

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.

AGORA Raport 2019

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%

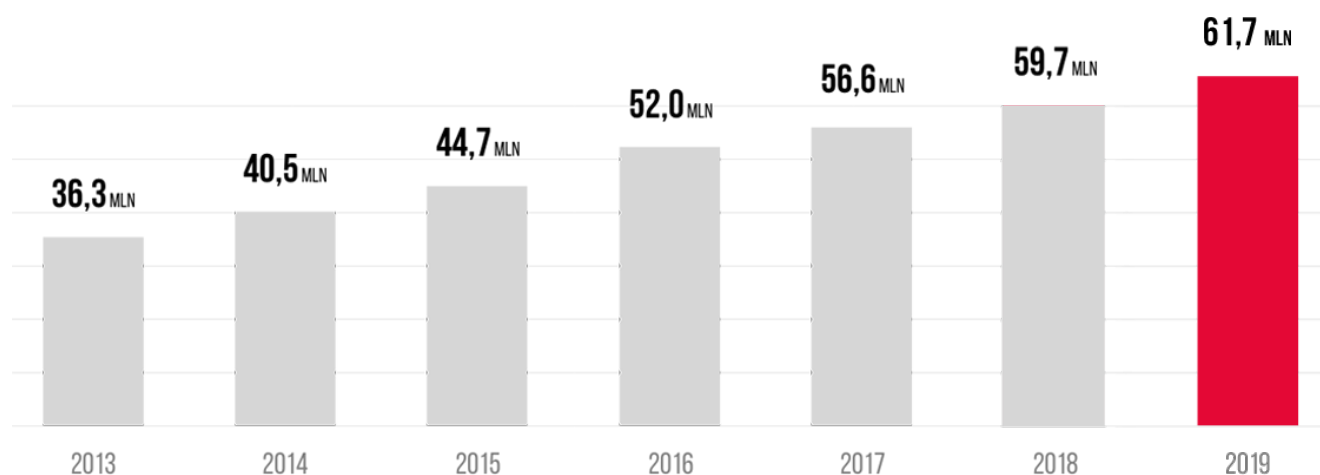
wzrost liczby sprzedanych biletów w Polsce r/r

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 STARCUM (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