

PMPG Polskie Media – wyniki po III Q 2015 z komentarzem Zarządu

- **Skonsolidowane przychody ze sprzedaży Grupy Kapitałowej PMPG Polskie Media za 3 kwartały 2015 r. wyniosły 37 mln 030 tys. złotych**
 - **Zysk operacyjny wyniósł 2 mln 665 tys. zł**
 - **Bezprecedensowa blokada zleceń dla „Wprost”**
- **Rozwój nowych projektów i wzmacnianie aktywów Grupy**

	OKRES 9 MIESIĘCY ZAKOŃCZONY 30. 09.2015 R.
PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY	37 030
ZYSK(STRATA) BRUTTO ZE SPRZEDAŻY	13 739
EBITDA	3 094

Tab.1. Wybrane dane finansowe. Źródło: Grupa Kapitałowa PMPG Polskie Media S.A. Sprawozdanie finansowe za 1-3 Q 2015 r.

Skonsolidowane przychody ze sprzedaży Grupy Kapitałowej PMPG Polskie Media za 3 kwartały 2015 r. wyniosły 37 mln 030 tys. złotych i były o 15,5 proc. niższe niż w analogicznym okresie roku 2014.

Głównym czynnikiem wpływającym na wyniki firmy w ostatnim roku - niezależnym od czynników ekonomicznych - była przeciągająca się presja na blokowanie kontraktów dla tygodnika „Wprost”, który pozostaje głównym aktywem Grupy, przez dotychczasowy układ rządzący, co spółka jednoznacznie łączy z działaniami odwetowymi za publikację tzw. „afery taśmowej”. Inne czynniki, które w mniejszym stopniu wywierały wpływ na bieżącą sytuację finansową, to mało stabilna sytuacja w polskim sektorze przedsiębiorstw, które stanowią istotną grupę klientów Grupy oraz spadek obrotu realizowanego w transakcjach bezgotówkowych. Przychody barterowe były o 1,5 mln zł niższe niż w analogicznym okresie roku 2014 i wynikały ze zoptymalizowania cen tych transakcji. Ostatecznie Grupa zamknęła trzy kwartały 2015 roku z pozytywnym zyskiem z działalności operacyjnej na poziomie 2,67 mln zł.

Mimo iż tygodnik „Wprost” pozostaje pismem niezależnym, recenzującym scenę polityczną w sposób możliwie neutralny i apolityczny, co po niemal każdych wyborach politycznych odnotowują serwisy branżowe (m.in. „Press” czy Wirtualnemedi.pl), nie tylko afera taśmowa spowodowała presję na reklamodawców tygodnika. Były nią również kolejne trudne tematy ważne dla polskiego życia publicznego. Np. po artykułach na temat nieprawidłowości w przetargu na śmigłowce dla polskiej armii w sierpniu 2015 r. z dnia na dzień w sposób skoordynowany firma straciła prawie 20 partnerów, z którymi bądź to miała już zawarte umowy, które zostały anulowane, bądź to była na ukończeniu kontraktacji. Umowy dotyczyły szykowanego przez 6 miesięcy projektu specjalnego z okazji odbywającego się we wrześniu Salonu Przemysłu Obronnego w Kielcach, którego „Wprost” był patronem. *W tym samym czasie pozwiał nas Skarb Państwa – Minister Obrony Narodowej – nie mając naszym zdaniem podstaw prawnych – zwłaszcza, że minister nie ma legitymacji czynnej do występowania w imieniu osób trzecich jak to miejsce w tym przypadku. O żądaniu pieniężnego zadośćuczynienia w wysokości 100 000 PLN nie wspominając* – komentuje Michał M. Lisiecki, prezes Zarządu PMPG Polskie Media.

To bezpośrednia ingerencja władzy w funkcjonowanie wolnych mediów, fundamentu demokracji. Powiedziałbym nawet, że to działanie bez precedensu, ale niestety nasza historia zna takie precedensy. Metody zwalczania i tłumienia polskiego ducha przedsiębiorczości w interesie utrzymania układu za wszelką cenę obnażała właśnie afera taśmowa. Zdumiony jestem jednak, że zdarza się to 26 lat po 1989 r., i to w wykonaniu formacji, która tak chętnie powoływała się na

dziedzictwo tego roku i tamtych wydarzeń – ocenia Lisiecki. Przypomina, że tylko w 2014 r. na skutek niewygodnych dla władzy publikacji „Wprost” stracił przychody na poziomie szacowanym na 15 mln zł.

