

Kluczowe informacje dotyczące spółek grupy Presspublica i ich wyniki za I półrocze 2015 roku.

Gremi Business Communication Sp. z o.o.

W II półroczu 2015 r. Spółka osiągnęła przychody netto ze sprzedaży na poziomie 46 842 TPLN. W analogicznym okresie poprzedniego roku przychody netto ze sprzedaży wyniosły 44 911 TPLN. Oznacza to wzrost przychodów w II półroczu 2015 r. w porównaniu do analogicznego okresu poprzedniego roku o 1 931 TPLN (4,3%).

Ebitda za 1-sze półrocze 2015 r. wyniosła 7 130 tys. PLN, co stanowi o 4,6% więcej niż założono w budżecie spółki na pierwsze półrocze 2015 roku. Stanowi to też istotny wzrost w stosunku do 2014 roku, kiedy to w całym 2014 roku spółka uzyskała EBITDA w wysokości 6,6 mln zł.

Strategicznymi obszarami na których skoncentrowana jest działalność gospodarcza Spółki to:

- (A) Media: klasyczne prasowe (dzienniki opinii oraz miesięczniki w wydaniach „papierowych”) oraz elektroniczne (strony www tytułów prasowych, wydania cyfrowe oraz multi-media w tym rp.tv)
- (B) Działalność w segmencie Konferencji, Szkoleń i Eventów

Ad (A) Media prasowe oraz elektroniczne

Spółka jest wydawcą tytułów prasowych: dzienników: „Rzeczpospolita” oraz „Parkiet Gazeta Giełdy” oraz miesięczników: „Sukces” i „Bloomberg Businessweek Polska”.

Grupa posiada bardzo silną pozycję na krajowym rynku prasy - szczególnie w segmentach „dzienniki opiniotwórcze” oraz „biznes / finanse / prawo”. W pierwszej połowie roku 2015 dzienniki „Rzeczpospolita” i „Parkiet” są jedynymi dziennikami, które zwiększyły poziom sprzedaży ogółem mimo negatywnego trendu dla całego rynku prasy w Polsce (dane ZKDP 01-06/2015). Świadczy to zarówno o sile marek „Rzeczpospolita” i „Parkiet” jak również o wysokiej jakości treści / informacji dostarczanych czytelnikom. Istotnym czynnikiem mającym wpływ na wyniki pierwszego półrocza 2015 roku była różnorodność, nowatorstwo a w konsekwencji skuteczność podejmowanych działań sprzedażowych oraz zastosowanej komunikacji marketingowej.

SPRZEDAŻ OGÓŁEM

Tytuł	sty-cze 2014	sty-cze 2015	różnica %
Fakt Gazeta Codzienna	333 592	315 480	-5,4%
Gazeta Wyborcza	174 708	162 096	-7,2%
Super Express	153 022	148 066	-3,2%
Rzeczpospolita	56 454	56 639	0,3%
Dziennik Gazeta Prawna	50 035	46 973	-6,1%
Przegląd Sportowy	34 663	30 152	-13,0%
Gazeta Podatkowa	27 924	26 524	-5,0%
Gazeta Polska Codziennie	21 061	18 841	-10,5%
Puls Biznesu	10 989	10 638	-3,2%
Parkiet Gazeta Giełdy	4 510	4 928	9,3%

Elementem wspólnym dla wszystkich marek prasowych Gremi Business Communication Sp. z o.o jest koncentracja na tematyce ekonomicznej, finansowej i prawnej. Treści prezentowane w tytułach GBC charakteryzują się wyjątkową rzetelnością i profesjonalizmem stając się materiałem źródłowym dla wszystkich mediów w Polsce. Wg rankingów zarówno Instytutu Monitorowania Mediów jak i Newton Media dziennik „Rzeczpospolita” obok „Gazety Wyborczej” jest jednym z najczęściej cytowanych mediów w Polsce.

