

OTOCZENIE RYNKOWE

Grupa Agora poprzez swoje spółki i marki działa na rynku reklamy, prasowym, kinowym, filmowym, internetowym, radiowym oraz gastronomicznym. W swoich działaniach regularnie monitoruje dane dotyczące otoczenia i konkurencji. Poszczególne dane dotyczące otoczenia zewnętrznego zaprezentowane są poniżej.

RYNEK REKLAMOWY

| 9,6 mln zł

wartość wydatków reklamowych ogółem w Polsce w 2019 r.

| ↑ 3%

wzrost wydatków reklamowych ogółem w Polsce r/r

skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy Agora wg MSSF 4. kw. 2019 r.

W 2019 r. wartość wydatków reklamowych ogółem w Polsce wyniosła około 9,6 mld zł i wzrosła o 3,0% w stosunku do 2018 r. W tym czasie reklamodawcy ograniczyli swoje wydatki na reklamę w prasie, telewizji i radiu. Wzrosły natomiast wydatki na reklamę w internecie, kinie oraz na nośnikach reklamy zewnętrznej. Dane dotyczące szacunków dynamiki zmian wartości wydatków reklamowych w poszczególnych mediach zaprezentowano w tabeli poniżej:

Tabela Wydatki na reklamę w 2019 r.

	Telewizja	Internet	Radio	Reklama zewnętrzna	Czasopisma	Dzienniki	Kino	OGÓŁEM
Dynamika zmian wartości wydatków reklamowych	(0,5%)	10,0%	(0,5%)	5,0%	(7,0%)	(11,5%)	7,0%	3,0%
Udział w wydatkach na reklamę ogółem	44,5%	36,0%	6,5%	6,0%	4,0%	1,5%	1,5%	100%

Źródło: skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy Agora wg MSSF 4. kw. 2019 r.

RYNEK KINOWY

61,7 mln

liczba sprzedanych biletów w 2019 r.

↑ 3,3%

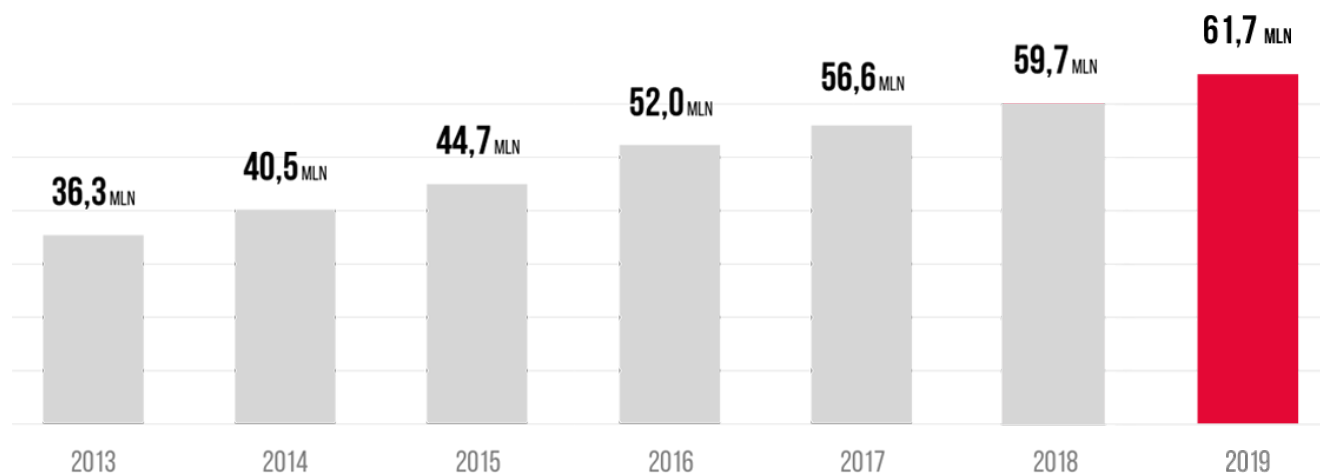
wzrost liczby sprzedanych biletów w Polsce r/r

skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy Agora wg MSSF 4.kw.2019 r.

