



**SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI
GRUPY KAPITAŁOWEJ 4FUN MEDIA S.A. ORAZ 4FUN MEDIA S.A.
ZA 2020 ROK**

Warszawa, 30 kwietnia 2021 roku

**INFORMACJA O PODSTAWIE SPORZĄDZENIA SPRAWOZDANIA ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI ZA 2020 ROK
DLA GRUPY KAPITAŁOWEJ 4FUN MEDIA S.A. I 4FUN MEDIA S.A.**

Na podstawie art. 55 ust. 2a zd. 2, art. 55 ust. 2b oraz art. 49b ust. 1 ustawy z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości oraz §70 ust. 1 pkt 4 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 29 marca 2018 r. w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim, sprawozdanie Zarządu z działalności Grupy Kapitałowej 4fun Media S.A. oraz Jednostki Dominującej („Emitent“, „Spółka“) tj. spółki 4fun Media S.A. zostało sporządzone w formie jednego dokumentu.

Jeżeli niniejsze sprawozdanie odwołuje się do pojęcia Grupy Kapitałowej 4fun Media S.A., pojęcie obejmuje również swoim zakresem Jednostkę Dominującą 4fun Media S.A.; w obszarach wyraźnie wskazanych, sprawozdanie odwołuje się bezpośrednio do Jednostki Dominującej 4fun Media S.A.

SPIS TREŚCI:

	Strona
LIST ZARZĄDU 4FUN MEDIA S.A. DO AKCJONARIUSZY.....	5
WYBRANE DANE FINANSOWE GRUPY KAPITAŁOWEJ 4FUN MEDIA.....	7
I. WPROWADZENIE.....	9
II. ZARZĄD I RADA NADZORCZA JEDNOSTKI DOMINUJĄCEJ.....	11
III. INFORMACJE PODSTAWOWE.....	11
3.1. Omówienie podstawowych wielkości ekonomiczno-finansowych	11
3.2. Opis czynników i zdarzeń, które miały wpływ na wyniki finansowe Grupy Kapitałowej.....	17
3.3. Wykaz wydarzeń o istotnym znaczeniu dla działalności 4fun Media S.A. po zakończeniu okresu sprawozdawczego.....	26
3.4. Opis istotnych czynników ryzyka i zagrożeń dla działalności Grupy Kapitałowej	27
3.5. Oświadczenie o stosowaniu ładu korporacyjnego przez 4fun Media S.A.....	29
3.6. Informacja o postępowaniach sądowych, arbitrażowych lub administracyjnych Grupy Kapitałowej.....	38
3.7. Informacja o posiadanych oddziałach i zakładach.....	39
IV. WYBRANE DANE WYJAŚNIAJĄCE.....	40
4.1. Informacja o podstawowych produktach, towarach lub usługach.....	40
4.2. Informacja o rynkach zbytu i źródłach zaopatrzenia.....	40
4.3. Perspektywy rozwoju i cele Grupy Kapitałowej na rok następny.....	40
4.4. Informacja o zawartych umowach znaczących dla działalności Grupy Kapitałowej.....	40
4.5. Informacja o powiązaniach organizacyjnych lub kapitałowych z innymi podmiotami, Określenie głównych inwestycji krajowych i zagranicznych oraz opis metod ich finansowania.....	40
4.6. Informacja o istotnych transakcjach zawartych przez Emitenta lub jednostkę od niego zależną z podmiotami powiązanymi na innych warunkach niż rynkowe.....	42
4.7. Informacja o zaciągniętych i wypowiedzianych umowach kredytu i pożyczek.....	42
4.8. Informacja o umowach kredytu lub pożyczek z podmiotami powiązanymi	43
4.9. Informacja o udzielonych i otrzymanych poręczeniach i gwarancjach	43
4.10. Opis wykorzystania wpływów z emisji papierów wartościowych w okresie objętym raportem.....	44

4.11.	Objaśnienie różnic pomiędzy wynikami finansowymi wykazanymi w raporcie rocznym a wcześniej publikowanymi prognozami wyników.....	44
4.12.	Ocena dotyczącą zarządzania zasobami finansowymi.....	44
4.13.	Ocena możliwości realizacji zamierzeń inwestycyjnych.....	44
4.14.	Ocena czynników i nietypowych zdarzeń mających wpływ na wynik finansowy.....	44
4.15.	Charakterystyka czynników istotnych dla rozwoju Grupy Kapitałowej na rok 2019	45
4.16.	Zmiany w zasadach zarządzania przedsiębiorstwem.....	45
4.17.	Charakterystyka polityki w zakresie kierunków rozwoju Grupy Kapitałowej Emitenta.....	45
4.18.	Opis istotnych pozycji pozabilansowych w ujęciu podmiotowy, przedmiotowym i wartościowym.....	45
4.19.	Opis struktury głównych lokat kapitałowych lub głównych inwestycji kapitałowych dokonanych w ramach Grupy Kapitałowej w roku obrotowym.....	45
4.20.	Charakterystyka struktury aktywów i pasywów skonsolidowanego bilansu w tym z punktu widzenia Grupy Kapitałowej	46
V.	INFORMACJE DOTYCZĄCE OSÓB ZARZĄDZAJĄCYCH ORAZ NADZORUJĄCYCH.....	47
5.1.	Informacja o umowach między Emitentem a osobami zarządzającymi, przewidującymi rekompensatę w przypadku rezygnacji lub zwolnienia z zajmowanego stanowiska	47
5.2.	Informacja o wynagrodzeniu osób zarządzających i nadzorujących	47
5.3.	Informacja o posiadaniu akcji i udziałów Emitenta przez osoby zarządzające i nadzorujące	48
5.4.	Informacja o umowach, mogących mieć w przyszłości wpływ na proporcje posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy i obligatariuszy.....	49
5.5.	Informacja o systemie kontroli programów akcji pracowniczych.....	49
5.6.	Informacja o wszelkich zobowiązaniach wynikających z emerytur i świadczeń o podobnym charakterze dla byłych osób zarządzających lub nadzorujących.....	49
VI.	POZOSTAŁE INFORMACJE DODATKOWE.....	50
6.1.	Informacje o podmiocie badającym skonsolidowane sprawozdanie finansowe.....	50

DO AKCJONARIUSZY GRUPY KAPITAŁOWEJ 4FUN MEDIA S.A.

Szanowni Państwo,

Za nami bardzo trudny rok, w którym głównym wyzwaniem dla Zarządu 4fun Media S.A. było utrzymanie płynności finansowej oraz zapewnienie dalszego rozwoju Spółki w warunkach ciągłej niepewności gospodarczej wywołanej pandemią Covid-19. Rynek reklamowy, stanowiący główne źródło przychodów Emitenta, w 2020 roku stracił na wartości 8,6%. Wydatki na reklamę telewizyjną spadły o ponad 10%, a wpływy z outdooru były niższe o blisko 40%. Szczególnie w przypadku operatorów reklamy zewnętrznej, drugi kwartał okazał się być największym kryzysem w dotychczasowej historii. W ciągu kilku tygodni z rynku zniknęło 2/3 budżetów marketingowych ponieważ większość sektorów gospodarki odwołała lub drastycznie ograniczyła zaplanowane kampanie reklamowe, w tym tak kluczowe dla rynku branże jak finanse, odzież, turystyka, motoryzacja czy rozrywka.



W zaistniałej sytuacji Zarząd 4fun Media S.A. podjął natychmiastowe działania mające na celu ograniczenie negatywnych skutków finansowych wywołanych pandemią. W pierwszej kolejności przesunął zaplanowane na 2020 rok wydatki inwestycyjne, dokonał redukcji kosztów i przygotował scenariusze oszczędnościowe w kilku wariantach, w zależności od dalszego rozwoju sytuacji. Jednocześnie skorygował założenia dotyczące przyszłych przepływów pieniężnych, będących podstawą do sporządzenia testów na utratę wartości udziałów w spółkach zależnych i ewentualnych odpisów księgowych. Działania te miały charakter doraźny, przynosząc natychmiastowe efekty, które pozwoliły utrzymać bieżącą zdolność operacyjną Emitenta we wszystkich segmentach działalności.

Jednocześnie, Zarząd 4fun Media S.A., kierując się najlepszym interesem Akcjonariuszy i działając w celu ochrony najbardziej wartościowych aktywów Spółki oraz zapewnienia jej długoterminowych perspektyw rozwoju na nieprzewidywalnym – zwłaszcza w okresie przedłużającej się pandemii - rynku reklamowym, podjął decyzję o dokonaniu restrukturyzacji Grupy Kapitałowej. Jej celem było uporządkowanie portfela spółek zależnych, w taki sposób, który wzmocni pozycję najbardziej perspektywicznych zasobów, a z drugiej strony umożliwi sprzedaż aktywów wymagających dalszych inwestycji i nie gwarantujących w tych warunkach osiągnięcia progu rentowności. W pierwszej kolejności Zarząd Emitenta zdecydował o wygaszeniu działalności operacyjnej w segmencie e-commerce. Decyzja ta podyktowana była przede wszystkim brakiem środków na rozwijanie segmentu wymagającego ciągłego dofinansowania. Jego dalsze utrzymywanie, nawet mimo dynamicznego wzrostu przychodów, oznaczałoby dla Zarządu 4fun Media S.A. konieczność pokrywania strat ze środków gotówkowych generowanych przez perspektywiczne spółki portfelowe Emitenta. Drugim obszarem wymagającym restrukturyzacji był segment telewizyjny, który mimo poprawy wyników oglądalności, w kolejnych kwartałach 2020 roku notował spadki przychodów, spowodowane spadkiem jednostkowej wartości GRP (Gross Rating Point) stanowiącego główny miernik wartości kampanii reklamowych. W 2020 roku, systematycznie tracił także segment agencji reklamowych, który zarówno na skutek ograniczeń administracyjnych spowodowanych COVID-19 jak i po wcześniejszej utracie głównych klientów, zanotował spadek sprzedaży na poziomie 80%.

Biorąc pod uwagę powyższy stan faktyczny, Zarząd 4fun Media S.A. podjął decyzję o przystąpieniu do przeglądu opcji strategicznych w zakresie zbycia aktywów i wygaszenia wybranych segmentów działalności. W wyniku głębokiej analizy realnych i dostępnych w trakcie pandemii możliwości, które nie wymagałyby wielomiesięcznych

przygotowań i organizowania procesów M&A, Zarząd Emitenta zdecydował o sprzedaży całości posiadanych udziałów w spółce zależnej CupSell Sp. z o.o. prowadzącej działalność w segmentach e-commerce, w spółce zależnej 4fun Sp. z o.o. prowadzącej działalność telewizyjną, a wcześniej większościowych udziałów w spółkach prowadzących działalność agencji reklamowych. Wszystkie transakcje zostały zrealizowane na warunkach rynkowych co potwierdzone zostało przez niezależnych biegłych rewidentów. Pozyskane w ten sposób środki finansowe zostały przeznaczone na zapewnienie płynności finansowej Emitenta oraz rozwój najbardziej wartościowego i perspektywicznego segmentu działalności, prowadzonej w obszarze cyfrowej reklamy zewnętrznej. Słuszność tej strategii potwierdziły już ubiegłoroczne wyniki osiągnięte przez Screen Network S.A. i jej spółki zależne, które na tle znaczących spadków w swojej branży, zanotowały nieznaczny spadek przychodów i wypracowały zysk operacyjny.

W imieniu Zarządu 4fun Media S.A., zapraszam Państwa do zapoznania się z treścią sprawozdań finansowych Grupy Kapitałowej 4fun Media S.A. oraz Jednostki Dominującej, a także sprawozdania Zarządu z działalności Emitenta za 2020 rok. Znajdują się w nim szczegółowe dane na temat sytuacji finansowej, czynników i zdarzeń mających wpływ na działalność Spółki w roku ubiegłym oraz szerszą informację dotyczącą potencjalnych ryzyk i zagrożeń mogących mieć znaczenie dla perspektyw rozwoju Emitenta w 2021 roku oraz w kolejnych latach obrotowych.

Wierzę, że wysiłek jaki wspólnie włożyliśmy w utrzymanie pozycji rynkowej 4fun Media S.A. w 2020 roku, szczególnie biorąc pod uwagę trudną sytuację branży reklamowej oraz nieprzewidywalność otoczenia gospodarczego w jakim przyszło nam funkcjonować, pozwoli w dłuższej perspektywie na wzrost kapitalizacji Spółki, odpowiadającej jej faktycznemu potencjałowi i rzeczywistej pozycji rynkowej. Jestem przekonana, że dzięki dokonanej w ubiegłym roku reorganizacji, zmianom strukturalnym i oszczędnościom kosztowym, jesteśmy dziś dobrze przygotowani, aby sprostać wyzwaniom najbliższych kwartałów i kolejnych lat obrotowych.

Dziękuję wszystkim, którzy przyczynili się do osiągnięć spółki 4fun Media S.A. w 2020 roku.

Z poważaniem,

Aneta Parafiniuk
Członek Zarządu 4fun Media S.A.

WYBRANE DANE FINANSOWE GRUPY KAPITAŁOWEJ 4FUN MEDIA S.A.

	PLN	PLN	EUR	EUR
	01.01.2020	01.01.2019	01.01.2020	01.01.2019
	31.12.2020	31.12.2019	31.12.2020	31.12.2019
Skonsolidowany rachunek zysków lub strat oraz innych całkowitych dochodów				
Przychody netto ze sprzedaży	50 697 687,33	58 839 674,92	11 331 117,82	13 677 919,69
Zysk (strata) z działalności operacyjnej (bez odpisów wartości firmy)	1 285 402,78	-2 521 200,75	287 292,20	-586 080,42
Zysk (strata) przed opodatkowaniem	-2 132 879,33	-15 964 665,34	-476 706,30	-3 711 159,36
Zysk (strata) netto	-4 297 866,44	-15 282 378,81	-960 588,81	-3 552 554,47
Zysk (strata) przypadający na Akcjonariuszy podmiotu dominującego	-3 766 068,22	-13 108 914,34	-841 729,97	-3 047 309,11
Średnioważona liczba akcji	4 165 685	4 154 254	4 165 685	4 154 254
Zysk (Strata) na jedną akcję przypadająca Akcjonariuszom 4fun Media S.A. (w zł/EUR)	-0,90	-3,16	-0,20	-0,73

	PLN	PLN	EUR	EUR
	01.01.2020	01.01.2019	01.01.2020	01.01.2019
	31.12.2020	31.12.2019	31.12.2020	31.12.2019
Skonsolidowany rachunek przepływów pieniężnych				
Przepływy pieniężne z działalności operacyjnej	3 940 769,03	7 958 507,28	880 776,23	1 850 041,21
Przepływy pieniężne z działalności inwestycyjnej	2 291 834,46	-10 470 845,33	512 233,35	-2 434 061,40
Przepływy pieniężne z działalności finansowej	-8 006 453,30	-2 571 270,86	-1 789 471,48	-597 719,76
Przepływy pieniężne netto razem	-1 773 849,81	-5 083 608,91	-396 461,89	-1 181 739,95

	PLN	PLN	EUR	EUR
	31.12.2020	31.12.2019	31.12.2020	31.12.2019

Skonsolidowane sprawozdanie z sytuacji finansowej

Aktywa trwałe	47 357 421,63	58 634 758,26	10 262 074,55	13 768 875,96
Aktywa obrotowe	15 920 056,31	15 210 105,05	3 449 782,51	3 571 704,84
Aktywa razem	63 277 477,94	73 844 863,31	13 711 857,06	17 340 580,79
Zobowiązania razem	39 123 211,53	47 053 958,83	8 477 769,68	11 049 420,88
Zobowiązania długoterminowe	19 272 753,17	19 673 586,81	4 176 292,18	4 619 839,57
Zobowiązania krótkoterminowe	19 850 458,36	27 380 372,02	4 301 477,50	6 429 581,31
Kapitały własne	24 154 266,41	26 790 904,48	5 234 087,37	6 291 159,91
Kapitał akcyjny	4 238 962,00	4 238 962,00	918 558,12	995 412,00

Kursy przyjęte do wyceny bilansowej

Kurs obowiązujący na ostatni dzień:		31.12.2020	31.12.2019
1 EURO / 1 PLN		4,6148	4,2585

Kursy przyjęte do wyceny rachunku zysków i strat i rachunku przepływów pieniężnych

Kurs średni, liczony jako średnia arytmetyczna kursów obowiązujących na ostatni dzień każdego miesiąca w okresie:	01.01.2020 31.12 2020	01.01.2019 31.12 2019
1 EURO / 1 PLN	4,4742	4,3018

Dane przedstawione w zestawieniach „Wybrane dane finansowe” ze sprawozdania z całkowitych dochodów, sprawozdania z sytuacji finansowej oraz sprawozdania z przepływów pieniężnych zostały przeliczone ze złotych na EUR według następujących zasad:

- poszczególne pozycje aktywów i pasywów sprawozdania z sytuacji finansowej na dzień 31 grudnia 2020 roku zostały przeliczone według kursu średniego obowiązującego na dzień 31 grudnia 2020 roku ogłoszonego przez Narodowy Bank Polski dla EUR, czyli 1 EUR = 4,6148 zł oraz według kursu 4,2585 zł za 1 EUR obowiązującego na dzień 31 grudnia 2019 roku,
- poszczególne pozycje sprawozdania z całkowitych dochodów oraz sprawozdania z przepływów pieniężnych za okres od 1 stycznia 2020 roku do 31 grudnia 2020 roku zostały przeliczone według kursu stanowiącego średnią arytmetyczną średnich kursów ogłoszonych przez Narodowy Bank Polski dla EUR obowiązujących na ostatni dzień każdego miesiąca 2020 roku i wynoszącego 4,4742 zł za 1 EUR oraz według kursu 4,3018 zł za 1 EUR dla analogicznego okresu 2019 roku.

I. WPROWADZENIE

4fun Media S.A. („Spółka” „Emitent”) działa na rynkach branży mediów, technologii cyfrowych i reklamy. Jako Jednostka Dominująca prowadziła w 2020 roku – w ramach Grupy Kapitałowej - działalność operacyjną w ramach czterech segmentów biznesowych:

- Digital Out-of-Home, prowadzący działalność na rynku cyfrowej reklamy przy wykorzystaniu technologii w obszarze *digital signage*, co umożliwiła kreowanie kampanii reklamowych w czasie rzeczywistym w ramach jednego, zintegrowanego systemu informatycznego. Spółka dysponuje obecnie największą, ustandaryzowaną siecią wielkoformatowych ekranów LED City na polskim rynku.
- TV&Digital Content tworzony przez stacje muzyczno-rozrywkowe (4FUNTV, 4FUN DANCE oraz 4FUN KIDS) oraz popkulturowo-technologiczny portal internetowy naEkranie.pl. Dzięki synergii zasobów w obszarze mediów elektronicznych, Spółka prowadzi działalność w obszarach komunikacji z widzami i użytkownikami social mediów, produkcji kontentu video oraz sprzedaży innowacyjnych form reklamowych. Sprzedaż w listopadzie 2020 roku udziałów 4fun Sp. z o. o. oznacza zakończenie działalności Emitenta w segmencie telewizyjnym.
- E-Commerce, prowadzący działalność w ramach dwóch internetowych platform sprzedażowych oraz kilku serwisów, współpracujących z tzw. influencerami i designerami, które specjalizują się w produkcji i sprzedaży spersonalizowanych produktów (głównie odzieżowych) dedykowanych dla klientów należących do grup docelowych, związanej z działalnością Spółki. Sprzedaż w listopadzie 2020 roku udziałów spółki zależnej CupSell Sp. z o.o. było pierwszym krokiem do wygaszenia działalności Emitenta w segmencie e-commerce.
- B2B Marketing Services, specjalizujący się w dostarczaniu usług marketingowych wykorzystujących w swoich produkcjach doświadczenie w świecie mediów oraz potencjał jaki w przekazie reklamowym oferuje rozrywka i popkultura. Dodatkowe źródło przychodów tego segmentu stanowią usługi consultingowe dedykowane nadawcom kanałów tematycznych (głównie zagranicznych). W czerwcu 2020 roku, Zarząd Emitenta dokonał sprzedaży większościowych udziałów w spółkach prowadzących działalność reklamową.

Na dzień 31 grudnia 2020 roku, Grupę Kapitałową 4fun Media S.A. tworzyły następujące podmioty:

- 1) 4fun Media S.A. jako jednostka dominująca sprawująca nadzór właścicielski i pozostająca centrum finansowo-sprawozdawczym oraz technologicznym dla całej organizacji tworzonej przez spółki zależne, samodzielne pod względem prawnym i operacyjnym;
- 2) Screen Network S.A., prowadząca działalność w następującym obszarze:
 - realizacja kampanii reklamowych na nośnikach cyfrowych ulokowanych w przestrzeni zewnętrznej (wielkoformatowe ekrany LED) oraz wewnętrznej (mniejsze ekrany in-door);
- 3) Program Sp. z o. o., prowadząca działalność w następujących obszarach:
 - dystrybucja i wsparcie sprzedaży na rzecz nadawców kanałów telewizyjnych,
 - działania marketingowe i usługi konsultingowe;
- 4) Bridge2fun Sp. z o. o. (na 31.12.2020 r. jako jednostka stowarzyszona) dedykowana do prowadzenia działalności agencji reklamowej łączącej świat biznesu ze światem rozrywki, rynkiem muzycznym oraz mediami społecznościowymi;

- 5) 4fun Communication Sp. z o. o., wcześniej Bridge2fun Communication Sp. z o. o., (na 31.12.2020 r. jako jednostka stowarzyszona) dedykowana do prowadzenia działalności agencji reklamowej;
- 6) Mustache Sp. z o. o. - spółka prowadząca platformę sprzedażową mustache.pl (obecnie działalność zamrożona);
- 7) naEKRANIE.pl Sp. z o. o. – spółka prowadząca serwis internetowy naekranie.pl;
- 8) NAIMPREZE.PL Sp. z o. o. – spółka prowadząca sprzedaż towarów przez Internet (obecnie działalność zamrożona);
- 9) Dooh.Net Sp. z o. o. - spółka prowadząca działalność wspomagającą dla spółek w segmencie DOOH;
- 10) Screen Network Sp. z o. o. - spółka dedykowana do prowadzenia działalności polegającej na pośredniczeniu w sprzedaży czasu i miejsca na cele reklamowe;
- 11) 4FUN BEAST Sp. z o. o. – spółka na dzień 31 grudnia 2020 roku nie prowadziła działalności.

Dane historyczne dotyczące 4fun Media S.A. (Jednostka Dominująca Grupy Kapitałowej)

Dnia 2 września 2003 roku została zawiązana Spółka 4fun.tv Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (Aktem Notarialnym sporządzonym przez Pawła Chałupczaka, notariusza w Warszawie - repertorium A nr 13123/03) i wpisana w dniu 7 listopada 2003 roku do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XX Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, za numerem 0000177490 (sygn. akt: WA.XX NS-Rej.KRS/19158/3/569).

