

**Уведомление за финансово състояние
за трето тримесечие
съгласно чл. 100о¹ от ЗППЦК**

ИНВЕСТОР.БГ АД

30 септември 2025 г.

investor

Съдържание:

1. справки по образец, определен от заместник-председателя
2. пояснителни бележки
3. друга информация, определена с наредба

стр.2

стр.8

ПОЯСНИТЕЛНИ БЕЛЕЖКИ

1. Важни събития

1.1 Важни събития за периода от 01 януари 2025 г. до 30 септември 2025 г.

През отчетното тримесечие не са настъпили важни събития, които биха повлияли върху дейността и финансовото състояние на Дружеството.

1.2 Важни събития с натрупване за периода от 01 януари 2025 г. до 30 септември 2025 г.

За периода от 01 януари 2025 г. до 30 септември 2025 г. е иницирано едно Общо събрание на акционерите на 25 юни 2025 г.

Всички важни корпоративни събития са обявени на адрес:

<http://www.investor.bg/bulletin/index/1/33/0/0/0/1.htm>

1.3 Влияние на настъпилите важни събития от началото на отчетната година до края на съответното тримесечие

През отчетното тримесечие не са настъпили важни събития, които биха повлияли върху дейността и финансовото състояние на Дружеството.

2. Рискове

2.1. Основните рискове, при осъществяване дейността на Дружеството са свързани с пазарния, кредитния и ликвидния риск.

Пазарният риск включва следните видове риск:

- Валутен риск

Дружеството извършва покупки и продажби в чуждестранни валути – евро и щатски долари. От тях основната част се осъществяват в евро. Тъй като българският лев е фиксиран към еврото, валутният риск е свързан единствено с валутите, различни от евро, и е оценен като минимален.

Излагането на риск от промени във валутните курсове варира през годината в зависимост от обема на извършените международни сделки. Въпреки това се счита, че степента на излагане на Дружеството на валутен риск е минимална.

- Лихвен риск

Дружеството е изложено на риск от промяна в пазарните лихвени проценти, когато има краткосрочни и дългосрочни финансови пасиви с променлив (плаващ) лихвен процент.

- Кредитен риск

Дружеството търгува, единствено, с утвърдени, платежоспособни контрагенти. Неговата политика е, че всички клиенти, които желаят да търгуват на отложено плащане, подлежат на процедури за проверка на тяхната платежоспособност. Освен това салдата по търговските вземанията се следят текущо, в резултат на което експозицията на Дружеството по трудносъбираеми и несъбираеми вземания не е съществена. Няма значителни концентрации на кредитен риск в Дружеството. Кредитният риск, който възниква от другите финансови активи на Дружеството като например парични средства и други финансови активи, представлява кредитната експозиция на Дружеството, произтичаща от възможността неговите контрагенти да не изпълнят своите задължения.

- Ликвиден риск

Ефективното управление на ликвидността на Дружеството предполага осигуряване на достатъчно оборотни средства, предимно чрез поддържане на паричен резерв от основната дейност. Дружеството посреща нуждите си от ликвидни средства, като внимателно следи плащанията по погасителните планове на дългосрочните финансови задължения, както и входящите и изходящи парични потоци, възникващи в хода на оперативната дейност. Нуждите от ликвидни средства се следят за различни времеви периоди -

ежедневно и ежеседмично, както и на базата на 30-дневни прогнози. Нуждите от ликвидни средства в дългосрочен план - за периоди от 180 и 360 дни, се определят месечно. Нуждите от парични средства се анализират периодично, за да бъдат установени излишъци или дефицити. Този анализ определя дали разполагаемите наличности ще са достатъчни, за да покрият нуждите на Дружеството за периода. Ефективното управление на ликвидността на Дружеството предполага осигуряване на достатъчно оборотни средства чрез поддържане на достатъчен ресурс от парични средства.

2.2. Основни несигурности при осъществяване дейността на Дружеството

2.2.1. Динамика в развитието на интернет рекламата и дигиталния пазар в България

През последните години интернет рекламата се утвърди като основен рекламен канал в България, но пазарът продължава да бъде силно зависим от динамиката на глобалните технологични гиганти и тяхната рекламна екосистема. Въпреки значителния ръст в използването на интернет и дигиталните платформи, съществуват няколко ключови предизвикателства:

- Конкуренция от глобални платформи: Google, Meta (Facebook, Instagram), TikTok и други технологични компании продължават да увеличават своя дял от дигиталната реклама в България, което оказва натиск върху традиционните медии. Програмастик рекламата и AI-базираното таргетиране на реклами също се развиват бързо и изискват адаптация.
- Регулации и поверителност на данните: Ограниченията върху използването на бисквитки от трети страни (Third-Party Cookies) и затягането на законодателството за защита на личните данни (GDPR, Digital Services Act) променят начина, по който се събира и използва информация за потребителите. Това налага инвестиции във „first-party data“ стратегии и нови рекламни технологии.
- Потенциалът за растеж на интернет пазара в България: Въпреки че дигитализацията в страната е напреднала, обективни фактори като демографската криза, миграцията на младите хора и икономическата несигурност ограничават дългосрочния потенциал за значителен ръст.

