

Moderator: Dzień dobry, witamy serdecznie na czacie poświęconym omówieniu wyników Grupy Agora za trzeci kwartał 2018 r. i zapraszamy do zadawania pytań. Anna Kryńska - Godlewska, członek zarządu Agora S.A.

Inwestorek: Który segment wg zarządu ma największy potencjał do poprawy wyników w kolejnych kwartałach?

Anna Kryńska-Godlewska: Dzień dobry, dziękuję za przesłane pytanie. Czwarty kwartał każdego roku jest sezonowo jednym z lepszych kwartałów, zarówno na rynku reklamy, jak i kinowym. Spodziewamy się, że również w tym roku, w szczególności segment Film i Książka skorzysta z tego trendu. Dodatkowo pierwszy kwartał każdego roku przynosi wiele ciekawych premier filmowych, które powinny mieć pozytywny wpływ na frekwencję w kinach. Na wyniki tego segmentu pozytywnie może wpłynąć również zwiększona, w stosunku do bieżącego roku, liczba produkcji filmowych, w które zaangażowana jest spółka Next Film z Grupy Agora.

Krok: Ile obecnie jest prenumerat cyfrowych Gazety Wyborczej?

Anna Kryńska-Godlewska: Liczba prenumerat cyfrowych "Gazety Wyborczej" na koniec 2017 r. wyniosła 133 tys. Spółka aktualizuje te dane raz w roku.

Korfanty: Jak dużą docelowo chcą mieć Państwo sieć kinową?

Anna Kryńska-Godlewska: Obecnie w sieci kin Helios jest 46 kin. W planach do 2020 r. jest otwarcie kolejnych 5 obiektów, w tym pierwszego kina w Warszawie na początku 2019 r.

Michau: Niedawno informowali Państwo o planach wejścia w segment gastronomii. Jak to obecnie wygląda?

Anna Kryńska-Godlewska: 15 listopada nastąpiło otwarcie pierwszego lokalu Papa Diego w Katowicach. W dniu dzisiejszym (tj. 22 listopada 2018 r.) otworzyliśmy kolejny lokal pod tą marką w Gdańsku. W 2018 r. planowane jest otwarcie Papa Diego w Poznaniu. W pierwszym kwartale 2019 r. otwarte zostaną również lokale w Warszawie i w Łodzi.

Fundamentalista: Czy nie planują Państwo akwizycji w segmencie kinowym?

Anna Kryńska-Godlewska: Rynek multipleksów w Polsce wydaje się być już mocno skonsolidowany. Możliwości akwizycyjne zależne są od dostępności potencjalnych celów. To dla nas atrakcyjny rynek, ale duże akwizycje są na nim raczej mało prawdopodobne.

igor: Czy wybory i związana z tym kampania wyborcza wpłynęła istotnie na wyniki spółki?

Anna Kryńska-Godlewska: Wydatki na kampanie związane z wyborami samorządowymi nie miały istotnego wpływu na wyniki Spółki.

mmmaslov: Czy widzicie Państwo w swoich wynikach wpływ tzw. "Afery KNF"?

Anna Kryńska-Godlewska: Jest za wcześnie by stwierdzić, że to zdarzenie miało wpływ na wyniki Spółki. Obserwujemy natomiast zwiększone zainteresowanie tym tematem wśród naszych słuchaczy, czytelników oraz internautów.

Cristiano Ronaldo: Dzień dobry. Jak można przeczytać na portalach finansowych, oczekują Państwo dobrych wyników w IV kw. w segmencie Prasa dzięki optymalizacji kosztów. Na czym konkretnie ta optymalizacja polega?

