

Szanowni Państwo,

W imieniu Zarządu PMPG Polskie Media SA prezentuję sprawozdanie finansowe Grupy Kapitałowej PMPG za rok 2015.

Przychody GK PMPG Polskie Media SA w 2015 r. wyniosły 51,8 mln zł, natomiast zysk netto zamknął się w kwocie 5,85 mln zł. W stosunku do poprzedniego roku Grupa odnotowała niższy poziom przychodów, na co, obok zmian w strukturze rynku reklamy, będącego głównym źródłem przychodów PMPG, miała wpływ również sytuacja polityczna i makroekonomiczna. Głównym czynnikiem wpływającym na wyniki firmy, odczuwalnym szczególnie w pierwszych trzech kwartałach 2015 r. było ograniczenie liczby kontraktów dla tygodnika „Wprost”, który pozostaje głównym aktywem Grupy. Inne czynniki, które w mniejszym stopniu wywierały wpływ na bieżącą sytuację finansową PMPG, to mało stabilna sytuacja w polskim sektorze przedsiębiorstw, które stanowią istotną grupę klientów Grupy, oraz spadek obrotu realizowanego w transakcjach bezgotówkowych.

Głównymi aktywami Grupy pozostają dwa tygodniki opinii, „Wprost” i „Tygodnik Do Rzeczy”. **W marcu 2015 r. kierownictwo redakcji „Wprost” objął Tomasz Wróblewski.** Jednocześnie w tygodniku wyraźnie wzmocniony został dział biznesowy, który zajął się tematami bliskimi polskim przedsiębiorcom, małemu i średniemu biznesowi. Nowe kierownictwo i zmiany w linii redakcyjnej tygodnika spowodowały, że na łamy tygodnika powróciło wielu znaczących reklamodawców.

Drugi z tytułów stanowiących główne aktywa w portfolio Grupy Kapitałowej PMPG Polskie Media, wydawany przez spółkę Orle Pióro **tygodnik „Do Rzeczy”, konsekwentnie i z powodzeniem realizuje przyjętą strategię rozwoju,** nieustannie podnosząc swoją rentowność na bardzo konkurencyjnym rynku. W 2015 r. 85 proc. przychodów „Tygodnika Do Rzeczy” pochodziło ze sprzedaży egzemplarzowej. Niski wyjściowy poziom wpływów z reklam powoduje, że tytuł ten ma jeszcze znaczący potencjał podnoszenia przychodów bez ponoszenia znaczących kosztów.

W związku ze zmianami struktury rynku reklamowego i jego dynamiką, w 2015 roku Zarząd PMPG Polskie Media S.A. skupił się na działaniach mających na celu **wzmocnienie głównych aktywów Grupy** i rozszerzenie portfolio usług oraz identyfikowanie nowych źródeł przychodów, które w długiej perspektywie zapewnią finansowanie dalszej działalności Grupy oraz jej nowych projektów. **Pod brandem „Wprost” zostały uruchomione nowe projekty m.in. cykle rankingów gospodarczych i samorządowych oraz nagroda „Portfel Wprost”.** Wprost” wdrożył również pilotażowy projekt nowego **formatu partnerskiego pod marką Wprost Nieruchomości.**

W drugiej połowie roku Zarząd PMPG Polskie Media zdecydował o **inwestycji w rozwój biznesowego kanału inwestorzy.tv.** Zaangażowanie w projekt internetowej telewizji biznesowej wynika ze strategii, która od dawna zakłada, że w portfolio grupy znajdzie się silne medium biznesowe, skierowane przede wszystkim do polskich przedsiębiorców, inwestorów, ludzi zainteresowanych gospodarką i prowadzących działalność w tym obszarze. Jednocześnie nasza strategia zakładała inwestycje w media elektroniczne, m.in. telewizyjne. Współpraca z inwestorzy.tv znakomicie wpisuje się w te plany.

Z punktu widzenia naszych Inwestorów, istotne jest, że **w 2015 r. PMPG wróciła do notowań ciągłych Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie.** Powrót PMPG na główny parkiet giełdowy wynikał z przystąpienia spółki do Programu Wspierania Płynności. Jednocześnie PMPG podpisała umowę z animatorem rynku i uruchomiła nową,

przejrzystą stroną relacji inwestorskich na stronie firmowej www.pmpg.pl. W ocenie Zarządu, wdrożenie programu pozytywnie wpłynęło na jakość relacji inwestorskich i komunikacji spółki z rynkiem. Scalenie akcji, powrót do notowań ciągłych oraz stabilizacja sytuacji dwóch głównych aktywów i zaangażowanie w nowe projekty o dużym potencjale, a także poprawa kluczowych wskaźników finansowych spowodowały wzrost i stabilizację wartości akcji PMPG Polskie Media na GPW.

W rok 2016 patrzymy z optymizmem, ponieważ jesteśmy Grupą Kapitałową zbudowaną na mocnych podstawach, które umożliwiają nam realizację strategicznych celów. A celem Zarządu na rok 2016 jest utrzymanie **stabilnego i przewidywalnego poziomu przychodów** oraz przygotowanie **strategii opartej właśnie na poszerzaniu obszarów działalności, dywersyfikacji źródeł przychodów oraz wzmocnieniu obecności w nowych mediach, m.in. w Internecie i kanałach mobilnych**. W sferze planów jest również ekspansja zagraniczna spółki, m.in. uruchomienie projektu Machina International jako międzynarodowej platformy lifestylowej i rozrywkowej wydawanej równocześnie z redakcji w Warszawie i USA.

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

Z poważaniem,



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