

**Szacunkowe wyniki Grupy Kapitałowej PMPG Polskie Media lepsze od prognozy
- znaczący wzrost przychodów gotówkowych i barterowych przy stałej bazie kosztowej**

Zgodnie z opublikowanymi wstępnymi wynikami szacunkowymi Grupa PMPG Polskie Media zamknęła 2016 r. przychodami ze sprzedaży na poziomie 57,0 mln zł. Zysk operacyjny wyniósł 9,5 mln zł, a wynik EBITDA 10,1 mln zł. Opublikowana w czerwcu 2016 r. prognoza zakładała 51,0 mln zł przychodów ze sprzedaży, 7,5 mln zł zysku operacyjnego i 8,1 mln zł EBITDA.

WYBRANE DANE FINANSOWE GRUPY KAPITAŁOWEJ PMPG POLSKIE MEDIA	PROGNOZA 2016 (MLN ZŁ)	WYNIKI SZACUNKOWE 2016 * (MLN ZŁ)	ZMIANA
PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY	51,0	57,0	12%
EBIT	7,5	9,5	27%
EBITDA	8,1	10,1	25%

** Przedstawione wyniki finansowe zostały uzyskane w trakcie przygotowywania skonsolidowanego sprawozdania finansowego PMPG Polskie Media S.A. na podstawie dostępnych Zarządowi wstępnych danych finansowych za rok zakończony 31 grudnia 2016 roku. Szacunki dokonane zostały według najlepszej wiedzy Zarządu Emitenta na dzień ich sporządzania i w oparciu o założenie, że nie powstaną i nie ujawnią się okoliczności, które mogłyby istotnie wpłynąć na wyniki finansowe po dniu opublikowania szacunków. Zostaną one zbadane przez biegłego rewidenta w ramach badania skonsolidowanego sprawozdania finansowego Emitenta.*

Szacunki Grupy Kapitałowej PMPG Polskie Media wskazują na wzrosty na wszystkich prognozowanych wcześniej pozycjach – przychody ze sprzedaży wzrosły o 12%, EBIT o 27%, a wynik EBITDA o 25%. Spowodowane jest to znaczącym wzrostem przychodów gotówkowych i barterowych przy jednoczesnym zachowaniu stałej bazy kosztowej.

„Rok 2016 był dla nas okresem intensywnej pracy, której rezultatem są lepsze od prognozowanych wyniki finansowe. Jesteśmy dynamicznie rozwijającą się Grupą o ugruntowanej pozycji rynkowej. Staramy się wykorzystywać pojawiające się na rynku szanse i efektywnie wdrażać nowe inicjatywy. Nowe projekty były wsparciem dla wyników IV kwartału 2016 r., ale tak naprawdę ich efekty będą widoczne w bieżącym roku. Wyniki 2016 r. utwierdzają nas w przekonaniu, że idziemy w dobrym kierunku i pozwalają z optymizmem patrzeć w przyszłość” – mówi Michał M. Lisiecki.

Na wzrost poziomu przychodów ze sprzedaży, które nie zostały uwzględnione w prognozie miały wpływ przede wszystkim:

- wzrost ceny egzemplarzowej tygodnika „Do Rzeczy” wydawanego przez spółkę z Grupy PMPG - Orle Pióro sp. z o.o.,
- uruchomienie nowych projektów eventowych (np. 100% Polski Produkt), które miały miejsce głównie w IV kwartale 2016 r.,

Zwiększenie poziomu przychodów związane ze wzrostem ceny tygodnika „Do Rzeczy” oraz obrotu barterowego nie wpłynęło na wzrost kosztów. Uruchomienie nowych projektów odbyło się w głównej mierze z wykorzystaniem już posiadanych zasobów, stąd poziom kosztów nie uległ znaczącej zmianie.

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).