W dniu 17 maja 2005 roku Nadzwyczajne Zgromadzenie Wspólników spółki 4fun.tv Sp. z o.o., działając stosownie do art. 562, art. 563 i art. 577 § 1 KSH, podjęło uchwałę o przekształceniu spółki 4fun.tv Sp. z o.o. w spółkę akcyjną pod firmą 4fun.tv Spółka Akcyjna (akt notarialny sporządzony przez Annę Malinowską, notariusza w Warszawie, repertorium A nr 2163/2005). Przekształcenie spółki 4fun.tv Sp. z o.o. w 4fun.tv S.A. zostało zarejestrowane przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XX Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego w dniu 2 czerwca 2005 roku (sygn. akt WA.XX NS-REJ. KRS/11685/05/272).

Uchwałę z dnia 24 października 2006 roku zarejestrowaną przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego w dniu 14 listopada 2006 roku (sygn. akt WA.XIII NS-REJ. KRS/035165/06/426), Walne Zgromadzenia dokonało zmiany firmy z 4fun.tv Spółka Akcyjna na 4fun Media Spółka Akcyjna.

Spółka została utworzona na czas nieograniczony.

Podstawowe dane

Siedziba: Warszawa
Forma prawna: Spółka akcyjna
Kraj siedziby: Polska
Adres siedziby: ul. Stawki 2 A, 00-193 Warszawa
NIP: 951-20-85-470
Regon: 015547050

II. ZARZĄD I RADA NADZORCZA JEDNOSTKI DOMINUJĄCEJ

Zarząd Spółki 4fun Media S.A.

W okresie od dnia 1 stycznia do dnia 31 grudnia 2020 roku, Zarząd działał w następującym składzie:

1. Aneta Parafiniuk- Członek Zarządu,
2. Tomasz Misiak – Członek Zarządu.

W roku 2020 nie było zmian w składzie Zarządu 4fun Media S.A.

Rada Nadzorcza 4fun Media S.A.

W okresie od dnia 1 stycznia do dnia 31 grudnia 2020 roku, Rada Nadzorcza działała w następującym składzie:

Dariusz Stokowski	-	Przewodniczący Rady Nadzorczej
Grzegorz Grygiel	-	Członek Rady Nadzorczej
Wojciech Bieńkowski	-	Członek Rady Nadzorczej
Cezary Kubacki	-	Członek Rady Nadzorczej
Wojciech Kliniewski	-	Członek Rady Nadzorczej

W roku 2020 nie było zmian w składzie Rady Nadzorczej 4fun Media S.A.

III. INFORMACJE PODSTAWOWE

3.1. Omówienie podstawowych wielkości ekonomiczno-finansowych, ujawnionych w skonsolidowanym i jednostkowym sprawozdaniu finansowym za 2020 rok w porównaniu z rokiem poprzednim

Przychody ze sprzedaży, rentowność i wynik finansowy netto

(w tys. złotych)	01.01.2020 31.12 2020	01.01.2019 31.12 2019	01.01.2018 31.12 2018	Zmiana 2020/2019 %	Zmiana 2019/2018 %
Przychody ze sprzedaży	50 698	58 840	60 934	-14%	-3%
Zysk z działalności operacyjnej (przed odpisem wartości firmy)	1 285	-2 521	9 293	-151%	-127%
EBITDA (przed odpisem wartości firmy)	8 593	3 014	12 199	185%	-75%
Zysk netto	-4 298	-15 282	7 916	72%	-293%

Główne źródła przychodów Grupy Kapitałowej 4fun Media S.A.

(w tys. złotych)	01.01.2020 31.12 2020	01.01.2019 31.12 2019	01.01.2018 31.12 2018	Zmiana 2020/2019 %	Zmiana 2019/2018 %
Reklama	11 992	14 259	20 931	-16%	-32%
Usługi Interaktywne	9	42	53	-78%	-21%
Usługi Dystrybucyjne	1 216	1 185	1 238	3%	-4%
Działalność agencji reklamowych	918	6 726	10 535	-86%	-36%
Reklama zewnętrzna	21 461	23 341	21 710	-8%	8%
Sprzedaż towaru za pośrednictwem Internetu	11 110	6 780	2 288	64%	196%
Działalność portali internetowych	2 052	2 096	833	-2%	152%
Działalność produkcyjna	375	1 569	492	-76%	219%
Pozostałe	1 565	2 842	2 854	-45%	0%
Przychody netto ze sprzedaży	50 698	58 840	60 934	-14%	-3%

W 2020 roku Emitent osiągnął następujące wyniki z działalności kontynuowanej:

(w tys. złotych)	01.01.2020 31.12 2020	01.01.2019 31.12 2019	Zmiana 2020/2019 %
Przychody ze sprzedaży	26 264	34 240	-30%
Zysk z działalności operacyjnej (przed odpisem wartości firmy)	2 392	4 197	-75%
Zysk netto	-2 277	-15 765	-592%

Największym źródłem przychodów z działalności kontynuowanej w 2020 roku była sprzedaż w segmencie reklam zewnętrznym z obszaru *Digital Signage*, prowadzona przez spółkę zależną Screen Network S.A. Jej udział w łącznej sprzedaży Emitenta wyniósł 82%. Screen Network S.A. zarządza siecią ekranów realizujących kampanie typu Digital Out of Home w ramach jednego, zintegrowanego systemu informatycznego. Dysponuje największą w kraju siecią cyfrowych nośników reklamowych (łącznie 20 458 ekranów umiejscowionych w 384 lokalizacjach), w tym największą w Polsce siecią wielkoformatowych ekranów LED oraz jedynymi na polskim rynku nośnikami klasy Super Screen. Pozycję rynkową Screen Network S.A. stabilizuje dodatkowo umowa z Polsat Media Biuro Reklamy Sp. z o.o. S.K., na podstawie której domy mediowe korzystają z oferty reklamowej pod nazwą Polsat Media AdScreen. 8% przychodów z działalności kontynuowanej Emitenta pochodziło z działalności portali internetowych i zostało wygenerowane przez portal naEkranie.pl, serwis popkulturowo-technologiczny w Internecie, zajmujący się tematyką szeroko pojętej kultury popularnej: filmów, seriali, muzyki filmowej, gier wideo i książek, dedykowanej przede wszystkim młodzieży. Kolejne 8% stanowiły łącznie dwie działalności o podobnym wolumenie, tzw. dystrybucja telewizyjna kanałów zagranicznych na polski rynek, prowadzona od kilkunastu lat przez spółkę zależną Program Sp. z o.o. oraz działalność agencji reklamowych. Przychody z tego tytułu były konsolidowane metodą praw własności tj. wykazane proporcjonalnie do ilości udziałów posiadanych przez Emitenta w spółkach prowadzących sprzedaż w tym segmencie. Działalność kontynuowana pozwoliła wypracować zysk operacyjny w wysokości 2 392 tysiące złotych, osiągnięty głównie w segmencie sprzedaży reklamy zewnętrznej i to mimo spadku całego sektora o 30%. Warto podkreślić, iż zysk operacyjny wypracowany został także na działalności portalu internetowego oraz z dystrybucji telewizyjnej. Dodać należy, iż wykazaną stratę netto z działalności kontynuowanej w wysokości 2 277 tysięcy złotych, obciążają odpisy księgowe na łączną kwotę blisko 2 600 tysięcy złotych. Wynikają one z odpisów utraty wartości firm (spowodowanych głównie na skutek COVID-19) oraz pożyczek udzielonych spółkom powiązanym w ramach działalności zaniechanej.

Przyczyny spadku przychodów Emitenta

W ciągu dwunastu miesięcy 2020 roku Emitent wykazał spadek przychodów z działalności kontynuowanej w wysokości 30%. Najistotniejszym powodem spadku sprzedaży była zapaść rynku reklamowego w Polsce, związana ze skutkami pandemii COVID-19 w postaci restrykcji administracyjnych wprowadzonych pod koniec I kwartału, które mimo stopniowego odmrażania gospodarki i luzowania kolejnych restrykcji, miały znaczący wpływ na wyniki pozostałych kwartałów roku. COVID-19 wstrzymał zaplanowane kampanie reklamowe oraz działania oparte na budżetach marketingowych przeznaczonych na kampanie promocyjne towarów i usług. W efekcie, wartość całego rynku reklamowego zanotowała w 2020 roku spadek o 8,6%, w tym udział wydatków na reklamę telewizyjną był niższy o 10,1%, a rynku reklamy zewnętrznej o blisko 40%. W przypadku Emitenta najdotkliwiej spadek przychodów odczuła działalność agencji reklamowych. W przypadku reklamy zewnętrznej przychody były niższe o 8%, co biorąc pod uwagę spadek całego rynku reklamy zewnętrznej, w tym segmentu DOOH o 30%, można uznać za wynik satysfakcjonujący.

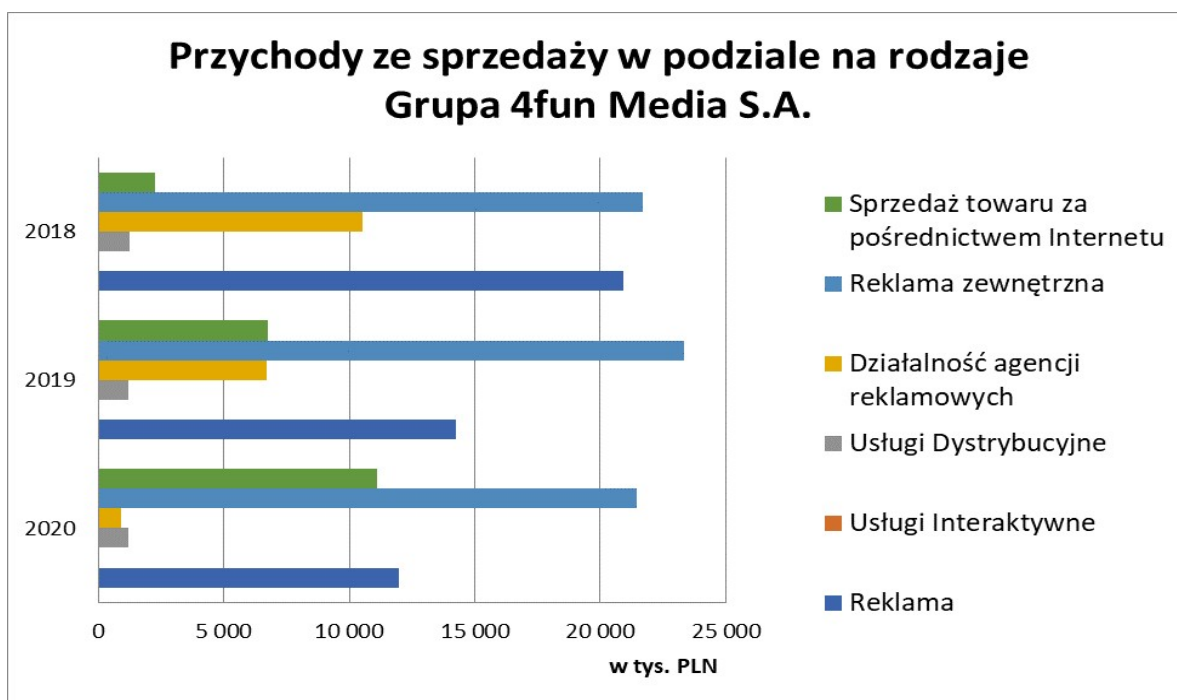
Analiza opcji strategicznych i decyzja o zaniechaniu działalności w segmentach e-commerce i telewizyjnym

Zarząd Emitenta mając na uwadze konieczność zapewnienia dalszego rozwoju Spółki oraz utrzymania płynności finansowej w warunkach niepewności gospodarczej wywołanej pandemią Covid-19 i jej wpływem na perspektywy rynku reklamowego w Polsce, we wrześniu 2020 roku podjął decyzję o przystąpieniu do przeglądu opcji strategicznych w tym zakresie. W wyniku głębokich analiz finansowych oraz możliwych scenariuszy zakładających wydłużenie ograniczeń administracyjnych w związku z pandemią, Zarząd Emitenta postanowił w pierwszej kolejności o konieczności pilnego wygaszenia działalności operacyjnej w segmencie e-commerce. Decyzja ta podyktowana była brakiem środków na dalsze utrzymywanie segmentu, który do tej pory przynosił straty i wymagał ciągłego dofinansowania. W związku z tym Zarząd Emitenta zdecydował się na sprzedaż udziałów w spółce CupSell Sp. z o. o. jako posiadającej najmniejszy potencjał wzrostu, a także zamrożeniu działalności pozostałych spółek z tego segmentu: Mustache Sp. z o. o. i Nalmpreze.pl Sp. z o. o. Jednocześnie Zarząd Emitenta zdecydował o zakończeniu działalności w segmencie telewizyjnym, który ma przed sobą ograniczone perspektywy wzrostu w związku z wartościowym spadkiem rynku reklamy oraz wysokim nasyceniem konkurencyjnych stacji tematycznych.

W efekcie rozważenia wszystkich możliwych scenariuszy, Zarząd Emitenta dokonał najkorzystniejszego wyboru przystępując do negocjacji w sprawie sprzedaży udziałów spółek zależnych z Epicom Limited, będącego większościowym akcjonariuszem Emitenta. W efekcie negocjacji doszło do ustalenia warunków sprzedaży udziałów spółek zależnych Emitenta, tj. Cupsell Sp. z o. o. oraz 4fun Sp. z o. o. Cena sprzedaży udziałów została ustalona na warunkach rynkowych, co potwierdziły wyceny wartości dokonane przez niezależnego biegłego rewidenta. Umowy sprzedaży zostały zawarte na w dniu 10 listopada 2020 roku.

Trzecim segmentem objętym przez Zarząd Emitenta restrukturyzacją był segment sprzedaży agencji reklamowych, który zanotował największy spadek przychodów. Po utracie dwóch największych klientów w 2019 roku, bieżący rok nie był w stanie odbudować pozycji rynkowej agencji ponieważ w związku z wystąpieniem pandemii koronawirusa, drastycznym ograniczeniom uległy budżety marketingowe, a przetargi na kampanie reklamowe zostały zawieszane. W tej sytuacji Zarząd Emitenta podjął działania mające na celu ograniczenie strat oraz zminimalizowanie utraty wartości posiadanych aktywów, które były kontynuacją oszczędności poczynionych w 2019 roku. Wobec braku perspektyw rynkowych na szybką poprawę sytuacji doszło do sprzedaży znacznych pakietów udziałów obu agencji reklamowych. W lutym 2020 roku doszło także do sprzedaży, większościowego pakietu udziałów i wyjścia z inwestycji ze spółki Print Logistic Sp. z o. o., co z kolei wpłynęło na rezygnację z generowania przychodów z działalności produkcyjnej.

W efekcie wyżej opisanych transakcji, Zarząd Emitenta pozyskał zarówno dodatkowe środki finansowe jak i uzyskał znaczące oszczędności kosztowe. Pozwoliły one zabezpieczyć sytuację płynnościową Emitenta na najbliższe kwartały oraz skupić się na rozwoju bardziej perspektywicznych segmentów działalności.



Stan realizacji prognozy na 2020 rok

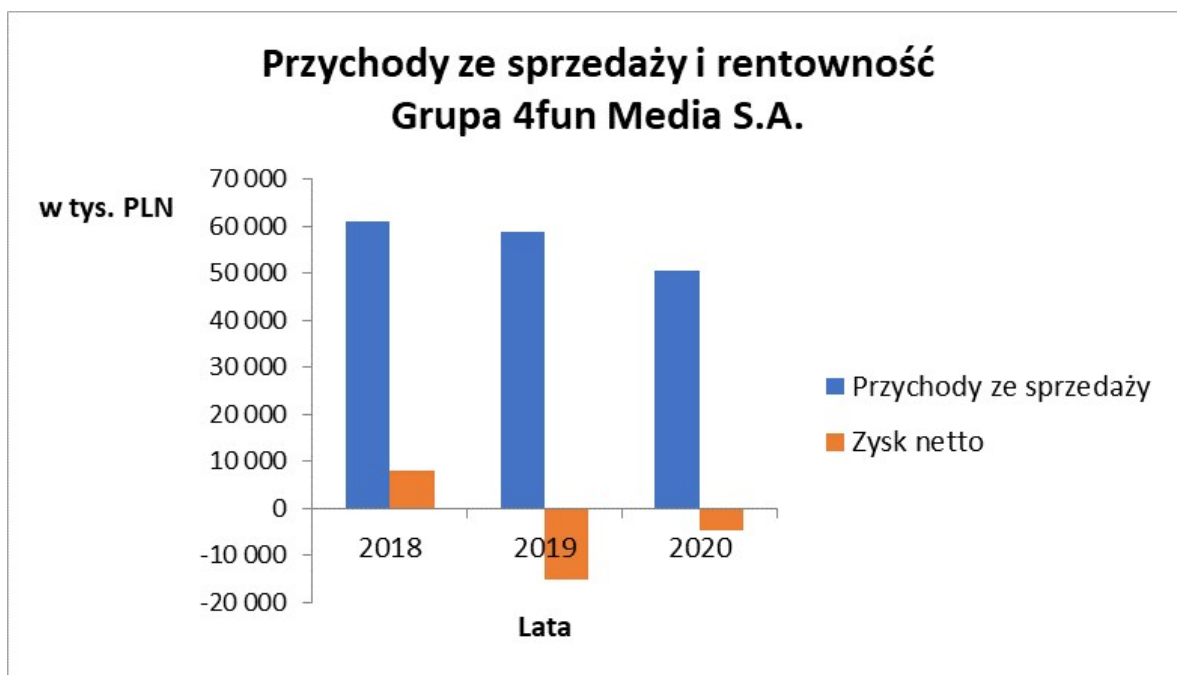
Spółka nie publikowała prognozy na rok 2020.

Wskaźniki rentowności

Na dzień 31 grudnia 2020 wskaźniki rentowności uzyskiwane przez Grupę osiągnęły następujące wartości: rentowność brutto na sprzedaży wyniosła 27% (24% w roku poprzednim), rentowność operacyjna wyniosła 3%, rentowność EBITDA 17%. Rentowność aktywów w roku 2020 wyniosła -7%, a rentowność kapitału własnego -18%.

	2020	2019
Rentowność sprzedaży		
Rentowność brutto na sprzedaży = zysk brutto na sprzedaży/przychody ze sprzedaży	27%	24%
Rentowność operacyjna = zysk z działalności operacyjnej/przychody ze sprzedaży	3%	-4%
Rentowność EBITDA = EBITDA/przychody ze sprzedaży	17%	5%
Rentowność sprzedaży netto (ROS) = zysk netto/przychody ze sprzedaży	-8%	-26%
Rentowność majątku		
Rentowność aktywów (ROA) = zysk netto/suma aktywów na koniec okresu	-7%	-21%
Rentowność kapitału własnego (ROE) = zysk netto/kapitały własne na koniec okresu	-18%	-57%

Porównanie przychodów ze sprzedaży i zysku netto w latach 2018 - 2020 przedstawia poniższy wykres.



Wskaźniki rotacji należności i zobowiązań (w dniach), zadłużenia i płynności

	2020	2019
Wskaźnik rotacji należności w dniach = należności handlowe*360 dni/przychody ze sprzedaży	60	65
Wskaźnik rotacji zobowiązań w dniach = zobowiązania handlowe*360 dni/(koszty operacyjne - amortyzacja)	41	69
Wskaźnik ogólnego zadłużenia = zobowiązania ogółem/suma pasywów	62%	64%
Wskaźnik zadłużenia długoterminowego = zobowiązania długoterminowe/suma pasywów	30%	27%
Wskaźnik zadłużenia kapitału własnego = zobowiązania ogółem/kapitał własny	162%	176%
Płynność bieżąca = aktywa obrotowe/zobowiązania krótkoterminowe	0,8	0,6
Płynność szybka = (aktywa obrotowe- zapasy-rozliczenia międzyokresowe)/zobowiązania krótkoterminowe	0,7	0,5
Płynność gotówkowa = środki pieniężne/ zobowiązania krótkoterminowe	0,0	0,1

W roku obrotowym zakończonym 31 grudnia 2020 roku cykl obrotu należności handlowych wyniósł 60 dni w porównaniu do 65 dni w roku poprzednim. Cykl obrotu zobowiązań handlowych skrócił się do 41 dni z 69 dni w roku obrotowym zakończonym 31 grudnia 2019 roku.

Wskaźniki zadłużenia w roku obrotowym zakończonym 31 grudnia 2020 kształtowały się w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego następująco: wskaźnik zadłużenia długoterminowego wzrósł z 27% do 30%, a wskaźnik zadłużenia kapitału własnego zmniejszył się z 176% do 162%. Wysoka wartość wskaźników zadłużenia spowodowana jest wdrożeniem w 2019 roku MSSF 16, w wyniku którego wykazano w bilansie zobowiązania

z tytułu zawartych umów najmu nieruchomości. Nieznacznemu podwyższeniu w roku 2020 uległy wskaźniki bieżącej i szybkiej płynności finansowej.

Omówienie podstawowych wielkości ekonomiczno-finansowych, ujawnionych w jednostkowym sprawozdaniu finansowym 4fun Media S.A. za 2020 rok w porównaniu z rokiem poprzednim.

Przychody ze sprzedaży, rentowność i wynik finansowy netto

(w tys. złotych)	01.01.2020	01.01.2019	01.01.2018	Zmiana	Zmiana
	31.12 2020	31.12 2019	31.12 2018	2020/2019	2019/2018
				%	%
Przychody ze sprzedaży	5 405	15 322	23 746	-65%	-35%
Zysk z działalności operacyjnej	-986	-1 067	1 963	8%	-154%
EBITDA	-492	180	3 010	-373%	-94%
Zysk netto	-8 564	-6 008	2 576	-43%	-333%

(w tys. złotych)	01.01.2020	01.01.2019	01.01.2018	Zmiana	Zmiana
	31.12 2020	31.12 2019	31.12 2018	2020/2019	2019/2018
				%	%
Reklama	4 852	14 321	20 931	-66%	-32%
Usługi Interaktywne	9	42	53	-78%	-21%
Pozostałe	544	958	2 761	-43%	-65%
Przychody netto ze sprzedaży usług	5 405	15 322	23 746	-65%	-35%

Podsumowanie jednostkowych wyników finansowych osiągniętych w 2020 roku

W okresie 12 miesięcy 2020 roku, spółka 4fun Media S.A. („Spółka”) zanotowała na poziomie jednostkowym przychody na poziomie 5 405 tysięcy złotych co oznacza ich 65% spadek w stosunku do analogicznego okresu 2019 roku. Przychody w okresie sprawozdawczym w 90% pochodziły z nadawania i produkcji telewizyjnej, które począwszy od 1 czerwca uległy wniesieniu do spółki zależnej 4fun Sp. z o. o., wraz ze zorganizowaną częścią przedsiębiorstwa („ZCP”). Dotyczyło to także pozostałych przychodów 4fun Media S.A., pochodzących z działań promocyjnych realizowanych dla klientów w czasie antenowym poza blokami reklamowymi. Po wniesieniu ZCP, spółka 4fun Media S.A. pozostała Jednostką Dominującą, która sprawuje nadzór właścicielski i pozostaje centrum finansowo-sprawozdawczym oraz technologicznym dla pozostałych spółek tworzących Grupę Kapitałową. Odpowiada za tworzenie strategii dalszego rozwoju, wspierając pozostałe spółki holdingowe, samodzielne pod względem prawnym i operacyjnym w obszarach takich jak controlling czy zarządzanie zasobami ludzkimi. Dzięki temu spółki zależne mogą koncentrować się na rozwijaniu kompetencji branżowych i budowaniu przewag konkurencyjnych w ramach poszczególnych segmentów operacyjnych.

