

Szanowni Państwo, Drodzy Akcjonariusze,

Za nami kolejny rok głębokiej transformacji Grupy Agora: restrukturyzacji prasy i rozwoju biznesów pozaprasowych. Efektem tych działań jest utrzymujący się trend wzrostowy przychodów Grupy oraz satysfakcjonujący wynik operacyjny na koniec 2016 r. To półmetek i kolejny etap udanej realizacji „Planu rozwoju na najbliższe lata”, ogłoszonego w marcu 2014 r. Cieszymy się, że inicjatywy konsekwentnie wdrażane przez nas od trzech lat przynoszą dobre rezultaty i pozwalają wybranym biznesom Grupy notować rekordowe wyniki.

Segment Prasa z sukcesami kontynuuje proces transformacji cyfrowej. Na koniec 2016 r. liczba aktywnych płatnych subskrypcji *Gazety Wyborczej* wyniosła blisko 100 tysięcy. Natomiast pion Czasopisma odnotował dynamiczny wzrost przychodów ze sprzedaży usług reklamowych, m.in. dzięki wdrożeniu rozwiązań e-commerce w wybranych serwisach. To dobry sygnał, potwierdzający właściwy wybór sposobu zmiany modelu biznesowego naszej działalności prasowej. Jednocześnie zmagaliśmy się z wyjątkowo negatywnymi trendami na rynku prasy drukowanej. Rozstaliśmy się z częścią pracowników i zdecydowaliśmy o zaprzestaniu wydawania dwóch tytułów.

Pomimo wyzwań, z jakimi mierzyliśmy się jako organizacja w 2016 r., wyniki osiągnięte przez Grupę Agora potwierdziły skuteczność wdrażanej przez nas strategii rozwoju. Miniony rok był rekordowy w historii spółki Helios, zarówno pod względem przychodów, jak i pod względem wyniku. To bez wątpienia efekt konsekwentnej polityki inwestycyjnej na rynku kinowym. Dlatego chcemy nadal rozbudowywać sieć Helios. Będziemy również rozwijali działalność związaną z dystrybucją oraz z produkcją filmową. Już początek 2017 r. przyniósł nam spektakularne sukcesy dzięki ogromnej popularności obrazów wprowadzanych do kin, m.in. filmu „Sztuka Kochania” o Michalinie Wiśłockiej.

Na rynku reklamy zewnętrznej priorytetem Grupy Agora pozostaje umocnienie pozycji lidera w segmencie nośników premium. W 2017 r. zakończymy realizację kontraktu na budowę 1 580 wiat w Warszawie. To przełomowy projekt w polskiej reklamie zewnętrznej, który istotnie zmienia kształt tego rynku. A AMS osiąga cele biznesowe dużo wcześniej oraz istotnie powyżej założeń. Ubiegły rok zakończył z najlepszym wynikiem w swojej historii i pracuje nad podobnymi projektami w innych polskich miastach.

Z kolei priorytetem dla działalności internetowej Grupy jest intensywny rozwój w najszybciej rosnących segmentach rynku internetowego. Planujemy inwestycje w treści, nowe formaty i aplikacje mobilne. Dynamicznie rozwijamy obszary wideo oraz programmatic. Nasz portal *Gazeta.pl* jest medium nr 1 w mediach społecznościowych. A nasze inwestycje w rozwój przynoszą wymierne korzyści. Przykładem na to jest spółka Yieldbird, która bardzo szybko się rozwija, także poza Polską, istotnie zwiększając przychody i zysk.

Nadrzędnym celem naszej działalności radiowej jest wzrost rentowności. Jednocześnie realizujemy skuteczną strategię rozwoju. Uruchomione w 2015 r. Radio Pogoda błyskawicznie zyskało ogromną popularność, a wszystkie stacje Grupy Radiowej Agory osiągnęły w ubiegłym roku najwyższy zasięg dzienny w historii.

Z sukcesem działamy na rynku telewizyjnym. Stopklatka TV, rozwijana wspólnie z partnerem, przekroczyła 1-procentowy poziom oglądalności i osiągnęła rentowność. 2 grudnia 2016 r. uruchomiliśmy swój pierwszy własny kanał telewizyjny pod nazwą METRO na ósmym multipleksie naziemnej telewizji cyfrowej. Od dnia uruchomienia METRO notuje najlepsze wyniki w porównaniu z innymi kanałami działającymi na tym multipleksie. Udało nam się pozyskać także uznaną na świecie spółkę jako partnera do kanału METRO.

Priorytetem Agory pozostaje skuteczna transformacja działalności prasowej. Zmiana modelu biznesowego działalności prasowej opiera się na dwóch głównych filarach: poprawie rentowności naszych tytułów prasowych w ich tradycyjnym wydaniu oraz budowie solidnej bazy prenumeraty cyfrowej i jej skutecznej monetyzacji. Kolejnym celem, jaki sobie stawiamy w tym procesie, to osiągnięcie liczby 110 tys. aktywnych płatnych subskrypcji cyfrowych *Gazety Wyborczej* na koniec 2017 r. Jednak nadrzędnym zadaniem jest dla nas wzrost średniego przychodu z każdej prenumeraty cyfrowej dziennika oraz wpływów z reklam i usług internetowych w serwisach związanych z tytułami prasowymi Agory.

Jednym z celów ogłoszonych przez Grupę było utrzymanie wyniku segmentu Druk na rentownym poziomie. W 2016 r. nie udało się tego zrealizować. Ambicją Zarządu jest poprawa wyniku tego segmentu w 2017 r. Grupa prowadzi również skuteczne działania w zakresie redukcji kosztów wspólnych usług i infrastruktury. W 2016 r. dzięki działaniom optymalizacyjnym osiągnęliśmy w tym obszarze duży postęp.

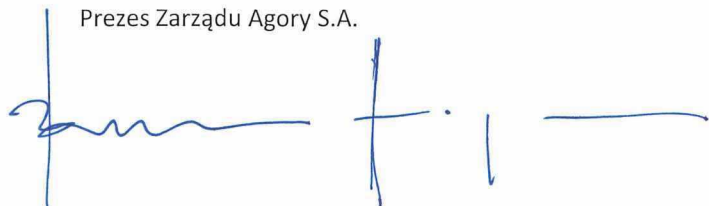
Podsumowując, widzimy pozytywne efekty realizacji naszych planów rozwojowych, pomimo dodatkowych wyzwań, z jakimi przyszło nam się zmierzyć. Z sukcesami dostosowujemy naszą ofertę do wymagań szybko zmieniającego się rynku prasy oraz systematycznie zwiększamy przychody z innych źródeł.

Jesteśmy przekonani, że konsekwentne wdrożenie całego „Planu rozwoju Grupy Agora na najbliższe lata” podkreśli efekty transformacji, zaowocuje poprawą wyników i przyczyni się do wzrostu 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, ciekawej rozrywki czy nowatorskich rozwiązań zapewniających skuteczne dotarcie do klientów.

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

Bartosz Hojka
Prezes Zarządu Agory S.A.

A handwritten signature in blue ink, consisting of a series of connected loops and a long horizontal stroke at the end.