

SPÓŁKA AKCYJNA

DO
RZECZY

WARSZAWA, TREŚĆ UJEDNOLICONA WEDŁUG STANU NA 17 KWIETNIA 2025 R.

DO RZECZY SPÓŁKA AKCYJNA

Wolność słowa ma wartość – także giełdową!

PREZENTACJA INWESTORSKA NA POTRZEBY OFERTY PUBLICZNEJ

Informacje o emisji znajdują się na stronie:

www.dorzeczy.pl/gielda

Emisja akcji zwykłych na okaziciela serii „D” prowadzona na podstawie memorandum informacyjnego, zgodnie z art. 37b ustawy o ofercie publicznej – bez obowiązku sporządzania prospektu emisyjnego, dla oferty o wartości do 5 mln euro (Rozporządzenie UE 2017/1129)

INC | DOM
MAKLERSKI



DO RZECZY S.A. - ZASTRZEŻENIE PRAWNE

Niniejszy materiał ma charakter wyłącznie reklamowy i informacyjny, i w żadnym wypadku nie powinien stanowić podstawy do podejmowania decyzji o nabyciu akcji spółki Do Rzeczy Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie („Spółka”). Memorandum Informacyjne wraz z ewentualnymi suplementami („Memorandum Informacyjne”) sporządzone w związku z ofertą publiczną akcji zwykłych na okaziciela serii D Do Rzeczy S.A. jest jedynym prawnie wiążącym dokumentem zawierającym informacje o Spółce oraz ofercie publicznej akcji Spółki w Polsce („Oferta”). Inwestorzy powinni zapoznać się z Memorandum Informacyjnym przed podjęciem decyzji o nabyciu akcji Spółki, w celu zrozumienia ryzyka i korzyści związanych z inwestycją w akcje.

W związku z Ofertą w Polsce Spółka udostępnia Memorandum Informacyjne na swojej stronie internetowej (<https://dorzeczy.pl/gielda>). Memorandum jest również dostępne na stronie internetowej firmy inwestycyjnej Domu Maklerskiego INC S.A. (www.platforma.dminc.pl). Na podstawie art. 37b ust. 1 Ustawy o ofercie publicznej, udostępnienia do publicznej wiadomości prospektu, pod warunkiem udostępnienia Memorandum Informacyjnego, nie wymaga oferta publiczna papierów wartościowych, w wyniku której zakładane wpływy brutto emitenta lub oferującego na terytorium Unii Europejskiej, liczone według ich ceny emisyjnej lub ceny sprzedaży z dnia jej ustalenia, stanowią nie mniej niż 1 000 000 euro i mniej niż 5 000 000 euro, i wraz z wpływami, które emitent lub oferujący zamierzał uzyskać z tytułu ofert publicznych takich papierów wartościowych, dokonanych w okresie poprzednich 12 miesięcy, nie będą mniejsze niż 1 000 000 euro i będą mniejsze niż 5 000 000 euro.

Niniejszy dokument został opracowany wyłącznie w celach informacyjnych i reklamowych, a żaden z zapisów w nim zawartych nie stanowi jakiegokolwiek rekomendacji dotyczącej nabycia akcji, albo dokonania innej czynności wywołującej równoważne skutki, której przedmiotem są akcje Spółki, jak również nie stanowi porady ani rekomendacji inwestycyjnej, prawnej czy podatkowej, ani też nie jest wskazaniem, że jakakolwiek inwestycja lub strategia jest odpowiednia w indywidualnej sytuacji inwestora. Przedstawione w niniejszym dokumencie opisy nie stanowią również oferty w rozumieniu art. 66 Kodeksu cywilnego, mają one charakter wyłącznie informacyjny.

Niniejszy materiał nie jest przeznaczony do rozpowszechniania, bezpośrednio albo pośrednio, na terytorium albo do Stanów Zjednoczonych Ameryki, Kanady, Australii i Japonii albo w innych państwach, w których publiczne rozpowszechnianie informacji zawartych w niniejszym materiale może podlegać ograniczeniom lub być zakazane przez prawo.