2.2.2. Засилена конкуренция на дигиталния медиен пазар

Медийната индустрия в България продължава да бъде изключително конкурентна, като основните предизвикателства са:

- Доминираща роля на социалните мрежи и търсачките: Meta (Facebook, Instagram, WhatsApp), TikTok и Google Ads представляват сериозна конкуренция за рекламните бюджети, като платформите им предлагат по-прецизно таргетиране и висока ангажираност на потребителите.
- Навлизане на нови дигитални играчи: Локални и международни дигитални медии, инфлуенсъри и независими създатели на съдържание все повече привличат вниманието на рекламодателите. Развитието на AI-генерирани новини и съдържание също поставя нови предизвикателства пред традиционните медийни компании.
- През първите девет месеца на 2025 г. Investor Media Group отново доказва, че остава сред лидерите на дигиталния медиен пазар в България. Аудиторията на сайтовете в портфолиото се запази стабилна и ангажирана, а при редица заглавия се наблюдава и реален ръст в интереса на потребителите. Investor.bg отчете най-голям ръст през септември 2025 г. – посетен е от 745 хиляди потребители, или с 134 хиляди повече спрямо септември 2024 г. Bgonair.bg отбеляза рязък скок в посещаемостта през февруари 2025 г., достигайки 830 хиляди потребители. Това е ръст от 199 хиляди потребители спрямо същия месец на предходната година. Dnes.bg отчете най-силен ръст през май 2025 г. - посетен от 1,267 хиляди потребители, което е с 151 хиляди повече спрямо същия месец на 2024 г. (по данни на Gemius).

2.2.3. Технологична зависимост и адаптация към иновациите

Медийната индустрия е силно зависима от динамично развиващите се технологии и тенденции, които налагат бърза адаптация:

- AI и автоматизация: през 2024-2025 г. се наблюдава все по-голямо използване на изкуствен интелект за генериране на новини, анализи и препоръки на съдържание. Това създава както нови възможности, така и предизвикателства, свързани с доверието в информацията и конкуренцията от AI-генерирани новинарски платформи.
- Обновяване на инфраструктурата: през последните години Investor Media Group инвестира в подобрения на своята вътрешна медийна платформа за управление на съдържание (CMS), като още през 2024 г. успешно завърши миграцията на всички сайтове към новата система. Това доведе до по-добра сигурност, по-бързо зареждане на съдържанието и подобро потребителско изживяване.
- Киберсигурност: честите хакерски атаки през последните години наложиха инвестиции в разширена защита срещу DDoS атаки, злонамерен софтуер и опити за компрометиране на потребителски данни.

2.2.4. Икономическо развитие и състояние на рекламния пазар

Рекламният пазар в България е пряко зависим от макроикономическите фактори, като и през 2025 г. се наблюдават следните тенденции:

- Стабилен ръст на дигиталната реклама: въпреки икономическите предизвикателства, програматик рекламата, видеорекламата и native advertising продължават да нарастват като дял от общия рекламен пазар.
- Инфлацията и бизнес средата: високите разходи за живот и несигурността на пазара могат да доведат до ограничаване на рекламните бюджети на някои клиенти, особено в традиционните сектори като недвижими имоти и автомобилна индустрия.
- Разширяване на партньорствата: Investor Media Group продължава да работи с глобални партньори като Bloomberg и Google AdManager, което осигурява достъп до нови рекламни технологии и иновации.

2.2.5. Развитие на Bloomberg TV Bulgaria и Bulgaria ON AIR

Телевизионният пазар в България остава конкурентен, като дигитализацията и промяната в потребителските навици налагат адаптация на стратегиите:

- Bloomberg TV Bulgaria продължава да се утвърждава като водещ бизнес канал, предлагайки задълбочени анализи, интервюта с ключови икономически фигури и специализирано съдържание за финансовите пазари.
- Bulgaria ON AIR разширява присъствието си в дигиталното пространство, като предлага HD излъчване не само чрез традиционните оператори, но и през онлайн стрийминг платформи.

2.2.6. Защита на интелектуалната собственост

Investor Media Group продължава да инвестира в защита на своята интелектуална собственост (авторски права, търговски марки, ноу-хау, домейни), като основните предизвикателства са:

- Злоупотреби и пиратско съдържание: неоторизирани платформи и трети лица нерядко използват нелегално съдържание на групата.

Съдебни спорове: защитата на авторските права и домейн имената понякога изисква правни действия, които могат да бъдат скъпи и времеемки.

3. Сделки със свързани лица

3.1 Свързани лица

Свързаните лица на Дружеството включват собственици, дъщерни предприятия, предприятия под общ контрол, ключов управленски персонал и други свързани лица.

