

LIST DO AKCJONARIUSZY

Szanowni Państwo,

Przedstawiamy raport roczny zawierający m.in. sprawozdanie finansowe oraz sprawozdanie Zarządu z działalności spółki PMPG Polskie Media S.A. za 2019 rok.

Rok 2019, podobnie jak poprzednie lata, był dla Spółki pracowity. Spółka konsekwentnie realizowała proces transformacji cyfrowej czasopism wydawanych przez spółki z Grupy Kapitałowej PMPG Polskie Media S.A. Transformacja, która polega przede wszystkim na zbudowaniu wokół kojarzonych z tradycyjną prasą marek „Wprost” i „Do Rzeczy” silnych mediów internetowych, jest procesem koniecznym w dobie rozwoju elektronicznych kanałów komunikacji i zamierania tych tradycyjnych.

W minionym roku mogliśmy zaobserwować wymierne efekty podejmowanych działań. Serwis Wprost.pl zyskał pozycję lidera wśród serwisów związanych z tygodnikami opinii, a serwis DoRzeczy.pl stał się najszybciej rozwijającym serwisem wśród tej grupy mediów. Średniomiesięcznie łączna liczba użytkowników serwisu Wprost.pl zwiększyła się o ponad 65% w stosunku do 2018 roku, a liczba odsłon wzrosła o 26%. Sam tylko serwis Zdrowie.Wprost.pl miał w grudniu 2019 roku ponad 2,3 mln użytkowników oraz 6 mln odsłon podczas gdy w poprzednim roku miał odpowiednio 86 tys. użytkowników i 193 tys. odsłon. Z kolei liczba użytkowników serwisu DoRzeczy.pl wzrosła o 67%, a liczba odsłon o ponad 93%. Osiągnięte wyniki cieszą podwójnie. Udało się przyciągnąć do naszych mediów cyfrowych wielu nowych użytkowników, którzy docenili jakość treści publikowanych w serwisach. A to potwierdza, że przyjęta strategia okazała się właściwie obranym kierunkiem.

Nie sposób tutaj nie wspomnieć, że dzięki przyjętej i konsekwentnie realizowanej strategii transformacji cyfrowej, Spółka już w roku 2020 znalazła się w gronie TOP 20 Grup Internetowych w Polsce, zajmując 19 miejsce w rankingu ruchu ogółem i 14 jeśli chodzi o ruch na urządzeniach mobilnych (według raportu Gemius/PBI, PMPG Polskie Media S.A.).

Liczymy, że w konsekwencji tych działań uda się osiągnąć w kolejnych dwóch latach pozycję umożliwiającą rywalizowanie z największymi serwisami informacyjnymi, a także trwale poprawić wyniki finansowe i zwiększyć wartość Spółki.

W roku 2019 zarówno Spółka, jak i cała Grupa Kapitałowa osiągnęły przychody na porównywalnym poziomie, co w roku 2018. Wynik Spółki, a w konsekwencji także Grupy, został obciążony zdarzeniami jednorazowymi tj. m.in. dokonaniem odpisu z tytułu wartości posiadanych aktywów finansowych oraz dokonaniem odpisu z tytułu aktualizacji wartości nieruchomości. Łączna wysokość kwoty, która jednorazowo wpłynęła na wynik finansowy za 2019 rok wyniosła 11,9 mln zł. Wynik za rok 2019 należy więc analizować biorąc pod uwagę wystąpienie tych zdarzeń. Dokonane odpisy nie wpłynęły na bieżącą sytuację finansową Spółki. Liczymy, że większa część odpisów zostanie odwrócona, co pozytywnie wpłynie na osiągnięty wynik w kolejnych okresach.

Bez uwzględniania zdarzeń jednorazowych Grupa osiągnęła pozytywny wynik na poziomie 0,5 mln zł przy wskaźniku EBITDA na poziomie 1,1 mln zł. Na niższy wynik niż osiągnięty w roku 2018 wpłynęły przede wszystkim większe koszty związane z transformacją cyfrową oraz niższe przychody z tytułu sprzedaży egzemplarzowej czasopism.

Liczymy, że poczynione nakłady oraz dokonane już w roku 2020 zmiany w modelu wydawniczym tygodnika „Wprost” przyczynią się do wzrostu rentowności i poprawy wyników w kolejnych latach.

25 marca 2020 roku Zarząd Spółki podjął decyzję o zmianie modelu wydawniczego spółki zależnej Agencja Wydawniczo-Reklamowa „Wprost”, tj. o zakończeniu wydawania drukiem tygodnika „Wprost” i skupieniu się na tworzeniu i dystrybucji treści w Internecie. Ostatnie wydanie tygodnika „Wprost” ukazało się drukiem 30 marca, po prawie 40 latach obecności na rynku. Decyzja wymuszona została sytuacją związaną z epidemią wirusa SARS-CoV-2, która zrewidowała plany i przyspieszyła działania związane z realizacją transformacji cyfrowej. Dzięki jednak działaniom realizowanym w roku 2019 Spółka była w stanie skutecznie zareagować na zaistniałą sytuację i podjąć obronę przed negatywnymi skutkami, głównie finansowymi, które wystąpiły na skutek epidemii.

W tym miejscu chcielibyśmy zwrócić Państwa uwagę na wpływ epidemii na naszą działalność. Negatywne skutki finansowe epidemii widoczne są niemal w każdej branży. Branże, w których działa Spółka tj. wydawnicza, reklamowa oraz eventowa istotnie odczuły te skutki. Przede wszystkim istotnie zmalały wydatki reklamowe, spadła też sprzedaż prasy. Zarząd Spółki ocenił, że wpływ epidemii na działalność Spółki będzie widoczny w szczególności w spadku przychodów. W związku z decyzją o zaprzestaniu wydawania tygodnika „Wprost” w wersji drukowanej spadek przychodów nastąpi zarówno w przypadku reklamy, jak i sprzedaży egzemplarzowej. Podjęte jednak zostały także działania mające na celu istotne ograniczenie kosztów. Szczegółowe informacje na temat wpływu epidemii na biznes Spółki zostały przedstawione w sprawozdaniu finansowym oraz sprawozdaniu z działalności zarządu.

Opisana sytuacja nie zmienia jednak naszych planów związanych z transformacją cyfrową wydawnictw. W roku 2020 Grupa skupi się na dalszym rozwoju serwisów internetowych i poszerzaniu oferty reklamowej w Internecie. Mamy nadzieję, że problemy związane z epidemią staną się akceleratorem do zmian, które przyniosą pozytywne efekty.

Chcielibyśmy w tym miejscu podziękować wszystkim pracownikom, współpracownikom, czytelnikom, użytkownikom i kontrahentom przede wszystkim za wykazanie się odpowiedzialnością i zrozumieniem wobec trudnych decyzji zarządzających Spółką, które przyszło podjąć wobec sytuacji związanej z epidemią, a także wiarę w naszą wizję rozwoju oraz obecność w kluczowych dla nas momentach.

Zapraszamy do zapoznania się z całym raportem.

Warszawa, dnia 30 kwietnia 2020 roku

Zarząd PMPG Polskie Media S.A.

Piotr Piaszczyk – Członek Zarządu

Ewa Rykaczewska – Członek Zarządu

Robert Pstrokoński – Członek Zarządu