

Warszawa, 19 marca 2014 r.

Szanowni Państwo,

W imieniu Zarządu Platformy Mediowej Point Group prezentuję sprawozdanie finansowe Grupy Kapitałowej PMPG za rok 2013 r. Z satysfakcją mogę stwierdzić, że na podstawie wyników wyraźnie widać, iż w ciągu ostatnich lat PMPG zbudowało zdrowe fundamenty, które dzisiaj pozwalają Zarządowi skupić się na realizowaniu strategii rozwoju firmy.

W ubiegłym tygodniu Spółka przedstawiła prognozę na rok 2014, opartą, podobnie jak prezentowana w 2013 r., na konserwatywnych założeniach, zgodnie z zasadą *underpromise – overdeliver*. **Uwzględniając dynamikę rynku reklamowego i zmiany w jego strukturze, zakładamy, że również w tym roku Grupa będzie miała stabilne przychody na poziomie 64 mln zł. Liczymy natomiast na kilkunastoprocentowy wzrost rentowności liczony rok do roku** (wzrost EBITDA o 17 proc. licząc od korekty prognozy z końca roku 2013. Jeśli przyjąć jako dane porównawcze prognozę z marca 2013, wzrost rok do roku wynosi niemal 100%). W ocenie Zarządu, ubiegłoroczne wyniki, konserwatywna i realistyczna prognoza oraz skupienie się na podnoszeniu rentowności są tymi czynnikami, które powinny być źródłem satysfakcji dla inwestorów.

Celem Zarządu na rok 2014 jest doprowadzenie do tego, **aby przychody były przewidywalne i stabilne, a Grupa rozwijała się w kierunku zgodnym z przyjętą strategią**. Służyć temu ma m.in. **nowy projekt biznesowy, nad którym prowadzone są zaawansowane prace, projekt wdrożenia treści wideo, a także akwizycje**. W przedmiocie tych ostatnich Zarząd prowadzi rozmowy z kilkoma podmiotami działającymi przede wszystkim w obszarze technologii i nowych mediów. **W sferze naszego zainteresowania są wyłącznie podmioty o stabilnych podstawach i możliwościach rozwoju**.

Obecnie głównymi aktywami i źródłami przychodów GK PMPG pozostają dwa tygodniki opinii – liberalny tygodnik WPROST oraz konserwatywne pismo „Do Rzeczy”. Według ocen ekspertów, na rynku prasy **tygodniki opinii są tą niszą, która w przeciwieństwie do tendencji spadkowej całego rynku wykazuje stabilność, a nawet – pod względem wybranych wskaźników – notuje wzrost**. Obecnie tygodnik WPROST czwarty rok z rzędu pozostaje najbardziej opiniotwórczym polskim tygodnikiem i jednym z najczęściej cytowanych polskich mediów. W grupie liberalnych tygodników opinii WPROST jest liderem jeżeli chodzi o rozpowszechnienie płatne razem (średnia w 2013 r. wyniosła 133 505). Wg danych Kantar Media WPROST znajduje się na drugim miejscu wśród tygodników, które przynoszą największe przychody z reklam. Tygodnik „Do Rzeczy” jest natomiast liderem jeżeli chodzi o przychody z reklam w segmencie pism konserwatywnych. **Strategia rozwoju Grupy zakłada dywersyfikację źródeł przychodów i rozszerzanie brandów o nowe, wysokomarżowe, linie biznesowe**.

Z punktu widzenia zarządczości finansowej istotną informacją jest **podtrzymanie wprowadzonej w Grupie dyscypliny finansowej i budżetowej**, która sprzyja wzmocnieniu fundamentów działalności. Dzięki temu nie tylko realizujemy przedstawione wcześniej prognozy, ale również możemy pokazać wskaźniki wyższe od zakładanych.

Ze swojej strony deklaruję konsekwentną realizację tych planów – z satysfakcją dla Państwa, naszych Akcjonariuszy i Inwestorów

Z poważaniem,



Michał M. Lisiecki
Prezes Zarządu
Platformy Mediowej Point Group S.A.