

Kierunek Rozwoju PMPG Polskie Media S.A. 2024-2026

Wprowadzenie

Niniejszy materiał został opracowany, aby przedstawić kierunek rozwoju PMPG Polskie Media S.A. na lata 2024-2026. Jest skierowany do pracowników, inwestorów, partnerów biznesowych oraz wszystkich interesariuszy firmy. **Celem dokumentu jest zarysowanie kluczowych obszarów rozwoju, które mają na celu umocnienie pozycji rynkowej PMPG oraz zwiększenie wartości dla akcjonariuszy. Dokument ten nie jest szczegółowym planem operacyjnym, lecz średnioterminową wizją, która będzie realizowana w nadchodzących latach.**

PMPG Polskie Media S.A. to dynamicznie rozwijająca się Grupa Kapitałowa działająca w sektorze mediów cyfrowych i tradycyjnych, reklamy, organizacji prestiżowych wydarzeń oraz inwestycji – między innymi w branżę filmową, gamingową i nowe technologie cyfrowe. Pozycjonowana jest w branży mediów i rozrywki w sektorze TMT (Technology, Media, Telecommunications).

Firma, która od 2006 roku jest notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie, ma ponad 25-letnie doświadczenie na rynku i stale dostosowuje się do zmieniających się warunków biznesowych i technologicznych. Pierwszą publikację wydała jako studencki startup w 1998 roku w ramach programu wspierania przedsiębiorczości przez Zachodniopomorską Szkołę Biznesu w Szczecinie. Rozwinęła się dzięki przedsiębiorczości i zaradności osób, które współtworzyły rozwój wielu spółek holdingowych PMPG. Warty odnotowania jest fakt, iż firma rozwinęła się wyłącznie w oparciu o polski kapitał, rozpoczynając działalność z kwotą inwestycji na poziomie zaledwie 20 tys. PLN.

Firma od lat przyczynia się do rozwoju polskiej gospodarki wolnorynkowej, będąc jednym z jej pionierów. Praca dziennikarzy i działania podmiotów Grupy Kapitałowej PMPG znacząco wpłynęły na rozwój sektora mediów i reklamy w Polsce. Firma publikuje wiele prestiżowych rankingów i raportów gospodarczych, jak „Lista 100 Najbogatszych Polaków” czy „200 Największych Polskich Firm”. PMPG przyznaje również wiele prestiżowych nagród, takich jak „Człowiek Roku” ([link](#)), „Orły Wprost” ([link](#)),

„ShEO Awards” ([link](#)), „Innowatory” ([link](#)) czy „Wizjonerzy Zdrowia” ([link](#)), które wyróżniają wybitne osobistości i firmy za ich osiągnięcia i wkład w rozwój społeczeństwa. **Prowadzi również Forum Wolności Gospodarczej, które w tym roku obchodzi 35-lecie ([link](#)).**

PMPG Polskie Media S.A. wyróżnia się profesjonalizmem i wysokimi kompetencjami swoich pracowników. Credo naszej działalności są niezależność i transparentność, które zyskujemy między innymi dzięki notowaniu spółki na Giełdzie Papierów Wartościowych. Zaangażowanie naszych inwestorów i czytelników odgrywają kluczową rolę w naszym sukcesie, umożliwiając dalszy rozwój i dostarczanie wysokiej jakości treści.

