

**Grupa PMPG Polskie Media zakończyła 2017 r.
wzrostem znormalizowanego zysku netto o 22%**

Grupa PMPG odnotowała 51,8 mln zł przychodów ze sprzedaży towarów i produktów przy 9,0 mln zł znormalizowanego zysku operacyjnego i znormalizowanym wyniku EBITDA na poziomie 9,7 mln zł. Z kolei zysk netto, po wyłączeniu zdarzeń jednorazowych, wyniósł 9,8 mln zł i był wyższy o 22% w porównaniu z 2016 r.

WYBRANE DANE FINANSOWE GRUPY KAPITAŁOWEJ PMPG POLSKIE MEDIA	OKRES 12 MIESIĘCY ZAKOŃCZONY 31.12.2017 (ZNORMALIZOWANE*)	OKRES 12 MIESIĘCY ZAKOŃCZONY 31.12.2016	ZMIANA	OKRES 12 MIESIĘCY ZAKOŃCZONY 31.12.2017 (RAPORTOWANE**)
PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY	51 766	57 130	-9,4%	51 766
ZYSK BRUTTO ZE SPRZEDAŻY	32 520	32 228	0,9%	32 520
EBIT	9 008	9 541	-5,6%	6 512
EBITDA	9 739	10 163	-4,2%	7 243
ZYSK BRUTTO	10 733	9 505	12,9%	-4 357
ZYSK NETTO	9 755	7 990	22,1%	-5 335

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

* Dane finansowe bez rezerwy na sprawę sądową z Bankiem Zachodnim WBK S.A. oraz rozliczenia nabycia udziałów Spółki Orle Pióro sp. z o.o..

** Dane finansowe z uwzględnieniem korekty wynikającej ze zdarzeń jednorazowych.

Przychody ze sprzedaży Grupy Kapitałowej PMPG Polskie Media za cztery kwartały 2017 r. wyniosły 51,8 mln zł. Spadek przychodów względem poprzedniego roku wynikał przede wszystkim z mniejszych przychodów realizowanych w transakcjach barterowych. Skonsolidowane gotówkowe przychody ze sprzedaży utrzymały się na poziomie zbliżonym do wypracowanych w 2016 r. i wyniosły 47,7 mln zł. Pomimo zmieniającej się sytuacji gospodarczo-politycznej i zmian w strukturze rynku reklamy, Grupa wypracowała przychody nieznacznie niższe niż w 2016 r. Utrzymanie stabilnej pozycji rynkowej i wzrost osiąganych marży operacyjnej i netto, bez zdarzeń jednorazowych, to efekt konsekwentnie realizowanej strategii transformacji naszych marek z papieru do Internetu oraz wprowadzania do portfolio nowych produktów i usług.

Na wyniki finansowe w 2017 r. wpływ miały dwa zdarzenia jednorazowe. Pierwsze z nich, związane ze zwiększeniem stanu rezerw ze względu na wyrok sądowy w sprawie BZ WBK, obciążyło skonsolidowany zysk netto Spółki kwotą 3,2 mln zł. Drugim zdarzeniem było rozliczenie strategicznej transakcji uproszczenia struktury kapitałowej poprzez nabycie udziałów w Orlim Piórze, wydawcy „Tygodnika Do Rzeczy” oraz magazynu „Historia Do Rzeczy”, które księgowo obciążyło skonsolidowany wynik netto Grupy o 11,9 mln zł.



**PMPG
POLSKIE
MEDIA SA**

„Pozytywnie oceniam wypracowane przez nas w ubiegłym roku wyniki. Obecna sytuacja na rynku reklamy oraz w naszym makrootoczeniu jest wymagająca, jednak pomimo tego udało nam się utrzymać stabilną pozycję na rynku i rozbudowywać portfolio produktów i usług. Pokazuje to, że realizacja przyjętej przez nas strategii transformacji naszych mediów z papieru do Internetu przynosi wymierne efekty. Zdarzenia jednorazowe obniżające nasz raportowany wynik netto miały charakter wyłącznie księgowy, nie wpływając na pozycję gotówkową i płynnościową Grupy.” – zaznacza Michał Maciej Lisiecki, prezes zarządu PMPG Polskie Media.

W ubiegłym roku PMPG skupiło się również na rozbudowie działalności eventowej, czego efektem było m.in. przygotowanie i późniejsze zorganizowanie w 2018 r. Polish-American Leadership Summit w Miami (#PALS). Konferencja cieszyła się dużym zainteresowaniem środowisk politycznych i biznesowych, które chętnie uczestniczyły w spotkaniach oraz została objęta patronatem prezydenta Andrzeja Dudy. Dzięki organizowanym wydarzeniom PMPG wymiernie poszerzyła źródła przychodów, jak również rozbudowała w Grupie nowe kompetencje i relacje biznesowe, których pozytywny wpływ będzie widoczny w wynikach kolejnych okresów.

„Przez ostatnie lata intensywnie pracowaliśmy nad zacieśnianiem relacji ze Stanami Zjednoczonymi i dzięki #PALS już dzisiaj widzimy efekty tej pracy. Poprzez monetyzację „mostu” polsko-amerykańskiego liczymy na przełożenie zdobytej wiedzy i relacji na zyski dla naszych akcjonariuszy.” – komentuje Michał Maciej Lisiecki.

W całym roku serwisy internetowe Grupy odnotowały rekordowe wzrosty liczby użytkowników i pozostałych danych zasięgowych (kilkukrotny wzrost czasu spędzanego w serwisach Grupy). Przy jednoczesnym wzroście zasięgów mediów PMPG w mediach społecznościowych w 2017 r. przychody z reklamy odsłonowej wzrosły blisko dwukrotnie.

„Wierzymy, że wprowadzone na przestrzeni 2017 r. rozwiązania z zakresu marketing automation oraz optymalizacji serwisów w przyszłości przyczynią się do dalszego wzrostu naszych przychodów z Internetu. Nasze plany zakładają pracę nad stopniowym zwiększaniem udziału tego segmentu w naszej strukturze przychodów.” – dodaje Lisiecki.

W celu zdywersyfikowania działalności PMPG planuje również uruchomienie projektu PMPG Ventures, czyli wehikułu inwestycyjnego działającego w modelu media for equity. Strategia oraz szczegóły dotyczące projektu Spółka planuje ujawnić na przełomie II i III kwartału 2018 r. W portfolio PMPG Ventures obok nowych projektów znajdują się również niektóre z wcześniejszych, m.in. Machina Music, Film Point Group czy Wprost Nieruchomości.

PMPG Polskie Media SA
www.pmpg.pl
Batory Office Building II, Al. Jerozolimskie 212, 02-486 Warszawa
tel. (+48 22) 347 50 00,
NIP 521-00-88-831, REGON 010768408,
KRS 0000051017, Kapitał zakładowy: 103 897 320 zł



**PMPG
POLSKIE
MEDIA SA**

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).

W 2017 r. Media Grupy #PolskieMedia odnotowały 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. 380 tys. fanów na Facebooku, ok. 550 tys. obserwujących na Twitterze, ok. 28 mln użytkowników serwisów internetowych Wprost.pl, DoRzeczy.pl, SuperHistoria.pl, Film.com.pl oraz ponad 190 mln odsłon serwisów internetowych.

PMPG Polskie Media SA
www.pmpg.pl
Batory Office Building II, Al. Jerozolimskie 212, 02-486 Warszawa
tel. (+48 22) 347 50 00,
NIP 521-00-88-831, REGON 010768408,
KRS 0000051017, Kapitał zakładowy: 103 897 320 zł