W 2019 r. liczba sprzedanych biletów według Boxoffice.pl sięgnęła 61,7 mln, co oznacza wzrost o 3,3% w porównaniu z 2018 r.

AGORA Raport 2019

Trend wzrostowy na rynku kinowym trwa nieprzerwanie od 2013 r., w którym to liczba sprzedanych biletów wyniosła 36,3 mln. W kolejnych latach wyniosła ona 40,5 mln (2014 r.), 44,7 mln (2015 r.), 52,0 mln (2016 r.), 56,6 mln (2017 r.) oraz 59,7 mln w 2018 r. Rosnąca frekwencja widoczna jest również w całej Europie, gdzie kina odwiedziło 1,34 miliarda widzów. W samej Unii Europejskiej frekwencja w kinach wyniosła ponad 1 miliard. W porównaniu do 2018 r. liczba widzów wzrosła o 4,5%. Źródło: [The International Union of Cinemas \(UNIC\)](#).



RYNEK PRASY

↓ 10,3%

spadek rozpowszechniania płatnych dzienników
w Polsce r/r

W 2019 r. rozpowszechnianie płatne razem dzienników w Polsce zmniejszyło się o 10,3%. Największe spadki w obu okresach miały miejsce w segmencie dzienników regionalnych.

Tabela Średnie miesięczne rozpowszechnianie płatne ogólnopolskich dzienników w 2019 r.:

	2019	2018	zmiana
„Fakt Gazeta Codzienna”	215 508	237 700	↓9,3%
„Super Express”	113 652	118 369	↓4,0%
„Gazeta Wyborcza”	96 719	106 227	↓9,0%
„Rzeczpospolita”	42 105	45 108	↓6,7%
„Dziennik Gazeta Prawna”	35 856	41 353	↓13,3%
„Przegląd Sportowy”	20 875	23 832	↓12,4%
„Gazeta Polska Codziennie”	13 312	15 388	↓13,5%
„Puls Biznesu”	10 922	11 473	↓4,8%
„Parkiet Gazeta Giełdy”	4 323	4 150	↓0,4%

Źródło: ZKDP. Rozpowszechnianie płatne razem to suma sprzedaży egzemplarzowej wydań drukowanych, sprzedaży egzemplarzowej e-wydań, prenumeraty wydań drukowanych i prenumeraty e-wydań oraz innych płatnych form rozpowszechniania wydań drukowanych i innej płatnej dystrybucji e-wydań.

RYNEK REKLAMY ZEWNĘTRZNEJ

| 574,5 mln

| zł

łączna wielkość estymowanej sprzedaży reklamy zewnętrznej w 2019 r.

| ↑ 5,1%

wzrost wielkości sprzedaży OOH w Polsce r/r

Łączna wielkość estymowanej sprzedaży w trzech segmentach rynku reklamy zewnętrznej (tradycyjnej reklamy OOH, reklamy tranzytowej i reklamy DOOH) wyniosła 574,5 mln zł i była wyższa niż w 2018 r. o 5,1% (dane Izby Gospodarczej Reklamy Zewnętrznej i Domu Mediowego STARCOM (Publicis Media)).

RYNEK INTERNETOWY

| 27,7 mln

liczba internautów w Polsce w grudniu 2019 r.

| 23,4 mln

liczba internautów w Polsce korzystających z urządzeń mobilnych w grudniu 2019 r.

56,8 mln

odsłon wykonanych przez internautów w grudniu 2019 r.

1 godz. 37 min.

średni czas spędzony przez jednego internautę dziennie w sieci w grudniu 2019 r.

Liczba internautów w Polsce w grudniu 2019 r. wyniosła ogółem 27,7 mln, z czego na komputerach osobistych i laptopach (komputery osobiste używane w domu oraz w pracy) z sieci korzystało 22,9 mln, a na urządzeniach mobilnych (smartfony i tablety) 23,4 mln. Łącznie użytkownicy sieci wykonali 56,8 mld odsłon, zaś przeciętny internauta spędzał w internecie blisko 1 godz. 37 min. dziennie.