2. Główne Aktywa

PMPG Polskie Media S.A. zarządza wieloma kluczowymi aktywami, które stanowią podstawę jej sukcesu:

- **Agencja Wydawniczo-Reklamowa Wprost:** Jest to polskie wydawnictwo założone w 1990 roku. Wydawca serwisu [Wprost.pl](#) oraz tygodnika Wprost, który od kwietnia 2020 roku jest dostępny wyłącznie w wersji cyfrowej. Transformacja cyfrowa przebiegła pomyślnie, a tydzień zwiększył grono odbiorców, utrzymując pozycję w TOP3 najczęściej cytowanych tygodników i dwutygodników. Zapraszamy do zapoznania się z redakcyjnym credo: ([link](#)). **W ramach Wprost rozwijane nadal będą kolejne atrakcyjne kategorie obok istniejących już: [dom.wprost.pl](#), [biznes.wprost.pl](#), [rozrywka.wprost.pl](#), [sport.wprost.pl](#).**
- **Orle Pióro:** Wydawca tygodnika „Do Rzeczy” oraz serwisu internetowego [Dorzeczy.pl](#) i miesięcznika „Historia Do Rzeczy”. Orle Pióro koncentruje się na dynamicznym rozwoju portalu Dorzeczy.pl, będącego liderem wśród mediów konserwatywnych pod względem liczby użytkowników. **Firma jest w trakcie kończenia procesu przekształcania formy prawnej w spółkę akcyjną z planami debiutu na GPW do 2025 roku. W najbliższych miesiącach spółka opublikuje strategię rozwoju skierowaną do czytelników i inwestorów.** Zapraszamy również do zapoznania się z redakcyjnym credo: ([link](#)) – **oraz informacjami dotyczącymi debiutu spółki na giełdzie.**
- **RedDeer.Games:** Polskie niezależne studio game development założone w 2019 roku. Studio wydało ponad 150 tytułów na konsole Nintendo Switch, Xbox i PlayStation w tym gry oparte na popularnych IP takich jak „Warhammer 40000: Dakka Squadron” czy „Smerfy”. 50% przychodów stanowią produkcje własne. Studio zajęło 34. miejsce w rankingu Forbesa „TOP 50

najbardziej wartościowych producentów gier w Polsce 2023” i obecnie pracuje między innymi nad zaawansowaną produkcją AA opartą o powieść Leopolda Tyrmanda „Zły” ([link](#)). **Jest jednym z najszybciej rosnących studiów gamedev w Europie.**

- **Inne Aktywa:** PMPG posiada w swoich zasobach kilkanaście mniejszych serwisów internetowych oraz prawa do wielu marek i znaków towarowych, w tym tak znanych jak „Miesięcznik Film”, „Magazyn Machina” czy „Tygodnik OZON”. Reaktywacja tych marek pozostaje jedną z opcji rozwoju linii biznesowych PMPG, co może dodatkowo zwiększyć zasięg i rozpoznawalność firmy na rynku medialnym. **Aktualnym przykładem sukcesu jest reaktywowany w tym roku serwis [smaki.pl](#).**

3. Analiza Rynku

Polski rynek mediów i rozrywki dynamicznie się rozwija, a jego wartość ma osiągnąć 56,4 mld PLN do 2027 roku, co oznacza średnioroczny skumulowany wskaźnik wzrostu (CAGR) na poziomie 4,6%. Wzrost znaczenia Internetu i reklamy online, które stanowią odpowiednio 22,5% i 15,6% rynku, podkreśla konieczność dalszego rozwoju działalności cyfrowej PMPG. Internet ma wyprzedzić telewizję jako największy segment rynku mediów do 2025 roku.

Raport PwC z 2023 roku wskazuje, że polski rynek mediów i rozrywki w pełni uporał się z konsekwencjami pandemii COVID-19, a jego wartość będzie rosła o 1 punkt procentowy szybciej niż globalny rynek. To stwarza doskonałe warunki do rozwoju dla firm takich jak PMPG, które koncentrują się na innowacyjnych i cyfrowych rozwiązaniach.

Dane z raportu PMR wskazują, że sektor mediów cyfrowych odnotowuje stały wzrost, a do 2025 roku liczba użytkowników serwisów streamingowych ma się podwoić. Równocześnie reklama cyfrowa, w szczególności reklama wideo, zyskuje na znaczeniu, stanowiąc coraz większą część budżetów reklamowych firm. Wzrost popularności podcastów i treści wideo online wskazuje na zmieniające się nawyki konsumpcji mediów, co PMPG planuje wykorzystać w swojej strategii rozwoju.