Anna Kryńska-Godlewska: Spółka nie podawała prognoz wyników dla żadnego ze swoich segmentów biznesowych. Czwarty kwartał sezonowo jest bardzo dobry dla biznesów, które czerpią przychody z reklamy. Dodatkowo, "Gazeta Wyborcza" podniosła cenę egzemplarzową. Te czynniki mogą wpłynąć na poziom przychodów. Należy pamiętać jednak, że Spółka zrezygnowała z wydania części tytułów prasowych zmniejszając skalę swojej działalności w segmencie prasowym. Dyscyplina kosztowa w tym biznesie jest stałym elementem.

Rafał Matkowski: Czy zakup Eurozet jest dalej rozważana? Na jakim etapie są negocjacje? Kiedy mogą się zakończyć?

Anna Kryńska-Godlewska: Jako spółka giełdowa nie uczestniczymy w spekulacjach o możliwej sprzedaży tego aktywa. W domenie publicznej nie ma żadnej oficjalnej informacji na temat możliwości przejęcia Grupy Eurozet.

Analitik: Ostatnio Wirtualne Media komunikowały o pewnych zmianach dotyczących wyświetlania reklam w Internecie i ich pozycjonowania. Czy Państwo również przeprowadzają zmiany w tym obszarze?

Anna Kryńska-Godlewska: To bardzo ogólne pytanie. Nasze serwisy na bieżąco realizują działania zapewniające wyświetlanie reklam zgodnie ze standardami rynkowymi.

Tacho: Jaki widzą Państwo potencjał w Polsce na otwieranie nowych placówek kinowych? Czy rynek nie jest już zbyt mocno nasycony?

Anna Kryńska-Godlewska: Nadal widzimy przestrzeń na otwieranie kolejnych kin. Doświadczenia rynków zachodnich wskazują, że rynek nasycy się gdy dostępna jest 1 sala kinowa na około 8-10 tys. mieszkańców.

Lucznik: plany inwestycyjne 500mln jak ma wyglądać struktura sektorowo?

Anna Kryńska-Godlewska: Zgodnie ze strategią Spółki 500 mln zł to maksymalna kwota, którą Spółka jest gotowa wydać na inwestycje w nowe obszary, w zależności od dostępności atrakcyjnych celów. Główne kierunki inwestycji to: gastronomia i rozrywka, usługi B2B dla e-commerce oraz pozostałe.

Analitik: Jaka jest pozycja kin Helios na rynku polskim?

Anna Kryńska-Godlewska: Helios jest największą siecią kin w Polsce pod względem liczby obiektów. Jest graczem nr 2 lub 3 pod względem udziału we frekwencji, w zależności od kwartału.

Analitik: Jakie są Państwa prognozy co do kształtowania się cen reklamy w prasie i w Internecie w kolejnych kwartałach?

Anna Kryńska-Godlewska: Rynek reklamy w Polsce w 2018 r. rośnie bardzo dynamicznie. Dlatego zdecydowaliśmy się podnieść nasze szacunki wzrostu dla tego rynku w całym 2018 r. W naszej opinii wartość wydatków na reklamę w internecie wzrośnie w całym roku o 9-12%. Spadek wydatków na reklamę w dziennikach wyhamuje do (9%)-(7%).

Lucznik: Macie w planie potężne inwestycje w większości w segment kinowy choć ostatnio wzrastająca liczba multiplexów nie przekłada się na wzrost przychodów?

Anna Kryńska-Godlewska: Początek 2018 r. nie był najlepszym okresem dla całego rynku kinowego. Wynikało to przede wszystkim z braku interesujących propozycji filmowych oraz tropikalnych upałów. Trzeci kwartał 2018 r. pokazał, że wraz z ciekawym repertuarem i spadkiem temperatur widownia wraca do kin.

Beny: Czy spółka planuje wyjście poza Polskę?

Anna Kryńska-Godlewska: Większość operacji Spółki koncentruje się na rynku polskim. Nie wykluczamy jednak inwestycji za granicą w przypadku ciekawych aktywów, np. ROI Hunter. Agora jest obecna na rynkach zagranicznych także poprzez działalność spółki Yieldbird.

lucznik: Capex 930 mln do 2022r ...to ok 500mln długu ods ,czy to nie jest hazard ? Jeśli przy braku zadłużenia nie jesteście w stanie utrzymać stabilnych wyników w granicach Ebidta=120 mln? Czy to nie wygasi do reszty profilu dywidendowego spółki?

