



GRUPA KAPITAŁOWA DIGITAL NETWORK S.A.

**SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI
ZA OKRES SZĘŚCIU MIESIĘCY ZAKOŃCZONYCH 30 CZERWCA 2024 ROKU**

Warszawa, 24 września 2024 roku

SPIS TREŚCI

OŚWIADCZENIE ZARZĄDU W SPRAWIE SPORZĄDZENIA SKRÓCONEGO PÓŁROCZNEGO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO.....	3
OŚWIADCZENIE ZARZĄDU W SPRAWIE WYBORU BIEGŁEGO REWIDENTA.....	4
WPROWADZENIE.....	5
1. WYBRANE DANE FINANSOWE GRUPY KAPITAŁOWEJ NETWORK I JEDNOSTKI DOMINUJĄCEJ DIGITAL NETWORK S.A.	7
2. KOMENTARZ ZARZĄDU DIGITAL NETWORK S.A. DO SKONSOLIDOWANYCH I JEDNOSTKOWYCH WYNIKÓW FINANSOWYCH ZA I PÓŁROCZE 2024 ROKU.....	10
2.1 Podstawowe skonsolidowane dane finansowe oraz najważniejsze wydarzenia w I półroczu 2024 roku.....	10
2.2 Opis pozostałych czynników i zdarzeń w szczególności o nietypowym charakterze, które miały wpływ na osiągnięte wyniki finansowe oraz notowania akcji Spółki.....	17
2.3 Zdarzenia, które wystąpiły po okresie, którego dotyczy niniejszy raport, a mogące mieć charakter cenotwórczy bądź mieć wpływ na przyszłe wyniki finansowe.....	18
2.4 Opis podstawowych czynników ryzyka i zagrożeń dla działalności związanych z działalnością Digital Network S.A. w kolejnych kwartałach 2024 roku.....	18
2.5 Wskazanie czynników, które w ocenie Emitenta będą miały wpływ na osiągnięte przez niego wyniki w perspektywie co najmniej jednego kwartału.....	20
2.6 Informacja dotycząca sezonowości i cykliczności działalności Spółki w prezentowanym okresie.....	20
2.7 Informacja o zmianie w strukturze organizacyjnej Grupy Kapitałowej Emitenta.....	21
2.8 Akcjonariusze posiadający powyżej 5% w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu Emitenta.....	21
2.9 Zestawienie zmian w stanie posiadania akcji Digital Network S.A. lub uprawnień do nich przez osoby zarządzające i nadzorujące Emitenta.....	22
2.10 Informacja o postępowaniach toczących się przed sądem, organem administracji publicznej lub organem właściwym dla postępowania arbitrażowego.....	23
2.11 Informacje o zawarciu przez Spółkę jednej lub wielu transakcji z podmiotami powiązanymi, kiedy pojedynczo lub łącznie są one istotne i zostały zawarte na innych warunkach niż rynkowe.....	23
2.12 Informacje o udzieleniu przez Spółkę poręczeń kredytu, pożyczki lub udzieleniu gwarancji jednemu podmiotowi lub jednostce zależnej Spółki, jeżeli ich łączna wartość stanowi równowartość co najmniej 10% kapitałów własnych Emitenta.....	23
2.13 Stanowisko Zarządu odnośnie możliwości zrealizowania wcześniej publikowanych prognoz wyników.....	23
2.14 Inne informacje, które zdaniem Emitenta są istotne dla oceny jego sytuacji kadrowej, majątkowej finansowej, wyniku finansowego i ich zmian, oraz informacje, które są istotne dla oceny możliwości realizacji zobowiązań przez Emitenta.....	23

OŚWIADCZENIE ZARZĄDU DIGITAL NETWORK S.A.

W SPRAWIE SPORZĄDZENIA SKRÓCONEGO ŚRÓDROCZNEGO SKONSOLIDOWANEGO I SKRÓCONEGO ŚRÓDROCZNEGO JEDNOSTKOWEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO ZGODNIE Z OBOWIĄZUJĄCYMI ZASADAMI RACHUNKOWOŚCI

Zarząd Digital Network S.A. potwierdza, że zgodnie z jego najlepszą wiedzą, śródroczne skrócone skonsolidowane sprawozdanie finansowe, skrócone śródroczne jednostkowe sprawozdanie finansowe i dane porównywalne sporządzone zostały zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej zatwierdzonymi przez Unię Europejską, wydanymi i obowiązującymi na dzień sporządzenia niniejszych sprawozdań finansowych oraz, że odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową Spółki oraz wynik finansowy Digital Network S.A. Półroczne sprawozdanie Zarządu z działalności Digital Network S.A. zawiera prawdziwy obraz rozwoju i osiągnięć oraz sytuacji Grupy Kapitałowej, w tym opis podstawowych ryzyk i zagrożeń.

Agnieszka Godlewska
Prezes Zarządu

Aneta Parafiniuk
Członek Zarządu

Warszawa, 24 września 2024 roku

OŚWIADCZENIE ZARZĄDU DIGITAL NETWORK S.A.

W SPRAWIE WYBORU PODMIOTU UPRAWNIONEGO DO BADANIA SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH DOKONUJĄCEGO PRZEGLĄDU SKRÓCONEGO ŚRÓDROCZNEGO SKONSOLIDOWANEGO I SKRÓCONEGO ŚRÓDROCZNEGO JEDNOSTKOWEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO

Zarząd Digital Network S.A. potwierdza, że podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych – spółka 4AUDYT Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu, wpisany na listę Krajowej Rady Biegłych Rewidentów pod nr 3363, dokonujący przeglądu skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego oraz skróconego śródrocznego jednostkowego sprawozdania finansowego, wybrany został zgodnie z przepisami prawa, oraz że podmiot ten oraz biegli rewidenci dokonujący badania tych sprawozdań finansowych spełniają warunki do wydania bezstronnego i niezależnego raportu z przeglądu zgodnie z właściwymi przepisami prawa krajowego.

Agnieszka Godlewska
Prezes Zarządu

Aneta Parafiniuk
Członek Zarządu

Warszawa, 24 września 2024 roku

WPROWADZENIE

Digital Network S.A. (dalej „Spółka” „Emitent”) jest spółką holdingową. Jako Jednostka Dominująca, sprawuje nadzór właścicielski nad pozostałymi spółkami, w których posiada pakiety kontrolne, będąc jednocześnie centrum zarządczym, finansowo-sprawozdawczym oraz ośrodkiem wyznaczającym strategiczne kierunki dalszego rozwoju Grupy Kapitałowej Emitenta.

Emitent koncentruje swoją działalność operacyjną na rynku cyfrowej reklamy zewnętrznej (Digital Out Of Home). Poprzez spółkę zależną (Screen Network S.A.), zarządza największą w Polsce siecią 20 tysięcy ekranów reklamowych LED oraz LCD, zdywersyfikowanych pod względem wielkości i lokalizacji. Dzięki posiadanej infrastrukturze, Emitent oferuje ogólnopolskie zasięgi reklamowe oraz organizację kampanii promocyjnych na nośnikach cyfrowych. Pośrednictwem w sprzedaży oferty reklamowej zajmuje się spółka zależna Screen Network Sp. z o. o. Udział przychodów pochodzących ze sprzedaży reklamy zewnętrznej (Digital Out Of Home) w łącznej sprzedaży Emitenta wynosiła na dzień sporządzenia niniejszego raportu 98%.

Pozostałe przychody Emitenta pochodzą m.in. z działalności dystrybucyjnej i konsultingowej, realizowanej przez spółkę zależną Program Sp. z o. o., wspierającą dystrybucję tematycznych kanałów telewizyjnych (głównie zagranicznych) i realizującą dla nich działania marketingowe. Aktywność operacyjna innych spółek, nie związanych z działalnością na rynku Digital OOH (NAIMPREZE.PL Sp. z o. o. oraz 4FUN BEAST Sp. z o. o.) pozostaje zamrożona.

W ramach Grupy Kapitałowej Emitent posiada ponadto trzy spółki stowarzyszone (Bridge2fun Sp. z o. o., 4 Communication Sp. z o. o. oraz Dissolve Festival Sp. z o. o.), prowadzące działalność agencji reklamowych, których wyniki konsolidowane są metodą praw własności.

Dane historyczne dotyczące Digital Network 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 SA 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.

Uchwałę z dnia 10 lutego 2022 roku, zarejestrowaną przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego w dniu 19 kwietnia 2022 roku (sygn. akt WA.XII NS-REJ. KRS/19307/22/764), Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy dokonało zmiany firmy z 4fun Media Spółka Akcyjna na Digital Network Spółka Akcyjna (nazwa skrócona: Digital Network S.A.).

Spółka została utworzona na czas nieograniczony.

Podstawowe dane

Siedziba: Warszawa
Forma prawna: Spółka akcyjna
Kraj siedziby: Polska
Adres siedziby: ul. Fabryczna 5A, 00-446 Warszawa
NIP: 951-20-85-470
Regon: 015547050

1. WYBRANE DANE FINANSOWE GRUPY KAPITAŁOWEJ DIGITAL NETWORK I JEDNOSTKI DOMINUJĄCEJ DIGITAL NETWORK S.A.

WYBRANE DANE FINANSOWE GRUPY KAPITAŁOWEJ DIGITAL NETWORK S.A.