Списък на дъщерните предприятия:

- Бранд Ню Айдиъс ЕООД
 - Бранд Продакшънс ООД – дъщерно дружество на Бранд ню айдиъс ЕООД;

Уведомление за финансово състояние
за трето тримесечие 2025 год.
съгласно чл. 100о¹ от ЗППЦК
Инвестор.БГ АД

- Инвестор Имоти Нет ЕООД
- Инвестор Пулс ООД
- Инвестор ТВ ЕООД
- Боец.БГ ЕООД
- Радио станция ЕООД
- Висше училище по застраховане и финанси АД
 - Университет по застраховане и финанси – с учредител ВУЗФ АД;
 - Проджект къмпани 1 АД – дъщерно дружество на ВУЗФ АД;
 - Рубикон Проджект АД – дъщерно дружество на Проджект къмпани 1 АД.

В рамките на нормалната стопанска дейност се осъществяват редица сделки между свързани лица. Инвестор.БГ АД рекламира дейността си на сайтовете на дъщерните си дружества и предоставя технически услуги за поддръжка на интернет-сайтовете на дъщерните си дружества под формата на администриране, модерация и дизайн, програмиране, подготовка и управление на банер-позиции, брендиране, маркетингови проучвания и анализи, организационни и административни услуги.

Ако не е изрично упоменато, транзакциите със свързани лица не са извършвани при специални условия.

3.1.1. Сделки със собствениците

	За 9 месеца към 30 септември 2025 '000 лв.	За 9 месеца към 30 септември 2024 '000 лв.
Продажба на услуги		
Предоставени права за излъчване	-	26
Рекламни услуги	-	30
Покупки на услуги		
Разходи по разпространение на ТВ сигнал	-	(21)
Други услуги	(6)	(5)

3.1.2 Сделки с дъщерни предприятия

	За 9 месеца към 30 септември 2025 '000 лв.	За 9 месеца към 30 септември 2024 '000 лв.
Предоставени заеми		
Предоставени заеми	(259)	(644)
Платени предоставени заеми	440	225
Приходи от лихви по предоставени заеми	725	720
Получени лихви по предоставени заеми	-	-
Плащания по договори за цесии	(100)	(80)
Получени плащания по договори за новация	100	-
Продажба на услуги		
Извършено техническо, административно, маркетингово и търговско обслужване	70	73
Рекламни услуги и материали	866	829
Покупки на услуги		
Рекламни услуги и материали	(14)	(15)
Право за ползване на бранд за събития	(2)	(2)
Рекламно обслужване и хардуерна поддръжка	(11)	(11)

3.1.2. Сделки с други свързани лица под общ контрол

	За 9 месеца към 30 септември 2025 '000 лв.	За 9 месеца към 30 септември 2024 '000 лв.
Продажба на услуги		
Предоставени права за излъчване	26	-
Рекламни услуги	34	4
Покупки на стоки и услуги		
Разходи по разпространение на ТВ сигнал	(20)	-
Услуги по управление	(5)	(5)
Представителни и командировъчни разходи	-	(1)

3.1.3. Сделки с други свързани лица

	За 9 месеца към 30 септември 2025 '000 лв.	За 9 месеца към 30 септември 2024 '000 лв.
Продажба на услуги		
Рекламни услуги	-	8
Покупки на стоки и услуги		
Преводачески услуги	(2)	(1)
Други разходи	-	(5)

3.1.4. Сделки с ключов управленски персонал

Ключовият управленски персонал на Дружеството включва членовете на Управителния съвет и Надзорния съвет. Възнагражденията на ключовия управленски персонал включват следните разходи:

	За 9 месеца към 30 септември 2025 '000 лв.	За 9 месеца към 30 септември 2024 '000 лв.
Краткосрочни възнаграждения:		
Заплати	(23)	(23)
Разходи за социални осигуровки	(3)	(3)
Общо краткосрочни възнаграждения	(26)	(26)

4. Информация за нововъзникнали съществени вземания и/или задължения за съответния отчетен период

През отчетното тримесечие не са възникнали съществени вземания на Дружеството.
През отчетното тримесечие не са възникнали съществени задължения на Дружеството.

5. Финансови показатели

Финансови показатели, хил. лв.	30.9.2025	30.9.2024	Изменение	
			хил. лв.	%
Финансов резултат за периода	1 411	1 523	(112)	-7,35%
	30.9.2025	31.12.2024		
Общо активи	50 347	49 384	963	1,95%
Общо пасиви	6 602	7 045	(443)	-6,29%
Текущи активи	18 354	18 281	73	0,40%
Текущи пасиви	6 396	6 654	(258)	-3,88%
Собствен капитал	43 745	42 339	1 406	3,32%
Финансови съотношения	30.9.2025	31.3.2023		
Собствен капитал/Активи	50 347	85,73%		
Обща ликвидност	6 602	274,74%		
Възвръщаемост на собственият капитал (ROE), след данъци	18 354	3,60%		

Дата: 24 октомври 2025 г.

Съставил:
/Валентина Димитрова – гл.счетоводител/

Изпълнителен директор:
/Виктория Миткова /

Investor.BG AD
1 Brussels Blvd.
1540 Sofia
Bulgaria