



GRUPA KAPITAŁOWA DIGITAL NETWORK S.A.

**SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI
ZA OKRES SZESĆCIU MIESIĘCY ZAKOŃCZONYCH 30 CZERWCA 2026 ROKU**

Warszawa, 15 września 2026 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 2026 ROKU.....	10
2.1 Podstawowe skonsolidowane dane finansowe oraz najważniejsze wydarzenia w I półroczu 2026 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.....	16
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 2026 roku.....	18
2.5 Wskazanie czynników, które w ocenie Emitenta będą miały wpływ na osiągnięte przez niego wyniki w perspektywie co najmniej jednego kwartału.....	22
2.6 Informacja dotycząca sezonowości i cykliczności działalności Spółki w prezentowanym okresie.....	22
2.7 Informacja o zmianie w strukturze organizacyjnej Grupy Kapitałowej Emitenta.....	23
2.8 Akcjonariusze posiadający powyżej 5% w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu Emitenta.....	23
2.9 Zestawienie zmian w stanie posiadania akcji Digital Network S.A. lub uprawnień do nich przez osoby zarządzające i nadzorujące Emitenta.....	24
2.10 Informacja o postępowaniach toczących się przed sądem, organem administracji publicznej lub organem właściwym dla postępowania arbitrażowego.....	25
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.....	25
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.....	25
2.13 Stanowisko Zarządu odnośnie możliwości zrealizowania wcześniej publikowanych prognoz wyników.....	26
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.....	26

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, 15 września 2026 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, 15 września 2026 roku

WPROWADZENIE

Digital Network S.A. (dalej „Emitent” „Spółka”) 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 dla całej Grupy Kapitałowej Emitenta.

Emitent prowadzi podstawową działalność operacyjną na rynku reklamy zewnętrznej w segmentach Digital Out-Of-Home (DOOH) oraz Premium Outdoor (wielki format). Strategia Spółki koncentruje się na maksymalizacji skali działalności oraz efektywności sprzedaży powierzchni reklamowych, realizowanej za pośrednictwem spółek zależnych, w szczególności Screen Network Sp. z o. o. oraz Braughman Group Media Outdoor Sp. z o. o., które odpowiadają za rozwój zintegrowanej oferty, łączącej ogólnopolską sieć cyfrowych ekranów LED z portfelem nośników wielkoformatowych premium, przy jednoczesnym wykorzystaniu synergii sprzedażowych, operacyjnych i technologicznych.

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 4FUN BEAST Sp. z o. o. pozostaje zamrożona.

W ramach Grupy Kapitałowej Emitent posiada ponadto trzy spółki stowarzyszone (Bridge 2 Fun Sp. z o. o., Bridge4fun 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 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 Zgromadzenie 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
	01.01.2026 30.06.2026	01.01.2025 30.06.2025	01.01.2026 30.06.2026	01.01.2025 30.06.2025
Skonsolidowane sprawozdanie z zysków lub strat i innych całkowitych dochodów				
Przychody netto ze sprzedaży	103 734 244,70	35 865 667,69	24 395 429,35	8 497 362,51
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	38 537 198,45	15 331 508,01	9 062 884,73	3 632 370,17
Zysk (strata) przed opodatkowaniem	29 460 804,87	16 248 083,48	6 928 367,64	3 849 526,98
Zysk (strata) netto	20 579 892,03	13 097 125,66	4 839 822,22	3 102 996,03
Zysk przypadający na Akcjonariuszy podmiotu dominującego	19 740 330,38	12 162 743,73	4 642 380,50	2 881 620,48
Średnioważona liczba akcji	4 228 780	4 165 685	4 228 780	4 165 685
Rozwodniona średnioważona liczba akcji	4 501 531	4 165 685	4 501 531	4 165 685
Zysk (Strata) na jedną akcję przypadająca Akcjonariuszom Digital Network S.A. (w zł/EUR)	4,67	2,92	1,10	0,69
Rozwodniony zysk (strata) na jedną akcję przypadająca Akcjonariuszom Digital Network S.A. (w zł/EUR)	4,39	2,92	1,03	0,69

	PLN	PLN	EUR	EUR
	01.01.2026 30.06.2026	01.01.2025 30.06.2025	01.01.2026 30.06.2026	01.01.2025 30.06.2025
Skonsolidowane sprawozdanie z przepływów pieniężnych				
Przepływy pieniężne z działalności operacyjnej	46 534 594,87	20 421 721,83	10 943 651,49	4 838 353,35
Przepływy pieniężne z działalności inwestycyjnej	-9 956 988,34	2 153 194,15	-2 341 608,66	510 138,87
Przepływy pieniężne z działalności finansowej	-22 756 986,20	-16 304 061,07	-5 351 814,64	-3 862 789,30
Przepływy pieniężne netto razem	13 820 620,33	6 270 854,91	3 250 228,19	1 485 702,93

	PLN	PLN	EUR	EUR
	30.06.2026	31.12.2025	30.06.2026	31.12.2025
Skonsolidowane sprawozdanie z sytuacji finansowej				
Aktywa trwałe	312 685 621,70	282 805 573,13	72 780 211,27	66 909 308,24
Aktywa obrotowe	94 358 898,90	81 632 732,01	21 962 828,22	19 313 585,54
Aktywa razem	407 044 520,60	364 438 305,14	94 743 039,50	86 222 893,78
Zobowiązania razem	286 971 457,01	256 093 696,11	66 795 022,93	60 589 513,36
Zobowiązania długoterminowe	179 017 699,09	156 201 831,17	41 667 876,80	36 955 977,75
Zobowiązania krótkoterminowe	107 953 757,92	99 891 864,94	25 127 146,13	23 633 535,60
Kapitały własne	120 073 063,59	108 344 609,03	27 948 016,57	25 633 380,42
Kapitał akcyjny	4 565 901,00	4 238 962,00	1 062 751,90	1 002 901,08

WYBRANE DANE FINANSOWE JEDNOSTKI DOMINUJĄCEJ DIGITAL NETWORK S.A.

	PLN	PLN	EUR	EUR
Jednostkowe sprawozdanie z zysków lub strat i innych całkowitych dochodów	01.01.2026 30.06.2026	01.01.2025 30.06.2025	01.01.2026 30.06.2026	01.01.2025 30.06.2025
Przychody netto ze sprzedaży	50 438 558,61	25 976 884,16	11 861 755,94	6 154 493,03
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	47 875 040,75	23 989 965,86	11 258 887,34	5 683 748,55
Zysk (strata) przed opodatkowaniem	45 072 372,64	25 286 455,20	10 599 777,21	5 990 915,28
Zysk (strata) netto	43 189 702,77	25 240 156,27	10 157 025,25	5 979 946,05
Zysk przypadający na Akcjonariuszy podmiotu dominującego	43 189 702,77	25 240 156,27	10 157 025,25	5 979 946,05
Średnioważona liczba akcji	4 228 780	4 165 685	4 228 780	4 165 685
Rozwodniona średnioważona liczba akcji	4 501 531	4 165 685	4 501 531	4 165 685
Zysk (Strata) na jedną akcję przypadająca Akcjonariuszom Digital Network S.A. (w zł/EUR)	10,21	6,06	2,40	1,44
Rozwodniony zysk (strata) na jedną akcję przypadająca Akcjonariuszom Digital Network S.A. (w zł/EUR)	9,59	6,06	2,26	1,44

	PLN	PLN	EUR	EUR
Jednostkowe sprawozdanie z przepływów pieniężnych	01.01.2026 30.06.2026	01.01.2025 30.06.2025	01.01.2026 30.06.2026	01.01.2025 30.06.2025
Przepływy pieniężne z działalności operacyjnej	14 781 195,50	16 552 582,54	3 476 128,95	3 921 669,48
Przepływy pieniężne z działalności inwestycyjnej	2 091 859,51	1 442 993,93	491 947,58	341 876,88
Przepływy pieniężne z działalności finansowej	-1 169 746,18	-10 168 123,68	-275 091,99	-2 409 051,29
Przepływy pieniężne netto razem	15 703 308,83	7 827 452,79	3 692 984,53	1 854 495,07

	PLN	PLN	EUR	EUR
Jednostkowe sprawozdanie z sytuacji finansowej	30.06.2026	31.12.2025	30.06.2026	31.12.2025
Aktywa trwałe	164 592 594,08	164 870 579,84	38 310 312,15	39 006 927,35
Aktywa obrotowe	50 811 087,94	9 382 102,07	11 826 708,55	2 219 722,73
Aktywa razem	215 403 682,02	174 252 681,91	50 137 020,70	41 226 650,08
Zobowiązania razem	104 142 842,83	99 395 589,39	24 240 123,56	23 516 121,18
Zobowiązania długoterminowe	49 932 907,06	45 984 172,14	11 622 304,56	10 879 450,20
Zobowiązania krótkoterminowe	54 209 935,77	53 411 417,25	12 617 819,00	12 636 670,98
Kapitały własne	111 260 839,19	74 857 092,52	25 896 897,14	17 710 528,90
Kapitał akcyjny	4 565 901,00	4 238 962,00	1 062 751,90	1 002 901,08

Kursy przyjęte do wyceny bilansowej

Kurs obowiązujący na ostatni dzień:	30.06.2026	31.12.2025
1 EURO / 1 PLN	4,2963	4,2267

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:	01.01.2026 30.06.2026	01.01.2025 30.06.2025
1 EURO / 1 PLN	4,2522	4,2208

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 2026 roku zostały przeliczone według kursu średniego obowiązującego na dzień 30 czerwca 2026 roku ogłoszonego przez Narodowy Bank Polski dla EUR, czyli 1 EUR = 4,2963 zł oraz według kursu 4,2267 zł za 1 EUR obowiązującego na dzień 31 grudnia 2025 roku,
- poszczególne pozycje sprawozdania z całkowitych dochodów oraz przepływów pieniężnych za okres od 1 stycznia 2025 roku do 30 czerwca 2025 roku zostały przeliczone według kursu stanowiącego średnią arytmetyczną średnich kursów ogłoszonych przez Narodowy Bank Polski dla EUR obowiązujących na ostatni dzień pierwszych sześciu miesięcy 2026 roku i wynoszącego 4,2522 zł za 1 EUR oraz według kursu 4,2208 zł za 1 EUR dla analogicznego okresu 2025 roku.