Gremi Business Communication skutecznie realizuje strategie rozwoju dystrybucji tytułów prasowych oraz treści z wykorzystaniem mediów / formatów cyfrowych. Wdrożona nowa wersja strony internetowej dziennika „Rzeczpospolita” www.rp.pl została bardzo dobrze oceniona przez ekspertów branżowych oraz przez internautów. W pierwszej połowie roku 2015 niemal 30 tyś internautów / użytkowników zdecydowała się na rejestrację w formule płatnego dostępu. Jest to doskonały wynik biorąc pod uwagę że treści prezentowane na www.rp.pl są ambitne, przeznaczone dla profesjonalistów i koncentrują się na tematyce ekonomiczno-finansowo-prawniczej. Grupa Gremi Business Communication w Megapanelu w czerwcu 2015: 1,488 mln realnych użytkowników (wzrost o 7% w stosunku do roku 2014); 24,698 mln odsłon (wzrost o 62% rok do roku)

Dzienniki „Parkiet Gazeta Giełdy” oraz „Rzeczpospolita” są pierwszymi ogólnopolskimi dziennikami dostępnym w formatach cyfrowych już w godzinach wieczornych (Parkiet godzina 20.00; Rzeczpospolita godzina 21.00). Nowatorska decyzja o publikowaniu wersji elektronicznych z wielogodzinnym wyprzedzeniem w stosunku do klasycznych wydań papierowych została bardzo dobrze przyjęta przez rynek i istotnie przyczyniła się do sukcesu rynkowego. Obecnie dziennik „Rzeczpospolita” jest liderem w sprzedaży wydań cyfrowych wśród ogólnopolskich dzienników opinii (dane ZKDP 01-06/2015)

SPRZEDAŻ E-WYDAŃ

Tytuł	sty-cze 2014	sty-cze 2015	różnica %
Rzeczpospolita	7 394	9 714	31,4%
Dziennik Gazeta Prawna	9 118	9 068	-0,5%
Puls Biznesu	2 405	2 767	15,1%
Gazeta Wyborcza	1 961	2 266	15,6%
Parkiet Gazeta Giełdy	1 369	1 865	36,2%
Gazeta Podatkowa	1 465	1 626	11,0%
Przegląd Sportowy	396	364	-8,1%
Gazeta Polska Codziennie	546	357	-34,6%
Fakt Gazeta Codzienna	237	235	-0,8%
Super Express			

Najważniejszą wartością są czytelnicy klasycznych wydań papierowych oraz odbiorcy treści w formatach elektronicznych tytułów będących w portfolio Gremi Business Communication. Strategiczną grupą odbiorców są wykształcone, aktywne zawodowo osoby w wieku 25-55 lat zamieszkujące miasta powyżej 20 tys. mieszkańców. Są to głównie pracownicy umysłowi, menedżerowie, właściciele firm, profesjonalisci, specjaliści, przedstawiciele wolnych zawodów poszukujący w mediach pogłębionych informacji i fachowej wiedzy. Wyróżniają ich szerokie horyzonty myślowe. Są otwarci na nowe technologie, transformują się w kierunku mediów cyfrowych. Poszukują informacji z wielu dziedzin, zarówno ogólnych przydatnych w życiu prywatnym jak i specjalistycznych, prawnych i ekonomicznych koniecznych zawodowo. W mediach cenią obecność dobrej jakościowo publicystyki, pogłębionych informacji, opinii, szerokość podejmowanych tematów między innymi z obszarów kultury, nauki, sportu, reportaży, tematyki społecznej. Ważna jest też dla nich obecność uznanych autorów, opiniotwórczość medium. W wyniku podejmowanych

działań marketingowych-sprzedażowych Gremi Business Communication dysponuje bogatą bazą danych tej najbardziej wartościowej i opiniotwórczej grupy docelowej.

Obok przychodów uzyskiwanych ze sprzedaży (dzienników, miesięczników oraz płatnych dostępów do treści) drugim kluczowym obszarem przychodowym Spółki jest reklama. Media GBC (zarówno klasyczne papierowe jak również formaty cyfrowe w tym data base marketing) umożliwiają reklamodawcom dotarcie do najbardziej aktywnej zawodowo, dysponującej znacznymi przychodami i będącej liderami opinii grupy celowej. Skuteczność i efektywność kampanii reklamowych / działań wizerunkowych znajduje swoje odzwierciedlenie w rosnących przychodach reklamowych uzyskiwanych przez Gremi Business Communication (na przykładzie dzienników - dane Kantar Media za okres 01-06/2015).

