

Grupa PMPG Polskie Media notuje rekordowe zasięgi swoich mediów i podsumowuje udane I półrocze 2017 r.

- **Z wyłączeniem zdarzenia jednorazowego wzrost skonsolidowanego wyniku EBITDA o 46% r/r do 5 mln 533 tys. zł i zysku netto o 81% r/r do 4 mln 758 tys. zł**
- **Konsekwentnie realizowana strategia budowy silnych marek mediów zasięgowych**
- **Dynamiczny rozwój segmentu internetowego i wzrost nakładów na rozwój nowych projektów**

WYBRANE DANE FINANSOWE GRUPY KAPITAŁOWEJ PMPG POLSKIE MEDIA	OKRES 6 MIESIĘCY ZAKOŃCZONY 30. 06. 2017 (ZNORMALIZOWANE*)	OKRES 6 MIESIĘCY ZAKOŃCZONY 30. 06. 2016	ZMIANA	OKRES 6 MIESIĘCY ZAKOŃCZONY 30. 06. 2017 (RAPORTOWANE**)
PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY	25 546	26 760	-5%	25 546
ZYSK BRUTTO ZE SPRZEDAŻY	15 879	11 201	42%	15 879
EBIT	5 145	3 488	48%	2 649
EBITDA	5 533	3 794	46%	3 037
ZYSK BRUTTO	5 721	3 530	62%	2 552
ZYSK NETTO	4 758	2 625	81%	1 589

Tab.1. Wybrane dane finansowe. Źródło: Grupa Kapitałowa PMPG Polskie Media. Sprawozdanie finansowe za I półrocze 2017 r.

* Dane finansowe bez uwzględnienia korekty wynikającej ze zwiększenia stanu rezerw.

** Dane finansowe z uwzględnieniem korekty wynikającej ze zdarzenia jednorazowego.

W I półroczu 2017 r. przychody ze sprzedaży Grupy Kapitałowej PMPG Polskie Media wyniosły 25 mln 546 tys. zł. Na wyniki pierwszych 6 miesięcy 2017 r. wpłynęło zdarzenie jednorazowe w postaci zwiększenia stanu rezerw, które obciążało wynik EBITDA kwotą 2 mln 496 tys. zł, a zysk netto kwotą 3 mln 169 tys. zł. Jest to skutkiem wyroku Sądu Okręgowego w Warszawie z 13 czerwca 2017 r., który zasądził świadczenia pieniężne od PMPG na rzecz Banku Zachodniego WBK SA. Wyrok nie jest prawomocny. Spółka wniosła apelację, będzie jednak utrzymywała rezerwę utworzoną w związku z przedmiotowym wyrokiem do czasu prawomocnego rozstrzygnięcia postępowania sądowego. **Z wyłączeniem one-off Grupa odnotowała 5 mln 533 tys. zł EBITDA, co oznacza wzrost o 46% r/r. Z kolei znormalizowany zysk netto wyniósł 4 mln 758 tys. zł i był większy o 81% od wartości zaraportowanej w analogicznym okresie 2016 r.**

Głównym czynnikiem wpływającym na pozytywne wyniki był wzrost obrotu reklamowego przy jednoczesnym spadku kosztu własnego sprzedaży. Na wzrost przychodów reklamowych wpływ miała pozytywna koniunktura gospodarcza. Spadek kosztu własnego sprzedaży wynikał ze spadku kosztów produkcji i zakupu powierzchni reklamowej realizowanego w głównej mierze w transakcjach barterowych.

„Wypracowane wyniki utwierdzają nas w przekonaniu, że konsekwentna strategia budowy silnych marek mediów zasięgowych to dobry kierunek, który zapewnia dynamiczny rozwój Grupy PMPG i przynosi wymierne efekty finansowe” – podkreśla Michał Maciej Lisiecki, prezes zarządu PMPG Polskie Media.

Lisiecki wyjaśnia również, że Spółka nie podjęła zapowiadanego skupu akcji własnych z uwagi na wątpliwości natury prawnej związane z wejściem w życie rozporządzenia MAR i oczekuje na wiążące interpretacje lub praktyki rynkowe, jakie zostaną przyjęte w tym zakresie przez spółki notowane.

