

Warszawa 26 kwietnia 2021 r.



**Grupa PMPG Polskie Media podsumowała ubiegły rok: ponad 5 mln zł zysku, zmiana modelu
wydawniczego i dynamiczny wzrost w Internecie**

Komentarz Zarządu

Pierwsze miesiące epidemii COVID-19 uderzyły w przedsiębiorców wszystkich branż rzucając wyzwanie organizacjom i kwestionując ich strategie. Dzięki bezzwłocznie podjętym decyzjom, w Grupie PMPG dokonano szybkiej zmiany modelu biznesowego, nie tylko po to, aby przetrwać ten trudny okres, ale by przyspieszyć to, co nieuniknione i przygotować Grupę do dalszego rozwoju. Nowa rzeczywistość, w tym całkowicie nowa organizacja pracy, początkowo były dużym wyzwaniem, a dziś stały się szansą na rozwój poprzez przyspieszony proces digitalizacji wielu naszych usług i procesów, w szczególności w obszarze dystrybucji i monetyzacji treści wyłącznie cyfrowych. Pierwszy, najodważniejszy krok za nami: tradycyjne medium ustąpiło miejsca w pełni cyfrowej wersji. Zmiany we „Wprost” stały się katalizatorem gruntownych zmian w całej Grupie PMPG Polskie Media S.A., o których informujemy na bieżąco w komunikatach spółki.

Grupa Kapitałowa PMPG Polskie Media S.A. zakończyła rok 2020 zyskiem netto w wysokości 5,11 mln zł przy przychodach ze sprzedaży towarów i produktów w wysokości 32,8 mln zł. Skonsolidowana EBITDA wyniosła 2,95 mln zł wobec 0,41 mln zł w roku ubiegłym.

WYBRANE DANE FINANSOWE GK PMPG POLSKIE MEDIA S.A.	OKRES 12 MIESIĘCY ZAKOŃCZONY	
	31.12.2019 R. [TYS. PLN]	31.12.2020 R. [TYS. PLN]
PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY	49 626	32 807
- GOTÓWKOWE	45 821	30 472
ZYSK (STRATA) BRUTTO ZE SPRZEDAŻY	27 978	19 592
EBIT	- 815	1 828
EBITDA	413	2 949
ZYSK (STRATA) BRUTTO	- 11 210	5 353
ZYSK (STRATA) NETTO	- 11 388	5 110

Tab.1. Wybrane dane finansowe. Źródło: Grupa Kapitałowa PMPG Polskie Media S.A. Sprawozdanie finansowe za 2020 r.

Skonsolidowane przychody ze sprzedaży Grupy Kapitałowej PMPG Polskie Media w roku obrotowym zakończonym 31 grudnia 2020 r. wyniosły **32,8 mln zł** i były niższe o 34% w stosunku do roku poprzedniego. Spadek przychodów był wynikiem pandemii koronawirusa i dotyczył głównie przychodów ze sprzedaży drukowanej wersji tygodnika „Wprost”, której wydawanie zakończono w pierwszym kwartale 2020 roku oraz przychodów związanych z eventami, których organizację ograniczyły regulacje reżimu sanitarnego.

W całym roku 2020 Grupa osiągnęła zysk netto w wysokości **5,11 mln zł.**, a wskaźnik **EBITDA wyniósł 2,95 mln zł** i był ponad **7-krotnie wyższy** od osiągniętego w roku 2019.

Na polepszenie zyskowności Grupy, pomimo spadku przychodów, znaczący wpływ miały spadek kosztów wydawniczych w rezultacie zakończenia wydawania tygodnika „Wprost” w wersji drukowanej oraz działania restrukturyzacyjne, w wyniku których zmniejszono inne koszty funkcjonowania Grupy. Dodatkowo pozytywne rezultaty przyniosło zarządzanie aktywami finansowymi Grupy, w szczególności poprzez pozyskanie spłaty należności oraz sprzedaż akcji w innych spółkach. W wyniku tych ostatnich transakcji PMPG Polskie Media S.A. odnotowała w ub.r. zysk z działalności finansowej na poziomie **3,5 mln zł.**

- *Podjęte w 2020 roku działania ugruntowały nowy model biznesowy ze zmodyfikowaną strukturą organizacyjną i kosztową oraz procesami sprzedażowymi realizowanymi online. Nie bez znaczenia dla organizacji okazało się dynamiczne tempo działania w tych obszarach* - mówi **Jolanta Kloc, wiceprezes zarządu PMPG Polskie Media S.A.** nadzorująca obszar finansowy.

W minionym roku Grupa odnotowała istotny wzrost przychodów ze sprzedaży usług reklamowych w Internecie, który wyniósł blisko **5 mln zł**. Dzięki stale rosnącej liczbie użytkowników serwisów internetowych wprost.pl i dorzeczy.pl, które w raportowanym okresie odnotowały średnio miesięcznie odpowiednio 6,9 mln i 4,1 mln użytkowników, a łącznie **8,2 mln użytkowników (RU)**, PMPG jest zdecydowanym liderem w kategorii serwisów związanych z tygodnikami opinii. Sam serwis wprost.pl, nr 1 w tej kategorii, osiągnął ponad 18,5% zasięgu wśród wszystkich polskich internautów, a dorzeczy.pl z równie rewelacyjnym wynikiem i wzrostem 11,4 %. (za Gemius/PBI, grudzień 2020 r.).

- Gwarantem przetrwania marek tytułów prasowych jest konsekwentne budowanie ich tożsamości w przestrzeni cyfrowej. Choć sytuacja pandemii nie pozostaje bez wpływu na media, jesteśmy przekonani, że obserwowany trend wzrostowy jest wynikiem odważnie wdrażanych zmian i wysiłków całej organizacji podejmowanych w ramach procesu transformacji cyfrowej oraz dobrego zarządzania posiadanymi aktywami i inwestycjami spółki. Nasze wyniki pozwalają optymistycznie patrzeć w przyszłość - skomentowała **Katarzyna Gintrowska, prezes zarządu PMPG Polskie Media S.A.**

PMPG POLSKIE MEDIA S.A.

Spółka holdingowa działająca na rynku mediów tradycyjnych i nowych mediów. Do Grupy należą m.in.: Agencja Wydawniczo-Reklamowa Wprost, wydawca serwisu wprost.pl i e-tygodnika „Wprost” oraz spółka Orle Pióro, wydawca serwisu dorzeczy.pl i tygodnika „Do Rzeczy” oraz magazynu „Historia Do Rzeczy”. Silnie angażuje się w proces przemian cyfrowych. We współpracy z międzynarodowymi partnerami Quadtalent Europe Limited (spółką zależną od Quadtalent Technology) oraz North Summit Capital GP Limited, zamierza przyspieszyć transformację cyfrową Grupy Kapitałowej oraz stworzyć innowacyjne modele biznesowe i platformy technologiczne bazujące na sztucznej inteligencji, których efektem ma być zbudowanie unikalnej i trwałej przewagi konkurencyjnej w Europie.

Bieżące informacje o działalności Grupy Kapitałowej PMPG można znaleźć na [stronie internetowej](#) firmy, a także na jej profilach w serwisach społecznościowych [Facebook](#) oraz [Twitter](#).