	PLN	PLN	EUR	EUR
Skonsolidowane sprawozdanie z zysków lub strat i innych całkowitych dochodów	01.01.2024 30.06.2024	01.01.2023 30.06.2023	01.01.2024 30.06.2024	01.01.2023 30.06.2023
Przychody netto ze sprzedaży	28 782 996,95	24 667 190,11	6 676 795,32	5 347 320,64
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	9 773 706,45	7 558 016,81	2 267 207,88	1 638 416,82
Zysk (strata) przed opodatkowaniem	11 572 923,97	7 724 113,35	2 684 572,59	1 674 423,01
Zysk (strata) netto	9 554 818,74	6 696 949,78	2 216 432,47	1 451 755,86
Zysk przypadający na Akcjonariuszy podmiotu dominującego	8 273 478,91	5 441 390,08	1 919 199,91	1 179 577,30
Średnioważona liczba akcji	4 165 685	4 165 685	4 165 685	4 165 685
Zysk (Strata) na jedną akcję przypadająca Akcjonariuszom Digital Network S.A. (w zł/EUR)	1,99	1,31	0,46	0,28

	PLN	PLN	EUR	EUR
Skonsolidowane sprawozdanie z przepływów pieniężnych	01.01.2024 30.06.2024	01.01.2023 30.06.2023	01.01.2024 30.06.2024	01.01.2023 30.06.2023
Przepływy pieniężne z działalności operacyjnej	12 036 639,28	9 851 987,55	2 792 140,69	2 135 700,75
Przepływy pieniężne z działalności inwestycyjnej	-3 900 816,09	-4 927 472,78	-904 872,79	-1 068 170,99
Przepływy pieniężne z działalności finansowej	-23 799 829,35	-6 325 267,31	-5 520 849,32	-1 371 183,03
Przepływy pieniężne netto razem	-15 664 006,16	-1 400 752,54	-3 633 581,42	-303 653,27

	PLN	PLN	EUR	EUR
Skonsolidowane sprawozdanie z sytuacji finansowej	30.06.2024	31.12.2023^{*)}	30.06.2024	31.12.2023^{*)}
Aktywa trwałe	47 882 256,19	47 704 343,13	11 101 844,70	10 971 560,06
Aktywa obrotowe	39 411 255,32	53 761 208,36	9 137 782,36	12 364 583,34
Aktywa razem	87 293 511,51	101 465 551,49	20 239 627,06	23 336 143,40
Zobowiązania razem	39 863 215,35	41 121 401,01	9 242 572,54	9 457 543,93
Zobowiązania długoterminowe	19 782 227,24	19 695 573,23	4 586 651,34	4 529 800,65
Zobowiązania krótkoterminowe	20 080 988,11	21 425 827,78	4 655 921,19	4 927 743,28
Kapitały własne	47 430 296,16	60 344 150,48	10 997 054,52	13 878 599,47
Kapitał akcyjny	4 238 962,00	4 238 962,00	982 833,76	974 922,26

^{*)} W okresie porównawczym dokonano zmiany prezentacji rezerw na koszty demontażu z krótko na długoterminowe.

WYBRANE DANE FINANSOWE JEDNOSTKI DOMINUJĄCEJ DIGITAL NETWORK S.A.

	PLN	PLN	EUR	EUR
Jednostkowe sprawozdanie z zysków lub strat i innych całkowitych dochodów	01.01.2024 30.06.2024	01.01.2023 30.06.2023	01.01.2024 30.06.2024	01.01.2023 30.06.2023
Przychody netto ze sprzedaży	17 832 180,41	11 688 796,09	4 136 533,07	2 533 881,66
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	16 039 289,76	9 933 182,85	3 720 636,01	2 153 302,16
Zysk (strata) przed opodatkowaniem	17 689 932,30	10 262 343,72	4 103 535,76	2 224 657,21
Zysk (strata) netto	17 529 241,31	10 418 893,77	4 066 260,25	2 258 593,92
Zysk przypadający na Akcjonariuszy podmiotu dominującego	17 529 241,31	10 418 893,77	4 066 260,25	2 258 593,92
Średnioważona liczba akcji	4 165 685	4 165 685	4 165 685	4 165 685
Zysk (Strata) na jedną akcję przypadająca Akcjonariuszom Digital Network S.A. (w zł/EUR)	4,21	2,50	0,98	0,54

	PLN	PLN	EUR	EUR
Jednostkowe sprawozdanie z przepływów pieniężnych	01.01.2024 30.06.2024	01.01.2023 30.06.2023	01.01.2024 30.06.2024	01.01.2023 30.06.2023
Przepływy pieniężne z działalności operacyjnej	9 294 574,59	5 651 841,43	2 156 063,60	1 225 198,66
Przepływy pieniężne z działalności inwestycyjnej	-6 284 821,07	-6 109 567,46	-1 457 890,71	-1 324 423,90
Przepływy pieniężne z działalności finansowej	-17 210 584,80	-133 376,41	-3 992 341,46	-28 913,16
Przepływy pieniężne netto razem	-14 200 831,28	-591 102,44	-3 294 168,57	-128 138,40

	PLN	PLN	EUR	EUR
Jednostkowe sprawozdanie z sytuacji finansowej	30.06.2024	31.12.2023	30.06.2024	31.12.2023
Aktywa trwałe	17 174 864,88	15 695 569,55	3 982 115,67	3 609 836,60
Aktywa obrotowe	23 911 217,02	31 684 589,55	5 543 987,25	7 287 164,11
Aktywa razem	41 086 081,90	47 380 159,10	9 526 102,92	10 897 000,71
Zobowiązania razem	873 670,00	7 617 680,01	202 566,66	1 751 996,32
Zobowiązania długoterminowe	469 058,17	423 809,86	108 754,50	97 472,37
Zobowiązania krótkoterminowe	404 611,83	7 193 870,15	93 812,16	1 654 523,95
Kapitały własne	40 212 411,90	39 762 479,09	9 323 536,26	9 145 004,39
Kapitał akcyjny	4 238 962,00	4 238 962,00	982 833,76	974 922,26

Kursy przyjęte do wyceny bilansowej

Kurs obowiązujący na ostatni dzień:	30.06.2024	31.12.2023
1 EURO / 1 PLN	4,3130	4,3480

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:	01.01.2024 30.06.2024	01.01.2023 30.06.2023
1 EURO / 1 PLN	4,3109	4,6130

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

- poszczególne pozycje aktywów i pasywów sprawozdania z sytuacji finansowej na dzień 30 czerwca 2024 roku zostały przeliczone według kursu średniego obowiązującego na dzień 30 czerwca 2024 roku ogłoszonego przez Narodowy Bank Polski dla EUR, czyli 1 EUR = 4,3130 zł oraz według kursu 4,3480 zł za 1 EUR obowiązującego na dzień 31 grudnia 2023 roku,
- poszczególne pozycje sprawozdania z całkowitych dochodów oraz przepływów pieniężnych za okres od 1 stycznia 2024 roku do 30 czerwca 2024 roku zostały przeliczone według kursu stanowiącego średnią arytmetyczną średnich kursów ogłoszonych przez Narodowy Bank Polski dla EUR obowiązujących na ostatni dzień pierwszych sześciu miesięcy 2024 roku i wynoszącego 4,3109 zł za 1 EUR oraz według kursu 4,6130 zł za 1 EUR dla analogicznego okresu 2023 roku.

2. KOMENTARZ ZARZĄDU DIGITAL NETWORK S.A. DO SKONSOLIDOWANYCH WYNIKÓW FINANSOWYCH ZA I PÓŁROCZE 2024 ROKU

2.1 Podstawowe dane finansowe oraz najważniejsze wydarzenia pierwszego półrocza 2024 roku

Skonsolidowane przychody ze sprzedaży, rentowność i wynik finansowy netto

(w tys. złotych)	01.01.2024	01.01.2023	Zmiana 2024/2023 %
	30.06.2024	30.06.2023	
Przychody ze sprzedaży	28 783	24 667	17%
Zysk/strata z działalności operacyjnej	9 774	7 558	29%
EBITDA	15 666	12 685	24%
Zysk/strata netto	9 555	6 697	43%

Główne źródła przychodów Grupy Kapitałowej Digital Network S.A.