2. KOMENTARZ ZARZĄDU DIGITAL NETWORK S.A. DO SKONSOLIDOWANYCH WYNIKÓW FINANSOWYCH ZA I PÓŁROCZE 2026 ROKU

2.1 Podstawowe dane finansowe oraz najważniejsze wydarzenia pierwszego półrocza 2026 roku

Skonsolidowane przychody ze sprzedaży, rentowność i wynik finansowy netto

(w tys. złotych)	01.01.2026 30.06.2026	01.01.2025 30.06.2025	Zmiana 2026/2025 %
Przychody ze sprzedaży	103 734	35 866	189%
Zysk z działalności operacyjnej	38 537	15 332	151%
EBITDA	60 873	21 475	183%
Zysk netto	20 580	13 097	57%
Zysk netto przypadający Jednostce Dominującej	19 740	12 163	62%

- **wzrost przychodów ze sprzedaży o 189%**
- **wzrost zysku z działalności operacyjnej o 151%**
- **wzrost EBITDA o 183%**
- **wzrost zysku netto o 57%**
- **wzrost zysku netto przypadający Jednostce Dominującej o 62%**

W pierwszym półroczu 2026 roku Emitent wypracował skonsolidowane przychody ze sprzedaży na poziomie 103 734 tysięcy złotych tj. o 189% wyższe niż rok wcześniej. Po akwizycji Braughman Group Media Outdoor Sp. z o. o., przeprowadzonej w czwartym kwartale 2025 roku, sprzedaż Emitenta prowadzona jest obecnie na rynku reklamy zewnętrznej w dwóch obszarach. Wiodącym z nich jest Digital Out-Of-Home (DOOH) na który składają się spektakularne lokalizacje ekranów cyfrowych tzw. Super Size Screen'y, City Screen'y oraz blisko 20 000 ekranów zintegrowanych w ramach jednej, ogólnopolskiej sieci nośników. Drugi obszar to Premium Outdoor (wielki format), które łączy w sobie siatki wielkoformatowe, murale, traffic board'y oraz duże nośniki analogowe stojące przy autostradach (ponad 300 lokalizacji). Od 1 stycznia 2026 roku Emitent wprowadził na rynek nową, zintegrowaną ofertę produktową, obejmującą oba segmenty, a wraz z nimi nowe warunki cenowe. Drugi kwartał był kolejnym okresem sprawozdawczym, w którym Emitent prowadził sprzedaż na podstawie nowej oferty oraz korzystał z efektów synergii połączonych spółek.

Marża uzyskana ze sprzedaży powierzchni reklamowych w obu segmentach, pozwoliła wypracować Emitentowi w pierwszym półroczu zysk z działalności operacyjnej na poziomie 38 537 tysięcy złotych, tj. wyższy o 151% niż w analogicznym okresie 2025 roku. Wskaźnik EBITDA osiągnął poziom 60 873 tysięcy złotych (wzrost o 183% r/r). W efekcie, zysk Emitenta z działalności kontynuowanej wyniósł 20 580 tysięcy złotych, co porównując z zyskiem netto wypracowanym w analogicznym okresie 2025 roku - oznacza wzrost o 57%. Zysk netto przypadający Jednostce Dominującej osiągnął 19 740 tysięcy złotych i był wyższy niż rok wcześniej o 62%.

Zarząd Emitenta zwraca uwagę, że istotny wpływ na niższą dynamikę zysku netto w porównaniu z dynamiką wzrostu wskaźnika EBITDA oraz zysku operacyjnego EBIT miało przede wszystkim ujemne saldo działalności finansowej w wysokości 9 076 tysięcy złotych (dla porównania: w I półroczu 2025 saldo było dodatnie i wyniosło 916 tysięcy złotych). Ujemne saldo jest efektem skokowego wzrostu kosztów odsetkowych i prowizji związanych z długiem (głównie kredytem inwestycyjnym) zaciągniętym w czwartym kwartale 2025 roku na sfinansowanie akwizycji oraz wzrostem odsetek leasingowych z tytułu ujęcia lokalizacji Braughman Group Media Outdoor.

Skonsolidowane przychody ze sprzedaży i wynik finansowy netto w II kwartale

(w tys. złotych)	01.04.2026 30.06.2026	01.04.2025 30.06.2025	Zmiana 2026/2025 %
Przychody ze sprzedaży	60 816	20 470	197%
Zysk z działalności operacyjnej	25 497	9 823	160%
EBITDA	38 239	12 918	196%
Zysk netto	13 557	8 079	68%
Zysk netto przypadający Jednostce Dominującej	13 032	7 480	74%

- **wzrost przychodów ze sprzedaży o 197%**
- **wzrost zysku z działalności operacyjnej o 160%**
- **wzrost EBITDA o 196%**
- **wzrost zysku netto o 68%**
- **wzrost zysku netto przypadający Jednostce Dominującej o 74%**

Porównanie wyników drugiego kwartału 2026 roku z analogicznym okresem roku ubiegłego potwierdzają wcześniejsze zapowiedzi Zarządu Emitenta dotyczące faktu, że synergie wynikające z integracji aktywów połączonych spółek oraz nowej oferty sprzedażowej przy zachowaniu ścisłej dyscypliny kosztowej będą z kwartału na kwartał podnosić dynamikę wzrostu na poziomie wszystkich podstawowych danych finansowych. Poniżej porównanie dynamiki poszczególnych pozycji w pierwszym i drugim kwartale bieżącego roku, wskazujących na widoczny progres w działalności Spółki.

(w tys. złotych)	Zmiana 2026/2025 % (II kw.)	Zmiana 2026/2025 % (I kw.)
Przychody ze sprzedaży	197%	179%
Zysk/strata z działalności operacyjnej	160%	137%
EBITDA	196%	165%
Zysk/strata netto	68%	40%
Zysk netto przypadający Jednostce Dominującej	74%	43%

W przypadku przychodów ze sprzedaży poprawa dynamiki osiągnięta w drugim kwartale w porównaniu z pierwszym wyniosła 18 p. p., natomiast jeśli chodzi o zysk z działalności operacyjnej była wyższa o 23 p. p. EBITDA w okresach porównawczych osiągnęła poziom wyższy o 31 p. p. niż w pierwszym kwartale a zysk netto zanotował wzrost dynamiki o 28 p. p. Jeśli chodzi o zysk netto przypadający Jednostce Dominującej zmiana ta wyniosła odpowiednio 31 p. p.

Wskaźniki rentowności

	01.01.2026 30.06.2026	01.01.2025 30.06.2025
Rentowność sprzedaży		
Rentowność brutto na sprzedaży = zysk brutto na sprzedaży/przychody ze sprzedaży	49%	57%
Rentowność operacyjna = zysk z działalności operacyjnej/przychody ze sprzedaży	37%	43%
Rentowność EBITDA = EBITDA/przychody ze sprzedaży	59%	60%
Rentowność sprzedaży netto (ROS) = zysk netto/przychody ze sprzedaży	20%	37%

Na dzień 30 czerwca 2026 roku, wskaźniki rentowności uzyskiwane przez Emitenta osiągnęły następujące wartości: rentowność brutto na sprzedaży wyniosła 49% (spadek o 8 p. p. vs. 2025 rok), rentowność operacyjna wyniosła 37% (spadek o 6 p. p. vs. 2025 rok), rentowność EBITDA odpowiednio 59% (spadek o 1 p. p. vs. 2025 rok), natomiast rentowność sprzedaży netto wyniosła 20% (spadek o 17 p. p. vs. 2025 rok). Mimo pełnej konsolidacji wyników działalności Braughman Group Media Outdoor wypracowanych w segmencie Premium Outdoor (wielki format), charakteryzujących się niższą rentownością niż segment cyfrowy, poziom wskaźników rentowności wypracowanych przez Emitenta w raportowanym okresie pozostał wysoki, zwłaszcza na tle innych spółek prowadzących konkurencyjną działalność na rynku reklamy zewnętrznej. Zarząd Emitenta zwraca uwagę, że w kolejnych okresach sprawozdawczych wskaźniki te będą ulegać stopniowej poprawie z uwagi na rosnące efekty synergii sprzedażowych, operacyjnych i technologicznych osiągnięte dzięki integracji połączonych struktur oraz zmniejszenia poziomu kosztów. Potwierdza to porównanie wskaźników rentowności pierwszego i drugiego kwartału 2026 roku.

