wydali więcej na promowanie swoich produktów i usług niż w analogicznych okresach 2014 r. (odpowiednio: o 4,5%, 3,0%, 6,0% i o prawie 4,5%). Według szacunków Spółki, w 2016 r. wartość wydatków na reklamę w Polsce powinna wzrosnąć od 3 do 5% w porównaniu z 2015 r. Dane o szacowanych dynamikach zmian wartości wydatków reklamowych ogółem oraz w poszczególnych mediach zaprezentowano w tabeli poniżej:

Tab. 8

Wydatki na reklamę ogółem	Telewizja	Internet	Czasopisma	Radio	Reklama zewnętrzna	Dzienniki	Kino
3%-5%	4%-6%	8%-10%	(7%)–(10%)	3%-5%	2%-4%	(9%)–(12%)	4%-6%

3.1.2 Sprzedaż prasy

W 2016 r. utrzymają się negatywne trendy dotyczące spadku sprzedaży egzemplarzowej dzienników i czasopism w formie drukowanej, jednak ich dynamika powinna być niższa niż w poprzednich okresach. Spółka pracuje nad rozwojem sprzedaży wydawnictw w formie cyfrowej. Na początku 2014 r. Agora wdrożyła nowy model dostępu do treści cyfrowych *Gazety Wyborczej* oraz ofertę prenumeraty cyfrowej. Na koniec 2015 r. liczba płatnych prenumerat cyfrowych *Gazety Wyborczej* wyniosła ponad 77 tys. Ambicją Spółki jest zwiększyć bazę płatnych subskrypcji cyfrowych do 90 tys. na koniec 2016 r. 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. Zgodnie z dostępnymi informacjami liczba sprzedanych biletów w polskich kinach w 2015 r. była rekordowa i wyniosła blisko 44,7 mln, co oznacza wzrost o 10,5% w porównaniu z 2014 r. [10]. W opinii zarządu Spółki trudno jest oczekiwać podobnej dynamiki wzrostu sprzedaży biletów w kinach w 2016 r. Niemniej jednak biorąc pod uwagę repertuar filmów na 2016 r., Spółka ocenia, iż możliwe jest utrzymanie frekwencji na poziomie zbliżonym do tej odnotowanej w 2015 r.

3.2 Koszty operacyjne

W 2016 r. Grupa planuje kontynuację działań rozwojowych w wybranych segmentach biznesowych, co może wpłynąć na wzrost kosztów operacyjnych. Segmenty, w których będą realizowane największe projekty to Reklama Zewnętrzna oraz Film i Książka. Dodatkowo należy pamiętać, że Spółka poniesie koszty związane z uruchomieniem w drugiej połowie 2016 r. własnego kanału telewizyjnego pod nazwą Kiwi TV rozpowszechnianego w sposób cyfrowy rozsiewczy naziemny w multipleksie ósmym.

3.2.1 Koszty usług obcych

Koszt usług obcych zależeć będzie w dużej mierze od kosztów pośrednictwa sprzedaży - szczególnie w segmentach Internet oraz Radio, kosztów odpłatności za kopie filmowe powiązanych bezpośrednio z poziomem przychodów ze sprzedaży biletów do kin oraz kursu wymiany euro do złotego. Na wzrost tej pozycji kosztowej dodatkowo wpłyną: otwarcie nowych obiektów kinowych zaplanowane na czwarty kwartał 2016 r., koszty odpłatności dla producentów filmowych w związku z prowadzoną działalnością dystrybucji filmów i realizacja innych projektów rozwojowych.

3.2.2 Koszty wynagrodzeń i świadczeń dla pracowników

Na wzrost kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników wpłynie realizacja projektów rozwojowych w Grupie. W segmencie Internet wzrost kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników może wiązać się w największym stopniu z rozwojem wybranych serwisów grupy Gazeta.pl i aplikacji mobilnych, a także ze wzmocnieniem zespołu sprzedaży. W segmencie Radio wzrost tej pozycji kosztowej związany jest ze wzmocnieniem działu sprzedaży oraz uruchomieniem nowej radiostacji pod marką Radio Pogoda. 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 2016 r. Grupa Agora planuje kontynuować 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 2016 r. mogą być wyższe od tych odnotowanych w 2015 r.

3.2.4 Koszty materiałów i energii

W opinii Spółki w 2016 r. ta pozycja kosztowa będzie kształtowana przez podobne trendy rynkowe, jak te obserwowane w 2015 r. Największy wpływ na wysokość kosztów materiałów i energii 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 czwarty kwartał 2015 r. obejmuje konsolidację Agory S.A. oraz 19 spółek zależnych prowadzących głównie działalność internetową, poligraficzną, kinową, radiową oraz w segmencie reklamy zewnętrznej. Ponadto Grupa posiada udziały w jednostkach współkontrolowanych Stopklatka S.A. (od 12 marca 2014 r.) i Online Technologies HR Sp. z o.o. oraz w jednostkach stowarzyszonych: GoldenLine 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 nocy 11, a przeliczenie wybranych danych finansowych na EURO w nocy 18 do skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

2. RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT GRUPY AGORA

Tab. 9

w mln zł	IV kwartał 2015	IV kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014	I-IV kwartał 2015	I-IV kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014
Przychody ze sprzedaży netto (1)	353,9	333,7	6,1%	1 189,3	1 102,4	7,9%
<i>Sprzedaż usług reklamowych</i>	170,1	158,1	7,6%	562,4	533,1	5,5%
<i>Sprzedaż wydawnictw</i>	37,4	37,3	0,3%	144,8	135,5	6,9%
<i>Sprzedaż biletów do kin</i>	55,2	46,7	18,2%	162,2	143,0	13,4%
<i>Sprzedaż usług poligraficznych</i>	41,5	45,4	(8,6%)	156,2	165,3	(5,5%)
<i>Pozostała sprzedaż</i>	49,7	46,2	7,6%	163,7	125,5	30,4%
Koszty operacyjne netto, w tym:	(336,9)	(332,6)	1,3%	(1 170,6)	(1 120,7)	4,5%
<i>Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów</i>	(62,3)	(65,5)	(4,9%)	(225,6)	(239,1)	(5,6%)
<i>Amortyzacja</i>	(24,3)	(24,3)	-	(102,0)	(96,0)	6,3%
<i>Usługi obce</i>	(123,2)	(96,0)	28,3%	(400,6)	(345,0)	16,1%
<i>Wynagrodzenia i świadczenia</i>	(87,5)	(81,6)	7,2%	(317,3)	(302,3)	5,0%
<i>Reprezentacja i reklama</i>	(27,2)	(24,8)	9,7%	(87,4)	(72,9)	19,9%
<i>Odpisy aktualizujące (2)</i>	-	(15,1)	-	-	(15,1)	-
Wynik operacyjny - EBIT	17,0	1,1	1 445,5%	18,7	(18,3)	-
Przychody i koszty finansowe netto, w tym:	(0,6)	0,8	-	(1,0)	3,3	-
<i>Przychody z krótkoterminowych inwestycji</i>	0,3	0,4	(25,0%)	1,9	4,1	(53,7%)
<i>Koszty kredytów, pożyczek oraz leasingu finansowego</i>	(1,4)	(1,4)	-	(4,3)	(6,8)	(36,8%)
<i>Aktualizacja wyceny opcji put</i>	0,4	0,6	(33,3%)	0,5	3,6	(86,1%)
Udział w jednostkach rozliczanych metodą praw własności	0,1	(0,7)	-	(0,9)	(2,9)	(69,0%)
Zysk/(strata) brutto	16,5	1,2	1 275,0%	16,8	(17,9)	-
Podatek dochodowy	0,7	8,5	(91,8%)	(1,5)	6,9	-
Zysk/(strata) netto	17,2	9,7	77,3%	15,3	(11,0)	-
Przypadający/a na:						
Akcjonariuszy jednostki dominującej	15,7	8,2	91,5%	12,7	(12,5)	-
Udziały niekontrolujące	1,5	1,5	-	2,6	1,5	73,3%
marża EBIT (EBIT/Przychody)	4,8%	0,3%	4,5pkt %	1,6%	(1,7%)	3,3pkt %

w mln zł	IV kwartał 2015	IV kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014	I-IV kwartał 2015	I-IV kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014
EBITDA	41,3	25,4	62,6%	120,7	77,7	55,3%
marża EBITDA (EBITDA/Przychody)	11,7%	7,6%	4,1pkt %	10,1%	7,0%	3,1pkt %

(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) podana kwota w 2014 r. obejmuje odpisy aktualizujące dotyczące dwóch miesięczników wydawanych przez Agorę S.A.

2.1. Wyniki wg głównych segmentów Grupy Agora za 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. 10

w mln zł	Prasa	Film i Książka	Reklama zewnętrzna	Internet	Radio	Druk	Pozycje uzgadniające (3)	Razem (dane skonsoli- dowane) I-IV kwartał 2015
Przychody ze sprzedaży (1)	300,8	345,1	156,1	150,5	107,7	164,7	(35,6)	1 189,3
Udział %	25,3%	29,0%	13,1%	12,7%	9,1%	13,8%	(3,0%)	100,0%
Koszty operacyjne, netto (1)	(283,6)	(321,5)	(139,0)	(126,3)	(94,3)	(162,4)	(43,5)	(1 170,6)
EBIT	17,2	23,6	17,1	24,2	13,4	2,3	(79,1)	18,7
Przychody i koszty finansowe								(1,0)
Udział w jednostkach wycenianych metodą praw własności								(0,9)
Podatek dochodowy								(1,5)
Zysk netto za okres								15,3
Przypadający na:								
Akcjonariuszy jednostki dominującej								12,7
Udziały niekontrolujące								2,6
EBITDA	27,0	60,4	30,3	29,6	16,2	18,1	(60,9)	120,7
Nakłady inwestycyjne (2)	(1,7)	(46,9)	(49,8)	(2,8)	(4,0)	(4,1)	(19,8)	(129,1)

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

- (2) na podstawie zaksięgowanych w danym okresie faktur; dane segmentu Film i Książka uwzględniają również 23,9 mln zł nakładów poniesionych na rzeczowe aktywa trwałe w leasingu, a pozycje uzgadniające zawierają m.in. zwiększenie w wysokości 13,5 mln zł dotyczące otrzymania przez spółkę zależną Green Content Sp. z o.o. koncesji na rozpowszechnianie w sposób cyfrowy rozsiewczy naziemny w multipleksie ósmym programu telewizyjnego pod nazwą Kiwi TV;
- (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.), Kiwi TV, 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 2015 r. wpływ miały głównie przychody z lokowania posiadanych środków pieniężnych oraz koszty prowizji i odsetek związane z kredytami bankowymi oraz zobowiązaniami z tytułu leasingu finansowego.

3. BILANS GRUPY AGORA

Tab.11

w mln zł	31.12.2015	30.09.2015	% zmiany do 30.09.2015	31.12.2014	% zmiany do 31.12.2014
Aktywa trwałe	1 162,3	1 146,5	1,4%	1 142,8	1,7%
<i>udział w sumie bilansowej</i>	72,2%	75,0%	(2,8pkt %)	73,4%	(1,2pkt %)
Aktywa obrotowe	447,9	383,1	16,9%	413,7	8,3%
<i>udział w sumie bilansowej</i>	27,8%	25,0%	2,8pkt %	26,6%	1,2pkt %
RAZEM AKTYWA	1 610,2	1 529,6	5,3%	1 556,5	3,5%
Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej	1 153,5	1 137,9	1,4%	1 149,6	0,3%
<i>udział w sumie bilansowej</i>	71,6%	74,4%	(2,8pkt %)	73,9%	(2,3pkt %)
Udziały niekontrolujące	16,7	15,3	9,2%	15,5	7,7%
<i>udział w sumie bilansowej</i>	1,0%	1,0%	-	1,0%	-
Zobowiązania i rezerwy długoterminowe	118,6	120,3	(1,4%)	116,3	2,0%
<i>udział w sumie bilansowej</i>	7,4%	7,9%	(0,5pkt %)	7,5%	(0,1pkt %)
Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe	321,4	256,1	25,5%	275,1	16,8%
<i>udział w sumie bilansowej</i>	20,0%	16,7%	3,3pkt %	17,6%	2,4pkt %
RAZEM PASywa	1 610,2	1 529,6	5,3%	1 556,5	3,5%

3.1. Aktywa trwałe

Na wzrost wartości aktywów trwałych, w porównaniu do 30 września 2015 r. oraz do 31 grudnia 2014 r., wpływ miały głównie inwestycje w rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne, które zostały częściowo skompensowane odpisami amortyzacyjnymi i zmniejszeniem należności długoterminowych w związku z przeklasyfikowaniem do należności krótkoterminowych części kaucji pieniężnych złożonych przez spółkę AMS S.A.

3.2. Aktywa obrotowe

Na wzrost wartości aktywów obrotowych, w stosunku do 30 września 2015 r. oraz do 31 grudnia 2014 r., wpłynęły głównie wyższe należności krótkoterminowe (z tytułu dostaw i usług oraz kaucji pieniężnych złożonych przez spółkę AMS S.A.) oraz wyższe saldo krótkoterminowych aktywów finansowych, które w porównaniu do 31 grudnia 2014 r. zostało częściowo skompensowane spadkiem środków pieniężnych i ich ekwiwalentów.

3.3. Zobowiązania i rezerwy długoterminowe

Na spadek salda zobowiązań i rezerw długoterminowych, w stosunku do 30 września 2015 r., wpłynęło głównie zmniejszenie rezerwy z tytułu podatku odroczonego i pozostałych zobowiązań finansowych, które zostało częściowo skompensowane wzrostem długoterminowych zobowiązań wynikających z otrzymania przez spółkę zależną Green Content Sp. z o.o. koncesji na rozpowszechnianie w sposób cyfrowy rozslawczy naziemny w multipleksie ósmym programu telewizyjnego pod nazwą Kiwi TV. Opłata koncesyjna będzie spłacana w 10 rocznych ratach powiększonych o opłatę prolongacyjną.

Na wzrost salda zobowiązań i rezerw długoterminowych, w stosunku do 31 grudnia 2014 r., wpłynęły głównie wyższe zobowiązania długoterminowe z tytułu kredytów i leasingu finansowego, jak również długoterminowa część zobowiązania wynikającego z otrzymania przez spółkę zależną Green Content Sp. z o.o. koncesji na rozpowszechnianie w sposób cyfrowy rozslawczy naziemny w multipleksie ósmym programu telewizyjnego pod nazwą Kiwi TV. Powyższa zmiana została częściowo skompensowana niższą rezerwą z tytułu podatku odroczonego oraz zmniejszeniem pozostałych zobowiązań finansowych.

3.4. Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe

Na wzrost salda zobowiązań i rezerw krótkoterminowych, w stosunku do 30 września 2015 r. oraz do 31 grudnia 2014 r., wpłynęło zwiększenie zobowiązań z tytułu dostaw i usług oraz zobowiązań z tytułu podatku dochodowego, jak również wzrost salda rozliczeń międzyokresowych biernych. Ponadto, zwiększyły się krótkoterminowe zobowiązania z tytułu kredytów i pozostałe zobowiązania finansowe.

4. PRZEPLYWY ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH GRUPY AGORA

Tab.12

w mln zł	IV kwartał 2015	IV kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014	I-IV kwartał 2015	I-IV kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	45,6	56,3	(19,0%)	111,1	97,8	13,6%
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(49,5)	(19,1)	159,2%	(129,0)	(43,0)	200,0%
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	5,8	(25,7)	-	(3,3)	(102,0)	(96,8%)
Razem przepływy pieniężne netto	1,9	11,5	(83,5%)	(21,2)	(47,2)	(55,1%)
Środki pieniężne na koniec okresu	31,2	52,3	(40,3%)	31,2	52,3	(40,3%)

Na dzień 31 grudnia 2015 r. Grupa dysponowała środkami pieniężnymi w wysokości 117,0 mln zł, na które składały się gotówka i jej ekwiwalenty w wysokości 31,2 mln zł (kasa, rachunki i lokaty bankowe) oraz 85,8 mln zł zainwestowane w krótkoterminowe papiery wartościowe. Dodatkowo, Grupa posiadała należności z tytułu złożonych przez spółkę AMS S.A. kaucji pieniężnych w wysokości 29,6 mln zł, stanowiących zabezpieczenie gwarancji bankowych udzielonych w związku z realizacją umowy koncesji na budowę i modernizację wiat przystankowych w Warszawie (z tego 10,8 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 Aneksu nr 1 do umowy kredytowej o Wielocelowy Limit Kredytowy, podpisanego 26 maja 2015 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 31 maja 2016 r. oraz kredytem w rachunku bieżącym do kwoty 35,0 mln zł z okresem dostępności do 28 maja 2016 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 2015 r. wpłynęła głównie poprawa wyniku z podstawowej działalności operacyjnej Grupy.

4.2. Działalność inwestycyjna

Ujemne przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej w 2015 r. to przede wszystkim efekt wydatków inwestycyjnych na rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne, jak również nabycie krótkoterminowych papierów wartościowych.

4.3. Działalność finansowa

W 2015 r. przepływy pieniężne netto z działalności finansowej zawierały głównie spłaty kredytów i zobowiązań z tytułu leasingu finansowego, jak również wydatki związane z drugim etapem programu skupu akcji własnych. W omawianym okresie Grupa uzyskała również wpływy finansowe z tytułu kredytów i faktoringu.

5. WYBRANE WSKAŹNIKI FINANSOWE [5]

Tab. 13

	IV kwartał 2015	IV kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014	I-IV kwartał 2015	I-IV kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014
Wskaźniki rentowności						
rentowność sprzedaży netto	4,5%	2,5%	2,0pkt %	1,1%	(1,1%)	2,2pkt %
rentowność sprzedaży brutto	38,2%	38,2%	0,0pkt %	33,1%	31,0%	2,1pkt %
rentowność kapitału własnego	5,5%	2,9%	2,6pkt %	1,1%	(1,1%)	2,2pkt %
Wskaźniki efektywności						
szybkość obrotu zapasów	12 dni	13 dni	(7,7%)	13 dni	13 dni	-
szybkość obrotu należności	52 dni	55 dni	(5,5%)	65 dni	68 dni	(4,4%)
szybkość obrotu zobowiązań	38 dni	37 dni	2,7%	43 dni	41 dni	4,9%
Wskaźnik płynności						
wskaźnik płynności	1,4	1,5	(6,7%)	1,4	1,5	(6,7%)
Wskaźniki finansowania						
stopa zadłużenia (1)	-	-	-	-	-	-
wskaźnik pokrycia odsetek	13,9	0,9	1 444,4%	5,0	(3,1)	-
kasowy wskaźnik pokrycia odsetek	18,8	31,1	(39,5%)	5,7	4,7	21,3%

(1) na dzień 31 grudnia 2015 r. i 31 grudnia 2014 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. 14

w mln zł	IV kwartał 2015	IV kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014	I-IV kwartał 2015	I-IV kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014
Łączne przychody, w tym:	81,1	85,6	(5,3%)	300,8	306,4	(1,8%)
Przychody ze sprzedaży wydawnictw	33,5	33,3	0,6%	130,5	127,2	2,6%
w tym <i>Gazeta Wyborcza</i>	27,0	26,2	3,1%	103,1	100,8	2,3%
w tym <i>Czasopisma</i>	3,6	4,2	(14,3%)	16,2	17,6	(8,0%)
Przychody ze sprzedaży reklam (1)	45,8	51,0	(10,2%)	164,9	175,1	(5,8%)
w tym <i>Gazeta Wyborcza</i> (2)	28,7	33,4	(14,1%)	104,5	112,9	(7,4%)
w tym <i>Czasopisma</i>	5,6	5,9	(5,1%)	21,8	22,7	(4,0%)
w tym <i>Metrocafe.pl</i> (3)	6,1	6,2	(1,6%)	19,8	21,5	(7,9%)
Razem koszty operacyjne, w tym (4):	(76,7)	(92,5)	(17,1%)	(283,6)	(294,8)	(3,8%)
Materiały, energia, towary i usługi poligraficzne	(20,0)	(21,1)	(5,2%)	(74,6)	(79,7)	(6,4%)
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (5)	(29,7)	(30,7)	(3,3%)	(116,8)	(114,5)	2,0%
Amortyzacja	(2,4)	(2,6)	(7,7%)	(9,8)	(10,0)	(2,0%)
Reprezentacja i reklama (1),(5)	(15,0)	(12,5)	20,0%	(49,6)	(41,1)	20,7%
Odpisy aktualizujące (6)	-	(15,1)	-	-	(15,1)	-
EBIT	4,4	(6,9)	-	17,2	11,6	48,3%
marża EBIT	5,4%	(8,1%)	13,5pkt %	5,7%	3,8%	1,9pkt %
EBITDA	6,8	(4,3)	-	27,0	21,6	25,0%
marża EBITDA	8,4%	(5,0%)	13,4pkt %	9,0%	7,0%	2,0pkt %

(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 *Metrocafe.pl* (dawniej *Metro*), przychody z akcji specjalnych realizowanych w ramach projektów specjalnych *Metrocafe.pl* oraz wpływy z akcji realizowanych przez *metroBTL*;

(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;

(6) podana kwota w 2014 r. obejmuje odpisy aktualizujące dotyczące dwóch miesięczników wydawanych przez Agorę S.A.

