



Raport bieżący nr 26/2015

Warszawa, dnia 24 grudnia 2015 roku

Komentarz Zarządu 4fun Media S.A. dotyczący stanu realizacji prognozy na 2015 rok

Zarząd 4fun Media S.A. realizując zobowiązanie złożone inwestorom w zakresie bieżącego informowania o stanie wykonania jednostkowej prognozy rocznej na 2015 rok opublikowanej w marcu br. (raport bieżący 6/2015 z dnia 20 marca br.), podaje do wiadomości aktualne stanowisko na ten temat.

Jednostkowa prognoza finansowa, opublikowana w marcu br. obejmowała następujące wskaźniki oraz ich prognozowane wielkości:

- 1) przychody ze sprzedaży - 20 300 tysięcy złotych
- 2) zysk z działalności operacyjnej – 3 560 tysięcy złotych
- 3) EBITDA – 5 800 tysięcy złotych
- 4) zysk netto – 3 100 tysięcy złotych

Komentując aktualny stan jej wykonania, Zarząd 4fun Media S.A. podtrzymuje prognozę przychodów ze sprzedaży na wskazanym poziomie. Jednocześnie Zarząd informuje, iż pozostałe wskaźniki będą nieznacznie niższe niż zakładano, jednak odchylenie w stosunku do prognozy 2015 roku- w przypadku zysku z działalności operacyjnej oraz EBITDA nie powinno znacząco przekroczyć 15%. W przypadku wskaźnika zysku netto, różnica ta nie powinna być większa niż maksymalnie 10%.

Komentarz do spodziewanej korekty prognozy 2015 roku

Komentując przedstawioną korektę prognozy rocznej, Zarząd 4fun Media S.A. zwraca uwagę, iż rozpoczynając działania rebrandingowe w czerwcu br., poniósł dodatkowe koszty (opisane szczegółowo w raporcie 14/2015 z dnia 24 czerwca), których poziom był tylko częściowo uwzględniony w budżecie zatwierdzonym przez poprzedni Zarząd Spółki, stanowiącym podstawę do przygotowania prognozy na 2015 rok. Dlatego mimo pozytywnych efektów rebrandingu, widocznych już w wynikach III kwartału oraz wyraźnej poprawie oglądalności zwłaszcza 4FUN HITS i 4FUN FIT&DANCE (stan na dzień publikacji raportu), zwiększone koszty musiały wpłynąć na poziom realizacji prognozy finansowej, zwłaszcza na poziomie wskaźników EBIT, EBITDA oraz zysku netto.

Perspektywy rozwoju Grupy Kapitałowej 4fun Media S.A. na 2016 rok

Strategicznym kierunkiem rozwoju 4fun Media S.A. jest dywersyfikacja przychodów, opierających się o innowacje technologiczne. Dywersyfikacja polegać ma na równoległym budowaniu trzech *profit center* (ośrodków wypracowujących zyski), wywodzących się zarówno z rynku telewizyjnego jak i rynku reklamowego. Fundamentem tej koncepcji jest wykorzystanie ponad 10 lat doświadczeń 4fun Media S.A. z rynku telewizyjnego oraz innych formatów rozrywkowych do wejścia na rynek

reklamowy. Kompetencje 4fun Media S.A. dają potencjał dla skutecznego budowania komunikacji dla marek konsumenckich oraz budowania unikalnych ofert typu B2B.

Głównym *profit center* będzie w dalszym ciągu działalność telewizyjna oparta na Pierwszej Społecznościowej Telewizji Muzycznej oraz sprzedaży czasu reklamowego.

Wydarzeniem, które powinno wzmocnić pozycje kanałów nadawanych przez 4fun Media S.A. jest wejście (od 19 października 2015 roku) kanałów 4FUN HITS i 4FUN FIT&DANCE do oferty telewizyjnej platformy satelitarnej Cyfrowy Polsat S.A. Oznacza to natychmiastowy wzrost wielkość zasięgu technicznego obu stacji znacząco powyżej 50% ogólnopolskiego zasięgu telewizyjnego. Jako, że zasięg techniczny jest kluczową wartością przekładającą się bezpośrednio na oglądalność, a ta z kolei decyduje o poziomie przychodów, Zarząd szacuje, iż wejście kanałów do oferty Cyfrowego Polsatu S.A. zwiększy potencjał przychodowy obu stacji, co potwierdzają wyniki oglądalności w grudniu 2015 roku.

Drugi *profit center* budowany jest dzięki dokonanej z dniem 1 października 2015 roku akwizycji Screen Network S.A. oraz włączeniu tej spółki w struktury Grupy Kapitałowej 4fun Media S.A. Screen Network S.A. jest liderem rynku Digital Signage w Polsce, dynamicznie rozwijającej się gałęzi reklamy bezpośredniej, opartej o ekrany ulokowane w przestrzeni miejskiej i przystosowane do emitowania reklam cyfrowych (obraz ruchomy). Spółka obsługuje łącznie ok. 17 tysięcy nośników reklamowych o zróżnicowanej powierzchni reklamowej w ponad 650 lokalizacjach. W planach na kolejne lata, Spółka ma dalszy rozwój posiadanej sieci ekranów między innymi poprzez akwizycję nowych lokalizacji premium (w głównych 7 miastach Polski) oraz świadczenie usług brokerskich.

Trzeci *profit center* jest działalność oparta na konsultingu i komunikacji marketingowej, prowadzonej na rynku reklamowym w oparciu o agencję reklamową Bridge2Fun. Jest to pierwsza na rynku agencja hybrydowa, łącząca kompetencje z obszaru telewizji muzycznych, świata rozrywki i show biznesu oraz kompetencje osobowe swoich przedstawicieli. Prezesem agencji jest Rafał Baran, CEO 4fun Media S.A. posiadający wieloletnie doświadczenie na rynku reklamowym zdobyte m.in. jako autor wielu głośnych kampanii dla największych firm w Polsce. Pierwszym klientem agencji jest wiodący na polskim rynku dostawca usług telekomunikacyjnych T-Mobile. Agencja bierze udział równolegle w kilku kolejnych przetargach na największe budżety reklamowe w kraju.

Osoby uprawnione do reprezentowania Spółki:

Rafał Baran- Prezes Zarządu

Aneta Parafiniuk – Członek Zarządu