

**PMPG Polskie Media: realizacja prognoz, cyfryzacja i nowe projekty
w rozmowie prezesa Michała M. Lisieckiego z Rafałem Irzyńskim dla Inwestorzy.tv.**

Spółka konsekwentnie realizuje prognozę, komercjalizuje swoją działalność w Internecie i formatach cyfrowych oraz dopracowuje projekty, które już w 2017 r. powinny mieć pozytywny wpływ na jej wyniki. Z aktualnie posiadanymi aktywami powinna w ciągu dwóch lat podwoić przychody – mówi prezes PMPG Polskie Media Michał M. Lisiecki w rozmowie z Rafałem Irzyńskim dla Inwestorzy.tv.

Prezes Zarządu PMPG Polskie Media pozytywnie ocenia wyniki Grupy po trzech kwartałach 2016 r. Podtrzymuje opublikowane w czerwcu prognozy. „Prognozowaliśmy w oparciu o konserwatywne założenia, a wypracowane wyniki pokazują, że ta prognoza jest bezpieczna. Nowe projekty, nad którymi pracujemy, widoczne będą w budżecie 2017 r.” – mówi Lisiecki w rozmowie z Irzyńskim. Podkreśla, że trzeci kwartał przebiegał zgodnie z oczekiwaniami zarządu spółki, z dobrym udziałem reklam, lekko rosnącą sprzedażą tygodnika „Wprost” oraz stabilną pozycją tygodnika „Do Rzeczy”. Czwarty kwartał jest dla spółki sezonowo najlepszy, w 2015 r. w IV Q spółka wypracowała 14 mln 770 tys. zł przychodów i ponad 3,1 mln zł zysku netto.

Prognoza finansowa na 2016 rok zakłada przychody na poziomie 51 mln zł oraz EBITDĘ w wysokości 8,1 mln. Po trzech kwartałach 2016 r. Grupa Kapitałowa PMPG Polskie Media wypracowała skonsolidowane przychody ze sprzedaży na poziomie 37 mln 458 tys. zł. EBITDA po 9 miesiącach 2016 r. wyniosła 5 mln 245 tys. zł wobec 3 mln 94 tys. zł w analogicznym okresie ubiegłego roku. Zysk netto wyniósł 4 mln 154 tys. zł i był wyższy o 67,2 proc.

Prezes Lisiecki zwraca też uwagę na rosnącą rolę Internetu i kanałów cyfrowych w przychodach spółki. Od listopada funkcjonuje nowy serwis DoRzeczy.pl. Równolegle udostępniona została nowa 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. Wpływy z tego tytułu będą w większym stopniu odczuwalne w 2017 r., jednak działający od maja nowy serwis Wprost.pl już podwoił swoje wpływy z reklamy display.

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.

Z początkiem 2017 roku spółka planuje ogłoszenie powołania struktury PMPG Ventures w modelu M4E, czyli *media for equity* (media za udziały), która obejmie zarówno wszystkie niezwiązane z działalnością prasową aktywa Grupy, jak i nowe inwestycje. Spółka ogłosi też dalsze plany dotyczące pozostałych projektów, m.in. Machiny.

Z nowym rokiem ruszy też uchwalony przez WZA skup akcji spółki. Jak zaznacza prezes PMPG, akcje będą skupowane celem ich odsprzedaży do funduszy.

W marcu PMPG Polskie Media powinny ogłosić prognozy finansowe na 2017 r.

„Spółka jest na ścieżce wzrostu, ma jasno określone cele i zdrowy fundament. Z tymi aktywami, które mamy, w ciągu dwóch lat powinniśmy podwoić przychody i taki cel ma postawiony Biuro Sprzedaży” – mówi Lisiecki.

Szczegóły w [rozmowie opublikowanej przez kanał Inwestorzy.tv.](#)

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).