4. Kierunki rozwoju PMPG Polskie Media

A. Rozwój Aktywów Cyfrowych

1. Inwestycje w Nowe Formaty:

- **Podcasty i Materiały Wideo:** W odpowiedzi na rosnące zapotrzebowanie na treści multimedialne, PMPG planuje znacząco zainwestować w rozwój podcastów i materiałów wideo. Podcasty stają się coraz bardziej popularne wśród młodszych użytkowników, które cenią sobie możliwość słuchania interesujących treści w dowolnym miejscu i czasie. Materiały wideo, takie jak reportaże, wywiady czy dokumenty, pozwolą na zwiększenie zaangażowania użytkowników oraz przyciągnięcie nowych odbiorców.
- **Rozwój Nowych Treści:** Wprowadzenie nowych tematów i formatów w ramach serwisów Wprost i Do Rzeczy, które będą dostosowane do aktualnych trendów rynkowych i zainteresowań czytelników. Analiza rynku wskazuje na rosnące zainteresowanie tematami związanymi z technologią, zdrowiem, edukacją oraz zrównoważonym rozwojem, co stanowi doskonałą okazję do tworzenia nowych kategorii treści.
- **Transformacja Cyfrowa:** Kontynuacja procesu digitalizacji treści i usług jest kluczowa dla dalszego rozwoju PMPG. Digitalizacja pozwala na zwiększenie dostępności treści, co z kolei przekłada się na wzrost liczby użytkowników oraz przychodów. Firma wdraża nowoczesne technologie, takie jak sztuczna inteligencja i analiza danych, aby lepiej zrozumieć potrzeby swoich użytkowników i dostosować ofertę do ich oczekiwań.
- **Rozbudowa serwisów internetowych:** O funkcje interaktywne i społecznościowe, takie jak fora dyskusyjne, platformy do publikowania własnych treści przez użytkowników oraz narzędzia do współpracy online, które zwiększą lojalność użytkowników i zaangażowanie społeczności wokół marek PMPG.
- **Rozbudowa serwisów w zakresie e-commerce:** Zarówno własnego, jak i afiliacyjnego.
- **Rozwój oferty dla subskrybentów** jest kluczowym elementem naszej strategii. Subskrypcje nie tylko świadczą o zaangażowaniu naszych czytelników, dla których tworzymy nasze treści, ale również umożliwiają nam produkcję materiałów najwyższej jakości. Dzięki wsparciu subskrybentów możemy inwestować w niezależne dziennikarstwo, rozwijać nasze redakcje oraz dostarczać rzetelne i wartościowe informacje. Oferta subskrypcyjna zapewnia dostęp do ekskluzywnych treści, które odpowiadają

na potrzeby i oczekiwania naszych lojalnych czytelników, jednocześnie wspierając misję PMPG Polskie Media S.A. w promowaniu niezależności i transparentności w mediach.

B. Inwestycje typu Media for Equity

1. Strategia Media for Equity:

- PMPG planuje zwiększyć swoje zaangażowanie w inwestycje typu „**Media for Equity + Cash**”, które polegają na zapewnieniu firmom wsparcia medialnego w zamian za udział w kapitale oraz wsparcie finansowe. Tego typu inwestycje pozwalają na szybki rozwój młodych i obiecujących firm, jednocześnie zwiększając wartość portfela inwestycyjnego PMPG.
- **Studium Przypadku - RedDeer.Games:** W 2019 roku PMPG zainwestowała w RedDeer.Games, co zaowocowało znaczącym wzrostem rozpoznawalności i wartości spółki. Podobne podejście zostanie zastosowane w przyszłych inwestycjach, gdzie PMPG będzie wspierać innowacyjne startupy w dziedzinach takich jak technologie medyczne, edukacja, zielona energia czy e-commerce, oferując im szeroką platformę medialną do promocji ich produktów i usług.