	sty-cze 2014	sty-cze 2015	dynamika %
Dzienniki ogólnopolskie	339 491 234	361 270 285	6%
GAZETA WYBORCZA	94 686 068	109 388 318	16%
FAKT	63 384 869	67 596 199	7%
SUPER EXPRESS	52 241 147	53 825 613	3%
RZECZPOSPOLITA	46 444 500	46 686 951	1%
DZIENNIK GAZETA PRAWNA	29 392 515	29 223 954	-1%
POLSKA	17 434 590	19 337 860	11%
PULS BIZNESU	13 980 265	15 692 346	12%
PARKIET Gazeta Giełdy	5 900 158	6 650 555	13%
PRZEGLĄD SPORTOWY	9 095 110	5 650 343	-38%
GAZETA POLSKA CODZIENNIE	3 297 700	3 215 170	-3%
NASZ DZIENNIK	2 961 482	2 947 706	0%
GAZETA PODATKOWA	672 830	1 055 270	57%

Ad (B) Działalność w segmencie Konferencji, Szkoleń i Eventów

Jednym z kluczowych celów jest budowa silnej pozycji w branży szkoleniowo – konferencyjnej. Strategia opiera się na wydzieleniu osobnych struktur biznesowych do kreacji i realizacji projektów szkoleniowych, konferencyjnych oraz eventowo – wydawniczych. Obecnie dedykowana struktura organizacyjna liczy ponad 35 stałych współpracowników, posiada dedykowane call-center oraz stale aktualizowaną bazę danych / teleadresową wykorzystywaną na potrzeby marketingowo-sprzedażowe.

Zespół doświadczonych profesjonalistów dba o ciągły rozwój projektów eventowych związanych z wiodącymi markami „Rzeczpospolita”, „Parkiet”, „Bloomberg Businessweek” i „Sukces” – zarówno tych o ugruntowanej renomie (np. „BZ WBK PRESS FOTO”, „Byki i Niedźwiedzie”) jak i nowo kreowanych (Eco-Energy Rzeszów). Obok dużych konferencji realizowanych jest kilkadziesiąt mniejszych projektów w formule szkoleń (dedykowanych oraz otwartych) i debat redakcyjnych na terenie całej Polski.

W II półroczu 2015 r. oczekiwane są efekty działań redakcyjno – komercyjnych związanych z debatami i cyklami redakcyjnymi skierowanymi do takich branż jak farmacja, logistyka i branża zbrojeniowa. Już obecnie duży sukces odnotowują imprezy cykliczne wykreowane w 2015 r. jak „Top 10 – najważniejsze kierunki dla polskiego eksportu” dedykowany dla logistyki czy też „Rewolucje IT w MŚP”.

Kluczowym elementem dla dynamicznego rozwoju segmentu Konferencje/Szkolenia/ Eventy jest współpraca z wybitnymi ekspertami z wielu branż oraz redakcji dzienników i miesięczników. Podobnie jak w przypadku tytułów prasowych projekty realizowane przez Dział Konferencji i Szkoleń wyróżnia ekspercki poziom prezentowanej wiedzy / informacji oraz perfekcjonizm realizacji.

Ważnym partnerem przy realizacji najbardziej prestiżowych projektów działu Konferencji i Szkoleń są oprócz podmiotów gospodarczych również instytucje państwowe i samorządowe między innymi urzędy marszałkowskie województw lubelskiego, podkarpackiego, zachodniopomorskiego i małopolskiego.

Gremi Media S.A.

Spółka zajmuje się głównie prowadzeniem usług finansowych, prawnych i administracyjnych dla podmiotów z Grupy. W II półroczu 2015 r. Spółka osiągnęła przychody netto ze sprzedaży na poziomie 2 128 TPLN.

e-Kiosk S.A.

Ważną rolę w strukturach Grupy odgrywa e-Kiosk SA będący kluczowym dystrybutorem prasy cyfrowej w Polsce.

E-Kiosk SA w drugim kwartale 2015 odnotował istotne wzrosty sprzedaży w stosunku do analogicznego okresu 2014r., które są efektem proaktywnej polityki sprzedażowej oraz stałego poszerzania oferowanego asortymentu produktów.