Priorytetem działań PMPG jest rozwój segmentu internetowego. Serwisy Grupy notowały w I półroczu rekordowe wzrosty zarówno jeżeli chodzi o użytkowników (DoRzeczy.pl – ponad 800 tys., z przekroczeniem 1 mln w lipcu, Wprost.pl – ponad 2 mln), jak i pozostałe dane zasięgowe, w tym liczbę odsłon (łącznie ponad 15 mln) i czas spędzany w serwisach przez użytkowników (ponad dwukrotne wzrosty). Jednocześnie systematycznie rosną zasięgi „Do Rzeczy” i „Wprost” w mediach społecznościowych, gdzie profile związane z tygodnikami mają blisko 900 tys. fanów/obserwatorów.

Efektom tego jest **blisko dwukrotny wzrost przychodów z reklamy odsłonowej**. Równolegle we wszystkich serwisach PMPG wdrożone zostały rozwiązania z zakresu marketing automation, które mają przyczynić się do dalszego wzrostu przychodów z Internetu.

„Dążymy do nowej struktury raportowania, tak aby w kolejnych okresach oddzielnie pokazywać przychody z mediów drukowanych, a osobno – z mediów cyfrowych. Dynamika tych ostatnich jest satysfakcjonująca, ale widzimy w tym zakresie jeszcze wiele obszarów, które jako Grupa możemy zaktywizować i przekształcić w źródła przychodów. Wobec dokonujących się zmian w sposobie konsumowania mediów, w średnim okresie to konieczność” – komentuje Lisiecki.

Z końcem marca ruszył serwis internetowy SuperHistoria.pl, wydawany przez spółkę Orle Pióro sp. z o.o. Serwis powstał w oparciu o rozwiązania technologiczne przygotowane w ramach Grupy i przetestowane przy wdrożeniach serwisów Wprost.pl i DoRzeczy.pl, co spowodowało, że nowy serwis od startu jest rentowny.

PMPG **utrzymała również swoje zaangażowanie w biznesowy kanał telewizji internetowej inwestorzy.tv**. Jednocześnie Spółka **rozpoczęła wprowadzanie kontentu wideo** w swoich serwisach informacyjnych Wprost.pl i DoRzeczy.pl.

Rozwój serwisów internetowych i zmiany w portfolio wydawniczym to tylko część prowadzonych aktywności, których celem jest m.in. dywersyfikacja źródeł przychodów oraz identyfikacja i wybór strategicznych kierunków rozwoju Grupy PMPG.

Równolegle trwają prace nad uruchomieniem projektu PMPG Ventures - wehikułu inwestycyjnego w modelu M4E, czyli media for equity (media za udziały). Projekt, który obejmie zarówno wszystkie niezwiązane z działalnością prasową aktywa Grupy PMPG, jak i nowe inwestycje, powinien wystartować najpóźniej w IV kwartale.

Głównym aktywem Grupy PMPG Polskie Media pozostaje tygodnik „Wprost”, który wraz z tygodnikiem „Do Rzeczy” odpowiadają za blisko 80% przychodów Grupy. PMPG od lat konsekwentnie realizuje strategię budowy silnych brandów zasięgowych, dzięki której **media Grupy #PolskieMedia** notują dziś ok. **3,5 tys. bezpośrednich uczestników** wydarzeń organizowanych pod marką „Wprost” lub „Do Rzeczy”, ok. **200 tys. czytelników drukowanych i cyfrowych wydań** tygodników „Wprost” i „Do Rzeczy”, ok. **350 tys. fanów** na Facebooku, ok. **515 tys. obserwujących** na Twitterze, **3,5 mln użytkowników serwisów internetowych** Wprost.pl, DoRzeczy.pl, SuperHistoria.pl, Film.com.pl oraz **16,5 mln odsłon** serwisów internetowych.

PMPG Polskie Media to spółka holdingowa działająca na rynku mediów tradycyjnych i nowych mediów. Do Grupy należą m.in.: Agencja Wydawniczo-Reklamowa Wprost, wydawca tygodnika „Wprost” oraz spółka Orle Pióro, wydawca tygodnika „Do Rzeczy” oraz magazynu „Historia Do Rzeczy”. Bieżące informacje o działalności Grupy Kapitałowej PMPG można znaleźć na stronie internetowej firmy (www.pmpg.pl), a także na jej profilach w serwisach społecznościowych Facebook (<http://www.facebook.com/PMPG.SA>) oraz Twitter (https://twitter.com/PMPG_PL).