Z uwagi na przeniesienie zorganizowanej części przedsiębiorstwa i związaną z tym utratę przychodów na poziomie jednostkowym, rok 2020 przyniósł Spółce stratę na działalności operacyjnej wynoszącą 986 tysięcy złotych oraz ujemny wskaźnik EBITDA, który wyniósł 492 tysięcy złotych. W efekcie, na dzień bilansowy, Spółka wykazała na poziomie jednostkowym stratę netto w wysokości 8 564 tysięcy złotych, na której wysokość miały wpływ także decyzje o dokonaniu odpisów wartości udziałów w spółkach zależnych oraz odpisów pożyczek udzielonych spółkom powiązanym, a także strata poniesiona na sprzedaży jednostki zależnej Cupsell Sp. z o. o. w wysokości 4 855 tysięcy złotych, która powstała w związku z podwyższeniem kapitału tej spółki, pokrytym wkładem pieniężnym przez

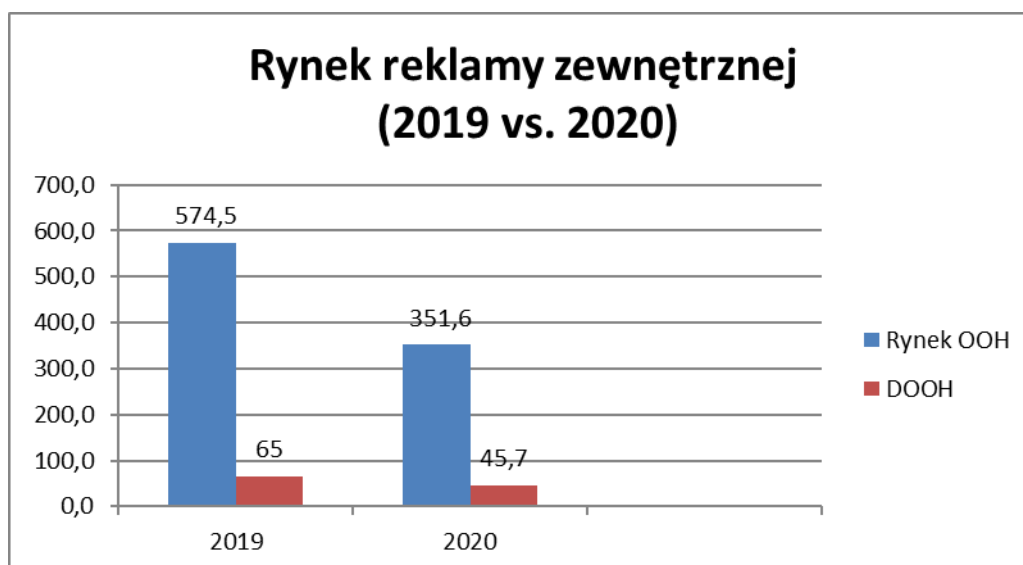
Emitenta (o czym Spółka informowała raportem bieżącym w listopadzie 2020 roku) w drodze kompensaty z wierzytelnością o zwrot udzielonych tej jednostce pożyczek.

W 2020 roku 4fun Media S.A. osiągnęła następujące wyniki z działalności kontynuowanej:

(w tys. złotych)	01.01.2020	01.01.2019	Zmiana 2020/2019 %
	31.12.2020	31.12.2019	
Przychody ze sprzedaży	396	214	46%
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	-1 416	- 1 217	-14%
Zysk (strata) netto	-8 994	-6 158	-32%

3.2. Opis czynników i zdarzeń, w tym o nietypowym charakterze, mających znaczący wpływ na działalność Grupy Kapitałowej 4fun Media S.A. i osiągnięte przez nią zyski w roku obrotowym, a także omówienie perspektyw rozwoju działalności Grupy Kapitałowej przynajmniej w najbliższym roku obrotowym

Rynek reklamy zewnętrznej w Polsce w 2020 roku



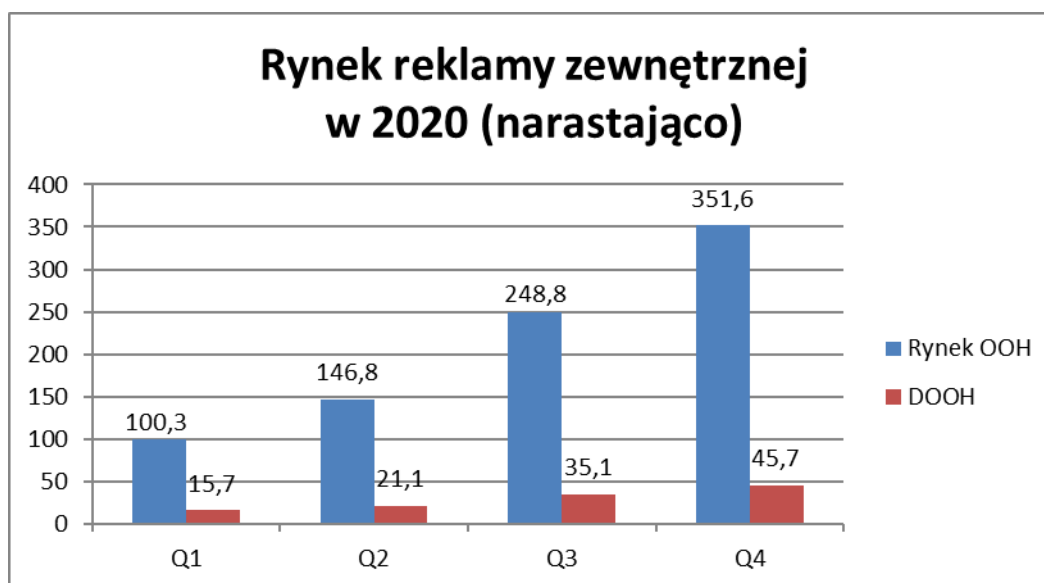
W 2020 roku wartość całego rynku reklamowego w Polsce wyniosła 9 mld zł, co w stosunku do 2019 roku oznaczało spadek o 8,6%. Dla branży reklamy zewnętrznej ubiegły rok okazał się jeszcze trudniejszy. Zgodnie z publicznie dostępnymi danymi, opublikowanymi w raporcie przygotowanym przez Izbę Gospodarczą Reklamy Zewnętrznej we współpracy z Domem Mediowym STARCOM, sprzedaż na rynku reklamy zewnętrznej w Polsce, na koniec roku wyniosła 351,6 mln złotych i była niższa o 38,8% w stosunku do 2019 roku. W przypadku reklamy cyfrowej (DOOH) spadki te były mniejsze, osiągając poziom 29,7%.

Głównym czynnikiem mającym wpływ na spadki rynku reklamy zewnętrznej w 2020 roku miała pandemia COVID-19 i związane z nią restrykcje administracyjne, które spowodowały rezygnację lub przesunięcie akcji promocyjnych i kampanii reklamowych większości klientów korzystających z nośników reklamy zewnętrznej. Z wyjątkiem branży związanej z produkcją farmaceutyków, w której wydatki nie odbiegały od tych poniesionych przez klientów w 2019 roku, pozostałe branże zanotowały w zeszłym roku dwucyfrowe spadki. W przypadku

sektorów handel i telekomunikacja wydatki na reklamę były niższe o 20%, w sektorach: żywność, alkohole i napoje o ponad 40%, natomiast w sektorach media i czas wolny przekroczyły 50%. Największe spadki w wydatkach na reklamę odnotowały sektory: odzież i obuwie oraz higiena i pielęgnacja, w których ograniczono je o ponad 60%.

Nieco lepsza sytuacja miała miejsce w segmencie reklamy digital (DOOH), głównie dzięki strukturalnym przesunięciom części planowanych budżetów reklamowych z klasycznego OOH na nośniki cyfrowe. Dzięki wyższej jakości oraz możliwości skorzystania z nowoczesnych technologii i łączności internetowych, ekrany tego typu efektywniej docierają z przekazem reklamowym oraz umożliwiają dopasowanie akcji promocyjnych i reklamowych do krótkoterminowego planowania w okresie pandemii. Dzięki temu klienci, korzystający z formy reklamy *ad hoc*, mogą w czasie rzeczywistym reagować na ewentualne zmiany rynkowe lub potrzeby produktowe. Tym, w dużym stopniu, tłumaczyć należy fakt, iż spadki segmentu DOOH w 2020 roku okazały się wyraźnie niższe niż całego rynku reklamy zewnętrznej. Według szacunków firm badawczych, na całym polskim rynku obecnych jest ponad 140 tys. ekranów cyfrowych, na których można emitować spoty informacyjne, promocyjne oraz reklamowe. Segment reklamy cyfrowej rozwija się zarówno w otwartej przestrzeni miejskiej jak i w galeriach handlowych, sklepach wielkopowierzchniowych, na stacjach benzynowych, na lotniskach i dworcach kolejowych, na terenach szkół wyższych oraz w biurach.

Analizując zachowanie rynku reklamy zewnętrznej w poszczególnych kwartałach 2020 roku należy odnotować, iż po pierwszych, udanych miesiącach roku, trend wzrostowy uległ załamaniu w połowie marca w związku z pojawieniem się pandemii COVID-19. Związane z tym restrykcje administracyjne, wprowadzone na terenie kraju znacząco ograniczyły możliwości swobodnego przemieszczania się osób, w tym korzystania z połączeń kolejowych i linii lotniczych, zamknięto galerie handlowe i sklepy wielkopowierzchniowe. Dla przykładu w kwietniu zarówno ruch samochodowy, jak i pieszy spadł w największych miastach i aglomeracjach o blisko 80%, a przy głównych szlakach komunikacyjnych między dużymi miastami o ponad 60%. Sytuacja ta spowodowała konieczność weryfikacji optymistycznych prognoz rynkowych przewidywanych na dalszą część roku, zwłaszcza dla najlepszych sezonowo – drugiego i czwartego kwartału 2020 roku.

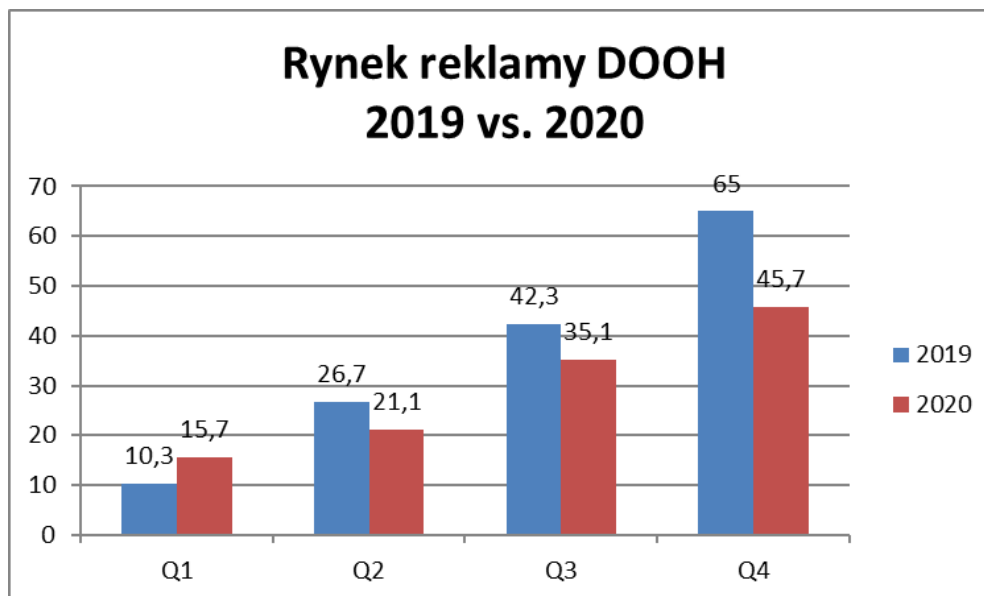


Drugi kwartał 2020 roku okazał się największym kryzysem w dotychczasowej historii prowadzenia monitoringu rynku reklamy zewnętrznej, z którego zniknęło ponad 2/3 budżetów reklamowych, a sprzedaż zmalała o blisko 70% i była o ponad 50% niższa od pierwszego kwartału. Tak gwałtowny spadek przychodów był efektem znacząco niższej niż zazwyczaj liczby kampanii prowadzonych przez klientów. Poważne straty poniosły wówczas nie tylko media, ale także wiele branż, dla których wprowadzone ograniczenia administracyjne w handlu oraz w możliwości przemieszczania się i podróżowania oznaczały zahamowanie aktywności, a nawet ich czasowe zamrożenie.

W trakcie trzeciego kwartału 2020 roku rynek reklamy zewnętrznej pozostawał w trudnej sytuacji spowodowanej skutkami pandemii i to mimo zniesienia większości ograniczeń związanych m.in. z przemieszczaniem się. Wyjątek stanowiła tu komunikacja miejska ze względu na obostrzenia związane z limitem przewożonych pasażerów, która w kolejnych miesiącach stopniowo wróciła do poziomu 90% sprzed pandemii. Wyjątkiem było tu warszawskie metro, które również w miesiącach letnich przewoziło mniej pasażerów (średnio o ok. 30%). Także galerie handlowe, mimo czasowego zniesienia obostrzeń, nie wróciły do normalności, a frekwencja odwiedzających utrzymywała się na poziomie średnio 65% w stosunku do czasu sprzed pandemii. Otwarcie gospodarki na sezon letni oraz odmrożenie dużej części kampanii promocyjnych i reklamowych, zawieszonych na okres wprowadzenia restrykcji administracyjnych, sprawiły, że mogła być ona realizowana. Jednak ze względu na kłopoty wielu branż związane z odbudową poziomu sprzedaży sprzed pandemii oraz z uwagi na sezon wakacyjny, kampanii było mniej niż przewidywano. Poprawa wyników branży okazała się zatem mniej spektakularna niż oczekiwały tego firmy badające rynek. W efekcie, w okresie od lipca do września 2020 roku, wpływy sprzedażowe z reklamy zewnętrznej wyniosły 102 mln zł, co oznaczało ich spadek rok do roku o 26,7%. Biorąc jednak pod uwagę wyjątkowo niską bazę drugiego kwartału, należy uznać, iż w trzecim kwartale 2020 roku nastąpiło wyraźne odbicie rynku reklamy zewnętrznej, którego wartość nieznacznie przekroczyła nawet sprzedaż pierwszego kwartału.

Po napawającym optymizmem trzecim kwartale, podtrzymywanym przez budzące nadzieję prognozy analityków na czwarty kwartał 2020 roku, powrót do normalności został przerwany w październiku wraz ze wzrostem liczby zachorowań na COVID-19 (tzw. "druga fala") i wprowadzeniem nowych ograniczeń administracyjnych. Z tego powodu czwarty kwartał 2020 roku okazał się słaby dla branży, czego dowodzi wyraźny spadek sprzedaży, w porównaniu z rokiem ubiegłym o 60%. Wartość rynku w tym okresie (102 mln zł) była porównywalna do sprzedaży trzeciego kwartału co stanowi nie notowaną do tej pory anomalię w branży, dla której czwarty kwartał był sezonowo najlepszy w roku. Nie sprawdziły się zatem przewidywania analityków, którzy po ożywieniu branży w trzecim kwartale, szacowali większą aktywność reklamodawców w ostatnich miesiącach roku.

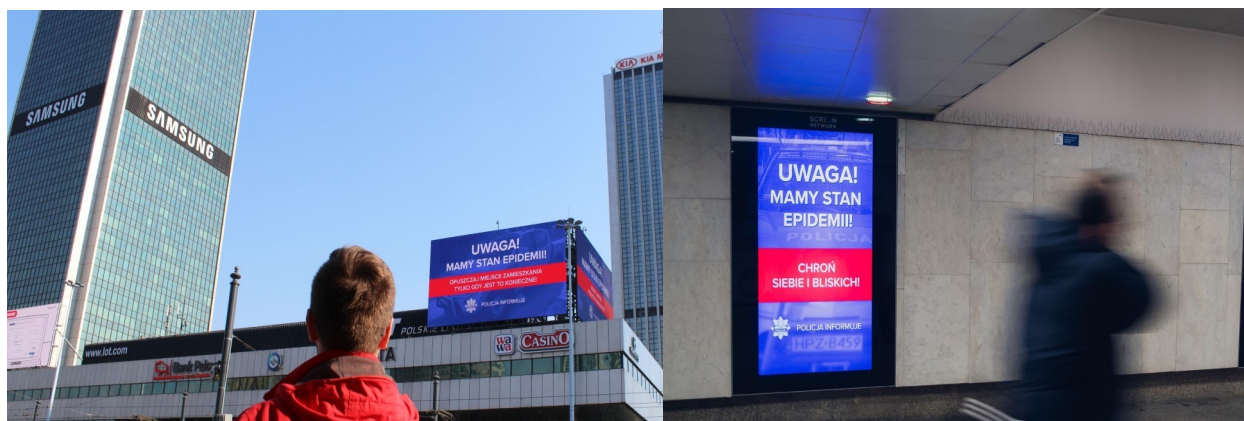
Rynek reklamy cyfrowej (DOOH) – najważniejsze trendy 2020 roku



Mimo niższych spadków niż zanotował cały rynek reklamy zewnętrznej, rynek DOOH także wyraźnie tracił na wartości w porównaniu z 2019 rokiem. Wyjątkiem był jedynie pierwszy kwartał, który notował obiecujące wzrosty do czasu ogłoszenia stanu pandemii (o 34%). W okresie drugiego kwartału rynek stracił 26,5%, w trzecim kwartale 20%, aby w czwartym kwartale osiągnąć najgorszy wynik tracąc ponad 50%. Co więcej, wartościowo sprzedaż reklamy cyfrowej (DOOH) była w czwartym kwartale o 40% niższa niż w trzecim, co stanowiło niespotykaną do tej

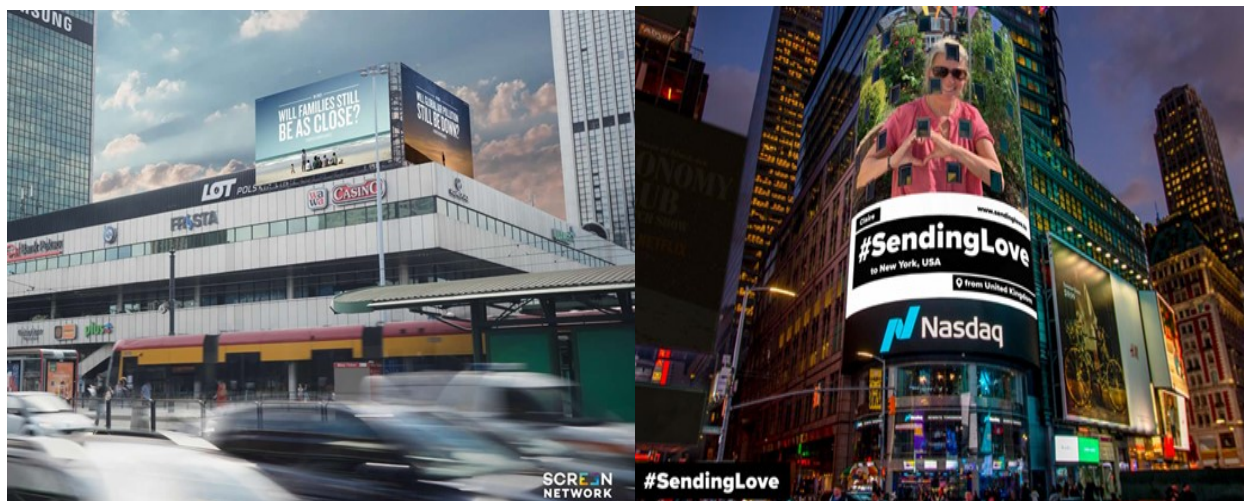
pory anomalię, biorąc pod uwagę fakt, iż wcześniej monitorowane lata wskazywały na czwarty kwartał jako sezonowo najlepszy w roku.

Pandemia dotknęła wszystkich dziedzin życia gospodarczego, a w przypadku wielu z nich spowodowała nieodwracalne zmiany. Jedną z nich jest niewątpliwie zjawisko przyspieszenia cyfryzacji usług poprzez przeniesienie ich znaczącej części do Internetu, wzrostu znaczenia narzędzi umożliwiających pracę zdalną czy wartościowego wzrostu zakupów w sklepach e-commerce. Dotyczyło to także cyfrowych ekranów reklamy zewnętrznej, które z dnia na dzień przejęły nową rolę jako medium informacyjne i edukacyjne, działające „tu i teraz”, ugruntowując tym swoją rolę w przestrzeni miejskiej jako niezbędnego składnika idei *Smart City*. Ekran cyfrowy był chętniej niż do tej pory wykorzystywanym kanałem do komunikacji z mieszkańcami prowadzonej przez lokalne władze miast i samorządów, zwłaszcza gdy zasady restrykcji administracyjnych zmieniały się z dnia na dzień i były różnicowane geograficznie. Ekran stał się istotnym nośnikiem informacji związanej także z zasadami bezpieczeństwa publicznego. Dotyczyło to w szczególności kampanii i kreacji namawiających do zachowania dystansu społecznego, dezynfekcji rąk i noszenia maseczek. Dynamiczna podmiana treści, połączenie emisji z bazą danych dostępnych produktów czy możliwość zawieszenia kampanii w dowolnym momencie przełożyły się w efekcie na mniejsze spadki w przychodach kanału DOOH w porównaniu z tradycyjną reklamą zewnętrzną.



Wiodącą rolę w działaniach służących społeczeństwu w trakcie pandemii, odegrała spółka zależna Emitenta - Screen Network S.A. Bardzo aktywnie angażowała się w informowanie obywateli o zagrożeniach związanych z COVID-19, promując odpowiednie zachowania w przestrzeni publicznej (higiena, maseczki, dystans) oraz prowadząc kampanie na bardzo korzystnych, niekomercyjnych warunkach finansowych.

