

Uchwała Rady Nadzorczej w sprawie zwięzłej oceny sytuacji Spółki w 2014 roku

W związku z przyjęciem przez Agorę S.A. ("Spółka") Dobrych praktyk spółek notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. uchwalonych na podstawie § 29 Regulaminu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A., Rada Nadzorcza Spółki uchwała, co następuje:

1. Rada Nadzorcza Spółki oceniła sytuację Spółki w roku 2014

(1) Swoją ocenę Rada Nadzorcza formułuje na podstawie przeglądu spraw Grupy Agora ("Grupa") i dyskusji z Zarządem Spółki, prowadzonych na cyklicznych posiedzeniach odbywanych z udziałem Zarządu i podczas bieżącej współpracy. Rada bierze także pod uwagę ocenę sprawozdań finansowych za pierwsze półrocze i rok obrotowy 2014 dokonaną przez Komitet Audytu, który odbywał posiedzenia z udziałem audytora Spółki. Ocena sytuacji rynkowej oparta jest o powszechnie dostępne informacje o działaniach innych podmiotów, w związku z czym Rada Nadzorcza zwraca uwagę na jedynie szacunkowy charakter danych i formułowanych na ich podstawie wniosków.

2014 rok upłynął w Agorze na realizacji pierwszego etapu działań zmierzających do wdrożenia średnioterminowych planów rozwoju Grupy Agora na najbliższe lata, które zarząd Spółki ogłosił w pierwszym kwartale 2014 r. Są one odpowiedzią na obserwowane strukturalne zmiany zachodzące na rynku mediów. Ich celem jest wzrost skali działalności Grupy poprzez wzrost przychodów, przy jednoczesnej poprawie rentowności. Skuteczna implementacja inicjatyw rozwojowych oraz poprawa kondycji rynku reklamy i rekordowa frekwencja w polskich kinach przyniosły wzrost całkowitych przychodów Grupy. Co ważne, większość biznesów pozaprasowych poprawiła jednocześnie rentowność.

Stan środków pieniężnych w Grupie na koniec 2014 r. wyniósł 110,2 mln zł (na które składały się gotówka i jej ekwiwalenty w wysokości 52,3 mln zł oraz 57,9 mln zł zainwestowane w krótkoterminowe papiery wartościowe). Dodatkowo, 37,6 mln zł (wykazywane jako należności długoterminowe) stanowi kaucję pieniężną złożoną przez spółkę zależną AMS S.A. jako zabezpieczenie gwarancji bankowej udzielonej w związku z realizacją umowy koncesji na budowę wiat przystankowych w Warszawie. Zadłużenie kredytowe Grupy wyniosło 93,4 mln zł (w tym zewnętrzne zadłużenie grupy Helios S.A., obejmujące kredyty bankowe i zobowiązania z tytułu leasingu finansowego w wysokości 84,7 mln zł). Na wysokość środków pieniężnych posiadanych przez Grupę na dzień 31 grudnia 2014 r. wpłynęła również realizacja pierwszego etapu programu skupu akcji własnych. Spółka nabyła 2 500 000 akcji własnych po 12,0 zł za akcję poza rynkiem regulowanym. Transakcja nabycia akcji została rozliczona 12 września 2014 r., a całość wydatków poniesionych na jej przeprowadzenie i rozliczenie wyniosła blisko 30,1 mln zł.

(2) Rok 2014 był trudnym okresem dla całego rynku prasowego, a ten przyniósł dalsze spadki sprzedaży egzemplarzowej gazet. Agora, jako pierwszy wydawca w Polsce, zdecydowała się na wprowadzenie kompleksowych działań zmierzających do transformacji modelu biznesowego jej działalności prasowej. Dlatego też wzorem zachodnich wydawców wprowadziła model mierzonego paywalla jako sposób płatnego dostępu do treści *Gazety Wyborczej*. Pierwszy etap tego procesu udało się zakończyć Spółce sukcesem. Na koniec grudnia 2014 roku, liczba aktywnych płatnych subskrypcji *Wyborczej* wyniosła 54,9 tys. przy zakładanym celu na poziomie 40 tys.

Gazeta Wyborcza w swojej tradycyjnej formie była najpopularniejszym dziennikiem opiniotwórczym w Polsce, z największym udziałem w wydatkach reklamowych w dziennikach. Wprowadzona dwukrotnie podwyżka ceny egzemplarzowej *Gazety Wyborczej* oraz płatny cyfrowy dostęp do treści przygotowywanych przez redakcję pozwoliły zwiększyć przychody ze sprzedaży dziennika po raz pierwszy od czwartego kwartału 2009 r.

Zespół segmentu Prasa (obejmujący *Gazetę Wyborczą* oraz pion Czasopisma i Prasa Bezpłatna) prowadził także intensywne prace nad cyfryzacją treści czasopism oraz nowymi aplikacjami mobilnymi wszystkich tytułów wydawanych przez Spółkę. Segment Prasa wprowadził również do oferty nowe tytuły w wersji papierowej oraz rozwijał ofertę dla reklamodawców.