	II kw.2026	I kw.2026
Rentowność sprzedaży		
Rentowność brutto na sprzedaży = zysk brutto na sprzedaży/przychody ze sprzedaży	49%	43%
Rentowność operacyjna = zysk z działalności operacyjnej/przychody ze sprzedaży	37%	30%
Rentowność EBITDA = EBITDA/przychody ze sprzedaży	59%	53%
Rentowność sprzedaży netto (ROS) = zysk netto/przychody ze sprzedaży	20%	16%

Porównując wskaźniki rentowności uzyskiwane przez Emitenta w dotychczasowych kwartałach 2026 roku należy zauważyć, że uległy one poprawie na wszystkich poziomach. Rentowność brutto na sprzedaży wzrosła o 6 p. p., rentowność operacyjna o 7 p. p., rentowność EBITDA o 6 p. p. natomiast rentowność sprzedaży netto o 4 p. p.

Jednostkowe przychody ze sprzedaży, rentowność i wynik finansowy netto

(w tys. złotych)	01.01.2026 30.06.2026	01.01.2025 30.06.2025	Zmiana 2026/2025 %
Przychody ze sprzedaży	50 439	25 977	94%
Zysk/strata z działalności operacyjnej	47 875	23 990	100%
EBITDA	47 908	24 129	99%
Zysk/strata netto	43 190	25 240	71%

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 2025 roku w spółkach zależnych.

Polityka Dywidendowa w sprawie podziału zysków za lata obrotowe 2026-2030

Po zakończeniu okresu sprawozdawczego, Zarząd Emitenta ogłosił Politykę Dywidendową, określającą zasady podziału zysków za lata obrotowe 2026–2030. Nowa Polityka Dywidendowa zakłada kontynuację corocznej wypłaty dywidendy, którą Emitent dzieli się z akcjonariuszami nieprzerwanie od zysku wypracowanego w 2022 roku. Zarząd Emitenta zamierza w dalszym ciągu łączyć regularną wypłatę dywidendy z dynamicznym wzrostem wyników oraz systematycznym zwiększaniem nakładów inwestycyjnych (CAPEX) ponoszonych na dalszy rozwój Spółki.

Dywidenda wypłacona z zysku za 2026 rok

Zarząd Emitenta planuje wypłatę dywidendy za rok 2026 według następujących założeń:

- na wypłatę dywidendy zostanie przeznaczona kwota nie mniejsza niż 30 milionów złotych;

- ostateczną wysokość dywidendy Zarząd Emitenta zarekomenduje Radzie Nadzorczej w oparciu o roczny, zaudytowany i zatwierdzony przez Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy jednostkowy zysk netto Spółki za 2026 rok przy czym na wypłatę dywidendy zostanie przeznaczona kwota nie większa niż 100% tego zysku;
- przy określeniu ostatecznej wysokości dywidendy wypłaconej w 2027 roku uwzględniona zostanie rekomendacja Rady Nadzorczej a ostateczną decyzję dotyczącą wysokości dywidendy oraz terminów jej wypłaty podejmie Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy.

Dywidenda wypłacona z zysku za lata 2027-2030

Zarząd Spółki planuje wypłatę dywidendy za lata 2027-2030 według następujących zasad:

- Zarząd Emitenta zarekomenduje Radzie Nadzorczej wypłatę dywidendy w wysokości od 60% do 100% jednostkowego zysku Spółki za dany rok obrotowy, który zostanie wykazany w rocznym, zaudytowanym i zatwierdzonym przez Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy sprawozdaniu finansowym;
- dywidenda może 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 łącznie 100% skonsolidowanego zysku netto Spółki wypracowanego w danym roku obrotowym;
- przy określeniu ostatecznej wysokości dywidendy wypłaconej w danym roku obrotowym uwzględniona zostanie rekomendacja Rady Nadzorczej a ostateczną decyzję dotyczącą wysokości dywidendy oraz terminów jej wypłaty podejmie Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy.

Warunki wypłaty dywidend z zysków wypracowanych za lata 2026 - 2030

Przy ustalaniu rekomendowanej dywidendy Zarząd Emitenta każdorazowo weźmie pod uwagę:

- 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;
- kwoty otrzymywanych i spodziewanych dywidend ze spółek zależnych;
- wartość rzeczywistych wydatków inwestycyjnych (CAPEX) planowanych do poniesienia w roku wypłaty dywidendy;
- zapotrzebowanie na konieczność sfinansowania akwizycji;
- zapewnienie środków finansowych na pokrycie obciążeń publicznoprawnych, zobowiązań wynikających z umów handlowych oraz zachowanie bezpieczeństwa i płynności finansowej.

Polityka Dywidendowa 2026-2030 podlegać będzie przeglądowi okresowemu dokonywanym przez Zarząd Emitenta, w szczególności gdy zajdą istotne okoliczności mające negatywny wpływ na realizację planów sprzedażowych w danym roku obrotowym lub ze względu na inne czynniki stanowiące przeszkodę w wypłacie dywidendy zgodnie z założeniami Polityki Dywidendowej.

Warsaw Stage – największy ekran cyfrowy w Europie

Po zakończeniu okresu sprawozdawczego, w ścisłym centrum Warszawy przy Złotych Tarasach, Emitent uruchomił trójstronny, immersyjny ekran cyfrowy, przystosowany do ekspozycji treści reklamowej w 3D. To aktualnie największy tego typu nośnik w Europie (większy m.in. od londyńskiego Piccadilly Lights), a jednocześnie największa do tej pory inwestycja spółki Digital Network w infrastrukturę własnej sieci. Warsaw Stage znajduje się w bezpośrednim sąsiedztwie Dworca Centralnego (24 milionów pasażerów rocznie), stacji Warszawa Śródmieście (19 milionów pasażerów rocznie), stacji metra Centrum, topowych biurów i hoteli. Przestrzeń wokół Pałacu Kultury i Nauki to miejsce spotkań oraz plenerowych wydarzeń kulturalnych i sportowych. W najbliższym otoczeniu

znajduje się 200 sklepów, 40 restauracji, 16 sal kinowych i dwa teatry. Do produkcji Warsaw Stage wykorzystano ponad 84 tony stali konstrukcyjnej, 5,88 tony ocynku ogniowego oraz ok. 6 ton dodatkowych elementów konstrukcyjnych i montażowych. Ekran składa się z tysiąca kabinetów o łącznej wadze 22 ton i powierzchni reklamowej przekraczającej 800 m². Począwszy od uruchomienia, poziom komercyjnego zainteresowania reklamodawców ekranem, szczególnie ze strony marek premium, firm technologicznych, branży modowej, motoryzacyjnej, rozrywkowej oraz FMCG jest bardzo duży i przerasta założenia budżetowe na 2026 rok. Według szacunków Emitenta, dzięki inventory dostępnemu na Warsaw Stage przychody Spółki mogą się istotnie zwiększyć w okresie 12 najbliższych miesięcy. Uruchomienie Warsaw Stage jest przykładem digitalizacji analogowego nośnika Braughman Group Media Outdoor, która wpisuje się w długoterminowy proces transformacji cyfrowej aktywów przejętych przez Emitenta.

Nowy ekran powstał dzięki rekordowemu budżetowi inwestycyjnemu (CAPEX) zaplanowanemu na 2026 rok w wysokości minimum 20 milionów złotych (z czego 12,9 milionów złotych wydano w pierwszym półroczu). Obok sztandarowego projektu w centrum Warszawy, Emitent zrealizował równolegle inwestycje w sieć mniejszych ekranów na stacjach BP (27 nośników), sieć indoorową w kawiarniach Costa Coffee (250 lokalizacji), w nośniki wewnątrz biurów, nowy ekran (125 m²) na CH Milenium Hall w Rzeszowie, wreszcie w nowe ekrany na dworcach (m.in. Łódź, Szczecin, Warszawa Wschodnia i Wileńska oraz Dworzec Centralny/dworzec autobusowy). W planach na drugie półrocze są kolejne inwestycje tym bardziej, że Emitent pozyskał niezabudżetowane wcześniej 16 milionów złotych ze sprzedaży akcji własnych. Kwota ma zostać przeznaczona m.in. na dodatkowe inwestycje w rozwój cyfrowej sieci DOOH oraz segmentu Premium Outdoor.

Pozostałe czynniki mające wpływ na rozwój Emitenta w kolejnych okresach sprawozdawczych

- ugruntowana pozycja lidera rynku cyfrowej reklamy zewnętrznej (DOOH) oraz głównego beneficjenta transformacji cyfrowej obejmującej ok. 30% całego rynku outdooru w Polsce;
- pozycja lidera segmentu Premium Outdoor (wielki format) dzięki nabyciu 100% udziałów Braughman Group Media Outdoor oraz przeprowadzeniu integracji jej aktywów z infrastrukturą Emitenta;
- jedyna na polskim rynku outdoorowym oferta obejmująca najbardziej spektakularne lokalizacje Premium w segmencie digital, ogólnopolską sieć ekranów oraz nośników wielkoformatowych;
- sprawdzony, wysokomarżowy model biznesowy (utrzymany także po przejęciu) potwierdzony wysokością wypracowanej marży operacyjnej w okresie ostatnich pięciu lat obrotowych;
- wysoka bariera wejścia dla konkurencji, skomplikowana technologia projektów, długi proces pozyskiwania pozwoleń administracyjnych, ograniczona ilość lokalizacji premium w przestrzeniach miejskich;
- brak ryzyka związanego z wejściem globalnych platform technologicznych (Meta, Google) na rynek outdoorowy oraz ryzyka przejęcia przychodów reklamowych z wykorzystaniem narzędzi AI (jak ma to miejsce w innych segmentach rynku reklamowego);
- rosnący transfer budżetów reklamowych z Internetu oraz innych segmentów rynku reklamowego możliwy m.in. dzięki integracji ekranów DOOH z platformami sprzedaży digital (Adform, Broadsign).