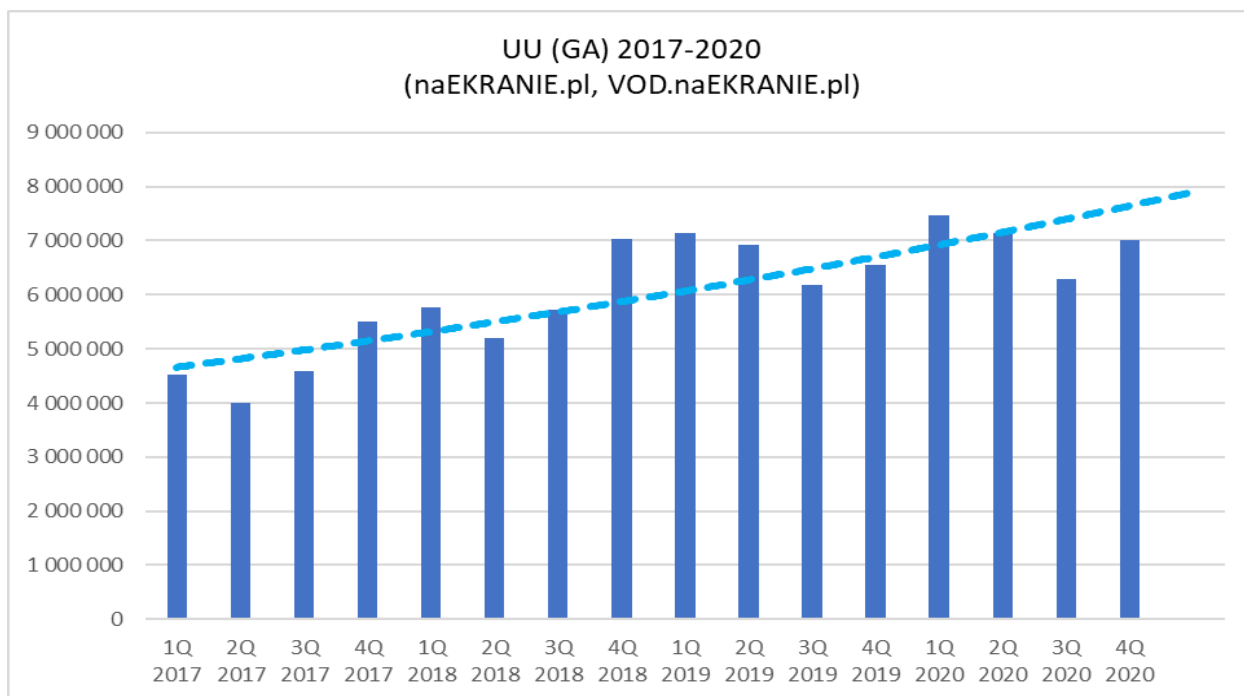
Screen Network S.A. była ponadto wiodącym w Polsce partnerem dwóch globalnych społecznych kampanii outdoorowych w historii, zainicjowanych przez największą organizację zrzeszającą firmy z sektora na świecie - WOO (World Out Of Home Organization), w których wzięli udział operatorzy z 53 krajów świata. Kampania „Sendinglove.to” umożliwiła mieszkańcom całego świata przesyłanie spersonalizowanych wyrazów wsparcia w czasie pandemii, tworzonych na tle splecionego serca w dłoni. Druga kampania dystrybuowana przez Screen Network S.A. pt.: „Our Secound Chance” umożliwiła, aby na kilku tysiącach ekranów na całym świecie wyświetlano równocześnie inspirujące hasła wskazujące na historyczną szansę ludzkości zbudowania nowego, lepszego świata po zakończeniu pandemii.



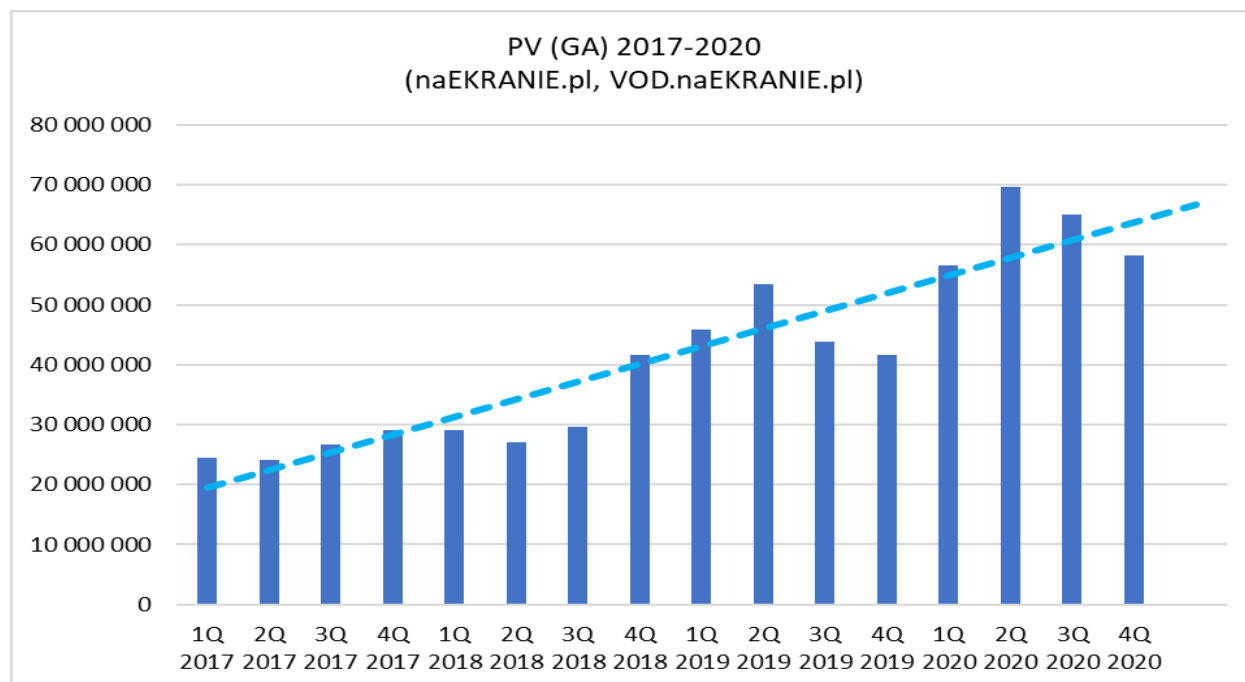
Na polskim rynku najważniejszą kampanią społeczną była kampania „Twoja krew ratuje życie” realizowana z Narodowym Centrum Krwi, w której ekrany Screen Network S.A. na żywo informowały mieszkańców o brakujących grupach krwi i zachęcały ich do wizyty w najbliższych Centrach Krwiodawstwa.

Wzrost zasięgów w działalności digital

W ramach działalności prowadzonej w segmencie digital, Emitent systematycznie poszerzał swoje zasięgi, pozyskując widzów i użytkowników w obszarach komunikacji z użytkownikami Internetu, produkcji contentu audio i video oraz w sprzedaży innowacyjnych form reklamowych. Istotną rolę odgrywa tu popkulturowo-technologiczny portal internetowy naEKRANIE.pl zajmujący się tematyką szeroko pojętej kultury popularnej: filmów, seriali, muzyki filmowej, gier wideo i książek. W ciągu kolejnych kwartałów 2020 roku Emitent zanotował w tym segmencie systematyczne wzrosty w ilości użytkowników w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego, których liczba za ostatni kwartał roku osiągnęła 7 milionów unikalnych użytkowników.



Wzrost oglądalności i skutecznego budowania zasięgu w Internecie potwierdza także rosnąca z miesiąca na miesiąc liczba odsłon serwisu internetowego naEKRANIE.pl i VOD.naEKRANIE.pl, która na koniec 2020 roku była wyższa o 40% niż rok wcześniej.



Wykaz pozostałych wydarzeń o istotnym znaczeniu dla działalności Grupy Kapitałowej Emitenta w 2020 r.

- 1) W dniu 21 stycznia 2020 roku, Zarząd Spółki poinformował o otrzymaniu powiadomienia dotyczącego zakupu 45 889 akcji 4fun Media S.A. złożonego przez spółkę Epicom Limited. Zgodnie z powiadomieniem przed transakcją Epicom Limited posiadała 2 268 217 akcji Spółki. Po transakcji zakupu, zaangażowanie Epicom Limited w Spółce wzrosło do 2 314 106 akcji, stanowiących 54,59% kapitału zakładowego oraz uprawniających do 2 314 106 głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki, stanowiących 54,59% udziału w ogólnej liczbie głosów na WZA.
- 2) W dniu 28 stycznia 2020 roku, Zarząd Spółki powziął wiadomość o decyzji zarządu spółki zależnej Screen Network S.A. w sprawie odpisu wartości udziałów w spółce zależnej PRN Polska Sp. z o. o. Odpis został dokonany do wysokości wartości kapitału własnego tej spółki pomniejszonej o wartość aktywów trwałych na dzień 31.12.2019 roku. Wartość odpisu wyniosła 3 203 493,66 zł i była związana z zakończeniem współpracy spółki zależnej PRN Polska Sp. z o. o. z Carrefour Polska Sp. z o. o.
- 3) W dniu 4 lutego 2020 roku, Zarząd Spółki poinformował o otrzymaniu powiadomienia dotyczącego zakupu 93 296 akcji 4fun Media S.A. złożonego przez spółkę Epicom Limited. Zgodnie z powiadomieniem przed transakcją Epicom Limited posiadała 2 314 106 akcji. Po transakcji zakupu, zaangażowanie Epicom Limited w Spółce wzrosło do 2 407 402 akcji Spółki, stanowiących 56,79% kapitału zakładowego oraz uprawniających do 2 407 402 głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki, stanowiących 56,79% udziału w ogólnej liczbie głosów na WZA.
- 4) W dniu 9 lutego 2020 roku, Zarząd Spółki poinformował o otrzymaniu powiadomienia dotyczącego zakupu 45 974 akcji 4fun Media S.A. złożonego przez spółkę Epicom Limited. Zgodnie z powiadomieniem przed transakcją Epicom Limited posiadała 2 407 402 akcji. Po transakcji zakupu, zaangażowanie Epicom Limited w Spółce wzrosło do 2 453 376 akcji Spółki, stanowiących 57,88% kapitału zakładowego oraz uprawniających

do 2 453 376 głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki, stanowiących 57,88% udziału w ogólnej liczbie głosów na WZA.

- 5) W dniu 28 lutego 2020 roku, Zarząd Spółki poinformował o zgodzie Rady Nadzorczej Emitenta na zbycie 76 udziałów w spółce zależnej Print Logistic Sp. z o. o., stanowiących 59,84% kapitału zakładowego tej spółki. Zbycie udziałów nastąpiło na rzecz spółki Epicom Limited, będącej większościovym akcjonariuszem Emitenta. Umowa sprzedaży została zawarta w dniu 4 marca 2020 roku.
- 6) W dniu 3 kwietnia 2020 roku, Zarząd Spółki opublikował oficjalne stanowisko w sprawie przewidywanego wpływu epidemii koronawirusa COVID-19 na działalność Emitenta.
- 7) W dniu 23 kwietnia 2020 roku, Zarząd Spółki poinformował o odpisach wartości udziałów w spółkach zależnych (Program Sp. z o. o., Cupsell Sp. z o. o.) , które łącznie z wcześniej ogłoszonym odpisem w spółce zależnej PRN Polska Sp. z o.o. zostały dokonane w rocznych sprawozdaniach za 2019 rok.
- 8) W dniu 2 czerwca 2020 roku, Zarząd Spółki poinformował o zawarciu umowy w sprawie przeniesienia zorganizowanej części przedsiębiorstwa (ZCP) do spółki zależnej pod nazwą 4FUN Sp. z o. o. Zgodę na zawarcie powyższej umowy udzieliło NWZA Spółki, które odbyło się w dniu 18 października 2019 roku. Przeniesienie dotyczyło wyodrębnionego organizacyjnie, funkcjonalnie i finansowo zespołu składników materialnych i niematerialnych przeznaczonych do samodzielnego prowadzenia działalności telewizyjnej pod nazwą „Dział 4fun TV”. Wniesienie wskazanego aportu nastąpiło w zamian za objęcie 2 400 udziałów utworzonych w drodze podwyższenia kapitału 4FUN Sp. z o. o. o wartość 5 304 912,00 złotych, zgodnej z wyceną ZCP dokonaną przez niezależnego biegłego rewidenta.
- 9) W dniu 4 czerwca 2020 roku, Zarząd Spółki dokonał sprzedaży udziałów w spółkach prowadzących działalność w segmencie agencji reklamowych:
 - 1) 2149 udziałów spółki 4fun Communication Sp. z o. o. za kwotę 460 390,38 zł, stanowiących 51,15% udziału w jej kapitale zakładowym;
 - 2) 51 udziałów spółki Bridge2fun Sp. z o. o. za kwotę 5 100 zł, stanowiących 51% udziału w jej kapitale zakładowym.Do transakcji doszło w wyniku porozumienia z Panem Rafałem Baranem, który wyraził zainteresowanie objęciem znaczącego pakietu obu agencji reklamowych. W wyniku zawartej umowy, Rafał Baran nabył pakiety:
 - 1) 1889 udziałów 4fun Communication Sp. z o. o., stanowiący 44,96% udziałów w kapitale zakładowym spółki oraz
 - 2) 45 udziałów Bridge2fun Sp. z o. o. stanowiący 45% udziałów w kapitale zakładowym spółki.W wyniku przedmiotowej transakcji, na której zawarcie zgodę wyraziła wcześniej Rada Nadzorcza Emitenta, Spółka pozostała właścicielem: 48,85% udziałów 4fun Communication Sp. z o. o. oraz 49% udziałów w Bridge2fun Sp. z o. o. W dniu 4 czerwca 2020 r. Zarząd Spółki poinformował także o dokonaniu sprzedaży 100% udziałów PRN Polska Sp. z o.o. za kwotę 1 300 000,00 zł, odpowiadającej wartości księgowej tej spółki.
- 10) W dniu 9 czerwca 2020 roku, Zarząd Spółki poinformował o otrzymaniu subwencji finansowej przez spółkę zależną Screen Network S.A. w wysokości 2 410 735,00 zł, pochodzącej z Polskiego Funduszu Rozwoju (PFR) w ramach programu rządowego "Tarcza Finansowa Polskiego Funduszu Rozwoju dla Małych i Średnich Firm".
- 11) W dniu 8 lipca 2020 roku, w wyniku uchwały o podziale zysku podjętej przez Zgromadzenie Wspólników spółki zależnej NAEKRANIE.PL Sp. z o.o., dokonano wypłaty dywidendy w łącznej wysokości 100 000,00 zł.
- 12) W dniu 23 lipca 2020 roku, Zarząd Spółki poinformował o otrzymaniu powiadomienia w sprawie zakupu 156 500 akcji Spółki złożonego przez spółkę Epicom Limited. Zgodnie z powiadomieniem przed transakcją Epicom Limited posiadała 2 453 376 akcji. W wyniku transakcji zaangażowanie to wzrosło do 2 609 876 akcji, stanowiących 61,57% kapitału zakładowego Spółki, uprawniających do 2 609 876 głosów stanowiących 61,57% udziału w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki.

- 13) W dniu 20 sierpnia 2020 roku, Zgromadzenie Wspólników spółki zależnej Screen Network S.A., postanowiło o przeznaczeniu zysku netto za 2019 rok na wypłatę dywidendy, która wyniosła 339 627,60 złotych.
- 14) W dniu 1 września 2020 roku, 4FUN KIDS zastąpiła dotychczas nadawany format pod nazwą 4FUN GOLD.
- 15) W dniu 25 września 2020 roku, Zarząd Spółki poinformował o przystąpieniu do przeglądu opcji strategicznych mających na celu wsparcie Grupy Kapitałowej Emitenta w związku z niepewnością gospodarczą wywołaną rozwojem pandemii Covid-19.
- 16) W dniu 25 września 2020 roku, Zarząd Spółki poinformował także o zamiarze dokonania odpisów aktualizujących wartość pożyczek udzielonych na rzecz spółek zależnych Cupsell Sp. z o. o. oraz Mustache Sp. z o. o. oraz odpisów aktualizujących wartość udziałów tych spółek w księgach, na łączną kwotę 6 982 tysięcy złotych.
- 17) W dniu 3 listopada 2020 roku, Zgromadzenie Wspólników spółki zależnej Cupsell Sp. z o. o. podjęło uchwałę w sprawie podwyższenia kapitału zakładowego o kwotę 4 934 400,00 zł do kwoty 5 100 000,00 zł poprzez utworzenie 4 934 400 udziałów o wartości nominalnej 100,00 zł każdy. Zgodnie ze złożonym oświadczeniem przez Zarząd Emitenta, udziały w podwyższonym kapitale spółki Cupsell Sp. z o. o. zostały w znaczącej części pokryte w drodze kompensaty wzajemnych wierzytelności (tj. potrącenia wkładu pieniężnego Emitenta na podwyższenie kapitału z wierzytelnością o zwrot kwoty pożyczek udzielonych wcześniej spółce zależnej). Celem tej operacji było oddłużenie spółki zależnej Cupsell Sp. z o. o. Objęcie nowo utworzonych udziałów w podwyższonym kapitale zakładowym spółki zależnej odbyło się za wcześniejszą zgodą Rady Nadzorczej Emitenta.
- 18) W dniu 6 listopada 2020 roku Zarząd Spółki przekazał opóźnioną informację poufną w sprawie rozpoczęcia negocjacji dotyczącej sprzedaży udziałów spółek zależnych Emitenta, tj. Cupsell Sp. z o. o. oraz 4fun Sp. z o. o.
- 19) W dniu 6 listopada 2020 roku, Zarząd Spółki poinformował również, że Rada Nadzorcza Emitenta podjęła uchwałę w sprawie wyrażenia zgody na zbycie wszystkich udziałów spółek zależnych tj. Cupsell Sp. z o. o. oraz 4fun Sp. z o. o. na rzecz Epicom Limited.
- 20) W dniu 10 listopada 2020 roku, Zarząd Spółki podał informację o zawarciu umów sprzedaży udziałów spółek zależnych: Cupsell Sp. z o. o. oraz 4fun Sp. z o. o. Sprzedaż udziałów spółek zależnych nastąpiła na następujących warunkach:
 - 100% posiadanych udziałów Cupsell Sp. z o. o. za łączną kwotę 676 700,00 zł płatną w kilku ratach, której zabezpieczenie stanowi zastaw rejestrowy sprzedawanych udziałów oraz blokada 195 363 akcji spółki Arteria S.A., będących własnością Kupującego;
 - 100% udziałów 4fun Sp. z o.o. za łączną kwotę 5 362 500 zł płatną w kilku ratach, której zabezpieczenie stanowi zastaw rejestrowy sprzedawanych udziałów, zastaw rejestrowy na udziałach w spółce Naekranie.pl Sp. z o. o. oraz poręczenie majątkowe w wysokości 3 700 000,00 zł w postaci hipoteki na nieruchomości.
- 21) W dniu 4 grudnia 2020 roku Zarząd Spółki poinformował o otrzymaniu powiadomienia w sprawie zakupu 63 200 akcji Spółki złożonego przez spółkę Epicom Limited. Zgodnie z powiadomieniem przed transakcją Epicom Limited posiadała 2 609 876 akcji. W wyniku transakcji zaangażowanie to wzrosło do 2 673 076 akcji, stanowiących 63,06% kapitału zakładowego Spółki, uprawniających do 2 673 076 głosów stanowiących 63,06% udziału w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki.

Perspektywy rozwoju Grupy Kapitałowej 4fun Media S.A. na 2021 rok

Analizując perspektywy rozwoju Emitenta na kolejne kwartały należy wziąć pod uwagę fakt, iż w czwartym kwartale 2020 roku nastąpił powrót do zaostrzenia restrykcji administracyjnych w związku z tzw. „drugą falą”

pandemii COVID-19. W związku ze znacząco niższymi niż w poprzednich latach wydatkami świątecznymi i widocznym spadkiem konsumpcji, nastąpił także wyraźny spadek przychodów w branży reklamowej, w szczególności na rynku reklamy zewnętrznej. Kondycja rynku reklamowego w czwartym kwartale, zwyczajowo najlepszym okresie roku była na tyle słaba, iż po raz pierwszy w historii zrównała się wartościowo z trzecim kwartałem. Ta sytuacja przełoży się z pewnością na słabe wyniki pierwszego kwartału 2021 roku, które będą porównywane do okresu sprzed pandemii. W związku z tym rynek reklamowy w Polsce, a w szczególności rynek reklamy zewnętrznej może liczyć na solidne odbicie nie wcześniej niż w drugiej połowie 2021 roku, w którym sprzedaż ma szansę przekroczyć poziom z 2020 roku, o ile nie nastąpią szczególne okoliczności związane z powrotem do restrykcji administracyjnych w przypadku pojawienia się jesiennej fali zachorowań.

Oceniając perspektywy rozwoju Emitenta w kolejnych kwartałach należy podkreślić, iż rynek reklamy cyfrowej stanowiący obecnie główne źródło przychodów Emitenta działa pod silnym wpływem czynników zewnętrznych o dużym stopniu nieprzewidywalności, dlatego prognozowanie przyszłości jest obciążone dużym marginesem niepewności. Po niezwykle trudnym dla całej branży reklamowej 2020 roku, który całkowicie zaskoczył analityków, firmy monitorujące rynek z wielką ostrożnością wypowiadają się na temat prognoz rynkowych na 2021 rok, wstrzymując się z wiążącymi przewidywaniami do drugiej połowy roku. Podobne stanowisko reprezentuje Zarząd Emitenta, który uzależnia ocenę perspektyw dalszego rozwoju od sytuacji związanej z rozwojem pandemii COVID-19 i jej wpływu na kolejne restrykcje lub możliwością całkowitego odmrożenia gospodarki.

Podatek reklamowy

Niezwykle istotnym czynnikiem jaki należy wziąć pod uwagę w ocenie perspektyw rozwoju Emitenta w 2021 roku jest zamiar wprowadzenia podatku reklamowego. Polski rząd zamierza wprowadzić – począwszy od 1 lipca 2021 roku - podatek od przychodów reklamowych na podstawie ustawy pod nazwą "Ustawa o dodatkowych przychodach Narodowego Funduszu Zdrowia, Narodowego Funduszu Ochrony Zabytków oraz utworzeniu Funduszu Wsparcia Kultury i Dziedzictwa Narodowego w Obszarze Mediów". Projekt przepisów przewiduje, że spółki medialne prowadzące działalność reklamową w sektorze reklamy zewnętrznej (w tym DOOH), zapłacą podobnie jak telewizja, radio i kina 7,5 % podatku od przychodów reklamowych w wysokości do 50 mln zł rocznie oraz 10% w przypadku spółek, których sprzedaż w danym roku obrotowym przekroczy 50 mln zł. W przypadku reklamy tzw. towarów kwalifikowanych, głównie farmaceutyków i napojów słodzonych, podatek wzrośnie do 10% w przypadku osiągnięcia przychodów reklamowych na poziomie 50 mln zł rocznie oraz 15% w przypadku przekroczenia 50 mln zł. Nowe obciążenie podatkowe będzie szczególnie trudne do udźwignięcia dla branży reklamy zewnętrznej, biorąc pod uwagę fakt, iż wielkość sprzedaży spadła w zeszłym roku o blisko 40% w stosunku do roku 2019 (w samym Q2 odpowiednio o ponad 70%).