Niniejszy materiał nie stanowi oferty sprzedaży papierów wartościowych ani zaproszenia do składania zapisów na lub nabywania papierów wartościowych.

Niektóre informacje zawarte w niniejszym materiale odnoszą się do przyszłości. Informacje te należy traktować wyłącznie jako przewidywania wiążące się z ryzykiem i niepewnością, a zatem nie można zapewnić, że przewidywania te zostaną spełnione.

Niniejszy dokument nie był zatwierdzany ani weryfikowany w żaden sposób przez Komisję Nadzoru Finansowego, a jego treść nie była badana ani zatwierdzana przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A.

1,1 MLN+

SPRZEDANYCH EGZEMPLARZY
PAPIEROWYCH „DO RZECZY”
I „HISTORIA DO RZECZY” (2024 R.)

NUMER 1

WŚRÓD PORTALI KONSERWATYWNYCH
W POLSCE W 2024 ROKU.
LICZBA REALNYCH UŻYTKOWNIKÓW
MIESIĘCZNIE (MEDIPANEL-GEMIUS)

NUMER 1

W SUBSKRYPCJACH CYFROWYCH I
PAPIEROWYCH WŚRÓD TYGODNIKÓW
KONSERWATYWNYCH (2024 R.)

NUMER 1

W SUBSKRYPCJACH CYFROWYCH WŚRÓD
TYGODNIKÓW KONSERWATYWNYCH
(2024 R.)

195 TYS+

OPUBLIKOWANYCH ARTYKUŁÓW
NA DORZECZY.PL

**RYNKOWY
LIDER**

+590%

PRENUMERATY CYFROWE „DO RZECZY”
(01.2020 R. - 12.2024 R.)

4 MLN+

REALNYCH UŻYTKOWNIKÓW
ŚREDNIO M-C
NA DORZECZY.PL (2024 R.)

SPÓŁKA AKCYJNA

**DO
RZECZY**

37 MLN

ŚREDNIA LICZBA ODSŁON DORZECZY.PL
MIESIĘCZNIE W 2024 R.
(MEDIAPANEL-GEMIUS)

410 TYS.

OBSERWUJĄCYCH W PROFILACH
SPOŁECZNOŚCIOWYCH

8,5 TYS.+ M-C

SUBSKRYPCJE CYFROWE
(12.2024 R.)

620+ WYDAŃ

TYGODNIKA
„DO RZECZY”

NUMER 1

NAJBARDZIEJ OPINIOTWÓRCZY
TYGODNIK W POLSCE
(2020 R.)

NUMER 3

NAJBARDZIEJ OPINIOTWÓRCZY
TYGODNIK DEKADY
(2014-2023 R.)

145+ WYDAŃ

MIESIĘCZNIKA
„HISTORIA DO RZECZY”



DO RZECZY S.A. - PODSTAWOWE INFORMACJE

INFORMACJE O SPÓŁCE

WYCENA SPÓŁKI

58 780 150 PLN *

KAPITAŁ ZAKŁADOWY

100 000,00 [PLN] OPŁACONY W CAŁOŚCI

SEKTOR

MEDIA: SEKTOR TECHNOLOGII CYFROWYCH I NOWYCH MEDIÓW

PIERWSZE WYDANIE

2013 R.

ADRES SIEDZIBY

ALEJE JEROZOLIMSKIE 212, 02-486 WARSZAWA

DANE SPÓŁKI

KRS: 0001098990

REGON: 140925749, NIP: 7010063425

GŁÓWNI AKCJONARIUSZE

Głównym akcjonariuszem spółki Do Rzeczy S.A. jest **PMPG Polskie Media S.A.** Pozostałe akcje należą m.in. do kluczowych publicystów, w tym **Pawła Lisickiego, Rafała Ziemkiewicza, Piotra Gabryela** i innych, którzy nie tylko współtworzyli spółkę, ale także wspierają jej rozwój poprzez działalność redakcyjną.

