

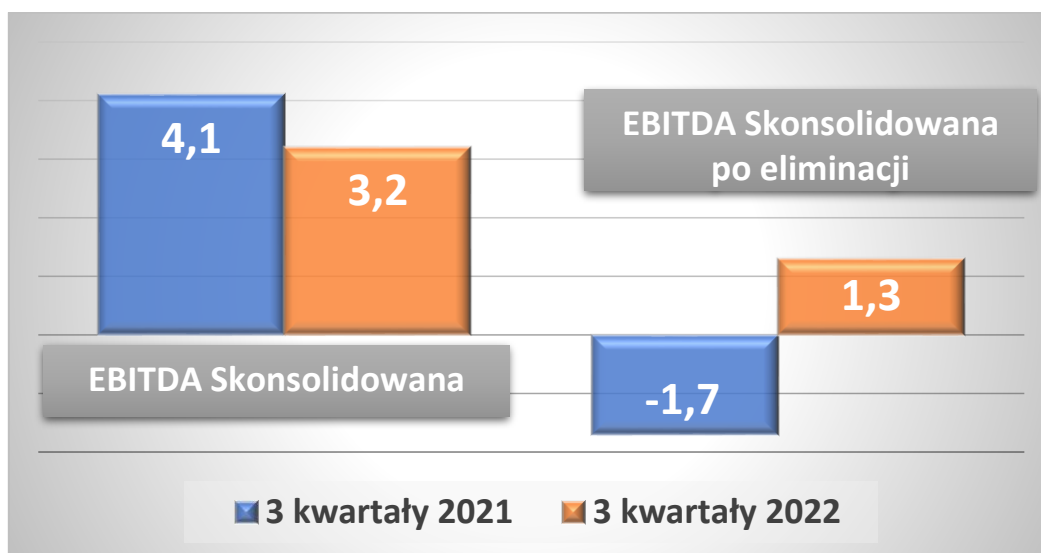
58% WZROSTU PRZYCHODU ZE SPRZEDAŻY, NOWE SERWISY GRUPY PMPG



Skonsolidowany przychód ze sprzedaży za 3 kwartały 2022 r. wynosi ponad 32 mln zł i jest o 58% wyższy niż w analogicznym okresie 2021 r. Skonsolidowana EBITDA za 3 kwartały br. wyniosła 3,2 mln zł.

EBITDA skonsolidowana po eliminacji zdarzeń jednorazowych w 2022 r. wyniosła 1,3 mln zł natomiast w 2021 roku Grupa po eliminacji zdarzeń jednorazowych wygenerowała stratę w wysokości 1,7 mln zł.

W skonsolidowanym wyniku roku 2022 zdarzeniem jednorazowym było odwrócenie odpisu na aktywa finansowe w kwocie 1,9 mln zł, natomiast w 2021 roku głównymi zdarzeniami jednorazowymi był przychody w wysokości 3 mln zł z tytułu zwolnienia z obowiązku zwrotu subwencji PFR, oraz przychody wynikające z odwrócenia odpisów w kwocie 2,1 mln zł.



Wykres.1 na podstawie danych finansowych (źródło: Grupa Kapitałowa RAPORT WYNIKÓW za 3 kw. 2022)

wybrane dane	okres 9 miesięcy Zakończony 30.09.2022	okres 9 miesięcy Zakończony 30.09.2021	zmiana %	zmiana wartości
przychody ze sprzedaży	32 171	20 425	58%	11 746
zysk(strata) brutto ze sprzedaży	19 771	11 171	77%	8 600
EBIT	2 292	3 169	-28%	-877
EBITDA	3 240	4 121	-21%	-881
zysk(strata) brutto	4 262	5 581	-24%	-1 319
zysk(strata) netto na rok obrotowy	3 427	5 213	-34%	-1 786

Tab.1 Wybrane dane finansowe (źródło: Grupa Kapitałowa RAPORT WYNIKÓW za 3 kw. 2022)