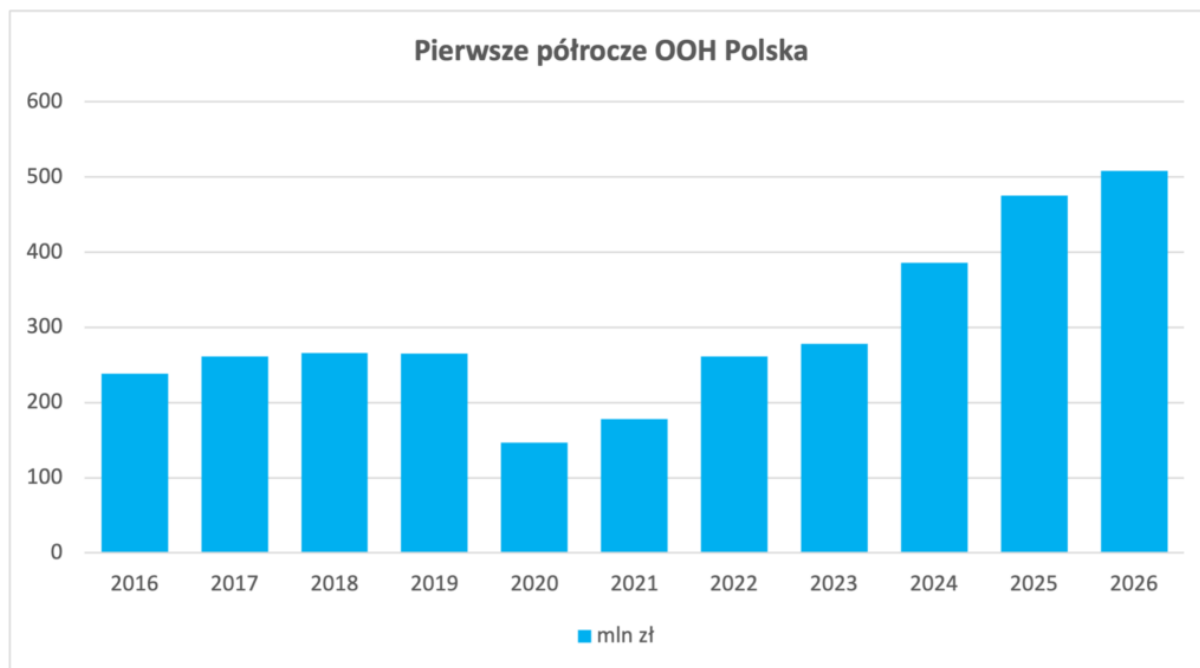
Rynek reklamy zewnętrznej w pierwszym półroczu 2026 roku

Polska

Według raportu OOHlife Izby Gospodarczej, przygotowanego we współpracy z Publicis Groupe, wartość rynku reklamy zewnętrznej w Polsce w drugim kwartale 2026 roku wyniosła 295 milionów złotych, co oznacza wzrost o 8,5% r/r. Największą dynamikę ponownie odnotował segment reklamy cyfrowej, który wzrósł o 32,1% r/r, co pokazuje utrzymującą się wysoką, dwucyfrową dynamikę wzrostu rynku DOOH, który od wielu kwartałów znajduje się w wyraźnym trendzie wzrostowym. To kolejny dowód na to, że rozwój cyfrowej infrastruktury, coraz szersze wykorzystanie danych oraz rosnąca dostępność elastycznych modeli zakupu kampanii sprawiają, że DOOH

przyciąga coraz większą część budżetów reklamowych, którego udział w całym rynku przekracza 28%. Na tym tle skromniej wypada dynamika wzrostu tradycyjnego outdooru, który w 2 kwartale zanotował 1% r/r.

Jeśli chodzi o pierwsze sześć miesięcy 2026 roku to wartość rynku reklamy zewnętrznej w Polsce wyniosła 507 milionów złotych, przekraczając po raz pierwszy w historii poziom pół miliarda złotych. Największym wartościowo segmentem pozostaje klasyczny outdoor, którego wartość w pierwszym półroczu osiągnęła 363 milionów złotych. Digital OOH wygenerował według autorów raportu sprzedaż na poziomie 143 miliony złotych. Wyniki pierwszych sześciu miesięcy 2026 roku pokazują, że rynek reklamy zewnętrznej notuje stabilny wzrost, a najszybciej rozwijającą się jego częścią pozostaje reklama zewnętrzna. Jednocześnie klasyczne formaty nadal odpowiadają za około dwie trzecie wartości całego rynku.



Źródło: OOHlife Izba Gospodarcza

Rynki światowe

Według raportu World Out of Home Organization, prestiżowego stowarzyszenia zrzeszającego najbardziej liczące się firmy z branży reklamy zewnętrznej, wartość globalnego rynku Digital Out Of Home wyniesie w 2026 roku około 25,5 miliarda USD co stanowić będzie już 47% całego rynku reklamy zewnętrznej, którego wartość jest szacowana na blisko 50 miliarda USD. Rekordowo wysoki udział DOOH w całym rynku jest efektem wieloletniego trendu wzrostowego, który stał się możliwy dzięki postępującej digitalizacji branży oraz jej transformacji. W związku z tymi, rynek reklamy zewnętrznej przestaje być tradycyjnym „rynkiem billboardów”, na którym decyduje ilość ekranów. Obecnie przewagi konkurencyjne zdobywa się dzięki jakości lokalizacji, zaawansowanym pomiarom kampanii, agregacji danych, integracji z digital advertising, realizowaniu kampanii w czasie rzeczywistym oraz możliwościom jakie daje sprzedaż w kanale *Programmatic DOOH*, dla którego CAGR (ang. *Compound Annual Growth Rate*) tj. skumulowany roczny wskaźnik wzrostu na kolejne lata szacuje się na około 20% z uwagi na rosnące znaczenie automatyzacji, integracji z narzędziami digital media oraz AI.

Automatyzacja obejmuje obecnie cały cykl życia kampanii na nośnikach cyfrowych – od dostępu do powierzchni reklamowej i uruchomienia kampanii, po rotację spotów reklamowych oraz ich optymalizację budżetową. Dzięki temu reklamodawcy mogą uruchamiać kampanię w czasie rzeczywistym oraz różnicować bieżący przekaz w zależności od pory dnia, pogody, natężenia ruchu czy wydarzeń odbywających się na żywo. Cyfrowe reklamy zewnętrzne stanowią dzisiaj istotny segment w wielokanałowym dotarciu do klienta. Dzięki temu komunikaty outdoorowe są aktualne, trafne i bardziej „ludzkie”, zamiast być powtarzalne i generyczne. Za większość globalnego wzrostu tej branży odpowiadają Chiny i USA, natomiast Europa pozostaje jej najbardziej cyfrowo zaawansowanym

regionem reklamy zewnętrznej. Potwierdza to udział reklamy cyfrowej w takich krajach jak Wielka Brytania czy Niemcy gdzie waha się w przedziale od 55% do nawet 70% całego rynku outdoor. Wyjątek spoza Europy stanowi Australia, w której udział DOOH w OOH przekracza 70%.

Dobre dla branży pierwsze półrocze potwierdzają wyniki globalnych liderów tego roku. Spółka JC Decaux zanotowała w pierwszym półroczu wzrost przychodów o 5,7% rok do roku. Głównym motorem wzrostu były przychody generowane w segmencie cyfrowej reklamy zewnętrznej, które wzrosły organicznie o 14,5% i stanowiły 43% wszystkich przychodów JC Decaux. W okresie sprawozdawczym skupiano się na realizacji strategii selektywnego uruchamiania ekranów cyfrowych w najlepszych lokalizacjach oraz rozwijaniu reklamy programatycznej. Co istotne, segment Programmatic odnotował w okresie sprawozdawczym wzrost o 30,9% i stanowił już 12,3% przychodów (103 mln EUR) pochodzących z reklamy cyfrowej (103 milionów EUR). Zysk netto wzrósł organicznie o 23% r/r. Warto dodać, że w raportowanym okresie JC Decaux uruchomił pierwszy globalny *Programmatic DOOH* marketplace obejmujący lotniska, ulice, retail i transit, który łączy ze sobą 35 krajów, w których prowadzi działalność operacyjną. Z kolei, niemiecki potentat outdoorowy Ströer wypracował w segmencie reklamy zewnętrznej przychody o 8% wyższe r/r, z czego przychody Digital Out of Home wzrosły o 18,5% (w samym Q2 odpowiednio 24%), a Programmatic DOOH o 29%. Cyfrowa reklama zewnętrzna stanowi 42% sprzedaży całego segmentu reklamy zewnętrznej Grupy Stroer. W raportowanym okresie dynamika całego outdooru w Niemczech wyniosła +5,9% (r/r), osiągając rekordowy poziom 10,72% całkowitych wydatków reklamowych w Niemczech.

Podobnie jak pozostali globalni liderzy rynku, także Clear Channel Outdoor Holdings zanotował mocny, wzrostowy kwartał osiągając wzrost przychodów o 7%, przy czym reklama cyfrowa, podobnie jak w pozostałych przypadkach, osiągnęła istotnie wyższą dynamikę, która wyniosła 15,6%.