ZARZĄD

PREZES ZARZĄDU:
KATARZYNA A. GINTROWSKA - LISIECKA

WICEPREZES ZARZĄDU:
PAWEŁ A. LISICKI

RADA NADZORCZA

MICHAŁ M. LISIECKI

SŁAWOMIR SIWEK

PIOTR PIASZCZYK

Do Rzeczy S.A. (wcześniej Orle Pióro S.A.) to **konserwatywno-liberalny** wydawca (tygodnika „Do Rzeczy” i miesięcznika „Historia Do Rzeczy”), który od lat dostarcza czytelnikom rzetelne i niezależne treści publicystyczne, kontynuując tradycję wolnościowego i krytycznego dziennikarstwa. Publikacje te promują wartości **konserwatywne, wolnorynkowej patriotyczne**, jako alternatywę dla mediów progresywnych.

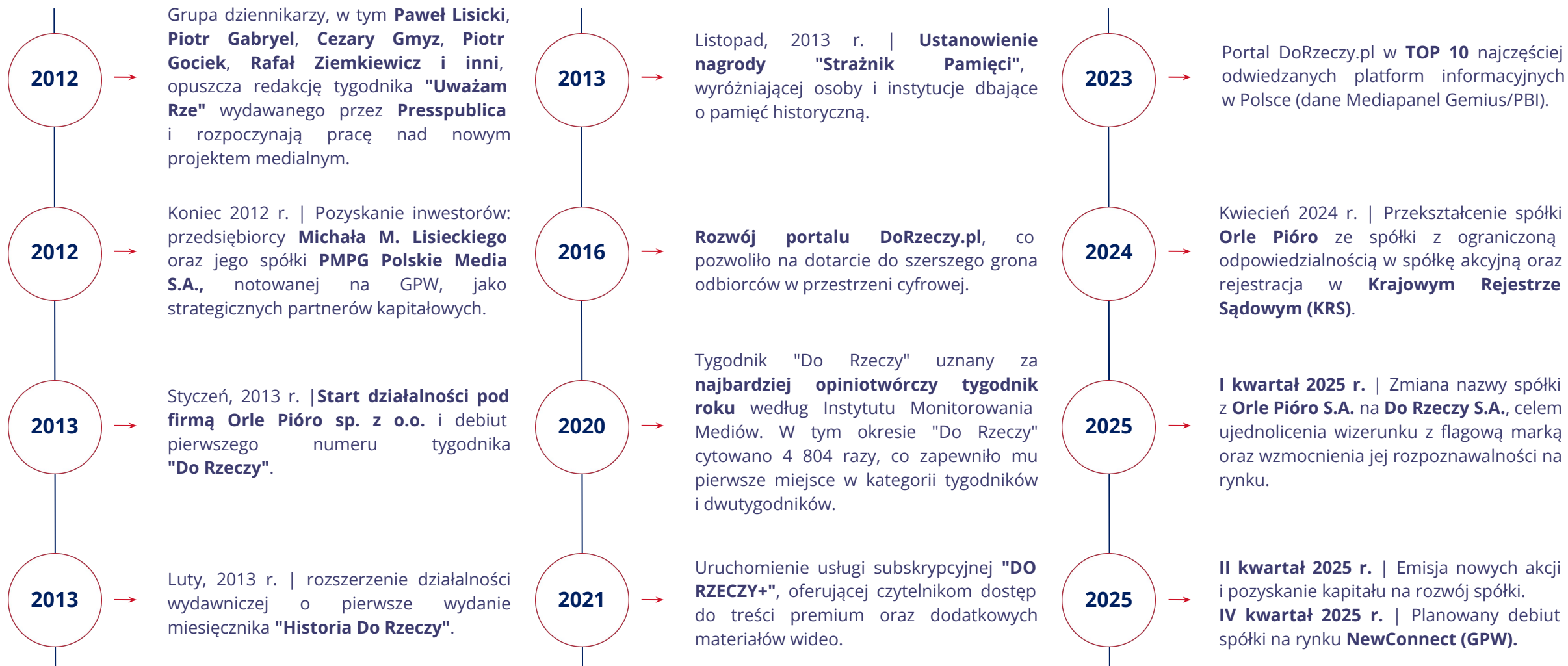
Emisja akcji **kwiecień - maj 2025 roku** i debiut na rynku **NewConnect** zaplanowany na **IV kwartał 2025 roku** mają na celu pozyskanie kapitału na **strategiczne obszary rozwoju**, obejmujące: **wzmocnienie działalności wydawniczej**, w tym rozwój portalu DoRzeczy.pl, rozbudowę oferty publicystycznej oraz wdrożenie nowoczesnych rozwiązań technologicznych, które zwiększą jego zasięg i funkcjonalność.