Anna Kryńska-Godlewska: W strategii Spółka wyraźnie zaznaczyła, że wyda 430 mln zł na rozwój swoich obecnie najsilniejszych biznesów. Kwota 500 mln zł to maksymalna wartość jaką Spółka jest gotowa ponieść, ale tylko w wypadku pojawienia się atrakcyjnych aktywów akwizycyjnych. Środki na akwizycje będą pochodzić z gotówki generowanej przez biznesy oraz w razie potrzeby z finansowania zewnętrznego. W naszej ocenie maksymalne zadłużenie to około 2,5xEBITDA. Jednocześnie Spółka podtrzymuje swoją politykę dywidendową.

Kwiatek: Otworzyliście restaurację w Katowicach- jaki jest charakter tej restauracji? Jaka kuchnia jest serwowana, czy może na celu macie rozwój franczyzy? W jaki sposób mogą (nikt nikogo do odpowiedzialności wzywać nie będzie, możecie sobie pozwolić Państwo na gdybanie) one wpłynąć na rozwój grupy i na wyniki finansowe w długim terminie?

Anna Kryńska-Godlewska: Nasza spółka zależna Foodio Concepts Sp. z o.o. otworzyła już dwa lokale pod marką Papa Diego - w Katowicach i w Gdańsku. To kuchnia meksykańska. W planach jest także uruchomienie w ramach tej spółki drugiego konceptu gastronomicznego. Szacujemy, iż w 2022 r. spółka ta wygeneruje około 5,5 mln zł na poziomie EBITDA.

Technik: Jaka jest rentowność wydawania gazety drukowanej, a jaka gazety internetowej? Czy są tu jakieś istotne różnice?

Anna Kryńska-Godlewska: Wydawanie dziennika w formie cyfrowej jest innym modelem biznesowym niż działalność w tradycyjnym modelu drukowanym. Na obecnym etapie rozwoju rynku oba te modele są niezbędne.

Las: Jaka Państwa zdaniem jest przyszłość mediów? Czy papierowe gazety mają przyszłość, czy jednak wszystko będzie przenosić się do Internetu?

Anna Kryńska-Godlewska: Uważamy, że prasa drukowana, być może w mniejszej skali, ale będzie stałym elementem rynku medialnego.

Mariusz_WAWA: jak zamierzają państwo się bronić przed spadkiem sprzedaży prasy? czy wirtualne wydania są w stanie zastąpić sprzedaż 1:1?

Anna Kryńska-Godlewska: Nie walczymy z trendami rynkowymi, raczej staramy się je wykorzystać. Obecnie liczba subskrypcji cyfrowych jest już większa niż średnia sprzedaż egzemplarzowa "Gazety Wyborczej".

Hektor: Jak radzi sobie nowa stacja Radio Pogoda na rynku? Czy baza słuchaczy się dalej zwiększa?

Anna Kryńska-Godlewska: Radio Pogoda jest naszą najmłodszą stacją i szybko zyskała uznanie wśród słuchaczy. Jej pozytywny wpływ widać w rosnącym udziale w słuchalności stacji muzycznych Grupy Radiowej Agory.

Teoretyk: Jakie perspektywy ma przed sobą ogólnie pojęte medium jakim jest radio w dobie Internetu (dużo darmowych materiałów) i różnych serwisów streamingowych (własne ulubione playlisty)?

Anna Kryńska-Godlewska: Radio w Polsce cieszy się dużą popularnością. To od lat jedno z najbardziej stabilnych mediów, w najmniejszy sposób dotkniętych rewolucją internetową. Z pewnością przyszłość radia wiąże się także ze światem cyfrowym. Obserwujemy to na przykładzie rosnącej popularności podcastów Radia TOK FM.

anonim: czy ta gastronomia to ma się stać jakimś dużym segmentem w przyszłości? Skąd w ogóle taki pomysł? Spółka nie ma chyba doświadczenia w tej branży...