W czwartym kwartale 2015 r. segment Prasa istotnie poprawił wynik operacyjny [1], który wyniósł 4,4 mln zł, głównie dzięki niższym kosztom operacyjnym w porównaniu z czwartym kwartałem 2014 r. W 2015 r. wynik operacyjny segmentu Prasa wyniósł 17,2 mln zł i był wyższy niż rok wcześniej [1]. Należy jednak pamiętać, że w czwartym kwartale

2014 r. wynik operacyjny segmentu Prasa został obciążony kosztami odpisów aktualizujących w wysokości 15,1 mln zł, które dotyczyły dwóch miesięczników wydawanych przez pion Czasopisma i Prasa Bezpłatna.

1. PRZYCHODY

W czwartym kwartale 2015 r. łączne przychody segmentu Prasa wyniosły 81,1 mln zł i były niższe o 5,3% w stosunku do analogicznego okresu 2014 r. Pozytywny wpływ na wartość przychodów segmentu miały rosnące przychody ze sprzedaży wydawnictw, głównie dzięki większej liczbie publikacji w ofercie dwucenowej z *Gazetą Wyborczą*. Niższe były natomiast wpływy segmentu ze sprzedaży reklam. Ich największy spadek był widoczny w *Gazecie Wyborczej*.

W 2015 r. łączne przychody segmentu Prasa wyniosły 300,8 mln zł i były niższe o 1,8% w stosunku do 2014 r. Jest to głównie efekt niższych o 5,8% wpływów ze sprzedaży reklam. Pozytywnie na wartość przychodów segmentu wpłynęły natomiast wyższe o 2,6% przychody ze sprzedaży wydawnictw, do czego istotnie przyczyniły się zwiększone wpływy ze sprzedaży egzemplarzowej *Gazety Wyborczej*.

1.1. Przychody ze sprzedaży wydawnictw

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

W czwartym kwartale 2015 r. *Gazeta Wyborcza* utrzymała pozycję lidera wśród dzienników opiniotwórczych. Średnie rozpowszechnianie płatne *Gazety Wyborczej* wyniosło 178 tys. egzemplarzy i zmniejszyło się o 7,3% w stosunku do analogicznego okresu 2014 r. W tym okresie wpływy ze sprzedaży *Gazety Wyborczej* wzrosły o 3,1% w stosunku do czwartego kwartału 2014 r., co było możliwe głównie dzięki większej liczbie wydań dziennika w ofercie dwucenowej. W omawianym okresie tygodniowy zasięg czytelnicy *Gazety Wyborczej* (według wskaźnika CCS) wyniósł 7,7% (2,3 mln czytelników), co zapewniło jej drugie miejsce wśród dzienników ogólnopolskich.

W 2015 r. *Gazeta Wyborcza* utrzymała pozycję lidera wśród dzienników opiniotwórczych. Średnie rozpowszechnianie płatne *Gazety Wyborczej* wyniosło 178 tys. egzemplarzy i zmniejszyło się o 7,2% w stosunku do 2014 r. W tym okresie wpływy ze sprzedaży *Gazety Wyborczej* wzrosły o 2,3% w stosunku do 2014 r., co było możliwe dzięki podniesieniu ceny codziennych wydań podstawowych *Gazety Wyborczej* w październiku 2014 r. oraz większej liczbie wydań dziennika w ofercie dwucenowej. W omawianym okresie tygodniowy zasięg czytelnicy *Gazety Wyborczej* (według wskaźnika CCS) wyniósł 8,5% (2,6 mln czytelników), co uplasowało ją na drugim miejscu wśród dzienników ogólnopolskich.

1.1.2. Sprzedaż egzemplarzowa czasopism

W czwartym kwartale 2015 r. przychody ze sprzedaży miesięczników zmniejszyły się o 14,3% w stosunku do przychodów osiągniętych w czwartym kwartale 2014 r. Średnie rozpowszechnianie płatne miesięczników Agory wyniosło 300,9 tys. egz. i zmniejszyło się o 12,1% w stosunku do czwartego kwartału 2014 r.

W 2015 r. przychody ze sprzedaży miesięczników były o 8,0% niższe niż w 2014 r. i wyniosły 16,2 mln zł. Jest to efekt niższego średniego rozpowszechniania płatnego miesięczników Agory, które wyniosło 308,3 tys. egz. i zmniejszyło się o 10,0% w stosunku do 2014 r.

1.2. Sprzedaż reklam [3]

1.2.1. Przychody reklamowe *Gazety Wyborczej*

W czwartym kwartale 2015 r. przychody netto *Gazety Wyborczej* z całej działalności reklamowej (zawierającej ogłoszenia wymiarowe, drobne i inserty) wyniosły 28,7 mln zł i były o 14,1% niższe niż w czwartym kwartale 2014 r.

W 2015 r. przychody netto *Gazety Wyborczej* z całej działalności reklamowej (zawierającej ogłoszenia wymiarowe, drobne, inserty oraz pozostałe usługi reklamowe) wyniosły 104,5 mln zł i były o 7,4% niższe niż w 2014 r.

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

W czwartym kwartale 2015 r. wydatki na reklamę w dziennikach w Polsce zmniejszyły się o prawie 14,5%. W omawianym okresie spadek wydatków na reklamę wymiarową w *Gazecie Wyborczej* wyniósł prawie 13,5%, a jej szacowany udział w tych wydatkach zwiększył się o blisko 0,5pkt% w stosunku do czwartego kwartału 2014 r. i wyniósł

36,5%. Łączny udział *Gazety Wyborczej* i *Metrocafe.pl* zwiększył się w stosunku do analogicznego okresu 2014 r. o prawie 1,5pkt%.

W 2015 r. wydatki na reklamę w dziennikach w Polsce spadły o około 11,5%. W omawianym okresie spadek wydatków na reklamę wymiarową w *Gazecie Wyborczej* wyniósł około 8,0%, a jej szacowany udział w tych wydatkach zwiększył się o prawie 1,5pkt% w stosunku do 2014 r. i stanowił prawie 37,5%. Łączny udział *Gazety* i *Metrocafe.pl* zwiększył się o prawie 1,5pkt% w stosunku do 2014 r.

W czwartym kwartale 2015 r. udział *Gazety Wyborczej* w wydatkach na reklamę w dziennikach ogólnopolskich wyniósł około 46,5% i wzrósł o prawie 2,0pkt% w stosunku do czwartego kwartału 2014 r. W tym okresie *Gazeta Wyborcza* zmniejszyła swój udział w wydatkach na reklamę w dziennikach stołecznych o prawie 0,5pkt%, a łączny udział *Gazety Wyborczej* i *Metrocafe.pl* w tych wydatkach zmniejszył się także o prawie 0,5pkt% w stosunku do analogicznego okresu 2014 r. Udział *Gazety Wyborczej* w wydatkach na reklamę w dziennikach lokalnych (pozawarszawskich) zmniejszył się w omawianym okresie o prawie 0,5pkt% w stosunku do analogicznego okresu 2014 r., a łączny udział *Gazety Wyborczej* i *Metrocafe.pl* zwiększył się o prawie 1,0pkt%.

W 2015 r. udział *Wyborczej* w wydatkach na reklamę w dziennikach ogólnopolskich wyniósł około 46,0% i wzrósł o prawie 2,5pkt% w stosunku do 2014 r. W tym okresie *Gazeta Wyborcza* zwiększyła swój udział w wydatkach na reklamę w dziennikach stołecznych o około 1,0pkt%, a łączny udział *Gazety Wyborczej* i *Metrocafe.pl* w tych wydatkach zmniejszył się o prawie 0,5pkt% w stosunku do 2014 r. Udział *Gazety Wyborczej* w wydatkach na reklamę w dziennikach lokalnych (pozawarszawskich) nie zmienił się w omawianym okresie w stosunku do 2014 r., a łączny udział *Gazety Wyborczej* i *Metrocafe.pl* zwiększył się o ponad 0,5pkt%.

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 czwartym kwartale 2015 r. udział stron ogłoszeniowych w sumie objętości *Gazety Wyborczej* wyniósł około 26,5% (spadek o około 1,7pkt% 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 94 i była niższa o około 10% w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego.

W 2015 r. udział stron ogłoszeniowych w sumie objętości *Gazety Wyborczej* wyniósł około 26,6% (spadek o około 0,2pkt% 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 91 i była niższa o około 4% w stosunku do roku ubiegłego.

1.2.2. Przychody reklamowe *Metrocafe.pl* [3],[4]

Wpływy reklamowe *Metrocafe.pl* w czwartym kwartale 2015 r. były niższe o 1,6%, w tym wpływy z reklam wymiarowych obniżyły się o ponad 1,5%. W tym samym czasie wydatki na ogłoszenia wymiarowe we wszystkich dziennikach zmniejszyły się o prawie 14,5%. W rezultacie *Metrocafe.pl* zwiększyło swój udział w wydatkach na reklamę we wszystkich dziennikach o około 1,0pkt% do ponad 6,5%. W omawianym okresie *Metrocafe.pl* zwiększyło o prawie 1,0pkt% swój udział w wydatkach na reklamę w dziennikach ogólnopolskich oraz o ponad 1,0pkt% swój udział w wydatkach na reklamę w dziennikach lokalnych. Tytuł utrzymał na poziomie 28,5% swój udział w dziennikach stołecznych.

Wpływy reklamowe *Metrocafe.pl* w 2015 r. były niższe o 7,9%, w tym wpływy z reklam wymiarowych obniżyły się o prawie 12,0%. W tym samym czasie wydatki na ogłoszenia wymiarowe we wszystkich dziennikach zmniejszyły się o około 11,5%. W rezultacie udział *Metrocafe.pl* w wydatkach na reklamę we wszystkich dziennikach zmniejszył się nieznacznie i wyniósł około 6,0%. W omawianym okresie *Metrocafe.pl* praktycznie utrzymało swój udział w wydatkach na reklamę w dziennikach ogólnopolskich oraz zwiększyło o prawie 0,5pkt% swój udział w wydatkach na reklamę w dziennikach lokalnych. Tytuł zmniejszył swój udział w dziennikach stołecznych o ponad 1,0pkt% do około 26,0%.

1.2.3 Przychody reklamowe czasopism

W czwartym kwartale 2015 r. przychody ze sprzedaży reklam w czasopismach Agory zmniejszyły się o 5,1% do kwoty 5,6 mln zł. W tym samym czasie rynkowy spadek wydatków na reklamę w czasopismach wyniósł około 8,5%. Udział czasopism Agory w wydatkach reklamowych w magazynach ogólnopolskich wyniósł 3,3% (według danych cennikowych) [7], natomiast w wydatkach reklamowych w miesięcznikach wyniósł 6,2% (według danych cennikowych) [7].

W 2015 r. przychody ze sprzedaży reklam w czasopismach Agory spadły o 4,0% do kwoty 21,8 mln zł. W tym samym czasie rynkowy spadek wydatków na reklamę w czasopismach wyniósł 8,5%. Udział czasopism Agory w wydatkach reklamowych w magazynach ogólnopolskich wyniósł 3,3% (według danych cennikowych) [7], natomiast w wydatkach reklamowych w miesięcznikach 6,7% (według danych cennikowych) [7].

2. KOSZTY

W czwartym kwartale 2015 r. koszty operacyjne segmentu zmniejszyły się o 17,1% do kwoty 76,7 mln zł. Należy pamiętać, że w analogicznym okresie 2014 r. koszty operacyjne segmentu obciążały odpisy aktualizujące wartość dwóch tytułów wydawanych przez pion Czasopisma i Prasa Bezpłatna w wysokości 15,1 mln zł.

Na obniżenie kosztów w czwartym kwartale 2015 r. wpływ miały niższe koszty materiałów, energii, towarów i usług poligraficznych, mniejszy wolumen druku dzienników wydawanych w ramach segmentu oraz niższe koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników. Wzrosły natomiast koszty reprezentacji i reklamy. Były one związane głównie z większą liczbą wydań *Gazety Wyborczej* w ofercie dwucenowej, promocją różnych kanałów dystrybucji *Gazety Wyborczej* oraz promocją Europejskich Targów Muzycznych *Co Jest Grane*.

W 2015 r. koszty operacyjne segmentu zmniejszyły się o 3,8% do kwoty 283,6 mln zł. W 2014 r. koszty operacyjne segmentu obciążały odpisy aktualizujące wartość dwóch tytułów wydawanych przez pion Czasopisma i Prasa Bezpłatna w wysokości 15,1 mln zł. Do obniżenia kosztów operacyjnych segmentu w 2015 r. przyczyniły się niższe koszty materiałów, energii, towarów i usług poligraficznych oraz mniejszy wolumen druku dzienników wydawanych w ramach segmentu. Wzrosły natomiast koszty reprezentacji i reklamy. Były one związane głównie z większą liczbą wydań *Gazety Wyborczej* w ofercie dwucenowej, promocją różnych kanałów dystrybucji *Gazety Wyborczej* oraz promocją wydarzeń organizowanych w ramach segmentu m.in. *Olsztyn Green Festival* oraz Europejskich Targów Muzycznych *Co Jest Grane*. Zwiększyły się także koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników związane głównie z nowymi inicjatywami rozwojowymi w segmencie.

3. NOWE INICJATYWY

1 października 2015 r. swoją premierę na urządzeniach z systemem iOS miała nowa aplikacja *Clou* przygotowana przez zespół *Gazety Wyborczej*. *Clou* powstało z myślą o czytelnikach poszukujących różnorodnych i dobrze napisanych tekstów do dłuższej lektury.

Od 28 października 2015 r. dostępna jest nowa wersja aplikacji mobilnej *Metrocafe.pl* na urządzenia z najpopularniejszymi systemami operacyjnymi. Dzięki niej czytelnicy dziennika i serwisu internetowego mogą wygodnie sięgać po najciekawsze teksty z danego dnia, prezentowane w przejrzystej, magazynowej formie.

W rezultacie wprowadzanych zmian i konsekwentnie realizowanej strategii cyfryzacyjnej *Gazeta Wyborcza* zakończyła 2015 r. z ponad 77 tys. płatnych subskrypcji cyfrowych. Tym samym dziennik zrealizował cel w zakresie liczby prenumerat cyfrowych o rok wcześniej niż to było zaplanowane. Nowy cel w zakresie liczby płatnych subskrypcji na koniec 2016 r. to około 90 tys. płatnych prenumerat cyfrowych *Gazety Wyborczej*.

Od lutego 2016 r. *Gazeta Wyborcza* zmieniła ceny swoich niektórych wydań papierowych. W czwartki i piątki można ją kupić w cenie 3,40 zł, a w soboty - 3,50 zł. Cena wydań ukazujących się od poniedziałku do środy pozostała bez zmian - to 2,90 zł. Również od lutego br. przygotowana została nowa oferta pakietów prenumeraty cyfrowej dla czytelników cyfrowych treści *Gazety Wyborczej*. Pakiet *Wyborcza*, pozwalający na Nielimitowany dostęp do treści dziennika przez przeglądarki internetowe, jest dostępny w cenie 19,90 zł za miesiąc, a pakiet *Wyborcza Premium* umożliwiający najszerszy dostęp do treści "Gazety Wyborczej" - m.in. w aplikacjach i wersjach na czytniki - oraz wydań *Wysokich Obcasów Extra* i *Książek. Magazynu do czytania* w cenie 29,90 zł za miesiąc. Odpowiednie zmiany zostały wprowadzone również do cenników pakietów kwartalnych i rocznych.

IV.B. FILM I KSIĄŻKA [1]

Segment Film i Książka zawiera skonsolidowane pro-forma dane spółek: Helios S.A. i NEXT FILM Sp. z o.o. (tworzących grupę Helios) oraz pionu Projekty Specjalne obejmującego m.in. działalność Wydawnictwa oraz działalność związaną z produkcją filmów.

Tab. 15

w mln zł	IV kwartał 2015	IV kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014	I-IV kwartał 2015	I-IV kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014
Łączne przychody, w tym:	112,0	100,2	11,8%	345,1	282,9	22,0%
Przychody ze sprzedaży biletów do kina	55,6	46,7	19,1%	162,6	143,0	13,7%
Przychody ze sprzedaży barowej	19,9	15,4	29,2%	59,5	49,0	21,4%
Przychody ze sprzedaży reklam w kinach (1)	9,6	9,0	6,7%	28,4	26,7	6,4%
Przychody z działalności filmowej (1), (2)	3,9	14,0	(72,1%)	17,8	17,5	1,7%
Przychody z działalności Wydawnictwa	19,0	11,5	65,2%	64,3	31,5	104,1%
Razem koszty operacyjne, w tym:	(99,8)	(89,5)	11,5%	(321,5)	(269,5)	19,3%
Zużycie materiałów i energii oraz wartość sprzedanych towarów i materiałów (3)	(8,8)	(7,3)	20,5%	(28,6)	(25,9)	10,4%
Usługi obce (3), (4)	(43,7)	(44,7)	(2,2%)	(139,4)	(132,6)	5,1%
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (3)	(12,7)	(9,3)	36,6%	(34,9)	(30,4)	14,8%
Amortyzacja (3)	(7,7)	(6,8)	13,2%	(29,1)	(25,5)	14,1%
Reprezentacja i reklama (1), (3)	(8,4)	(8,1)	3,7%	(27,4)	(20,8)	31,7%
Koszty operacyjne z działalności Wydawnictwa (5)	(17,5)	(11,3)	54,9%	(58,4)	(30,8)	89,6%
EBIT	12,2	10,7	14,0%	23,6	13,4	76,1%
marża EBIT	10,9%	10,7%	0,2pkt %	6,8%	4,7%	2,1pkt %
EBITDA (5)	20,0	17,7	13,0%	60,4	39,5	52,9%
marża EBITDA	17,9%	17,7%	0,2pkt %	17,5%	14,0%	3,5pkt %

- (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) oraz 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 m.in. przez spółkę NEXT FILM;
- (5) podane kwoty uwzględniają koszty amortyzacji Wydawnictwa, które w całym 2015 r. wyniosły 7,7 mln zł, a w samym czwartym kwartale 2015 r. 0,1 mln zł (w analogicznym okresie ubiegłego roku odpowiednio 0,6 mln zł oraz 0,2 mln zł).