(3) W 2014 nastąpił dalszy rozwój branży kinowej w Polsce. Dzięki konsekwentnie prowadzonej polityce inwestycyjnej, na koniec 2014 roku sieć kin Helios składała się z 34 nowoczesnych kin wielosalowych ze 180 ekranami. W efekcie Helios pozostaje największym operatorem w Polsce pod względem liczby obiektów wielosalowych. Dzięki rekordowej frekwencji w polskich kinach segment Film i Książka (obejmujący spółki Helios S.A. i NEXT FILM Sp. z o.o. oraz pion Projektów Specjalnych) istotnie zwiększył przychody ze sprzedaży biletów i produktów w barach kinowych.

Dodatkowo, dynamicznie rozwijająca się działalność segmentu Film i Książka w zakresie koprodukcji i dystrybucji filmowej przyniosła 17,0 mln zł dodatkowych przychodów, przyczyniając się do poprawy wyników tego segmentu. NEXT FILM, spółka z grupy Helios zajmująca się dystrybucją filmów kinowych, wprowadziła na ekrany polskich kin następujące produkcje: *Powstanie Warszawskie*, *Karuzela*, *Bogowie* i *Serce, serduszko*. Koproducentem dwóch ostatnich obrazów była Agora. Film *Bogowie* był najchętniej oglądaną produkcją w całym 2014 r., gromadząc przed dużym ekranem ponad 2,2 mln widzów.

W rezultacie wynik operacyjny segmentu Film i Książka - zarówno na poziomie EBIT, jak i EBITDA - uległ istotnej poprawie.

(4) Rynek reklamy zewnętrznej w 2014 r. pozostawał w stagnacji. Jednak segment Reklamy Zewnętrznej Agory (obejmujący spółki AMS S.A. oraz Adpol Sp. z o.o.) poprawił wyniki operacyjne, dzięki konsekwentnie realizowanej polityce kontroli i ograniczania kosztów operacyjnych w każdym z kwartałów minionego roku. Dodatkowo AMS utrzymał swój udział w wydatkach na reklamę zewnętrzną wg IGRZ.

W 2014 r. segment Reklamy Zewnętrznej wprowadził do oferty interaktywną gablotę przystankową. Dzięki specjalnej aplikacji umieszczonej w nośniku citylight w wiacie przystankowej możliwe jest łączenie świata analogowego i wirtualnego. Ponadto segment ten wzbogacił swoją ofertę o tablice Miejskiego Systemu Informacji Płatnej z kierunkowymi panelami informacyjnymi w Warszawie.

W czwartym kwartale 2014 r. AMS oficjalnie rozpoczął największą polską inwestycję w meble miejskie, która obejmuje budowę 1580 nowoczesnych i eleganckich wiat przystankowych w Warszawie. W dniu 23 kwietnia 2015 r. odsłonięto już 200. wiatę w stolicy. Projekt ten zwiększył potencjał reklamowy sieci nośników AMS zarówno w Warszawie, jak i w całym kraju.

(5) Miniony rok przyniósł - kolejny raz z rzędu - istotną poprawę wyników działalności internetowej Grupy. Odnotowany poziom przychodów i wynik operacyjny był najlepszy w historii segmentu Internet (obejmującego 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.). Udało się tego dokonać dzięki istotnie wyższym przychodom segmentu Internet (wzrost o 14,1%). Na ich wzrost wpływ miały m.in.: wyższa sprzedaż reklam internetowych w portalu Gazeta.pl i poprzez sieć reklamy internetowej AdTaily, wzrost sprzedaży reklam na urządzenia mobilne, a także rozwój sprzedaży formatów wideo.

W 2014 r. segment Internet intensywnie rozwijał aplikacje mobilne, w tym te związane z portalem Gazeta.pl, serwisem Sport.pl i Kinoplex.pl. Przygotował również nową ofertę dla użytkowników portalu Gazeta.pl - weekendowe wydanie Gazeta.pl. W związku z tym projektem powstała też specjalna oferta dla partnerów reklamowych.

W 2014 r. istotnie zmieniła się dotychczasowa formuła współpracy portalu Gazeta.pl z Microsoftem. Serwis MetroMSN należący do grupy Gazeta.pl zakończył swoje działanie, co wpłynęło na wyniki zasięgowe serwisów grupy.

(6) Radiostacje wchodzące w skład Grupy Agora odnotowały po raz kolejny istotną poprawę wyniku. Udało się tego dokonać zarówno dzięki wzrostowi przychodów segmentu Radio (obejmującego pion radiowy w Agorze S.A., wszystkie radiostacje lokalne i stację ponadregionalną TOK FM) do kwoty 87,4 mln zł, jak i utrzymaniu dyscypliny kosztowej.

Na początku 2014 r., zmiierzając do zwiększenia potencjału przychodowego radiostacji, Grupa Radiowa Agory zmieniła format muzyczny Radia Roxy na rockowy. W ślad za tą decyzją rozgłośnia, z dniem 31 stycznia 2014 r., zmieniła nazwę na Rock Radio.