Prezes PMPG Polskie Media daleki jest jednak od defetyzmu. ***Z optymizmem patrzę w przyszłość, tak polskiej gospodarki jak i sektora mediów. Szczególnie liczę na większe zainteresowanie obecnej władzy polskimi mediami. Przypominam bowiem, iż na rynku prasy – która dla całego rynku pozostaje medium pierwotniej informacji – aż 75% należy do kapitału niemieckiego i szwajcarskiego, a tylko 24% - do kapitału polskiego. Warto więc myśleć, aby niektóre decyzje wydawnicze były podejmowane w interesie Polski, a nie innych państw i rządów*** – dodaje.

„Wprost” mimo wszystko nie rezygnuje z pracy nad nowymi projektami. Podczas Europejskiego Kongresu Samorządów w maju tygodnik wręczył honorowy Złoty Klucz miastu Kraków. **Złoty Klucz „Wprost”** to nowa nagroda dla najbardziej atrakcyjnych polskich miast i ich włodarzy (<http://www.media.pmpg.pl/pr/295327/zloty-klucz-wprost-nagroda-dla-najbardziej-atrakcyjnych-polskich-miast-honorowe-wyroznienie-dla-miasta-krakow>). Właśnie trwają prace nad kolejną edycją nagrody.

W końcu czerwca z kolei prezesi i członkowie zarządów największych polskich banków i towarzystw ubezpieczeniowych odbierali **prestżowe nagrody „Portfel Wprost”** (<http://www.media.pmpg.pl/pr/297600/getin-noble-bank-najlepszym-bankiem-dla-klientow-indywidualnych-portfele-wprost-2015-wreczone>).

Także w czerwcu tygodnik „Wprost” publikował **rankingi największych polskich firm** (<http://www.media.pmpg.pl/pr/296718/wprost-z-rankiemiem-najwiekszych-polskich-firm-i-najcenniejszych-polskich-marek>), a najlepsze z nich nagroził podczas gali na GPW (<http://www.media.pmpg.pl/pr/297258/wprost-wyroznil-najlepsze-polskie-firmy>).

Na początku października „Wprost” wyłonił laureatów **V edycji INNOWATORÓW WPROST** – nagród dla najbardziej innowacyjnych polskich przedsiębiorstw przyznawanych przez redakcję tygodnika „Wprost”. (<http://www.media.pmpg.pl/pr/302210/pge-poczta-polska-ursus-bz-wbk-i-vivus-wsrod-nagrodzonych-innowatorami-wprost-2015>).

W pierwszym kwartale 2015 r. „Wprost” wdrożył również **pilotażowy projekt nowego formatu partnerskiego** pod marką Wprost Nieruchomości. Partnerem jest 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, w którym można znaleźć oferty i okazje premium dla klientów, a także materiały eksperckie na tematy związane z branżą luksusowych domów i mieszkań.

Drugim istotnym aktywem GK PMPG jest wydawany przez spółkę Orle Pióro tygodnik „Do Rzeczy”. Z końcem pierwszego półrocza **tygodnik został udostępniony czytelnikom w wersji audio.** Udźwiękowione „Do Rzeczy” jest dostępne w Audiotece i aplikacji Audioteki na urządzenia mobilne (<http://www.media.pmpg.pl/pr/297771/tygodnik-do-rzeczy-debiutuje-w-audiotece>). Także na przełomie czerwca i lipca

tygodnik „Do Rzeczy” jako pierwszy polski magazyn opinii został udostępniony w oferowanej przez Google aplikacji Kiosk Play. W Kiosku Play można przeczytać fragmenty tekstów z najnowszych numerów tygodnika oraz materiały ze strony internetowej www.dorzeczy.pl (<http://www.media.pmpg.pl/pr/297820/do-rzeczy-pierwszym-magazynem-opinii-w-kiosk-google-play>).

Na początku listopada tygodnik „Do Rzeczy” wręczył już po raz trzeci nagrody Strażnika Pamięci – dla osób i instytucji szczególnie dbających o zachowanie polskiej pamięci historycznej. Gali na Zamku Królewskim patronował prezydent RP, Andrzej Duda (<http://www.media.pmpg.pl/pr/303548/dariusz-malejonek-reduta-dobrego-imienia-oraz-artur-nowakowski-i-bogdan-kaczmarek-laureatami-nagrody-straznik-pamieci-2015>).

