



Raport bieżący nr 14/2015

Warszawa, dnia 24 czerwca 2015 roku

W związku z publikacją prognozy wyników jednostkowych 4 fun Media S.A. na 2015 rok, podaną do wiadomości publicznej w dniu 20 marca 2015 roku (raport bieżący nr 6/2015) obejmującą :

- przychody ze sprzedaży,
- zysk z działalności operacyjnej,
- poziom EBITDA,
- zysk netto

oraz zmianą na stanowisku Prezesa Zarządu (z dniem 30 kwietnia br. Rada Nadzorcza powołała Rafała Barana – raport bieżący 8/2015),

Zarząd 4fun Media S.A. przedstawia informację dotyczącą modyfikacji planów rozwoju Spółki przewidzianych na 2015 rok. Wiązać się to będzie m.in. z poniesieniem dodatkowych kosztów oraz nakładów inwestycyjnych, których poziom będzie wyższy od zakładanego w budżecie stanowiącym podstawę dla przygotowania prognozy na 2015 rok.

Zarząd Spółki zdecydował, aby w ramach modyfikacji planów, zwiększyć wydatki na działania związane ze wzrostem rozpoznawalności marki 4FUN. W opinii Zarządu, pełniejsze niż do tej pory wykorzystanie potencjału najsilniejszej marki Grupy Kapitałowej 4fun Media S.A., w perspektywie najbliższych kwartałów będzie miało pozytywny wpływ na wzrost udziałów rynkowych (SHR) oraz wzrost średniej oglądalności minutowej (AMR) własnych kanałów telewizyjnych, a w przyszłości stworzy bazę dla skutecznej dywersyfikacji przychodów Spółki. Dywersyfikacja opierać się ma na pozyskiwaniu nowych partnerów biznesowych do współpracy z marką 4FUN, a w dłuższym okresie także na wejściu w nowe segmenty działalności z obszaru mediów cyfrowych, marketingu i komunikacji. Rebranding to także zmiana w funkcjonowaniu całej organizacji. Docelowo, marka 4FUN ma stać się medium nowego typu, integrującą ze sobą świat brandów, rozrywki i show biznesu, co pozwoli na kreowanie nowych źródeł przychodów produktów i usług.

Punktem wyjścia dla planowanych działań jest objęcie wszystkich stacji telewizyjnych należących do 4fun Media S.A. wspólnym brandem w oparciu o markę 4FUN. Nastąpi to z momentem rebrandingu kanałów w dniu 25 czerwca 2015 roku. W efekcie, każdy z kanałów zostaje rebrandowany, a dwa z nich zmieniają dotychczasowe nazwy z mjuzik.tv na 4FUN HITS oraz z TV DISCO na 4FUN FIT&DANCE. Celem rebrandingu jest stworzenie zintegrowanej komunikacji wizualnej (ekranowej i graficznej) kanałów telewizyjnych należących do Spółki. Kampania rebrandingowa będzie szeroko komunikowana w social mediach, Internecie, stacjach telewizyjnych, radiowych, w akcji patronackich, kampaniach z innymi markami oraz w działaniach wizerunkowych realizowanych podczas największych w kraju imprez masowych o charakterze muzyczno-rozrywkowym i lifestyle'owym.

Podjęte działania zmierzają w kierunku stworzenia pierwszej w Polsce społecznościowej telewizji muzycznej, wspartej nową odsłoną aplikacji 4FUN APP czyli drugim ekranem służącym do oglądania stacji 4FUN. Ważnym elementem podnoszącym skuteczność realizowanych działań ma być efektywniejsze wykorzystanie potencjału społeczności internetowej 4fun Media S.A., gromadzącej

dziś 1,4 miliona fanów. W oparciu o nią, budowane będzie większe zaangażowanie widzów w tworzenie programingu oraz konwersji ich aktywności na oglądalność stacji telewizyjnych.

Planowane działania wiążą się z koniecznością poniesienia przez Spółkę dodatkowych kosztów związanych z przygotowaniem i uruchomieniem rebrandingu trzech kanałów telewizyjnych, kosztów reorganizacji struktury organizacyjnej firmy, dodatkowych kosztów osobowych oraz dofinansowania działań związanych z nowym wizerunkiem kanałów, w tym nakładów na produkcję contentu telewizyjnego, zwłaszcza w kanale 4FUN FIT&DANCE. Zarząd Spółki szacuje, iż koszty i nakłady inwestycyjne z tego tytułu, poniesione w całym 2015 roku wyniosą łącznie 2,5 mln zł.

Koszty planowanych zmian były tylko częściowo uwzględnione w budżecie stanowiącym podstawę do przygotowania prognozy na 2015 rok. W związku z powyższym, Zarząd Spółki zwraca uwagę, iż wymienione czynniki mogą mieć znaczący wpływ na poziom realizacji prognozy w kolejnych kwartałach, co będzie na bieżąco monitorowane i w razie takiej konieczności podane do wiadomości publicznej.

Jednocześnie Zarząd Spółki informuje, iż zgodnie ze zmodyfikowanym budżetem, efektem planowanego rebrandingu stacji telewizyjnych ma być wzrost rozpoznawalności marki 4FUN, wzrost udziałów rynkowych w oglądalności (SHR) i związany z tym wzrost przychodów, które powinny zrekompensować zwiększone koszty.

Osoby uprawnione do reprezentowania Spółki:

Rafał Baran- Prezes Zarządu

Aneta Parafiniuk – Członek Zarządu

-