

Ponad 46 mln zł wyniosą w 2013 roku przychody gotówkowe AWR WPROST (bez uwzględniania transakcji barterowych). EBITDA wyniesie 6,25 mln zł. Platforma Mediowa Point Group (GPW: POINTGROUP, PGM), właściciel 80 proc. udziałów AWR WPROST, przedstawił w czwartek prognozy i plany rozwoju spółki na najbliższe 3 lata.

**W tys. PLN**

**2009**

**P2010**

**P2011**

**P2012**

**P201**

Przychody ze sprzedaży

35 111

35 596

41 180

43 358

46 143

Koszty operacyjne

40 022

29 862

38 334

39 439

39 894

w tym promocja i sprzedaż

6 268

15 104

15 330

15 079

EBITDA

-4 910

5 734

2 846

3 919

6 250

Zysk brutto

-9 622

5 540

2 043

3 081

5 574

Przychody ze sprzedaży (reklama oraz sprzedaż egzemplarzowa) AWR WPROST w roku 2011 mają wzrosnąć o 16 proc., do ponad 41 mln zł, a następnie będą systematycznie rosły o ok. 5-6 proc. rocznie. Prognoza skokowego wzrostu w 2011 r. wynika z szacunków opartych na danych za 2010 r. z uwzględnieniem słabej kondycji spółki w pierwszej połowie roku i przeprowadzonej w niej restrukturyzacji. Ostrożne prognozy zakładają 18-proc. wzrost przychodów z reklam we WPROST oraz 11-proc. wzrost ze sprzedaży egzemplarzowej. Prognozy nie uwzględniają danych z transakcji barterowych, które dodatkowo zwiększą przychód spółki o ok. 20-30 %.

W 2010 r. przychody AWR WPROST powinny wynieść 35,6 mln zł, a zysk brutto - przekroczyć 5,5 mln. Przy podobnym poziomie przychodów, w ubiegłym roku tygodnik odnotował stratę przekraczającą 9,5 mln. W wyniku restrukturyzacji, koszty bieżącej działalności AWR WPROST zostały obniżone o ponad 25 proc., co spowodowało, że spółka odzyskała rentowność. Jednocześnie w drugiej połowie roku tygodnik WPROST odnotował wzrost sprzedaży o blisko 60 proc. - do ponad 118 tys.

Rosnące przychody w kolejnych latach spowodują również wzrost kosztów operacyjnych, w tym kosztów promocji i sprzedaży. AWR WPROST planuje m.in. kampanie promujące tygodnik WPROST oraz zmiany, które się nim dokonują. „Na pierwszym miejscu stawiamy jednak jakość pisma i satysfakcję czytelnika. Dlatego nadal będziemy inwestować w zespół redakcyjny i w pozyskiwanie treści, które będą atrakcyjne dla czytelników - tak, aby co tydzień z zainteresowaniem sięgali po WPROST” - podkreśla Michał M. Lisiecki, prezes Platformy Mediowej Point Group i AWR WPROST.

W kolejnych latach coraz większą - choć nadal uzupełniającą - rolę w przychodach AWR WPROST ma odgrywać reklama internetowa - tu planowany wzrost ma wynosić 70 proc. rocznie, do ponad 3 mln w 2013 r. Jednocześnie wydawca będzie analizował możliwości rozbudowy brandu WPROST i rozciągnięcia go na kolejne pola eksploatacji (Internet, telewizja, eventy, projekt e-commerce), które mogą stanowić dodatkowe źródło przychodów i wpłynąć na wzrost konserwatywnie oszacowanych wyników. Już obecnie WPROST patronuje przywróconym po kilku latach Nagrodom Kisiela oraz przyznaje tytuł Człowieka Roku, organizując uroczyste gale, towarzyszące wręczeniu nagród. WPROST wydaje również dodatki tematyczne kierowane do bardzo precyzyjnie określonych, atrakcyjnych grup docelowych (m.in. „?dlaczego” - dodatek dla studentów i osób zainteresowanych szkolnictwem wyższym, „Puls gospodarki” - dodatek o zjawiskach i trendach gospodarczych, „WPROST O FINANSACH” - dodatek skierowany do osób zainteresowanych usługami finansowymi i inwestowaniem, od grudnia również „WPROST Machina” - przewodnik muzyczny), a które jednocześnie poszerzają zakres tematyczny pisma, wykorzystując efekt synergii w ramach grupy PMPG SA. **Platforma Mediowa Point Group**