

Omówienie miesięcznych przychodów ze sprzedaży 4fun Media SA



Szanowni Państwo,

wprowadzając nowy standard komunikacji z inwestorami, rozpoczynamy publikację raportów bieżących prezentujących przychody osiągane przez Emitenta oraz jego wiodącą spółkę zależną.

Raporty będą publikowane cyklicznie, dostarczając inwestorom danych o przychodach Grupy Kapitałowej i Screen Network SA (spółki zależnej), poprzedzających publikację raportów okresowych z pełnym zakresem danych finansowych. Mam nadzieję, iż spotkają się z Państwa zainteresowaniem jako istotne uzupełnienie prowadzonej komunikacji i dające możliwość bieżącej oceny kondycji finansowej Emitenta. Co ważne, Spółka dookreśliła profil działalności i koncentruje się obecnie na rynku cyfrowej reklamy zewnętrznej (DOOH – Digital out Of Home). Poprzez swoją spółkę zależną Screen Network SA, Emitent zarządza największą w Polsce siecią 20 tysięcy ekranów reklamowych LED, docierających z przekazem reklamowym do 6,2 mln konsumentów.

Aby podkreślić priorytetowy kierunek rozwoju związany z rynkiem cyfrowej reklamy zewnętrznej, akcjonariusze podjęli w dniu 10 lutego br. decyzję o zmianie nazwy spółki na Digital Network SA, która formalnie nastąpi wraz z rejestracją w KRS. W najbliższym czasie planujemy publikację raportu rocznego za 2021 roku, następnie planujemy ogłoszenie strategii rozwoju oraz polityki dywidendowej.

Wojciech Bieńkowski
Prezes Zarządu 4fun Media SA

Przychody ze sprzedaży osiągnięte w styczniu 2022 roku:

Przychody ze sprzedaży	Styczeń 2022	Styczeń 2021	Zmiana 2022/2021
4fun Media SA	2,046 mln zł	1,633 mln zł	+25%
Screen Network SA	1,857 mln zł	1,371 mln zł	+35%

Najważniejsze czynniki mające wpływ na wyniki sprzedaży w styczniu 2022 roku:

- wyraźne ożywienie na rynku reklamy zewnętrznej po okresie pandemii. W przypadku Emitenta przekłada się ono na wzrost zapytań od reklamodawców, w tym od spółek z sektora publicznego;
- w raportowanym okresie przedłużone zostały strategiczne kontrakty reklamowe na kolejne lata, które zabezpieczają dużą część przychodów Emitenta na bieżący rok;
- widoczna transformacja cyfrowa reklamy zewnętrznej z tradycyjnych nośników (bilbordy) do segmentu cyfrowego (ekrany LED). Podobnie digitalizował się rynek prasy z wydań papierowych na internetowe.

Szacunkowa prognoza dla rynku, na którym działa Emitent.

Światowy rynek cyfrowej reklamy zewnętrznej rósł w latach 2014-2019 o 14,3% rocznie (według Global Entertainment and Media Outlook PwC). Trend wzrostowy był wynikiem transformacji cyfrowej z bilbordów na ekrany cyfrowe LED. Dzięki temu w 2021 roku udział cyfrowej reklamy zewnętrznej globalnie przekroczył 30% w całości wydatków na reklamę zewnętrzną, a w krajach takich jak USA, Korea Płn. czy Australia nawet 50%. Prognoza Verified Market Research na lata 2022-2027 zakłada średnie, roczne tempo wzrostu segmentu cyfrowego na świecie na poziomie 11%.

Wartość polskiego rynku reklamy zewnętrznej w 2022 roku jest szacowana na 700 milionów złotych. W Polsce będącej jeszcze na wczesnym etapie transformacji, udział cyfrowej reklamy zewnętrznej wynosi obecnie ok. 15% i będzie systematycznie rósł dzięki dalszej digitalizacji nośników reklamowych.