(w tys. złotych)	01.01.2024	01.01.2023	Zmiana 2024/2023 %
	30.06.2024	30.06.2023	
Usługi Dystrybucyjne	197	310	-36%
Reklama zewnętrzna	28 177	23 799	18%
Pozostałe	373	354	5%
Przychody ze sprzedaży towarów i materiałów	36	204	-83%
Przychody netto ze sprzedaży razem	28 783	24 667	17%

- **wzrost przychodów ze sprzedaży o 17%**
- **wzrost zysku z działalności operacyjnej o 29%**
- **wzrost EBITDA o 24%**
- **wzrost zysku netto o 43%**

W pierwszym półroczu 2024 roku Emitent wypracował przychody ze sprzedaży na poziomie 28 783 tysięcy złotych (o 17% wyższe niż rok wcześniej) z czego 97,9% stanowiła sprzedaż prowadzona na rynku cyfrowej reklamy zewnętrznej (Digital Out Of Home). Marża uzyskana ze sprzedaży powierzchni reklamowych pozwoliła wypracować Emitentowi zysk z działalności operacyjnej na poziomie 9 774 tysięcy złotych, wyższym o 29% niż w 2023 roku. Stało się tak mimo znaczącego wzrostu kosztów eksploatacji nośników reklamowych (na co wpływ miały głównie podwyżki czynszu, kosztów materiałów i energii itp.) związanych zarówno z rozbudową sieci ekranów o nowe lokalizacje m.in. w centralnych punktach Warszawy jak i z indeksacją czynszu na dotychczas wynajmowanych nośnikach. W raportowanym okresie wzrost zanotował również wskaźnik EBITDA osiągając poziom 15 666 tysięcy złotych wobec 12 685 tysięcy złotych rok wcześniej (zmiana o 24%). W efekcie, zysk netto Emitenta na poziomie skonsolidowanym osiągnął w raportowanym okresie wartość 9 555 tysięcy złotych, wyższą o 43% w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego.

Poprawa wskaźników rentowności w 2024 roku

	2024	2023
Rentowność sprzedaży		
Rentowność brutto na sprzedaży = zysk brutto na sprzedaży/przychody ze sprzedaży	52%	51%
Rentowność operacyjna = zysk z działalności operacyjnej/przychody ze sprzedaży	34%	31%
Rentowność EBITDA = EBITDA/przychody ze sprzedaży	54%	51%
Rentowność sprzedaży netto (ROS) = zysk netto/przychody ze sprzedaży	33%	27%

Dzięki efektywnej działalności operacyjnej połączonej ze ścisłą kontrolą kosztów, Emitent zanotował w okresie sprawozdawczym poprawę wszystkich wskaźników rentowności. Rentowność brutto na sprzedaży wyniosła 52% (wzrost o 1 p. p. vs. 2023 rok), rentowność operacyjna wyniosła 34% (wzrost o 3 p. p. vs. 2023 rok), rentowność EBITDA 54% (wzrost o 3 p. p. vs 2023 rok), natomiast rentowność sprzedaży netto wzrosła o 6 p. p. do poziomu 33%.

Jednostkowe przychody ze sprzedaży, rentowność i wynik finansowy netto

(w tys. złotych)	01.01.2024 30.06.2024	01.01.2023 30.06.2023	Zmiana 2024/2023 %
Przychody ze sprzedaży	17 832	11 689	53%
Zysk/strata z działalności operacyjnej	16 039	9 933	61%
EBITDA	16 168	10 055	61%
Zysk/strata netto	17 529	10 419	68%

Komentując jednostkowe wyniki finansowe należy zwrócić uwagę, iż Emitent jako spółka holdingowa sprawująca nadzór właścicielski nad pozostałymi spółkami wchodzącymi w skład Grupy Kapitałowej, nie prowadzi strictly działalności operacyjnej, a wypracowane przychody pochodzą głównie z dywidend wypłacanych przez spółki zależne. Stąd prezentowane wzrosty w okresie sprawozdawczym są głównie efektem podziału zysku za 2023 roku w spółkach zależnych.

Polityka dywidendowa Emitenta przewidziana na lata 2024-2025

W okresie sprawozdawczym Zarząd Spółki ogłosił politykę dywidendową na lata 2024-2025.

Dywidenda za 2024 rok zostanie wypłacona według następujących zasad:

- na wypłatę dywidendy zostanie przeznaczony nie mniej niż 20 milionów złotych;
- pierwsza transza (zaliczka na dywidendę) zostanie wypłacona w grudniu 2024 roku w kwocie minimum 10 milionów złotych a pozostała część w maju lub czerwcu 2025 roku po zatwierdzeniu sprawozdania finansowego za 2024 rok. Zaliczkową formę wypłaty dywidendy uzasadnia zakładana przez Zarząd Spółki dynamika wzrostu w 2024 roku oraz spodziewana nadwyżka środków gotówkowych w Spółce;
- ostateczną wysokość dywidendy Zarząd Spółki zarekomenduje w oparciu o roczny, zaudytowany wynik finansowy przy czym na wypłatę dywidendy przeznaczony zostanie od 75% do 100% jednostkowego wyniku finansowego Spółki za 2024 rok;
- dywidenda zostanie powiększona o niepodzielone zyski z lat ubiegłych lub/i kwoty przeniesione z utworzonych z zysku kapitałów zapasowego i rezerwowych, które mogą być przeznaczone na wypłatę dywidendy z zastrzeżeniem, że łączna kwota przeznaczona do podziału pomiędzy akcjonariuszy nie przekroczy 100% skonsolidowanego zysku netto Spółki za 2024 rok;
- przy określeniu ostatecznej wysokości dywidendy wypłaconej za rok 2024 uwzględniona zostanie rekomendacja Rady Nadzorczej a ostateczną decyzję dotyczącą wysokości dywidendy oraz terminów jej wypłaty podejmie Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy.

Zarząd Emitenta planuje wypłatę dywidendy za 2025 rok według następujących zasad:

- wypłacie w formie dywidendy podlegać będzie od 75% do 100% jednostkowego wyniku finansowego Spółki za 2025 rok;
- w przypadku wypłaty zaliczki na poczet dywidendy pierwsza transza (zaliczka na dywidendę) zostanie wypłacona w grudniu 2025 roku w kwocie stanowiącej od 40% do 50% szacowanej dywidendy, a pozostała część zostanie wypłacana w maju lub czerwcu 2026 roku po zatwierdzeniu sprawozdania finansowego za 2025 rok;
- dywidenda będzie mogła zostać powiększona o niepodzielone zyski z lat ubiegłych lub/i kwoty przeniesione z utworzonych z zysku kapitałów zapasowego i rezerwowych, które mogą być przeznaczone na wypłatę

dywidendy z zastrzeżeniem, że łączna kwota przeznaczona do podziału pomiędzy akcjonariuszy nie przekroczy 100% skonsolidowanego zysku netto Spółki za 2025 rok;

- przy określeniu ostatecznej wysokości dywidendy wypłaconej w 2026 roku uwzględniona zostanie rekomendacja Rady Nadzorczej a ostateczną decyzję dotyczącą wysokości dywidendy oraz terminów jej wypłaty podejmuje Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy.

Zarząd Emitenta ogłosił także warunki wypłaty dywidendy planowane na lata 2024-2025, które będzie brał pod uwagę przy wypłatach dywidend w poszczególnych latach obrotowych.

- bieżącą sytuację finansową i płynnościową Spółki oraz ryzyka biznesowe podlegające ocenie w określonych warunkach rynkowych i makroekonomicznych, zdarzenia o charakterze jednorazowym oraz zmiany w obowiązujących przepisach prawa;
- zapotrzebowanie na konieczność finansowania inwestycji lub potencjalnych akwizycji;
- zapewnienie środków finansowych na pokrycie obciążeń publicznoprawnych, zobowiązań wynikających z umów handlowych oraz zachowanie bezpieczeństwa finansowego.

Polityka dywidendowa podlegać będzie przeglądom okresowym dokonywanym przez Zarząd Spółki, w szczególności o ile wystąpią okoliczności mające negatywny wpływ na realizację planów sprzedażowych w danym roku obrotowym lub inne czynniki stanowiące przeszkodę w wypłacie dywidendy.

Główne czynniki mające wpływ na rozwój Emitenta w kolejnych okresach sprawozdawczych

- **sprzyjające otoczenie rynkowe** mające swoje źródło w transformacji cyfrowej, która stymuluje migrację budżetów reklamowych z nośników tradycyjnych na bardziej efektywne, przyciągające uwagę i lepiej zapamiętywane treści emitowane na nośnikach cyfrowych (DOOH);

- **największe zasięgi reklamowe** w segmencie cyfrowej reklamy zewnętrznej (Emitent zarządza ogólnopolską siecią ponad 20 000 ekranów) co gwarantuje osiągnięcie efektu skali oraz umocnią Spółkę na pozycji lidera dynamicznie rozwijającego się rynku reklamy zewnętrznej oraz głównego beneficjenta dalszych wzrostów branży;

- **wysoka rentowność modelu biznesowego** (obecna marża operacyjna kształtuje się na poziomie 35%); wynikająca ze stałych kosztów bezpośrednich utrzymania sieci (czynsze, prąd, konserwacja), niskich kosztów zarządzania kampaniami reklamowymi, znacząco wyższej od obecnie zakontraktowanej pojemności sieci (*inventory*) co umożliwia wzrost przychodów bez ponoszenia dodatkowych nakładów kapitałowych oraz systematycznego zwiększania udziału sprzedaży bezpośredniej (o wyższej marży) w łącznych przychodach Emitenta;

- **niskie potrzeby kapitałowe** na utrzymanie i dalszy rozwój sieci ekranów (główne nakłady inwestycyjne zostały poniesione w poprzednich latach - w tym na wymianę ekranów na bardziej energooszczędne) czego efektem jest nadpłynność finansowa oraz możliwość przeznaczenia nadwyżek na wypłatę dywidendy;

Wśród pozostałych czynników o charakterze długoterminowym mających korzystny wpływ na wyniki finansowe oraz rozwój Emitenta w kolejnych okresach sprawozdawczych, należy wskazać na:

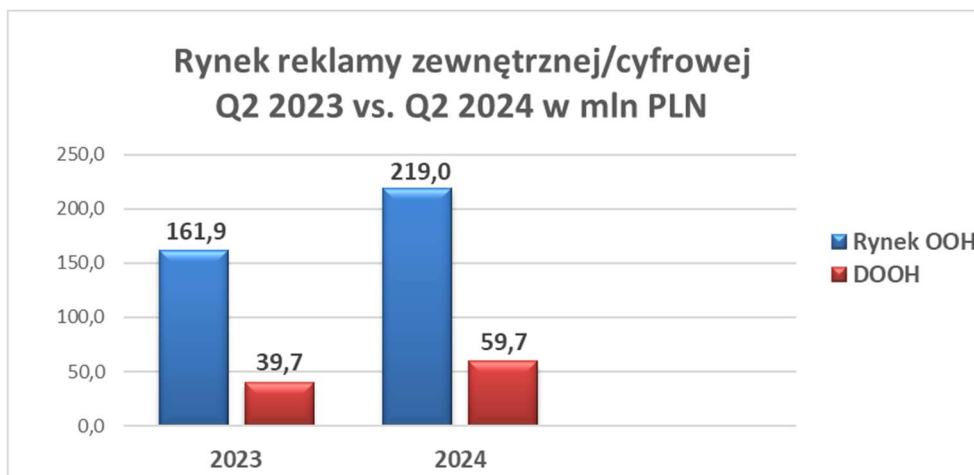
- **wysoką barierę wejścia na rynek** cyfrowej reklamy zewnętrznej (DOOH) dla konkurencji z uwagi na skomplikowaną technologię projektów, długi proces pozyskiwania pozwoleń administracyjnych na budowę nowych ekranów oraz ograniczoną ilość lokalizacji premium w przestrzeniach głównych aglomeracji miejskich;

- **rosnący transfer budżetów reklamowych** pochodzących z Internetu, postępującą integracją z systemem sprzedaży digital (Adform, Broadsign) oraz możliwości realizacji kampanii w modelu programmatic;

- **światowy trend wykorzystywania** cyfrowej reklamy zewnętrznej (Digital OOH) do promowania proekologicznych rozwiązań z obszaru *Smart City*, dostarczających dodatkowe benefity dla przestrzeni miejskiej (informacja, edukacja, zwiększanie ruchu turystycznego).

Rynek reklamy zewnętrznej w I półroczu 2024 roku

Z estymacji opublikowanych przez OOHlife Izbę Gospodarczą (dawna Izba Gospodarcza Reklamy Zewnętrznej) i Starcom (Publicis Groupe) wynika, iż sprzedaż na rynku reklamy zewnętrznej w II kwartale br. osiągnęła poziom 219,04 mln zł i była o 20,7% wyższa w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego. Natomiast monitorowana wielkość sprzedaży w okresie całego pierwszego półrocza zamknęła się kwotą 386,32 mln zł. W stosunku do tej samej (monitorowanej) bazy firm z pierwszego półrocza 2023 oznacza to wzrost na poziomie 23,7%. W związku z kolejnym udanym kwartałem br., Izba podtrzymała w swoim raporcie wcześniej przygotowaną prognozę na 2024 rok, zgodnie z którą oczekuje systematycznego zwiększenia udziałów reklamy zewnętrznej w rynku mediów oraz dynamiki wzrostu na poziomie 12-16%.



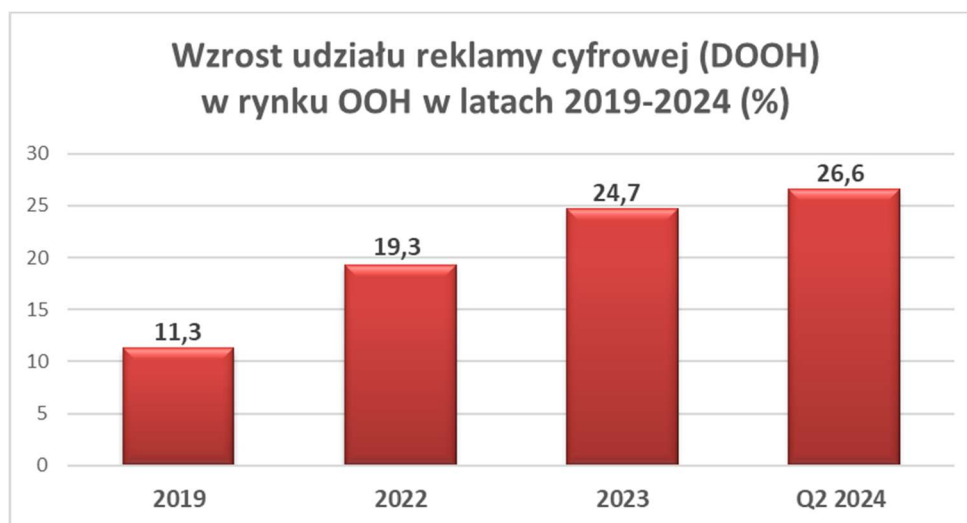
Generalnie II kwartał 2024 roku umocnił korzystne trendy i dobrą koniunkturę dla branży reklamy zewnętrznej w Polsce. Zdaniem autorów raportu miało na to wpływ kilka czynników. Jako pierwsze z nich wymienione zostały zdarzenia jednorazowe, które tradycyjnie zwiększają zainteresowanie reklamodawców tego typu formą reklamy czyli kampanię samorządową, wybory do parlamentu europejskiego oraz Mistrzostwa Europy w piłce nożnej. Kolejnym czynnikiem wzrostu w raportowanym okresie było podniesienie cenników sprzedażowych powierzchni ekspozycyjnych na nośnikach reklamy zewnętrznej. Wynikało to zarówno z wyższych kosztów eksploatacji (wzrost ceny prądu, kosztów najmu itd.) jak i ze zwiększonego popytu na tę formę reklamy. Dotyczyło to głównie tych miast, w których w ciągu ostatnich lat nastąpiło zmniejszenie liczby dostępnych powierzchni reklamowych z uwagi na wprowadzenie lokalnych obostrzeń wynikających z uchwał krajobrazowych.



Rynek rośnie głównie dzięki reklamie cyfrowej

Od wielu kwartałów, tradycyjnie najwyższą dynamikę w branży reklamy zewnętrznej notuje segment cyfrowej reklamy zewnętrznej (Digital Out Of Home). W samym II kwartale reklamodawcy wydali na kampanie digital 59,7 mln zł czyli o 37% więcej niż w analogicznym okresie roku ubiegłego.

Nie jest to zaskoczeniem biorąc pod uwagę fakt, że w ciągu ostatnich pięciu lat znaczenie tej formy reklamy systematycznie rośnie, osiągając z roku na rok coraz wyższą dynamikę. Potwierdzają to badania rynku, które wskazują, iż w analizowanym okresie (2019-2024) udział reklamy cyfrowej w łącznej sprzedaży reklamy zewnętrznej zwiększył się ponad dwukrotnie. Na koniec czerwca br. udział reklamy cyfrowej w całym rynku wyniósł 27,3%, natomiast w całym pierwszym półroczu 2024 roku odpowiednio 26,6% podczas gdy w analogicznym okresie roku ubiegłego kształtował się na poziomie 24,5%.

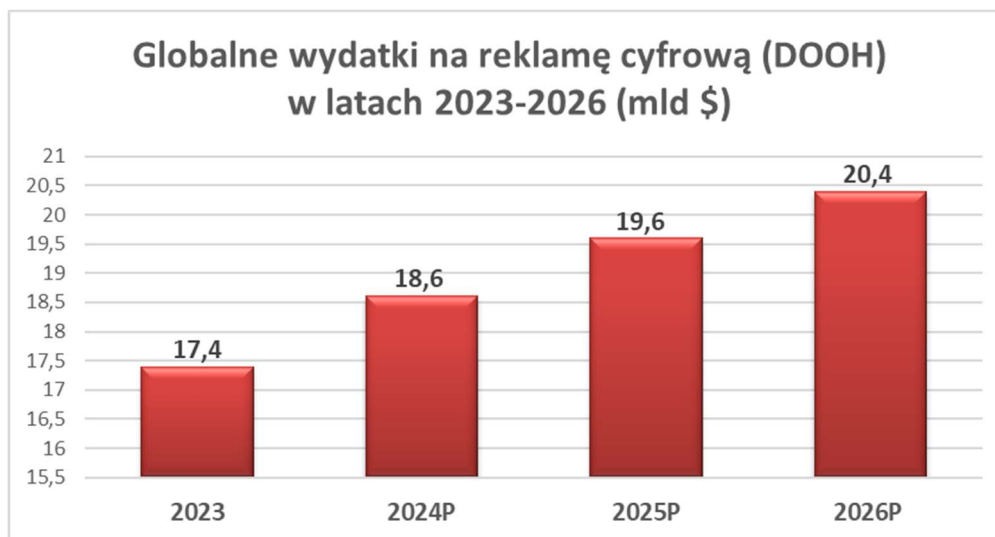


Głównym czynnikiem stymulującym wzrost segmentu Digital Out Of Home w Polsce jest postępująca transformacja cyfrowa oraz związane z tym zainteresowanie reklamodawców. W efekcie, rośnie liczba nośników cyfrowych dostępnych na rynku, zarówno zewnętrznych jak i umiejscowionych w przestrzeniach zamkniętych takich jak: galerie handlowe, sklepy wielkopowierzchniowe, kluby fitness, budynki biurowe czy obiekty użyteczności publicznej i dworce kolejowe. DOOH oferuje znacznie większą elastyczność, interaktywność i efektywność realizowanych kampanii reklamowych w porównaniu z papierowym outdoorem. Nośniki cyfrowe pozwalają emitować reklamy w czasie rzeczywistym, dostosowując je do zmieniających się warunków atmosferycznych, pory dnia i bieżących wydarzeń. W przypadku Emitenta, najbardziej spektakularne nośniki wyposażone są w innowacyjne rozwiązania technologiczne umożliwiające wykorzystywanie danych demograficznych oraz przyzwyczajzeń konsumenckich do efektywnego plasowania kampanii promocyjnych.