Segment Film i Książka odnotował w czwartym kwartale 2015 r. poprawę wyników operacyjnych. Wynik operacyjny na poziomie EBIT wzrósł o 14,0% i wyniósł 12,2 mln zł, natomiast EBITDA wzrosła o 13,0% i wyniosła 20,0 mln zł. Pozytywny wpływ zarówno na wysokość przychodów, jak i wynik operacyjny segmentu miały m.in. przychody Wydawnictwa z dystrybucji gry *Wiedźmin 3: Dzikie Gon* [1].

Wydawnictwo zakończyło czwarty kwartał 2015 r. poprawą wyniku operacyjnego na poziomie EBIT, który wzrósł do 1,5 mln zł. Wynik ten był lepszy od odnotowanego w czwartym kwartale 2014 r. [1].

W 2015 r. segment odnotował poprawę wyników operacyjnych. Wynik operacyjny na poziomie EBIT wzrósł o 76,1% i wyniósł 23,6 mln zł., a EBITDA segmentu wzrosła o 52,9% i wyniosła 60,4 mln zł. Poprawa wyniku operacyjnego w 2015 r. wynika ze wzrostu frekwencji w sieci kin Helios, która przyniosła wyższe przychody ze sprzedaży biletów i sprzedaży barowej. Pozytywny wpływ na wynik operacyjny segmentu miał również udział Wydawnictwa w dystrybucji i koprodukcji gry *Wiedźmin 3: Dziki Gon*.

Wydawnictwo Agory zakończyło 2015 r. wynikiem na poziomie EBIT w wysokości 5,9 mln zł. Wynik ten był lepszy o 5,2 mln zł od odnotowanego w 2014 r. [1].

1. PRZYCHODY [3]

W czwartym kwartale 2015 r. przychody segmentu Film i Książka wzrosły o 11,8% do kwoty 112,0 mln zł.

W tym czasie liczba widzów w sieci kin Helios wyniosła 3,1 mln i była o 14,4% wyższa w stosunku do czwartego kwartału 2014 r. Wyższa liczba widzów w kinach sieci Helios przyniosła wzrost przychodów ze sprzedaży biletów do kwoty 55,6 mln zł oraz wzrost przychodów ze sprzedaży barowej do kwoty 19,9 mln zł.

Łączne przychody segmentu z tytułu koprodukcji i dystrybucji filmowej w czwartym kwartale 2015 r. wyniosły 3,9 mln zł i były niższe od przychodów uzyskanych w analogicznym okresie 2014 r. W czwartym kwartale 2015 r. NEXT FILM wprowadził do dystrybucji w kinach nową produkcję filmową: *Obce Niebo*. Jednocześnie w kinach wyświetlane były obrazy wprowadzone na duży ekran we wcześniejszych okresach. W czwartym kwartale 2014 r. istotny wpływ na poziom przychodów z działalności filmowej miała dystrybucja i koprodukcja filmu *Bogowie*. W czwartym kwartale 2015 r. pion Projekty Specjalne odnotował przychody z tytułu koprodukcji filmu *Karbala* w związku z dystrybucją w kinach oraz filmów: *Ziarno Prawdy* i *Disco Polo*, w związku ze sprzedażą praw do ich dystrybucji w innych kanałach dystrybucji.

W czwartym kwartale 2015 r. przychody Wydawnictwa Agory (działającego w ramach pionu Projekty Specjalne) wyniosły 19,0 mln zł i istotnie wzrosły w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. Pozytywny wpływ na wzrost tych przychodów miały wpływy z dystrybucji gry *Wiedźmin 3: Dziki Gon*, które wyniosły 7,9 mln zł.

Wydawnictwo Agory wydało w czwartym kwartale 2015 r. 17 nowych książek i 7 wydawnictw muzycznych. W rezultacie, w omawianym okresie Wydawnictwo sprzedało około 0,3 mln książek i książek z płytami CD i DVD.

W 2015 r. przychody segmentu Film i Książka wyniosły 345,1 mln zł i były o 22,0% wyższe w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego.

W tym czasie liczba widzów w sieci kin Helios wyniosła 9,3 mln i wzrosła o 11,2% w stosunku do tej odnotowanej w 2014r. Wyższa frekwencja w sieci kin Helios zapewniła wyższe przychody ze sprzedaży biletów, które wyniosły 162,6 mln zł i wyższe przychody ze sprzedaży barowej w wysokości 59,5 mln zł.

Łączne przychody segmentu z tytułu koprodukcji i dystrybucji filmowej w 2015 r. wyniosły 17,8 mln zł i były o 1,7% wyższe od przychodów uzyskanych w analogicznym okresie ubiegłego roku. Wzrost ten wynika z wprowadzenia przez NEXT FILM w 2015 r. do dystrybucji w kinach większej liczby nowych produkcji filmowych oraz sprzedaży praw do dystrybucji w innych kanałach. W 2014 r. istotny wpływ na poziom przychodów z działalności filmowej miała dystrybucja i koprodukcja filmu *Bogowie*. W 2015 r. pion Projekty Specjalne odnotował przychody z tytułu koprodukcji filmów: *Disco Polo*, *Bogowie*, *Karbala*, *Ziarno Prawdy*, *Drogówka* oraz *Baby są jakieś inne* w związku z dystrybucją w kinach, na DVD oraz ze sprzedażą praw do dystrybucji w innych kanałach.

W 2015 r. przychody Wydawnictwa Agory wyniosły 64,3 mln zł i zwiększyły się ponad dwukrotnie w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. Istotny, pozytywny wpływ na wzrost tych przychodów miał udział w dystrybucji i koprodukcji gry *Wiedźmin 3: Dziki Gon*, który przyniósł Wydawnictwu 25,8 mln zł w 2015 r.

Wydawnictwo Agory wydało w 2015 r. 53 nowe książki, 13 wydawnictw muzycznych i 6 wydawnictw filmowych. W rezultacie w omawianym okresie Wydawnictwo sprzedało około 1,0 mln książek i książek z płytami CD i DVD.

2. KOSZTY

W czwartym kwartale 2015 r. koszty operacyjne segmentu Film i Książka były o 11,5% wyższe w porównaniu z analogicznym okresem w 2014 r. i wyniosły 99,8 mln zł.

Na wzrost kosztów operacyjnych segmentu wpłynęły wyższe koszty operacyjne działalności Wydawnictwa, które wyniosły 17,5 mln zł. Istotny wpływ na poziom kosztów Wydawnictwa w czwartym kwartale 2015 r. miało rozliczenie z

producentem gry *Wiedźmin 3: Dziki Gon*. Wzrost kosztów operacyjnych związany jest również z wyższymi opłatami za kopie filmowe w związku z wyższą frekwencją w kinach, kosztami produkcji filmu *Król Życia* oraz rozwojem sieci kin. Do wzrostu kosztów amortyzacji przyczynił się m.in. udział w koprodukcji filmów: *Obce Niebo*, *Karbala*, *Ziarno Prawdy* i *Disco Polo*, a wzrost kosztów reklamy i reprezentacji związany jest m.in. z dystrybucją filmową.

W 2015 r. koszty operacyjne segmentu wyniosły 321,5 mln zł i były o 19,3% wyższe w stosunku do 2014 r.

Na wzrost kosztów operacyjnych segmentu wpływ miała amortyzacja wkładu koproducentkiego oraz rozliczenie z producentem gry *Wiedźmin 3: Dziki Gon*. Wyższe koszty zakupu kopii filmowych oraz wartości sprzedanych towarów i materiałów wynikają z wyższych przychodów ze sprzedaży biletów oraz sprzedaży w barach kinowych. Wzrost kosztów zużycia materiałów i energii oraz kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników związany jest głównie z rozwojem sieci kin Helios. Do wzrostu kosztów amortyzacji przyczynił się udział w koprodukcji filmów: *Karbala*, *Ziarno prawdy*, *Disco Polo* i *Obce Niebo*, a wzrost kosztów reklamy i reprezentacji związany jest m.in. z dystrybucją filmową.

3. NOWE INICJATYWY

Zgodnie z ogłoszonymi planami rozwoju sieć kin Helios zwiększa skalę swojej działalności. W czwartym kwartale 2015 r. powiększyła się ona o dwa nowe obiekty. 24 października 2015 r. w Białymstoku rozpoczęło działalność kino z sześcioma nowoczesnymi salami z blisko tysiącem miejsc dla widzów. Natomiast 13 listopada 2015 r. we Wrocławiu otwarty został nowy multiplex Heliosa, posiadający osiem sal z ponad 1300 miejscami - to najnowocześniejsze kino w regionie. Helios dysponuje już 37 kinami z 206 ekranami i blisko 43 tys. foteli.

W czwartym kwartale NEXT FILM wprowadził do dystrybucji film *Obce Niebo*, którego koproducentem jest Agora.

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. 16

w mln zł	IV kwartał 2015	IV kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014	I-IV kwartał 2015	I-IV kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014
Łączne przychody, w tym:	46,4	43,6	6,4%	156,1	149,8	4,2%
Przychody ze sprzedaży reklam (1)	45,7	43,0	6,3%	153,4	147,4	4,1%
Razem koszty operacyjne, w tym:	(40,6)	(37,9)	7,1%	(139,0)	(143,6)	(3,2%)
Koszty realizacji kampanii (1)	(6,8)	(6,7)	1,5%	(23,6)	(23,5)	0,4%
Koszty utrzymania systemu (1)	(16,7)	(15,9)	5,0%	(63,0)	(65,4)	(3,7%)
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników	(5,4)	(5,3)	1,9%	(20,1)	(20,5)	(2,0%)
Reprezentacja i reklama	(1,4)	(1,6)	(12,5%)	(5,2)	(4,6)	13,0%
Amortyzacja	(3,7)	(4,2)	(11,9%)	(13,2)	(16,5)	(20,0%)
EBIT	5,8	5,7	1,8%	17,1	6,2	175,8%
marża EBIT	12,5%	13,1%	(0,6pkt%)	11,0%	4,1%	6,9pkt%
EBITDA	9,5	9,9	(4,0%)	30,3	22,7	33,5%
marża EBITDA	20,5%	22,7%	(2,2pkt%)	19,4%	15,2%	4,2pkt%
Liczba powierzchni reklamowych (2)	24 375	23 619	3,2%	24 375	23 619	3,2%

(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.

W czwartym kwartale 2015 r., dzięki wzrostowi przychodów o 6,4%, segment Reklamy Zewnętrznej wypracował zysk operacyjny EBIT w wysokości 5,8 mln zł. EBITDA segmentu wyniosła 9,5 mln zł, a marża EBITDA 20,5%.

W całym 2015 r. wzrost przychodów segmentu o 4,2% oraz redukcja kosztów operacyjnych o 3,2% sprawiły, że EBIT segmentu istotnie wzrósł i osiągnął wartość 17,1 mln zł. EBITDA segmentu zwiększyła się do 30,3 mln zł, a marża EBITDA wzrosła o 4,2pkt% do poziomu 19,4%.

1. PRZYCHODY [8]

W czwartym kwartale 2015 r. wartość wydatków na reklamę zewnętrzną, według szacunków IGRZ, wzrosła o ponad 1,0% w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. W całym 2015 r. wydatki na rynku reklamy zewnętrznej były o blisko 2,5% wyższe niż w 2014 r. Wzrost przychodów ze sprzedaży reklam grupy AMS, zarówno w czwartym kwartale jak i w całym 2015 r., był wyższy od wzrostu rynku reklamy zewnętrznej raportowanego przez IGRZ i wyniósł odpowiednio 6,3% i 4,1%.

Wyższy niż rynkowy wzrost przychodów reklamowych segmentu w czwartym kwartale 2015 r. osiągnięto dzięki pozytywnej dynamice wydatków reklamodawców na nośniki typu *citylight*. Wyższa od rynkowej dynamika wzrostu przychodów w całym 2015 r. została zrealizowana głównie w oparciu o wydatki reklamodawców na kampanie reklamowe realizowane na nośnikach typu *citylight* oraz *backlight*.

2. KOSZTY

W czwartym kwartale 2015 r. koszty operacyjne segmentu wzrosły o 7,1% do 40,6 mln zł, głównie za sprawą wyższych kosztów utrzymania systemu oraz wyższych pozostałych kosztów operacyjnych netto.

Koszty realizacji kampanii w czwartym kwartale 2015 r. wzrosły o 1,5% w rezultacie zwiększenia wolumenu realizowanych usług druku plakatów oraz większej liczby zrealizowanych projektów niestandardowych na nośnikach

reklamowych. Wyższe koszty utrzymania systemu to efekt wyższych wydatków na remonty i modernizację nośników reklamowych głównie typu *backlight*. Wydatki na reprezentację i reklamę były niższe o 12,5% w porównaniu do czwartego kwartału 2014 r., głównie za sprawą niższych łącznych kosztów kampanii patronacko - komercyjnych. Niższe koszty amortyzacji wynikają m.in. z dostosowania stawek amortyzacji do szacowanego okresu użytkowania niektórych grup nośników reklamowych. Wzrost kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników o 1,9% w czwartym kwartale 2015 r. jest głównie konsekwencją wzrostu zmiennego elementu wynagrodzeń w efekcie wyższej niż w roku ubiegłym realizacji zakładanych celów sprzedażowych. Do wzrostu kosztów operacyjnych w omawianym okresie istotnie przyczynił się wzrost pozostałych kosztów operacyjnych netto, który wynika z wyższych kosztów jednorazowych odpisów aktualizujących wartości aktywów.

W całym 2015 r. koszty operacyjne segmentu zostały ograniczone o 3,2% do kwoty 139,0 mln zł, głównie za sprawą niższych kosztów utrzymania systemu i amortyzacji. Zmniejszenie kosztów utrzymania systemu o 3,7% w omawianym okresie to efekt skutecznych działań optymalizacyjnych polegających na dostosowaniu portfela posiadanych nośników reklamowych do potrzeb rynkowych oraz redukcji stawek czynszów w niektórych grupach nośników. Koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników zmniejszyły się w 2015 r. o 2,0% w efekcie zwolnień grupowych przeprowadzonych przez AMS w drugim półroczu 2014 r. Do ograniczenia kosztów operacyjnych segmentu przyczynił się niższy niż w 2014 r. koszt amortyzacji. Spadek ten wynika m.in. z dostosowania stawek amortyzacji do szacowanego okresu użytkowania niektórych grup nośników reklamowych.

3. NOWE INICJATYWY

W październiku 2015 r. AMS poszerzyło ofertę nośników premium. Z paneli Premium Citylight, które do tej pory były dostępne tylko w Warszawie, można korzystać także w Krakowie. Tym samym AMS rozpoczął realizację koncesji krakowskiej - w ciągu 15 lat zostanie wybudowanych 600 wiat przystankowych z około 1600 stronami reklamowymi. Kraków jest drugim po Warszawie miastem, w którym AMS realizuje strategię rozwoju citylightów z segmentu premium w wiatach przystankowych. Podobnie jak w Warszawie, wiaty przystankowe docelowo będą oferowały interaktywność na różnym poziomie, od QR kodów po wifi (bramka gateams.com).

W grudniu 2015 r. AMS i Social WiFi przygotowały wspólną akcję out-of-home dla jednego z operatorów komórkowych. Podróżni czekający na wybranych przystankach komunikacji miejskiej w Krakowie, Poznaniu, Trójmieście, Warszawie i Wrocławiu mogli nie tylko bez ograniczeń korzystać z dostępu do internetu, ale też odebrać darmowy starter od operatora. To kolejny przykład działań marketingowych wykorzystujących nowe technologie i potencjał wiat przystankowych do komunikowania się z odbiorcami i dystrybucji dodatkowych korzyści.

Jednocześnie przez cały 2015 r. AMS realizował proces budowy wiat przystankowych w Warszawie, rozwijając ofertę Warsaw Premium Citylight. Do końca 2015 r. na ulicach stolicy było już 895 wiat, i prawie 800 z nich zostało włączonych do oferty AMS.

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. 17

w mln zł	IV kwartał 2015	IV kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014	I-IV kwartał 2015	I-IV kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014
Łączne przychody, w tym:	45,4	36,7	23,7%	150,5	127,1	18,4%
Przychody ze sprzedaży reklam internetowych (1)	38,4	29,2	31,5%	123,8	99,6	24,3%
Przychody ze sprzedaży ogłoszeń w wortalach (2)	3,3	3,5	(5,7%)	13,5	14,4	(6,3%)
Razem koszty operacyjne, w tym:	(36,9)	(30,8)	19,8%	(126,3)	(106,4)	18,7%
Usługi obce	(16,1)	(9,7)	66,0%	(48,1)	(32,6)	47,5%
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników	(12,5)	(11,8)	5,9%	(48,6)	(45,3)	7,3%
Amortyzacja	(1,4)	(1,3)	7,7%	(5,4)	(5,1)	5,9%
Reprezentacja i reklama (1)	(6,4)	(6,0)	6,7%	(17,9)	(17,0)	5,3%
EBIT	8,5	5,9	44,1%	24,2	20,7	16,9%
marża EBIT	18,7%	16,1%	2,6pkt%	16,1%	16,3%	(0,2pkt%)
EBITDA	9,9	7,2	37,5%	29,6	25,8	14,7%
marża EBITDA	21,8%	19,6%	2,2pkt%	19,7%	20,3%	(0,6pkt%)

(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 dwumediálních (publikowanych zarówno w Gazecie Wyborczej, jak i wortalach internetowych GazetaPraca.pl, Domiporta.pl i Komunikaty.pl oraz w serwisie Nekrologi.Wyborcza.pl).

W czwartym kwartale 2015 r. segment Internet istotnie poprawił swoje wyniki operacyjne. Wynik EBIT segmentu wzrósł o 44,1% do kwoty 8,5 mln zł, a EBITDA segmentu wyniosła 9,9 mln zł i była wyższa o 37,5% od tej odnotowanej w analogicznym okresie 2014 r. W całym 2015 r. wynik EBIT segmentu Internet wzrósł o 16,9%, osiągając najwyższy poziom w historii i wyniósł 24,2 mln zł. W tym samym okresie EBITDA wzrosła o 14,7% do kwoty 29,6 mln zł [1].

1. PRZYCHODY

W czwartym kwartale 2015 r. całkowite przychody segmentu Internet wzrosły o 23,7% i wyniosły 45,4 mln zł. W całym 2015 r. przychody całkowite segmentu Internet wzrosły o 18,4% i wyniosły rekordowe 150,5 mln zł. Na wzrost przychodów istotny wpływ miała wyższa sprzedaż reklam internetowych i usług świadczonych przez biuro reklamy oraz sieci reklamowe grupy *Gazeta.pl*.

Przychody ze sprzedaży reklam internetowych wzrosły w czwartym kwartale 2015 r. o 31,5% do kwoty 38,4 mln zł, przy rynkowym wzroście wydatków na reklamę graficzną o 3,0%. W całym 2015 r. wzrost wpływów ze sprzedaży reklam internetowych wyniósł 24,3%, a przychody sięgnęły 123,8 mln zł. Istotny wpływ na zwiększenie przychodów reklamowych segmentu miała wyższa sprzedaż reklam internetowych i usług świadczonych przez biuro reklamy oraz sieci reklamowe grupy *Gazeta.pl*.

Przychody ze sprzedaży ogłoszeń w wortalach zmniejszyły się w czwartym kwartale 2015 r. o 5,7%, a w całym 2015 r. o 6,3%. Główny wpływ na taką dynamikę miała niższa sprzedaż ogłoszeń do serwisów rekrutacyjnych (*GazetaPraca.pl*) oraz nieruchomościowych (*Domiporta.pl*). Poprawę przychodów ogłoszeniowych odnotował serwis motoryzacyjny *Autotrader.pl*.