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 28 stycznia 2026 roku Zarząd Emitenta podał do wiadomości szacunkowe, przychody skonsolidowane Emitenta (bez uwzględnienia przychodów spółki zależnej Braughman Group Media Outdoor Sp. z o. o.), które w czwartym kwartale 2025 roku wyniosły 29,5 miliona złotych (wzrost o 8% r/r), a w całym roku 86,3 miliona złotych (wzrost o 16% r/r). Jednocześnie poinformował, że przychody jednostkowe Braughman Group Media Outdoor Sp. z o. o. za okres listopad – grudzień 2025 roku wyniosły 27,1 miliona złotych natomiast w całym roku wyniosły łącznie 129,2 miliona złotych.
2. W dniu 9 lutego 2026 roku, Zarząd Emitenta podał do wiadomości, iż Sąd Rejonowy dla M. St. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego wydał postanowienie w sprawie zarejestrowania zmiany polegającej na wpisaniu Digital Network S.A. jako właściciela 200 udziałów spółki Braughman Group Media Outdoor Sp. z o. o., stanowiących 100% w kapitale zakładowym tej spółki.
3. W dniu 13 kwietnia 2026 roku Zarząd Digital Network S.A. ogłosił wstępne wyniki finansowe na 2025 rok. Wstępne wyniki finansowe nie różniły się w stosunku do ostatecznych wyników finansowych wykazanych w raporcie rocznym Emitenta.
4. W dniu 20 kwietnia 2026 roku Zarząd Digital Network S.A. podał do wiadomości wstępne szacunki przychodów skonsolidowane Emitenta w pierwszym kwartale 2026 roku. Wstępne wyniki finansowe nie różniły się w stosunku do ostatecznych wyników finansowych wykazanych przez Emitenta w raporcie kwartalnym.
5. W dniu 26 maja 2026 roku Zarząd Digital Network S.A. podjął uchwałę w sprawie wystąpienia z wnioskiem do Rady Nadzorczej Spółki o ocenę i zarekomendowanie Zwyczajnemu Walnemu Zgromadzeniu Akcjonariuszy wypłaty dywidendy za 2025 rok w wysokości 4,46 zł na jedną akcję.
6. W dniu 2 czerwca 2026 r. Zarząd Digital Network S.A. podał do wiadomości, że w tego samego dnia otrzymał Postanowienie Sądu Rejonowego dla M. St. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego w sprawie wpisu do właściwego rejestru 326 939 akcji zwykłych na okaziciela serii G. Akcje zostały zarejestrowane dnia 1 czerwca 2026 roku. Po rejestracji nowej emisji akcji serii G, kapitał zakładowy

Spółki wynosi 4 565 901,00 złotych i dzieli się na 4 565 901 akcji na okaziciela o wartości nominalnej 1 złotych każda.

7. W dniu 2 czerwca 2026 r. Rada Nadzorcza podjęła uchwałę, w której pozytywnie zaopiniowała rekomendację Zarządu w sprawie wypłaty dywidendy za 2025 rok w wysokości 4,46 zł na jedną akcję.
8. W dniu 3 czerwca 2026 r. Zarząd Digital Network S.A. otrzymała zawiadomienie z Epicom Ltd. sporządzone na podstawie art. 69 ust. 1 lub 2 oraz art. 69a ust. 1 lub 3 ustawy o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych. Zawiadomienie zostało przesłane w związku z postanowieniem Sądu Rejonowego dla Miasta Stołecznego Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego w sprawie wpisu do właściwego rejestru 326 939 szt. akcji zwykłych na okaziciela serii G. Otrzymane zawiadomienie Epicom Ltd. dotyczy zejścia poniżej progu 50% w związku z rejestracją podwyższenia kapitału zakładowego w Krajowym Rejestrze Sądowym.

Przed dokonaniem rejestracji podwyższenia kapitału zakładowego Spółki, Epicom Ltd. posiadał 2 271 808 akcji stanowiących 53,59% kapitału zakładowego oraz dających 53,59% głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy. Po dokonaniu rejestracji podwyższenia kapitału zakładowego Spółki, stan posiadania Epicom Ltd. nie zmienił się i wynosi 2 271 808 akcji, które w zmienionym kapitale stanowią 49,76% kapitału zakładowego oraz dają 49,76% głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy Spółki.

9. W dniu 5 czerwca 2026 r. Zarząd Digital Network S.A. otrzymała zawiadomienie z IT Fashion Polska Properties Sp. z o. o. sporządzone na podstawie art. 69 ust. 1 lub 2 oraz art. 69a ust. 1 lub 3 ustawy o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych. Powyższe zawiadomienie również zostało przesłane w związku z opublikowaniem przez Spółkę postanowienia Sądu Rejonowego dla Miasta Stołecznego Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego w sprawie wpisu do właściwego rejestru 326 939 akcji zwykłych na okaziciela serii G.

Otrzymane zawiadomienie IT Fashion Polska Properties Sp. z o. o. dotyczy przekroczenia progu 5% w związku z rejestracją podwyższenia kapitału zakładowego w Krajowym Rejestrze Sądowym. Przed dokonaniem rejestracji podwyższenia kapitału zakładowego Spółki, IT Fashion Polska Properties Sp. z o. o. posiadał 0 akcji stanowiących 0% kapitału zakładowego oraz dających 0% głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy. Po dokonaniu rejestracji podwyższenia kapitału zakładowego Spółki, stan posiadania IT Fashion Polska Properties Sp. z o. o. wynosi 326 939 akcji, które stanowi 7,16% kapitału zakładowego oraz daje 7,16% głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy Spółki.

10. W dniu 10 czerwca 2026 r. Zarząd Digital Network S.A. poinformował, że na sesji w dniu 9 czerwca 2026 roku dokonał transakcji sprzedaży 73 277 akcji własnych Emitenta tj. akcji zwykłych na okaziciela będących przedmiotem obrotu na rynku podstawowym Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A., tj. na rynku oficjalnych notowań. Zbycie 73 277 akcji własnych Emitenta zostało dokonane za jednostkową cenę transakcyjną w wysokości 220 zł za jedną akcję. Wartość transakcji wyniosła 16,1 miliona złotych. Po dokonaniu transakcji, Emitent nie posiada akcji własnych.
11. W dniu 25 czerwca 2026 r. Zarząd Digital Network S.A. podjął uchwałę w sprawie zmiany wniosku co do podziału zysku Spółki za rok obrotowy zakończony w dniu 31 grudnia 2025 roku. Zgodnie z nową rekomendacją, Zarząd wnioskował do Rady Nadzorczej Spółki o ocenę i zarekomendowanie Zwyczajnemu Walnemu Zgromadzeniu Akcjonariuszy zwiększenie kwoty przeznaczonej na wypłatę dywidendy za 2025 rok do wysokości 22 829 505,00 złotych tj. do 5,00 złotych na jedną akcję.
12. W dniu 30 czerwca 2026 r. Zarząd Digital Network S.A. podał do wiadomości informację o zmianie w składzie Rady Nadzorczej Spółki. W miejsce Pana Rafała Kunysza powołany został Pan Gawel Jarosiński.
13. W dniu 30 czerwca 2026 r. Zarząd Digital Network S.A. poinformował, że Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy podjęło w tym samym dniu uchwałę w sprawie podziału zysku oraz przeznaczenia kwoty 22 829 505,00 złotych na wypłatę dywidendy tj. 5,00 złotych na jedną akcję.

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 22 lipca 2026 roku, Zarząd Emitenta podał wstępne, szacunkowe przychody skonsolidowane za drugi kwartał 2026 roku, które wyniosły 60,9 mln złotych. Wstępne wyniki finansowe różniły się w stosunku do ostatecznych wyników finansowych wykazanych w raporcie półrocznym Emitenta o około 120 tysięcy złotych.
2. W dniu 27 sierpnia 2026 roku, Zarząd Emitenta podał do wiadomości nową Politykę Dywidendową, której założenia zostały szczegółowo opisane w pkt 2.1.
3. W dniu 7 września 2026 roku Zarząd Digital Network S.A. opublikował wstępne skonsolidowane wyniki za pierwsze półrocze 2026 roku na poziomie: przychodów ze sprzedaży, zysku z działalności operacyjnej, EBITDA oraz zysku netto.

2.4 Opis pozostałych ryzyk i zagrożeń związanych z działalnością Emitenta

Ryzyko związane z globalnymi skutkami konfliktu w rejonie Bliskiego Wschodu oraz wojną na Ukrainie

Zarząd Emitenta informuje, iż w jego ocenie skutki sytuacji geopolitycznej w regionie Bliskiego Wschodu (takie jak wzrost cen surowców, ograniczenia lub utrudnienia w prowadzeniu działalności gospodarczej w tym regionie, przerwanie ciągłości dostaw) oraz konflikt zbrojny na Ukrainie nie miały istotnego wpływu na poszczególne pozycje i ujawnienia dokonane w sprawozdaniu finansowym za pierwsze półrocze 2026 roku.

Model biznesowy Emitenta charakteryzuje wysoka odporność i relatywnie niska ekspozycja na wskazane ryzyka ponieważ prowadzona działalność operacyjna ma charakter lokalny i jest prowadzona na rynku, który nie jest bezpośrednio uzależniony od wysokości taryf celnych, zmieniających się cen surowców, kursów walut ani kosztów paliw. Emitent nie może jednak wykluczyć, że przedłużające się konflikty zbrojne mogą wygenerować w przyszłości negatywne skutki dla rynku, na którym działa Emitent. Dotyczy to przede wszystkim ryzyka spadku konsumpcji prywatnej w Polsce, spowodowanej wyższymi cenami paliw i ogólną niepewnością zniechęcającą gospodarstwa domowe do wydatków, osłabiając główny czynnik wzrostu PKB. W dłuższej perspektywie może to wypłynąć na spowolnienie wzrostu rynku reklamowego w Polsce a co za tym idzie mieć negatywny wpływ na skłonność reklamodawców do zakupu powierzchni reklamowej na nośnikach należących do Emitenta.