Tabela Wydawcy - właściciele witryn internetowych, z których korzysta najwięcej internautów - wszystkie urządzenia

Wydawcy - właściciele witryn internetowych, z których korzysta najwięcej internautów - wszystkie urządzenia

AGORA Raport 2019

lp.	Wydawca	Liczba internautów	Odslony	Zasięg wśród internautów	Śr. liczba internautów dziennie	Śr. liczba odsłon dziennie	Śr. czas na użytkownika dziennie
1	Grupa Google	26 271 772	8 728 785 165	94,92%	14 574 408	258 856 743	00:27:12
2	Grupa Wirtualna Polska	21 521 886	2 811 447 494	77,76%	6 799 793	90 470 068	00:26:34
3	Facebook.com	21 344 198	3 774 891 752	77,12%	7 209 654	82 373 011	00:23:50
4	Grupa RAS Polska	21 036 067	2 006 108 539	76,01%	5 618 745	64 759 032	00:18:06
5	YouTube.com	19 541 733	983 469 030	70,61%	5 771 462	30 979 992	00:14:32
6	Grupa Interia.pl	18 986 240	1 366 564 856	68,60%	3 915 340	43 496 722	00:21:57
7	Grupa Allegro	18 525 520	2 353 143 340	66,94%	4 403 369	75 854 293	00:14:03
8	Grupa Polska Press	18 030 011	734 502 087	65,15%	3 005 658	23 478 154	00:03:02
9	Grupa Gazeta.pl	16 322 640	525 855 214	58,98%	3 115 413	16 776 470	00:07:01
10	Grupa OLX	16 265 144	4 189 358 625	58,77%	3 869 643	135 608 511	00:21:32

Źródło: Wyniki badania Gemius/PBI za grudzień 2019. Liczebność próby: N= 204618. Grupa objęta badaniem 7-75 lat. Do badania wykorzystano dane o strukturze internautów pochodzące z badania NetTrack Kantar MillwardBrown z 3. kw. 2019 r. i badania Maluchy z 2018 r.

RYNEK RADIOWY

| 21,7 mln

osób słuchało codziennie radia w 2019 r.

72%

mieszkańców Polski słuchało codziennie radia w 2019 r.

12 mln

osób słuchało radia w samochodzie w 2019 r. i było to najpopularniejsze miejsce słuchania radia

6 godz. 32 min.

średni czas słuchania radia w pracy w 2019 r.

72% mieszkańców Polski, czyli około 21,7 mln osób słuchało codziennie radia w 2019 r. Liczba słuchaczy w dni powszednie wyniosła 22,3 mln osób (74%). W stosunku do zeszłego roku słuchalność utrzymuje się na podobnym poziomie. Najdłużej radia słuchamy w pracy – aż 6 godzin 32 min. W stosunku do zeszłego roku czas ten wydłużył się o 8 minut. Pierwszy raz w historii samochód okazał się miejscem, gdzie radio słuchane jest najchętniej (12,5 mln

AGORA Raport 2019

słuchaczy). Średnio 2 razy więcej osób słucha radia w samochodzie niż w 2003 roku. 72% mieszkańców Polski, czyli około 21,7 mln osób słuchało codziennie radia w 2019 r. Liczba słuchaczy w dni powszednie wyniosła 22,3 mln osób (74%). W stosunku do zeszłego roku słuchalność utrzymuje się na podobnym poziomie. Najdłużej radia słuchamy w pracy - aż 6 godzin 32 min. W stosunku do zeszłego roku czas ten wydłużył się o 8 minut. Pierwszy raz w historii samochód okazał się miejscem, gdzie radio słuchane jest najchętniej (12,5 mln słuchaczy). Średnio 2 razy więcej osób słucha radia w samochodzie niż w 2003 roku.

Źródło: Radio Track, KANTAR, fala: I-XII 2019; I-XII 2018, wszystkie kwadranty