

**Grupa PMPG Polskie Media podsumowała I półrocze 2019 r. – stabilne przychody,
dynamiczne wzrosty w Internecie, „Wprost” najbardziej opiniotwórczym
tygodnikiem**

Po dwóch kwartałach 2019 r. skonsolidowane przychody gotówkowe Grupy Kapitałowej PMPG Polskie Media S.A. wyniosły 21,365 mln zł i były nieznacznie wyższe od przychodów zrealizowanych w pierwszym półroczu roku ubiegłego w wysokości 21,357 mln zł.

Grupa wykazała po pierwszym półroczu ujemny wynik finansowy na poziomie 1,476 mln zł, na który złożyła się głównie strata poniesiona w I kwartale w kwocie 1,337 mln zł. Drugi kwartał zakończył się niewielką stratą na poziomie 0,139 mln zł ze względu na dokonany przez PMPG Polskie Media S.A. odpis aktualizujący należności od spółki zależnej w kwocie 0,465 mln zł.

„Biorąc pod uwagę trudne otoczenie rynkowe - w szczególności zmiany zachodzące na rynku prasy, a także okoliczności, które towarzyszyły Spółce w drugim kwartale - uważamy, że wyniki pierwszego półrocza tego roku są na przyzwoitym poziomie. Konsekwentnie realizujemy przyjętą wcześniej strategię transformacji cyfrowej naszych wydawnictw, która jest procesem długotrwałym i kosztownym. Nasze marki odnotowują dynamiczne wzrosty w Internecie. Są liderami w swoim segmencie. Liczymy na to, że w niedalekim czasie pozytywne efekty tych działań będą widoczne w osiągniętych przez spółki wynikach” - zaznacza Piotr Piaszczyk, członek zarządu PMPG Polskie Media.

W pierwszym półroczu 2019 roku serwisy internetowe Grupy Wprost.pl oraz DoRzeczy.pl kontynuowały wysokie wzrosty. Średniomiesięcznie łączna liczba użytkowników serwisu Wprost.pl zwiększyła się o ponad 45% w stosunku do pierwszego półrocza roku poprzedniego, a liczba odsłon wzrosła o 35%. Sam tylko serwis Zdrowie.Wprost.pl w pierwszym półroczu tego roku zyskał średniomiesięcznie ponad 2 mln użytkowników oraz niemalże 12 mln odsłon w stosunku do ubiegłego roku. Z kolei liczba użytkowników serwisu DoRzeczy.pl wzrosła o 64%, a liczba odsłon o ponad 108%. Związany z miesięcznikiem Historia DoRzeczy serwis Superhistoria.pl pozyskał średniomiesięcznie niemalże 300 tys. użytkowników oraz ponad 1,4 mln odsłon. W kolejnych kwartałach roku 2019 Grupa skupi się na dalszym rozwoju serwisów internetowych i poszerzaniu oferty reklamowej w Internecie.

W minionym półroczu PMPG Polskie Media S.A. prowadziła także Program skupu akcji własnych. W ramach realizacji Skupu, Spółka nabyła dotychczas akcje stanowiące ponad 1% kapitału zakładowego.

W dniu 1 maja 2019 r. doszło do zmiany w składzie Zarządu PMPG Polskie Media S.A. Ze stanowiska Prezesa Zarządu ustąpił Michał Maciej Lisiecki, który został powołany do pełnienia funkcji Członka Rady Nadzorczej Spółki, a stanowiska Członków Zarządu objęli kluczowi menedżerowi spółki o długoletnim stażu: Ewa Rykaczewska, Robert Pstrokoński i Piotr Piaszczyk.

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. 126 tys. czytelników drukowanych i cyfrowych wydań tygodników „Wprost” i „Do Rzeczy”, ok. 315 tys. fanów na Facebooku, ok. 460 tys. obserwujących na Twitterze, ok 5 mln użytkowników serwisów internetowych Wprost.pl, DoRzeczy.pl, SuperHistoria.pl, Film.com.pl oraz 42 mln odsłon serwisów internetowych miesięcznie.