C. Zewnętrzne Pozyskiwanie Kapitału

1. IPO Głównych Aktywów:

- PMPG planuje upubliczniać i usamodzielniać swoje aktywa, jak również pozostaje otwarte na inwestorów strategicznych do poszczególnych aktywów. Rozpoczął się już proces upubliczniania spółki Orle Pióro, której giełdowy debiut planowany jest na rok 2025. Proces ten będzie poprzedzony kampaniami, które mają na celu zaangażowanie społeczności i zwiększenie świadomości marki. IPO (Initial Public Offering) pozwoli na pozyskanie dodatkowych środków finansowych, które zostaną przeznaczone na dalszy rozwój i inwestycje w nowe technologie oraz rozszerzenie oferty.
- **AWR Wprost:** Od lat towarzyszy duże zainteresowanie i PMPG kilkakrotnie otrzymywała propozycje sprzedaży tego atrakcyjnego i stale rozwijanego przez spółkę aktywa. PMPG nie wyklucza pozyskania inwestorów do AWR Wprost, a w przyszłości możliwe jest również upublicznienie tej spółki.

- **RedDeer.Games:** Wspierane aktywnie przez PMPG, studio obecnie prowadzi rundę inwestycyjną o wartości 5 mln USD. Więcej informacji: ([link](#)).

D. Budowanie Relacji z Akcjonariuszami

1. Komunikacja z inwestorami:

- W opracowaniu jest nowa przejrzysta strona internetowa www.pmpg.pl, która polepszy komunikację z inwestorami i w sposób klarowny przedstawi szerokie spektrum działań prowadzonych przez PMPG.
- W aktualnej analizie spółki jest również rebranding firmy, którego można spodziewać się na przełomie roku 2024/2025 – mający na celu zwiększenie świadomości o działalności PMPG w oczach partnerów i inwestorów spółki.
- Regularne newslettery będą informować inwestorów o bieżących działaniach i wynikach spółki, co pozwoli na transparentną komunikację oraz budowanie zaufania wśród inwestorów. Dodatkowo akcjonariusze będą mieli możliwość uczestniczenia w specjalnych spotkaniach z zarządem firmy oraz otrzymywania ekskluzywnych materiałów i analiz rynkowych.

2. Skup Akcji Własnych:

- Spółka konsekwentnie prowadzi skup akcji własnych, w wyniku którego m.in. wzmacnia się pozycja akcjonariuszy mniejszościowych.

5. Rozwój Działalności Eventowej

PMPG Polskie Media S.A. posiada bogate doświadczenie w organizacji prestiżowych wydarzeń, które zyskały uznanie w branży. W ciągu lat firma stała się synonimem wysokiej jakości eventów, które łączą prestiż, wiedzę oraz wyjątkowych prelegentów. Po okresie lockdownu PMPG intensywnie rozwija swoją działalność eventową, dostosowując się do nowych realiów i oczekiwań uczestników.

Nasze wydarzenia, takie jak wręczanie nagród Człowiek Roku, Orły Wprost czy ShEO Awards, cieszą się ogromnym zainteresowaniem i są uważane za jedno z najważniejszych w kraju. W odpowiedzi na rosnące zapotrzebowanie PMPG planuje nie tylko kontynuować, ale również rozszerzać swoją ofertę eventową.

Wprowadzamy nowe technologie, które umożliwiają transmisje na żywo, interaktywne panele dyskusyjne oraz dostęp do materiałów online, co zwiększa zasięg i wpływ naszych wydarzeń. Dzięki integracji z naszymi platformami medialnymi, relacje z eventów są dostępne dla szerokiego grona odbiorców, co dodatkowo podnosi ich prestiż.