2. KOSZTY

W czwartym kwartale 2015 r. koszty operacyjne segmentu Internet wzrosły o 19,8% do kwoty 36,9 mln zł. W całym 2015 r. wzrost kosztów operacyjnych wyniósł 18,7% i osiągnęły one poziom 126,3 mln zł. Istotny wpływ na zwiększenie wydatków miał wzrost kosztów dzierżawy powierzchni reklamowych 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. Wzrost tej pozycji kosztowej był kompensowany wyższymi przychodami z tytułu pośrednictwa sprzedaży reklam, co przyczyniło się także do wzrostu przychodów całego segmentu.

Koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników wzrosły w czwartym kwartale 2015 r. o 5,9%. W 2015 r. wzrost kosztów wyniósł 7,3%. To głównie efekt zwiększenia kosztów w sieci Epic Makers i w portalu *Gazeta.pl* i oraz wzrostu zatrudnienia w spółce AdTaily.

W czwartym kwartale 2015 r. wydatki na reklamę i reprezentację segmentu Internet wzrosły o 6,7%, a w całym 2015 r. wzrost wydatków wyniósł 5,3%. Główny wpływ na wzrost wydatków miały nakłady na promocję serwisów portalu *Gazeta.pl*, w tym serwisów wideo oraz sportowych.

W czwartym kwartale 2015 r. całkowite koszty operacyjne segmentu pomniejszyło odszkodowanie wypłacone Agorze S.A. przez spółkę Business Insider Inc. w związku z rozwiązaniem umowy na prowadzenie przez Agorę S.A. serwisu biznesowo-technologicznego, co wpłynęło również na poprawę wyniku operacyjnego segmentu.

3. ISTOTNE INFORMACJE O DZIAŁALNOŚCI INTERNETOWEJ

W grudniu 2015 r. zasięg serwisów *grupy Gazeta.pl*, wśród polskich internautów łączących się z urządzeń niemobilnych wyniósł 49,7%, jednocześnie liczba użytkowników osiągnęła poziom 121 mln. Wykonali oni 459,9 mln odsłon z urządzeń nieprzenośnych i spędzili na stronach *grupy Gazeta.pl* średnio 1 godzinę 6 minut [6].

W grudniu 2015 r. liczba odsłon wykonanych z urządzeń przenośnych na serwisach *grupy Gazeta.pl* wyniosła 278,0 mln (wzrost o 57,9% r/r), co dało *grupie Gazeta.pl* drugie miejsce na rynku wg badania Megapanel PBI/Gemius. Odsetek odsłon mobilnych na serwisach *grupy Gazeta.pl* wyniósł 37,7% i był najwyższy wśród polskich portali horyzontalnych [6].

Serwisy tworzone w ramach *grupy Gazeta.pl* zajmują wysokie pozycje w rankingach tematycznych. Według danych Megapanel PBI/Gemius za grudzień 2015 r., serwisy *grupy Gazeta.pl* są liderem w kategorii *Fora i grupy dyskusyjne*. Drugie miejsce *grupa Gazeta.pl* zajmuje w kategorii *Wyposażenie wnętrz i ogród* (m.in. serwis *Czterykarty.pl*), a trzecią pozycję serwisy *grupy Gazeta.pl* zajmują w kategoriach: *Sport* (m.in. *Sport.pl*), *Informacje i publicystyka – ogólne i informacje lokalne i regionalne*, *Dzieci, rodzina (eDziecko.pl)*, *Kuchnia, gotowanie (Ugotuj.to)*, a także *Moda i uroda (Lula.pl, Avanti24.pl)*, *Blogi (Blox.pl)*.

4. NOWE INICJATYWY

W październiku 2015 r. serwis *Sport.pl* wprowadził kolejne, nowe funkcjonalności oraz treści, m.in. nagrania wideo z bramkami i najlepszymi akcjami ze sportowych wydarzeń. W ten sposób *Sport.pl* umacnia swoją pozycję lidera w przestrzeni mobilnej w polskim sporcie, odważnie promując innowacyjne rozwiązania z wykorzystaniem np. aplikacji Snapchat, a także intensywnie przygotowuje się do jak najlepszego relacjonowania wielkich imprez sportowych, które będą miały miejsce w 2016 r.

W grudniu 2015 r. połączono siły sprzedażowe i rozbudowano wspólną strukturę sieci reklamy wideo AdPlayer i sieci reklamy kobiecej Glossy Media. Od 1 grudnia 2015 r. zespoły sieci wdrażają ofertę sprzedażową, która łączy rozwiązania niestandardowe z reklamą wideo i display, a od stycznia 2016 r. działają pod jednym szyldem jako AdPlayer group.

W styczniu 2016 r. Agora S.A. nabyła większościowy pakiet udziałów w GoldenLine Sp. z o.o. za kwotę 8,48 mln zł. Dzięki tej transakcji spółka istotnie umocniła swoją pozycję na rynku usług rekrutacyjnych i tym samym stworzyła jedyną tak kompleksową ofertę dla pracodawców i kandydatów na pracowników dostępną na polskim rynku.

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: 23 stacji lokalnych nadających pod marką *Złote Przeboje*, 7 stacji lokalnych nadających pod marką *Rock Radio* (od 31 stycznia 2014 r.), 4 stacji lokalnych nadających pod marką *Radio Pogoda* (3 stacje od 12 czerwca 2015 r., czwarta stacja od 31 lipca 2015 r.) oraz ponadregionalnej stacji TOK FM obejmującej 19 obszarów miejskich.

Tab. 18

w mln zł	IV kwartał 2015	IV kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014	I-IV kwartał 2015	I-IV kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014
Łączne przychody, w tym:	36,4	28,6	27,3%	107,7	87,4	23,2%
Przychody ze sprzedaży reklamy radiowej (1), (2)	29,7	27,5	8,0%	94,4	83,7	12,8%
Razem koszty operacyjne, w tym: (2)	(27,2)	(23,2)	17,2%	(94,3)	(78,3)	20,4%
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników	(8,5)	(7,4)	14,9%	(30,1)	(27,1)	11,1%
Usługi obce	(12,7)	(9,4)	35,1%	(42,2)	(31,2)	35,3%
Amortyzacja	(0,7)	(0,6)	16,7%	(2,8)	(2,6)	7,7%
Reprezentacja i reklama (2)	(3,3)	(3,7)	(10,8%)	(12,3)	(10,6)	16,0%
EBIT	9,2	5,4	70,4%	13,4	9,1	47,3%
marża EBIT	25,3%	18,9%	6,4pkt %	12,4%	10,4%	2,0pkt %
EBITDA	9,9	6,0	65,0%	16,2	11,7	38,5%
marża EBITDA	27,2%	21,0%	6,2pkt %	15,0%	13,4%	1,6pkt %

(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 czwartym kwartale 2015 r. dzięki dynamicznemu wzrostowi przychodów (o 27,3%), segment Radio istotnie poprawił wyniki operacyjne zarówno na poziomie EBIT, jak i EBITDA. Wyniosły one odpowiednio 9,2 mln zł oraz 9,9 mln zł.

W 2015 r., dzięki wzrostowi przychodów segment Radio osiągnął bardzo dobre wyniki na poziomie EBIT i EBITDA, które były znacząco wyższe niż w 2014 r. i wyniosły odpowiednio 13,4 mln zł oraz 16,2 mln zł.

1. PRZYCHODY [3]

Przychody segmentu Radio w czwartym kwartale 2015 r. wzrosły o 27,3% w porównaniu z czwartym kwartałem 2014 r. i wyniosły 36,4 mln zł. Na wzrost przychodów wpływ miały przede wszystkim wyższe przychody ze sprzedaży czasu antenowego w stacjach należących do Grupy Radiowej Agory oraz sprzedaż usług reklamowych w kinach Helios. Jednocześnie w czwartym kwartale 2015 r. rynkowe wydatki na reklamę radiową zwiększyły się o 3,0% w porównaniu z analogicznym okresem 2014 r.

W 2015 r. przychody segmentu Radio wzrosły o 23,2% w porównaniu z rokiem 2014 i wyniosły 107,7 mln zł. Na wzrost przychodów segmentu 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. Jednocześnie w 2015 r. rynkowe wydatki na reklamę radiową zwiększyły się o blisko 7,5% w porównaniu z analogicznym okresem 2014 r.

2. KOSZTY

W czwartym kwartale 2015 r. koszty operacyjne segmentu wzrosły o 17,2% do kwoty 27,2 mln zł. Na wzrost ten wpłynęły głównie koszty związane ze świadczeniem usług reklamowych w kinach Helios, ujmowane w pozycji usługi

obce. Pozycja ta 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.

Wzrost kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników w porównaniu z czwartym kwartałem 2014 r. związany jest głównie z wyższym zatrudnieniem w działach sprzedaży. Dodatkowo, w 2015 r. segment Radio powiększył skalę swojej działalności, uruchamiając nową radiostację pod marką Radio Pogoda.

W 2015 r. koszty operacyjne segmentu wzrosły o 20,4% do kwoty 94,3 mln zł. Na wzrost ten wpłynęły głównie koszty zakupu czasu antenowego w stacjach należących do innych nadawców w związku ze świadczoną usługą pośrednictwa w zakupie reklamy. Do wzrostu kosztów operacyjnych przyczyniły się także wyższe 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.

Podobnie jak w czwartym kwartale 2015 r., wzrost kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników związany jest głównie z wyższym zatrudnieniem w działach sprzedaży i uruchomieniem nowej radiostacji pod marką Radio Pogoda.

Wzrost kosztów reprezentacji i reklamy związany jest z rozpoczęciem świadczenia usług pośrednictwa sprzedaży reklam w kinach Helios oraz z nakładów na promocję nowej marki Radio Pogoda oraz Rock Radio.

3. UDZIAŁY W SŁUCHALNOŚCI [9]

Tab. 19

Udział % w słuchalności	IV kwartał 2015	zmiana w pkt% r/r	I-IV kwartał 2015	zmiana w pkt% r/r
Stacje muzyczne Grupy Agora (<i>Rock Radio, Złote Przeboje</i> oraz <i>Radio Pogoda</i>)	3,9%	0,3pkt%	3,8%	-0,2pkt%
Radio informacyjne <i>TOK FM</i>	1,5%	0,3pkt%	1,4%	0,2pkt%

Dane przedstawione w powyższej tabeli nie są w pełni porównywalne w obu okresach. Liczba stacji muzycznych Grupy Radiowej Agory powiększyła się w czerwcu 2015 r. o trzy stacje nadające program pod marką Radio Pogoda, a w lipcu 2015 r. w ramach Radia Pogoda uruchomiono kolejną rozgłośnię.

4. NOWE INICJATYWY

Od listopada 2015 r. portfolio Tandem Media, brokera reklamy radiowej i kinowej Agory, wzbogaciło się o nową ofertę sprzedażową obejmującą reklamy w stacjach nadających pod marką Radio Pogoda.

Działające w ramach segmentu Radio studio produkcyjne SVG (Sound Video Graphics), zajmujące się produkcją i kreacją audio-wideo, wzmocniło działy kliencki i kreatywny. W ostatnim czasie studio SVG zdecydowanie rozwinęło swoją działalność – obecnie realizuje nie tylko małe produkcje reklamowe, ale i coraz większe projekty oraz tworzy oprawę wydarzeń i identyfikacje wizualne marek. Było też zaangażowane w produkcję telewizyjną.

W listopadzie 2015 r. ponadregionalne Radio Tok FM wygrało konkurs ogłoszony przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji i będzie mogło poszerzyć zasięg o Bydgoszcz i Rzeszów.

W styczniu 2016 r. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji wyraziła zgodę na zmianę nazwy trzech rozgłośni (w Bydgoszczy, Wrocławiu i na terenie Aglomeracji Śląskiej) nadających dotychczas pod marką Rock Radio na Radio Pogoda. Rock Radio nadal będzie działać w czterech miastach (Warszawa, Poznań, Opole, Kraków).

IV.F. DRUK [1]

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

Tab. 20

w mln zł	IV kwartał 2015	IV kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014	I-IV kwartał 2015	I-IV kwartał 2014	% zmiany 2015 do 2014
Łączne przychody, w tym:	43,7	47,5	(8,0%)	164,7	173,1	(4,9%)
Przychody ze sprzedaży usług poligraficznych (1)	41,5	45,4	(8,6%)	156,2	165,3	(5,5%)
Razem koszty operacyjne (2), w tym:	(43,0)	(46,0)	(6,5%)	(162,4)	(172,5)	(5,9%)
Materiały, energia i usługi produkcyjne	(30,2)	(34,0)	(11,2%)	(114,5)	(124,2)	(7,8%)
Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników	(5,8)	(5,5)	5,5%	(22,1)	(21,2)	4,2%
Amortyzacja	(3,7)	(3,9)	(5,1%)	(15,8)	(16,3)	(3,1%)
EBIT	0,7	1,5	(53,3%)	2,3	0,6	283,3%
marża EBIT	1,6%	3,2%	(1,6pkt %)	1,4%	0,3%	1,1pkt %
EBITDA	4,4	5,4	(18,5%)	18,1	16,9	7,1%
marża EBITDA	10,1%	11,4%	(1,3pkt %)	11,0%	9,8%	1,2pkt %

(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 czwartym kwartale 2015 r., segment Druk odnotował pozytywny wynik operacyjny zarówno na poziomie EBIT, jak EBITDA, które sięgnęły odpowiednio 0,7 mln zł i 4,4 mln zł. W 2015 r. wynik operacyjny segmentu Druk odnotował poprawę zarówno na poziomie EBIT, jak i EBITDA i wyniósł odpowiednio 2,3 mln zł oraz 18,1 mln zł [1].

1. PRZYCHODY

W czwartym kwartale 2015 r. przychody segmentu z tytułu sprzedaży usług poligraficznych dla klientów zewnętrznych wyniosły 43,7 mln zł i były niższe o 8,0% w stosunku do analogicznego okresu 2014 r. W całym 2015 r. łączne przychody segmentu zmniejszyły się do kwoty 164,7 mln zł.

2. KOSZTY

W czwartym kwartale 2015 r. koszty operacyjne segmentu Druk były niższe (o 6,5%) w porównaniu z analogicznym okresem 2014 r. i wyniosły 43,0 mln zł. W całym 2015 r. koszty operacyjne segmentu zmniejszyły się o 5,9% i wyniosły 162,4 mln zł.

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 kinowej w trzecim kwartale 2014 r. oraz od pierwszego do trzeciego kwartału 2015 r., rynku reklamy telewizyjnej w trzecim kwartale 2015 r., rynku reklamy internetowej w drugim kwartale 2015 r. oraz rynku reklamy zewnętrznej w czwartym 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 przygotowanych we współpracy z domem mediowym Starlink [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: październik - grudzień 2015 r. N = 4 993; styczeń - grudzień 2015 r. N = 20 033. Opracowanie danych Agora S.A.

[5] Definicje wskaźników:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

[7] Dane dotyczące średniego rozpowszechniania płatnego miesięczników są danymi własnymi wydawcy. Dane cennikowe dotyczące czasopism pochodzą z monitoringu Kantar Media; reklama komercyjna brandowa oraz teksty promocyjne; pominięto tytuły specjalistyczne; uwzględniono 121 miesięczników i 84 czasopism o innej periodyczności; razem 205 czasopism w okresie: styczeń-grudzień 2015 r. oraz w okresie październik - grudzień 2015 r.

[8] Źródło: raport IGRZ o sytuacji reklamy OOH w Polsce opracowany przez Izbę Gospodarczą Reklamy Zewnętrznej we współpracy z firmą Starlink.

[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 październik-grudzień: próba dla 2014 r.: 21 079; dla 2015 r.: 21 047; za okres styczeń-grudzień: próba dla 2014 r.: 84 290; dla 2015 r.: 83 940.

[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

► Istotne wydarzenia dla działalności Spółki

W dniu 1 października 2015 r. Zarząd Agory S.A. poinformował, że w dniu 30 września 2015 r. Spółka zawarła z Domem Maklerskim BDM S.A. z siedzibą w Bielsku – Białej umowę o pełnienie funkcji animatora emitenta dla akcji Spółki notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. W przedmiotowej umowie animator zobowiązał się do stałego zgłaszania na własny rachunek ofert (zleceń) kupna i sprzedaży akcji emitenta na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A., zgodnie z przepisami obowiązującymi na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. oraz z zasadami określonymi w umowie.

W dniu 7 października 2015 r. Zarząd Agory S.A. poinformował, że w dniu 6 października 2015 r. Giełda Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. poinformowała komunikatem o zawarciu umowy pomiędzy członkiem giełdy, Domem Maklerskim BDM S.A. a Spółką o pełnienie funkcji animatora emitenta.

W dniu 5 listopada 2015 r. Zarząd Agory S.A. poinformował, że powziął informację o podjęciu przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji uchwały o przyznaniu spółce zależnej, działającej pod firmą Green Content Sp. z o.o., koncesji na rozpowszechnianie w sposób cyfrowy rozszewczy naziemny w multipleksie ósmym programu telewizyjnego.

W dniu 29 grudnia 2015 r. Zarząd Agory S.A. poinformował, że w dniu 29 grudnia 2015 r. powziął informację o otrzymaniu przez spółkę zależną, działającą pod firmą Green Content Sp. z o.o., decyzji Przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji o udzieleniu koncesji na rozpowszechnianie w sposób cyfrowy rozszewczy naziemny w multipleksie ósmym programu telewizyjnego pod nazwą Kiwi TV.

► Walne Zgromadzenie Agory S.A.

W dniu 28 października 2015 r. Zarząd Agory S.A. poinformował o zwołaniu na dzień 24 listopada 2015 r. na godz. 10:00 nadzwyczajnego walnego zgromadzenia Agory S.A. („Walne Zgromadzenie”) oraz opublikowane zostały projekty uchwał, które zarząd Agory planował przedłożyć Walnemu Zgromadzeniu.

W dniu 18 listopada 2015 r. Spółka opublikowała projekty uchwał otrzymane od uprawnionego akcjonariusza, Agory – Holding Sp. z o.o. w celu przedłożenia Walnemu Zgromadzeniu.

W dniu 24 listopada 2015 r. w siedzibie Spółki, odbyło się Walne Zgromadzenie Agory S.A., które podjęło uchwały dotyczące: (i) zmiany Statutu Spółki, (ii) przyjęcia tekstu jednolitego oraz (iii) wyrażenia zgody na zbycie zorganizowanych części przedsiębiorstwa, tj. Centrum Kompetencyjnego Praca oraz Agencji SearchLab.

W tym samym dniu Zarząd Agory S.A.:

- przekazał do publicznej wiadomości treść uchwał podjętych przez Walne Zgromadzenie;
- poinformował, że na Walnym Zgromadzeniu w dniu 24 listopada 2015 r. następujący akcjonariusze posiadali ponad 5% liczby głosów na tym zgromadzeniu:
 - Agora-Holding Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie: 21 679 949 głosów, tj. 47,86% głosów na tym Nadzwyczajnym Walnym Zgromadzeniu i 33,46% ogólnej liczby głosów.
 - Otwarty Fundusz Emerytalny PZU "Złota Jesień": 8 400 000 głosów, tj. 18,54% głosów na tym Nadzwyczajnym Walnym Zgromadzeniu i 12,96% ogólnej liczby głosów.
 - Nationale Nederlanden Powszechnie Towarzystwo Emerytalne S.A.: 7 483 155 głosów tj. 16,52% głosów na tym Nadzwyczajnym Walnym Zgromadzeniu i 11,55% ogólnej liczby głosów,
 - AVIVA Otwarty Fundusz Emerytalny AVIVA BZ WBK: 2 475 000 głosów tj. 5,46% głosów na tym Nadzwyczajnym Walnym Zgromadzeniu i 3,82% ogólnej liczby głosów.