Dzięki udziale w postępowaniach o przyznanie kolejnych częstotliwości udaje się zwiększać zasięg techniczny radiostacji Grupy. W 2014 r. Radio Złote Przeboje zaczęło nadawać w kolejnych miastach Polski. Obecnie pod marką Złote Przeboje nadają już 24 stacje lokalne. W drugiej połowie roku Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji zdecydowała o przyznaniu TOK FM kolejnych częstotliwości - w Częstochowie i Białymstoku.

Segment Radio rozwijał także swoją ofertę cyfrową, przygotowując aplikację Radia TOK FM na urządzenia mobilne.

Pod koniec 2014 r. segment Radio poszerzył swoją działalność reklamową o sprzedaż powierzchni on-screen i off-screen w sieci kin Helios.

(7) W 2014 r., dzięki wzrostowi przychodów o 5,7%, segment Druk (obejmujący pionu Druku Agory S.A. oraz Agorę Poligrafię Sp. z o.o.) istotnie poprawił wynik operacyjny w porównaniu z 2013 r. Zarówno EBIT, jak i EBITDA znacząco wzrosły i wyniosły odpowiednio 0,6 mln zł i 16,9 mln zł [1]. W 2014 r. w drukarniach Agory S.A. i Agory Poligrafii Sp. z o.o. realizowany był projekt wdrożenia systemu 5S, który jest wiodącym na świecie rozwiązaniem organizacyjnym wspierającym poprawę jakości produkowanych wyrobów, zwiększenie stabilności procesów oraz obniżenie kosztów działania.

(8) Rada Nadzorcza docenia także sukces pierwszego projektu telewizyjnego Agory rozwijanego wspólnie z partnerem branżowym. Filmowy kanał telewizyjny Stopklatka osiągnął zakładany 1% udział w oglądalności.

Biorąc pod uwagę wyzwania rynkowe, z jakimi Grupa zmierzyła się w 2014 r., a także

różnorodne inicjatywy rozwojowe zmierzające do dywersyfikacji źródeł przychodów oraz wejścia na nowe rynki działalności, Rada Nadzorcza pozytywnie ocenia realizację działań rozwojowych wdrażanych przez zarząd Spółki w ramach średnioterminowego planu rozwoju Grupy Agora.

2. Ocena kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem w Grupie Agora

Rada Nadzorcza wspólnie z Zarządem Spółki na bieżąco analizuje otoczenie rynkowe i czynniki ryzyka, na które narażona jest Grupa Agora.

Nowe projekty są analizowane i wyceniane. Grupa utrzymuje płynność i niskie zadłużenie, które pozwalają jej ograniczyć ryzyko finansowe.

W przypadku zmian przepisów, Grupa odpowiednio dostosowuje do nich swoją działalność.

Obecnie w Grupie funkcjonuje system kontroli wewnętrznej i system zarządzania ryzykiem. Główne elementy systemu kontroli wewnętrznej są składnikami procesów biznesowych Grupy i obejmują m.in.:

- procedury oraz regulaminy dotyczące m.in.: delegowania uprawnień i autoryzacji decyzji, oceny projektów biznesowych, rejestrowania i przetwarzania transakcji gospodarczych,
- procesy raportowania i kontroli transakcji oraz wyników poszczególnych obszarów działalności,
- kontrole w systemach informatycznych wspierające realizowanie procesów biznesowych oraz monitorujące działanie samych systemów.

Kadra zarządzająca realizuje poszczególne zadania wynikające z systemu kontroli wewnętrznej oraz stałego nadzoru nad jego efektywnością w ramach zarządzania poszczególnymi segmentami Grupy.

Ponadto w Spółce funkcjonuje dział Audytu wewnętrznego, którego zadaniem jest między innymi identyfikacja ryzyk z zakresu kontroli wewnętrznej i bezpieczeństwa oraz rekomendowanie Zarządowi działań zmierzających do ich ograniczenia. Dział ten wspomaga również kontrolę efektywności systemu poprzez systematyczne badania wybranych obszarów działalności w celu eliminacji ewentualnych ryzyk.

Na system zarządzania ryzykiem składa się system kontroli wewnętrznej oraz stały i wielostopniowy nadzór Zarządu i kadry kierowniczej nad poszczególnymi segmentami biznesowymi. Ponadto, na bieżąco dokonywana jest ocena czynników ryzyka dla realizacji poszczególnych celów biznesowych wynikających z przyjętej przez Zarząd strategii. W odpowiedzi na identyfikowane ryzyka Zarząd oraz kadra kierownicza dokonują na bieżąco zmian w obowiązujących procedurach.

Na podstawie informacji przekazanych Radzie Nadzorczej oraz dyskusji z Zarządem i przedstawicielami działu Audytu Wewnętrznego, Rada Nadzorcza uważa, że funkcjonujący system kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem sprawdził się w dotychczasowej działalności Spółki i Grupy.

[1] EBIT oraz EBITDA dla segmentów Prasa, Druk, Internet oraz Film i Książka 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.