Zdaniem autorów cytowanego wyżej OOHlife Izbę Gospodarczą (dawne Izba Gospodarcza Reklamy Zewnętrznej) i Starcom (Publicis Groupe) dalszy wzrost udziałów rynkowych cyfrowej reklamy zewnętrznej bazować będzie nie tylko na szybkim postępie technologicznym ale także na wprowadzeniu międzynarodowego standardu sprzedaży. Istotnymi czynnikami mogącymi jeszcze przyspieszyć rozwój rynku w tym segmencie może okazać się ujednoczenie pomiaru widowni i formatów m.in. poprzez włączenie cyfrowych powierzchni do badania Mediapanel, które jest oferowane przez Instytut Badawczy Gemius. Dzięki temu możliwe będzie stworzenie standardu pomiaru reklamy cyfrowej jako oddzielnej kategorii medialnej. Zdaniem autorów raportu wzrost udziałów reklamy cyfrowej zapewni także postępujący proces automatyzacji zakupu i emisji reklam, w tym zastosowanie programatycznego modelu zakupu, z którego korzysta już m.in. Emitent.

Wzrost udziałów reklamy cyfrowej jest trendem globalnym

Wzrost znaczenia nośników cyfrowych w Polsce podąża za światowymi trendami. Segment cyfrowej reklamy zewnętrznej jest obecnie jednym z najszybciej rosnących segmentów rynku reklamowego na świecie a jego udział w całym rynku reklamy zewnętrznej systematycznie rośnie. Globalna transformacja cyfrowa i przewagi konkurencyjne jakie oferują ekrany cyfrowe sprawiają, że nośniki klasy Digital Out Of Home systematycznie zyskują na znaczeniu, stanowiąc średnio ponad 40% światowego rynku reklamy zewnętrznej a w krajach wysoko rozwiniętych nawet pomiędzy 60 a 70%. Do tego najbardziej ikoniczne lokalizacje takie jak Times Square w Nowym Jorku, Piccadilly Lights w Londynie, czy dzielnica Shibuya w Tokio, stają się symbolami tych miast i głównymi atrakcjami turystycznymi.



Zdaniem globalnych firm badawczych digitalizacja nośników reklamowych stała się zjawiskiem nieodwracalnym i będzie kontynuowana przez kolejne lata. Przykładowo, według estymacji publikowanych przez The World Out Of Home globalna wartość segmentu Digital Out Of Home ma wzrosnąć na koniec 2026 roku do ponad 20,4 mld USD przy średniej stopie wzrostu (CAGR) na poziomie 19%.

Transformacja cyfrowa jest dziś światowym trendem cywilizacyjnym. Dzięki posiadanym funkcjonalnościom, nośniki cyfrowe znajdują szerokie zastosowanie w miejskich przestrzeniach publicznych, przynosząc korzyści zarówno ich mieszkańcom, jak i zarządzającym miastami. Światowy trend wykorzystywania cyfrowych ekranów zewnętrznych przyczynia się do promowania proekologicznych rozwiązań z obszaru Smart City, dostarczających dodatkowe benefity dla przestrzeni miejskiej.

Ze względu na dotarcie do tysięcy mieszkańców miast i odwiedzających je turystów, wspierają wiele obszarów przekazu i publikowania komunikatów w czasie rzeczywistym. Cyfrowe ekrany DOOH są wykorzystywane do realizacji różnorodnych misji społecznych, oferując unikalną platformę do komunikacji a także do promowania nadchodzących wydarzeń, takich jak festiwale czy wydarzenia sportowe, dostarczając informacji o dacie, miejscu i szczegółach wydarzenia.

Cyfrowe ekrany stanowią proaktywne narzędzie służące aktualizacji informacji o stanie dróg, rozkładach jazdy, ewentualnych opóźnieniach i zmianach w organizacji ruchu. Stają się także narzędziem do prowadzenia kampanii edukacyjnych na temat zdrowia publicznego, bezpieczeństwa drogowego, ochrony środowiska czy praw obywatelskich. Sieć ekranów miejskich może stać się kluczowym elementem zarządzania kryzysowego w sytuacji klęski żywiołowej.

Co warto podkreślić są one o wiele bardziej przyjazne dla środowiska - eliminują potrzebę drukowania i fizycznego montażu tradycyjnych reklam, zmniejszając zużycie papieru oraz ilość odpadów. Jak wskazuje w swoich raportach amerykańska firma badawcza Wildstone, zamiana 100 klasycznych papierowych billboardów na ekrany cyfrowe oszczędza: 91 drzew, 16,9 tys. mil, 6,2 ton CO₂ i 5 ton papieru.

Ekranami miejskimi mogą wyświetlać treści w różnych językach, w tym w językach mniejszościowych i lokalnych, co staje się istotne w miastach wielokulturowych. Dostępność informacji w języku ojczystym jest kluczowa dla integracji społeczności imigranckich i mniejszości etnicznych.

Dzięki wymienionym przewagom konkurencyjnym reklama cyfrowa staje się kluczowym elementem nowoczesnych strategii marketingowych ponieważ:

- umożliwia gromadzenie danych w czasie rzeczywistym co pozwala na optymalizację kampanii w zależności od bieżących wydarzeń, opinii konsumentów, poziomu zapasów oraz wyników efektywności;
- posiada wysoki współczynnik zapamiętywania treści w porównaniu z tradycyjnymi, statycznymi nośnikami;
- jest interaktywna dzięki czemu zamienia biernych widzów w aktywnych uczestników, a interaktywne ekrany dotykowe umożliwiają użytkownikom przeglądanie katalogów produktów, dostęp do informacji lub dokonywanie zakupów bezpośrednio z wyświetlacza;
- posiada możliwość integracji z urządzeniami mobilnymi co umożliwia widzom interakcję z reklamami za pośrednictwem smartfonów, nie tylko angażując odbiorców, ale także dostarczając reklamodawcom danych o użytkownikach na potrzeby przyszłych kampanii;
- oferuje usługi oparte na geolokalizacji, technologii GPS, umożliwiające reklamodawcom dostosowywanie komunikatów na podstawie lokalizacji widza oraz dostarczaniu kontekstowych treści.

Niedoszacowanie wydatków reklamowanych w segmencie cyfrowej reklamy zewnętrznej

Emitent jest zdecydowanym liderem segmentu cyfrowej reklamy zewnętrznej z udziałem ok. 48% (dane Kantar) jednak wydatki ponoszone w tym segmencie rynku ocenia ciągle jako mocno niedoszacowane. Dlatego zwraca uwagę na fakt, że estymowany w ostatnim raporcie OOHLife Izbę Gospodarczą (dawne IGRZ) i Starcom (Publicis Groupe) dynamiczny wzrost udziałów segmentu cyfrowej reklamy zewnętrznej (Digital Out Of Home) jest efektem nie tylko pozyskiwania nowych reklamodawców (jak dzieje się to w przypadku Emitenta) ale w dużej części jest także konsekwencją digitalizacji coraz większej części oferty głównych graczy rynkowych, działających do tej pory w tradycyjnym kanale reklamy zewnętrznej. Ponadto 2024 rok przyniósł zwiększenie liczby podmiotów działających na rynku reklamy zewnętrznej i w związku z tym wielkość sprzedaży podana w raporcie uwzględnia już rozszerzoną bazę firm (w stosunku do 2023 roku).

Zarząd Emitenta zwraca ponadto uwagę, iż część firm posiadających własne nośniki reklamowe w dalszym ciągu nie raportuje swojej sprzedaży. Należą do nich ogólnopolskie sieci marketów spożywczo-przemysłowych (Dino, Biedronka, Auchan, Aldi, Leclerc), jak również sieci supermarketów remontowo-budowlanych (Leroy Merlin, Castorama) i sprzętu elektronicznego (Media Expert). Dotyczy to także sektora tradycyjnych wielkoformatowych siatek reklamowych typu blow-up. W związku z powyższym, dane rynkowe podawane w raportach o rynku można uznać za częściowo niedoszacowane. Przykładowo, według oceny firmy badawczej Kantar Media, cały segment cyfrowej reklamy zewnętrznej (Digital Out Of Home) na koniec 2023 roku mógł być warty ponad 400 mln zł.