Pozostałe ryzyka makroekonomiczne

Mimo wysokiej odporności modelu biznesowego Emitenta na czynniki makroekonomiczne, istnieje ryzyko wystąpienia czynników, na które Emitent nie będzie miał wpływu, a które wywoływać mogą zmienność i niepewność warunków prowadzenia działalności gospodarczej. Należą do nich czynniki związane ze spowolnieniem rozwoju krajowej gospodarki: niższego niż oczekiwany wzrost PKB, wyższy od prognozowanego wskaźnik inflacji, osłabienie złotówki czy też niższy od oczekiwanego poziom konsumpcji. Te czynniki grożą ryzykiem negatywnej zmiany sytuacji gospodarczej lub nawet długotrwałej dekonunktury, co może wpłynąć na zdolności kontrahentów Emitenta lub jego podwykonawców i dostawców do wywiązywania się ze zobowiązań, w efekcie skutkując ich niewypłacalnością lub upadłością. Z kolei spadek konkurencyjności polskiej gospodarki względem innych krajów rozwiniętych i rozwijających się może spowodować odpływ zagranicznego kapitału lub zmniejszenie skłonności zagranicznych inwestorów do inwestowania w Polsce. Biorąc pod uwagę obecny portfel klientów Emitenta, w skład którego wchodzi także marki zagraniczne, fakt ten może negatywnie wpłynąć na ich skłonność do korzystania z usług reklamowych oraz zmniejszenia budżetów przeznaczonych na ten cel, w tym w szczególności na prowadzenia kampanii promocyjnych w sieci ekranów Emitenta.

Ryzyka istotnych zmian w branży Emitenta

Emitent prowadzi działalność na rynku reklamy zewnętrznej w segmentach cyfrowej reklamy zewnętrznej oraz wielkoformatowej reklamy premium (tzw. Premium Outdoor). Wskazując na potencjalne ryzyka branżowe nie można wykluczyć, że na rynku mogą pojawić się nowi globalni gracze bądź też obecni konkurenci krajowi znacząco zwiększą udziały rynkowe. Zdaniem Emitenta, prawdopodobieństwo istotnej zmiany układu sił na rynku (zwłaszcza po akwizycji przeprowadzonej przez Emitenta w październiku 2025 roku), która mogłaby w najbliższej przyszłości w istotny sposób zagrozić pozycji rynkowej Emitenta, należy uznać za mało prawdopodobne. Wynika to przede wszystkim ze specyfiki branży charakteryzującej się wysoką barierą wejścia na rynek oraz ograniczoną liczbą atrakcyjnych lokalizacji do przejęcia. Dlatego zbudowanie działalności konkurencyjnej, mogącej realnie zagrozić wiodącej pozycji rynkowej Emitenta musiałaby potrwać co najmniej kilka lat.

Działalność prowadzona na rynku reklamy zewnętrznej wiąże się z ryzykiem zmian prawnych (prawo administracyjne budowlane, podatkowe) oraz ich interpretacji. Szczególnie istotne ryzyko dotyczy regulacji w zakresie ekspozycji reklamy zewnętrznej w aglomeracjach miejskich co w dłuższym okresie może potencjalnie wpłynąć na wyniki finansowe Emitenta. Spółka podlega m.in. regulacjom prawnym dotyczącym ochrony krajobrazu, które mają kluczowy wpływ na rynek reklamy zewnętrznej i oddają samorządom gminnym uprawnienia do stanowienia prawa miejscowego, regulującego reklamę wizualną i architekturę w przestrzeni publicznej. Wprowadzenie tzw. uchwał krajobrazowych w poszczególnych miastach wiąże się z okresami dostosowawczymi, w trakcie których ekspozycja zewnętrznych nośników reklamowych powinna zostać dostosowana do wprowadzonych wymogów.

Ryzyka niepowodzenia strategii Emitenta

Zarząd Emitenta realizuje strategię rozwoju, która do tej pory były osiągane terminowo oraz zgodnie z planem. Nie można jednak wykluczyć, że w kolejnych latach obrotowych nie wystąpią ryzyka, które mogą spowolnić realizację strategii, zwłaszcza na skutek wystąpienia czynników na które Emitent może nie mieć wpływu lub wpływ ten będzie bardzo ograniczony. Należą do nich mogą:

- wystąpienie niekorzystnych czynników makroekonomicznych, które wpłyną na ograniczenie budżetów reklamowych, a tym samym na spowolnienie rozwoju rynku DOOH oraz OOH w Polsce;
- niepowodzenie działań związanych z dalszą integracją aktywów Braughman Group Media Outdoor Sp. z o.o., które jak do tej pory generują istotne efekty synergii;
- wprowadzenie nowych regulacji prawnych, niekorzystnych z punktu widzenia branży w jakiej działa Emitent, które mogą ograniczyć możliwości związane z rozwojem sieci ekranów oraz pozyskiwaniem spektakularnych lokalizacji w przestrzeni miejskiej;
- nieplanowany wzrost kosztów działalności Emitenta, który negatywnie wpłynie na osiąganie wskaźników rentowności oraz brak możliwości wypłaty dywidendy;
- niższy od zakładanego wzrost przychodów Emitenta związany z gwałtownym wzrostem konkurencyjności na rynku DOOH;
- wystąpienie innych nadzwyczajnych okoliczności związanych m.in. z siłą wyższą, klęskami żywiołowymi oraz innymi wydarzeniami, które mogą negatywnie wpłynąć na planowane emisje kampanii reklamowych na ekranach Emitenta.

W przypadku wystąpienia któregośkolwiek z wyżej wymienionych ryzyk, mogących mieć istotny, negatywny wpływ na wyniki finansowe Emitenta w kolejnych okresach sprawozdawczych, Zarząd Spółki zapewnia, iż zmodyfikuje odpowiednio strategię i dokona niezbędnej korekty do przyjętych założeń.

Ryzyko związane z rozwiązaniem umowy brokerskiej

Sprzedaż czasu reklamowego na nośnikach cyfrowych Emitenta jest strategicznie zdywersyfikowana i pochodzi z trzech źródeł: sprzedaży agencyjnej, sprzedaży bezpośredniej oraz *Programmatic DOOH*. Od wielu lat taki model pozyskiwania przychodów zapewnia Emitentowi stabilny wzrost sprzedaży i zysków dzięki stale rosnącemu i zróżnicowanemu portfelowi klientów. Bardzo istotna część przychodów Emitenta pozyskiwana jest przez brokera reklamowego (Polsat Media), z którym Spółkę wiąże wieloletnia współpraca, zapoczątkowana w 2017 roku. Z brokerem łączą Emitenta zatem trwałe relacje biznesowe, a warunki obowiązującej umowy są korzystne biznesowo dla obu stron.

W okresie sprawozdawczym, Zarząd Emitenta przedłużył formalnie umowę z brokerem reklamowym. Aneks w tej sprawie został podpisany na okres 3 lat z możliwością automatycznego przedłużenia do końca 2030 roku. Aneks sankcjonuje, wprowadzone od stycznia 2026 roku, rozszerzenie dotychczasowej oferty cyfrowej (wraz z nowymi warunkami cenowymi) skierowanej dla domów mediowych o ponad 300 lokalizacji wielkoformatowych, należących do Braughman Group Media Outdoor - lidera segmentu wielkiego formatu Premium Outdoor. Umowa z Polsat Media gwarantuje Emitentowi stabilny wzrost przychodów i zysków na kolejne kilka lat. Rozszerzona oferta, łącząca w sobie DOOH i duży format OOH jest jedyną tego typu ofertą na rynku reklamowym, a w ramach współpracy z Polsat Media realizowana jest na zasadach wyłączności. Polsat Media to największy broker reklamowy na polskim rynku medialnym, odpowiadający za sprzedaż czasu reklamowego i oferty cross-mediowej obejmującej telewizję, internet oraz kanały tematyczne. Dzięki szerokiemu zasięgowi i rozbudowanej ofercie reklamowej Polsat Media pozostaje jednym z kluczowych partnerów największych reklamodawców i domów mediowych w Polsce, oferując kampanie łączące telewizję, digital, wideo online oraz nowoczesne formaty reklamowe outdoor.

Mimo wieloletniej współpracy Emitenta z Polsat Media, nie można całkowicie wykluczyć potencjalnego ryzyka, że obecna umowa nie zostanie przedłużona po kolejnym terminie jej wygaśnięcia (tj. w 2030 roku). Zarząd Emitenta będzie się starać aby do minimum ograniczyć ryzyko związane z ewentualnym rozwiązaniem umowy z uwagi na jej strategiczne znaczenie dla dalszego rozwoju Spółki.

