

**PMPG Polskie Media po 3 kwartałach 2016 r.: EBITDA wyższa o 69,5 proc.,
stabilne przychody, bezpieczne prognozy**

- EBITDA Grupy Kapitałowej PMPG Polskie Media po 3 kwartałach 2016 r. wzrosła o 69,5 proc. w stosunku do 3 kwartałów 2015 r.
- Zysk netto wyniósł 4 mln 154 tys. zł i był o 67 proc. wyższy niż w tym samym okresie 2015 r.

WYBRANE DANE FINANSOWE GRUPY KAPITAŁOWEJ PMPG POLSKIE MEDIA	OKRES 9 MIESIĘCY ZAKOŃCZONY 30.09.2016 (TYS. ZŁ)	OKRES 9 MIESIĘCY ZAKOŃCZONY 30.09.2015 (TYS. ZŁ)	ZMIANA
PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY	37 458	37 030	1,16%
ZYSK BRUTTO ZE SPRZEDAŻY	13 857	13 739	0,86%
EBITDA	5 245	3 094	69,51%
ZYSK BRUTTO	5 216	3 208	62,59%
ZYSK NETTO	4 154	2 484	67,23%

Tab.1. Wybrane dane finansowe. Źródło: Grupa Kapitałowa PMPG Polskie Media. Sprawozdanie finansowe za IIIQ 2016 r.

EBITDA Grupy Kapitałowej PMPG Polskie Media za trzy kwartały 2016 r. wyniosła 5 mln 245 tys. zł wobec 3 mln 94 tys. zł w analogicznym okresie ubiegłego roku. Oznacza to wzrost o 69,5 proc. Skonsolidowany zysk brutto wzrósł o 62,6 proc., do 5 mln 216 tys. zł. Zysk netto był wyższy o 67,2 proc. (4 mln 154 tys. zł). Zysk na akcję wyniósł 0,4 zł.

Wpływ na wzrost rentowności Grupy miała optymalizacja kosztów sprzedaży osiągnięta dzięki wdrożeniu automatyzacji procesu obsługi zleceń oraz uproszczeniu struktury. Obniżenie kosztów ogólnego zarządu to efekt wdrożonych działań nakierowanych na wzrost efektywności funkcjonowania Grupy.

Skonsolidowane przychody ze sprzedaży po 9 miesiącach 2016 r. wyniosły 37 mln 458 tys. zł i były nieznacznie wyższe niż w analogicznym okresie poprzedniego roku. Źródłem 80% przychodów Grupy pozostają dwa tygodniki opinii, które działają na rozwiniętym rynku, co sprawia, że dynamika wzrostu przychodów jest niewielka. Równolegle prowadzone były prace rozwojowe w segmencie Internetu oraz nowych technologii, które, zdaniem Zarządu, wpłyną na wzrost dynamiki przychodów w 2017 r.

Prezes Zarządu PMPG Polskie Media pozytywnie ocenia wyniki Grupy. Podtrzymuje opublikowane w czerwcu prognozy. „Prognozowaliśmy w oparciu o konserwatywne założenia i obecne wyniki pokazują, że ta prognoza jest bezpieczna. Nowe projekty mogą być wsparciem dla wyników w IV kwartale, a tak naprawdę efekty obecnych działań widoczne będą dopiero w budżecie 2017 r.” – mówi Michał M. Lisiecki. Podkreśla, że zachowanie stabilnego poziomu przychodów na trudnym rynku prasowym świadczy o tym, że podjęte działania, w tym m.in. reorganizacja działów sprzedaży i automatyzacja części procesów, przynoszą oczekiwane efekty. „Biorąc pod uwagę, że nasza działalność charakteryzuje się sezonowością i największe projekty realizowane są w IV kwartale, takie wyniki dają podstawy do optymizmu” – dodaje Lisiecki.

Głównym aktywem Grupy PMPG Polskie Media pozostaje tygodnik „Wprost”. Z końcem sierpnia wydawca zdecydował o zmianie kierownictwa redakcji i powierzył pełnienie obowiązków redaktora naczelnego Jackowi Pochłopiowi. Nowy naczelny nie tylko odświeżył skład redakcji, sięgnął po uznanych publicystów i zmienił wybór oraz sposób prezentowania głównych tematów tygodnika, ale również aktywnie wykorzystuje synergie pomiędzy tygodnikiem

a serwisem www.wprost.pl. Sam serwis internetowy pozwala na łączenie tekstów z treściami video, cytatai z mediów społecznościowych, infografikami i animacjami wykorzystującymi wysokiej jakości zdjęcia. Pierwsze miesiące funkcjonowania uruchomionego w kwietniu nowego serwisu Wprost.pl spowodowały wzrost liczby użytkowników o 45%, do 8 milionów, a średni czas sesji wydłużył się o 84 proc. O ¼ spadł współczynnik odrzuceń. Zwiększenie liczby dostępnych formatów i form reklamowych pozwoliło podnieść przychody reklamowe - tylko w obrębie reklamy odsłonowej - blisko dwukrotnie.

Z początkiem listopada uruchomiony został nowy serwis DoRzeczy.pl oparty o analogiczne rozwiązania zarówno w zakresie prezentowania treści, jak i technologii. Równolegle udostępniona została aplikacja pozwalająca na subskrypcję tygodnika „Do Rzeczy” i czytanie go na wszystkich nośnikach – telefonie, tablecie i komputerze. To kolejne etapy wdrażania zmian w obszarze zarządzania treściami we wszystkich kanałach dystrybucji cyfrowej, monetyzacji danych i kontentu pozostających w zasobach wydawnictwa.

W 2016 r. zarząd PMPG Polskie Media skoncentrował swoje działania na odbudowie stabilnych podstaw finansowych spółki na poziomach z roku 2014 oraz przygotowaniu projektów kluczowych z punktu widzenia strategii rozwoju całej Grupy. Do takich należy m.in. transformacja cyfrowa obu głównych tytułów oraz inwestycja w biznesowy kanał telewizji internetowej Inwestorzy.tv. Trwają też prace nad powołaniem wehikułu inwestycyjnego PMPG Ventures w modelu M4E, czyli *media for equity* (media za udziały). Projekt obejmie zarówno wszystkie niezwiązane z działalnością prasową aktywa Grupy PMPG, jak i nowe inwestycje.

PMPG Polskie Media to spółka holdingowa działająca na rynku mediów tradycyjnych i nowych mediów. Do Grupy należą m.in.: Agencja Wydawniczo-Reklamowa Wprost, wydawca tygodnika „Wprost” oraz spółka Orle Pióro, wydawca „Tygodnika Do Rzeczy” oraz magazynu „Historia Do Rzeczy”. Bieżące informacje o działalności Grupy Kapitałowej PMPG można znaleźć na stronie internetowej firmy (www.pmpg.pl), a także na jej profilach w serwisach społecznościowych Facebook (<http://www.facebook.com/PMPG.SA>) oraz Twitter (https://twitter.com/PMPG_PL).