Optymistyczne prognozy rynkowe na kolejne kwartały 2024 roku

Według estymacji OOHLife Izbę Gospodarczą (dawne IGRZ) i Starcom (Publicis Groupe), 2024 rok powinien okazać się udany dla całej branży reklamy zewnętrznej ze szczególnym uwzględnieniem sektora cyfrowej reklamy zewnętrznej (Digital Out Of Home). Sprzyjać temu powinny korzystne trendy rynkowe: wzrost cen sprzedaży powierzchni i emisji materiałów reklamowych, wzrost liczby nośników cyfrowych oraz postępująca standaryzacja sprzedaży powierzchni ekspozycyjnych i emisji reklam. W trzecim kwartale 2024 roku większe zainteresowanie reklamą zewnętrzną powinny stymulować takie wydarzenia jak choćby letnie Igrzyska Olimpijskie w Paryżu. Na finalny wynik całej branży (szacowane wzrosty pomiędzy 12 a 16%) korzystny wpływ powinna mieć także ogólna

sytuacja społeczno-gospodarcza Polski, której kondycja sprzyja utrzymaniu dobrej koniunktury na rynku reklamowym.

W bieżącym roku należy spodziewać się także utrzymania trendu wzrostowego udziałów cyfrowej reklamy zewnętrznej (DOOH) w całej branży reklamy zewnętrznej. Według przewidywań analityków rynku jak i własnych szacunków Emitenta, wzrosty utrzymają się przez co najmniej kilka lat, które powinny oscylować średniorocznie w okolicach 15-20%. Wspierającym czynnikiem dynamicznego wzrostu segmentu powinien być w dalszym ciągu stabilny wzrost cen na tego typu usługi.

2.2 Opis pozostałych czynników i zdarzeń w szczególności o nietypowym charakterze, które miały wpływ na osiągnięte wyniki finansowe oraz notowania akcji Spółki

1. W dniu 16 stycznia 2024 roku, Zarząd Emitenta podał do wiadomości, że w dniu 15 stycznia 2024 roku wpłynęła do Rady Nadzorczej Spółki rezygnacja Tomasza Misiaka z funkcji Członka Zarządu Digital Network S.A. Zmniejszenie składu Zarządu Emitenta (jako spółki holdingowej) służyło optymalizacji kosztowej oraz uproszczeniu struktur zarządzania Grupą Kapitałową.
2. W dniu 23 stycznia 2024 roku, Zarząd Emitenta poinformował o transakcji nabycia 1 130 akcji Emitenta przez Agnieszkę Godlewską, Prezes Zarządu Spółki.
3. W dniu 29 stycznia 2024 roku, Zarząd Emitenta podał do wiadomości, iż według wstępnych szacunków, przychody skonsolidowane Emitenta w czwartym kwartale 2023 roku wyniosły 22,8 mln zł z czego blisko 99% (tj. 22,4 mln zł) pochodziło z segmentu cyfrowej reklamy zewnętrznej. W porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego sprzedaż Emitenta wzrosła o 41%, kiedy to w czwartym kwartale 2022 roku osiągnęła poziom 16,2 mln zł.
4. W dniu 13 marca 2024 roku, Zarząd Emitenta opublikował korektę prognozy rocznej obejmującą wyniki finansowe na poziomie przychodów ze sprzedaży, zysku operacyjnego, EBITDA oraz zysku netto. Zgodnie z korektą, przychody ze sprzedaży wzrosły do 64 282 tysięcy złotych (wzrost o 5,9% vs. wcześniejsza prognoza), zysk z działalności operacyjnej wyniósł odpowiednio 22 733 tysiące złotych (wzrost o 13,0% vs. wcześniejsza prognoza), EBITDA na poziomie 33 249 tysięcy złotych (wzrost o 10,4% vs. wcześniejsza prognoza) natomiast zysk netto osiągnął 24 726 tysiące złotych (wzrost o 12,4% vs. wcześniejsza prognoza).
5. W dniu 5 kwietnia 2024 roku, Zarząd Emitenta podjął uchwałę w sprawie wystąpienia z wnioskiem do Rady Nadzorczej Spółki o ocenę i zarekomendowanie Zwyczajnemu Walnemu Zgromadzeniu Akcjonariuszy wypłaty dywidendy w łącznej wysokości 17 079 308,50 złotych tj. 4,10 złote na jedną akcję. W wypłacie dywidendy nie będą uczestniczyć akcje własne Spółki. Ostateczną decyzję w przedmiocie podziału zysku za 2023 rok podejmie Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy.
6. W dniu 18 kwietnia 2024 roku, Zarząd Emitenta podał do wiadomości, że Rada Nadzorcza podjęła uchwałę w sprawie pozytywnej oceny wniosku Zarządu dotyczącego podziału zysku netto Spółki za 2023 rok.
7. W dniu 19 kwietnia 2024 roku, Zarząd Emitenta opublikował ogłoszenie o zwołaniu Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy na dzień 16 maja 2024 roku.
8. W dniu 6 maja 2024 roku, Zarząd Emitenta podał do wiadomości, iż według wstępnych szacunków, przychody skonsolidowane Emitenta w pierwszym kwartale 2024 roku wyniosły 12,3 mln zł, z czego 98% (tj. 12,1 mln zł) pochodziło z segmentu cyfrowej reklamy zewnętrznej (Digital Out Of Home). W porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego sprzedaż Emitenta wzrosła o 25%. W pierwszym kwartale 2023 roku skonsolidowane przychody Emitenta wyniosły 9,8 mln zł, z czego 97% (tj. 9,5 mln zł) pochodziło z segmentu cyfrowej reklamy zewnętrznej (Digital Out Of Home).
9. W dniu 16 maja 2024 roku, Zarząd Emitenta podał do wiadomości, iż Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy podjęło uchwałę w sprawie podziału zysku netto Spółki za rok 2023 oraz w sprawie ustalenia dnia wypłaty dywidendy postanawiając:
 - a) całość zysku netto za 2023 rok w wysokości 14 521 493,29 złotych przeznaczyć na wypłatę dywidendy dla akcjonariuszy Spółki,
 - b) część kapitału zapasowego, utworzonego z zysku zatrzymanego w latach ubiegłych, tj. kwotę 2 557 815,21 złotych przeznaczyć na wypłatę dywidendy dla akcjonariuszy Spółki,

c) ustalić łączną wartość dywidendy w roku 2024 na kwotę 17 079 308,50 złotych, tj. 4,10 złotych na akcję.
Dzień dywidendy ustalono na dzień 22 maja 2024 roku.

Dzień wypłaty dywidendy ustalono na dzień 27 maja 2024 roku.

10. W dniu 21 maja 2024 roku, Zarząd Emitenta opublikował politykę dywidendową na lata 2024-2025.
11. W dniu 3 czerwca 2024 roku, Zarząd Emitenta poinformował o otrzymaniu zawiadomienia o zejściu poniżej 5% akcji w kapitale zakładowym Digital Network S.A. Zawiadomienie zostało wysłane z AgioFunds Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych Spółka Akcyjna działającego w imieniu Funduszu VALUE FIZ z wydzielonym subfunduszem 1. Po transakcji Fundusz zmniejszył swoje zaangażowanie w Spółce do 210 947 sztuk akcji co stanowi 4,98% w kapitale zakładowym oraz 4,98% w ogólnej liczbie głosów na WZA.
12. W dniu 17 czerwca 2024 roku, Zarząd Emitenta podał do wiadomości, iż do Spółki wpłynęły zawiadomienia od akcjonariuszy Spółki o rozpoczęciu procesu przyspieszonej budowy księgi popytu, mającej na celu sprzedaż akcji zwykłych na okaziciela Spółki, stanowiących łącznie 15% udziału w kapitale zakładowym Spółki oraz reprezentujących 15% ogólnej liczby głosów w Spółce.
13. W dniu 20 czerwca 2024 roku, Zarząd Emitenta podał do wiadomości, że do Spółki wpłynęły zawiadomienia od akcjonariuszy Spółki o odstąpieniu od sprzedaży akcji w ramach przyspieszonej budowy księgi popytu.

Opis najistotniejszych czynników i zdarzeń mających wpływ na wyniki Spółki w raportowanym okresie został przedstawiony w pkt 2.1.

2.3 Zdarzenia, które wystąpiły po okresie, którego dotyczy niniejszy raport, a mogące mieć charakter cenotwórczy bądź mieć wpływ na przyszłe wyniki finansowe

1. W dniu 30 lipca 2024 roku, Zarząd Emitenta podał wstępne, szacunkowe przychody skonsolidowane za drugi kwartał 2024 roku, które wyniosły 16,4 mln złotych z czego 98% (tj. 16,1 mln złotych) pochodziło ze sprzedaży w segmencie cyfrowej reklamy zewnętrznej (Digital Out Of Home). W porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego, sprzedaż Emitenta wzrosła o 11% kiedy to w drugim kwartale 2023 roku osiągnęła poziom 14,8 mln złotych.
2. W dniu 27 sierpnia 2024 roku, Zarząd Emitenta ogłosił zwołanie Nadzwyczajnego Zgromadzenia Akcjonariuszy w związku z koniecznością uzupełnienia składu Rady Nadzorczej. Konieczność ta jest następstwem powzięcia przez Zarząd Spółki informacji o wykreśleniu w rejestrze sądowym Pana Grzegorza Grygiela z funkcji członka Rady Nadzorczej Spółki. Wykreślenie nastąpiło z urzędu, na mocy postanowienia wydanego przez XII Wydział Krajowego Rejestru Sądowego Sądu Rejonowego dla m.st. Warszawy w Warszawie, który prowadzi rejestr sądowy Spółki.
3. W dniu 3 września 2024 roku Zarząd Digital Network S.A. podał do wiadomości wstępne skonsolidowane wyniki finansowe pierwszego półrocza 2024 roku na poziomie: przychodów ze sprzedaży, zysku z działalności operacyjnej, EBITDA oraz zysku netto.
4. W dniu 23 września 2024 roku, Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy powołało do składu Rady Nadzorczej Pana Jerzego Popławskiego.

