



Pressmeddelande, Stockholm 2019-06-10

Ansökning om överprövning för cykelupphandlingen

Den 10 juni 2019 har "Marfina" ansökt om överprövning beträffande cykelupphandlingen i Stockholms stad.

AdCityMedia AB ("AdCityMedia"), listat på Nasdaq First North, pressmeddelande den 28 maj att de blir exklusiv samarbetspartner med UIP Holding AS (UIP) och VOI Technology AB som fått tilldelningsbeslut av Stockholms stad beträffande stadens cykelupphandling. Marfina har idag ansökt om överprövningsbeslut vilket innebär att förvaltningsrätten måste ta ställning till ansökan. Tiden för förvaltningsrätten att pröva är svår att bedöma, men uppskattas till ca 3-9 månader. Startdatum för cykelupphandlingen är 1 april 2020, hur denna överprövning påverkar är oklart.

"Vi kan nu konstatera att upphandlingen blivit överprövad, vilket inte är helt oväntat i en offentlig upphandling som denna. Tiden för förvaltningsrätten att pröva är svår att bedöma, men uppskattas till ca 3-9 månader. Vi återkommer med vidare information så snart vi vet mer." Anders Axelsson VD AdCityMedia AB

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 AB, tel. +46 8-463 83 00, certifiedadviser@penser.se är Bolagets Certified Adviser.

Denna information är sådan information som AdCityMedia AB är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 10 juni 2019 kl. 18:49 CEST.

Kort om Bolaget:

AdCityMedia hjälper företag och varumärken att synas. Med sina två affärsområden *Media* och *Retail Tech* skapar AdCityMedia synlighet för budskap i utomhus- och inomhusmiljö som dagligen når hundratusentals människor.

Med 19 års erfarenhet från affärsområdet Media är Bolaget idag marknadsledande inom segmentet digital storformatsreklam i utomhusmiljö. Man har sedan 2015 femdubblat det säljbara mediautrymmet på digitala mediatytor i citylägen. Marknaden för utomhusreklam växer och övergången från analogt till digitalt sker i mycket snabb takt, där AdCityMedia varit en drivande kraft i digitaliseringen under flertalet år. Media har fyra huvudinriktningar; digitala storformatsskärmar, vepor, dagligvaruhandel samt billboards.

Inom affärsområdet Retail Tech är AdCityMedias mission att stärka upp livskraften inom retail när marknaden genomgår stora förändringar. Genom att hjälpa butiksägare att värdera sina egna mediamöjligheter, såväl på fasad som i butik, kan synligheten ökas, nya intäktsmöjligheter skapas och verksamheten utvecklas. Retail Tech har två huvudinriktningar: "Digital Signage" (digitala skärmar i butiksmiljö) och "Production" (analog storformatsreklam).

Framtiden är digital och i nuläget har AdCityMedia cirka 1 500 egna mediatytor samt över 4 500 digitala skärmar i sitt nätverk där Bolaget skapar strategi och driver innehåll och support åt sina kunder. Bolaget är innovativt och har tekniken och kompetensen som krävs för att ligga i framkant, vilket ger goda förutsättningar att ta tillvara på marknadens tillväxt.