W dniu 30 grudnia 2015 r. Zarząd Agory S.A. poinformował, że Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego w dniu 29 grudnia 2015 r. wpisał do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego zmiany w Statucie Spółki przyjęte uchwałą nr 4 nadzwyczajnego walnego zgromadzenia Agory S.A., podjętą w dniu 24 listopada 2015 r. W związku z powyższym Zarząd Spółki przekazał do publicznej

wiadomości treść tekstu jednolitego Statutu Spółki uwzględniającego zmiany, przyjętego uchwałą nr 5 nadzwyczajnego walnego zgromadzenia Agory S.A. w dniu 24 listopada 2015 r.

► Zmiany w spółkach zależnych

W dniu 19 listopada 2015 r. Sąd Rejonowy dla Krakowa–Śródmieścia w Krakowie, XI Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego zarejestrował uchwalone przez zgromadzenie wspólników spółki Sport4People Sp. z o.o. podwyższenie kapitału zakładowego z kwoty 18 000 zł do kwoty 20 000 zł. W efekcie Agora S.A. posiada obecnie łącznie 200 udziałów w kapitale zakładowym spółki o wartości nominalnej 100 zł każdy i łącznej wartości nominalnej 20 000 zł, co daje jej 100% udziału w kapitale zakładowym i 100% głosów na zgromadzeniu wspólników.

W dniu 19 listopada 2015 r. Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego dokonał wpisu zmiany firmy spółki Radiowe Doradztwo Reklamowe Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie na firmę: Doradztwo Mediowe Spółka z o.o.

W dniu 11 grudnia 2015 r. Agora S.A. nabyła 38 udziałów w kapitale zakładowym spółki AdTaily Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie od dwóch wspólników tej spółki za łączną cenę 546 tys. zł. Na skutek powyższej transakcji Agora S.A. posiada obecnie 722 udziałów w kapitale zakładowym AdTaily Sp. z o.o., o wartości nominalnej 50 zł każdy i łącznej wartości nominalnej 36 100 zł, co daje jej 85,95% udziału w kapitale zakładowym i 85,95% głosów na zgromadzeniu wspólników.

W dniu 31 grudnia 2015 r. Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, dokonał wpisu w rejestrze przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, dotyczącego połączenia spółki Grupa Radiowa Agory Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie z jej dwoma spółkami zależnymi. Połączenie nastąpiło poprzez przeniesienie na spółkę Grupa Radiowa Agory Sp. z o.o. całego majątku spółek „Fonia” Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie i BDM Media Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie („Spółki Przejmowane”). Grupa Radiowa Agory Sp. z o.o. była jedynym wspólnikiem Spółek Przejmowanych, a połączenie odbyło się bez podwyższenia jej kapitału zakładowego.

W dniu 31 grudnia 2015 r. Spółka dokonała zapisu podstawowego i dodatkowego na akcje spółki Stopklatka S.A. z siedzibą w Warszawie, w związku z ofertą publiczną 4 641 304 akcji zwykłych na okaziciela Serii E spółki Stopklatka S.A. o wartości nominalnej 1,00 zł każda, oferowanych w ramach prawa poboru dotychczasowym akcjonariuszom. Cena emisyjna za jedną akcję wynosiła 2,30 zł. Emisja została przeprowadzona na podstawie uchwały nr 4 nadzwyczajnego walnego zgromadzenia Stopklatka S.A. z dnia 7 grudnia 2015 r. Memorandum Informacyjne Stopklatki S.A. sporządzone w związku z ww. ofertą publiczną zostało udostępnione do publicznej wiadomości w dniu 17 grudnia 2015 r. W dniu 18 stycznia 2016 r. przydzielono Spółce, w ramach przeprowadzonej subskrypcji, następujące liczby instrumentów finansowych: (i) w wyniku realizacji zapisu podstawowego: 1 902 907, (ii) w wyniku realizacji zapisu dodatkowego: 13 144, które zostały opłacone kwotą pieniężną w łącznej wysokości 4 407 tys. zł. Pozostała, niewykorzystana kwota środków pieniężnych wpłaconych przez Spółkę w związku z dokonanymi zapisami na akcje Stopklatka S.A., wynosząca 10 645 tys. zł, została Spółce zwrócona w dniu 21 stycznia 2016 r. W dniu 9 lutego 2016 roku Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, dokonał wpisu w rejestrze przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego podwyższenia kapitału zakładowego Stopklatki S.A. z kwoty 6 529 956,00 zł do kwoty 11 171 260,00 zł. Agora S.A. posiada obecnie 4 596 203 akcji o wartości nominalnej 1 zł każda i łącznej wartości nominalnej 4 596 203,00 zł, co daje jej 41,14% udziału w kapitale zakładowym i 41,14% głosów na walnym zgromadzeniu Stopklatki S.A.

W dniu 25 stycznia 2016 r. Agora S.A., nabyła 106 udziałów w kapitale zakładowym spółki GoldenLine Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie od wspólników tej spółki za łączną cenę 8 480 tys. zł. Na skutek powyższej transakcji Agora S.A. posiada obecnie 178 udziałów w kapitale zakładowym GoldenLine Sp. z o.o., o wartości nominalnej 1 000 zł każdy i łącznej wartości nominalnej 178 tys. zł, co daje jej 89% udziału w kapitale zakładowym i 89% głosów na zgromadzeniu wspólników. Mniejszościowym wspólnikiem Goldenline Sp. z o.o. pozostaje spółka G.C. Geek Code Ltd, kontrolowana przez Mariusza Gralewskiego - głównego założyciela GoldenLine sp. z o.o. G.C. Geek Code Ltd posiada 22 udziały w GoldenLine stanowiące 11% udziału w kapitale zakładowym oraz dające prawo do 22 głosów na zgromadzeniu wspólników Spółki, stanowiących 11% głosów na zgromadzeniu wspólników Spółki. Umowa sprzedaży przewiduje, że po zawarciu transakcji ustalone zostaną szczegółowe zasady współpracy pomiędzy Agorą, a G.C. Geek Code. W przypadku braku porozumienia w tym zakresie, G.C. Geek Code będzie uprawnione do sprzedaży jej udziałów w kapitale zakładowym Spółki na rzecz Agory, w ciągu 3 miesięcy od daty zawarcia umowy sprzedaży udziałów, na warunkach i zasadach takich samych jak w umowie z dnia 25 stycznia 2016 r.

W dniu 5 lutego 2016 r. Agora S.A. nabyła 8 udziałów w kapitale zakładowym spółki AdTaily Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie od wspólnika tej spółki, za łączną cenę 115 tys. zł. Na skutek powyższej transakcji Agora S.A. posiada obecnie 730 udziałów w kapitale zakładowym AdTaily Sp. z o.o., o wartości nominalnej 50 zł każdy i łącznej wartości nominalnej 36 500 zł, co daje jej 86,90% udziału w kapitale zakładowym i 86,90% głosów na zgromadzeniu wspólników.

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

Tab. 21

a. akcje	stan na 18.02.2016	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 31.12.2015	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 30.09.2015
Bartosz Hojka	2 900	-	-	2 900	-	-	2 900
Tomasz Jagiełło	0	-	-	0	-	-	0
Grzegorz Kossakowski	44 451	-	-	44 451	-	-	44 451
Robert Musiał	1 233	-	-	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 UPRAWNIEN DO NICH (OPCJI) PRZEZ CZŁONKÓW RADY NADZORCZEJ W CZWARTYM KWARTALE 2015 R. I DO DNIA PUBLIKACJI RAPORTU

Tab. 22

a. akcje	stan na 18.02.2016	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 31.12.2015	zmniejszenie	zwiększenie	stan na 30.09.2015
Sławomir S. Sikora	0	-	-	0	-	-	0
Tomasz Sielicki	33	-	-	33	-	-	33
Andrzej Szlęzak	0	-	-	0	-	-	0
Dariusz Formeła	0	-	-	0	-	-	0
Wanda Rapaczynski	882 990	-	-	882 990	12 500	-	895 490
Paweł Mazur	0	-	-	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.

Zgodnie z formalnymi zawiadomieniami otrzymanymi od akcjonariuszy, w szczególności na podstawie art. 69 Ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych. Struktura akcjonariatu aktualna na dzień przekazania poprzedniego raportu kwartalnego, tj. na 9 listopada 2015 r., uległa istotnym zmianom w odniesieniu do dnia przekazania niniejszego raportu.

Na podstawie powyższych zawiadomień, na dzień 9 listopada 2015 r., następujący akcjonariusze mogli wykonywać ponad 5% głosów na walnym zgromadzeniu Spółki:

Tab.23

	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 24 września 2015 r.)	5 401 852	11,33	22 528 252	34,77
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.) (1)	7 594 611	15,93	7 594 611	11,72
w tym: Otwarty Fundusz Emerytalny PZU Złota Jesień (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 27 grudnia 2012 r.) (1)	7 585 661	15,91	7 585 661	11,71
Nationale-Nederlanden Powszechne Towarzystwo Emerytalne S.A. (Nationale – Nederlanden Otwarty Fundusz Emerytalny oraz Nationale – Nederlanden Dobrowolny Fundusz Emerytalny) (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 7 sierpnia 2015 r.) (2)	6 806 704	14,28	6 806 704	10,51

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

(2) liczba akcji wg zawiadomienia akcjonariusza - stan na 7 sierpnia 2015 r.; udziały w głosach i kapitale zakładowym Agory S.A. zostały przeliczone przez Spółkę po rejestracji obniżenia kapitału zakładowego Spółki.

▀ Istotne zmiany struktury akcjonariatu

W dniu 7 grudnia 2015 r. Zarząd Agory S.A. poinformował, że w dniu 7 grudnia 2015 roku otrzymał od Aegon Powszechne Towarzystwo Emerytalne S.A. informację, że w wyniku transakcji nabycia akcji Spółki, dokonanej w dniu 1 grudnia 2015 r. na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie i rozliczonej w dniu 3 grudnia 2015 roku, reprezentowany przez nie Aegon Otwarty Fundusz Emerytalny (dalej: "Fundusz") zwiększył stan posiadania akcji Spółki powyżej 5% głosów na walnym zgromadzeniu Spółki.

Przed nabyciem akcji Fundusz posiadał 3.183.154 akcje Spółki stanowiące 6,678% kapitału zakładowego Spółki i był uprawniony do 3.183.154 głosów na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy Spółki, co stanowiło 4,913% ogólnej liczby głosów.

Według stanu na dzień 3 grudnia 2015 roku na rachunku papierów wartościowych Funduszu znajdowały się 3.283.154 akcje Spółki, co stanowiło 6,888% kapitału zakładowego Spółki. Akcje te uprawniały do 3.283.154 głosów na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy Spółki, co stanowiło 5,067% ogólnej liczby głosów.

Zgodnie z formalnymi zawiadomieniami otrzymanymi od akcjonariuszy, w szczególności na podstawie art. 69 Ustawy z dnia 29 lipca 2005 roku o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych, na dzień przekazania niniejszego raportu kwartalnego następujący akcjonariusze mogą wykonywać ponad 5% głosów na walnym zgromadzeniu Spółki:

Tab.24

	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 24 września 2015 r.)	5 401 852	11,33	22 528 252	34,77
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.)(1)	7 594 611	15,93	7 594 611	11,72
w tym: Otwarty Fundusz Emerytalny PZU Złota Jesień (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 27 grudnia 2012 r.)(1)	7 585 661	15,91	7 585 661	11,71
Nationale - Nederlanden Powszechne Towarzystwo Emerytalne S.A. (Nationale – Nederlanden Otwarty Fundusz Emerytalny oraz Nationale – Nederlanden Dobrowolny Fundusz Emerytalny) (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 7 sierpnia 2015 r.)(2)	6 806 704	14,28	6 806 704	10,51
Aegon Powszechne Towarzystwo Emerytalne S.A. (Aegon Otwarty Fundusz Emerytalny) (zgodnie z ostatnim zawiadomieniem z dnia 7 grudnia 2015 r.)	3 283 154	6,89	3 283 154	5,07

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

(2) liczba akcji wg zawiadomienia akcjonariusza - stan na 7 sierpnia 2015 r.; udziały w głosach i kapitale zakładowym Agory S.A. zostały przeliczone przez Spółkę po rejestracji obniżenia kapitału zakładowego Spółki.

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 powiązаныmi**

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

▶ **Objęcie udziału w spółce powiązanej przez Prezesa Zarządu**

W dniu 2 listopada 2015 r. Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego zarejestrował podwyższenie kapitału zakładowego spółki Agora-Holding Sp. z o.o. do kwoty 62 597,04 zł, w związku z którym to podwyższeniem Bartosz Hojka, Prezes Zarządu Agora S.A., został wspólnikiem Agora-Holding Sp. z o.o., posiadającym 1 udział o wartości 10 427,84 zł w kapitale zakładowym Agora-Holding Sp. z o.o.

GRUPA AGORA

SKRÓCONE ŚRÓDROCZNE SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE FINANSOWE

na 31 grudnia 2015 r. oraz za 3 i 12 miesięcy zakończone
31 grudnia 2015 r.

SKONSOLIDOWANY BILANS NA 31 GRUDNIA 2015 R.

	31 grudnia 2015 niebadane	30 września 2015 niebadane	31 grudnia 2014 zbadane
Aktywa			
Aktywa trwałe:			
Wartości niematerialne	448 064	427 213	399 656
Rzeczowe aktywa trwałe	669 689	669 927	686 411
Długoterminowe aktywa finansowe	98	104	123
Inwestycje rozliczane metodą praw własności	19 938	15 418	16 403
Należności długoterminowe i rozliczenia międzyokresowe	14 179	25 421	33 531
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	10 388	8 435	6 678
	1 162 356	1 146 518	1 142 802
Aktywa obrotowe:			
Zapasy	29 031	28 113	30 182
Należności krótkoterminowe i rozliczenia międzyokresowe	281 716	246 200	268 742
Należności z tytułu podatku dochodowego	121	374	327
Krótkoterminowe aktywa finansowe	105 826	79 072	62 116
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	31 163	29 306	52 330
	447 857	383 065	413 697
Aktywa razem	1 610 213	1 529 583	1 556 499

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

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

	Nota	31 grudnia 2015 niebadane	30 września 2015 niebadane	31 grudnia 2014 zbadane
Pasywa				
Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej:				
Kapitał zakładowy		47 665	47 665	50 937
Akcje własne		-	-	(30 060)
Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej		147 192	147 192	147 192
Zyski/(straty)z lat ubiegłych i roku bieżącego		958 629	943 058	981 520
		1 153 486	1 137 915	1 149 589
Udziały niekontrolujące		16 699	15 297	15 490
Kapitał własny		1 170 185	1 153 212	1 165 079
Zobowiązania długoterminowe:				
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego		22 527	29 284	31 430
Długoterminowe kredyty i pożyczki	3	60 850	61 588	53 276
Pozostałe zobowiązania finansowe	15	16 575	21 287	22 218
Rezerwa na świadczenia emerytalne		2 451	2 575	2 363
Rezerwy na zobowiązania		927	985	1 159
Rozliczenia międzyokresowe i pozostałe zobowiązania	16	15 259	4 587	5 819
		118 589	120 306	116 265
Zobowiązania krótkoterminowe:				
Rezerwa na świadczenia emerytalne		198	30	219
Zobowiązania krótkoterminowe		165 998	131 915	161 510
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego		9 463	3 205	3 376
Krótkoterminowe kredyty i pożyczki	3	46 794	38 784	40 090
Pozostałe zobowiązania finansowe		4 304	3 236	-
Rezerwy na zobowiązania		2 115	2 060	3 532
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe		92 567	76 835	66 428
		321 439	256 065	275 155
Pasywa razem		1 610 213	1 529 583	1 556 499

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

SKONSOLIDOWANY RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT ZA TRZY I DWANAŚCIE MIESIĘCY ZAKOŃCZONE 31 GRUDNIA 2015 R.

	Nota	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2015 niebadane	Dwanaście miesiący zakończone 31 grudnia 2015 niebadane	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2014 niebadane	Dwanaście miesiący zakończone 31 grudnia 2014 zbadane
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	4	353 958	1 189 340	333 694	1 102 417
Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów		(218 572)	(795 591)	(206 149)	(760 363)
Zysk brutto ze sprzedaży		135 386	393 749	127 545	342 054
Koszty sprzedaży		(80 894)	(260 088)	(74 354)	(221 953)
Koszty ogólnego zarządu		(37 406)	(120 619)	(34 046)	(120 126)
Pozostałe przychody operacyjne		5 424	19 917	1 807	13 239
Pozostałe koszty operacyjne		(5 453)	(14 227)	(19 845)	(31 511)
Zysk/(strata) z działalności operacyjnej	4	17 057	18 732	1 107	(18 297)
Przychody finansowe		1 045	4 109	2 338	10 731
Koszty finansowe		(1 662)	(5 164)	(1 573)	(7 472)
Udział w zyskach/(stratach) netto jednostek rozliczanych metodą praw własności		114	(872)	(678)	(2 887)
Zysk/(strata) brutto		16 554	16 805	1 194	(17 925)
Podatek dochodowy		733	(1 486)	8 466	6 899
Zysk/(strata) netto		17 287	15 319	9 660	(11 026)
Przypadający/a na:					
Akcjonariuszy jednostki dominującej		15 752	12 709	8 171	(12 574)
Udziały niekontrolujące		1 535	2 610	1 489	1 548
		17 287	15 319	9 660	(11 026)
Podstawowy/rozwodniony zysk/(strata) przypadający/a na jedną akcję (w zł)		0,33	0,27	0,17	(0,25)

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

SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z CAŁKOWITYCH DOCHODÓW ZA TRZY I DWANAŚCIE MIESIĘCY ZAKOŃCZONE 31 GRUDNIA 2015 R.

	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2015 niebadane	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2015 niebadane	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2014 niebadane	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2014 zbadane
Zysk/(strata) netto za okres	17 287	15 319	9 660	(11 026)
Inne całkowite dochody/(straty): Pozycje, które nie zostaną przeniesione do rachunku zysków i strat				
Zyski/(straty) aktuarialne z tytułu programu określonych świadczeń	293	293	276	276
Podatek dochodowy	(55)	(55)	(52)	(52)
	238	238	224	224
Pozycje, które mogą być przeniesione do rachunku zysków i strat				
	-	-	-	-
Inne całkowite dochody/(straty) ogółem, za okres	238	238	224	224
Całkowite dochody ogółem za okres	17 525	15 557	9 884	(10 802)
Przypadające na:				
Akcjonariuszy jednostki dominującej	15 988	12 945	8 390	(12 355)
Udziały niekontrolujące	1 537	2 612	1 494	1 553
	17 525	15 557	9 884	(10 802)

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

SKONSOLIDOWANE ZESTAWIENIE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM ZA TRZY I DWANAŚCIE MIESIĘCY ZAKOŃCZONE 31 GRUDNIA 2015 R.

Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej

	Kapitał zakładowy	Akcje własne	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	Zyski/(straty) z lat ubiegłych i roku bieżącego	Razem	Udziały niekontrolujące	Kapitał własny razem
Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2015 r.							
Stan na 30 września 2015 r. niebadane	47 665	-	147 192	943 058	1 137 915	15 297	1 153 212
Całkowite dochody za okres sprawozdawczy							
Zysk netto okresu	-	-	-	15 752	15 752	1 535	17 287
Inne całkowite dochody ogółem	-	-	-	236	236	2	238
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	-	15 988	15 988	1 537	17 525
Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym							
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli							
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli ogółem	-	-	-	-	-	-	-
Zmiany w udziale własnościowym w jednostkach podporządkowanych							
Nabycie udziałów niekontrolujących	-	-	-	(417)	(417)	(135)	(552)
Zmiany w udziale własnościowym w jednostkach podporządkowanych ogółem	-	-	-	(417)	(417)	(135)	(552)
Transakcje z właścicielami ogółem	-	-	-	(417)	(417)	(135)	(552)
Stan na 31 grudnia 2015 r. niebadane	47 665	-	147 192	958 629	1 153 486	16 699	1 170 185

SKONSOLIDOWANE ZESTAWIENIE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM ZA TRZY I DWANAŚCIE MIESIĘCY ZAKOŃCZONE 31 GRUDNIA 2015 R.(C. D.)

Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej

	Kapitał zakładowy	Akcje własne	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	Zyski/(straty) z lat ubiegłych i roku bieżącego	Razem	Udziały niekontrolujące	Kapitał własny razem
Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 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 netto okresu	-	-	-	12 709	12 709	2 610	15 319
Inne całkowite dochody ogółem	-	-	-	236	236	2	238
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	-	12 945	12 945	2 612	15 557
Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym							
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli							
Dywidendy spółek zależnych	-	-	-	-	-	(676)	(676)
Skup akcji własnych w celu umorzenia	-	(9 288)	-	-	(9 288)	-	(9 288)
Umorzenie akcji własnych	(3 272)	39 348	-	(36 076)	-	-	-
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli ogółem	(3 272)	30 060	-	(36 076)	(9 288)	(676)	(9 964)
Zmiany w udziale własnościowym w jednostkach podporządkowanych							
Nabycie udziałów niekontrolujących	-	-	-	27	27	(727)	(700)
Wygaśnięcie zobowiązania z tytułu opcji put	-	-	-	213	213	-	213
Zmiany w udziale własnościowym w jednostkach podporządkowanych ogółem	-	-	-	240	240	(727)	(487)
Transakcje z właścicielami ogółem	(3 272)	30 060	-	(35 836)	(9 048)	(1 403)	(10 451)
Stan na 31 grudnia 2015 r. niebadane	47 665	-	147 192	958 629	1 153 486	16 699	1 170 185

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

SKONSOLIDOWANE ZESTAWIENIE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM ZA TRZY I DWANAŚCIE MIESIĘCY ZAKOŃCZONE 31 GRUDNIA 2015 R.(C. D.)

Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej

	Kapitał zakładowy	Akcje własne	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	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.

SKONSOLIDOWANY RACHUNEK PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH ZA TRZY I DWANAŚCIE MIESIĘCY ZAKOŃCZONE 31 GRUDNIA 2015 R.

	Nota	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2015 niebadane	Dwanaście miesiące zakończone 31 grudnia 2015 niebadane	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2014 niebadane	Dwanaście miesiące zakończone 31 grudnia 2014 zbadane
Działalność operacyjna					
Zysk/(strata) brutto		16 554	16 805	1 194	(17 925)
Korekty o pozycje:					
Udział w (zyskach)/stratach netto jednostek rozliczanych metodą praw własności		(114)	872	678	2 887
Amortyzacja rzeczowych aktywów trwałych		19 518	78 426	20 886	84 053
Amortyzacja wartości niematerialnych		4 777	23 562	3 424	11 977
(Zyski)/straty z tytułu różnic kursowych		(55)	(86)	81	139
Odsetki, netto		1 114	3 176	990	4 929
(Zysk)/strata z tytułu działalności inwestycyjnej		1 658	(1 738)	16 547	13 838
Zmiana stanu rezerw		42	(1 582)	269	1 150
Zmiana stanu zapasów		(919)	1 150	(1 607)	(4 335)
Zmiana stanu należności i czynnych rozliczeń międzyokresowych		(36 875)	(27 728)	(21 309)	(19 921)
Zmiana stanu zobowiązań		26 755	293	27 031	18 561
Zmiana stanu biernych rozliczeń międzyokresowych		14 530	23 594	9 406	7 056
Inne korekty		100	750	(39)	(2 472)
Przepływy środków pieniężnych brutto		47 085	117 494	57 551	99 937
Podatek dochodowy zapłacony		(1 536)	(6 418)	(1 187)	(2 117)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej		45 549	111 076	56 364	97 820
Działalność inwestycyjna					
Wpływy ze sprzedaży rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych		3 729	7 177	2 476	14 689
Dywidendy otrzymane		-	-	180	180
Spłata udzielonych pożyczek		-	-	60	2 560
Wpływy z tytułu odsetek		371	1 414	508	2 804
Wpływy ze sprzedaży krótkoterminowych papierów wartościowych		30 532	118 886	14 711	124 867
Pozostałe wpływy	7	-	8 000	9 400	9 400
Wydatki inwestycyjne na rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne		(22 495)	(89 755)	(18 897)	(69 972)
Wydatki netto na nabycie podmiotów zależnych, stowarzyszonych i współkontrolowanych		(4 407)	(12 959)	-	(7 635)
Nabycie krótkoterminowych papierów wartościowych		(44 124)	(146 124)	(26 000)	(110 000)
Udzielone pożyczki		(2 475)	(4 970)	(1 580)	(2 900)
Pozostałe wydatki	19	(10 645)	(10 645)	-	(7 000)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności inwestycyjnej		(49 514)	(128 976)	(19 142)	(43 007)

	Nota	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2015 niebadane	Dwanaście miesiący zakończone 31 grudnia 2015 niebadane	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2014 niebadane	Dwanaście miesiący zakończone 31 grudnia 2014 zbadane
Działalność finansowa					
Wpływy z tytułu kredytów i pożyczek		8 480	33 809	-	3 420
Wpływy z tytułu faktoringu		6 656	24 024	-	-
Nabycie akcji własnych		-	(9 288)	-	(30 060)
Nabycie udziałów niekontrolujących		(552)	(1 319)	(2 666)	(2 839)
Dywidendy wypłacone udziałowcom niekontrolującym		-	(676)	-	(586)
Splata kredytów i pożyczek		(2 648)	(24 753)	(17 192)	(46 864)
Wypływy z tytułu faktoringu		(234)	(1 815)	-	-
Płatności zobowiązań z tytułu umów leasingu finansowego		(4 870)	(19 057)	(4 442)	(18 631)
Odsetki zapłacone		(912)	(3 436)	(1 248)	(6 052)
Pozostałe		(98)	(756)	(143)	(425)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności finansowej		5 822	(3 267)	(25 691)	(102 037)
Zmiana stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów		1 857	(21 167)	11 531	(47 224)
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty					
Na początek okresu obrotowego		29 306	52 330	40 799	99 554
Na koniec okresu obrotowego		31 163	31 163	52 330	52 330

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

NOTY DO SKRÓCONEGO ŚRÓDROCZNEGO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO NA 31 GRUDNIA 2015 R. ORAZ ZA TRZY I DWANAŚCIE MIESIĘCY ZAKOŃCZONE 31 GRUDNIA 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 grudnia 2015 r. grupę kapitałową Agory („Grupa”) stanowiły: spółka dominująca Agora S.A. oraz 19 spółek zależnych. Dodatkowo Grupa posiada udziały w 2 spółkach wspólnie kontrolowanych: Stopklatka S.A. (od 12 marca 2014 r.) i Online Technologies HR Sp. z o.o. oraz w 3 spółkach stowarzyszonych: GoldenLine 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 i dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2015 r., z danymi porównawczymi na dzień 30 września 2015 r., 31 grudnia 2014 r. oraz na dzień i za trzy i dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2014 r.

Sprawozdanie finansowe zostało zatwierdzone do publikacji przez Zarząd Agory S.A. w dniu 18 lutego 2016 r.

2. PODSTAWA SPORZĄDZENIA SKRÓCONEGO ŚRÓDROCZNEGO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO

Skonsolidowany bilans na 31 grudnia 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 i dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 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 grudnia 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 Aneksu nr 1 do umowy kredytowej o Wielocelowy Limit Kredytowy, podpisanego 26 maja 2015 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 2016 r. oraz kredytem w rachunku bieżącym do kwoty 35,0 mln zł z okresem dostępności do dnia 28 maja 2016 r.

W pierwszym kwartale 2015 r. Spółka spłaciła ostatnią ratę linii kredytowej wykorzystanej w latach ubiegłych. Na dzień 31 grudnia 2015 r. Spółka posiadała zadłużenie z tytułu kredytu w rachunku bieżącym w wysokości 17 878 tys. zł.

Na dzień 31 grudnia 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 89 766 tys. zł i składały się na nie:

- kredyty bankowe w łącznej wysokości 38 533 tys. zł (z tego 26 777 tys. zł jest prezentowane w zobowiązaniach długoterminowych),
- zobowiązania z tytułu leasingu finansowego wysokości 51 233 tys. zł (z tego 34 073 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 dzienników: *Gazety Wyborczej*, *Metrocafe.pl* 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 i dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2015 r. i 31 grudnia 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. W przypadku segmentu Film i Książka kwota nakładów inwestycyjnych nie zawiera wydatków poniesionych na wyposażenie kin w zakresie, w jakim są one odsprzedawane właścicielom nieruchomości, w których zlokalizowano kina.

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 grudnia 2015 r.

	Prasa	Film i książka	Reklama zewnętrzna	Internet	Radio	Druk	Pozycje uzgadniające	Razem
Sprzedaż klientom zewnątrznym	78 261	105 755	45 768	44 247	35 168	43 166	1 593	353 958
Sprzedaż do innych segmentów (2)	2 874	6 214	629	1 231	1 313	497	(12 758)	-
Przychody ogółem	81 135	111 969	46 397	45 478	36 481	43 663	(11 165)	353 958
Koszty ogółem (1), (2), (3)	(76 697)	(99 795)	(40 639)	(36 951)	(27 302)	(42 988)	(12 529)	(336 901)
Zysk / (strata) operacyjny (a) (1)	4 438	12 174	5 758	8 527	9 179	675	(23 694)	17 057
Koszty i przychody finansowe							(617)	(617)
Udział w zyskach (stratach) netto jednostek podporządkowanych wycenionych metodą praw własności (3)	-	-	-	(17)	-	-	131	114
Podatek dochodowy							733	733
Zysk netto								17 287

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. (26 546 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 grudnia 2015 r.

	Prasa	Film i książka (3)	Reklama zewnętrzna	Internet	Radio	Druk	Pozycje uzgadniające	Razem
Amortyzacja operacyjna	(2 390)	(7 816)	(3 779)	(1 342)	(727)	(3 751)	(4 156)	(23 961)
Amortyzacja konsolidacyjna (1)	-	(130)	-	(267)	-	-	63	(334)
Odpisy aktualizujące	(1 009)	(210)	(2 209)	(511)	(204)	(9)	(471)	(4 623)
Odwroćenie odpisów aktualizujących	392	-	-	44	43	3	8	490
Nakłady inwestycyjne (2)	669	13 340	14 783	1 162	1 936	2 624	16 570	51 084

(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 6 028 tys. zł.

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

Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2015 r.

	Prasa	Film i książka	Reklama zewnętrzna	Internet	Radio	Druk	Pozycje uzgadniające	Razem
Sprzedaż klientom zewnętrznym	291 457	326 709	153 135	145 698	102 937	163 117	6 287	1 189 340
Sprzedaż do innych segmentów (2)	9 376	18 360	3 005	4 843	4 811	1 575	(41 970)	-
Przychody ogółem	300 833	345 069	156 140	150 541	107 748	164 692	(35 683)	1 189 340
Koszty ogółem (1), (2), (3)	(283 599)	(321 511)	(139 071)	(126 356)	(94 345)	(162 428)	(43 298)	(1 170 608)
Zysk / (strata) operacyjny (a) (1)	17 234	23 558	17 069	24 185	13 403	2 264	(78 981)	18 732
Koszty i przychody finansowe							(1 055)	(1 055)
Udział w zyskach/(stratach) netto jednostek wycenianych metodą praw własności (3)	-	-	(15)	224	-	-	(1 081)	(872)
Podatek dochodowy							(1 486)	(1 486)
Zysk netto								15 319

(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. (90 863 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.)

Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2015 r.

	Prasa	Film i książka (3)	Reklama zewnętrzna	Internet	Radio	Druk	Pozycje uzgadniające	Razem
Amortyzacja operacyjna	(9 754)	(36 809)	(13 218)	(5 379)	(2 814)	(15 849)	(16 817)	(100 640)
Amortyzacja konsolidacyjna (1)	-	(534)	-	(1 068)	-	-	254	(1 348)
Odpisy aktualizujące	(3 157)	(667)	(3 566)	(1 411)	(582)	(225)	(337)	(9 945)
Odwroćenie odpisów aktualizujących	3 760	30	772	308	177	62	8	5 117
Nakłady inwestycyjne (2)	1 683	46 942	49 800	2 804	4 018	4 115	19 770	129 132

Stan na 31 grudnia 2015 r.

	Prasa	Film i książka	Reklama zewnętrzna	Internet	Radio	Druk	Pozycje uzgadniające (4)	Razem
Rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne	72 512	279 033	268 983	48 482	81 279	176 294	191 170	1 117 753
Inwestycje w spółki stowarzyszone i wspólnie kontrolowane wyceniane metodą praw własności	-	-	-	13 267	-	-	6 671	19 938

(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 23 922 tys. zł.

(4) pozycje uzgadniające zawierają głównie wartość siedziby Spółki (114 278 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 grudnia 2014 r.							Razem
	Prasa	Film i książka	Reklama zewnętrzna	Internet	Radio	Druk	Pozycje uzgadniające	
Sprzedaż klientom zewnętrznym	83 176	96 686	42 985	35 158	26 881	47 085	1 723	333 694
Sprzedaż do innych segmentów (2)	2 392	3 549	572	1 593	1 745	355	(10 206)	-
Przychody ogółem	85 568	100 235	43 557	36 751	28 626	47 440	(8 483)	333 694
Koszty ogółem (1), (2), (3)	(92 423)	(89 533)	(37 789)	(30 808)	(23 212)	(45 953)	(12 869)	(332 587)
Zysk / (strata) operacyjny (a) (1)	(6 855)	10 702	5 768	5 943	5 414	1 487	(21 352)	1 107
Koszty i przychody finansowe							765	765
Udział w zyskach (stratach) netto jednostek podporządkowanych wycenionych metodą praw własności (3)			(62)	88			(704)	(678)
Podatek dochodowy							8 466	8 466
Zysk netto								9 660

(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. (24 255 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 grudnia 2014 r.

	Prasa	Film i książka	Reklama zewnętrzna	Internet	Radio	Druk	Pozycje uzgadniające	Razem
Amortyzacja operacyjna	(2 574)	(7 021)	(4 138)	(1 294)	(657)	(3 904)	(4 383)	(23 971)
Amortyzacja konsolidacyjna (1)	-	(135)	-	(267)	-	-	63	(339)
Odpisy aktualizujące	(16 529)	(163)	(1 183)	(106)	(364)	-	(161)	(18 506)
Odwroćenie odpisów aktualizujących	83	2	79	89	19	273	-	545
Nakłady inwestycyjne (2)	334	3 258	6 233	1 363	1 846	3 551	2 513	19 098

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

(2) na podstawie zaksięgowanych w danym okresie faktur;

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

Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2014 r.

	Prasa	Film i książka	Reklama zewnętrzna	Internet	Radio	Druk	Pozycje uzgadniające	Razem
Sprzedaż klientom zewnętrznym	299 014	273 131	146 623	122 888	82 674	171 637	6 450	1 102 417
Sprzedaż do innych segmentów (2)	7 340	9 772	3 142	4 256	4 722	1 419	(30 651)	-
Przychody ogółem	306 354	282 903	149 765	127 144	87 396	173 056	(24 201)	1 102 417
Koszty ogółem (1), (2), (3)	(294 750)	(269 547)	(143 531)	(106 413)	(78 264)	(172 447)	(55 762)	(1 120 714)
Zysk / (strata) operacyjny (a) (1)	11 604	13 356	6 234	20 731	9 132	609	(79 963)	(18 297)
Koszty i przychody finansowe							3 259	3 259
Udział w zyskach/(stratach) netto jednostek wycenianych metodą praw własności (3)			(198)	152			(2 841)	(2 887)
Podatek dochodowy							6 899	6 899
Strata netto								(11 026)

(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. (92 024 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.)

Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2014 r.

	Prasa	Film i książka (3)	Reklama zewnętrzna	Internet	Radio	Druk	Pozycje uzgadniające	Razem
Amortyzacja operacyjna	(9 971)	(26 122)	(16 478)	(5 055)	(2 612)	(16 259)	(18 180)	(94 677)
Amortyzacja konsolidacyjna (1)	-	(539)	-	(1 068)	-	-	254	(1 353)
Odpisy aktualizujące	(18 858)	(485)	(3 177)	(1 005)	(784)	(592)	(425)	(25 326)
Odwroćenie odpisów aktualizujących	690	1 616	377	642	200	56	10	3 591
Nakłady inwestycyjne (2)	1 271	27 132	13 306	4 438	3 056	4 759	7 434	61 396

Stan na 31 grudnia 2014 r.

	Prasa	Film i książka	Reklama zewnętrzna	Internet	Radio	Druk	Pozycje uzgadniające (4)	Razem
Rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne	71 340	270 018	234 944	52 580	71 980	196 382	188 823	1 086 067
Inwestycje w spółki stowarzyszone i współkontrolowane wyceniane metodą praw własności	-	-	15	13 043	-	-	3 345	16 403

(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 6 872 tys. zł.

(4) *pozycje uzgadniające* zawierają głównie wartość siedziby Spółki (118 872 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 (stanowiącego sumę zysku/straty z działalności operacyjnej i amortyzacji), 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	12,60
zmienność kursu akcji Agory S.A. w okresie ostatnich dwunastu miesięcy	%	35,15
kurs bazowy	zł	9,00
stopa wolna od ryzyka	%	1,35-1,58 (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 95,0%.

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

	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2015	Dwanaście miesiące zakończone 31 grudnia 2015	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2014	Dwanaście miesiące zakończone 31 grudnia 2014
Rachunek zysków i strat - zwiększenie/(zmniejszenie) kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników	979	2 781	(844)	(577)
Rachunek zysków i strat – podatek odroczony	(186)	(528)	160	110
Zobowiązania: rozliczenia międzyokresowe - stan na koniec okresu	2 899	2 899	118	118
Aktywo z tytułu podatku odroczonego - stan na koniec okresu	551	551	22	22

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

	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2015	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2015	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2014	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2014
Bartosz Hojka	244	696	(225)	(136)
Tomasz Jagiełło	245	695	(189)	(136)
Grzegorz Kossakowski	245	695	(241)	(169)
Robert Musiał	245	695	(189)	(136)
	979	2 781	(844)	(577)

6. ZMIANY REZERW I ODPISÓW AKTUALIZUJĄCYCH WARTOŚCI AKTYWÓW

W okresie od 1 stycznia 2015 r. do 31 grudnia 2015 r. skorygowano salda odpisów aktualizujących składniki majątkowe o następujące kwoty (w nawiasach kwota zmiany za czwarty kwartał 2015 r.):

- odpisy na aktywa finansowe: spadek o kwotę 63 tys. zł (bez zmian),
- odpisy na należności: spadek o 4 366 tys. zł (wzrost o 149 tys. zł),
- odpisy na zapasy: wzrost o 367 tys. zł (wzrost o 173 tys. zł),
- odpisy aktualizujące wartość rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych: wzrost o 145 tys. zł (wzrost o 1 479 tys. zł).

Ponadto w okresie od 1 stycznia 2015 r. do 31 grudnia 2015 r. zmieniono salda następujących rezerw (w nawiasach kwota zmiany za czwarty kwartał 2015 r.):

- zmniejszono rezerwę na odsetki, kary i podobne o kwotę 44 tys. zł (wzrost o 80 tys. zł),
- zmniejszono rezerwę na koszty związane z umowami rodzącymi obciążenia 232 tys. zł (spadek o 58 tys. zł),
- zmniejszono rezerwę na sprawy sporne i pozostałe o kwotę 1 147 tys. zł (spadek o 24 tys. zł),
- zwiększono rezerwę na odprawy emerytalne o kwotę 67 tys. zł (wzrost o 44 tys. zł),
- wykorzystano rezerwę na koszty związane ze zwolnieniem grupowym na kwotę 227 tys. zł (bez zmian).

