

PMPG Polskie Media z 20% wzrostem przychodów w III kwartale 2019 r.

Wprost.pl liderem serwisów internetowych tygodników opinii.

Grupa PMPG Polskie Media osiągnęła w III kwartale 2019 roku 13,3 mln zł przychodów ze sprzedaży towarów i usług. Były one o 20% wyższe od wypracowanych w tym samym kwartale ubiegłego roku, kiedy odnotowano przychody na poziomie 11,1 mln zł. Zysk w III kwartale wyniósł 1,8 mln zł.

Po trzech kwartałach 2019 r. Grupa wykazała 36 mln zł przychodów wobec 34 mln zł osiągniętych w analogicznym okresie roku 2018. Wzrost przychodów dotyczył głównie sprzedaży reklamowej gotówkowej, w tym sprzedaży reklamy w Internecie. Wyniki trzeciego kwartału spowodowały, że narastająco za pierwsze trzy kwartały całego roku 2019 Grupa wykazała zysk netto w kwocie 0,3 mln zł wobec straty na poziomie 1,5 mln zł poniesionej w pierwszym półroczu br.

Grupa PMPG Polskie Media kontynuuje strategię rozwoju swoich głównych marek tj. Wprost i Do Rzeczy oraz transformacji wydawnictw do Internetu. Serwis Wprost.pl jest zdecydowanym liderem wśród serwisów internetowych tygodników opinii pod względem liczby użytkowników. W październiku już 3,9 mln*, tj. ok 12% polskich internautów odwiedziło wprost.pl. Dynamicznie rozwija się również serwis DoRzeczy.pl. W październiku odnotował najwyższą wśród serwisów tygodników opinii dynamikę przyrostu użytkowników miesiąc do miesiąca osiągając 25% przyrostu. Po raz pierwszy przy tym przekroczył granicę 2 mln użytkowników*. W październiku odnotowano również rekordową liczbę odsłon serwisów PMPG, która przekroczyła 52 mln. Wyniki te przełożyły się to na wzrost przychodów z reklamy w Internecie, który wyniósł 43% mierząc III kwartał br. w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. W kolejnych kwartałach Grupa skupi się na dalszym rozwoju serwisów internetowych i poszerzaniu oferty reklamowej w Internecie.

W minionym kwartale nastąpiła zmiana na stanowisku redaktora naczelnego tygodnika Wprost. Kierownictwo redakcją przejął Marcin Dzierżanowski, który wcześniej przez 6 lat pełnił funkcję zastępcy redaktora naczelnego. Tygodnik Wprost w III kwartale 2019 roku pozostawał najbardziej opiniotwórczym tytułem wśród tygodników.

Jednym z elementów strategii Grupy, kontynuowanym w trzecim kwartale br., był skup akcji własnych realizowany w ramach rozpoczętego na początku 2019 roku „Programu skupu akcji własnych”. W ramach Programu PMPG skupiła dotychczas akcje własne stanowiące 1,15% kapitału zakładowego.

*) Raport Gemius, 10.2019

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, prawie 6 mln użytkowników serwisów internetowych Wprost.pl, DoRzeczy.pl, SuperHistoria.pl, Film.com.pl oraz ponad 52 mln odsłon serwisów internetowych miesięcznie.