



Pressmeddelande, Stockholm 2018-02-20

AdCityMedia förvärvar det snabbväxande norska out of home-mediabolaget Prego Media AS

A City Media AB ("AdCityMedia"), listat på Nasdaq First North, har den 19 februari ingått avtal om förvärv av 100 % av OOH-mediabolaget Prego Media AS (Prego). 2017 omsatte bolaget 32 MNOK med 3,5 MNOK i EBITDA, vilket innebar en ökning av omsättningen med 166 % jämfört med 2016 och en kraftig ökning av EBITDA från nollresultat 2016. Prego är idag den tredje största aktören inom OOH i Norge. Bolagets erbjudande består bland annat av analoga billboards, analoga och digitala reklamplatser inom dagligvaruhandel och parkering. Prego grundades 2013 och har idag 8 anställda.

Bolagets personal och ledning är mycket erfaren med många år inom mediebranschen. Prego grundades av Thomas Haave och Stig Kjos som båda har sitt förflutet inom utomhusreklambranschen. Thomas Haave, kommersiell chef, har tidigare bland annat varit försäljningschef hos Clear Channel, medan VD Stig Kjos har startat upp bolaget Moveboards Media som senare blev Nova Vista.

Pregos produktportfölj är idag analog till 95 % och står med sina över 600 storformatsytor i Norges största städer inför en digitalisering. AdCityMedia å sin sida är 95 % digitala och har mer än tio års erfarenhet av DOOH (digital out of home). Målet är att tillsammans tredubbla Pregos omsättning till 2021, främst genom befintliga och nya stora avtal samt genom digitalisering.

Prego vann nyligen ett avtal med Norgesgruppen (med över 1 800 dagligvarubutiker i Norge) gällande försäljning av reklam i butiker. Prego har sedan tidigare ett stort kontaktnät inom retail och kommer vara en stöttepelare för AdCityMedias affärsområde Retail Tech som redan drivs som ett eget bolag (AdCityMedia A/S) i Norge.

AdCityMedia har kommunicerat att tidigare genomförda förvärv integrerats mycket bra och har meddelat att man ser på ytterligare förvärv på nya marknader. Detta i kombination med uppstart av egna kontor och partnerskap ska ge AdCityMedia en ökad internationell närvaro inom de kommande tre till fem åren.

Affären i siffror:

Uppgårelsen är utifrån prognos 2017 års siffror där omsättningen förväntas landa på 32 MNOK med en EBITDA på 3,5 MNOK.

Fast ersättning uppgår till totalt 24 750 000 NOK

- Kontant: 16 750 000 NOK (8 750 000 NOK vid tillträde, 4 000 000 NOK 2019, 4 000 000 NOK 2021).
- Aktier: 66 116st (121 kr / aktie enligt principen VWAP 10 dagar signing ger 8 000 000 NOK)

Möjliga tilläggsköpeskillingar:

Tillägg 1 vid Omsättning 45,7 MNOK, EBIT 5,46 MNOK på 2019 års siffror.

Max tillägg: 7 MNOK

Tillägg 2 vid Omsättning 91,4 MNOK, EBIT 11,4 MNOK på 2021 års siffror.

Max tillägg: 12 MNOK

Tillträde av bolaget är tänkt att ske så snart som möjligt, men dock senast 31 juli enligt avtal. Förvärvet kommer finansieras genom apportemission och en kombination av eget kapital och bankfinansiering.

För mer information:

Anders Axelsson, VD

anders.a@adcitymedia.com

+46 8 535 28001

Bolagets aktie är listad på Nasdaq First North och Erik Penser Bank, tel. 08-4638000 är Bolagets Certified Adviser.

Denna information är sådan information som A City Media AB är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 20 februari 2018 kl. 09:40 CET.

Kort om Bolaget:

AdCityMedia är verksamt inom marknaden för utomhusreklam och är idag ledande i Sverige inom segmentet digital storformatsreklam i utomhusmiljö. Bolaget har sedan 2015 tredubblat det säljbara mediautrymmet avseende digitala mediatytor i citymiljö samt med erfarenhet från sina 16 år i branschen utökat med ytterligare ett affärsområde - "Retail Tech". Retail Tech hjälper företag att synas och värdera sina egna mediamöjligheter såväl på fasad som i butik. Under affärsområdet Retail Tech har bolaget två huvudinriktningar: "Digital signage" (digitala skärmar i butiksmiljö) och "Production" (analog storformatsreklam på fasad och i butik). Framtiden är digital och i nuläget har bolaget ca 1 500 egna mediatytor samt över 4 500 digitala skärmar som bolaget driver avseende innehåll och support åt externa kunder. Marknaden för utomhusreklam växer och övergången från analogt till digitalt sker i mycket snabb takt. AdCityMedia är innovativa och har tekniken som gör att bolaget ligger i framkant vilket ger goda förutsättningar att ta tillvara marknadens tillväxt.