7. ZOBOWIĄZANIA WARUNKOWE, UDZIELONE PORĘCZENIA I INNE ZABEZPIECZENIA

Na 31 grudnia 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 grudnia 2015	31 grudnia 2014	Utworzona rezerwa
Udzielone przez Agora S.A.					
Bank Pekao S.A.	Pracownicy Agory	28.01.2016 - 05.07.2020	289	255	-
Bank Pekao S.A.	Doradztwo Mediowe Sp. z o.o.	27.06.2016	14 400	-	-
Bank Pekao S.A.	Trader.com (Polska) Sp. z o.o.	27.06.2016	2 400	-	-
Udzielone przez AMS S.A.					
Tejbrant Polska Sp. z o.o.	Adpol Sp. z o.o.	30.06.2017	3 000	-	-
Udzielone przez Adpol Sp. z o.o.					
mBank S.A.	AMS S.A.	28.02.2017 - 30.04.2017	44 400	-	-
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.	30.04.2016 - 31.12.2017	2 730	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. W trzecim kwartale 2015 r. spółka AMS S.A. zrealizowała warunki uprawniające do obniżenia kwoty złożonych kaucji i środki pieniężne w wysokości 8,0 mln zł zostały spółce zwrócone. W związku z tym, należność z tytułu złożonych kaucji na dzień 31 grudnia 2015 r. wynosi 29,6 mln zł (z tego 10,8 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 grudnia 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 grudnia 2015 r. wynosi 362 tys. zł (na dzień 31 grudnia 2014 r.: 1 421 tys. zł)

Dodatkowo, na dzień 31 grudnia 2015 r. spółki Grupy są stronami sądowych spraw spornych o łącznej wartości 2 573 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 dwunastu miesięcy zakończonych 31 grudnia 2015 r. wynosiły 2 885 tys. zł (dwanaście miesięcy 2014 r.: 2 657 tys. zł).

Wynagrodzenia wypłacone członkom Rady Nadzorczej w okresie dwunastu miesięcy zakończonych 31 grudnia 2015 r. wynosiły 468 tys. zł (dwanaście miesięcy 2014 r.: 407 tys. zł).

(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 grudnia 2015	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2015	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2014	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2014
Spółki powiązane				
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	437	1 238	987	2 339
Zakupy dóbr i usług	(612)	(1 612)	(1 195)	(2 000)
Przychody finansowe z tytułu odsetek od pożyczek udzielonych	57	211	27	153
Pozostałe przychody operacyjne	16	198	98	156
Dywidendy otrzymane	-	-	180	180
	31 grudnia 2015		30 września 2015	31 grudnia 2014
Spółki powiązane				
Należności krótkoterminowe	166		310	400
Zobowiązania krótkoterminowe	512		457	286
Pożyczki udzielone	9 385		6 852	4 203

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 grudnia 2015	30 września 2015
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 Doradztwo Mediowe Sp. z o.o., Warszawa (1),(4)	100,0%	100,0%
9 Trader.com (Polska) Sp. z o.o., Warszawa	100,0%	100,0%
10 AdTaily Sp. z o.o., Kraków (5)	86,0%	81,4%
11 Helios S.A., Łódź	88,5%	88,5%
12 Next Film Sp. z o.o., Łódź (3)	88,5%	88,5%
13 Sport4People Sp. z o.o., Kraków	100,0%	100,0%
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%
17 BDM Media Sp. z o.o., Warszawa (1), (6)	-	100,0%
18 Fonia Sp. z o.o., Warszawa (1), (6)	-	100,0%
19 Green Content Sp. z o.o., Warszawa	100,0%	100,0%
20 Joy Media Sp. z o.o., Warszawa	100,0%	100,0%
21 PTA Sp. z o.o., Warszawa	100,0%	100,0%
Jednostki współkontrolowane i stowarzyszone wyceniane metodą praw własności		
22 GoldenLine Sp. z o.o., Warszawa	36,0%	36,0%
23 Online Technologies HR Sp. z o.o., Szczecin	46,2%	46,2%
24 Instytut Badań Outdooru IBO Sp. z o.o., Warszawa (2)	40,0%	40,0%
25 Stopklatka S.A., Warszawa	41,0%	41,0%
26 Hash.fm Sp. z o.o., Warszawa	49,5%	49,5%
Spółki nie objęte konsolidacją i wyceną metodą praw własności		
27 Polskie Badania Internetu Sp. z o.o., Warszawa	15,8%	15,8%

(1) pośrednio przez GRA Sp. z o.o.;

(2) pośrednio przez AMS S.A.;

(3) pośrednio przez Helios S.A.;

(4) w dniu 19 listopada 2015 r. w Krajowym Rejestrze Sądowym została zarejestrowana zmiana nazwy spółki z Radiowe Doradztwo Reklamowe Sp. z o.o. na Doradztwo Mediowe Sp. z o.o.;

(5) nabycie udziałów od udziałowców niekontrolujących;

(6) w dniu 31 grudnia 2015 r. w Krajowym Rejestrze Sądowym zostało zarejestrowane połączenie spółek BDM Media Sp. z o.o. i Fonia Sp. z o.o. ze spółką Grupa Radiowa Agory Sp. z o.o.

12. POŁĄCZENIA, ZAKUP I SPRZEDAŻ JEDNOSTEK GOSPODARCZYCH

W dniu 19 listopada 2015 r. Sąd Rejonowy dla Krakowa – Śródmieścia w Krakowie, XI Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego zarejestrował uchwalone przez zgromadzenie wspólników spółki Sport4People Sp. z o.o. podwyższenie kapitału zakładowego z kwoty 18 tys. zł do kwoty 20 tys. zł, w wyniku którego Agora S.A. posiada obecnie łącznie 200 udziałów w kapitale zakładowym spółki o wartości nominalnej 100 zł każdy i łącznej wartości nominalnej 20 tys. zł, co daje jej 100% udziału w kapitale zakładowym i 100% głosów na zgromadzeniu wspólników.

W dniu 11 grudnia 2015 r. Agora S.A. nabyła 38 udziałów w kapitale zakładowym spółki AdTaily Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie od dwóch wspólników tej spółki za łączną cenę 546 tys. zł. Na skutek powyższej transakcji Agora S.A. posiada obecnie 722 udziały w kapitale zakładowym AdTaily Sp. z o.o., o wartości nominalnej 50 zł każdy i łącznej wartości nominalnej 36 100 zł, co daje jej 85,95% udziału w kapitale zakładowym i 85,95% głosów na zgromadzeniu wspólników.

W dniu 31 grudnia 2015 r. Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, dokonał wpisu w rejestrze przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, dotyczącego połączenia spółki Grupa Radiowa Agory Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie z jej dwoma spółkami zależnymi. Połączenie nastąpiło poprzez przeniesienie na spółkę Grupa Radiowa Agory Sp. z o.o. całego majątku spółek „Fonia” Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie i BDM Media Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie („Spółki Przejmowane”). Grupa Radiowa Agory Sp. z o.o. była jedynym wspólnikiem Spółek Przejmowanych, a połączenie odbyło się bez podwyższenia jej kapitału zakładowego.

W dniu 31 grudnia 2015 r. Spółka dokonała zapisu podstawowego i dodatkowego na akcje spółki Stopklatka S.A. z siedzibą w Warszawie, w związku z ofertą publiczną 4 641 304 akcji zwykłych na okaziciela Serii E spółki Stopklatka S.A. o wartości nominalnej 1,00 zł każda, oferowanych w ramach prawa poboru dotychczasowym akcjonariuszom. Cena emisyjna za jedną akcję wynosiła 2,30 zł. Emisja została przeprowadzona na podstawie uchwały nr 4 nadzwyczajnego walnego zgromadzenia Stopklatka S.A. z dnia 7 grudnia 2015 r. Memorandum Informacyjne Stopklatki S.A. sporządzone w związku z ww. ofertą publiczną zostało udostępnione do publicznej wiadomości w dniu 17 grudnia 2015 r. W dniu 18 stycznia 2016 r. przydzielono Spółce, w ramach przeprowadzonej subskrypcji, następujące liczby instrumentów finansowych: (i) w wyniku realizacji zapisu podstawowego: 1 902 907, (ii) w wyniku realizacji zapisu dodatkowego: 13 144, które zostały opłacone kwotą pieniężną w łącznej wysokości 4 407 tys. zł. Pozostała, niewykorzystana kwota środków pieniężnych wpłaconych przez Spółkę w związku z dokonanymi zapisami na akcje Stopklatki S.A., wynosząca 10 645 tys. zł, została Spółce zwrócona w dniu 21 stycznia 2016 r. W dniu 9 lutego 2016 roku Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, dokonał wpisu w rejestrze przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego podwyższenia kapitału zakładowego Stopklatki S.A. z kwoty 6 529 956,00 zł do kwoty 11 171 260,00 zł. Agora S.A. posiada obecnie 4 596 203 akcji o wartości nominalnej 1 zł każda i łącznej wartości nominalnej 4 596 203,00 zł, co daje jej 41,14% udziału w kapitale zakładowym i 41,14% głosów na walnym zgromadzeniu Stopklatki S.A.

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 cztery kwartały 2015 r. (za cztery kwartały 2014 r.) przeliczono według kursu stanowiącego średnią arytmetyczną średnich kursów ogłaszanych przez NBP obowiązujących na ostatni dzień każdego miesiąca czterech kwartałów. Kurs ten wyniósł 1 EURO = 4,1848 zł (1 EURO = 4,1893 zł).
- Pozycje bilansowe przeliczono według średniego kursu ogłoszonego przez NBP, obowiązującego na dzień bilansowy. Kurs ten wyniósł na 31 grudnia 2015 r. 1 EURO = 4,2615 zł, na 31 grudnia 2014 r. 1 EURO = 4,2623 zł.

14. RZECZOWE AKTYWA TRWAŁE

W okresie od 1 stycznia 2015 r. do 31 grudnia 2015 r. Grupa nabyła rzeczowe aktywa trwałe o wartości 115 819 tys. zł (w okresie od 1 stycznia 2014 r. do 31 grudnia 2014 r.: 73 059 tys. zł).

Na dzień 31 grudnia 2015 r. zakontraktowane nakłady inwestycyjne dotyczące nabycia rzeczowych aktywów trwałych wynoszą 34 786 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 oraz 600 wiat przystankowych w Krakowie. Proces inwestycyjny w Warszawie rozpoczął się w 2014 r. i potrwa 3 lata. Łączny szacowany koszt budowy wiat w Warszawie to około 80 mln zł. Proces inwestycyjny w Krakowie rozpoczął się w 2015 r. i potrwa 15 lat.

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 grudnia 2015	Poziom 1	Poziom 2	Poziom 3
Jednostki uczestnictwa w funduszach inwestycyjnych	85 772	-	85 772	-
Aktywa finansowe wyceniane w wartości godziwej	85 772	-	85 772	-
Zobowiązania z tytułu opcji put	16 575	-	-	16 575
Zobowiązanie z tytułu płatności warunkowej	4 304	-	-	4 304
Zobowiązania finansowe wyceniane w wartości godziwej	20 879	-	-	20 879
	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

Poniższa tabela przedstawia uzgodnienie pomiędzy bilansem otwarcia a bilansem zamknięcia dla instrumentów finansowych z 3 poziomu hierarchii:

	31 grudnia 2015	31 grudnia 2014
Stan na początek okresu	22 218	27 592
Zwiększenia wynikające z początkowego ujęcia	-	4 483
Wygaśnięcie opcji put ujęte w kapitale własnym (1)	(213)	(6 252)
Zmiany z tytułu wyceny ujęte w rachunku zysków i strat	(507)	(3 605)
Realizacja opcji put (2)	(619)	-
Stan na koniec okresu	20 879	22 218

(1) w 2015 r. wynika z podpisanego w dniu 16 lipca 2015 r. porozumienia o rozwiązaniu umowy inwestycyjnej z udziałowcami niekontrolującymi spółki Sport4People Sp. z o.o.;

(2) wynika z realizacji wezwania do nabycia akcji spółki Helios S.A., w ramach którego Agora S.A. nabyła 44 000 akcji tej spółki w dniu 7 września 2015 r.

Do kluczowych założeń, których zmiana w największym stopniu wpływa na oszacowanie wartości godziwej instrumentów finansowych z 3 poziomu hierarchii należą: prognozowana wysokość wyniku EBITDA (stanowiącego sumę zysku/straty z działalności operacyjnej i amortyzacji) w okresie wynikającym z warunków opcji put oraz stopa dyskontowa.

16. OTRZYMANIE KONCESJI NA ROZPOWSZECHNIANIE PROGRAMU TELEWIZYJNEGO

W dniu 5 listopada 2015 r. Zarząd Agory S.A. poinformował, że powziął informację o podjęciu przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji uchwały o przyznaniu spółce zależnej, działającej pod firmą Green Content Sp. z o.o., koncesji na rozpowszechnianie w sposób cyfrowy rozsiewczy naziemny w multipleksie ósmym programu telewizyjnego pod nazwą Kiwi TV.

W dniu 29 grudnia 2015 r. Zarząd Agory S.A. poinformował, że w dniu 29 grudnia 2015 r. powziął informację o otrzymaniu przez spółkę zależną, działającą pod firmą Green Content Sp. z o.o., decyzji Przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji o udzieleniu koncesji na rozpowszechnianie w sposób cyfrowy rozsiewczy naziemny w multipleksie ósmym programu telewizyjnego pod nazwą Kiwi TV.

Wysokość opłaty koncesyjnej za udzielenie Koncesji na 10 lat wynosi 13 545 tys. zł (z tego na dzień 31 grudnia 2015 r. w zobowiązaniach długoterminowych zaprezentowano 12 190 tys. zł). Kwota ta będzie uiszczona w 10 rocznych ratach i powiększona o opłatę prolongacyjną.

17. WYDARZENIA PO DNIU BILANSOWYM

▀ Nabycie GoldenLine Sp. z o.o.

W dniu 25 stycznia 2016 r. Agora S.A., nabyła 106 udziałów w kapitale zakładowym spółki GoldenLine Sp. z o.o. („GoldenLine”) z siedzibą w Warszawie od współników tej spółki za łączną cenę 8 480 tys. zł. Przed zawarciem powyższej umowy Agora posiadała już 72 udziały w GoldenLine stanowiące 36% kapitału zakładowego spółki oraz dające prawo do 72 głosów, stanowiących 36% głosów na zgromadzeniu współników spółki, które nabyła 29 grudnia 2011 r. Na skutek transakcji z dnia 25 stycznia 2016 r. Agora S.A. posiada obecnie 178 udziałów w kapitale zakładowym GoldenLine, o wartości nominalnej 1 000 zł każdy i łącznej wartości nominalnej 178 tys. zł, co daje jej 89% udziału w kapitale zakładowym i 89% głosów na zgromadzeniu współników.

Mniejszościowym współnikiem Goldenline pozostaje spółka G.C. Geek Code Ltd, kontrolowana przez Mariusza Gralewskiego - głównego założyciela GoldenLine Sp. z o.o. G.C. Geek Code Ltd posiada 22 udziały w GoldenLine stanowiące 11% udziału w kapitale zakładowym oraz dające prawo do 22 głosów na zgromadzeniu współników Spółki,

stanowiących 11% głosów na zgromadzeniu wspólników Spółki. Umowa sprzedaży przewiduje, że po zawarciu transakcji ustalone zostaną szczegółowe zasady współpracy pomiędzy Agorą, a G.C. Geek Code. W przypadku braku porozumienia w tym zakresie, G.C. Geek Code będzie uprawnione do sprzedaży jej udziałów w kapitale zakładowym Spółki na rzecz Agory, w ciągu 3 miesięcy od daty zawarcia umowy sprzedaży udziałów, na warunkach i zasadach takich samych jak w umowie z dnia 25 stycznia 2016 r.

Objęcie kontroli nad Goldenline Sp. z o.o. umożliwi Grupie skoncentrowanie swoich działań z zakresu usług rekrutacyjnych i Employer Branding w tej spółce. W związku z tym w najbliższym czasie Agora planuje zbyć na rzecz Goldenline sp. z o.o. Centrum Kompetencyjne Praca stanowiące organizacyjnie, funkcjonalnie i finansowo wyodrębniony w wewnętrznej strukturze organizacyjnej Agory zespół składników materialnych i niematerialnych (wraz z zobowiązaniami) przeznaczonych do (i) prowadzenia serwisu Gazetapraca.pl oraz (ii) sprzedaży, poprzez zorganizowany, dedykowany i rozlokowany w Polsce dział sprzedaży, rozwiązań rekrutacyjnych, obejmujących sprzedaż ogłoszeń rekrutacyjnych w internecie i prasie, sprzedaż reklam rekrutacyjnych w mediach należących do Spółki oraz (iii) usług związanych z budowaniem marki pracodawcy (tzw. działania Employer Branding) na podstawie zgody wyrażonej w uchwale nr 6 przez Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Agory S.A. z dnia 24 listopada 2015 r. Dzięki tej transakcji Agora wzmocni swoją pozycję rynkową w kategorii Praca oraz dostarczy kompleksowe rozwiązania z dynamicznie rosnącego rynku usług rekrutacyjnych. Skuteczne połączenie potencjału serwisu GazetaPraca.pl, skierowanego do kandydatów aktywnie poszukujących pracy oraz serwisu rekrutacyjno-społecznościowego GoldenLine.pl, który specjalizuje się w rekrutacji kandydatów pasywnych z siłą reklamową mediów Grupy Agora pozwoli w opinii zarządu Spółki walczyć o wzmocnienie pozycji na atrakcyjnym i szybko rosnącym rynku usług rekrutacyjnych i z zakresu Employer Branding, co w dłuższym terminie powinno mieć pozytywny wpływ na przychody osiągnięte przez Grupę.

Rozliczenie nabycia

W wyniku transakcji nabycia opisanej powyżej Grupa objęła kontrolę nad spółką GoldenLine. Od dnia nabycia spółka zostanie objęta konsolidacją metodą pełną. Grupa wycenia udziały niekontrolujące w nabytej spółce proporcjonalnie do ich udziału w zidentyfikowanych aktywach netto.

Wartość godziwa nabytych aktywów i przejętych zobowiązań oraz wartość godziwa przekazanej zapłaty na dzień przejścia kształtowała się następująco:

dane w tys. zł	Wartość godziwa na dzień nabycia
Aktywa	
Wartości niematerialne (1)	20 940
Rzeczowe aktywa trwałe	535
Należności z tytułu dostaw i usług	1 948
Pozostałe należności i rozliczenia międzyokresowe	22
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	2 276
	<hr/> 25 721
Zobowiązania	
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	(3 561)
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług	(415)
Pozostałe zobowiązania krótkoterminowe	(462)
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego	(18)
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	(2 763)
	<hr/> (7 218)
Możliwe do zidentyfikowania aktywa netto w wartości godziwej	<hr/> 18 504
Udziały niekontrolujące	(2 035)
Wartość godziwa dotychczasowych udziałów w spółce	(5 760)
Zapłata przekazana w środkach pieniężnych	(8 480)
Wartość firmy/(okazyjne nabycie) na dzień przejścia	<hr/> (2 228)

(1) zgodnie z wymaganiami MSSF 3, Grupa dokonała wyceny do wartości godziwej nabytych aktywów GoldenLine Sp. z o.o. i rozpoznała trzy wartości niematerialne spełniające warunek identyfikowalności wg MSSF 3, które nie były dotychczas wykazywane w bilansie tej spółki, tj. domenę GoldenLine, wartość aplikacji i technologii IT oraz bazę użytkowników, których łączna wartość godziwa wyniosła 18 740 tys. zł.

