

Warszawa, 18 marca 2011 r.

Szanowni Państwo, Akcjonariusze,

W imieniu Zarządu Platformy Mediowej Point Group SA (PMPG, Spółka) przekazuję na Państwa ręce sprawozdanie z działalności Spółki w 2010 r.

Miniony rok był rokiem, w którym Grupa Kapitałowa PMPG SA przeszła istotne przeobrażenia. Pierwszą część roku zdominowały działania zmierzające do integracji nowozakupionej spółki AWR WPROST, wydawcy tygodnika WPROST, ze strukturami Grupy Kapitałowej PMPG SA oraz działania zmierzające do przywrócenia rentowności tygodnikowi WPROST. Druga połowa roku pokazała, że zaangażowanie znaczących sił i środków w działalność AWR WPROST było bardzo dobrym posunięciem z punktu widzenia rozwoju grupy. Zmiany wydawnicze i redakcyjne przeprowadzone przez wydawcę, a następnie nowy zespół redakcyjny WPROST przełożyły się bezpośrednio zarówno na wzrost sprzedaży egzemplarzowej tygodnika, jak i na wzrost sprzedaży powierzchni reklamowej w tygodniku i powiązanych z nim serwisach internetowych.

Od trzeciego kwartału WPROST, zgodnie z przyjętym przez Zarząd planem, stał się motorem rozwoju dla całej Grupy Kapitałowej. Na koniec roku zysk brutto AWR WPROST wyniósł ponad 8,5 mln, a przychody ze sprzedaży spółki przekroczyły 35,3 mln zł (bez rozliczeń barterowych). Przy podobnym poziomie przychodów, w 2009 r. roku tygodnik odnotował stratę przekraczającą 9,5 mln zł.

Skonsolidowana strata netto PMPG SA za rok 2010 wyniosła 3,25 mln zł. Zasadnicza różnica pomiędzy wysokością straty jednostkowej PMPG SA (20 mln 237 tys.) i skonsolidowaną wynika z faktu, że odpis związany z Grupą Kapitałową Media Works i BMS w sprawozdaniu skonsolidowanym został ujęty w roku 2009, natomiast w sprawozdaniu jednostkowym wszystkie istotne odpisy zostały dokonane w roku 2010.

Spółka wykorzystała również rok 2010 do weryfikacji planowanych projektów pod kątem ich rentowności i zdecydowała o zawieszeniu niektórych z nich. Dotyczy to m.in. projektu Machina TV, w sprawie którego Zarząd nadal prowadzi rozmowy z potencjalnymi inwestorami.

Pozycja WPROST na rynku mediów i jego rosnąca atrakcyjność dla reklamodawców spowodowały, że tygodnik stał się podstawą budowy nowej oferty Platformy Mediowej Point Group opartej na zasięgu dotarcia do atrakcyjnych grup docelowych i wykorzystującej efekt synergii pomiędzy mediami z portfolio PMPG SA. Nowa oferta oznaczała również nową strategię dla pozostałych aktywów. Jej wdrożenie rozpoczęło się w końcu 2010 r. i będzie kontynuowane w 2011 r.

O tym, że przyjęta i realizowana przez Zarząd strategia rozwoju Grupy oraz bieżące działania operacyjne zmierzają w dobrym kierunku świadczy fakt, że mimo wciąż trwającego spowolnienia na rynku mediów tradycyjnych, PMPG jako

wydawca prasy notuje wzrost przychodów gotówkowych przy jednoczesnym spadku transakcji barterowych. Przychody z transakcji gotówkowych w 2010 r. wyniosły 71,85 mln zł i były o 30 proc. wyższe niż w roku poprzednim.

Mam pełną świadomość, że czeka nas kolejny rok intensywnej pracy, rok w którym będziemy chcieli ugruntować swoją nową pozycję na rynku mediów. Weszliśmy w ten rok jednak bogatsi o WPROST – silną markę o solidnych podstawach, która może dawać impuls rozwojowy zarówno obecnym projektom realizowanym w ramach Platformy Mediowej Point Group, jak i nowym, takim jak choćby Point Group Business Unit, którego uruchomienie zapowiedzieliśmy na początku lutego.

Obecne silne fundamenty pozwalają, aby Platforma Mediowa Point Group mogła się rozwijać i umacniać swoją pozycję na polskim rynku medialnym. Dzisiaj budujemy wartość dla naszych akcjonariuszy, którym dziękujemy za dotychczasowe zaangażowanie i wsparcie.

Z poważaniem,

Michał M. Lisiecki

Prezes Zarządu PMPG SA