Ryzyko wprowadzenia uchwały krajobrazowej w Warszawie

Niewątpliwie jako istotne ryzyko należy wskazać prawdopodobieństwo wprowadzenia uchwały krajobrazowej w Warszawie. Temat ten ma wieloletnią historię i dotychczas nie doprowadził do wejścia w życie regulacji m.in. ze względu na wątpliwości prawne, brak akceptacji organów nadzorczych, w tym Wojewody, oraz sprzeciw różnych środowisk gospodarczych. Po zakończeniu okresu sprawozdawczego, w przestrzeni publicznej pojawił się nowy projekt, który został skierowany do wewnętrznych uzgodnień w dniu 31 lipca 2026 roku. Nastąpiło to w momencie, w którym istnieją ciągle nierozstrzygnięte kwestie prawne dotyczące tego typu regulacji w skali kraju. Szczególne znaczenie ma w tym przypadku postanowienie Naczelnego Sądu z 2 czerwca 2026 r., sygn. II OSK 1153/25, w którym skierowano do Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej z siedzibą w Luksemburgu (TSUE) pytania prejudycjalne dotyczące zgodności z prawem Unii Europejskiej, określonych zapisów stosowanych w uchwałach krajobrazowych w miastach, w których te regulacje już obowiązują. Tego typu postępowania prejudycjalne trwają zwykle od kilkunastu miesięcy do dwóch lat lub dłużej, zależnie od charakteru sprawy i jej złożoności. Dlatego przy postanowieniu NSA z 2 czerwca 2026 r. nie można zakładać, że odpowiedź pojawi się w ciągu najbliższych miesięcy. Nie oznacza to automatycznie, że Warszawa nie może procedować uchwały do czasu wyroku TSUE. Oznacza natomiast, iż w przypadku odpowiedzi TSUE podważającej podstawę prawną znaczącej części rozwiązań warszawskiej uchwały, w praktyce stanie się to uzasadnioną podstawą do sporów sądowych i potencjalnych roszczeń odszkodowawczych przedsiębiorców wobec miasta.

Kolejną kolizją interpretacji prawnej jest sprzeczność obecnego projektu z aktualnym orzecnictwem, zgodnie z którym pojęcie zgody budowlanej jest rozumiane szeroko i dotyczy również urządzeń których legalne wykonanie w chwili ich sytuowania w ogóle nie wymagało pozwolenia na budowę ani zgłoszenia. Analizy prawne wskazują ponadto na niespójność wewnętrzną przepisów projektu w zakresie nierównego traktowania poszczególnych obiektów objętych uchwałą, a przede wszystkim nierówne traktowanie przedsiębiorców prywatnych i infrastruktury

miejskiej w zakresie eksponowania powierzchni reklamowych, w tym zróżnicowania w długości okresów dostosowawczych na przyjęcie nowych zasad. Właśnie ten problem jest szczególnie ważny w kontekście pytań prejudycjalnych skierowanych do TSUE, który z dużym prawdopodobieństwem zostanie oceniony jako niezgodny z prawem UE.

Wobec wskazanych powyżej, istotnych wątpliwości prawnych prawdopodobieństwo szybkiego wejścia uchwały w życie jest oceniane przez Emitenta jako bardzo niskie. Wskazuje na to fakt, że obecny etap prac nad kolejnym projektem jest bardzo wstępny, a ponadto nie dotyczy on jedynie firm outdoorowych, ale także firm i przedsiębiorców działających na rynku warszawskim. Z tego powodu należy spodziewać się, że na etapie konsultacji społecznych projektu, zgłoszonych zostanie bardzo wiele uwag, w tym dotyczących niezgodności szeregu zapisów zarówno z Konstytucją jak i Prawem Europejskim.

Potencjalny wpływ uchwały warszawskiej na działalność Emitenta

Emitent od wielu lat monitoruje prace nad warszawską uchwałą krajobrazową i nie lekceważy związanego z tym ryzyka wprowadzenia nowych regulacji. Niemniej szacuje, iż nawet ich ewentualne wprowadzenie będzie miało ograniczony wpływ na wyniki finansowe oraz dalszy rozwój Spółki. Emitent ogranicza to ryzyko m.in. poprzez dywersyfikację działalności realizowaną poprzez rozwijanie sieci w innych miastach, w tym w mniejszych ośrodkach, dzięki czemu nie jest uzależniony od jednego rynku lokalnego, nawet tak dużego jak Warszawa. Spółka planuje w ciągu 3–4 lat zwiększyć sieć o co najmniej 50%, a potencjalnie nawet o 60%. Oznacza to, że nawet w najbardziej pesymistycznym wariantcie wpływ uchwały zostanie zneutralizowany przez rozwój nowych lokalizacji i dostosowanie istniejących nośników.

Istotne zabezpieczenie dla Emitenta stanowią prawa nabyte i istniejące pozwolenia budowlane. Nowy projekt bez względu na jego ostateczną treść musi uwzględniać istniejące pozwolenia administracyjne (w tym na Warsaw Stage) oraz najbardziej spektakularne lokalizacje w centrum Warszawy, co znacząco ograniczy konieczność modyfikacji przez Emitenta obecnej infrastruktury oraz konieczność jej dostosowanie do nowych zapisów.

Ponadto, w ciągu ostatnich lat Spółka dokonała wymiany ekranów 45 m² na 18 m², zgodnie z parametrami wcześniejszych projektów uchwały. Nowe ekrany mają jednocześnie lepszą jakość obrazu, wyższą rozdzielczość i nawet 10-krotnie niższe zużycie energii. Drugim filarem dywersyfikacji jest rozwój nośników mniej podatnych na regulacje. Dlatego Spółka konsekwentnie inwestuje m.in. w sieci indoorowe na dworcach, w galeriach, biurach, sieciach handlowych i gastronomicznych oraz w wielkoformatowe ekrany instalowane od wewnętrznej strony budynków, które nie będą podlegać uchwale.

Ponadto, ewentualne wprowadzenie uchwały, której efektem będzie m.in. ograniczenie podaży nośników, zwiększy jednocześnie wartość i efektywność powierzchni, które pozostaną na rynku, szczególnie nośników cyfrowych, a w konsekwencji doprowadzi do wzrostu ceny reklam na rynku warszawskim.

Ryzyka niekorzystnych zmian obowiązującego prawa w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej

Ponieważ regulacje prawne ulegają w Polsce częstym zmianom, nie można wykluczyć ryzyka ich negatywnego wpływu na przyszłą działalność Emitenta. Zmiany tego typu mogą rodzić potencjalne ryzyka interpretacyjne lub niekorzystne linie orzecznictwa przyjmowane przez sądy lub organy administracji publicznej. Zmienność systemu prawnego i otoczenia regulacyjnego zwiększa ryzyko ponoszenia istotnych dodatkowych i nieoczekiwanych wydatków, a także kosztów dostosowywania prowadzonej działalności do zmieniającego się otoczenia prawnego.

Dotyczy to zwłaszcza przepisów podatkowych zarówno w zakresie podatku dochodowego, podatku od towarów i usług, jak też innych podatków i danin, które mogą wpłynąć negatywnie na działalność i poziom wyników Emitenta. Przepisy prawa podatkowego są skomplikowane i niejasne oraz podlegają częstym zmianom. Praktyka stosowania prawa podatkowego przez organy podatkowe nie jest jednolita, a w orzecznictwie sądów administracyjnych w zakresie prawa podatkowego występują istotne rozbieżności. W związku z tym Emitent nie może zagwarantować, że organy podatkowe nie dokonają odmiennej, niekorzystnej interpretacji przepisów podatkowych stosowanych przez Emitenta. Nie można także wykluczyć ryzyka, że poszczególne indywidualne interpretacje podatkowe,

uzyskane i stosowane już przez Emitenta nie zostaną nagle zmienione lub zakwestionowane. Istnieje także ryzyko, że wraz z wprowadzeniem nowych regulacji, Emitent będzie musiał podjąć działania dostosowawcze, co może skutkować zwiększonymi kosztami działalności (koszt konsultacji prawnych, zwiększenie obciążeń podatkowych) co może mieć negatywny wpływ na dalszą działalność, sytuację finansową, perspektywę rozwoju lub wyniki Emitenta. Ponadto działalność Emitenta podlega regulacjom prawnym, które mogą podlegać zmianom wynikającym z konieczności implementacji regulacji stosownych w Unii Europejskiej. Z uwagi na występujące niejasności i nieprecyzyjność oraz wzajemne krzyżowanie się zakresu zastosowania, regulacje te mogą podlegać różnym interpretacjom, orzeczeniom sądowym i mogą być stosowane w sposób niejednolity. Zmiany te, w szczególności mające wpływ na funkcjonowanie rynku nowych technologii i usług reklamowych, mogą mieć niekorzystny wpływ także na działalność Emitenta.

Ryzyko związane z odejściem wykwalifikowanych pracowników

Część działań operacyjnych Emitenta wykonywanych jest przez osoby, których nagłe odejście lub przymusowa absencja mogłyby 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 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.

Ryzyko techniczne związane z awarią technologii

Głównym aktywem Emitenta jest sieć 20 tysięcy ekranów cyfrowych oraz platforma *Screen Network Manager*, czyli autorski zintegrowany system informatyczny. Umożliwia on realizację kampanii reklamowych w czasie rzeczywistym (online), pełną kontrolę nad ich realizacją, 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. Jak do tej pory, awaria taka nie miała miejsca w skali uniemożliwiającej emisję kampanii promocyjnych na ekranach Emitenta.

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 Spółka 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 Spółka wypracowuje zwykle wyższą sprzedaż niż ma to miejsce w okresie pierwszych sześciu miesięcy roku (zwłaszcza w pierwszym kwartale). Potwierdziły to wyniki osiągnięte przez Spółkę jak i cały rynek reklamy zewnętrznej w latach 2023-2025, 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, 2026 rok powinien okazać się typowym i przewidywalnym rokiem jeśli chodzi o sezonowość sprzedaży.

