

**Wyniki Grupy PMPG Polskie Media S.A. po I kwartale 2023 r.:**  
**Przychody utrzymane, zysk większy o 9 proc.**



**W I kwartale 2023 r. Grupa Kapitałowa PMPG Polskie Media S.A. osiągnęła skonsolidowany zysk netto w wysokości 679 tys. zł, a w analogicznym okresie roku poprzedniego wskaźnik ten wynosił 623 tys. zł. Oznacza to wzrost zysku netto o 9 proc.**

wybrane dane	okres 3 miesięcy zakończony 31.03.2023 (w tys. zł)	okres 3 miesięcy zakończony 31.03.2022 (w tys. zł)	zmiana %	zmiana wartości
przychody ze sprzedaży	10 722	11 040	-3%	-318
zysk(strata) brutto ze sprzedaży	6 075	7 309	-17%	-1 234
EBIT	-257	1 241	-121%	-1 498
EBITDA	<b>234</b>	<b>1 551</b>	<b>-85%</b>	<b>-1 317</b>
zysk(strata) brutto	268	1 059	-75%	-791
zysk(strata) netto na rok obrotowy	<b>679</b>	<b>623</b>	<b>9%</b>	<b>56</b>

Tab.1 Wybrane dane finansowe (źródło: Grupa Kapitałowa RAPORT WYNIKÓW za 1 kw. 2023 r.)

**Przychody Grupy Kapitałowej PMPG w 1 kwartale 2023 roku wyniosły 10,7 mln zł** i były tylko nieco niższe (-3 proc.) niż przed rokiem. **Grupa utrzymała zatem poziom przychodów ze sprzedaży** z analogicznego okresu 2022 roku, który był pod tym względem rekordowy. Grupa osiągnęła wówczas (1.kw.2022 r.) 66 proc. wzrostu przychodów ze sprzedaży i aż 95 proc. wzrostu zysku ze sprzedaży.

Utrzymanie przychodów ze sprzedaży na podobnym poziomie, co w analogicznym okresie 2022 r. można odczytać jako **sukces Grupy w obliczu sytuacji na rynku reklamy**, który jest silnie uzależniony od sytuacji makroekonomicznej i nastrojów konsumenckich. Dodatkowo presja inflacyjna spowodowała, że przedsiębiorstwa szukały oszczędności w swojej działalności, co miało negatywne przełożenie na rynek reklamy. W nadchodzących kwartałach analitycy spodziewają się realnego wzrostu PKB w Polsce i w Europie, oraz spadku poziomu presji inflacyjnej w gospodarce, co powinno mieć pozytywne przełożenie na rynek reklamy.

Jednym z czynników generujących większe koszty był wzrost ceny papieru, co miało swoje odbicie na wynikach tygodnika „Do Rzeczy”. **Grupa PMPG Polskie Media S.A. zdecydowała się również na szerokie inwestycje w zasoby ludzkie i w rozwój obu tytułów** (Wprost.pl i „Do Rzeczy”), co także skutkowało wzrostem kosztów w 1 kwartale 2023 r. Jednocześnie, w odpowiedzi na rosnące zagrożenie atakami hakerskimi z kierunku wschodniego, Grupa PMPG Polskie Media S.A. zdecydowała się na wydatne wzmocnienie zabezpieczeń serwerów i dodatkowe inwestycje w dział IT.

*„Jednym z naszych zadań w 1. kwartale 2023 r. było zapewnienie bezpieczeństwa i uodpornienie produktów wydawniczych spółki na wrogie działania. Stabilność procesów wydawniczych, w kontekście działań hakerów ze wschodu, Zarząd spółki postrzega nie tylko jako konieczność biznesową, ale również jako naszą misję w dobie wojny informacyjnej. Są to działania konieczne i wykraczające czasem poza założone plany” – mówi Jolanta Kloc, Wiceprezes Zarządu ds. Finansowych. – „Jednocześnie, sukcesywnie rozwijamy strukturę holdingową Grupy, w ramach której spółka PMPG Polskie Media S.A. pozostaje wehikułem strategicznym i inicjatorem rozwoju nowych projektów, w kierunku coraz bardziej konkurencyjnej grupy mediowej.” – dodaje Jolanta Kloc.*

Na spadek wartości EBIT w porównaniu do analogicznego okresu 2022 roku miał wpływ rozwój spółki, poprzez uruchomienie nowych formatów medialnych i wydatne powiększenie zespołu dziennikarskiego, jak również sprzedażowego. **Spółka tym samym mocno inwestuje w rozwój**, co potwierdzają wysokie wpływy ze sprzedaży reklam w ostatnich kwartałach.

## Wyniki jednostkowe PMPG Polskie Media SA

W I kwartale 2023 r. **PMPG Polskie Media S.A. osiągnęła jednostkowy zysk netto w wysokości 413 tys. zł** wobec 665 tys. zł w analogicznym okresie roku ubiegłego. Przychody ze sprzedaży PMPG w 2023 r. wyniosły 6,6 mln zł i były niższe o 12 proc. niż przed rokiem.

wybrane dane	okres 3 miesięcy zakończony 31.03.2023 (w tys. zł)	okres 3 miesięcy zakończony 31.03.2022 (w tys. zł)	zmiana %	zmiana wartości
przychody ze sprzedaży	6 629	7 503	-12%	-874
zysk(strata) brutto ze sprzedaży	4 656	5 596	-17%	-940
EBIT	309	1 191	-74%	-883
EBITDA	<b>662</b>	<b>1 484</b>	-55%	-822
zysk(strata) brutto	461	989	-53%	-528
zysk(strata) netto na rok obrotowy	<b>413</b>	<b>665</b>	-38%	-252

Tab.2 Wybrane dane finansowe (źródło: Grupa Kapitałowa RAPORT WYNIKÓW za 1 kw. 2023 r.)

I kwartał 2023 r. spółka **PMPG Polskie Media S.A. zakończyła z zyskiem brutto w wysokości 461 tys. zł**, na który składa się zysk z działalności operacyjnej w wysokości 309 tys. zł oraz zysk z działalności finansowej w wysokości 152 tys. zł.

	Q1 2023 (w tys. zł)	Q1 2022 (w tys. zł)
Wynik na działalności operacyjnej	309	1 192
Wynik na działalności finansowej	152	-203
<b>Wynik brutto</b>	<b>461</b>	<b>989</b>

Tab.3 Wybrane dane finansowe (źródło: Grupa Kapitałowa RAPORT WYNIKÓW za 1 kw. 2023 r.)

Warto przypomnieć, że **w całym 2022 roku, PMPG Polskie Media S.A. osiągnęła jednostkowy zysk netto w wysokości 9,485 mln zł** wobec 8,321 mln zł w analogicznym okresie roku 2021. Zaś przychody ze sprzedaży PMPG w 2022 r. wyniosły 28,7 mln zł i były wyższe o 54 proc. niż przed rokiem.

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”. Spółka aktywnie inwestuje również w nowe projekty o charakterze startupowym.