2.4 Opis pozostałych ryzyk i zagrożeń związanych z działalnością Emitenta

Ryzyka związane z aktualną sytuacją społeczno-ekonomiczną w Polsce i w Europie

Zarówno działalność Emitenta jak i działalność jego klientów jest w znacznym stopniu uzależniona od ogólnej koniunktury gospodarczej w Polsce i w Europie. Dotyczy to w szczególności budżetów reklamowych, które rosną w okresach ożywienia gospodarczego, a podczas spowolnienia koniunktury gospodarczej ulegają ograniczeniu. W związku z tym, sytuacja makroekonomiczna, którą kształtują m.in. poziom inflacji, rosnący deficyt budżetowy, kursy walut oraz istotny wzrost kosztów działalności przedsiębiorstw może negatywnie wpłynąć na kondycję

finansową rynku reklamowego. W efekcie może nastąpić spadek popytu na powierzchnie reklamowe oferowane przez branżę (w tym przez Emitenta). W tej sytuacji Emitenta byłby zmuszony do weryfikacji celów sprzedażowych oraz ograniczenia planowanych inwestycji w zakresie rozwoju infrastruktury reklamowej i rozbudowy własnej sieci ekranów.

Ryzyko niepowodzenia strategii Emitenta

Powodzenie strategii Zarządu Emitenta opiera się na utrzymywaniu pozycji lidera na rynku cyfrowej reklamy zewnętrznej (Digital Out Of Home). Realizacja zakładanej przez Emitenta strategii jest związana z biznesowym ryzykiem jej niepowodzenia.

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

- przedłużająca się wojna na terytorium Ukrainy nie wpłynie na spowolnienie wzrostu rynku reklamy zewnętrznej w Polsce, w tym segmentu DOOH, na którym działa Emitent;
- skuteczność pozyskiwania nowych reklamodawców oraz skala realizowanych kampanii będzie zgodna z estymacjami Emitenta;
- nieplanowany wzrost kosztów działalności Emitenta nie wpłynie negatywnie na utrzymywanie wskaźników rentowności na dotychczasowym poziomie;
- nie zostaną wprowadzone regulacje prawne, które znacząco ograniczą zdolność Emitenta w zakresie osiągnięcia celów zapisanych w strategii.

W przypadku wystąpienia któregokolwiek z wyżej wymienionych ryzyk, mogących mieć negatywny wpływ na wyniki finansowe osiąmane przez Emitenta oraz jej wartość rynkową, Zarząd zapewnia, iż zmodyfikuje odpowiednio strategię i dokona niezbędnej korekty dla przyjętych założeń.

Ryzyko związane z rozwiązaniem umowy brokerskiej

Sprzedaż czasu reklamowego na nośnikach cyfrowych odbywa się w znaczącej części, poprzez brokera reklamowego oraz domy mediowe. Potencjalnym powodem utraty głównego brokera może być zarówno wygaśnięcie terminu na jaki umowa została zawarta jak i jednostronna decyzja wynikająca z nierealizowania usług zgodnie z warunkami. Zarząd Emitenta ogranicza do minimum ryzyko rozwiązania tego rodzaju umów. Z brokerem łączą Emitenta trwałe i wieloletnie relacje biznesowe, a warunki obowiązującej umowy są korzystne biznesowo dla obu stron. Ponadto Emitent zwraca uwagę, iż po zakończeniu okresu sprawozdawczego aktualnie obowiązująca umowa brokerska została przedłużona na okres kolejnych trzech lat.

Ryzyko wprowadzenia uchwały krajobrazowej i jej skutki dla rozwoju segmentu Digital Out Of Home

Potencjalnie istotnym dla Emitenta ryzykiem mogą okazać się tzw. uchwały krajobrazowe mające w zamierzeniu uporządkować prawo reklamowe w przestrzeniach miejskich. Wejście w życie uchwały krajobrazowej w szczególności na terenie Warszawy oznaczałoby m.in. konieczność poniesienia dodatkowych kosztów niezbędnych do rekonstrukcji pewnej części nośników reklamowych posiadanych przez Emitenta. Ponadto uchwała znacząco ograniczyłaby wprowadzanie na rynek nowoczesnych rozwiązań technologicznych. Pozostaje to w sprzeczności ze światowymi trendami i kierunkami rozwoju reklamy zewnętrznej, charakterystycznymi dla aglomeracji miejskich typu *Smart City*, promujących wykorzystywanie innowacyjnych technologii i ekspozycję wielkoformatowych nośników cyfrowych. Wprowadzenie uchwały krajobrazowej w Warszawie stanowiłoby więc potencjalnie istotne ryzyko dla dalszego rozwoju Emitenta. Analizując obecną sytuację, Zarząd Emitenta ocenia, iż uchwała krajobrazowa na terenie Warszawy, stanowiący główny rynek działalności Emitenta, nie zostanie wprowadzona w życie w ciągu najbliższych lat. Ma to związek ze skomplikowaną sytuacją prawną, związaną m.in. z uznaniem niekonstytucyjności zapisów uchwały zaproponowanej w 2020 roku. Dodać należy, iż w przypadku ewentualnego wejścia w życie uchwały w nowym kształcie, będzie ona przewidywać okres przejściowy na dostosowanie się do wprowadzonych regulacji. W zależności od posiadanych nośników okres przejściowy będzie wynosić od 2 do nawet 5 lat. W związku

z powyższym, Zarząd Emitenta nie uważa wskazanego ryzyka jako mogącego mieć istotny wpływ na wyniki finansowe Emitenta w 2024 oraz 2025 roku.

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. Emitent realizuje długoterminową politykę zarządzania kadrami 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.

Ryzyko techniczne związane z awarią technologii

Głównym aktywem materialnym Emitenta jest obecnie największa w Polsce sieć 20 tysięcy ekranów LED oraz platforma Screen Network Manager czyli autorski zintegrowany system informatyczny. Umożliwia on realizację kampanii w czasie rzeczywistym (online), pełną kontrolę nad realizowanymi kampaniami, przepływ danych oraz elastyczne, dopasowanie komunikatów do zmieniających się warunków atmosferycznych 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, Emitent 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. Emitent 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.

2.5 Wskazanie czynników, które w ocenie Emitenta będą miały wpływ na osiągnięte przez niego wyniki w perspektywie co najmniej jednego kwartału

Szczegółowy opis perspektyw dalszego rozwoju Spółki został opisany w pkt 2.1.

2.6 Informacja dotycząca sezonowości i cykliczności działalności Grupy Kapitałowej Emitenta w prezentowanym okresie

Zjawisko sezonowości ma pewien wpływ na działalność Emitenta, jednak Grupa Kapitałowa podlega mu w mniejszym stopniu niż ma to miejsce w przypadku większości firm działających na rynku mediów i reklamy. W efekcie, w drugiej połowie roku, zwłaszcza w czwartym kwartale Grupa Kapitałowa wypracowuje zwykle wyższą sprzedaż niż ma to miejsce w okresie pierwszych sześciu miesięcy roku. Potwierdziły to wyniki osiągnięte przez Grupę Kapitałową jak i cały rynek reklamy zewnętrznej choćby w 2023 roku, które po zaburzeniach związanych z pandemią oraz

obostrzeniami administracyjnymi w latach 2021-2022, przyniosły oczekiwaną stabilizację oraz powrót do cykliczności charakterystycznej dla tego rynku sprzed pandemii. Zdaniem Zarządu Emitenta, bieżący rok powinien okazać się typowym i przewidywalnym rokiem jeśli chodzi o sezonowość sprzedaży.

Digital Network S.A. nie prowadzi obecnie działalności stricte operacyjnej. Jako jednostka dominująca sprawuje nadzór właścicielski oraz pozostaje centrum finansowo-sprawozdawczym oraz technologicznym dla całej organizacji tworzonej przez spółki zależne, samodzielne pod względem organizacyjnym. Głównym źródłem przychodów Spółki są dywidendy wypłacane przez jednostki zależne. W związku z powyższym sezonowość sprzedaży związana jest z zatwierdzaniem sprawozdań finansowych i podziałem zysków przez te jednostki.

W 2024 roku Spółka otrzymała dywidendy od następujących jednostek zależnych:

- Screen Network S. A. – dywidenda w kwocie 11 396 777,27 zł (uchwała z dnia 18.04.2024 r.);
- Screen Network Sp. z o. o. – dywidenda w kwocie 5 379 203,05 zł (uchwała z dnia 18.06.2024 r.).

