

Warszawa, 19 marca 2015 r.

Szanowni Państwo,

W imieniu Zarządu PMPG Polskie Media SA prezentuję sprawozdanie finansowe Spółki za rok 2014 r. Za nami trudny rok, pełen wyzwań i ciężkiej pracy. Dzisiaj z satysfakcją mogę stwierdzić, że zbudowane w ciągu ostatnich lat zdrowe fundamenty pozwoliły nam zachowanie stabilnej pozycji oraz realizację przedstawionych przed rokiem prognoz.

Wynik z działalności operacyjnej EBITDA Grupy Kapitałowej PMPG za 2014 r. jest o 21 proc. wyższy od prognozowanej przed rokiem wartości i wynosi ponad 9 mln zł. Wpływ na to miał wyższy od założonego poziom przychodów gotówkowych oraz optymalizacja kosztów. Bieżąca działalność operacyjna przyniosła nawet wyższe wzrosty, ale była również związana ze wzrostem kosztów obsługi prawnej.

Przychody w ramach Grupy wyniosły 58,4 mln zł. Niewielki spadek w stosunku do poprzedniego roku wynika przede wszystkim z obniżenia wynagrodzenia z tytułu transakcji barterowych. Nie ma to wpływu na wynik finansowy. Uwzględniając dynamikę rynku reklamowego i zmiany w jego strukturze, zachowanie stabilnych przychodów i wysokiej rentowności świadczy o tym, że przyjęta kilkanaście miesięcy temu strategia rozwoju oraz założenia zarządczości finansowej, w tym przestrzeganie dyscypliny budżetowej, przyniosły oczekiwane efekty. Zysk odnotowała także główna spółka holdingu.

Po raz pierwszy prezentuję Państwu wyniki spółki pod nazwą PMPG Polskie Media. W listopadzie 2014 r. Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy zdecydowało o zmianie nazwy zgodnie z rekomendacją Zarządu. Zmiana ta jest symbolicznym odwołaniem się do strategii i roli, jaką odgrywa spółka na rynku wydawniczym, pozostając jednym z ostatnich wydawców działających wyłącznie w oparciu o polski kapitał i wydając tytuły, których wspólnym mianownikiem jest troska o Polskę i nowoczesny patriotyzm. Wierzymy, że rolą wolnych mediów jest sprawowanie kontrolnej funkcji wobec władzy oraz tych, którzy mają istotny wpływ na kreowanie polskiej rzeczywistości i wydają publiczne pieniądze. Dlatego nie unikamy trudnych i kontrowersyjnych tematów.

Głównymi aktywami i źródłami przychodów GK PMPG pozostają dwa tygodniki opinii – liberalny, bezkompromisowy WPROST oraz konserwatywne „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 piąty rok z rzędu pozostaje najbardziej opiniotwórczym polskim tygodnikiem i jednym z najczęściej cytowanych polskich mediów. W grupie tygodników opinii WPROST jest liderem jeżeli chodzi o rozpowszechnienie płatne razem (Średnia w 2014 r. wyniosła ponad 128 tys.). Wg danych Kantar Media, WPROST znajduje się na drugim miejscu wśród tygodników, które przynoszą największe przychody z reklam.

Celem Zarządu na rok 2015 jest utrzymanie **stabilnego i przewidywalnego poziomu przychodów** oraz **rozwoju zgodnie z przyjętą strategią.** Służyć temu mają m.in. **nowe projekty internetowe, 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.** W sferze planów jest również ekspansja zagraniczna spółki.

Jednocześnie, w trosce o akcjonariuszy i inwestorów, Zarząd PMPG Polskie Media podjął starania, aby w 2015 r. akcje Spółki wróciły do systemu notowań ciągłych. Już w końcu 2014 r. przeprowadziliśmy proces scalenia akcji, co doprowadziło do urealnienia kursu. W najbliższych dniach przystąpimy do Programu Wspierania Płynności oferowanego przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie.

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

Z poważaniem,



Michał M. Lisiecki
Prezes Zarządu
PMPG Polskie Media S.A.