Podatek od przychodów reklamowych będzie, poza standardowymi obciążeniami podatkowymi, kolejnym płaconym przez branżę, obok istniejącego już podatku od nieruchomości, opłaty za zajęcie pasa drogi oraz pośredniej opłaty reklamowej, którą mogą wprowadzać samorządy na podstawie tak zwanej ustawy krajobrazowej. Zmniejszy to w oczywisty sposób możliwości branży w zakresie jej aktywności w różnych projektach partnerstwa, w tym przede wszystkim partnerstwa publiczno-prywatnego.

Ryzyko wprowadzenia uchwały krajobrazowej i jej skutki dla rozwoju segmentu DOOH

Istotnym ryzykiem mogącym mieć znaczący wpływ na perspektywę rozwoju Emitenta w 2021 roku i latach kolejnych może mieć wprowadzenie uchwały krajobrazowej na terenie warszawskiej aglomeracji miejskiej. Wejście w życie uchwały krajobrazowej oznaczałoby przede wszystkim konieczność poniesienia dodatkowych kosztów niezbędnych do szeroko rozumianej rekonstrukcji posiadanych nośników reklamy w stosunkowo krótkim czasie. Ponadto uchwała znacząco ograniczyłaby wprowadzanie na rynek OOH nowoczesnych rozwiązań technologicznych, przede wszystkim nośników cyfrowych. Pozostaje to w sprzeczności ze światowymi trendami i kierunkami rozwoju reklamy zewnętrznej, charakterystycznymi dla nowoczesnych aglomeracji miejskich typu *Smart City*, promujących wykorzystywanie innowacyjnych technologii i ekspozycję wielkoformatowych nośników cyfrowych. Wprowadzenie

uchwały krajobrazowej w Warszawie stanowiłoby istotne ryzyko dla rozwoju Emitenta w tym segmencie działalności. Zarząd ma nadzieję, iż ewentualne wejście w życie uchwały krajobrazowej, nie nastąpi w okresie najbliższych kwartałów, a jej ostateczny kształt w większym niż w dotychczas planowanym zakresie, uwzględni jednak interesy dostawców cyfrowej reklamy zewnętrznej. Uchwała przyjęta przez Radę Warszawy w styczniu 2020 roku, kilka tygodni później została uznana za nieważną przez Wojewodę Mazowieckiego z uwagi na liczne uchybienia prawne, formalne oraz preferujące monopolistyczne interesy jednego dostawcy usług. W grudniu 2020 roku Wojewódzki Sąd Administracyjny oddalił skargę miasta na decyzję Wojewody Mazowieckiego. Tym samym Sąd potwierdził, iż zapisy uchwały są niezgodne z obowiązującym prawem i Wojewoda słusznie wydał rozstrzygnięcie nadzorcze stwierdzające nieważność uchwały. Oceniając jednak perspektywy dla Emitenta na 2021 rok i lata następne trzeba wziąć pod uwagę, iż istnieje duże ryzyko, iż temat uchwały krajobrazowej powróci wraz z nowo przygotowanym projektem przez Radę Miasta Stołecznego Warszawy.

Perspektywy rozwoju branży po zakończeniu pandemii COVID-19

Zdaniem Zarządu Emitenta wraz z wygaszaniem pandemii powrócić powinien optymizm, a z nim rosnąć powinny wydatki reklamowe. DOOH wydaje się być wówczas jednym z głównych beneficjentów tego odbicia ponieważ w większym niż do tej pory zakresie powinny być wykorzystywane ekrany cyfrowe. Przewaga konkurencyjna DOOH uwidoczniła się po nastaniu pandemii COVID-19, prezentując elastyczność w tworzeniu kampanii promocyjnych w warunkach zmieniających się z tygodnia na tydzień zarządzeń administracyjnych i ograniczeń, uzależnionych także od położenia w danym województwie. Z badań zachodnich firm monitorujących rynek takich jak Verizon Media Study wynika, że w Stanach Zjednoczonych ponad 60% firm planuje już w 2021 roku zwiększać swoje wydatki na zewnętrzną reklamę cyfrową. W przypadku rynku krajowego, na którym powinno być podobnie. Da to szansę na przyspieszenie rozwoju DOOH, zwłaszcza poprzez dostarczanie coraz lepszych lokalizacji oraz bardziej dopasowanych form reklamowych dla odmrażających swoje budżety reklamodawców, a zwłaszcza tych, których pandemia zmusiła do przekształcenia dotychczasowych modeli biznesowych, zmuszając do oferowania klientom swoich usług w nowej formule. Stwarza to dla DOOH nowe możliwości ponieważ w odróżnieniu od tradycyjnej reklamy zewnętrznej, dysponuje ona stałym połączeniem z Internetem i ma większe możliwości elastycznego dopasowania prowadzonej komunikacji do aktualnej sytuacji i wyzwań. Docelowo będzie to dotyczyć także możliwości automatycznego zakupu reklam na ekranach cyfrowych. Upowszechnić powinien się także „Streaming live” w związku z możliwymi ograniczeniami lub zmianami w organizacji imprez masowych.

3.3. Wykaz wydarzeń o istotnym znaczeniu dla działalności Grupy Kapitałowej 4fun Media S.A. po zakończeniu okresu sprawozdawczego

- 1) W dniu 2 lutego 2021 roku Zarząd 4fun Media S.A. poinformował o otrzymaniu powiadomienia dotyczącego zakupu 29 863 akcji 4fun Media S.A. złożonego przez Epicom Ltd. Zgodnie z powiadomieniem przed transakcją Epicom Ltd. posiadała 2 673 076 akcji Spółki. Po dokonaniu przedmiotowej transakcji Epicom Ltd. posiadała 2 702 939 akcji Spółki, stanowiących 63,73% kapitału zakładowego Spółki, uprawniających do 2 702 939 głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki, co stanowiło 63,76% udziału w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki.
- 2) W dniu 10 lutego 2021 roku Zarząd 4fun Media S.A. poinformował, iż tego samego dnia odbyły się Nadzwyczajne Zgromadzenia Wspólników dwóch spółek zależnych Emitenta z segmentu e-commerce: Mustache Sp. z o. o. oraz Naimprezie.pl Sp. z o. o., na których podjęto uchwały w sprawie podwyższenia kapitału zakładowego. Zgodnie z oświadczeniami złożonymi przez Zarząd 4fun Media S.A., nowo utworzone udziały w kapitałach zakładowych Mustache Sp. z o. o. oraz Naimprezie.pl Sp. z o. o. zostaną objęte przez Emitenta i pokryte przez niego wkładem pieniężnym, głównie w drodze potrącenia wzajemnych wierzytelności (tj. wkładu pieniężnego na kapitał z wierzytelnością o zwrot udzielonych pożyczek). Celem tych operacji jest oddłużenie wskazanych spółek zależnych poprzez spłatę pożyczek wraz z odsetkami, które wcześniej otrzymały od Emitenta. W przypadku Mustache Sp. z o. o. kapitał zakładowy spółki został podwyższony o kwotę 4 350 tysięcy złotych do kwoty 4 355 tysięcy złotych, poprzez utworzenie 87 000

udziałów o wartości nominalnej 50 złotych każdy. W przypadku Naimprezie.pl Sp. z o. o. kapitał zakładowy spółki został podwyższony o kwotę 1 370 tysięcy złotych do kwoty 1 570 tysięcy złotych, poprzez utworzenie 27 400 udziałów o wartości nominalnej 50,00 złotych każdy. Objęcie przez Emitenta nowo utworzonych udziałów w podwyższonym kapitale zakładowym opisanych wyżej spółek zależnych odbyło się każdorazowo za wcześniejszą zgodą Rady Nadzorczej.

- 3) W dniu 25 marca 2021 roku Zarząd 4fun Media S.A. poinformował, iż Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Spółki podjęło uchwały w sprawie ustalenia liczby członków Rady Nadzorczej na 5 osób oraz powołała na nową kadencję dotychczasowych członków Rady Nadzorczej w osobach: Dariusza Stokowskiego, Wojciecha Bieńkowskiego, Grzegorza Grygiela, Wojciecha Kliniewskiego oraz Cezarego Kubackiego.

3.4. Opis istotnych czynników ryzyka i zagrożeń z określeniem, w jakim stopniu Grupa Kapitałowa Emitenta jest na nie narażona

Ryzyko związane z utrzymywaniem się stanu pandemii COVID-19

Zarząd Emitenta wskazuje zagrożenie przedłużania się stanu pandemii jako ciągle najistotniejszego ryzyka dla działalności operacyjnej oraz wyników finansowych najbliższych kwartałów, zwłaszcza w przypadku wystąpienia tzw. kolejnych fali zachorowań i przywrócenia ograniczeń administracyjnych w prowadzeniu działalności gospodarczej. Przewidując taką sytuację, Zarząd Emitenta podejmie wszelkie działania, aby złagodzić skutki restrykcji, utrzymać szerokie portfolio klientów oraz płynność finansową na bezpiecznym poziomie. Zdaniem Zarządu Emitenta mocna pozycja rynkowa w branży cyfrowej reklamy zewnętrznej zmniejsza ryzyko trwałej utraty pozycji rynkowej oraz utraty wartości obecnie posiadanych aktywów.

Ryzyko spadku dynamiki rozwoju segmentu DOOH

Istotnym ryzykiem mogącym mieć znaczący wpływ na rozwój cyfrowej reklamy zewnętrznej, stanowiącej obecnie główne źródło przychodów Emitenta są skutki przedłużającego się stanu pandemii oraz ich wpływ na redukcję budżetów reklamowych. W przypadku reklamy zewnętrznej szczególnie dotkliwe okazywały się decyzje administracyjne dotyczące m.in. czasowego zamknięcia galerii handlowych i sklepów wielkopowierzchniowych oraz znaczącego ograniczenia w przemieszczaniu się osób. Ubocznym skutkiem tych restrykcji był m.in. gwałtowny spadek skuteczności oddziaływania reklam zewnętrznych (znajdujących się zarówno w ciągach komunikacyjnych dużych miast jak i wewnątrz galerii handlowych oraz sklepów wielkopowierzchniowych) na potencjalnych odbiorców reklam. Ta sytuacja godziła bezpośrednio w przychody właścicieli i operatorów zarządzających reklamą zewnętrzną, w tym nośnikami cyfrowymi do których zalicza się spółkę zależną Screen Network S.A. Z uwagi na ryzyko powrotu do ograniczeń administracyjnych związanych z pojawieniem się kolejnych fali zachorowań, należy uznać, iż w takim przypadku ryzyko dalszego spadku przychodów branży w najbliższych kwartałach pozostaje prawdopodobne. W tej sytuacji Zarząd Emitenta będzie minimalizować negatywne skutki tej sytuacji, m.in. ograniczając pierwotnie przewidziane inwestycje oraz redukując koszty. Nie będzie to jednak w stanie w pełni zrekompenzować niższych przychodów związanych z ograniczeniem budżetów reklamowych.

Ryzyko niepowodzenia strategii Emitenta

Powodzenie strategii Zarządu Emitenta opierającej się na utrzymywaniu pozycji na rynku cyfrowej reklamy zewnętrznej (DOOH), zależy w dużej mierze od właściwego zrozumienia preferencji i upodobań reklamodawców. Równie istotnym – a niezależnym od Emitenta - czynnikiem mogącym mieć istotny wpływ na powodzenie strategii Spółki w ciągu najbliższych kwartałów może mieć ryzyko związane z nasileniem wpływu pandemii koronawirusa COVID-19 na swobodę prowadzenia działalności gospodarczej.

W związku z tym, Zarząd Emitenta nie może zapewnić, że:

- nawrót ewentualnych restrykcji administracyjnych nie spowoduje kolejnego zamrożenia budżetów reklamowych i marketingowych na polskim rynku;
- dotarcie z produktami i usługami przez media cyfrowe nie okaże się znacząco niższe od prognozowanego.

W przypadku wystąpienia któregokolwiek z wyżej wymienionych czynników, mogących mieć negatywny wpływ na wyniki finansowe osiągnięte przez Emitenta oraz jej wartość rynkową, Zarząd zmodyfikuje odpowiednio strategię i dokona niezbędnej korekty przyjętych założeń w taki sposób, który zapewni osiągnięcie zakładanych celów strategicznych. Zarząd Spółki posiada różne scenariusze dalszego rozwoju Emitenta, przygotowane w kilku wariantach uzależnionych od realnych skutków pandemii, zarówno dla Spółki, rynku na którym działa jak i całej gospodarki.

Ryzyko związane z utratą kluczowych klientów Emitenta

Działalność Emitenta pociąga za sobą ryzyko utraty kluczowych klientów, dla których realizowane są usługi. Powodem utraty klientów może być zarówno wygaśnięcie terminu na jaki umowa została zawarta, jednostronna decyzja wynikająca z nierealizowania usług zgodnie z warunkami umowy bądź wystąpienie istotnych opóźnień w płatnościach za wykonaną usługę. Zarząd Emitenta starał się do tej pory ograniczać ryzyko utraty kluczowych klientów. Biorąc pod uwagę obecne okoliczności, na których dalszy rozwój Zarząd Emitenta ma ograniczony wpływ, zwłaszcza w sytuacji potencjalnego zamrożenia aktywności wielu branży gospodarki, utrata niektórych klientów z powodu zaistnienia nadzwyczajnych okoliczności jest ryzykiem, które należy uznać za wysoce prawdopodobne.

Ryzyko wzrostu konkurencji

Wielkość przychodów reklamowych Emitenta zależy w dużym stopniu od dalszego rozwoju rynku cyfrowej reklamy zewnętrznej DOOH. Dynamiczny rozwój konkurencji na tym rynku, może doprowadzić do zmniejszenia budżetów przeznaczonych do wykorzystania w ramach posiadanych nośników cyfrowych (w przypadku DOOH). Agresywna polityka cenowa, w szczególności dużych graczy na rynku, może zmniejszyć ilość globalnych budżetów możliwych do wykorzystania przez spółki zależne Emitenta. Opisane ryzyko może wystąpić w większej niż dotychczas skali w związku z przedłużającym się stanem zagrożenia epidemicznego COVID-19 oraz nałożeniem ograniczeń administracyjnych, których jednym ze skutków ubocznych było ograniczenie budżetów reklamowych i marketingowych także w 2021 roku, a w konsekwencji znaczące obniżenie wartości rynku reklamowego w Polsce, stanowiącego główne źródło przychodów Emitenta.

Ryzyko związane z odejściem wykwalifikowanych pracowników

Część działań operacyjnych Emitenta wykonywanych jest przez osoby, których nagłe odejście lub przymusowa absencja mogłoby utrudnić lub uniemożliwić zrealizowanie założonych celów strategicznych. Ma to szczególne znaczenie w obecnej sytuacji gospodarczej i niepewności tego co może się wydarzyć w kolejnych kwartałach.

Dotyczy to w szczególności kadry zarządzającej - sukces jest w znacznej mierze uzależniony od pracy osób zajmujących stanowiska kierownicze w organizacji. Ich odejście mogłoby negatywnie wpłynąć na osiągnięte przychody, zawartość programową, jakość oferowanych usług i w konsekwencji na wynik finansowy,

Emitent realizuje długoterminową politykę zarządzania kadrą na kluczowych, z punktu widzenia działalności operacyjnej, stanowiskach oraz systematycznego podnoszenia jej kwalifikacji zawodowych. Jest ona ukierunkowana na indywidualny rozwój poszczególnych pracowników oraz utrzymywania odpowiedniej motywacji, która minimalizuje ryzyko ich odejścia. Działania te nabierają szczególnego znaczenia w obecnych czasach, biorąc pod uwagę skutki gospodarcze wystąpienia koronawirusa COVID-19.

Ryzyko techniczne związane z awarią technologii digital signage (DOOH)

Najbardziej wartościowym aktywem Emitenta jest segment cyfrowej reklamy zewnętrznej. Dzięki posiadanym aktywom, na które składają się największa w Polsce sieć nośników ekranowych zarządzanych przez spółkę zależną Screen Network S.A. oraz platforma Screen Network Manager czyli zintegrowany system informatyczny umożliwiający realizację kampanii w czasie rzeczywistym, zachowana jest pełna kontrola nad realizowanymi kampaniami, przepływem danych oraz elastycznym, indywidualnym dopasowaniem komunikatów do zmieniających się warunków zewnętrznych lub wymagań reklamodawcy. Spółka posiada odpowiednie zabezpieczenia techniczne, które w razie awarii systemu głównego (Screen Network Manager) utrzymują jego funkcjonalności i umożliwiają realizację kampanii w trybie awaryjnym aż do momentu usunięcia usterek. Aby

zminimalizować skutki ewentualnej awarii, Screen Network S.A. posiada zarchiwizowane kopie całego oprogramowania serwerowego oraz bazy danych.

Ryzyko naruszenia przepisów związanych z ochroną danych osobowych

Specyfika działalności Emitenta związana z realizacją projektów z wykorzystaniem danych osobowych stwarza potencjalne ryzyko, iż osoby trzecie mogą wystąpić z pozwem dotyczącym naruszenia przepisów o ochronie danych osobowych. Związane z tym postępowanie sądowe może być kosztowne i absorbujące dla osób zarządzających. Spółka posiada świadomość potencjalnego ryzyka w tym obszarze i stara się go minimalizować. Przykłada ogromną wagę do bezpieczeństwa baz danych, które wykorzystuje w realizowanych projektach. Dlatego w strukturze Emitenta funkcjonują stosowne instrukcje dotyczące sposobu zarządzania systemem informatycznym służącym do przetwarzania danych osobowych oraz postępowania w sytuacji naruszenia danych osobowych. Treść powyższych instrukcji jest w pełni zgodna z zapisami Ustawy o Ochronie Danych Osobowych i RODO.

Ryzyko związane z otoczeniem rynkowym, czynnikami ekonomicznymi i politycznymi w Polsce

Na wysokość generowanych przychodów przez Emitenta, podobnie jak na inne podmioty prowadzące działalność gospodarczą na terenie Rzeczypospolitej Polskiej, wpływ mają czynniki takie jak: poziom PKB i zamożności społeczeństwa, inflacja, podatki, zmiany ustawodawstwa, stopy procentowe, kursy walut. Niekorzystny trend kształtowania się tych czynników gospodarczych może negatywnie wpływać na działalność Emitenta, w tym na poziom przychodów uzyskiwanych z reklam w związku z pogorszeniem warunków prowadzenia działalności gospodarczej. Emitent na bieżąco obserwuje zmiany otoczenia makroekonomicznego starając się wprowadzać stosowne modyfikacje do realizowanej strategii rozwoju. Wystąpienie wyżej wskazanych czynników o zasięgu krajowym lub globalnym, na które Emitent nie ma wpływu, nabiera szczególnego znaczenia, w związku z przedłużającym się stanem pandemii oraz skutkami jakie niesie to dla polskiej gospodarki.

3.5. Oświadczenie o stosowaniu ładu korporacyjnego przez 4fun Media S.A.

Zasady ładu korporacyjnego, którym podlega Spółka

W 2020 roku 4fun Media S.A. podlegała zbiorowi zasad ładu korporacyjnego określonym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. w dokumencie „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2016” („Dobre Praktyki 2016”) będącym załącznikiem do uchwały nr 26/1413/2015 Rady Nadzorczej Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. w dniu 13 października 2015 roku. Dokument Dobrych Praktyk 2016 dostępny jest publicznie w sieci Internet, na stronie internetowej Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. (<https://www.gpw.pl/dobre-praktyki>) oraz na korporacyjnej stronie internetowej 4fun Media S.A., w sekcji przeznaczonej dla akcjonariuszy Spółki.

Stosowanie zasad ładu korporacyjnego

W związku z wejściem w życie z dniem 1 stycznia 2016 r. zbioru Dobrych Praktyk 2016 Zarząd Spółki przyjął do stosowania rekomendacje i zasady określone ww. dokumencie, z wyjątkiem 2 rekomendacji zawartych w punktach IV.R.2., VI.R.3. oraz 5 zasad szczegółowych określonych w punktach I.Z.1.16., I.Z.1.20., IV.Z.2., VI.Z.2. oraz VI.Z.4.

Na podstawie § 29 ust. 3 Regulaminu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A., w dniu 31 maja 2016 roku Spółka przekazała do publicznej wiadomości za pośrednictwem systemu Elektronicznej Bazy Informacji raport nr 1/2016 dotyczący niestosowania szczegółowych zasad zawartych w zbiorze Dobre Praktyki 2016. Równocześnie Spółka zamieściła na swojej stronie internetowej, zgodnie z wymogami zasady I.Z.1.13., informację na temat stanu stosowania przez Spółkę rekomendacji i zasad zawartych w Dobrych Praktykach 2016.

Spółka nie przyjęła do stosowania, lub stosuje w niepełnym zakresie wymienione poniżej rekomendacje i szczegółowe zasady zawarte w Dobrych Praktykach 2016:

- Rekomendacji IV.R.2. dotyczącej umożliwienia akcjonariuszom udziału w walnym zgromadzeniu przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej, w szczególności poprzez – transmisję obrad walnego

zgromadzenia w czasie rzeczywistym, – dwustronną komunikację w czasie rzeczywistym, w ramach której akcjonariusze mogą wypowiadać się w toku obrad walnego zgromadzenia, przebywając w miejscu innym niż miejsce obrad walnego zgromadzenia, – wykonywanie, osobiście lub przez pełnomocnika, prawa głosu w toku walnego zgromadzenia.

Zarząd priorytetowo traktuje kwestie zapewnienia sprawnego przebiegu obrad walnego zgromadzenia oraz prawidłowości podejmowania uchwał przez walne zgromadzenie. Spółka dokonała oceny zasadności stosowania tej rekomendacji w kontekście struktury jej akcjonariatu i dotychczasowego udziału akcjonariuszy w walnych zgromadzeniach Spółki i uznała, iż akcjonariusze Spółki nie byłoby zainteresowani udziałem w walnych zgromadzeniach przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej, a koszty zastosowania tego rodzaju technologii byłyby kosztowne dla Spółki. Słuszność przyjętego stanowiska potwierdza fakt, że inwestorzy dotychczas nie zgłaszali Spółce zainteresowania czy potrzeby organizacji walnych zgromadzeń w tej formie. Wobec powyższego Zarząd zdecydował, że Spółka nie będzie stosowała w sposób trwały przedmiotowej rekomendacji.

- Rekomendacji VI.R.3., stanowiącej, że jeżeli w radzie nadzorczej funkcjonuje komitet do spraw wynagrodzeń, w zakresie jego funkcjonowania ma zastosowanie zasada II.Z.7.

Spółka posiada politykę wynagrodzeń Członków Zarządu i Rady Nadzorczej, która została uchwalona przez Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Spółki w dniu 30 lipca 2020 roku, jednak nie przewiduje ona powołania – w ramach Rady Nadzorczej – komitetu do spraw wynagrodzeń.

- Zasady I.Z.1.16 dotyczącej informacji na temat planowanej transmisji obrad walnego zgromadzenia – nie później niż w terminie 7 dni przed datą walnego zgromadzenia.

Wyjaśnienie nie stosowania tej zasady zawarte jest w wyjaśnieniu nie stosowania Rekomendacji IV.R.2.