W 2015 r. Grupa PMPG Polskie Media odświeża również inne swoje aktywa. W II kwartale 2015 r. ponownie uruchomiona została witryna flim.com.pl – kiedyś strona internetowa magazynu „Film”, obecnie nowy serwis filmowy. W serwisie czytelnicy mogą znaleźć obszernie teksty krytyczne, relacje z festiwali i wydarzeń kulturalnych oraz ciekawe wywiady ze znanymi i początkującymi twórcami kina. Jednocześnie archiwalne numery magazynu „Film” zostały udostępnione na stronie [Filmopedia.org](http://filmopedia.org). Zdigitalizowano także zasoby zdjęciowe i graficzne „Filmu”. (<http://www.media.pmpg.pl/pr/297436/film-com-pl-i-filmopedia-czyli-wielki-cyfrowy-powrot-filmu>).

Intensywnie 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, m.in. dzięki szerszemu zakresowi oferowanych usług (kreatywność, dtp, druk, druk cyfrowy, prace introligatorskie, magazynowanie i dystrybucja). W II kwartale BeColour zmodernizowała park maszynowy i sprzedała jedną z maszyn, co pozwoliło to na istotne obniżenie poziomu zobowiązań drukarni (<http://www.media.pmpg.pl/pr/295684/becolour-modernizuje-park-maszynowy-i-obniza-zadluzenie>).

Na początku II kwartału PMPG wróciła do notowań ciągłych Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie. Powrót PMPG na główny parkiet giełdowy wynikał 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. Zarząd PMPG ocenia, że wdrożenie programu spowoduje podwyższenie jakości relacji inwestorskich i komunikacji spółki z rynkiem (<http://www.media.pmpg.pl/pr/294766/pmpg-polskie-media-wraca-do-notowan-ciaglych-na-gpw>). Zgodnie z wymogami PWP, spółka uruchomiła nową, przejrzystą stronę relacji inwestorskich na stronie firmowej www.pmpg.pl. W ocenie Zarządu, wdrożenie programu pozytywnie wpłynęło na jakość relacji inwestorskich i komunikacji spółki z rynkiem.

Już po upływie I półrocza PMPG Polskie Media wniosła do premier Ewy Kopacz o wyznaczenie organu administracji publicznej do przeprowadzenia postępowania odwoławczego od decyzji KNF i zapowiedziała inicjatywę na rzecz zmiany ustawy o nadzorze. Zgodnie z obecną ustawą, jedynym organem odwoławczym w przypadku kar nakładanych przez KNF jest sam KNF. O prawidłowości decyzji orzeka nie tylko ten sam organ, ale de facto również osoby, które podpisały się pod decyzją, co oznacza brak rzeczywistej możliwości odwołania się od orzeczenia KNF (<http://www.media.pmpg.pl/pr/297800/lisiecki-ustawa-o-nadzorze-nad-rynkiem-finansowym-narusza-fundamentalne-zasady-prawa-pmpg-odwoluje-sie-do-premier-ewy-kopacz-od-decyzji-knf>).

Z końcem października 2015 r. **Zarząd PMPG Polskie Media powołał do funkcji doradcy Bartłomieja Czerneckiego**. Jego zadaniem ma być rozwój i ugruntowanie pozycji rynkowej jednego z nielicznych polskich wydawców prasowych jako wyraziciela głosu polskich interesów i polskich przedsiębiorców. W dotychczasowej karierze zawodowej Bartłomiej Czernecki zajmował się przede wszystkim doradztwem strategicznym oraz opracowywaniem i wdrażaniem projektów specjalnych w dziedzinie rozwoju, restrukturyzacji i usprawniania operacji przedsiębiorstw. Przez 8 lat związany był z rynkiem mediów i telekomunikacji, czynnie uczestniczył w przygotowaniu i przeprowadzeniu jednej z najważniejszych fuzji w tym segmencie na polskim rynku (<http://www.media.pmpg.pl/pr/303113/bartlomiej-czernecki-zostal-doradca-zarzadu-pmpg-polskie-media>).

Bieżące informacje o działalności Grupy Kapitałowej PMPG można znaleźć na stronie internetowej firmy (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).