Anna Kryńska-Godlewska: W Grupie Agora spółka Helios, która odpowiada za rozwój działalności gastronomicznej ma wieloletnie doświadczenie w tym obszarze. Helios prowadzi nie tylko bary kinowe, ale również kawiarnie pod marką Helios Cafe. Wejście na rynek gastronomiczny (w segmencie fast casual) jest tylko poszerzeniem dotychczasowej działalności Heliosa. Dodatkowo, Helios ma dobre relacje z centrami handlowymi, co pozwala mu wesprzeć Foodio Concepts w pozyskaniu atrakcyjnych lokalizacji. Dodatkowo między spółkami występują synergie operacyjne - proces zakupów, backoffice, załoga, inwestycje i logistyka.

LastMan: Gdzie widzi Pani Agorę za 5, 10 lat? Czy to w ogóle możliwe, aby dzisiaj pokusić się o prognozę w takim horyzoncie czasowym jak zmieni się branża?

Anna Kryńska-Godlewska: Agora coraz bardziej dywersyfikuje swoją działalność i stara się uniezależnić od zmian na rynku reklamy. Obecnie stawiamy na rozwój oferty premium we wszystkich segmentach oraz cyfrowe rozwiązania.

lucznik: Pani Aniu zanim dzieje losu spolszcza Wam jadłospis , bierzemy kalkulator i liczymy : 430 mln do 2022r =4 lata po ok 110 mln rocznie z CFO tyle max wyciągacie teraz .Gdzie miejsce na dywidendę?? a jeszcze 500 mln do obsługi ,...mrzonki!

Anna Kryńska-Godlewska: 430 mln zł to kwota, którą Agora wyda na rozwój i utrzymanie obecnie największych biznesów Grupy, które generują pozytywne przepływy gotówkowe. 500 mln zł to

maksymalna kwota, którą Spółka byłaby gotowa wydać na inwestycje w nowe obszary tylko pod warunkiem pojawiania się atrakcyjnych aktywów. Jesteśmy gotowi zadłużyć się do około 2,5xEBITDA.

lucznik: Ta gastronomia dla koncernu reklamowego to jakby KGHM otworzył sieć lumpeksów...

Anna Kryńska-Godlewska: W naszej opinii to uzasadniona strategia dywersyfikacji działalności Heliosa.

Graśka: W jakich głównych strategicznych kierunkach ma rozwijać się grupa w kolejnych okresach?

Anna Kryńska-Godlewska: Spółka przede wszystkim stawia na rozwój swoich najsilniejszych biznesów. W tych obszarach inwestujemy w ofertę premium oraz cyfryzację. Nowe obszary działalności (B2B dla e-commerce, gastronomia i rozrywka) mają pozwolić jej uniezależnić się w większym stopniu od rynku reklamowego.

lucznik: Między kawą z pop cornem , a knajpą nie ma żadnych synergii. "BTB dla E-comers" to był ostatni nośny slogan, przed upadkiem bańki internetowej z 2002r

Anna Kryńska-Godlewska: W naszej opinii jest jednak sporo synergii związanych z zarządzaniem tymi biznesami - na poziomie inwestycji, logistyki, zarządzania zasobami ludzkimi oraz tworzenia wspólnych ofert. Zapraszamy do galerii handlowej, w której działają już oba te biznesy.

Moderator: Szanowni Państwo, serdecznie dziękuję za wszystkie przesłane pytania. Zapraszam do bieżącego kontaktu z działem relacji inwestorskich Spółki pod adresem investor@agora.pl oraz odwiedzenia strony www.agora.pl. Zachęcamy również do zapisania się na newsletter Relacji Inwestorskich Agory.