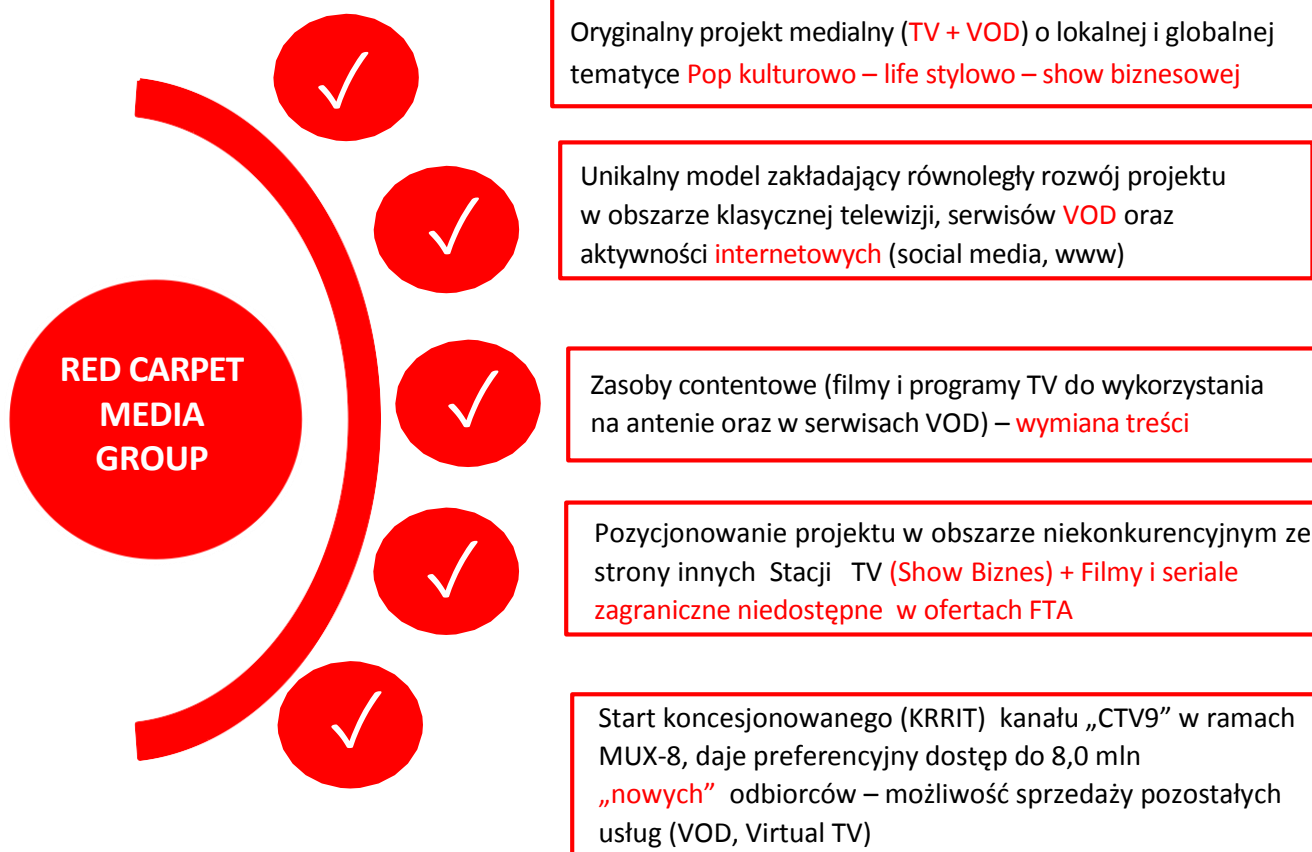


NOWE SPOJRZENIE NA BIZNES MEDIALNY W CZASIE WIELKICH ZMIAN



W przyjętej strategii Emitent zakłada równoległy rozwój zarówno tradycyjnej telewizji „linearnej” w dotychczasowych oraz nowych kanałach dystrybucji (TVK, DVB-S, DVB-T, IPTV) z jednoczesnym rozwojem dostępu poprzez platformy OTT.

Uzupełnieniem strategii Spółki jest uruchomienie oraz konsekwentny stały rozwój własnej zaawansowanej platformy streamingowej VOD i OTT o nazwie „RED GO” oraz stała rozbudowa oferty o własny kanał telewizji naziemnej.

Strategia rozwoju zakłada realizację i osiągnięcie poniższych celów:

W obszarze telewizji linearnej:

- o osiągnięcie do 2025 r. łącznego udziału w rynku dla kanałów Red Carpet i Red TOP TV/CTV9 na poziomie 1,1% SHR (All),
- o budowa i rozwój zasięgu technicznego dotarcia do odbiorców dla kanałów Spółki w modelu OTT - minimum 200 tys. odbiorców za pośrednictwem OTT „RED GO” do 2026 oraz 4,5 mln za pośrednictwem licencji dla platform „trzecich”,

- uruchomienie anglojęzycznych wersji Red Carpet TV oraz CTV9 do dystrybucji na północnoamerykańskich i brytyjskich Platform FAST
- uruchomienie nowych kanałów telewizyjnych FAST adresowanych na rynek anglojęzyczny.

W obszarze VOD:

- zapewnienie w latach 2024-2026 poziomu „sprzedaży” dostępów PREMIUM w modelu T-VOD od 350 do 600 tys. rocznie
- ekspansja zagraniczna w 2025 r. z ofertą Platformy „RED GO” na rynki ościenne i wprowadzenie do oferty VOD min. 70 premier filmowo-serialowych rocznie

W obszarze produkcji telewizyjno-filmowej:

- przygotowanie i komercyjne wprowadzenie na rynek własnego formatu telewizyjnego „LIVE FROM Red Carpet”
- koprodukcja dwóch seriali lifestylowych w latach 2025-2026

W obszarze telewizji naziemnej – kanał CTV9:

- osiągnięcie poziomu 2500 GRP (16-59) w ciągu 12 miesięcy
- wykorzystanie zasięgu i oglądalności CTV9 do promocji Platformy VOD (cross promocja)