

Warszawa, 20 marca 2014

Udany rok w Grupie Kino Polska TV S.A.



Wzrost zysku netto, przejęcie kontroli nad produkcją i dystrybucją kanałów filmowych marki FilmBox na wszystkich rynkach i uzyskanie koncesji na pierwszą polską stację filmową nadawaną drogą naziemną – to główne osiągnięcia Grupy Kapitałowej Kino Polska TV S.A. w ubiegłym roku. – Naszym strategicznym celem jest dalsze umacnianie pozycji grupy na międzynarodowym rynku i rozwój nowego projektu, jakim jest Stopklatka TV – mówi Bogusław Kisielewski, Członek Zarządu Kino Polska TV S.A.

W roku 2013 przychody grupy ogółem wzrosły do **110,3 mln zł**. Najwyższy udział w ich strukturze – **42%** stanowiła **działalność emisyjna**. Przyniosła ona grupie **46 mln zł**.

Zysk netto w roku 2013 sięgnął **18,3 mln zł**. Jest to wzrost o **36%** w stosunku do wcześniejszego roku. O **18%** zwiększyły się **przychody reklamowe** grupy, wynosząc **17,7 mln zł**. Poprawę wyników odnotowano także w segmencie **usług VOD**. W roku 2013 przychody grupy z tego źródła sięgnęły **3 mln zł**, co wobec danych sprzed roku stanowi wzrost o **11%**.

Ważnym krokiem w rozwoju firmy w roku 2013 było nabycie **100% udziałów w Filmbox International Ltd.**, spółce produkującej i dystrybuującej na świecie kanały filmowe z rodziny FilmBox. Umożliwi to dalszy rozwój grupy poza granicami Polski.

– Naszą strategią na przyszłość jest umacnianie pozycji na rynkach zagranicznych. Myślimy też o nowych terytoriach – zaznacza **Bogusław Kisielewski**. – Obiecującą perspektywą jest dla nas Afryka i Ameryka Południowa, a także wschód Europy. Charakteryzują się one mniejszym niż w Polsce nasyceniem rynku telewizyjnego, co kanałom płatnym stwarza duże możliwości rozwoju.

Istotnym dokonaniem grupy w ubiegłym roku było otrzymanie koncesji na nowy kanał filmowy, nadawany w ramach naziemnej telewizji cyfrowej. **Stopklatka TV** to wspólny projekt Kino Polska TV S.A., Stopklatka S.A. i Agora S.A. Od 15 marca stacja jest dostępna na pierwszym multipleksie, na platformach satelitarnych Cyfrowy Polsat i nc+ oraz dla większości abonentów sieci kablowych w Polsce.

– To połączenie jakości, zarezerwowanej wcześniej tylko dla odbiorców kanałów płatnych, z darmowym dostępem, oferowanym przez nas szerokiej widowni – podsumowuje Bogusław Kisielewski. – Przy 95-procentowym zasięgu technicznym MUX-1 i szerokiej dystrybucji Stopklatki w sieciach kablowych i na platformach satelitarnych jeszcze w tym roku spodziewamy się osiągnąć 1% udziału w oglądalności.

Więcej informacji:

Magda Kruk – Manager ds. controllingu i relacji inwestorskich

Grupa Kapitałowa Kino Polska TV S.A.

e-mail: mkruk@kinopolska.pl

www.kinopolska.pl