

ПОЯСНИТЕЛНИ БЕЛЕЖКИ

1. Важни събития

1.1 Важни събития за периода от 01 януари 2026 г. до 31 март 2026 г.

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

1.2 Важни събития с натрупване за периода от 01 януари 2026 г. до 31 март 2026 г.

За периода от 01 януари 2026 г. до 31 март 2026 г. не е иницирано Общо събрание на акционерите.

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 Групата предприятия.

2. Рискове

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

Пазарният риск от своя страна включва валутен и лихвен риск:

- Валутен риск

Групата 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 Групата на валутен риск е минимална.

- Лихвен риск

Групата е изложена на риск от промяна в пазарните лихвени проценти, основно по отношение краткосрочните и дългосрочни си финансови пасиви с променлив (плаващ) лихвен процент. Политиката на Групата е да управлява разходите за лихви чрез използване на финансови инструменти, както с фиксирани, така и с плаващи лихвени проценти.

- Кредитен риск

Групата 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 експозициите по трудносъбираеми и несъбираеми вземания не е съществена. Кредитният риск, който възниква от другите финансови активи на Групата, като например, парични средства и други финансови активи, представлява кредитната експозиция, произтичаща от възможността контрагентите да не изпълнят своите задължения. Максималната кредитна експозиция на Групата по повод на признатите финансови активи възлиза на съответната им стойност, представена в междинния съкратен отчет за финансовото състояние към 31.12.2024 г.

- Ликвиден риск

Ефективното управление на ликвидността на Групата предполага осигуряване на достатъчно оборотни средства, предимно, чрез поддържане на паричен резерв от основната дейност. Дружествата от Групата

посрещат нуждите си от ликвидни средства, като внимателно следят 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 от парични средства за периода

2.2. Основни несигурности при осъществяване дейността на Групата

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 затыгането 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

Медиината 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 първото тримесечие на 2026 г. сайтовете от портфолиото на Investor Media Group показаха различна динамика спрямо същите месеци на предходната година. При водещите икономически, бизнес и новинарски платформи се открояват силни месечни ръстове, като най-значими увеличения се наблюдават при Bgonair.bg, Investor.bg, Bloomberg TV Bulgaria и Az-jenata.bg. Данните потвърждават устойчивия интерес към качествено новинарско, бизнес и специализирано съдържание онлайн:
 - **Investor.bg** отбеляза най-силен ръст през март, когато беше посетен от 1,026 милиона потребители – с над 240 хиляди повече спрямо март 2025 г.;
 - **Bgonair.bg** с най-впечатляващите резултати в портфолиото през януари 2026 г., когато сайтът привлече 1,214 милиона потребители – с над 483 хиляди повече спрямо януари 2025 г. Това е най-големият едномесечен ръст сред разглежданите сайтове на групата за първото тримесечие;

Уведомление на консолидирана основа за финансово състояние за първо тримесечие на 2026 г. съгласно чл. 100о¹ ал.2 от ЗППЦК
Инвестор.БГ АД

- **Az-jenata.bg**, сайтът, насочен към модерната българска жена, реализира най-силен ръст през март 2026 г., когато беше посетен от 513 хиляди потребители – с над 171 хиляди повече спрямо март 2025 г.

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: наблюдава се 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), вече успешно завърши миграцията на всички сайтове към новата система. Това доведе до по-добра сигурност, по-бързо зареждане на съдържанието и подобро потребителско изживяване, което се запазва като тенденция и към датата на настоящия финансов отчет.
- 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 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.

Уведомление на консолидирана основа за финансово състояние
за първо тримесечие на 2026 г.
съгласно чл. 100о¹ ал.2 от ЗППЦК
Инвестор.БГ АД

3. Сделки със свързани лица

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

Списък на свързаните за Групата предприятия:

Собственици

МСАТ Инвест ЕАД

Холдинг Варна АД едноличен собственик на капитала на МСАТ Инвест ЕАД

Дружества под общ контрол

МСАТ Кейбъл ЕАД

Баланс Елит ЕООД

Варна Риълтис ЕАД и неговите дъщерни дружества:

Атлас I ЕАД

Джинджърс ЕООД

Риълтис мениджмънт ЕАД

Св. Св. Константин и Елена Холдинг АД - и неговите дъщерни дружества:

Астера I ЕАД

Азалия I ЕАД

Тиона ЕООД

Карачи ЕАД

Сий Фортрес ЕАД

Бългериън Голф Съсайъти ЕООД

Шабла Голф Ваклино АД

АКВА ЕРИЯ ООД

Консорциум Марина-Балчик АД

Боровете I ЕАД

ТПО Варна ЦППБО ЕООД

Камчия АД

УД Реал Финанс Асет Мениджмънт АД

ИП Реал Финанс АД

МИ-2 ЕООД

Проджект естейтс ЕООД

Други свързани лица

Посока.ком ООД

Продуцентска къща Вая ООД

Бранд инвест ЕООД

В рамките на нормалната стопанска дейност се осъществяват редица сделки между свързани лица. Групата предоставя рекламни и технически, организационни и административни услуги, и получава услуги като – наем на рекламни съоръжения, преводачески услуги, услуги по управление, разпространение на телевизионен сигнал и други.

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

Уведомление на консолидирана основа за финансово състояние
за първо тримесечие на 2026 г.
съгласно чл. 100о¹ ал.2 от ЗППЦК
Инвестор.БГ АД

3.1. Сделки със собствениците

	за 3 месеца към 31 март 2026 '000 евро	за 3 месеца към 31 март 2025 '000 евро
Получени заеми		
Получени заем	-	-
Платени получени заеми	-	(39)
Разходи за лихви по получени заеми	(44)	(59)
Платени лихви по получени заеми	-	-
Плащания за покупка на финансови активи	(500)	(256)
Разходи за лихви по договори за покупка на финансови активи	(49)	(25)

3.2. Сделки с други свързани лица под общ контрол

	за 3 месеца към 31 март 2026 '000 евро	за 3 месеца към 31 март 2025 '000 евро
Продажба на услуги		
Рекламни услуги	26	19
Предоставени права за излъчване	5	5
Покупки на стоки и услуги		
Рекламни услуги и видеоматериали	(5)	(6)
Разходи за разпространение на ТВ сигнал	(3)	(3)
Услуги по управление	(1)	(1)

3.3. Сделки с други свързани лица

	за 3 месеца към 31 март 2026 '000 лв.	за 3 месеца към 31 март 2025 '000 евро
Продажба на услуги		
Рекламни услуги	5	5
Покупка на услуги		
Преводачески и други услуги	(1)	(1)

3.4. Сделки с ключов управленски персонал

Ключовият управленски персонал на Групата включва членовете на Съвета на директорите, Управителния съвет, Надзорния съвет и управителите на дъщерните дружества. Възнагражденията на ключовия управленски персонал включват следните разходи:

	за 3 месеца към 31 март 2026 '000 евро	за 3 месеца към 31 март 2025 '000 евро
Краткосрочни възнаграждения:		
Заплати, включително бонуси	(55)	(61)
Разходи за социални осигуровки	(3)	(5)
Общо краткосрочни възнаграждения	(58)	(66)

Уведомление на консолидирана основа за финансово състояние
за първо тримесечие на 2026 г.
съгласно чл. 100о¹ ал.2 от ЗППЦК
Инвестор.БГ АД

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

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

5. Финансови показатели

Финансови показатели	31.3.2026 '000 евро	31.03.2025 '000 евро	изменение '000 евро
Финансов резултат за периода, включително друг всеобхватен доход, в т.ч.:	112	-189	301
<i>Акционерите на предприятието-майка</i>	89	-211	300
<i>Неконтролиращо участие</i>	23	22	1
	31.3.2026	31.12.2025	
Общо активи	31 850	31 781	69
Общо пасиви	18 390	18 418	(28)
Текущи активи	16 212	16 191	21
Текущи пасиви	17 084	17 152	(47)
Общо собствен капитал, в т.ч.:	13 460	13 363	97
<i>Собствен капитал, отнасящ се до собствениците на предприятието майка</i>	13 222	13 148	74
<i>Неконтролиращо участие</i>	238	215	23
	31.3.2026	31.12.2025	
Финансови съотношения			
Собствен капитал/Активи	42,26%	41,37%	
Обща ликвидност	173,19%	172,55%	
Възвръщаемост на собственият капитал на акционерите на предприятието-майка (ROE), след данъци	0,67%	-1,60%	

Дата: 26 май 2026 г.

Изпълнителен директор:

/ Виктория Миткова /

Съставител:

/ Валентина Димитрова – гл.счетоводител/