

Szanowni akcjonariusze,

2015 r. upłynął w Agorze pod znakiem skutecznej realizacji *Planu rozwoju Grupy Agora na najbliższe lata* ogłoszonego w marcu 2014 r. Podejmowane działania mają umożliwić Grupie zwiększenie skali działalności poprzez wzrost przychodów, przy jednoczesnej poprawie rentowności.

Inicjatywy zrealizowane przez nas w 2015 r. przyniosły doskonały efekt – Grupa odnotowała nie tylko wzrost przychodów, ale także poprawiła rentowność. To rezultat przede wszystkim rekordowych wyników wybranych segmentów Grupy oraz poprawy rentowności we wszystkich obszarach działalności. Dodatkowo, segment Prasa skutecznie kontynuuje proces transformacji cyfrowej. Jego efektem było osiągnięcie na koniec 2015 r. poziomu ponad 77 tys. płatnych subskrypcji *Gazety Wyborczej*. Ta liczba cieszy tym bardziej, że zrealizowaliśmy zakładany cel o rok szybciej niż pierwotnie planowaliśmy. To dobry sygnał potwierdzający właściwy wybór sposobu zmiany modelu biznesowego działalności prasowej. Stopniowo wzmocniamy obecność na rynku telewizyjnym. Stopklatka TV, rozwijana wspólnie z partnerem, utrzymuje 1-procentowy poziom oglądalności - będziemy pracować nad jego dalszym rozwojem. Kolejnym krokiem w budowaniu naszej pozycji na rynku telewizyjnym była wygrana w postępowaniu koncesyjnym na nadawanie uniwersalnego kanału telewizyjnego o profilu lifestyle'owym w multipleksie ósmym naziemnej telewizji cyfrowej, który według zapowiedzi ma zostać uruchomiony jesienią 2016 r.

Wyniki 2015 r. potwierdziły skuteczność wybranego przez nas sposobu rozwoju Grupy. Dlatego w najbliższej przyszłości z jeszcze większą determinacją będziemy kontynuować realizację zaplanowanych zadań. 2016 będzie pierwszym rokiem, w którym zakończymy część dużych projektów i samodzielnie rozpoczniemy działalność na rynku telewizyjnym.

Priorytetem Agory pozostaje skuteczna transformacja działalności prasowej. Opiera się ona na dwóch głównych filarach: poprawie rentowności naszych tytułów prasowych w ich tradycyjnym wydaniu oraz budowie solidnej bazy prenumeraty cyfrowej i - w dalszym kroku - jej skutecznej monetyzacji. Kolejny ambitny cel jaki sobie stawiamy w tym procesie to osiągnięcie poziomu 90 tys. płatnych subskrypcji cyfrowych *Gazety Wyborczej* na koniec 2016 r.

Chcemy umocnić pozycję Agory na rynku telewizyjnym. W najbliższym czasie skupimy się na działaniach dających możliwość zwiększenia oglądalności kanału Stopklatka TV oraz efektywności biznesowej tego przedsięwzięcia. Jednak nasze główne zadanie na 2016 r. to zwiększenie obecności na rynku telewizyjnym poprzez uruchomienie nowego kanału na ósmym multipleksie.

Priorytetem dla działalności internetowej Grupy jest intensywny rozwój w obszarze usług mobilnych i wideo oraz dalsza dywersyfikacja źródeł przychodów. Planujemy inwestycje w treści i aplikacje głównych marek. Dynamicznie rozwijamy usługi pośrednictwa sprzedaży reklam, które stają się istotnym źródłem przychodów segmentu.

W sferze działalności kinowej chcemy nadal rozwijać sieć kin Helios – w 2016 r. otwarte zostaną kolejne nowe obiekty kinowe. Planujemy również kontynuację działalności związanej z dystrybucją kinową oraz produkcją filmową. W 2016 r. wprowadzimy do kin 8 filmów, w tym 3 zrealizowane w koprodukcji Agory i 1, którego będziemy wiodącym producentem.

Na rynku reklamy zewnętrznej priorytetem Grupy Agora pozostaje umocnienie pozycji w segmencie nośników premium. W 2016 r. planujemy zakończyć budowę 1 580 wiat w Warszawie. Wierzymy, że jest to przełomowy projekt na polskim rynku reklamy zewnętrznej. AMS ma szansę kształtować ten rynek w perspektywie najbliższych lat, dlatego planujemy udział w podobnych projektach w innych polskich miastach. Dodatkowo, segment już w 2015 r. osiągnął poziom rentowności zaplanowany na 2017 r.

Nadrzędnym celem naszej działalności radiowej jest poprawa rentowności – ogłoszony w 2014 r. przez zarząd Agory poziom rentowności segmentu w 2017 r. został zrealizowany już w 2015 r. Dodatkowo, dzięki przeprowadzonym akwizycjom uruchomiliśmy nową stację muzyczną pod marką Radio Pogoda. Chcemy ją rozwijać w ramach naszego portfela marek. Dalszy rozwój organiczny działalności radiowej jest uzależniony od liczby dostępnych w Polsce częstotliwości. Celem Grupy pozostaje pozyskanie jak największej liczby koncesji, aby poszerzyć zasięg techniczny obecnie działających stacji - w 2015 r. udało nam się zwiększyć potencjał zasięgowy rozgłośni informacyjnej oraz muzycznej.

Jednym z celów ogłoszonych przez Grupę była również optymalizacja kosztów wspólnych usług i infrastruktury. W 2015 r. dzięki działaniom optymalizacyjnym wykonaliśmy istotny postęp w realizacji tego celu nieomal osiągając planowane wskaźniki już w 2015 r.

W naszej ocenie widoczne są już pozytywne efekty realizacji naszych planów na najbliższe lata. Jesteśmy przekonani, że konsekwentne wdrożenie całego planu umożliwi Grupie Agora nie tylko poprawę efektywności i zwiększenie skali działalności, ale przede wszystkim wzrost wartości dla akcjonariuszy.

Realizując cele biznesowe i finansowe, chcemy być pierwszym i oczywistym wyborem dla użytkowników i partnerów, którym nasze media i przedsięwzięcia dostarczają wiarygodnych informacji, jakościowego dziennikarstwa, godziwej rozrywki i nowatorskich rozwiązań zapewniających skuteczne dotarcie do klientów.

Dziękuję wszystkim: akcjonariuszom, klientom i pracownikom za wsparcie i zaufanie pokładane w Agorze, a czytelnikom, użytkownikom, słuchaczom i widzom - za zainteresowanie.

Bartosz Hojka
Prezes zarządu Agory S.A.

