

Wynik finansowy Grupy PMPG Polskie Media S.A. za I kwartał 2020 lepszy od ubiegłego roku.

Grupa kończy kwartał w #Top20 polskich wydawców internetowych.

Grupa PMPG odnotowała po pierwszym kwartale 2020 r. 10,6 mln zł przychodów ze sprzedaży towarów i produktów. Skonsolidowana EBITDA wyniosła 0,04 mln zł i była większa o 1 mln zł w stosunku do I kwartału ubiegłego roku. Jednocześnie Grupa zredukowała stratę netto o 1,2 mln zł do -0,1 mln zł.

W I kwartale 2020 roku Grupa osiągnęła 10,6 mln zł przychodów wobec 12,1 mln zł w I kwartale roku ubiegłego. Spadek przychodów wynikał głównie z mniejszej ilości opublikowanych drukiem numerów wydawanych przez Grupę czasopism. Z uwagi na epidemię po jednym numerze tygodników „Wprost” i „Do Rzeczy” ukazały się w marcu tylko jako e-wydanie. Zrezygnowano również z dotychczasowej formy sprzedaży samych e-wydań. Wraz ze spadkiem przychodów w łącznej wysokości 1,5 mln zł zmniejszeniu o 2 mln zł uległy koszty sprzedaży. W konsekwencji Grupa zakończyła I kwartał br. stratą netto na poziomie -0,1 mln zł oraz EBITDA w wysokości 0,04 mln zł, wobec -1,3 mln zł straty oraz -1,05 mln zł EBITDA w roku ubiegłym.

„Mając na uwadze, że w działalności Grupy I kwartał jest zawsze trudny oraz fakt, że cały miesiąc marzec upłynął pod znakiem wyzwania związanych z epidemią Covid-19, prezentowane wyniki oceniam jako pozytywne” – skomentował Piotr Piaszczyk, Członek Zarządu PMPG Polskie Media S.A. „Oczywiście, wpływ epidemii na wyniki pierwszego kwartału nie był tak istotny jak może okazać się w kolejnych miesiącach roku, szczególnie tych w drugim kwartale. Podjęliśmy kilka trudnych, ale niezbędnych decyzji, a cały zespół koncentruje się na działaniach mających na celu minimalizację skutków pandemii. Dzięki temu wysiłkowi, za który w imieniu kierownictwa chciałbym wszystkim bardzo podziękować, każdego dnia zmieniamy firmę przystosowując ją do nowych wyzwań. Transformacja cyfrowa PMPG zdecydowanie przyspieszyła. Z optymizmem patrzymy w przyszłość.”

Według raportu Gemius/PBI, PMPG Polskie Media S.A., wydawca serwisów wprost.pl i dorzeczy.pl, osiągnęła w marcu tego roku **10,5 mln użytkowników (RU) i 125 mln odsłon**, co oznacza rekordowe 190% wzrostu w stosunku do marca 2019. Tym samym znalazła się w gronie **TOP 20 Grup Internetowych w Polsce**, zajmując **19.** miejsce w rankingu ruchu ogółem i **14.** jeśli chodzi o ruch na urządzeniach mobilnych.

Wprost.pl z 9 mln użytkowników (RU) jest zdecydowanym liderem w kategorii serwisów związanych z tygodnikami opinii, mając 30% jej całkowitego udziału. **DoRzeczy.pl** osiągnęło w marcu 4,7 mln użytkowników. Obydwa serwisy urosły rok do roku odpowiednio o 206% i 277%.

Wartym odnotowania jest spektakularny skok w zestawieniu serwisów o tematyce zdrowotnej jaki odnotował serwis **Zdrowie i Medycyna na wprost.pl**. Z 6,8 mln użytkowników i 40 mln odsłon uplasował się w marcu na **2. pozycji** osiągając **24% zasięgu** wśród polskich internautów.

25 marca Zarząd PMPG podjął decyzję o zmianie modelu wydawniczego spółki zależnej AWR „Wprost”, tj. zakończeniu wydawania drukiem tygodnika „Wprost” i skupieniu się na tworzeniu i dystrybucji treści w Internecie. W piątek, 8 maja ukazał się inauguracyjny, zerowy numer e-Wprost. Cyfrowe wydanie, w formacie tworzonym zgodnie z filozofią **#MobileFirst** stało się częścią atrakcyjnej oferty pakietu **#CyfrowyŚwiatWprost**.

Obok zmian wprowadzanych w ofercie produktowej Grupa PMPG dokonuje wzmocnienia kompetencji w zakresie rozwoju i zarządzania transformacją cyfrową. Do zespołu dołączyły, na stanowisku Dyrektora ds. Rozwoju Cyfrowego **Małgorzata Golińska**, wcześniej związana z Wirtualną Polską, a na stanowisku Dyrektora Sprzedaży i Rozwoju Oferty Digital **Ewa Budzynowska** z Grupy Gazeta.pl.

„Jako wydawcę, cieszy mnie ten silny trend wzrostowy i utwierdza w przekonaniu o słuszności kierunku rozwoju. Choć sytuacja pandemii nie jest bez wpływu na media, jestem przekonany, że nasza skala wzrostu jest już wynikiem zmian i wysiłków podejmowanych na drodze transformacji digitalowej, którą realizujemy wdrażając strategię #CyfrowyŚwiatWprost. Zespół dokonał wielu zmian i choć jeszcze dużo przed nami, wierzę, że te wzrosty dadzą obu Redakcjom przysłowiowy „wiatr w żagle”. Ambicje mamy duże i nie waham się o tym mówić. Oprócz skali bardzo stawiamy na jakość, wiarygodność, dziennikarską rzetelność i trwałe budowanie relacji z odbiorcą treści.” – komentował niedawno wydawca, założyciel i główny akcjonariusz PMPG Polskie Media S.A. – **Michał Maciej Lisiecki**.

PMPG Polskie Media to spółka holdingowa działająca na rynku 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).

Dotarcie Grupy #PolskieMedia: 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. 10,5 mln użytkowników serwisów internetowych Wprost.pl, DoRzeczy.pl, SuperHistoria.pl, Film.com.pl oraz 125 mln odsłon serwisów internetowych miesięcznie.