

Szanowni Państwo, Drodzy Akcjonariusze!

Rok 2018 był dla Grupy Agora niezmiernie ważny – przedstawiliśmy wówczas strategię Grupy na lata 2018 – 2022.

Nasza strategia zakłada wsparcie rozwoju obecnie najsilniejszych biznesów Grupy Agora oraz wejście na całkiem nowe, perspektywiczne rynki działalności. Chcemy inwestować w rozwój Grupy, nie rezygnując przy tym z wypłacania dywidendy naszym akcjonariuszom. Wierzymy, że realizacja zakładanych przez Zarząd celów pozwoli nam nie tylko zmierzyć się z wyzwaniami przyszłości, ale przede wszystkim zapewnić całej Grupie Agora wzrost skali.

Coraz szybciej rozwija się segment Film i Książka, który w 2018 r. odnotował świetne wyniki finansowe. To zasługa rosnącego rynku kinowego i popularności polskich produkcji filmowych. W 2019 r. zamierzamy dalej zwiększać obecność kin Helios na mapie Polski. Oprócz wzrostu liczby obiektów, planujemy też inwestycje w koncept sal premium Helios Dream. Pod parasolem Heliosa Grupa Agora weszła również na rynek gastronomiczny. W 2018 r. otworzyliśmy pierwsze lokale restauracyjne, a w 2019 r. zaprosimy klientów do kolejnych około 20 lokalizacji rozwijanych pod markami Papa Diego i Van Dog. Natomiast w marcu 2019 r. Helios rozpoczął negocjacje z partnerami w celu wspólnego rozwoju marki Pasibus.

W 2018 r. segment Prasa zmagał się nie tylko z negatywnymi trendami, ale również z perturbacjami na rynku dystrybucji prasowej. Dodatkowo, ze względu na spadki sprzedaży prasy drukowanej zdecydowaliśmy się istotnie zmniejszyć liczbę wydawanych kolorowych czasopism. Tym bardziej chciałbym podkreślić olbrzymi sukces *Gazety Wyborczej* w cyfrowej transformacji jej działalności. Na koniec 2018 r. liczba aktywnych płatnych subskrypcji cyfrowych *Wyborcza.pl* osiągnęła rekordowy poziom ponad 170 tysięcy, a przychody cyfrowe *Gazety Wyborczej* stanowiły już ponad 20% całkowitych wpływów dziennika. To znakomity wynik i świetny sygnał, potwierdzający właściwy kierunek zmian i rozwoju naszej działalności prasowej.

Na rynku reklamy zewnętrznej priorytetem Grupy Agora pozostaje umocnienie pozycji AMS jako lidera w segmencie nośników premium oraz - zgodnie z nową strategią - rozwój w obszarze digital. Kluczowe z perspektywy tego biznesu było wypracowanie nowej polityki handlowej i cennika w oparciu o zasadę transparentności i porównywalności efektów działań promocyjnych z kampaniami realizowanymi w innych mediach. Ta zmiana może mieć istotny wpływ na wyniki segmentu w przyszłości oraz udział rynku reklamy zewnętrznej w całkowitych wydatkach na reklamę w Polsce.

Dla działalności internetowej Grupy Agora najistotniejszy jest intensywny rozwój w najszybciej rosnących obszarach rynku. Dynamicznie rozwijamy ofertę reklamy programmatic, która jest jednym z najbardziej perspektywicznych segmentów rynku reklamy internetowej. Działający na nim Yieldbird trafił w 2018 r. po raz kolejny do prestiżowego rankingu najszybciej rozwijających się przedsiębiorstw technologicznych w Europie, a przy tym - co dla nas najważniejsze - odnotował duży wzrost przychodów i wyniku. Oprócz tego, w myśl nowej strategii Grupy Agora, we wrześniu 2018 r. zainwestowaliśmy w mniejszościowy udział w spółce ROI Hunter umożliwiającej firmom z branży e-commerce promowanie i sprzedaż produktów za pośrednictwem dwóch największych globalnych platform internetowych. Szybki rozwój tej spółki i realizacja uzgodnionych założeń biznesowych sprawiły, że w 2019 r. Agora zrealizuje drugą rundę finansowania ROI Hunter.

2018 r. był rekordowy dla naszej działalności radiowej – wzrosły zarówno przychody, jak i poprawiła się rentowność. Jednocześnie segment Radio realizował unikalny na polskim rynku projekt popularyzacji treści audio i rozwoju oferty cyfrowej. Na koniec 2018 r. liczba aktywnych subskrypcji Premium TOK FM osiągnęła poziom 15,5 tys., co oznacza wzrost o 46,5% w skali roku. Radio to dla nas od wielu lat ważny obszar działalności, z perspektywami dalszego wzrostu w przyszłości - dlatego też na początku 2019 r. zainwestowaliśmy w pakiet mniejszościowy drugiego największego nadawcy radiowego w Polsce. Tak duże akwizycje na polskim rynku mediów nie zdarzają się zbyt często, cieszymy się więc, że byliśmy stroną tej transakcji. Dzięki niej zdobyliśmy dodatkowo możliwość dokupienia w przyszłości wszystkich pozostałych udziałów w Eurozet.

W 2018 r. nasza działalność poligraficzna zmagiała się zarówno ze spadkiem wolumenów produkcji, jak i rosnącymi cenami papieru. Z tego względu nie udało nam się utrzymać wyników segmentu Druk na rentownym poziomie. W odpowiedzi na tę sytuację podjęliśmy w marcu 2019 r. decyzję o stopniowym wygaszeniu pracy dwóch z trzech drukarni Grupy Agora, co niestety wiąże się m.in. ze zwolnieniami grupowymi w tym obszarze.

Dzięki tym wszystkim działaniom rozpoczęliśmy realizację założeń strategicznych. Rozwijamy najbardziej perspektywiczne biznesy, jednocześnie optymalizując przedsięwzięcia funkcjonujące na kurczących się rynkach. Konsekwentnie dostosowujemy naszą ofertę do wymagań szybko zmieniającego się rynku mediowego oraz tworzymy nowe źródła przychodów.

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.