

**Grupa PMPG Polskie Media osiągnęła w I półroczu 2018 r.
zysk netto na poziomie 4 mln 533 tys. zł wobec 1 mln 589 tys. zł w I półroczu roku
ubiegłego**

Grupa PMPG odnotowała w I półroczu 2018 roku 22,9 mln zł przychodów ze sprzedaży towarów i produktów przy 4,8 mln zł zysku operacyjnego i wyniku EBITDA na poziomie 5 mln zł. Z kolei, zysk netto wyniósł 4,53 mln zł i był wyższy o 185% w porównaniu z analogicznym okresem 2017 r.

WYBRANE DANE FINANSOWE GRUPY KAPITAŁOWEJ PMPG POLSKIE MEDIA	OKRES 6 MIESIĘCY ZAKOŃCZONY 30.06.2018	OKRES 6 MIESIĘCY ZAKOŃCZONY 30.06.2017	ZMIANA
PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY	22 896	25 546	-10%
ZYSK BRUTTO ZE SPRZEDAŻY	14 542	15 879	-8%
EBIT	4 783	2 649	81%
EBITDA	4 996	3 037	65%
ZYSK BRUTTO	4 629	2 552	81%
ZYSK NETTO	4 533	1 589	185%

Tab.1. Wybrane dane finansowe. Źródło: Grupa Kapitałowa PMPG Polskie Media. Sprawozdanie finansowe za I półrocze 2018 r.

Przychody ze sprzedaży Grupy Kapitałowej PMPG Polskie Media za I półrocze 2018 r. wyniosły 22,9 mln zł. Spadek przychodów względem I półrocza poprzedniego roku wynikał przede wszystkim z mniejszych przychodów ze sprzedaży egzemplarzowej czasopism oraz powierzchni reklamowej.

Pomimo nieznacznego spadku przychodów skonsolidowany zysk netto wyniósł 4,53 mln zł i był wyższy o 2,94 mln zł w stosunku do wyniku osiągniętego w I półroczu 2017 r. Pozytywny wynik finansowy jest efektem konsekwentnie realizowanej strategii transformacji marek Grupy PMPG (Wprost i Do Rzeczy) z papieru do Internetu oraz wprowadzania do portfolio nowych produktów i usług.

Na wynik finansowy wpływ miały też zdarzenia jednorazowe - rozwiązanie przez spółkę z Grupy rezerw w łącznej kwocie 1,57 mln zł. Zysk netto Grupy PMPG bez wpływu zdarzeń jednorazowych wyniósłby 2,96 mln zł.

„Spółki z Grupy dobrze poradziły sobie w I półroczu tego roku. Rynki wydawniczy i reklamowy w ostatnich latach dynamicznie się zmieniają. Sprzedaż prasy drukowanej i reklama w magazynach maleją, ale górę bierze czytelnictwo w mediach internetowych, dzięki czemu wzrastają wydatki na reklamę w Internecie. Przyjęta strategia transformacji naszych mediów z papieru do Internetu jest w trakcie realizacji. Aktualnie w obszarze czasopism tradycyjnych wykorzystujemy nasze wieloletnie doświadczenie i wciąż osiągamy naprawdę dobre rezultaty - jesteśmy

najefektywniejsi w branży. W obszarze Internetu natomiast, dzięki staraniom jakie podjęliśmy w ostatnich dwóch latach, notujemy dynamiczne wzrosty w każdej z dziedzin, od liczby użytkowników po przychody reklamowe. Dostrzegamy dalszy potencjał w rozwoju mediów w Internecie, choćby w obszarze e-commerce – co dodatkowo cieszy i wpisuje się w naszą strategię.” – zaznacza Michał Maciej Lisiecki, prezes zarządu PMPG Polskie Media.

W I półroczu 2018 roku serwisy internetowe Grupy odnotowały kolejne wzrosty liczby użytkowników i pozostałych danych zasięgowych (wzrost czasu spędzanego w serwisach Grupy). Pod względem zasięgu Grupa PMPG jest aktualnie liderem wśród serwisów powiązanych z tygodnikami opinii z udziałem prawie 11%. Dalszy rozwój segmentu internetowego jest priorytetem działań PMPG.

PMPG była także w minionym półroczu zaangażowana w prace nad rozwojem spółki Inwestorzy.TV S.A. będącej wydawcą biznesowego kanału telewizji internetowej inwestorzy.tv. Starania głównych akcjonariuszy tej spółki, do którego grona należy PMPG, zakończyły się zakupem przez Inwestorzy.TV S.A. większościowego pakietu akcji (97,75%) notowanej na rynku Newconnect spółki Inwestycje.pl S.A., wydawcy portali internetowych, których tematyka poświęcona jest finansom i gospodarce. Spółki Inwestorzy.TV S.A. i Inwestycje.pl S.A. mają połączyć się do końca roku 2019. *„Na naszych oczach powstaje właśnie silna internetowa grupa medialna.”* – podsumował transakcję Michał Lisiecki. PMPG jako solidny inwestor branżowy tej grupy, ma zamiar ściśle z nią współpracować nad rozwojem dotychczasowych i nowych linii biznesowych.

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).

Media Grupy #PolskieMedia notują ok. 3,5 tys. bezpośrednich uczestników wydarzeń organizowanych pod marką „Wprost” lub „Do Rzeczy”, ok. 130 tys. czytelników drukowanych i cyfrowych wydań tygodników „Wprost” i „Do Rzeczy”, ok. 640 tys. odbiorców na Facebooku, ok. 520 tys. obserwujących na Twitterze, ok. 4,5 mln użytkowników serwisów internetowych Wprost.pl, DoRzeczy.pl, SuperHistoria.pl, Film.com.pl oraz ponad 42 mln odsłon serwisów internetowych.