W przypadku Jednostki Dominującej głównym źródłem przychodów są dywidendy wypłacane przez jednostki zależne nad którymi sprawuje ona nadzór właścicielski. Stąd sezonowość sprzedaży związana jest z zatwierdzaniem sprawozdań finansowych i podziałem zysków przez poszczególne spółki wchodzące w skład Grupy Kapitałowej Emitenta.

W 2026 roku Spółka otrzymała dywidendy od następujących jednostek zależnych:

- Screen Network S. A. – dywidenda w kwocie 16 037 620,48 zł (uchwała z dnia 30.03.2026 r.);
 - Screen Network Sp. z o. o. – dywidenda w kwocie 15 550 197,81 zł (uchwała z dnia 15.06.2026 r.);
 - Braughman Group Media Outdoor Sp. z o. o. – dywidenda w kwocie 17 857 661,69 zł (uchwała z dnia 21.04.2026 r.).
- Do dnia publikacji niniejszego raportu wszystkie dywidendy zostały wypłacone.

2.7 Informacja o zmianie w strukturze organizacyjnej Grupy Kapitałowej Emitenta

W dniu 22 czerwca 2026 roku Digital Network S.A. zbyła wszystkie posiadane udziały w NAIMPREZE.PL Sp. z o. o.

Poza sprzedażą udziałów spółki NAIMPREZE.PL w raportowanym okresie nie było innych zmian w strukturze organizacyjnej Grupy Kapitałowej Digital Network.

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 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 2026 roku do dnia 15 września 2026 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 2026 roku:

	Ilość akcji	Wartość nominalna 1 akcji	Wartość nominalna	Procent w kapitale zakładowym
EPICOM Ltd.	2 271 808	1,00	2 271 808,00	53,59%
Pozostali Akcjonariusze	1 967 154	1,00	1 967 154,00	46,41%
Razem	4 238 962		4 238 962,00	100,00%

W dniu 1 czerwca 2026 r. Sąd Rejonowy dla M. St. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego dokonał wpisu do właściwego rejestru 326 939 szt. akcji zwykłych na okaziciela serii G.

Po rejestracji nowej emisji akcji serii G, kapitał zakładowy Spółki wynosi 4 565 901,00 złotych i dzieli się na 4 565 901 szt. akcji na okaziciela o wartości nominalnej 1 złoty każda.

W dniu 3 czerwca 2026 r. Zarząd Digital Network S.A. otrzymała zawiadomienie z Epicom Ltd. sporządzone na podstawie art. 69 ust. 1 lub 2 oraz art. 69a ust. 1 lub 3 ustawy o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych.

Zawiadomienie zostało przesłane w związku z postanowieniem Sądu Rejonowego dla Miasta Stołecznego Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego w sprawie wpisu do właściwego rejestru

326 939 szt. akcji zwykłych na okaziciela serii G. Otrzymane zawiadomienie Epicom Ltd. dotyczy zejścia poniżej progu 50% w związku z rejestracją podwyższenia kapitału zakładowego w Krajowym Rejestrze Sądowym.

Przed dokonaniem rejestracji podwyższenia kapitału zakładowego Spółki, Epicom Ltd. posiadał 2 271 808 akcji stanowiących 53,59% kapitału zakładowego oraz dających 53,59% głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy.

Po dokonaniu rejestracji podwyższenia kapitału zakładowego Spółki, stan posiadania Epicom Ltd. nie zmienił się i wynosi 2 271 808 akcji, które w zmienionym kapitale stanowią 49,76% kapitału zakładowego oraz dają 49,76% głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy Spółki.

W dniu 5 czerwca 2026 r. Zarząd Digital Network S.A. otrzymała zawiadomienie z IT Fashion Polska Properties Sp. z o. o. sporządzone na podstawie art. 69 ust. 1 lub 2 oraz art. 69a ust. 1 lub 3 ustawy o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych.

Powyższe zawiadomienie również zostało przesłane w związku z opublikowaniem przez Spółkę postanowienia Sądu Rejonowego dla Miasta Stołecznego Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego w sprawie wpisu do właściwego rejestru 326 939 akcji zwykłych na okaziciela serii G.

Otrzymane zawiadomienie IT Fashion Polska Properties Sp. z o. o. dotyczy przekroczenia progu 5% w związku z rejestracją podwyższenia kapitału zakładowego w Krajowym Rejestrze Sądowym.

Przed dokonaniem rejestracji podwyższenia kapitału zakładowego Spółki, IT Fashion Polska Properties Sp. z o. o. posiadał 0 akcji stanowiących 0% kapitału zakładowego oraz dających 0% głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy.

Po dokonaniu rejestracji podwyższenia kapitału zakładowego Spółki, stan posiadania IT Fashion Polska Properties Sp. z o. o. wynosi 326 939 akcji, które stanowi 7,16% kapitału zakładowego oraz daje 7,16% głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy Spółki.

Akcje nowej emisji serii G zostały objęte 3-letnim zakazem zbywalności (okres Lock-up), liczonym od dnia rejestracji akcji nowej emisji serii G w Krajowym Depozycie Papierów Wartościowych S.A.

Na dzień 15 września 2026 roku:

	Ilość akcji	Wartość nominalna 1 akcji	Wartość nominalna	Procent w kapitale zakładowym
EPICOM Ltd.	2 271 808	1,00	2 271 808,00	49,76%
IT Fashion Polska Properties Sp. z o. o.	326 939	1,00	326 939,00	7,16%
Pozostali Akcjonariusze	1 967 154	1,00	1 967 154,00	43,08%
Razem	4 565 901		4 565 901,00	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 15 września 2026 roku wraz z uwzględnieniem zmian w stanie posiadania, odrębnie dla każdej z osób, poczynwszy od dnia 1 stycznia 2026 roku tj. dnia rozpoczęcia okresu objętego niniejszym raportem kształtuje się w sposób następujący:

Członkowie Zarządu Spółki

Imię i Nazwisko	Stan na dzień 1 stycznia 2026 roku	Nabywanie akcji	Zbywanie akcji	Stan na dzień 15 września 2026 roku
Agnieszka Godlewska	10 185	0	0	10 185
Aneta Parafiniuk *)	34 000	0	0	34 000

*) z uwzględnieniem akcji nabytych przez osobę blisko spokrewnioną

Członkowie Rady Nadzorczej Spółki

Imię i Nazwisko	Stan na dzień 1 stycznia 2026 roku	Nabycie akcji	Zbycie akcji	Stan na dzień 15 września 2026 roku
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
Gaweł Jarosiński *)	0	0	0	0

*) W dniu 30.06.2026 r., uchwałą WZA do składu Rady Nadzorczej na miejsce Rafała Kunysza powołany został Gaweł Jarosiński

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

Na dzień sporządzenia niniejszego raportu, poza poniższymi sprawami spornymi, nie istnieją inne istotne sprawy, które mogłyby skutkować obciążeniem wyniku finansowego Grupy.

Screen Network S.A.

Zgodnie z informacją ujawnioną w skonsolidowanym sprawozdaniach finansowych za lata 2023 - 2025 kontrahent wystąpił wobec Screen Network S.A. o zapłatę należności. Zarząd Spółki oszacował najbardziej prawdopodobne zobowiązanie do zapłaty w przypadku niekorzystnego rozstrzygnięcia sprawy spornej. Kwota zobowiązania została ujęta w ramach zobowiązań handlowych.

Braughman Group Media Outdoor Sp. z o. o.

Były kontrahent wystąpił wobec Braughman Group Media Outdoor Sp. z o. o. o zapłatę należności. Zobowiązanie prawdopodobne do zapłaty zostało ujęte w księgach roku 2025.

Mając na uwadze dobro Grupy Kapitałowej nie ujawniono kwoty roszczeń. W ocenie Zarządu wynik powyższych spraw spornych nie wpłynie negatywnie na wynik Grupy Kapitałowej.

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

Nie wystąpiły inne transakcje z podmiotami powiązanymi niż transakcje wykazane w nocie nr 20 informacji dodatkowej do śródrocznego jednostkowego sprawozdania finansowego oraz w nocie nr 26 informacji dodatkowej do śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego. Transakcje z jednostkami powiązanymi 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 19 informacji dodatkowej do śródrocznego jednostkowego sprawozdania finansowego oraz w nocie nr 25 informacji dodatkowej do śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

2.13 Stanowisko Zarządu odnośnie możliwości zrealizowania wcześniej publikowanych prognoz wyników

W dniu 7 września 2026 roku Zarząd Digital Network S.A. opublikował wstępne skonsolidowane wyniki za pierwsze półrocze 2026 roku na poziomie: przychodów ze sprzedaży, zysku z działalności operacyjnej, EBITDA oraz zysku netto (raport bieżący 23/2026). Opublikowane wstępne skonsolidowane wyniki nie odbiegają od wyników ujętych w skróconym skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym Grupy Kapitałowej Digital Network za pierwsze półrocze 2026 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 2026 roku, w tym te omawiające wyniki finansowe oraz pozostałe, mogące mieć wpływ na działalność Spółki i możliwości realizacji zobowiązań, zostały zaprezentowane w komentarzu Zarządu prezentowanym w pkt 2.1.

Agnieszka Godlewska
Prezes Zarządu

Aneta Parafiniuk
Członek Zarządu

Warszawa, 15 września 2026 roku