

**PMPG Polskie Media podsumowuje I kwartał 2017 r.
i stawia na rozwój segmentu internetowego**

- **Wzrost skonsolidowanego zysku netto o 6,5% r/r do 1 mln 408 tys. zł**
- **Wysoka baza wyników I kwartału 2016 r. i przesunięcie w zakresie strategii promocyjnej Grupy**
- **Dynamiczny rozwój segmentu internetowego i wzrost nakładów na rozwój nowych projektów**

WYBRANE DANE FINANSOWE GRUPY KAPITAŁOWEJ PMPG POLSKIE MEDIA	OKRES 3 MIESIĘCY ZAKOŃCZONY 31.03.2017 (TYS. ZŁ)	OKRES 12 MIESIĘCY ZAKOŃCZONY 31.03.2016 (TYS. ZŁ)
PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY	11 890	14 707
ZYSK BRUTTO ZE SPRZEDAŻY	7 080	7 783
EBITDA	1 703	2 094
ZYSK NETTO	1 408	1 322

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

W I kwartale 2017 r. przychody ze sprzedaży Grupy Kapitałowej PMPG Polskie Media wyniosły 11 mln 890 tys. zł, a EBITDA 1 mln 703 tys. zł. Za niższe przychody odpowiada obniżenie wartości transakcji barterowych w stosunku do I kwartału poprzedniego roku o 2,8 mln zł. Przesunięcie w tym zakresie wynika ze strategii promocyjnej Grupy. **Skonsolidowany zysk netto ukształtował się na poziomie 1 mln 408 tys. i był o 6,5% wyższy niż w I kwartale 2016 r.**

„Pozytywny wynik Grupy potwierdza, że prowadzona polityka dyscypliny kosztowej przyniosła pożądane efekty. Przychody gotówkowe pozostały na stabilnym poziomie ponad 7 mln zł. Zmiana w strukturze przychodów to wynik ograniczenia transakcji barterowych związany zarówno z większą dyscypliną w zakresie tych transakcji, jak i harmonogramem naszych działań promocyjnych” – komentuje Michał Maciej Lisiecki, prezes zarządu PMPG Polskie Media. Podkreśla sezonowość rynku reklamy prasowej, która wpływa na wyniki I kwartału. Aby ograniczyć wpływ czynników sezonowych w przyszłości, PMPG organizuje obecnie swoje portfolio tak, aby przychody z innych rodzajów działalności miały równoważący wpływ na wyniki.

Priorytetem działań spółki jest rozwój segmentu internetowego. Serwisy Grupy notowały w I kwartale rekordowe wzrosty zarówno jeżeli chodzi o użytkowników (DoRzeczy.pl – ponad 750 tys., Wprost.pl – ponad 2 mln), jak i pozostałe dane zasięgowe, w tym liczbę odsłon (łącznie ponad 11 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 się przyczynić do dalszego wzrostu przychodów z Internetu.

Z końcem marca ruszył serwis internetowy SuperHistoria.pl, wydawany przez spółkę Orle Pióro sp. z o.o. Serwis ma charakter wertykalny, jego głównym partnerem jest Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo oraz Fundacja PGNiG. Silny partner w połączeniu z faktem, że serwis powstał w oparciu o rozwiązania technologiczne przygotowane w ramach Grupy i przetestowane przy wdrożeniach serwisów Wprost.pl i DoRzeczy.pl spowodował, że nowy serwis od startu jest rentowny.

PMPG **utrzymała również swoje zaangażowanie w biznesowy kanał telewizji internetowej inwestorzy.tv**. Jednocześnie Spółka **planuje wprowadzenie kontentu wideo** w swoich serwisach informacyjnych Wprost.pl i DoRzeczy.pl. Nad wdrożeniem projektu pracuje Sławomir Cedzyński, były redaktor naczelny serwisów informacyjnych Grupy Wirtualna Polska.

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.

Przełożony w czasie został oficjalny start 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 ruszyć najpóźniej w IV kwartale bieżącego roku. Aktualnie trwają prace nad organizacyjną częścią projektu oraz jego strukturą w ramach Grupy PMPG Polskie Media.

W II kwartale Grupa powinna odnotować przychody z tytułu wprowadzenia do kin **filmu „Gwiazdy”, pierwszej autorskiej produkcji Film Point Group**, spółki zależnej PMPG Polskie Media. PMPG również partycypowała w produkcji. „Gwiazdy” w reżyserii Jana Kidawy-Błońskiego to barwna opowieść o miłości i rywalizacji, która wyszła daleko poza piłkarskie boisko, oraz o nieco zapomnianym filarze kadry Kazimierza Górskiego – Janie Banasiu. Premiera „Gwiazd” była jednym z najbardziej wyczekiwanych wydarzeń artystycznych i towarzyskich w pierwszej połowie maja. Film jest również prezentowany na największych na świecie targach przemysłu filmowego w Cannes.

Głównym aktywem Grupy PMPG Polskie Media pozostaje tygodnik „Wprost”, który wraz z tygodnikiem „Do Rzeczy” odpowiadają za blisko 80 proc. 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 mln użytkowników serwisów internetowych** Wprost.pl, DoRzeczy.pl, SuperHistoria.pl, Film.com.pl oraz **11 mln odsłon** serwisów internetowych.

Od początku roku w ramach PMPG rozwijany jest także przywrócony po kilku latach **projekt Business Gate**. To miesięcznik skierowany do czytelników zainteresowanych tematyką biznesową, inwestycjami i innowacjami. Co dwa tygodnie ukazuje się również **Business Gate Capital – e-magazyn** poświęcony tematyce rynku kapitałowego.

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).