Istotnym elementem strategii jest również **ekspansja w obszarze mediów cyfrowych**, obejmująca rozwój telewizji internetowej, produkcję nowych formatów wideo i podcastów oraz intensyfikację działań na platformach społecznościowych i serwisach VOD.

Kolejnym kluczowym celem jest **uruchomienie nowoczesnej platformy e-commerce**, oferującej treści cyfrowe, produkty premium oraz wybrane instrumenty finansowe, co wpisuje się w długoterminową strategię spółki.

Dywersyfikacja źródeł przychodów DoRzeczy S.A. ma na celu zwiększenie niezależności finansowej spółki oraz **uniezależnienie się od tradycyjnych modeli reklamowych**, co wzmocni jej stabilność i konkurencyjność na rynku.

**Z uwzględnieniem niezarejestrowanego podwyższenia kapitału zakładowego w drodze emisji akcji serii „B” i „C”.*



KIM JESTEŚMY I DOKĄD ZMIERZAMY (CREDO, MISJA I WIZJA)

CREDO

Tygodnik „Do Rzeczy” to **konserwatywno-liberalne medium**, które łączy **szacunek dla tradycji chrześcijańskiej i trwałych wartości etycznych** z **obroną wolności gospodarczej** oraz **swobody debaty publicznej**. Niezależny od partyjnych wpływów, reprezentuje interes ogółu, kształtuje opinię publiczną i wywiera realny wpływ na debatę społeczną. Kluczowe jest **zaufanie Czytelników** – jego zdobycie i utrzymanie stanowi nadrzędny cel redakcji, realizowany poprzez przestrzeganie Kodeksu Dobrych Praktyk i **najwyższych standardów dziennikarskich**.

MISJA

Naszą misją jest **tworzenie niezależnego medium**, które łączy konserwatywno-liberalne wartości z rzetelnym dziennikarstwem i otwartą debatą publiczną. Wierzymy w **wolność słowa, odwagę opinii i uczciwość przekazu**, dostarczając treści, które **informują, angażują i wpływają na debatę społeczną**. Naszym priorytetem jest **zaufanie czytelników**, dlatego pozostajemy niezależni od wpływów politycznych i partyjnych, konsekwentnie stojąc na straży obiektywizmu i wartości, które budują świadome społeczeństwo.

WIZJA

Dążymy do **wzmacniania wpływu** naszej marki w polskiej i międzynarodowej debacie publicznej poprzez **rozwój cyfrowy, ekspansję treści multimedialnych oraz budowanie lojalnej społeczności odbiorców**. Chcemy nadal wyznaczać standardy niezależnego dziennikarstwa, docierając do nowych pokoleń czytelników i opiniotwórczych środowisk. Naszym celem jest **utrzymanie pozycji lidera w segmencie konserwatywnej publicystyki**, wykorzystując nowoczesne technologie i formaty przekazu.

RYNEK I POTENCJAŁ WZROSTU

Rynek rozrywki i mediów w Polsce rośnie w dynamicznym tempie, napędzany zmieniającymi się preferencjami konsumentów i postępującą cyfryzacją. **Jego wartość w 2024 roku szacuje się na 64,8 mld PLN**, a prognozy wskazują, że do 2028 roku wzrośnie do **74,4 mld PLN**, co oznacza **średnioroczny wzrost na poziomie 3,8% (CAGR)**.