Nasze eventy przyciągają wyjątkowych speakerów z różnych dziedzin, co gwarantuje wysoki poziom merytoryczny i inspirujące dyskusje. Jesteśmy przekonani, że rozwijanie działalności eventowej w oparciu o najnowsze technologie oraz bogate doświadczenie PMPG przyczyni się do dalszego umacniania naszej pozycji na rynku i zadowolenia uczestników.

6. Integracja ESG (Environmental, Social, Governance)

PMPG Polskie Media S.A. jako odpowiedzialne medium aktywnie wspiera rozwój inicjatyw związanych z ESG (Environmental, Social, Governance). Firma nie tylko promuje zrównoważony rozwój i odpowiedzialność społeczną, ale także przeprowadza rzetelne analizy, pokazując zarówno silne, jak i słabe strony tych inicjatyw.

Jednym z kluczowych elementów strategii ESG PMPG jest wysoki odsetek kobiet w kadrze, w tym w kadrze managerskiej, oraz fakt, że zarząd firmy PMPG aktualnie składa się wyłącznie z kobiet. Zarządy spółek w grupie są mieszane. To świadczy o istotnej roli, jaką kobiety odgrywają w zarządzaniu i rozwoju firmy. PMPG stawia na równość płci i różnorodność, co jest kluczowe dla innowacyjności i efektywności działania firmy.

Wprost jako jedno z pierwszych dużych mediów na świecie całkowicie zrezygnowało z papieru, przechodząc na wydania online (wyjątek stanowią wydania okazjonalne). To unikalne osiągnięcie nie tylko znacząco zmniejsza ślad węglowy firmy, ale także przynosi ogromne oszczędności w zakresie wycinki lasów. **Nie drukując kolejnych milionów stron tygodnika, wspólnie z czytelnikami, co tydzień, oszczędzimy las o powierzchni boiska!** Przejście na wersję cyfrową tygodnika Wprost jest dowodem na innowacyjność i zaangażowanie firmy w ochronę naszej planety.

7. Mierniki Sukcesu

PMPG Polskie Media S.A. będzie monitorować postępy za pomocą kluczowych wskaźników wydajności (KPI), takich jak:

- Wzrost liczby unikalnych użytkowników i liczby odsłon na serwisach internetowych.
- Zwiększenie liczby subskrypcji cyfrowych.
- Wartość nowych inwestycji typu Media for Equity.
- Wyniki finansowe w tym z poszczególnych działalności i linii biznesowych.

8. Podsumowanie

Kierunki rozwoju PMPG Polskie Media S.A. koncentrują się na budowie aktywów cyfrowych, inwestycjach typu Media for Equity i wzmocnianie posiadanych aktywów przez inwestycje kapitałowe. Dzięki temu firma planuje umocnić swoją pozycję na rynku mediów i osiągnąć zrównoważony wzrost w nadchodzących latach. Oczekiwane rezultaty obejmują zwiększenie wartości dla akcjonariuszy oraz rozwój nowych, innowacyjnych formatów treści, które przyciągną szerokie grono odbiorców.

Kontakt i Notowania Spółki

- Notowania PMPG Polskie Media S.A. można znaleźć na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie, gdzie spółka jest notowana pod symbolem PGM. W ciągu ostatnich 6 miesięcy wartość akcji PMPG wzrosła o około 12,68%, co świadczy o pozytywnym trendzie w krótkim okresie. W perspektywie 12 miesięcy, inwestorzy mogli zyskać aż 37,88%, co znacząco przewyższa średnie wyniki rynkowe. W ciągu ostatnich 24 miesięcy akcje spółki zyskały na wartości, oferując inwestorom stabilny wzrost i atrakcyjne zwroty. Te dane podkreślają stabilność i potencjał wzrostu PMPG Polskie Media S.A., czyniąc ją atrakcyjną opcją dla długoterminowych inwestorów.
- Więcej informacji na temat strategii oraz aktualnych działań PMPG Polskie Media S.A. można znaleźć na stronie internetowej: www.pmpg.pl.