- Zasady I.Z.1.20 dotyczącej zapisu przebiegu obrad walnego zgromadzenia w formie audio lub video.

Wyjaśnienie nie stosowania tej zasady zawarte jest w wyjaśnieniu nie stosowania Rekomendacji IV.R.2.

- Zasady IV.Z.2 dotyczącej zapewnienia powszechnie dostępnej transmisji obrad walnego zgromadzenia w czasie rzeczywistym.

Wyjaśnienie nie stosowania tej zasady zawarte jest w wyjaśnieniu nie stosowania Rekomendacji IV.R.2.

- Zasady VI.Z.4. dotyczącej przekazywania informacji na temat polityki wynagrodzeń.

Spółka posiada politykę wynagrodzeń Członków Zarządu i Rady Nadzorczej, która została uchwalona przez Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Spółki w dniu 30 lipca 2020 roku. Zgodnie z treścią polityki wynagrodzeń, Rada Nadzorcza Spółki sporządza sprawozdanie dotyczące przestrzegania polityki wynagrodzeń za każdy rok obrotowy (przy czym pierwsze sporządzone jest łącznie za lata obrotowe 2019 i 2020) w terminie umożliwiającym zawarcie w porządku obrad Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy punktu obejmującego wyrażenie opinii na temat sprawozdania oraz poddanie sprawozdania ocenie biegłego rewidenta. Polityka wynagrodzeń obowiązująca w Spółce nie przewiduje natomiast sporządzania odrębnego raportu na temat polityki wynagrodzeń i zamieszczania go w sprawozdaniu z działalności Spółki za dany rok obrotowy. Niemniej, roczne sprawozdanie z działalności Spółki zawiera szczegółową informację na temat wynagrodzenia poszczególnych Członków Zarządu i Rady Nadzorczej z tytułu sprawowanych przez nich funkcji za dany rok obrotowy oraz rok go poprzedzający.

Opis głównych cech stosowanych systemów kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem w odniesieniu do procesu sporządzania sprawozdań finansowych i skonsolidowanych sprawozdań finansowych

W Spółce działa system kontroli wewnętrznej, który przyczynia się do zapewnienia skuteczności i efektywności działania, wiarygodności sprawozdawczości finansowej oraz zgodności z obowiązującymi przepisami prawa i innymi regulacjami. System kontroli wewnętrznej i zarządzanie ryzykiem ma zapewnić Spółce realizację celów w obszarze

efektywności i wydajności operacyjnej, wiarygodności sprawozdawczości finansowej oraz zgodności działań z przepisami prawa. Z uwagi na rozmiar organizacji w chwili obecnej nie ma wydzielonej, wyspecjalizowanej komórki organizacyjnej, dedykowanej wyłącznie do kontroli wewnętrznej. System kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem w odniesieniu do procesu sporządzania sprawozdań finansowych jest realizowany zgodnie z ustawą o rachunkowości, Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej i innymi wymogami prawnymi oraz zgodnie z obowiązującymi w Spółce procedurami sporządzania i zatwierdzania sprawozdań finansowych. Istotnym elementem tego systemu jest badanie rocznych sprawozdań finansowych jednostki dominującej przez niezależnych biegłych rewidentów. W zakresie zarządzania ryzykiem sporządzania sprawozdań, Spółka na bieżąco monitoruje zmiany w przepisach i regulacjach zewnętrznych związanych ze sporządzaniem sprawozdań oraz przygotowuje się do ich wprowadzenia, m.in. poprzez szkolenia pracowników oraz korzystanie z zewnętrznego doradztwa.

Wskazanie akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio znaczne pakiety akcji wraz ze wskazaniem liczby posiadanych przez te podmioty akcji, ich procentowego udziału w kapitale zakładowym, liczby głosów z nich wynikających i ich procentowego udziału w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu

Na dzień 31 grudnia 2020 roku

	Ilość akcji	Wartość nominalna 1 akcji	Wartość nominalna	Procent w kapitale zakładowym
EPICOM Ltd.	2 673 076	1,00	2 673 076,00	63,06%
AgioFunds TFI S.A.	278 542	1,00	278 542,00	6,57%
Pozostali Akcjonariusze	1 287 344	1,00	1 287 344,00	30,37%
Razem	4 238 962		4 238 962,00	100,00%

Na dzień 30 kwietnia 2021 roku

	Ilość akcji	Wartość nominalna 1 akcji	Wartość nominalna	Procent w kapitale zakładowym
EPICOM Ltd.	2 453 376	1,00	2 702 939,00	63,76%
AgioFunds TFI S.A.	278 542	1,00	278 542,00	6,57%
Pozostali Akcjonariusze	1 507 044	1,00	1 257 481,00	29,67%
Razem	4 238 962		4 238 962,00	100,00%

Wskazanie posiadaczy wszelkich papierów wartościowych, które dają specjalne uprawnienia kontrolne, wraz z opisem tych uprawnień

W Spółce nie występują papiery wartościowe, które dają specjalne uprawnienia kontrolne.

Wskazanie wszelkich ograniczeń odnośnie do wykonywania prawa głosu, takich jak ograniczenie wykonywania prawa głosu przez posiadaczy określonej części lub liczby głosów, ograniczenia czasowe dotyczące wykonywania prawa głosu lub zapisy, zgodnie z którymi, przy współpracy spółki, prawa kapitałowe związane z papierami wartościowymi są oddzielone od posiadania papierów wartościowych

W Spółce nie występują żadne ograniczenia odnośnie do wykonywania prawa głosu.

Wskazanie wszelkich ograniczeń dotyczących przenoszenia prawa własności papierów wartościowych emitenta

W Spółce nie występują żadne ograniczenia dotyczące przenoszenia prawa własności papierów wartościowych.

Opis zasad dotyczących powoływania i odwoływania osób zarządzających oraz ich uprawnień, w szczególności prawo do podjęcia decyzji o emisji lub wykupie akcji

Zasady dotyczące powoływania oraz odwoływania osób zarządzających reguluje Statut Spółki. Zgodnie z brzmieniem §20 ust. 1, Rada Nadzorcza składa się z 5 (pięciu) do 7 (siedmiu) członków powoływanych i odwoływanych przez Walne Zgromadzenie. Liczbę członków Rady Nadzorczej ustala Walne Zgromadzenie. §12 ust. 1 Statutu Spółki stanowi, że Zarząd składa się z 1 (jednego) do 5 (pięciu) członków powoływanych i odwoływanych przez Radę Nadzorczą. Rada Nadzorcza może powołać Prezesa lub Wiceprezesa Zarządu. Liczbę członków Zarządu ustala Rada Nadzorcza.

Opis zasad zmiany statutu lub umowy spółki emitenta

Zasady zmiany Statutu zostały uregulowane w Statucie 4fun Media S.A. Uchwały dotyczące zmiany Statutu, jak również emisji obligacji zamiennych i obligacji z prawem pierwszeństwa objęcia akcji, umorzenia akcji, podwyższenia i obniżenia kapitału zakładowego, zbycia lub wydzierżawienia przedsiębiorstwa albo jego zorganizowanej części, rozwiązania Spółki - zapadają większością $\frac{3}{4}$ (trzech czwartych) głosów.

Sposób działania walnego zgromadzenia i jego zasadnicze uprawnienia oraz opis praw akcjonariuszy i sposobu ich wykonywania, w szczególności zasady wynikające z regulaminu walnego zgromadzenia, jeżeli taki regulamin został uchwalony, o ile informacje w tym zakresie nie wynikają wprost z przepisów prawa

Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy 4fun Media S.A. działa w oparciu o przepisy Kodeksu Spółek Handlowych oraz Statutu Spółki. Statut Spółki przewiduje uchwalenie przez WZA Regulaminu Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy, określającego zasady jego funkcjonowania. O ile przepisy Kodeksu Spółek Handlowych lub Statutu nie stanowią inaczej, uchwały WZA podejmowane są bezwzględną większością głosów oddanych, przy czym głosy wstrzymujące się są traktowane jak głosy oddane. Walne Zgromadzenie 4fun Media S.A. może obradować w Spółce, jako zwyczajne lub nadzwyczajne. Zwyczajne Walne Zgromadzenie powinno być zwołane przez Zarząd w terminie 6 (sześciu) miesięcy po upływie każdego roku obrotowego. Jeżeli Zarząd nie zwoła Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia w powyższym terminie, Zwyczajne Walne Zgromadzenie może zostać zwołane przez Radę Nadzorczą. Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie zwołuje Zarząd. Rada Nadzorcza ma prawo zwołać Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie, jeżeli uzna to za stosowne, a Zarząd w terminie 14 (czternastu) dni od złożenia stosownego żądania przez Radę Nadzorczą nie zwołał Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia. Akcjonariusze lub Akcjonariusz reprezentujący co najmniej jedną dziesiątą kapitału zakładowego mogą żądać zwołania Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia, jak również umieszczenia poszczególnych spraw w porządku obrad najbliższego Walnego Zgromadzenia. Porządek obrad ustala podmiot zwołujący Walne Zgromadzenie.

Walne Zgromadzenia odbywają się w siedzibie 4fun Media S.A. Walne Zgromadzenie otwiera Przewodniczący Rady Nadzorczej lub inna osoba przez niego wskazana. W razie nieobecności tych osób, Walne Zgromadzenie otwiera Prezes Zarządu albo osoba wyznaczona przez Zarząd. Przewodniczącego Walnego Zgromadzenia wybiera się spośród osób uprawnionych do uczestniczenia w Walnym Zgromadzeniu. W przypadku, gdy Walne Zgromadzenie zwołane zostało przez Akcjonariuszy upoważnionych do tego przez sąd rejestrowy, Przewodniczącym Walnego Zgromadzenia jest osoba wyznaczona przez sąd rejestrowy. Jeżeli przepisy Kodeksu spółek handlowych nie stanowią inaczej, Walne Zgromadzenie jest ważne bez względu na liczbę reprezentowanych na nim akcji. Uchwały Walnego Zgromadzenia zapadają bezwzględną większością głosów, chyba że przepisy Kodeksu Spółek Handlowych lub Statutu przewidują warunki surowsze. Uchwały dotyczące emisji obligacji zamiennych i obligacji z prawem pierwszeństwa objęcia akcji, zmiany Statutu, umorzenia akcji, podwyższenia i obniżenia kapitału zakładowego, zbycia lub wydzierżawienia przedsiębiorstwa albo jego zorganizowanej części, rozwiązania Spółki - zapadają większością $\frac{3}{4}$ (trzech czwartych) głosów.

Uchwała o zaniechaniu rozpatrywania sprawy umieszczonej w porządku obrad może zapaść jedynie w przypadku, gdy przemawiają za nią istotne powody. Wniosek w takiej sprawie powinien zostać szczegółowo umotywowany. Zdjęcie uchwały z porządku obrad na wniosek Akcjonariuszy wymaga podjęcia uchwały Walnego Zgromadzenia, po uprzednio wyrażonej zgodzie przez wszystkich obecnych Akcjonariuszy, którzy zgłosili taki wniosek, popartej większością $\frac{3}{4}$ (trzech czwartych) głosów.

Uchwały Walnego Zgromadzenia, poza sprawami wymienionymi w Kodeksie Spółek Handlowych oraz Statucie Spółki, wymagają następujące sprawy:

- 1) powoływanie i odwoływanie Członków Rady Nadzorczej,
- 2) ustalanie liczby członków Rady Nadzorczej,
- 3) ustalanie zasad wynagradzania oraz wysokości wynagrodzenia członków Rady Nadzorczej,
- 4) tworzenie i znoszenie kapitałów rezerwowych.

Akcjonariusz lub Akcjonariusze reprezentujący co najmniej jedną dziesiątą kapitału zakładowego mogą żądać zwołania Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia, jak również umieszczenia poszczególnych spraw w porządku obrad najbliższego Walnego Zgromadzenia. Żądanie takie powinno zostać złożone na piśmie na ręce Zarządu.

Opis działania organów zarządzających oraz nadzorujących wraz ze wskazaniem składu osobowego tych organów i zmian, które zaszły w ciągu ostatniego roku obrotowego.

Zasady działania Zarządu oraz Rady Nadzorczej Spółki 4fun Media S.A. są – poza przepisami powszechnie obowiązującymi – regulowane przez Statut Spółki, a także odpowiednio przez Regulamin Rady Nadzorczej oraz Regulamin Zarządu dostępnymi na stronie internetowej Spółki. Na funkcjonowanie organów zarządzających i nadzorczych Spółki wpływ mają również zasady ładu korporacyjnego wynikające z Dobrych Praktyk 2016.

Zarząd 4fun Media S.A.

W okresie od dnia 1 stycznia do dnia 31 grudnia 2020 roku, Zarząd działał w składzie:

1. Aneta Parafiniuk- Członek Zarządu,
2. Tomasz Misiak – Członek Zarządu.

W roku 2020 nie było zmian w składzie Zarządu 4fun Media S.A.

Rada Nadzorcza 4fun Media S.A.

W okresie od dnia 1 stycznia do dnia 31 grudnia 2020 roku, Rada Nadzorcza działała w składzie:

Dariusz Stokowski	-	Przewodniczący Rady Nadzorczej
Grzegorz Grygiel	-	Członek Rady Nadzorczej
Wojciech Bieńkowski	-	Członek Rady Nadzorczej
Cezary Kubacki	-	Członek Rady Nadzorczej
Wojciech Kliniewski	-	Członek Rady Nadzorczej

W roku 2020 nie było zmian w składzie Rady Nadzorczej 4fun Media S.A.

Informacja na temat komitetu audytu w 4fun Media S.A.

W roku 2020 w Spółce funkcję komitetu audytu pełniła Rada Nadzorcza Spółki, co jest dopuszczalne zgodnie art. 128 ust. 4 z ustawy o biegłych rewidentach, firmach audytorskich oraz nadzorze publicznym z dnia 11 maja 2017

roku (Dz. U. z 2017 r., poz. 1089.) (dalej zwanej „**Ustawą o biegłych**”). Spółka spełnia kryteria określone w art. 128 ust. 4 pkt 4 Ustawy o biegłych, co pozwoliło powierzyć Radzie Nadzorczej Spółki pełnienie funkcji komitetu audytu.

Grzegorz Grygiel, Wojciech Kliniewski oraz Cezary Kubacki spełniali kryteria niezależności określone w art. 129 ust. 3 Ustawy o biegłych.

Grzegorz Grygiel posiada wiedzę i umiejętności w zakresie rachunkowości oraz badania sprawozdań finansowych wymaganą w odniesieniu do co najmniej jednego członka komitetu audytu zgodnie z art. 129 ust. 1 Ustawy o biegłych. Grzegorz Grygiel jest absolwentem Ecole Superieure de Commerce Specjalizacja Finanse i Zarządzanie oraz Executive MBA w Lincoln International Business School w Paryżu. Posiada doświadczenie zawodowe w obszarach: doradztwo finansowe, audyt, M&A, które zdobywał jako konsultant międzynarodowych firm doradczych (Guerard Viala i Ernst&Young) oraz w zarządzaniu finansami na stanowisku CFO międzynarodowych grup i spółek kapitałowych (m.in. Group Azur, Falck A/S, PSA Citroen Polska, Siódemka S.A, Grupa Arteria S.A) oraz współpracując z instytucjami rynku kapitałowego i funduszami Private Equity (WS Capital, Vinci Capital). Jest obecnie Przewodniczącym Rady Nadzorczej Arteria S.A gdzie w latach 2007 – 2012 pełnił funkcję Członka Zarządu/Dyrektora Finansowego oraz Prezesem Zarządu BLUE S.A.

4AUDYT Sp. z o. o., tj. firma audytorska dokonująca badania sprawozdania finansowego oraz skonsolidowanego sprawozdania finansowego Spółki za 2020 rok nie świadczyła na rzecz Spółki 4fun Media S.A. żadnych innych usług niż przeprowadzenie badania i przeglądu sprawozdań finansowych za rok 2020.

W Spółce obowiązuje polityka wyboru firmy audytorskiej do przeprowadzania badania przez 4fun Media S.A. oraz polityka świadczenia przez firmę audytorską przeprowadzającą badanie, przez podmioty powiązane z tą firmą audytorską oraz przez członka sieci firmy audytorskiej dozwolonych usług niebędących badaniem na rzecz 4fun Media S.A.

W procesie wyboru firmy audytorskiej do przeprowadzenia badania sprawozdania finansowego Spółki organy Spółki kierują się dbałością o przestrzeganie polskich i unijnych regulacji prawnych oraz wytycznych i wyjaśnień właściwych organów nadzoru obowiązujących JZP, mających na celu:

- 1) eliminację ryzyka naruszenia niezależności i uchybienia zasadzie sceptycyzmu zawodowego ze strony firmy audytorskiej lub biegłego rewidenta,
- 2) wzmocnienie niezależności i obiektywizmu firm audytorskich i biegłych rewidentów,
- 3) zapewnienie odpowiedniej jakości badań ustawowych poprzez podwyższenie standardów raportowania z badania.

Dokonując wyboru firmy audytorskiej do przeprowadzenia badania sprawozdania finansowego Spółki, organy Spółki biorą pod uwagę w szczególności następujące czynniki:

- 1) wiedzę, doświadczenie i kompetencje zawodowe oraz reputację firmy audytorskiej i biegłego rewidenta,
- 2) dbałość firmy audytorskiej i biegłego rewidenta o przestrzeganie regulacji prawnych i zasad etyki zawodowej, w tym zachowanie uczciwości, obiektywizmu, zawodowego sceptycyzmu i należytej staranności,
- 3) środki przedsięwzięte przez firmę audytorską i biegłego rewidenta celem przestrzegania tajemnicy zawodowej,
- 4) gotowość firmy audytorskiej i członków zespołu, który ma wykonywać badanie do złożenia, przed przystąpieniem do badania oraz po jego zakończeniu, oświadczenia o spełnianiu wymogów niezależności, o których mowa w art. 69-73 Ustawy o Biegłych,
- 5) złożenie oświadczenia przez firmę audytorską i biegłego rewidenta wobec Spółki, że nie podejmą się przeprowadzenia badania, jeżeli istnieje zagrożenie wystąpienia autokontroli, czerpania korzyści własnych, promowania interesów Spółki, zażyłości lub zastraszenia spowodowanych stosunkiem finansowym, osobistym, gospodarczym, zatrudnienia lub innym między Spółką a kluczowym biegłym rewidentem, firmą audytorską, członkiem sieci, do której należy firma audytorska, lub osobą fizyczną mogącą wpłynąć na wynik badania, wskutek czego obiektywna, racjonalna i poinformowana osoba trzecia mogłaby wnioskować, że niezależność

kluczowego biegłego rewidenta lub firmy audytorskiej jest zagrożona pomimo zastosowania zabezpieczeń zmierzających do wyeliminowania lub zredukowania zagrożenia do akceptowalnego poziomu,

- 6) kwestię dysponowania przez firmę audytorską kompetentnymi pracownikami, czasem i innymi zasobami umożliwiającymi odpowiednie przeprowadzenie badania,
- 7) wykazanie przez firmę audytorską, że osoba wyznaczona jako kluczowy biegły rewident posiada uprawnienia do przeprowadzania obowiązkowych badań sprawozdań finansowych uzyskane w Polsce, w tym czy została wpisana do odpowiednich rejestrów biegłych rewidentów w Polsce,
- 8) możliwość zapewnienia (w razie zgłoszenia takiej potrzeby przez Radę Nadzorczą Spółki) udziału kluczowego biegłego rewidenta przeprowadzającego badanie lub przegląd sprawozdania finansowego na posiedzeniach Rady Nadzorczej Spółki podsumowujących okres, którego dotyczyło badanie lub przegląd, z zastrzeżeniem, że dopuszcza się udział kluczowego biegłego rewidenta w posiedzeniu Rady Nadzorczej Spółki przy wykorzystaniu środków bezpośredniego porozumiewania się na odległość, w szczególności przy użyciu środków łączności telefonicznej, audiowizualnej i elektronicznej,
- 9) wysokość proponowanego wynagrodzenia za przeprowadzenie badania sprawozdania finansowego oraz warunki płatności wynagrodzenia na rzecz firmy audytorskiej i biegłego rewidenta oraz warunki pokrycia ich kosztów.

W procesie wyboru firmy audytorskiej do przeprowadzania badania oraz samego badania sprawozdania finansowego Spółka przestrzega regulacji, których naruszenie skutkuje nieważnością badania ustawowego Spółki, w szczególności zaś następujących unormowań:

- 1) art. 69 ust. 6, 7 i 9, art. 72 ust. 2 Ustawy o Biegłych – odnoszących się do niezależności firmy audytorskiej, kluczowego biegłego rewidenta oraz członków zespołu wykonyującego badanie,
- 2) art. 134 ust. 1 Ustawy o Biegłych – dotyczącego maksymalnego czasu nieprzerwanego trwania zleceń badań ustawowych, przeprowadzanych przez tę samą firmę audytorską lub firmę audytorską powiązaną z tą firmą audytorską lub jakiegokolwiek członka sieci działającej w państwach Unii Europejskiej („UE”), do której należą te firmy audytorskie, który nie może przekraczać 5 (pięciu) lat,
- 3) art. 136 Ustawy o Biegłych – dotyczącego katalogu usług zabronionych, jakich biegły rewident lub firma audytorska przeprowadzający ustawowe badania jednostki zainteresowania publicznego („JZP”) ani żaden z członków sieci, do której należy biegły rewident lub firma audytorska, nie mogą świadczyć bezpośrednio ani pośrednio na rzecz badanej JZP, jej jednostki dominującej ani jednostek przez nią kontrolowanych w ramach UE,
- 4) art. 4 Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady nr 537/2014 z 16 kwietnia 2014 r. w sprawie szczegółowych wymogów dotyczących ustawowych badań sprawozdań finansowych jednostek interesu publicznego, uchylającego decyzję Komisji 2005/909/WE („Rozporządzenie 537/2014”) – dotyczącego wynagrodzenia z tytułu wykonywania badań ustawowych na rzecz JZP,
- 5) art. 5 Rozporządzenia 537/2014 – dotyczącego zakazu świadczenia usług niebędących badaniem sprawozdań finansowych przez biegłego rewidenta lub firmę audytorską przeprowadzającą ustawowe badania JZP oraz członków sieci, do której należy biegły rewident lub firma audytorska,
- 6) art. 17 ust. 3 Rozporządzenia 537/2014 – w myśl którego po upływie maksymalnych okresów trwania zlecenia biegły rewident, firma audytorska ani, w stosownych przypadkach, żaden z członków ich sieci działających w ramach UE nie podejmują badania ustawowego tej samej JZP w okresie kolejnych 4 (czterech) lat.

W procesie świadczenia przez firmę audytorską przeprowadzającą badanie, przez podmioty powiązane z tą firmą audytorską oraz przez członka sieci firmy audytorskiej dozwolonych usług niebędących badaniem na rzecz Spółki, organy Spółki kierują się dbałością o przestrzeganie polskich i unijnych regulacji prawnych oraz wytycznych i wyjaśnień właściwych organów nadzoru obowiązujących JZP, mających na celu:

- 1) eliminację ryzyka naruszenia niezależności i uchybienia zasadzie sceptycyzmu zawodowego ze strony firmy audytorskiej lub biegłego rewidenta,

2) poprawę jakości badań ustawowych poprzez podwyższenie standardów raportowania z badania.

