

REALIZACJA CELÓW STRATEGICZNYCH [G4-9] [G4-DMA-EC] [G4-EC1]

Celem nadrzędnym Agory jest rozwój na rynku mediów w ramach zdefiniowanej misji. Jest nią dostarczanie odbiorcom: czytelnikom, słuchaczom i widzom wiarygodnej informacji i godziwej rozrywki, a partnerom biznesowym - skutecznych sposobów dotarcia do klientów.

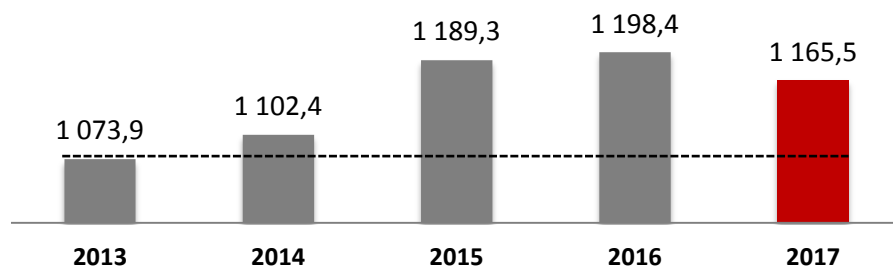
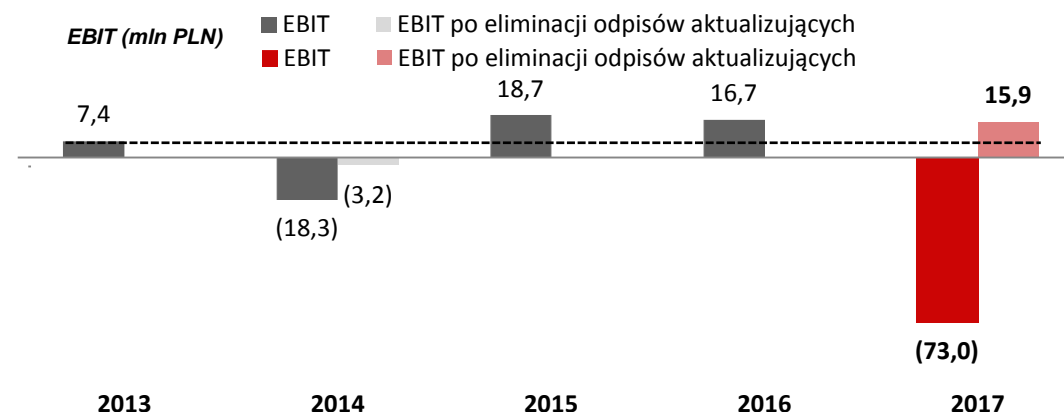
Warunkiem niezbędnym do realizacji misji jest sukces ekonomiczny, który wymaga wyższych przychodów i poprawy rentowności.

Główne cele strategiczne Grupy zostały opisane za pomocą kilku wskaźników ze względu na specyfikę danego rynku oraz etap rozwoju poszczególnych biznesów. W przypadku transformacji cyfrowej cel strategiczny był wyrażany do tej pory liczbą aktywnych płatnych prenumerat. W przypadku działalności telewizyjnej głównym celem było zbudowanie pozycji poprzez stworzenie portfela kanałów telewizyjnych. Cele finansowe i zasięgowe określone zostały dla Stopklatki TV, która została uruchomiona w 2014 r. W przypadku pozostałych działalności Grupy cele zostały wyrażone wskaźnikiem marży EBIT lub wynikiem na poziomie EBIT.

Większość celów strategicznych Grupy Agora powinna zostać zrealizowana do końca 2018 r. Postępy w ich osiągnięciu są systematycznie monitorowane, a ich efekty prezentowane w rocznych sprawozdaniach zarządu. Przedstawiciele spółki omawiają również postępy w realizacji celów strategicznych z różnymi grupami interesariuszy, m.in. pracownikami, akcjonariuszami, inwestorami oraz przedstawicielami mediów.

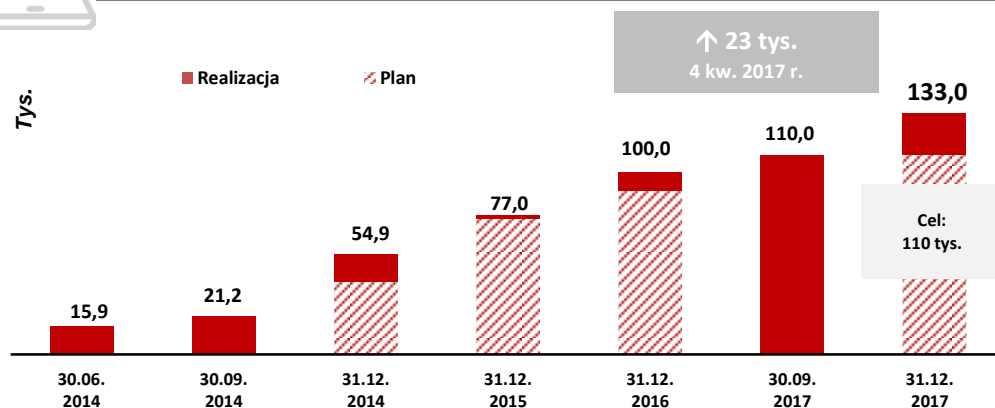
ŚREDNIOOKRESOWE PRIORYTETY GRUPY AGORA

Wzrost przychodów

Poprawa rentowności
Wzrost przychodów
Przychody (mln PLN)

Poprawa rentowności
EBIT (mln PLN)




Cyfrowa transformacja działalności prasowej



Zbudowanie pozycji na rynku telewizyjnym

2 grudnia 2016 r. wystartował nowy kanał METRO na MUX-8

9 grudnia 2016 r. w wyniku umowy inwestycyjnej współwłaścicielem kanału METRO zostało Discovery Polska Sp. z o.o., obejmując około 48,94% udziałów w spółce Green Content

21 sierpnia 2017 r. Agora otrzymała zawiadomienie od Discovery Polska Sp. z o.o., o zamiarze wykonania opcji zakupu przez Discovery pozostałych 51,06% udziałów w spółce Green Content

1 września 2017 r. Discovery Polska Sp. z o.o. zostało właścicielem 100% udziałów w spółce Green Content



Poprawa rentowności pozostałych biznesów Grupy

SEGMENT	Kategoria	2013	2014	2015	2016	2017	Cel
Kino i Film (1)	Marża EBIT	3,0%	5,0%	6,2%	8,5%	7,6%	2018 -> 9,0%
Internet	EBIT (mln)	17,2	20,7	24,2	23,0	(2,5) / 19,3*	2018 -> 34,0
Druk	EBIT (mln)	(1,3)	0,6	2,3	(7,7)	(63,4) / (11,8)*	2017 -> pozytywna rentowność na poziomie EBIT
	EBITDA (mln)	15,0	16,9	18,1	15,1	8,9	
Reklama zewnętrzna	Marża EBIT	2,5%	4,1%	11,0%	14,8%	17,4%	2017 -> 8,0-10,0%
Radio	Marża EBIT	5,8%	10,4%	12,4%	11,3%	14,6%	2017 -> 12,0-15,0%

Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe wg MSSF, 4kw.2013 i 4kw.2015 i 4kw.2016r. oraz 1-4kw.2017r.

(1) Kino i Film obejmuje wyniki Grupy Helios oraz działalności filmowej w Agorze S.A.

* Podane dane nie uwzględniają odpisów z tytułu utraty wartości aktywów trwałych segmentów Internet i Druk