

**PMPG Polskie Media: 12 mln 412 tys. przychodów w I Q 2015 r.**

- **Głównym aktywem Grupy pozostaje tygodnik "Wprost", który jest dzisiaj najczęściej cytowanym i najbardziej opiniotwórczym polskim tygodnikiem**
- **Nowy projekt Wprost Nieruchomości stał się dochodowy zaraz po rozpoczęciu działalności**
- **Niższe przychody to efekt przede wszystkim optymalizacji w obszarze sprzedaży bezgotówkowej**

	OKRES 3 MIESIĘCY ZAKOŃCZONY 31. 03.2015 R.
PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY	12.472
ZYSK(STRATA) BRUTTO ZE SPRZEDAŻY	5.412
EBIT	- 469
EBITDA	- 334
ZYSK(STRATA) BRUTTO	75
ZYSK(STRATA) NETTO	2

Tab.1. Wybrane dane finansowe. Źródło: Grupa Kapitałowa PMPG Polskie Media S.A. Sprawozdanie finansowe za I Q 2015 r.

Skonsolidowane przychody ze sprzedaży Grupy Kapitałowej PMPG Polskie Media za I kwartał 2015 r. wyniosły 12,5 mln złotych. Były niższe o 4,1 mln zł w porównaniu do pierwszego kwartału 2014 r. Zmiana wynika głównie z konsekwentnej optymalizacji w obszarze sprzedaży realizowanej w transakcjach bezgotówkowych. Przychody barterowe były o 2,1 mln zł niższe niż w analogicznym okresie roku 2014. Wraz ze spadkiem przychodów zanotowano również obniżenie zysku brutto ze sprzedaży do poziomu 5,4 mln zł.

W pierwszym kwartale 2015 roku Zarząd PMPG Polskie Media S.A. skupił się na działaniach mających na celu wzmocnienie aktywów Grupy i przygotowaniu do rozszerzenia portfolio usług w oparciu o zmianę profilu tygodnika „Wprost”. Jak zapowiada prezes PMPG, Michał M. Lisiecki, po pierwszym kwartale, w którym firma odczuła stagnację, w kolejnych okresach dynamika przychodów powinna być wyższa.

Głównym aktywem Grupy PMPG Polskie Media SA pozostaje tygodnik „Wprost”. W związku z niższymi przychodami ze sprzedaży, zarówno samego tygodnika, jak i sprzedaży reklam, w końcu marca 2015 roku wydawca dokonał zmiany na stanowisku redaktora naczelnego. Nowym redaktorem naczelnym „Wprost” został Tomasz Wróblewski – redaktor i menadżer z wieloletnim doświadczeniem, którego kompetencje są powszechnie doceniane. Nowy naczelny otrzymał zadanie wzmocnienia wizerunku WPROST jako najbardziej opiniotwórczego polskiego tygodnika oraz promotora przedsiębiorczości. Wraz z nowym naczelnym do tygodnika dołączyła grupa znakomitych dziennikarzy.

Po pierwszych tygodniach pod nowym kierownictwem można zaobserwować również zmianę w zachowaniu reklamodawców, którzy chętnie wracają na łamy „Wprost”. Tygodnik jest dzisiaj najczęściej cytowanym i najbardziej opiniotwórczym polskim tygodnikiem. W 2014 r. "Wprost" był cytowany przez inne media 7412 razy - tj. 592,5% więcej niż Polityka (1251 cytowań). Notuje też o 46 proc. wyższe przychody z reklam (dane Kantar Media za IQ 2015) niż "Polityka", i ma o 6 proc. większy zasięg (rozpowszechnianie, dane ZKDP za 2014 r.). Na dodatek właśnie jest jednym z najbardziej obiektywnych mediów w Polsce (<http://www.wirtualnemedial.pl/arttykul/polityka-gw-newsweek-do-rzeczy-i-w-sieci-radzily-na-kogo-glosowac-rz-i-wprost-bezstronne>).

Sprzyja to tworzeniu nowych projektów tygodnika. Podczas Europejskiego Kongresu Samorządów tygodnik „Wprost” wręczył honorowy Złoty Klucz miastu Kraków. Złoty Klucz „Wprost” to nowa nagroda dla najbardziej atrakcyjnych polskich miast i ich włodarzy. Konkurs dla miast rusza 15 maja, więcej informacji na [zloty-klucz.wprost.pl](http://zloty-klucz.wprost.pl).

W pierwszym kwartale 2015 r. „Wprost” wdrożył również pilotażowy projekt nowego formatu partnerskiego. Oferta jest skierowana do wybranych partnerów. Projekt pilotażowy ruszył pod marką Wprost Nieruchomości, a partnerem jest tu spółka Oak Property działająca na rynku nieruchomości inwestycyjnych i mieszkalnych premium. Marka Wprost Nieruchomości jest wehikułem promocyjnym, dzięki któremu oferta firmy dociera do szerokiej grupy potencjalnych klientów. „Wprost” i Oak Property uruchomiły portal [nieruchomosci.wprost.pl](http://nieruchomosci.wprost.pl), w którym można znaleźć oferty i okazje premium dla klientów, a także materiały eksperckie na tematy związane z branżą luksusowych domów i mieszkań.

Rozwija się także działalność należącej do Grupy PMPG drukarni BeColour sp. z o.o. Jej budżet na 2015 r. zakłada ponad 7 mln zł przychodów. W 2014 r. drukarnia odnotowała wzrost przychodów o 31 proc. Wzrost przychodów jest rezultatem szerszego zakresu oferowanych usług (kreatcja, dtp, druk, druk cyfrowy, prace introligatorskie, magazynowanie i dystrybucja).

Na początku II kwartału PMPG wróciła do notowań ciągłych Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie. Powrót PMPG na główny parkiet giełdowy wynika z przystąpienia spółki do Programu Wspierania Płynności, co Zarząd PMPG zapowiadał już przy okazji prezentowania wyników finansowych za 2014 r. W ramach udziału w Programie Wspierania Płynności PMPG podpisała umowę z animatorem rynku i rozpoczęła aktywne korzystanie z sekcji relacji inwestorskich na [www.gpwinfostrefa.pl](http://www.gpwinfostrefa.pl). Zarząd PMPG ocenia, że wdrożenie programu spowoduje podwyższenie jakości relacji inwestorskich i komunikacji spółki z rynkiem.

Bieżące informacje o działalności Grupy Kapitałowej PMPG można znaleźć na stronie internetowej firmy ([www.pmpg.pl](http://www.pmpg.pl)), a także na jej profilach w serwisie społecznościowym Facebook (<http://www.facebook.com/PMPG.SA>) oraz Twitter ([https://twitter.com/PMPG\\_PL](https://twitter.com/PMPG_PL)).