W II kwartale 2015 r. Spółka osiągnęła przychody netto ze sprzedaży na poziomie 4 294 TPLN. W analogicznym okresie poprzedniego roku przychody netto ze sprzedaży wyniosły 3 902 TPLN. Oznacza to wzrost przychodów w II kwartale 2015 r. w porównaniu do analogicznego okresu poprzedniego roku o 392 TPLN (10%).

W I półroczu 2015 r. Spółka osiągnęła przychody netto ze sprzedaży na poziomie 12 346 TPLN. W analogicznym okresie poprzedniego roku przychody netto ze sprzedaży wyniosły 8 419 TPLN, a to oznacza wzrost przychodów w I półroczu 2015 r. o 3 927 TPLN (46,6%) w porównaniu do analogicznego okresu poprzedniego roku. Ebitda wyniosła 368 TPLN

Strategiczna umowa o współpracy z wydawnictwem wpływa pozytywnie na poziom przychodów spółki e-Kiosk SA. m.in. poprzez zaistnienie w ofercie e-Kiosk SA produktów wysoce specjalistycznych skierowanych do odbiorców instytucjonalnych.

Pamiętać należy, że począwszy od ostatniego kwartału 2014 roku w ofercie e-Kiosku znalazły się produkty będące dotychczas w asortymencie likwidowanej spółki Nexto.

Spółka kontynuuje też prace mające na celu uruchomienie nowej platformy sprzedażowej oraz systemów pozwalających zautomatyzować i przyspieszyć procesy. Nowe systemy mają wpłynąć na zwiększenie przychodów oraz kanałów dystrybucji kontentu w segmencie e-prasy jak i e-książek.

Oczekiwania ogólnogospodarcze dla branży wydawniczej zakładają podwojenie przychodów z dystrybucji cyfrowej od 2014 do 2017 a w 2018 roku udział dystrybucji elektronicznej będzie odpowiadał 8,4% przychodów z dystrybucji papieru.

W Polsce obserwujemy ok. 2-letnie opóźnienie światowego trendu. Mimo to do 2018 roku przychody ze sprzedaży elektronicznych wydań powinny średnio dla Wydawców stanowić ok. 6-6,5% przychodów z tradycyjnego kanału.

Wg. danych Izby Wydawców Prasy za 5 lat dzięki wzrostowi znaczenia cyfrowych replik wydania łączny zasięg prasy codziennej ma się zwiększyć do 60,2 proc., głównie w efekcie wzrostu wersji cyfrowej;

Wg. szacunków e-Kiosk wzrost kategorii e-Wydań będzie wyhamowywany poprzez rozwijaną przez Wydawców kategorię sprzedaży subskrypcji cyfrowych (płatny dostęp do treści przez serwis www).

Presspublica Sp. z o.o.

Spółka kontynuuje restrukturyzację majątkowo-kosztową, której widocznymi efektami oprócz zmniejszenia kosztów funkcjonowania związanego z brakiem kosztów osobowych jest sprzedaż niewykorzystywanego majątku. Zgodnie z tendencją w branży wydawniczej Grupa Gremi korzysta z zewnętrznych usług drukarskich. Presspublica w II kwartale 2015 sprzedała drukarnię w Koninku i realizuje sprzedaż drukarni w Raszynie.

Uważam Rze Sp. z o.o.

W I półroczu 2015 r. Spółka osiągnęła przychody netto ze sprzedaży na poziomie 1 343 TPLN. W analogicznym okresie poprzedniego roku przychody netto ze sprzedaży wyniosły 748 TPLN. Oznacza to wzrost przychodów w I półroczu 2015 r. w porównaniu do I półrocza 2014 roku o 595 TPLN (79,5%).

Spółka jest w trakcie procesu restrukturyzacji, która prowadzi do zmniejszenia kosztów działalności. Wg stanu na 30.06.2015 zatrudnienie wynosiło 16 osób.

W I półroczu 2015 spółka ograniczyła koszty druku i transportu prasy w związku z ograniczeniem kosztownych wydań specjalnych.