Z zastrzeżeniem określonych wyjątków Spółka przestrzega zakazu świadczenia na jej rzecz przez firmę audytorską przeprowadzającą badanie, przez podmioty powiązane z tą firmą audytorską oraz przez członka sieci firmy audytorskiej usług niebędących badaniem sprawozdań finansowych.

Biegły rewident lub firma audytorska przeprowadzający ustawowe badania Spółki ani żaden z członków sieci, do której należy biegły rewident lub firma audytorska, nie świadczą bezpośrednio ani pośrednio na rzecz Spółki, jej jednostki dominującej ani jednostek przez nią kontrolowanych w ramach UE, żadnych zabronionych usług niebędących badaniem sprawozdań finansowych w następujących okresach:

- 1) w okresie od rozpoczęcia badanego okresu do wydania sprawozdania z badania, oraz
- 2) w roku obrotowym bezpośrednio poprzedzającym okres, o którym mowa w pkt 1) powyżej w odniesieniu do usług prawnych obejmujących:
 - a) udzielanie ogólnych porad prawnych,
 - b) negocjowanie w imieniu Spółki, oraz
 - c) występowanie w charakterze rzecznika w ramach rozstrzygnięcia sporu.

Zabronione usługi niebędące badaniem sprawozdań finansowych obejmują:

- 1) usługi podatkowe dotyczące:
 - a) przygotowywania formularzy podatkowych,
 - b) podatków od wynagrodzeń,
 - c) zobowiązań celnych,
 - d) identyfikacji dotacji publicznych i zachęt podatkowych, chyba że wsparcie biegłego rewidenta lub firmy audytorskiej w odniesieniu do takich usług jest wymagane prawem,
 - e) wsparcia dotyczącego kontroli podatkowych prowadzonych przez organy podatkowe, chyba że wsparcie biegłego rewidenta lub firmy audytorskiej w odniesieniu do takich kontroli jest wymagane prawem,
 - f) obliczania podatku bezpośredniego i pośredniego oraz odroczonego podatku dochodowego,
 - g) świadczenia doradztwa podatkowego,
- 2) usługi obejmujące jakikolwiek udział w zarządzaniu lub w procesie decyzyjnym Spółki,
- 3) prowadzenie księgowości oraz sporządzanie dokumentacji księgowej i sprawozdań finansowych,
- 4) usługi w zakresie wynagrodzeń,
- 5) opracowywanie i wdrażanie procedur kontroli wewnętrznej lub procedur zarządzania ryzykiem związanych z przygotowaniem lub kontrolowaniem informacji finansowych lub opracowywanie i wdrażanie technologicznych systemów dotyczących informacji finansowej,
- 6) usługi w zakresie wyceny, w tym wyceny dokonywane w związku z usługami aktuarialnymi lub usługami wsparcia w zakresie rozwiązywania sporów prawnych,
- 7) usługi prawne obejmujące:
 - a) udzielanie ogólnych porad prawnych,
 - b) negocjowanie w imieniu Spółki, oraz
 - c) występowanie w charakterze rzecznika w ramach rozstrzygnięcia sporu,
- 8) usługi związane z funkcją audytu wewnętrznego Spółki,
- 9) usługi związane z finansowaniem, strukturą kapitałową i alokacją kapitału oraz strategią inwestycyjną klienta, na rzecz którego wykonywane jest badanie, z wyjątkiem świadczenia usług atestacyjnych w związku ze sprawozdaniami finansowymi, takich jak wydawanie listów poświadczających w związku z prospektami emisyjnymi Spółki,

- 10) prowadzenie działań promocyjnych i prowadzenie obrotu akcjami lub udziałami Spółki na rachunek własny lub gwarantowanie emisji akcji Spółki,
- 11) usługi w zakresie zasobów ludzkich w odniesieniu do:
 - a) kadry kierowniczej mogącej wywierać znaczący wpływ na przygotowywanie dokumentacji rachunkowej lub sprawozdań finansowych podlegających badaniu ustawowemu, jeżeli takie usługi obejmują,
 - poszukiwanie lub dobór kandydatów na takie stanowiska, lub
 - przeprowadzanie kontroli referencji kandydatów na takie stanowiska,
 - b) opracowywania struktury organizacyjnej, oraz
 - c) kontroli kosztów,
- 12) inne usługi niebędące czynnościami rewizji finansowej.

Firma audytorska przeprowadzająca badanie, podmioty powiązane z tą firmą audytorską oraz członek sieci firmy audytorskiej mogą świadczyć na rzecz Spółki następujące usługi dozwolone, niebędące badaniem („Usługi Dozwolone”):

- 1) usługi:
 - a) przeprowadzania procedur należytej staranności (ang. *due diligence*) w zakresie kondycji ekonomiczno-finansowej Spółki,
 - b) wydawania listów poświadczających wykonywane w związku z prospektem emisyjnym Spółki, przeprowadzane zgodnie z krajowym standardem usług pokrewnych i polegające na przeprowadzaniu uzgodnionych procedur,
- 2) usługi atestacyjne w zakresie informacji finansowych *pro forma*, prognoz wyników lub wyników szacunkowych, zamieszczane w prospekcie emisyjnym Spółki,
- 3) badanie historycznych informacji finansowych do prospektu emisyjnego Spółki,
- 4) weryfikacja pakietów konsolidacyjnych,
- 5) potwierdzanie spełnienia warunków zawartych umów kredytowych na podstawie analizy informacji finansowych pochodzących ze zbadanych przez daną firmę audytorską sprawozdań finansowych,
- 6) usługi atestacyjne w zakresie sprawozdawczości dotyczącej ładu korporacyjnego, zarządzania ryzykiem oraz społecznej odpowiedzialności biznesu,
- 7) poświadczenia dotyczące sprawozdań lub innych informacji finansowych przeznaczonych dla Rady Nadzorczej lub Walnego Zgromadzenia, wykraczające poza zakres badania ustawowego i mające pomóc tym organom w wypełnianiu ich ustawowych obowiązków.

Świadczenie Usług Dozwolonych możliwe jest jedynie w zakresie niezwiązanym z polityką podatkową Spółki, po przeprowadzeniu przez Radę Nadzorczą oceny zagrożeń i zabezpieczeń niezależności, o której mowa w art. 69-73 Ustawy o Biegłych.

Przy dokonywaniu oceny dopuszczalności świadczenia Usług Dozwolonych, Rada Nadzorcza Spółki bada, czy w danym przypadku zostały spełnione następujące wymogi:

- 1) świadczenie Usług Dozwolonych nie ma lub ma nieistotny bezpośredni wpływ na badane sprawozdania finansowe,
- 2) oszacowanie wpływu świadczenia Usług Dozwolonych na badane sprawozdania finansowe zostanie wszechstronnie udokumentowane i wyjaśnione w dodatkowym sprawozdaniu dla Komitetu Audytu, o którym mowa w art. 11 Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady nr 537/2014 z 16 kwietnia 2014 r. w sprawie szczegółowych wymogów dotyczących ustawowych badań sprawozdań finansowych jednostek interesu publicznego, uchylającego decyzję Komisji 2005/909/WE,
- 3) biegły rewident lub firma audytorska przestrzegają zasad niezależności ustanowionych w odnośnych

regulacjach prawa polskiego i unijnego,

4) świadczenie Usług Dozwolonych jest zgodne z interesem Spółki.

W przypadku, gdy biegły rewident lub firma audytorska świadczą przez okres co najmniej 3 (trzech) kolejnych lat obrotowych na rzecz Spółki Usługi Dozwolone, całkowite wynagrodzenie z tytułu takich usług jest ograniczone do najwyżej 70% (siedemdziesiąt procent) średniego wynagrodzenia płaconego w trzech kolejnych ostatnich latach obrotowych z tytułu badania ustawowego (badań ustawowych) Spółki jako badanej jednostki oraz, w stosownych przypadkach, jej jednostki dominującej, jednostek przez nią kontrolowanych oraz skonsolidowanych sprawozdań finansowych tej grupy przedsiębiorstw.

W przypadku gdy całkowite wynagrodzenie otrzymane od Spółki za każde z trzech ostatnich kolejnych lat obrotowych wynosi ponad 15% (piętnaście procent) całkowitego wynagrodzenia uzyskanego przez biegłego rewidenta lub firmę audytorską, lub w stosownych przypadkach przez biegłego rewidenta grupy, przeprowadzających badanie ustawowe w każdym z tych lat obrotowych, dany biegły rewident lub dana firma audytorska, lub w stosownych przypadkach biegły rewident grupy, ujawniają ten fakt Radzie Nadzorczej Spółki i omawiają z nim zagrożenia dla ich niezależności oraz zabezpieczenia zastosowane dla ograniczenia tych zagrożeń. Rada Nadzorcza Spółki rozważa, czy zlecenie badania powinno zostać poddane kontroli zapewnienia jakości przez innego biegłego rewidenta lub firmę audytorską przed wydaniem sprawozdania z badania.

W przypadku gdy wynagrodzenie otrzymane od Spółki nadal przekracza 15% (piętnaście) całkowitych wynagrodzeń otrzymanych przez takiego biegłego rewidenta lub takiej firmy audytorskiej lub, w stosownych przypadkach, biegłego rewidenta grupy, Rada Nadzorcza Spółki decyduje, na podstawie obiektywnych przyczyn, czy biegły rewident lub firma audytorska Spółki mogą kontynuować przeprowadzanie badań ustawowych przez dodatkowy okres, który w żadnym przypadku nie może przekraczać 2 (dwóch) lat.

Wybór firmy audytorskiej nastąpił w roku 2019. Powierzenie firmie audytorskiej badania sprawozdań finansowych Spółki objęło lata 2019 oraz 2020.

W 2020 roku odbyło się łącznie 8 posiedzeń stacjonarnych Rady Nadzorczej, w tym cztery posiedzenia Rady Nadzorczej Spółki poświęcone wykonywaniu obowiązków komitetu audytu.

Dopuszczalność wykonywania obowiązków komitetu audytu przez Radę Nadzorczą Spółki wynikała z faktu nie przekroczenia na koniec 2018, 2019 oraz 2020 roku dwóch z trzech następujących wielkości:

- 1) 17.000.000 zł - w przypadku sumy aktywów bilansu na koniec roku obrotowego,
- 2) 34.000.000 zł - w przypadku przychodów netto ze sprzedaży towarów i produktów za rok obrotowy,
- 3) 50 osób - w przypadku średniorocznego zatrudnienia w przeliczeniu na pełne etaty.

Wartościami, których Spółka nie przekracza są, wysokość przychodów netto ze sprzedaży towarów i produktów za rok obrotowy oraz liczba zatrudnionych pracowników.

3.6. Wskazanie postępowań toczących się przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej, z uwzględnieniem informacji dotyczących zobowiązań albo wierzytelności emitenta lub jednostki od niego zależnej, których wartość stanowi, co najmniej 10% kapitałów własnych Emitenta

W okresie objętym sprawozdaniem (tj. w okresie 12 miesięcy 2020 roku), nie wszczęto wobec spółek z Grupy Kapitałowej 4fun Media S.A. zarówno przed sądami jak i organami administracji publicznej oraz organami właściwymi dla postępowania arbitrażowego, postępowań dotyczących zobowiązań lub wierzytelności, których łączna wartość przekraczałaby 10% kapitałów własnych Grupy 4fun Media S.A.

3.7. Informacja o posiadanych oddziałach i zakładach

Jednostka dominująca ani żadna ze spółek zależnych nie posiada oddziałów ani zakładów.

IV. WYBRANE DANE WYJAŚNIAJĄCE

4.1. Informacja o podstawowych produktach, towarach lub usługach wraz z określeniem wartościowym i ilościowym ich udziału w sprzedaży emitenta ogółem, a także zmianach w tym zakresie w danym roku obrotowym

Podstawowe źródła przychodów Emitenta z działalności kontynuowanej to obecnie:

- Przychody z reklam zewnętrznych Digital Out of Home,
- Przychody z działalności portali internetowych,
- Przychody ze sprzedaży i dystrybucji na rynku telewizyjnym,
- Przychody z działalności agencji reklamowych.

Wartość sprzedaży dotycząca poszczególnych źródeł przychodów w roku obrotowym zakończonym 31 grudnia 2020 i 31 grudnia 2019 roku została zaprezentowana w pkt. 3.1.

4.2. Informacja o rynkach zbytu, z uwzględnieniem podziału na rynki krajowe i zagraniczne, oraz informacje o źródłach zaopatrzenia w materiały do produkcji, w towary i usługi, z określeniem uzależnienia od jednego lub więcej odbiorców i dostawców, a w przypadku gdy udział jednego odbiorcy lub dostawcy osiąga co najmniej 10% przychodów ze sprzedaży ogółem - nazwy (firmy) dostawcy lub odbiorcy, jego udział w sprzedaży lub zaopatrzeniu oraz jego formalne powiązania z emitentem

W roku obrotowym zakończonym 31 grudnia 2020 przychody ze sprzedaży Grupy Kapitałowej 4fun Media S.A. dotyczyły w 97% sprzedaży na terytorium Polski. Sprzedaż poza terytorium Polski dotyczy głównie sprzedaży spółki Program Sp. z o. o. realizowanej na terytorium Unii Europejskiej. Łącznie 3% ogółu przychodów ze sprzedaży Grupy dotyczy sprzedaży zagranicznej.

Grupa nie jest uzależniona od jednego odbiorcy ani dostawcy. Sprzedaż czasu reklamowego w kanałach należących do 4fun Media S.A., a od 1 czerwca 2020 do 4fun Sp. z o. o., stanowiąca 24% przychodów ze sprzedaży Grupy, prowadzona była w 2020 roku za pośrednictwem brokera reklamowego Polsat Media Biuro Reklamy. W spółce Screen Network S.A. część sprzedaży również prowadzona była za pośrednictwem ww. brokera.

4.3. Perspektywy rozwoju Grupy Kapitałowej 4fun Media S.A. na 2021 rok

Perspektywy rozwoju i cele Grupy Kapitałowej zostały opisane w pkt 3.2.

4.4. Informacja o zawartych umowach znaczących dla działalności Grupy Kapitałowej Emitenta, w tym znanych Emitentowi umowach zawartych pomiędzy akcjonariuszami (wspólnikami), umowach ubezpieczenia, współpracy lub kooperacji

Znaczące umowy zawarte przez Grupę zostały wymienione i szczegółowo opisane w pkt. 3.2.

4.5. Informacja o powiązaniach organizacyjnych lub kapitałowych występujących w ramach Grupy Kapitałowej Emitenta oraz określenie jego głównych inwestycji krajowych i zagranicznych (papiery wartościowe, instrumenty finansowe, wartości niematerialne i prawne oraz nieruchomości), w tym inwestycji kapitałowych dokonanych poza jego grupą jednostek powiązanych oraz opis metod ich finansowania

Inwestycje w jednostkach zależnych obejmują udziały, które 4fun Media S.A. nabyła w innych jednostkach, aby sprawować nad nimi kontrolę poprzez kierowanie ich polityką finansową i operacyjną, w celu osiągnięcia korzyści

ekonomicznych z ich działalności. Na dzień bilansowy 31 grudnia 2020 roku, Spółka 4fun Media S.A. posiada udziały w następujących jednostkach zależnych:

Nazwa jednostki powiązanej bezpośrednio	Miejsce siedziby spółki	Procent posiadanych udziałów	Procent posiadanych głosów	Metoda konsolidacji	Wartość udziałów w cenie nabycia w PLN	Bilansowa wartość udziałów
Program Sp. z o. o.	Warszawa ul. Stawki 2 A	100,00%	100,00%	pełna	9 351 363,00	3 269 638,36
Mustache Sp. z o. o.	Warszawa ul. Stawki 2 A	70,00%	70,00%	pełna	7 000,00	0,00
Screen Network S.A.	Warszawa ul. Stawki 2 A	85,76%	85,76%	pełna	13 177 444,82	13 177 444,82
Screen Network Sp. z o. o.	Warszawa ul. Stawki 2 A	85,00%	85,00%	pełna	7 225,00	7 225,00
4fun Communication Sp. z o. o.	Warszawa ul. Stawki 2 A	48,85%	48,85%	praw własności	1,00	1,00
NaEkranie.pl Sp. z o. o.	Warszawa ul. Stawki 2 A	51,00%	51,00%	pełna	2 478 600,00	2 087 234,45
4FUN BEAST Sp. z o. o.	Warszawa ul. Stawki 2 A	100,00%	100,00%	niekonsolidowana ze względu na nieistotność	5 000,00	5 000,00
NAIMPREZE.pl Sp. z o. o.	Warszawa ul. Stawki 2 A	51,00%	51,00%	pełna	102 000,00	0,00
Nazwa jednostki powiązanej pośrednio	Miejsce siedziby spółki	Procent posiadanych udziałów	Procent posiadanych głosów	Metoda konsolidacji	Wartość udziałów w cenie nabycia w PLN	Bilansowa wartość udziałów
Bridge2fun Sp. z o. o.	Warszawa ul. Stawki 2 A	49,00%	49,00%	praw własności	4 116,00	4 116,00
Dooh.Net Sp. z o. o.	Warszawa ul. Stawki 2 A	85,76%	85,76%	pełna	6 517,00	6 517,00

W dniu 4 marca 2020 r. 4fun Media S.A. podpisała z Epicom Limited umowę sprzedaży wszystkich posiadanych udziałów w spółce Print Logistic Sp. z o. o., stanowiących 59,84% kapitału zakładowego tej spółki.

W dniu 6 maja 2020 roku 4fun Media S.A. nabyła 100% udziałów spółki AMYRIS MANAGEMENT Sp. z o. o. za łączną kwotę 8 500,00 zł. W dniu 8 maja 2020 roku AMYRIS MANAGEMENT Sp. z o. o. zmieniła nazwę na Screen Network Sp. z o. o.

W dniu 1 czerwca 2020 roku Nadzwyczajne Zgromadzenie Wspólników 4fun Sp. z o. o. podjęło uchwałę w sprawie podwyższenia kapitału zakładowego oraz zmiany umowy spółki, na mocy której kapitał zakładowy spółki został podwyższony z kwoty 5 000,00 zł o kwotę 120 000,00 zł, do kwoty 125 000,00 zł poprzez utworzenie 2 400 szt. nowych udziałów. W tym samym dniu 4fun Media S.A. złożyła oświadczenie o objęciu nowych udziałów zobowiązując się wnieść na ich pokrycie ZCP o wartości 5 304 912,00 zł.

W dniu 3 czerwca 2020 roku 4fun Media S.A. zbyła 15% udziałów w Screen Network Sp. z o. o. za łączną kwotę 1 275,00 zł.

W dniu 3 czerwca 2020 roku Screen Network S.A. zbyła 100% udziałów w PRN Polska Sp. z o. o.

W dniu 4 czerwca 2020 roku 4fun Media S.A. dokonała sprzedaży 2149 szt. udziałów spółki Bridge2fun Communication Sp. z o. o. stanowiących 51,15% udziału w jej kapitale zakładowym za łączną kwotę 460 390,38 zł.

W dniu 26 czerwca 2020 roku 4fun Media S.A. dokonała sprzedaży 760 szt. udziałów spółki NAIMPREZE.PL Sp. z o. o. stanowiących 19% udziału w jej kapitale zakładowym za łączną kwotę 4 560,00 zł.

W dniu 7 września 2020 roku utworzona została 4FUN BEAST Sp. z o. o., w której 4fun Media S.A. objęła 100% udziałów. Na obecną chwilę spółka nie prowadzi działalności.

W dniu 3 listopada 2020 roku Nadzwyczajne Zgromadzenie Wspólników Cupsell Sp. z o. o. podjęło uchwałę w sprawie podwyższenia kapitału zakładowego spółki, wyłączenia w całości prawa pierwszeństwa objęcia udziałów oraz zmiany umowy spółki, na mocy której kapitał zakładowy spółki został podwyższony z kwoty 165 000,00 zł o kwotę 4 934 400,00 zł, do kwoty 5 100 000,00 zł poprzez utworzenie 49 344 szt. nowych udziałów. W tym samym dniu 4fun Media S.A. złożyła oświadczenie o objęciu nowych udziałów zobowiązując się wnieść na ich pokrycie wkład pieniężny o wartości 4 934 400,00 zł.

W dniu 10 listopada 2020 roku 4fun Media S.A. zawarła umowy sprzedaży wszystkich posiadanych udziałów spółek zależnych: 4fun Sp. z o. o. oraz Cupsell Sp. z o. o. Przeniesienie własności udziałów tych spółek na kupującego nastąpiło po ziszczeniu się warunków zawieszających określonych w umowach sprzedaży tj. odpowiednio dnia 17 listopada 2020 oraz 22 grudnia 2020.

4.6. Informacja o istotnych transakcjach zawartych w ramach Grupy Kapitałowej Emitenta przez Emitenta lub jednostkę od niego zależną z podmiotami powiązаныmi na innych warunkach niż rynkowe, wraz z ich kwotami oraz informacjami określającymi charakter tych transakcji - obowiązek uznaje się za spełniony poprzez wskazanie miejsca zamieszczenia informacji w sprawozdaniu finansowym

Transakcje z jednostkami powiązаныmi miały charakter typowy i rutynowy, a ich warunki i charakter wynikały z bieżącej działalności operacyjnej Grupy Kapitałowej 4fun Media S.A. Wszystkie transakcje zostały zawarte na warunkach rynkowych. Informacje na temat transakcji z jednostkami powiązаныmi zawarto w nocie 29 skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

4.7. Informacja o zaciągniętych i wypowiedzianych umowach dotyczących kredytów i pożyczek, z podaniem co najmniej ich kwoty, rodzaju i wysokości stopy procentowej, waluty i terminu wymagalności

4fun Media S.A. posiada kredyt odnawialny w rachunku bieżącym do wysokości 1,7 mln złotych. Kredyt został udzielony do 8 stycznia 2021 roku. Kredyt oprocentowany jest stawką WIBOR O/N powiększoną o marżę 1,8 p. p. Na dzień bilansowy saldo kredytu w rachunku bieżącym wynosiło 825 tys. złotych. W dniu 7 stycznia 2021 r. kredyt został w całości spłacony.

4fun Media S.A. zawarła w dniu 3 października 2018 roku umowę kredytu inwestycyjnego na kwotę 1,7 mln złotych. Kredyt został zawarty do dnia 30 sierpnia 2021 roku. Oprocentowanie kredytu wynosi WIBOR 1M + 2,15 p. p. Na dzień bilansowy saldo kredytu wynosi 433 tys. złotych.