KOMENTARZ ZARZĄDU

Grupa PMPG w sposób trwały i skuteczny buduje swoją pozycję w rankingu wiodących grup mediowych, stale zwiększa zasięgi i rozwija nowe serwisy tematyczne. **W 3. kwartale 2022 wprost.pl pozyskało 1,5 mln nowych RU (wzrost o 24%, vs 3Q 2021), a dorzeczy.pl prawie 1 mln nowych RU (wzrost o 43% vs 3Q 2021).** Zgodnie z danymi Gemius PBI, wrzesień 2022r, z naszych serwisów korzysta 25,33% internautów. Entuzjastycznie przyjęty przez użytkowników serwis podroze.wprost.pl odwiedziło we wrześniu 1,4 Realnych Użytkowników, a sam serwis wszedł na listę TOP-10 serwisów w kategorii „Podróże i Turystyka” panelu Gemius. Wrzesień 2022r przyniósł również debiut serwisu dom.wprost.pl. Statystyki obu domen dynamicznie rosną. Strategia wydawnicza Spółki AWR Wprost zakłada horyzontalny rozwój serwisu, któremu towarzyszy staranny dobór autorów i unikalnych treści, tak by w każdej z nisz tematycznych mocno angażować użytkowników, a ostatecznie zachęcić ich do płatnych form konsumowania treści. Spółka Orle Pióro pozostaje w segmencie wydawnictw polityczno-gospodarczych, a jej celem strategicznym jest dalsze zwiększanie udziałów w obszarze mediów konserwatywnych. Jest to szczególne wyzwanie, zważywszy na fakt, iż zgodnie z danymi Gemius PBI za wrzesień 2022 portal dorzeczy.pl plasuje się na 1 pozycji wśród wydawców prawniczych. **Średnia miesięczna sprzedaż e-wydań (głównie subskrypcje cyfrowe) tygodnika „Do Rzeczy” w III kwartale 2022 roku w porównaniu do III kwartału 2021 roku wzrosła o ponad 57%.**

- *Dobre wyniki to rezultat zrównoważonej strategii, w której z jednakowym zaangażowaniem dbamy o czytelnika i reklamodawcę. Dynamicznie rozwijana siatka reklamowa i ciągle udoskonalany system polecenia treści budują pozytywne doświadczenia naszych użytkowników i klientów. Naszym atutem jest elastyczna struktura i umiejętność szybkiego wdrażania zmian* – komentuje Robert Pstrokoński Dyrektor Zarządzający odpowiadający za obie marki wydawnicze.

Jednostkowy wynik Spółki PMPG Polskie Media S.A jest bardzo zadawalający. Odnotowaliśmy **79 % wzrost przychodów ze sprzedaży (9,3 mln zł) co pozwoliło wygenerować wyższy (+38%) wskaźnik EBIDTA.**

wybrane dane	okres 9 miesięcy Zakończony 30.09.2022	okres 9 miesięcy Zakończony 30.09.2021	zmiana %	zmiana wartości
przychody ze sprzedaży	21 009	11 737	79%	9 272
zysk(strata) brutto ze sprzedaży	15 653	8 297	89%	7 356
EBIT	3 859	2 496	55%	1 363
EBITDA	4 664	3 372	38%	1 292
zysk(strata) brutto	8 638	4 660	85%	3 978
zysk(strata) netto na rok obrotowy	7 815	4 597	70%	3 218

Tab.2 Wybrane dane finansowe (źródło: Grupa Kapitałowa RAPORT WYNIKÓW za 3 kw. 2022)

Bardzo dobre wyniki spółki PMPG to zasługa zaangażowanego działu sprzedaży, dobrej polityki handlowej i konkurencyjnych produktów reklamowych. Klienci biznesowi doceniają skuteczność kampanii reklamowych oraz wysoką jakość obsługi klienta.

- PMPG to wehikuł strategiczny i koło zamachowe grupy. Skutecznie monetyzujemy ogromny potencjał serwisów, ale nie zapominamy o czytelniku, który ceni wysoką jakość dziennikarstwa. Od 40 lat opisujemy i komentujemy rzeczywistość polityczno-gospodarczą. Jesteśmy platformą wymiany opinii, czasem trudnych, czasem sprzecznych, ale tylko w ten sposób możemy być wiarygodni – komentuje Katarzyna Gintrowska, Prezes Grupy PMPG.

Istotne znaczenie dla dobrego wyniku ma ciągle trwający proces optymalizacji procesów i porządkowania ładu korporacyjnego Grupy.

- Dzięki usprawnianiu procesów obsługi grupy nasza szybkość reagowania na zmieniające się warunki rynkowe jest coraz większa – dodaje Wiceprezes Zarządu ds. Finansowych, Jolanta Kloc.

Rolą PMPG jest strategiczne zarządzanie spółkami w Grupie, wykorzystywanie synergii oraz ciągłe poszukiwanie dodatkowych źródeł wzrostu. Nowe kierunki rozwoju mają zapewnić spółkom wzrost i stabilny rozwój w kolejnych miesiącach. Wysoka inflacja, *zmiana preferencji zakupowych klientów indywidualnych oraz trudności przed którymi stoi biznes stanowią ogromne wyzwanie i szansę budowania mocnej pozycji PMPG na rynku mediów opiniotwórczych.

PMPG Polskie Media S.A.

Spółka holdingowa działająca na rynku tradycyjnych i nowych mediów. Do Grupy należą m.in.: Agencja Wydawniczo-Reklamowa Wprost, wydawca serwisu wprost.pl, e-tygodnika „Wprost” i „Magazynu Wprost Premium” oraz spółka Orle Pióro, wydawca serwisu dorzeczy.pl i tygodnika „Do Rzeczy” oraz magazynu „Historia Do Rzeczy”.