Zgodnie z wymaganiami MSSF 3, Grupa dokonała ponownej wyceny dotychczas posiadanych 36% udziałów w spółce do ich wartości godziwej na dzień przejęcia i ujęła stratę w wysokości 5 537 tys. zł (co stanowi 5 760 tys. zł pomniejszone o kwotę 11 297 tys. zł odpowiadającą wartości bilansowej inwestycji wycenianej metodą praw własności na dzień przejęcia). Strata z tytułu ponownej wyceny uprzednio posiadanych udziałów zostanie ujęta w kosztach finansowych w skonsolidowanym rachunku zysków i strat Grupy Agora za pierwszy kwartał 2016 r.

Jednocześnie, w związku z tym, że możliwe do zidentyfikowania aktywa netto wycenione do wartości godziwej na dzień przejęcia przewyższyły wartość godziwą przekazanej zapłaty powiększoną o wartość godziwą dotychczasowych udziałów w spółce i wartość udziałów niekontrolujących, Grupa rozpozna zysk na okazijnym nabyciu w wysokości 2 228 tys. zł, który zostanie ujęty w pozostałych przychodach operacyjnych w skonsolidowanym rachunku zysków i strat Grupy za pierwszy kwartał 2016 r.

W rezultacie, łączny negatywny wpływ transakcji nabycia spółki GoldenLine na skonsolidowany wynik netto Grupy Agora za pierwszy kwartał 2016 r. wyniesie 3 309 tys. zł.

Wartość godziwa należności z tytułu dostaw i usług wyniosła 1 948 tys. zł. Wartość brutto kwot należnych wynikających z umów wyniosła 2 100 tys. zł, z czego na dzień przejęcia przewiduje się, że kwota 152 tys. zł nie będzie możliwa do odzyskania.

Koszty bezpośrednio związane z transakcją nabycia wyniosły 98 tys. zł i zostaną ujęte w kosztach ogólnego zarządu rachunku zysków i strat Grupy Agora w pierwszym kwartale 2016 r.

Przyznane udziałowcowi niekontrolującemu prawo do sprzedaży jego udziałów w kapitale zakładowym spółki na rzecz Agory („opcja put”) spełnia definicję zobowiązania finansowego zgodnie z MSR 32 i zostanie rozpoznane w skonsolidowanym bilansie Grupy w wartości wykupu wynoszącej na dzień przejęcia 1 760 tys. zł. Zgodnie z polityką rachunkowości Grupy, przy początkowym ujęciu, wartość tego zobowiązania pomniejszy pozycję zysków z lat ubiegłych w kapitale własnym Grupy.

► Pozostałe wydarzenia

W dniu 5 lutego 2016 r. Agora S.A. nabyła 8 udziałów w kapitale zakładowym spółki AdTaily Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie od wspólnika tej spółki, za łączną cenę 115 tys. zł. Na skutek powyższej transakcji Agora S.A. posiada obecnie 730 udziałów w kapitale zakładowym AdTaily Sp. z o.o., o wartości nominalnej 50 zł każdy i łącznej wartości nominalnej 36 500 zł, co daje jej 86,90% udziału w kapitale zakładowym i 86,90% głosów na zgromadzeniu wspólników.

W dniu 9 lutego 2016 r. Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, dokonał wpisu w rejestrze przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego podwyższenia kapitału zakładowego spółki Stopklatka S.A. z kwoty 6 529 956,00 zł do kwoty 11 171 260,00 zł. Agora S.A. posiada obecnie 4 596 203 akcji o wartości nominalnej 1 zł każda i łącznej wartości nominalnej 4 596 203,00 zł, co daje jej 41,14% udziału w kapitale zakładowym i 41,14% głosów na walnym zgromadzeniu Stopklatki S.A.

18. WYBRANE SKONSOLIDOWANE DANE Z PRZELICZENIEM NA EURO

	w tys. zł		w tys. EURO	
	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2015 niebadane	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2014 zbadane	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2015 niebadane	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2014 zbadane
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	1 189 340	1 102 417	284 205	263 151
Zysk/(strata) z działalności operacyjnej	18 732	(18 297)	4 476	(4 368)
Zysk/(strata) brutto	16 805	(17 925)	4 016	(4 279)
Zysk/(strata) netto przypadająca na akcjonariuszy jednostki dominującej	12 709	(12 574)	3 037	(3 001)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej	111 076	97 820	26 543	23 350
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności inwestycyjnej	(128 976)	(43 007)	(30 820)	(10 266)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności finansowej	(3 267)	(102 037)	(781)	(24 357)
Zmiana stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	(21 167)	(47 224)	(5 058)	(11 273)
Aktywa razem	1 610 213	1 556 499	377 851	365 178
Zobowiązania długoterminowe	118 589	116 265	27 828	27 278
Zobowiązania krótkoterminowe	321 439	275 155	75 429	64 556
Kapitał własny akcjonariuszy jednostki dominującej	1 153 486	1 149 589	270 676	269 711
Kapitał zakładowy	47 665	50 937	11 185	11 951
Średnia ważona liczba akcji (w szt.)	47 906 531	50 183 961	47 906 531	50 183 961
Podstawowy/rozwodniony zysk/(strata) przypadający/a na jedną akcję (w zł / EURO)	0,27	(0,25)	0,06	(0,06)
Wartość księgowa na jedną akcję (w zł / EURO)	24,08	22,91	5,65	5,37

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

Jednostkowy bilans na 31 grudnia 2015 r.

	31 grudnia 2015 niebadane	30 września 2015 niebadane	31 grudnia 2014 zbadane
Aktywa			
Aktywa trwałe:			
Wartości niematerialne	59 635	58 697	61 664
Rzeczowe aktywa trwałe	281 851	286 458	314 725
Długoterminowe aktywa finansowe	569 446	572 674	572 069
Należności długoterminowe i rozliczenia międzyokresowe	17 912	534	8 164
	928 844	918 363	956 622
Aktywa obrotowe:			
Zapasy	19 566	19 338	20 601
Należności krótkoterminowe i rozliczenia międzyokresowe	175 499	185 117	186 855
Należności z tytułu podatku dochodowego	-	89	24
Krótkoterminowe aktywa finansowe	83 715	36 602	3 616
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	11 682	12 439	28 075
	290 462	253 585	239 171
Aktywa razem	1 219 306	1 171 948	1 195 793

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

	31 grudnia 2015 niebadane	30 września 2015 niebadane	31 grudnia 2014 zbadane
Pasywa			
Kapitał własny:			
Kapitał zakładowy	47 665	47 665	50 937
Akcje własne	-	-	(30 060)
Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej wartości nominalnej	147 192	147 192	147 192
Pozostałe kapitały rezerwowe	119 855	119 684	137 289
Zyski/(straty) z lat ubiegłych i roku bieżącego	696 049	680 892	700 798
	1 010 761	995 433	1 006 156
Zobowiązania długoterminowe:			
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	12 182	15 904	21 376
Pozostałe zobowiązania finansowe	-	4 483	4 483
Rezerwa na świadczenia emerytalne	1 905	2 003	1 844
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	15	19	118
Pozostałe zobowiązania długoterminowe	81	77	79
	14 183	22 486	27 900
Zobowiązania krótkoterminowe:			
Rezerwa na świadczenia emerytalne	163	20	175
Zobowiązania krótkoterminowe	108 801	81 288	91 654
Krótkoterminowe kredyty i pożyczki	17 878	5 519	8 643
Pozostałe zobowiązania finansowe	16 865	22 342	22 108
Rezerwy na zobowiązania	297	257	1 241
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	50 358	44 603	37 916
	194 362	154 029	161 737
Pasywa razem	1 219 306	1 171 948	1 195 793

Jednostkowy rachunek zysków i strat za trzy i dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2015 r.

	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2015 niebadane	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2015 niebadane	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2014 niebadane	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2014 zbadane
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	180 939	659 520	186 243	628 891
Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów	(106 730)	(409 842)	(105 351)	(392 017)
Zysk brutto ze sprzedaży	74 209	249 678	80 892	236 874
Koszty sprzedaży	(66 087)	(225 179)	(66 666)	(201 727)
Koszty ogólnego zarządu	(24 705)	(81 205)	(22 169)	(82 047)
Pozostałe przychody operacyjne	22 452	29 772	570	3 652
Pozostałe koszty operacyjne	(2 041)	(6 861)	(18 304)	(23 016)
Zysk/(strata) z działalności operacyjnej	3 828	(33 795)	(25 677)	(66 264)
Przychody finansowe	8 800	40 488	26 830	34 830
Koszty finansowe	(961)	(1 934)	(460)	(2 125)
Zysk/(strata) brutto	11 667	4 759	693	(33 559)
Podatek dochodowy	3 490	8 963	5 323	7 575
Zysk/(strata) netto	15 157	13 722	6 016	(25 984)
Podstawowy/rozwodniony zysk/(strata) przypadający/(-a) na jedną akcję	0,32	0,29	0,12	(0,52)

Jednostkowe sprawozdanie z całkowitych dochodów za trzy i dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2015 r.

	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2015 niebadane	Dwanaście miesiący zakończone 31 grudnia 2015 niebadane	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2014 niebadane	Dwanaście miesiący zakończone 31 grudnia 2014 zbadane
Zysk/(strata) netto za okres	15 157	13 722	6 016	(25 984)
Inne całkowite dochody / (straty):				
Pozycje, które nie zostaną przeniesione do rachunku zysków i strat				
Zyski/(straty) aktuarialne z tytułu programu określonych świadczeń	212	212	154	154
Podatek dochodowy	(40)	(40)	(29)	(29)
	172	172	125	125
Pozycje, które mogą być przeniesione do rachunku zysków i strat				
Inne całkowite dochody/ (straty) ogółem, za okres	172	172	125	125
Całkowite dochody ogółem za okres	15 329	13 894	6 141	(25 859)

Jednostkowe zestawienie zmian w kapitale własnym za trzy i dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 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 grudnia 2015 r.						
Stan na 30 września 2015 r. niebadane	47 665	-	147 192	119 684	680 892	995 433
Całkowite dochody za okres sprawozdawczy						
Zysk netto za okres	-	-	-	-	15 157	15 157
Inne całkowite dochody ogółem	-	-	-	172	-	172
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	-	172	15 157	15 329
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 grudnia 2015 r. niebadane	47 665	-	147 192	119 855	696 049	1 010 761

Jednostkowe zestawienie zmian w kapitale własnym za trzy i dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 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 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						
Zysk netto za okres	-	-	-	-	13 722	13 722
Inne całkowite dochody ogółem	-	-	-	172	-	172
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	-	172	13 722	13 894
Transakcje z właścicielami, ujęte bezpośrednio w kapitale własnym						
Dopłaty od i wypłaty do właścicieli						
Skup akcji własnych w celu umorzenia	-	(9 288)	-	-	-	(9 288)
Umorzenie akcji własnych	(3 272)	39 348	-	3 272	(39 348)	-
Kapitał rezerwowy przeznaczony na skup akcji własnych	-	-	-	(20 877)	20 877	-
Pozostałe	-	-	-	(1)	-	(1)
Całkowite dopłaty od i wypłaty do właścicieli	(3 272)	30 060	-	(17 606)	(18 471)	(9 289)
Stan na 31 grudnia 2015 r. niebadane	47 665	-	147 192	119 855	696 049	1 010 761

Jednostkowe zestawienie zmian w kapitale własnym za trzy i dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 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

Jednostkowy rachunek przepływów pieniężnych za trzy i dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2015 r.

	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2015 niebadane	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2015 niebadane	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2014 niebadane	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2014 zbadane
Działalność operacyjna				
Zysk/(strata) brutto	11 667	4 759	693	(33 559)
Korekty o pozycje:				
Amortyzacja rzeczowych aktywów trwałych	7 966	32 315	8 323	33 972
Amortyzacja wartości niematerialnych	2 723	17 315	2 404	7 899
(Zyski)/straty z tytułu różnic kursowych	(358)	(1 973)	(1 360)	(3 611)
Odsetki, netto	(117)	(591)	(168)	(445)
(Zysk)/strata z tytułu działalności inwestycyjnej	(19 491)	(22 076)	14	(3 537)
Przychody z tytułu dywidend	(7 000)	(34 429)	(8 274)	(9 618)
Zmiana stanu rezerw	85	(895)	466	(57)
Zmiana stanu zapasów	(228)	1 035	(2 643)	(4 659)
Zmiana stanu należności i czynnych rozliczeń międzyokresowych	(18 649)	(1 720)	(12 169)	(4 916)
Zmiana stanu zobowiązań	22 309	16 595	8 007	9 004
Zmiana stanu biernych rozliczeń międzyokresowych	5 638	12 225	3 328	3 400
Inne korekty	191	713	318	975
Przepływy środków pieniężnych brutto	4 736	23 273	(1 061)	(5 152)
Podatek dochodowy (zapłacony)/zwrócony	(272)	(272)	(142)	340
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej	4 464	23 001	(1 203)	(4 812)
Działalność inwestycyjna				
Wpływy ze sprzedaży rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych	1 563	3 215	-	456
Dywidendy otrzymane	33 041	42 704	180	1 344
Splata udzielonych pożyczek	8 263	9 852	610	4 260
Wpływy z tytułu odsetek	1 163	1 852	7 926	9 923
Wpływy ze sprzedaży krótkoterminowych papierów wartościowych	-	29 029	-	98 043
Wpływy ze spłaty należności z tytułu leasingu finansowego	4 147	16 096	3 404	12 668
Zwrot dopłat do kapitału	-	-	1 250	1 250
Wydatki inwestycyjne na rzeczowe aktywa trwałe i wartości niematerialne	(2 976)	(15 621)	(4 177)	(24 590)
Inwestycje w podmioty zależne, stowarzyszone i współkontrolowane	(4 959)	(5 918)	(3 163)	(21 334)
Nabycie krótkoterminowych papierów wartościowych	(34 100)	(94 100)	-	(49 000)
Udzielone pożyczki	(2 000)	(4 000)	(1 200)	(1 860)

	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2015 niebadane	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2015 niebadane	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2014 niebadane	Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2014 zbadane
Pozostałe wydatki (1)	(10 645)	(10 645)	-	-
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności inwestycyjnej	(6 503)	(27 536)	4 830	31 160
Działalność finansowa				
Wpływy z tytułu kredytów i pożyczek	12 359	18 509	-	-
Wpływy z tytułu cash poolingu	-	3 446	22 080	22 080
Nabycie akcji własnych	-	(9 288)	-	(30 060)
Spłata kredytów i pożyczek	-	(9 363)	(9 082)	(34 939)
Wydatki z tytułu cash poolingu	(10 906)	(14 122)	-	-
Odsetki zapłacone	(122)	(541)	(127)	(995)
Inne	(49)	(499)	(57)	(590)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności finansowej	1 282	(11 858)	12 814	(44 504)
Zmiana stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	(757)	(16 393)	16 441	(18 156)
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty				
Na początek okresu obrotowego	12 439	28 075	11 634	46 231
Na koniec okresu obrotowego	11 682	11 682	28 075	28 075

(1) dotyczą kwoty środków pieniężnych, która została wpłacona przez Spółkę w związku z dokonanymi zapisami na akcje Stopklatka S.A. opisanymi w nocie 12 i została Spółce zwrócona w dniu 21 stycznia 2016 r.

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 grudnia 2015 r. przedstawiały się następująco (w nawiasach kwota zmiany za czwarty kwartał 2015 r.):

- odpisy na aktywa finansowe: spadek o kwotę 802 tys. zł (spadek o 50 tys. zł),
- odpisy na należności: spadek o 2 491 tys. zł (wzrost o 317 tys. zł),
- odpisy na zapasy: wzrost o kwotę 332 tys. zł (wzrost o 168 tys. zł),
- odpisy aktualizujące wartość rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych: spadek o kwotę 1 351 tys. zł (wzrost o 326 tys. zł),
- zmniejszono rezerwę na sprawy sporne o kwotę 944 tys. zł (wzrost o 40 tys. zł),
- zwiększono rezerwę na odprawy emerytalne o kwotę 49 tys. zł (wzrost o 45 tys. zł).

W okresie od 1 stycznia 2015 r. do 31 grudnia 2015 r. Spółka nabyła rzeczowe aktywa trwałe o wartości 13 659 tys. zł (w okresie od 1 stycznia 2014 r. do 31 grudnia 2014 r.: 25 046 tys. zł).

Na dzień 31 grudnia 2015 r. zakontraktowane nakłady inwestycyjne dotyczące rzeczowych aktywów trwałych wynosiły 2 962 tys. zł.

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

Na dzień 31 grudnia 2015 r. pozostałe zobowiązania finansowe krótkoterminowe obejmują zobowiązanie z tytułu płatności warunkowej wobec akcjonariusza niekontrolującego spółki Helios S.A. w wysokości 4 304 tys. zł oraz zobowiązania Agory S.A. wobec spółek zależnych wynikające z rozliczeń w ramach systemu cash pooling funkcjonującego w Grupie Agora od 5 grudnia 2014 r.

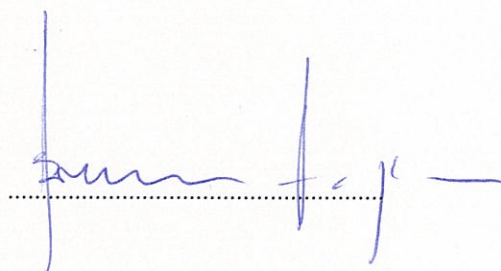
Pozostałe przychody operacyjne Spółki w czwartym kwartale 2015 r. zawierają m. in. pozytywny wpływ rozwiązania umowy najmu maszyn drukarskich i urządzeń towarzyszących oraz ich odsprzedaży do spółki zależnej Agory Poligrafii Sp. z o.o. w wysokości 19 139 tys. zł.

Wybrane jednostkowe dane finansowe wraz z przeliczeniem na EURO

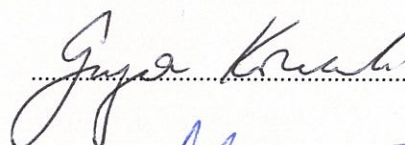
	w tys. zł		w tys. EURO	
	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2015 niebadane	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2014 zbadane	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2015 niebadane	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2014 zbadane
Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	659 520	628 891	157 599	150 118
Strata z działalności operacyjnej	(33 795)	(66 264)	(8 076)	(15 817)
Zysk/(strata) brutto	4 759	(33 559)	1 137	(8 011)
Zysk/(strata) netto	13 722	(25 984)	3 279	(6 202)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej	23 001	(4 812)	5 496	(1 149)
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności inwestycyjnej	(27 536)	31 160	(6 580)	7 438
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności finansowej	(11 858)	(44 504)	(2 834)	(10 623)
Zmiana stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	(16 393)	(18 156)	(3 917)	(4 334)
Aktywa razem	1 219 306	1 195 793	286 121	280 551
Zobowiązania długoterminowe	14 183	27 900	3 328	6 546
Zobowiązania krótkoterminowe	194 362	161 737	45 609	37 946
Kapitał własny	1 010 761	1 006 156	237 184	236 059
Kapitał zakładowy	47 665	50 937	11 185	11 951
Średnia ważona liczba akcji (w szt.)	47 906 531	50 183 961	47 906 531	50 183 961
Podstawowa/rozwodniona strata przypadająca na jedną akcję (w zł / EURO)	0,29	(0,52)	0,07	(0,12)
Wartość księgowa na jedną akcję (w zł / EURO)	21,10	20,05	4,95	4,70

Warszawa, 18 lutego 2016 r.

Bartosz Hojka - Prezes Zarządu



Grzegorz Kossakowski - Członek Zarządu



Robert Musiał - Członek Zarządu



Tomasz Jagiełło - Członek Zarządu