4fun Communication Sp. z o.o. posiada kredyt odnawialny w rachunku bieżącym do wysokości 100 tys. złotych. Kredyt został udzielony do 28 maja 2021 roku. Kredyt oprocentowany jest stawką WIBOR 1M powiększoną o marżę 3 p. p. Na dzień bilansowy saldo kredytu w rachunku bieżącym nie wystąpiło.

naEkranie.pl Sp. z o.o. posiada kredyt odnawialny w rachunku bieżącym do wysokości 150 tys. złotych. Kredyt został udzielony do 28 maja 2021 roku. Kredyt oprocentowany jest stawką WIBOR 1M powiększoną o marżę 3 p. p. Na dzień bilansowy saldo kredytu w rachunku bieżącym nie wystąpiło.

Program Sp. z o.o. posiada kredyt odnawialny w rachunku bieżącym do wysokości 200 tys. złotych. Kredyt został udzielony do 28 maja 2021 roku. Kredyt oprocentowany jest stawką WIBOR 1M powiększoną o marżę 3 p. p. Na dzień bilansowy saldo kredytu w rachunku bieżącym nie wystąpiło.

Screen Network S.A. posiada kredyt odnawialny do wysokości 1 mln złotych, udzielony do 28 maja 2021 roku. Kredyt oprocentowany jest stawką WIBOR 1M powiększoną o marżę. Od dnia 04.12.2020 r. marża wynosi 3,0 p. p. (wcześniej 2,0 p. p.). Na dzień bilansowy saldo kredytu w rachunku bieżącym wynosiło 0,00 złotych.

Screen Network S.A. posiada również kredyt w rachunku bieżącym do wysokości 2 mln złotych, udzielony do 28 maja 2021 roku. Kredyt oprocentowany jest stawką WIBOR O/N powiększoną o marżę. Od dnia 04.12.2020 r. marża wynosi 3,0 p. p. (wcześniej 2,0 p. p.). Na dzień bilansowy saldo kredytu w rachunku bieżącym wynosiło 1 996 tys. złotych.

4.8. Informacje o zaciągniętych i wypowiedzianych w roku obrotowym umowach kredytu lub pożyczek przez spółki wchodzące w skład Grupy Kapitałowej 4fun Media S.A., ze szczególnym uwzględnieniem pożyczek udzielonych i otrzymanych od jednostek powiązanych Emitenta (z podaniem co najmniej ich kwoty, rodzaju i wysokości stopy procentowej, waluty i terminu wymagalności)

Poza kredytami i pożyczkami wymienionymi w punkcie 4.7. na dzień 31 grudnia 2020 roku jednostki z Grupy posiadały następujące pożyczki udzielone jednostkom powiązanym:

Pożyczkobiorca	Waluta	Oprocentowanie	Kapitał w PLN	Naliczone odsetki w PLN
4fun Media S.A.	PLN	WIBOR 3M + 2 p. p.	550 000,00	1 622,31
BRIDGE 2 FUN Sp. z o. o.	PLN	WIBOR 3M + 2 p. p.	400 000,00	5 715,42
Dooh.net Sp. z o. o.	PLN	WIBOR 3M + 2 p. p.	250 000,00	11 224,64
Mustache Sp. z o. o.	PLN	WIBOR 3M + 2 p. p., 4% lub 3,5%	3 910 000,00	159 646,62
Print Logistic Sp. z o. o.	PLN	WIBOR 3M + 2 p. p. lub 3,3%	1 690 000,00	79 739,98
Nalmpreze.pl Sp. z o. o. *)	PLN	WIBOR 3M + 2 p. p. lub 3,5%	1 305 000,00	50 649,51
Program Sp. z o. o.	PLN	WIBOR 3M + 2 p. p.	20 000,00	38,76

*) Pożyczki udzielone spółkom NAIMPREZE.pl oraz Print Logistic zostały w całości objęte odpisem aktualizującym. Odpisem aktualizującym w kwocie 3 330 000,00 objęto również pożyczki udzielone spółce Mustache.

Powyższą kwotę stanowią pożyczki krótkoterminowe z terminem zapadalności do 12 miesięcy od dnia bilansowego.

4.9. Informacje o udzielonych i otrzymanych w danym roku obrotowym poręczeniach i gwarancjach, w ramach Grupy Kapitałowej 4fun Media S.A. ze szczególnym uwzględnieniem poręczeń i gwarancji udzielonych i otrzymanych od jednostek powiązanych Emitenta

Spółka 4fun Media S.A. jest poręczającym w następujących umowach:

- umowy leasingu maszyn produkcyjnych dla Print Logistic Sp. z o. o. – kwota 4 mln złotych,
- umowa kredytu w rachunku bieżącym dla Screen Network S.A. – kwota do 2 mln złotych,
- umowa kredytu odnawialnego dla Screen Network S.A. – kwota do 1 mln złotych.

W przypadku umów leasingu wartość poręczenia obejmuje raty kapitałowe pozostałe do spłaty na dzień bilansowy (tj. na 31 grudnia 2020 r.) w wartości brutto (tj. wraz z podatkiem VAT).

Ponadto Spółka 4fun Media S.A. solidarnie ze Screen Network S.A. jest poręczającym w następujących umowach:

- umowa kredytu odnawialnego dla 4fun Sp. z o.o. – kwota do 1,2 mln złotych,
- umowa kredytu odnawialnego dla Program Sp. z o.o. – kwota do 200 tys. złotych,
- umowa kredytu odnawialnego dla naEkranie.pl Sp. z o.o. – kwota do 150 tys. złotych.

Screen Network S.A. jest poręczającym w umowach najmu powierzchni pod nośniki reklamowe dla Dooh.net Sp. z o. o. na łączną kwotę 1,6 mln EUR.

4.10. Opis wykorzystania przez Grupę Kapitałową Emitenta wpływów z emisji do chwili sporządzenia sprawozdania z działalności w przypadku emisji papierów wartościowych w okresie objętym raportem

W okresie objętym raportem oraz do dnia sporządzenia niniejszego raportu Spółka nie dokonywała emisji akcji.

4.11. Objasnienie różnic pomiędzy wynikami finansowymi wykazanymi w raporcie rocznym, a wcześniej publikowanymi prognozami wyników na dany rok

Prognozy wyników za 2020 rok nie były publikowane.

4.12. Ocena dotycząca zarządzania zasobami finansowymi

Zarząd 4fun Media S.A. ustala zasady zarządzania ryzykiem finansowym. Na bieżąco monitorowane jest ryzyko cen rynkowych dotyczące wszystkich posiadanych instrumentów finansowych przez Grupę Kapitałową. W opisanym okresie, Grupa Kapitałowa 4fun Media S.A. posiadała pełną zdolność wywiązywania się z zaciąganych zobowiązań i na obecnym etapie nie przewiduje istotnych zagrożeń, które mogłyby wpłynąć na zwiększenie ryzyka utraty możliwości regulowania zobowiązań wobec zewnętrznych dostawców usług.

4.13. Ocena możliwości realizacji zamierzeń inwestycyjnych

Zgodnie z założeniami Zarządu 4fun Media S.A. struktura finansowania nakładów inwestycyjnych nie ulegnie zmianie. Inwestycje finansowane będą głównie kapitałami własnymi. Posiadane środki, w ocenie Zarządu Jednostki dominującej, są wystarczające do realizacji zamierzeń inwestycyjnych w kolejnym roku obrotowym.

4.14. Ocena czynników i nietypowych zdarzeń mających wpływ na wynik z działalność Emitenta po zakończeniu okresu sprawozdawczego

- 1) W dniu 2 lutego 2021 roku, Zarząd Spółki poinformował o otrzymaniu powiadomienia w sprawie zakupu 29 863 akcji Spółki złożonego przez spółkę Epicom Limited. Zgodnie z powiadomieniem przed transakcją Epicom Limited posiadała 2 673 076 akcji. W wyniku transakcji zaangażowanie to wzrosło do 2 702 939 akcji, stanowiących 63,76% kapitału zakładowego Spółki, uprawniających do 2 702 939 głosów stanowiących 63,76% udziału w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki.
- 2) W dniu 10 lutego 2021 roku, Zarząd Spółki poinformował o objęciu udziałów w podwyższonym kapitale zakładowym spółek zależnych z segmentu e-commerce: Mustache Sp. z o.o. oraz Naimprezie.pl. Udziały zostaną pokryte przez Emitenta wkładem pieniężnym, głównie w drodze potrącenia wzajemnych wierzytelności (tj. wkładu pieniężnego na kapitał z wierzytelnością o zwrot udzielonych pożyczek). Celem tych operacji jest oddłużenie spółek zależnych poprzez spłatę pożyczek wraz z odsetkami, które wcześniej otrzymały od Emitent. W przypadku Mustache Sp. z o.o. kapitał został podwyższony o kwotę 4.350 tysięcy zł, w przypadku Naimprezie.pl Sp. z o.o. kapitał został podwyższony o kwotę 1.370 tysięcy zł do kwoty 1.570 tysięcy złotych.

- 3) W dniu 25 marca 2021 roku, Zarząd Spółki poinformował o powołaniu przez NWZA na nową kadencję dotychczasowych członków Rady Nadzorczej w osobach: Dariusza Stokowskiego, Wojciecha Bieńkowskiego, Grzegorza Grygiela, Wojciecha Kliniewskiego oraz Cezarego Kubackiego.

4.15. Charakterystyka zewnętrznych i wewnętrznych czynników istotnych dla rozwoju przedsiębiorstwa Grupy Kapitałowej Emitenta oraz opis perspektyw rozwoju dalszej działalności, co najmniej do końca roku obrotowego następującego po roku obrotowym, z uwzględnieniem elementów strategii rynkowej przez niego wypracowanej

Czynniki zewnętrzne istotne dla dalszego rozwoju Grupy Kapitałowej stanowią:

- Czynniki ekonomiczne i decyzje administracyjne, związane zwłaszcza z rozwojem pandemii COVID-19;
- Zmiany w obowiązującym stanie prawnym, związane w szczególności z wprowadzeniem podatku reklamowego i uchwałą krajobrazową;
- Kondycja gospodarki oraz rynku reklamowego w Polsce po pandemii.

Powyższe czynniki oraz ryzyka z nimi związane omówione zostały bardziej szczegółowo w pkt. 3.3.

Perspektywy rozwoju Grupy Kapitałowej oraz strategia rynkowa zostały szczegółowo opisane w pkt 3.2.

4.16. Zmiany w podstawowych zasadach zarządzania przedsiębiorstwem Emitenta i jego Grupą Kapitałową

W okresie objętym niniejszym raportem doszło do znaczących zmian związanych ze strukturą organizacyjną Emitenta.

Miało to związek z jej przekształceniem w model holdingowy, w który 4fun Media nie prowadzi działalności operacyjnej, a jedynie sprawuje nadzór właścicielski nad spółkami zależnymi tworzącymi Grupę Kapitałową. Ponadto w okresie sprawozdawczym nastąpiła sprzedaż udziałów w kilku spółkach zależnych w związku z zakończeniem działalności w segmentach e-commerce, telewizyjnym oraz ograniczeniem działalności w segmencie agencji reklamowych.

Powyższe zmiany zostały szczegółowo opisane w pkt. 3.1.

4.17. Charakterystyka polityki w zakresie kierunków rozwoju Grupy Kapitałowej Emitenta

Polityka w zakresie kierunków rozwoju Grupy Kapitałowej Emitenta została opisana w pkt. 3.2.

4.18. Opis istotnych pozycji pozabilansowych w ujęciu podmiotowym, przedmiotowym i wartościowym

W opisywanym okresie nie wystąpiły w Grupie Kapitałowej 4fun Media S.A. istotne pozycje pozabilansowe.

4.19. Opis struktury głównych lokat kapitałowych lub głównych inwestycji kapitałowych dokonanych w ramach Grupy kapitałowej w roku obrotowym

Główne inwestycje kapitałowe Emitenta stanowią inwestycje w podmioty zależne. Szczegółowy opis inwestycji kapitałowych znajduje się w punkcie 4.5 niniejszego raportu.

4.20. Charakterystyka struktury aktywów i pasywów skonsolidowanego sprawozdania z sytuacji finansowej w tym z punktu widzenia Grupy Kapitałowej Emitenta

Analiza struktury aktywów

(w tys. złotych)	31.12.2020	Struktura	31.12.2019	Struktura
Aktywa trwałe	47 357	75%	58 635	79%
Rzeczowe aktywa trwałe	15 544	25%	21 255	29%
Aktywa z tytułu prawa do użytkowania nieruchomości	16 078	25%	13 774	19%
Wartości niematerialne i nakłady	1 711	3%	7 772	10%
Wartość firmy	11 359	18%	12 169	16%
Inne	2 665	4%	3 665	5%
Aktywa obrotowe	15 920	25%	15 210	21%
Należności handlowe oraz pozostałe należności	14 203	22%	11 548	16%
Pożyczki udzielone	210	0%	20	0%
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	529	1%	2 303	3%
Pozostałe	978	2%	1 339	2%

W roku obrotowym zakończonym 31 grudnia 2020, podobnie jak w roku ubiegłym, w strukturze aktywów Grupy przeważają aktywa trwałe stanowiące 75%. Największy udział w aktywach trwałych stanowią aktywa z tytułu prawa do użytkowania nieruchomości oraz rzeczowe aktywa trwałe stanowiące po 25% ogółu aktywów Grupy. Największy udział w strukturze aktywów obrotowych, tak jak w poprzednim roku, miały należności handlowe i pozostałe należności. Udział tej pozycji w strukturze bilansu wzrósł z 16% do 22% aktywów na koniec 2020 roku. W pozycji tej na 31 grudnia 2020 roku Grupa wykazuje należności z tytułu sprzedaży udziałów w spółkach zależnych

Analiza struktury pasywów

(w tys. złotych)	31.12.2020	Struktura	31.12.2019	Struktura
Kapitał własny	24 154	38%	26 791	36%
Zobowiązania długoterminowe	19 273	30%	19 674	27%
Zobowiązania handlowe	4 729	7%	10 696	14%
Krótkoterminowe pożyczki i kredyty bankowe	4 030	6%	4 127	6%
Pozostałe pozycje	11 091	18%	12 558	17%

Mimo zmniejszenia, nadal największą pozycję pasywów Grupy, stanowił kapitał własny. Udział kapitału własnego w strukturze pasywów w roku obrotowym zakończonym 31 grudnia 2020 wyniósł na koniec roku 38% i wzrósł w stosunku do ubiegłego roku o 2 p. p. W roku obrotowym zakończonym 31 grudnia 2020 wzrósł nieco udział zobowiązań długoterminowych (z 27% do 30%). W pozycji tej Grupa wykazuje między innymi długoterminową część subwencji otrzymanej z PFR w ramach pomocy z tzw. Tarczy Antykryzysowej. Krótkoterminowe zobowiązania handlowe zmniejszyły istotnie swój udział w strukturze pasywów Grupy. Spadł on z 14% w roku obrotowym zakończonym 31 grudnia 2019 do 7% w roku obrotowym zakończonym 31 grudnia 2020.

V. INFORMACJE DOTYCZĄCE OSÓB ZARZĄDZAJĄCYCH ORAZ NADZORUJĄCYCH EMITENTA

5.1. Informacja o umowach zawartych między Emitentem i osobami zarządzającymi, przewidujące rekompensatę w przypadku ich rezygnacji lub zwolnienia z zajmowanego stanowiska

Jednostka dominująca nie jest stroną umów przewidujących rekompensatę w przypadku rezygnacji lub zwolnienia z zajmowanego stanowiska osoby zarządzającej bez ważnej przyczyny lub gdy jej odwołanie lub zwolnienie nastąpi z powodu połączenia Emitenta przez przejęcie.

5.2. Informacja o wynagrodzeniu Zarządu i Rady Nadzorczej 4fun Media S.A.

Wynagrodzenie Zarządu

	01.01.2020	01.01.2019
	31.12 2020	31.12 2019
Wynagrodzenie Zarządu:		
Tomasz Misiak	84 000,00	84 000,00
Rafał Baran*)	-	82 143,20
Ross Newens*)	-	0,00
Mateusz Górecki*)	-	66 966,67
Aneta Parafiniuk	83 000,00	120 000,00
Razem	167 000,00	353 109,87

*) W dniu 17 października 2019 roku rezygnację z pełnienia funkcji Prezesa Zarządu złożył Ross Newens. W tym samym dniu Rafał Baran i Mateusz Górecki złożyli rezygnacje z pełnienia funkcji Członków Zarządu. Od dnia 17 października 2019 roku Zarząd sprawowany jest przez dwóch Członków Zarządu: Anetę Parafiniuk oraz Tomasza Misiaka

Wynagrodzenie z tytułu powołania na Członka Zarządu w pozostałych spółkach Grupy Kapitałowej

	01.01.2020	01.01.2019
	31.12 2020	31.12 2019
Wynagrodzenie Zarządu:		
Tomasz Misiak	7 900,00	6 000,00
Rafał Baran	-	36 000,00
Ross Newens	-	0,00
Mateusz Górecki	-	12 000,00
Aneta Parafiniuk	26 500,00	24 000,00
Razem	34 400,00	78 000,00

Wynagrodzenie Rady Nadzorczej

	01.01.2020 31.12.2020	01.01.2019 31.12.2019
Wynagrodzenie brutto Rady Nadzorczej:		
Dariusz Stokowski	0,00	0,00
Cezary Kubacki	10 000,00	4 000,00
Marek Tarnowski**)	0,00	7 000,00
Wojciech Kliniewski	9 000,00	3 000,00
Paweł Grabowski*)	0,00	3 000,00
Grzegorz Grygiel **)	10 000,00	0,00
Wojciech Bieńkowski *)	10 000,00	2 000,00
Razem	39 000,00	19 000,00

*) w dniu 24 czerwca 2019 roku w miejsce Pawła Grabowskiego do Rady Nadzorczej powołany został Wojciech Bieńkowski

***) w dniu 18 października 2019 roku w miejsce Marka Tarnowskiego do Rady Nadzorczej powołany został Grzegorz Grygiel

Powyższe tabele przedstawiają wynagrodzenie brutto członków Zarządu i Rady Nadzorczej 4fun Media S.A. w roku obrotowym zakończonym 31 grudnia 2019 oraz 31 grudnia 2020 roku.

5.3. Informacja o posiadaniu akcji i udziałów Emitenta i jego jednostek powiązanych - określenie łącznej liczby i wartości nominalnej wszystkich akcji (udziałów) Emitenta oraz akcji i udziałów w jednostkach powiązanych Emitenta, będących w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących emitenta (dla każdej osoby oddzielnie)

Stan posiadania akcji 4fun Media S. A. na dzień 31 grudnia 2020 roku, będących w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących kształtował się w sposób następujący:

Członkowie Zarządu Emitenta

	31.12.2020
Aneta Parafiniuk *)	32 557
Tomasz Misiak	0

*) z uwzględnieniem akcji nabytych przez osobę blisko spokrewnioną

Członkowie Rady Nadzorczej Emitenta

	31.12.2020
Dariusz Stokowski	0
Grzegorz Grygiel	0
Wojciech Bieńkowski	0
Cezary Kubacki	0
Wojciech Kliniewski	0

5.4. Informacja o umowach (w tym również zawartych po dniu bilansowym), w wyniku których w przyszłości mogą nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy i obligatariuszy

Na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania, Emitentowi nie są znane umowy w wyniku, których w przyszłości mogą nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych Akcjonariuszy.

5.5. Informacja o systemie kontroli programów akcji pracowniczych

Spółka 4fun Media S.A. nie przeprowadzała do tej pory emisji akcji pracowniczych. Podobnie wyglądało to w Grupie Kapitałowej Emitenta. W związku z tym nie było potrzeby wdrożenia w organizacji systemów kontroli tego typu programów. Informacja o uchwałach Nadzwyczajnych Zgromadzeń Akcjonariuszy została w wyczerpujący sposób opisana w pkt 3.2.

5.6. Informacja o wszelkich zobowiązaniach wynikających z emerytur i świadczeń o podobnym charakterze dla byłych osób zarządzających, nadzorujących albo byłych członków organów administrujących oraz o zobowiązaniach zaciągniętych w związku z tymi emeryturami, ze wskazaniem kwoty ogółem dla każdej kategorii

Spółka 4fun Media S.A. nie posiada takich zobowiązań.

VI. POZOSTAŁE INFORMACJE DODATKOWE

6.1. Informacja o dacie zawarcia przez emitenta umowy, z podmiotem uprawnionym do badania sprawozdań finansowych, o dokonanie badania lub przeglądu sprawozdania finansowego lub skonsolidowanego sprawozdania finansowego oraz okresie, na jaki została zawarta ta umowa, oraz o wynagrodzeniu podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych, wypłaconym lub należnym za rok obrotowy oraz odpowiednio za poprzedni rok obrotowy odrębnie za: badanie rocznego sprawozdania finansowego, inne usługi poświadczające, w tym przegląd sprawozdania finansowego, usługi doradztwa podatkowego oraz pozostałe usługi

W dniu 30 maja 2019 roku, Rada Nadzorcza 4fun Media S.A. podjęła uchwałę w sprawie wyboru firmy audytorskiej do badania sprawozdań finansowych Grupy Kapitałowej 4fun Media SA. Dokonano wyboru 4AUDYT Sp. z o. o. z siedzibą w Poznaniu, ul. Kochanowskiego 24/1 jako firmy audytorskiej do badania sprawozdań finansowych Grupy Kapitałowej 4fun Media S.A. Firma 4AUDYT Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu jest wpisana na listę Krajowej Rady Biegłych Rewidentów pod nr 3363. Rada Nadzorcza powierzyła firmie 4AUDYT Sp. z o. o. zbadanie jednostkowych sprawozdań finansowych 4fun Media S.A. oraz skonsolidowanych sprawozdań finansowych Grupy Kapitałowej 4fun Media S.A. za lata 2019 oraz 2020. Rada Nadzorcza upoważniła Zarząd Spółki do zawarcia stosownej umowy z 4AUDYT Sp. z o. o. Stosowana umowa została zawarta z podmiotem uprawnionym do badania sprawozdań finansowych w dniu 18 lipca 2019 roku. 4fun Media S.A. nie korzystała z usług firmy audytorskiej 4AUDYT Sp. z o. o. w latach poprzednich. Jednostkowe oraz skonsolidowane sprawozdania finansowe za lata 2016-2018 były badane przez firmę PRO AUDYT Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu wpisaną na listę Krajowej Rady Biegłych Rewidentów pod nr 3931.

Informacja o umowach i wartościach umów zawartych z firmą audytorską dla wszystkich spółek z Grupy znajdują się w tabeli poniżej:

	01.01.2020	01.01.2019
	31.12 2020	31.12 2019
Badanie rocznych sprawozdań finansowych	64 000,00	64 000,00
Inne usługi poświadczające, w tym przegląd sprawozdania finansowego	18 000,00	18 000,00
Usługi doradztwa podatkowego	0,00	0,00
Pozostałe usługi	32 000,00	32 000,00
Razem	114 000,00	114 000,00

Podpisy członków Zarządu:

Aneta Parafiniuk
Członek Zarządu

Tomasz Misiak
Członek Zarządu

Warszawa, 30 kwietnia 2021 roku