Na tle rynku globalnego **Polska wyróżnia się silną pozycją tradycyjnej telewizji** oraz **dynamicznym rozwojem reklamy** internetowej, gier wideo i usług OTT (over-the-top).



Źródło: **pwc** : Perspektywy rozwoju branży rozrywki i mediów w Polsce 2024-2028

RYNEK I POTENCJAŁ WZROSTU

GŁÓWNE SEGMENTY

DOSTĘP DO INTERNETU [40%]

- ❑ Kluczowy filar rynku, napędzany rosnącym zapotrzebowaniem na szybkie połączenie oraz rozwój technologii **5G**.
- ❑ Polska utrzyma pozycję lidera w Europie Środkowo-Wschodniej, z przychodami wzrastającymi o **5,8% CAGR** do 2028 r. z 25,9 mld PLN w 2023 roku do 27,8 mld PLN w 2028 roku.

TELEWIZJA TRADYCYJNA [16%]

- ❑ Nadal istotny segment, choć wzrost przychodów jest niewielki (**1,4% CAGR** do 2028 r.).
- ❑ Abonamenty telewizyjne dominują nad reklamami, a model FAST TV zaczyna zdobywać popularność.

REKLAMA INTERNETOWA [16%]

- ❑ Najszybciej rosnący segment z **12,2% CAGR** do 2028 r., napędzany przez rozwój technologii **AI i big data**.
- ❑ **Polska ma najszybciej rosnący rynek reklamy internetowej w Europie Środkowo-Wschodniej.**
- ❑ Największe kategorie: **display (43,8%), płatne wyszukiwanie (32,5%), reklama wideo (15,6%)**.

USŁUGI OTT [6%]

- ❑ Platformy streamingowe zyskują popularność, a **model subskrypcyjny oraz AVOD** (reklamy wideo) rosną w siłę.
- ❑ Wzrost **6,7% CAGR** do 2028 r. W Polsce dominuje SVOD (90,9% rynku).
- ❑ Przychody z reklam w OTT rosną, a modele **FAST TV i tańsze subskrypcje z reklamami** stają się popularniejsze.

GRY WIDEO [5%]

- ❑ Dynamicznie rozwijająca się branża, szczególnie w obszarze **gier mobilnych i e-sportu**
- ❑ Wzrost **10,7% CAGR** do 2028 r., przy czym gry mobilne i casualowe stanowią **73,2% rynku**.
- ❑ Modele monetyzacji oparte na **mikropłatnościach i reklamach** rosną o **14,3% CAGR**.

Źródło:  : Perspektywy rozwoju branży rozrywki i mediów w Polsce 2024-2028

PRASA DRUKOWANA I CYFROWA

SPRZEDAŻ CZASOPISM DRUKOWANYCH ORAZ SUBSKRYPCJI CYFROWYCH.

WZROST SPRZEDAŻY PRENUMERAT CYFROWYCH R/R.

Wzmocnienie oferty cyfrowej – rozwój portalu DoRzeczy.pl, subskrypcji premium i e-wydań.

Rozwój treści gospodarczych, prawnych i biznesowych.

Utrzymanie wersji papierowej jako kluczowego elementu strategii.

MULTIMEDIA: VIDEO & PODCASTY

PODCASTY I MATERIAŁY VIDEO JAKO UZUPEŁNIENIE TREŚCI PISANEJ.

KANAŁ YOUTUBE: 250 TYS. SUBSKRYBENTÓW.

Rozwój telewizji internetowej, produkcja nowych formatów audiowizualnych i podcastów oraz intensyfikacja działań na platformach społecznościowych i serwisach VOD czy Spotify.

TECHNOLOGIA I INNOWACJE

PODSTAWOWE ROZWIĄZANIA CYFROWE, BRAK ZAAWANSOWANEJ ANALITYKI AI.

Wdrożenie AI do personalizacji treści i rekomendacji.

Automatyzacja procesów redakcyjnych.

Konwersja treści na różne formaty (tekst, audio, video).