Do dnia publikacji niniejszego raportu wszystkie dywidendy zostały wypłacone.

2.7 Informacja o zmianie w strukturze organizacyjnej Grupy Kapitałowej Emitenta

W raportowanym okresie nie było zmian w strukturze organizacyjnej Grupy Kapitałowej Digital Network.

W dniu 14 maja 2024 r. Digital Network S.A. nabyła 2 043 120 szt. akcji spółki Screen Network S.A. stanowiących 4,00% w kapitale zakładowym. Łączna cena nabycia akcji wyniosła 3 575 460,00 zł. Po dokonaniu transakcji Digital Network S.A. posiada 45 183 018 szt. akcji Screen Network S.A., co stanowi 88,46% w kapitale zakładowym spółki.

W dniu 04.07.2024 r. Digital Network S.A. nabyła 4 szt. udziałów stanowiących 4,00% w kapitale zakładowym spółki Screen Network Sp. z o.o. Cena sprzedaży za 4 szt. udziałów wyniosła 928 720,00 złotych, tj. 232 180,00 złotych za jeden udział. Po dokonaniu transakcji Digital Network S.A. posiada 89 szt. udziałów, co stanowi 89,00% w kapitale zakładowym Screen Network Sp. z o. o.

2.8 Akcjonariusze posiadający powyżej 5% w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu Emitenta

Zarząd Digital Network S.A. wskazuje, zgodnie z posiadaną wiedzą na dzień publikacji niniejszego raportu pochodzącą z zawiadomień przesyłanych spółce w trybie dokonanego w trybie art. 69 ust. 1 pkt 2 Ustawy z dnia 29 lipca 2005 roku o ofercie publicznej i warunkach wprowadzenia instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych (Dz. U. 2005 r. Nr 184, poz. 1539), Akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy Spółki Digital Network S.A. na dzień przekazania niniejszego raportu okresowego wraz ze wskazaniem liczby posiadanych przez te podmioty akcji, ich procentowego udziału w kapitale, liczbie głosów z nich wynikających i ich procentowego udziału w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu spółki oraz wraz ze wskazaniem zmian w strukturze własności znacznych pakietów akcji w okresie od dnia 1 stycznia 2024 roku do dnia 13 września 2024 roku.

Szczegółowa informacja na temat aktualnej struktury akcjonariatu z uwzględnieniem Akcjonariuszy posiadających powyżej 5% głosów na WZA Spółki, przedstawia się następująco:

Na dzień 1 stycznia 2024 roku:

	Ilość akcji	Wartość nominalna 1 akcji	Wartość nominalna	Procent w kapitale zakładowym
EPICOM Ltd.	2 721 808	1,00	2 721 808,00	64,21%
AgioFunds TFI S.A.	278 542	1,00	278 542,00	6,57%
Pozostali Akcjonariusze	1 238 612	1,00	1 238 612,00	29,22%
Razem	4 238 962		4 238 962,00	100,00%

W dniu 3 czerwca 2024 roku, Zarząd Emitenta otrzymał zawiadomienie o zejściu poniżej 5% akcji w kapitale zakładowym Digital Network S.A. Zawiadomienie zostało wysłane z AgioFunds Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych Spółka Akcyjna działającego w imieniu Funduszu VALUE FIZ z wydzielonym subfunduszem 1 i dotyczyło zbycia 8 255 szt. akcji Spółki Digital Network dokonanego na rynku regulowanym w dniu 29 maja 2024 roku. Po transakcji Fundusz zmniejszył swoje zaangażowanie w Spółce do 210 947 sztuk akcji co stanowi 4,98% w kapitale zakładowym oraz 4,98% w ogólnej liczbie głosów na WZA.

Na dzień 24 września 2024 roku:

	Ilość akcji	Wartość nominalna 1 akcji	Wartość nominalna	Procent w kapitale zakładowym
EPICOM Ltd.	2 721 808	1,00	2 721 808,00	64,21%
Pozostali Akcjonariusze	1 517 154	1,00	1 517 154,00	35,79%
Razem	4 238 962		4 238 962,00	100,00%

2.9 Zestawienie zmian w stanie posiadania akcji Digital Network S.A. lub uprawnień do nich przez osoby zarządzające i nadzorujące Emitenta

Aktualny stan posiadania akcji Spółki przez osoby zarządzające i nadzorujące na dzień przekazania niniejszego raportu tj. na dzień 13 września 2024 roku wraz z uwzględnieniem zmian w stanie posiadania, odrębnie dla każdej z osób, począwszy od dnia 1 stycznia 2024 roku tj. dnia rozpoczęcia okresu objętego niniejszym raportem kształtuje się w sposób następujący:

Członkowie Zarządu Spółki

Imię i Nazwisko	Stan na dzień 1 stycznia 2024 roku	Nabycie akcji	Zbycie akcji	Stan na dzień 24 września 2024 roku
Agnieszka Godlewska	6 555	1 130	0	7 685
Aneta Parafiniuk	38 000	0	0	38 000
Tomasz Misiak ^{*)}	0	0	0	0

^{*)} Tomasz Misiak złożył rezygnację z pełnienia funkcji Członka Zarządu w dniu 15.01.2024 r.

Członkowie Rady Nadzorczej Spółki

Imię i Nazwisko	Stan na dzień 1 stycznia 2024 roku	Nabycie akcji	Zbycie akcji	Stan na dzień 24 września 2024 roku
Grzegorz Grygiel ^{*)}	0	0	0	0
Cezary Kubacki	0	0	0	0
Wojciech Kliniewski	0	0	0	0
Rafał Kunysz	0	0	0	0
Grzegorz Esz	0	0	0	0
Jerzy Popławski ^{*)}	0	0	0	0

^{*)} po zakończeniu okresu sprawozdawczego, w dniu 23.09.2024 r., uchwałą NWZA do składu Rady Nadzorczej na miejsce Grzegorza Grygiela powołany został Pan Jerzy Popławski.

2.10 Informacja o postępowaniach toczących się przed sądem, organem administracji publicznej lub organem właściwym dla postępowania arbitrażowego

Na dzień zatwierdzenia sprawozdań finansowych nie toczą się żadne istotne postępowania przed organami rządowymi ani postępowania sądowe lub arbitrażowe, które mogły mieć lub miały w niedawnej przeszłości znaczący wpływ na sytuację finansową lub rentowność Emitenta lub Grupy Kapitałowej.

2.11 Informacje o zawarciu przez Spółkę jednej lub wielu transakcji z podmiotami powiązаныmi, kiedy pojedynczo lub łączenie są one istotne i zostały zawarte na innych warunkach niż rynkowe

Nie wystąpiły inne transakcje z podmiotami powiązаныmi niż transakcje wykazane w nocie nr 19 informacji dodatkowej do śródrocznego jednostkowego sprawozdania finansowego oraz w nocie nr 27 informacji dodatkowej do śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego. Transakcje z jednostkami powiązаныmi miały charakter typowy i rutynowy, a ich warunki i charakter wynikały z bieżącej działalności operacyjnej prowadzonej przez spółki wchodzące w skład Grupy Kapitałowej Digital Network S.A.

2.12 Informacje o udzieleniu przez Spółkę poręczeń kredytu, pożyczki lub udzieleniu gwarancji jednemu podmiotowi lub jednostce zależnej Spółki, jeżeli ich łączna wartość stanowi równowartość co najmniej 10% kapitałów własnych Emitenta

Informacje na temat udzielonych przez Emitenta oraz Grupę Kapitałową poręczeń znajdują się w nocie nr 18 informacji dodatkowej do śródrocznego jednostkowego sprawozdania finansowego oraz w nocie nr 26 informacji dodatkowej do śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

2.13 Stanowisko Zarządu odnośnie możliwości zrealizowania wcześniej publikowanych prognoz wyników

Zarząd Digital Network S.A. nie publikował prognozy wyniku jednostkowego ani skonsolidowanego za 2024 rok.

W dniu 3 września 2024 roku Zarząd Digital Network S.A. opublikował wstępne skonsolidowane wyniki za pierwsze półrocze 2024 roku na poziomie: przychodów ze sprzedaży, zysku z działalności operacyjnej, EBITDA oraz zysku netto (raport bieżący 21/2024). Opublikowane wstępne skonsolidowane wyniki nie odbiegają od wyników ujętych w skróconym sprawozdaniu finansowym Grupy Kapitałowej Digital Network za pierwsze półrocze 2024 roku.

2.14 Inne informacje, które zdaniem Emitenta są istotne dla oceny jego sytuacji kadrowej, majątkowej finansowej, wyniku finansowego i ich zmian, oraz informacje, które są istotne dla oceny możliwości realizacji zobowiązań przez Emitenta

Istotne informacje dotyczące działalności Spółki oraz Grupy Kapitałowej Emitenta w okresie I półrocza 2024 roku, w tym te omawiające wyniki finansowe oraz pozostałe, mogące mieć wpływ na działalność Digital Network S.A. i możliwości realizacji zobowiązań, zostały zaprezentowane w komentarzu Zarządu prezentowanym w pkt 2.1.

Agnieszka Godlewska
Prezes Zarządu

Aneta Parafiniuk
Członek Zarządu

Warszawa, 24 września 2024 roku