E-COMMERCE, MARKETPLACE & FINANSE

PODSTAWOWA OFERTA E-COMMERCE – SPRZEDAŻ KSIĄŻEK I PUBLIKACJI PREMIUM.

Rozwój nowoczesnej platformy e-commerce, oferującej treści cyfrowe, produkty premium oraz wybrane instrumenty finansowe.

Rozszerzenie marketplace o wsparcie dla polskich firm.

Nowe modele monetyzacji: mikropłatności, Apple Pay, BLIK.

REKLAMA I PARTNERSTWA

REKLAMY W PRASIE, ONLINE I MEDIACH SPOŁECZNO-ŚCIOWYCH. KLUCZOWE ŹRÓDŁO PRZYCHODÓW.

Zmniejszenie zależności od tradycyjnych modeli reklamowych poprzez dywersyfikację źródeł przychodów.

Treści sponsorowane, reklamy natywne, współpraca z influencerami.

Partnerstwa z firmami technologicznym i finansowymi.

KONKURENCYJNOŚĆ SPÓŁKI DO RZECZY S.A.

INNOWACYJNY MODEL BIZNESOWY

- ❑ **Subskrypcje premium i mikropłatności** – monetyzacja treści premium.
- ❑ **Reklama programatyczna (RTB, AI-driven Ads)** – inteligentne targetowanie.
- ❑ **Marketplace i e-commerce** – dywersyfikacja źródeł przychodów.

TRANSFORMACJA CYFROWA I PERSONALIZACJA TREŚCI

- ❑ **Rozwój portalu DoRzeczy.pl** – dynamiczny paywall i strategię subskrypcyjne.
- ❑ **Wykorzystanie AI i analityki danych** – personalizacja treści i rekomendacji.
- ❑ **Konwersja treści w różne formaty** – artykuły, podcasty, wideo, streaming.

EKSPANSJA MULTIMEDIALNA I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI

- ❑ **Silna obecność w social media** – TikTok, YouTube, Instagram, platforma X.
- ❑ **Ekskluzywne społeczności premium** – dostęp do zamkniętych grup i wydarzeń.
- ❑ **Rozwój wideo i podcastów** – więcej formatów audiowizualnych (wywiady, reportaże) na You Tube i Spotify.

UNIKALNE WARTOŚCI I POZYCJONOWANIE RYNKOWE

- ❑ **Silna marka i lojalność odbiorców** – konserwatywne i opiniotwórcze media.
- ❑ **Budowanie niezależności finansowej** – mniejsza zależność od reklam.
- ❑ **Zrównoważony rozwój** – cyfryzacja treści i transparentność finansowa.



Tygodnik „Do Rzeczy”

Medium konserwatywno-liberalne – jeden z najbardziej opiniotwórczych tygodników w Polsce (wg Instytutu Monitorowania Mediów).

Konserwatywne, bo szanujemy tradycję chrześcijańską, opieramy się na sprawdzonych wartościach etycznych i sprzeciwiamy się społecznym eksperymentom, które podważają fundamenty cywilizacji. Poważnie traktujemy polską pamięć narodową i niepodległość.

Liberalne, bo wspieramy wolność gospodarczą, doceniamy przedsiębiorczość i bronimy nieskrępowanej wolności słowa oraz swobody debaty publicznej.

Do Rzeczy publikuje analizy i opinie w nurcie konserwatywno-liberalnym, odwołując się do sprawdzonych wartości i niezależnego dziennikarstwa.



Miesięcznik „Historia Do Rzeczy”

Magazyn historyczny współtworzony przez renomowanych ekspertów, którzy nie boją się poruszać tematów trudnych i kontrowersyjnych.

Piszemy o tym, o czym inni milczą – sięgamy po tematy niewygodne, odkłamywamy mity, przywracamy pamięć o bohaterach i wydarzeniach wypychanych na margines.

Bez zbędnych ozdobników – konkrety, fakty, rzetelna analiza. Historia jest fascynująca sama w sobie, nie trzeba jej koloryzować.

Najlepsi autorzy, najlepsze teksty – w naszym gronie są historycy, publicyści i pasjonaci, którzy wiedzą, jak pisać tak, by historia wciągała równie mocno jak najlepsza powieść.

„W „Historii Do Rzeczy” kierujemy się jedną podstawową zasadą – teksty muszą być ciekawe. To, co nas wyróżnia? Piszemy o sprawach, o których konkurencja nawet nie wspomina.” – redakcja magazynu.

1. RZETELNE WIADOMOŚCI I MOCNE OPINIE

- Codziennie komentujemy **najważniejsze wydarzenia z Polski i świata**.

2. DOSTĘP DO NAJLEPSZEJ PUBLICYSTYKI

- Publikujemy artykuły z tygodnika „Do Rzeczy” i miesięcznika „Historia Do Rzeczy”.
- Dajemy czytelnikom **pełny obraz rzeczywistości**.

3. EKSKLUZYWNE TREŚCI W DORZECZY+

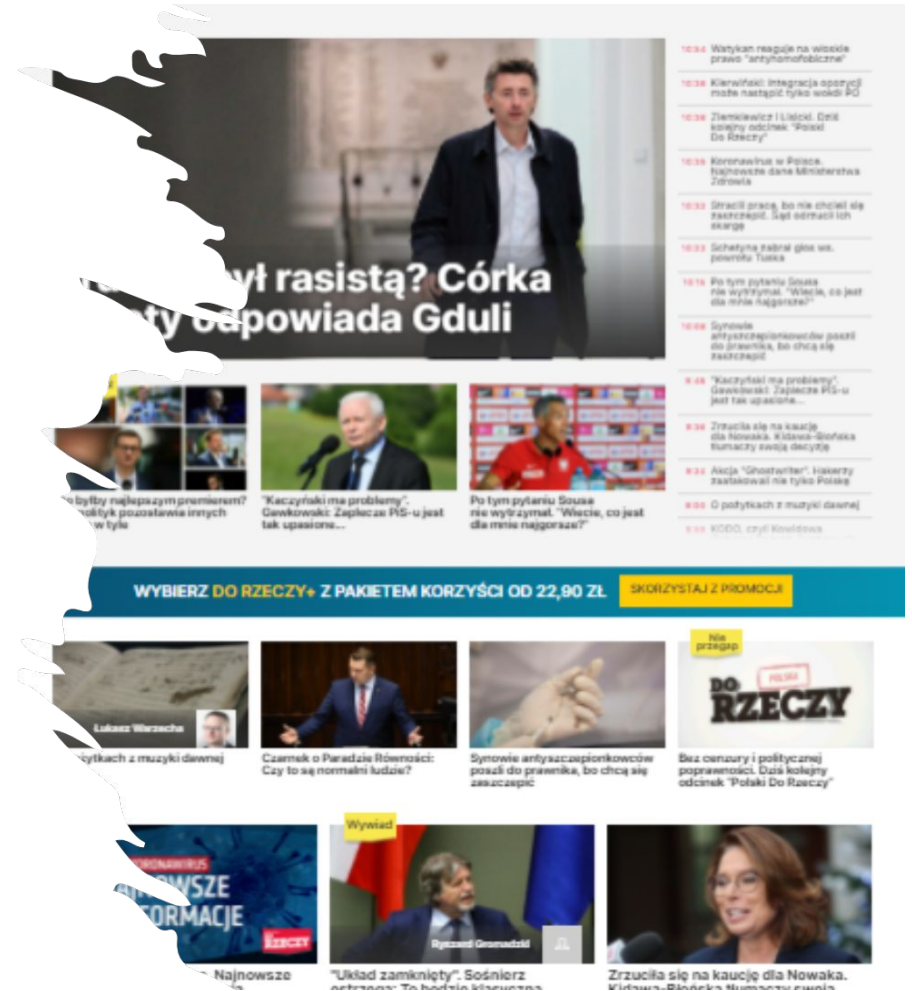
- Dodatkowe **materiały, analizy i programy wideo** dostępne dla subskrybentów.

4. SILNA POZYCJA RYNKOWA

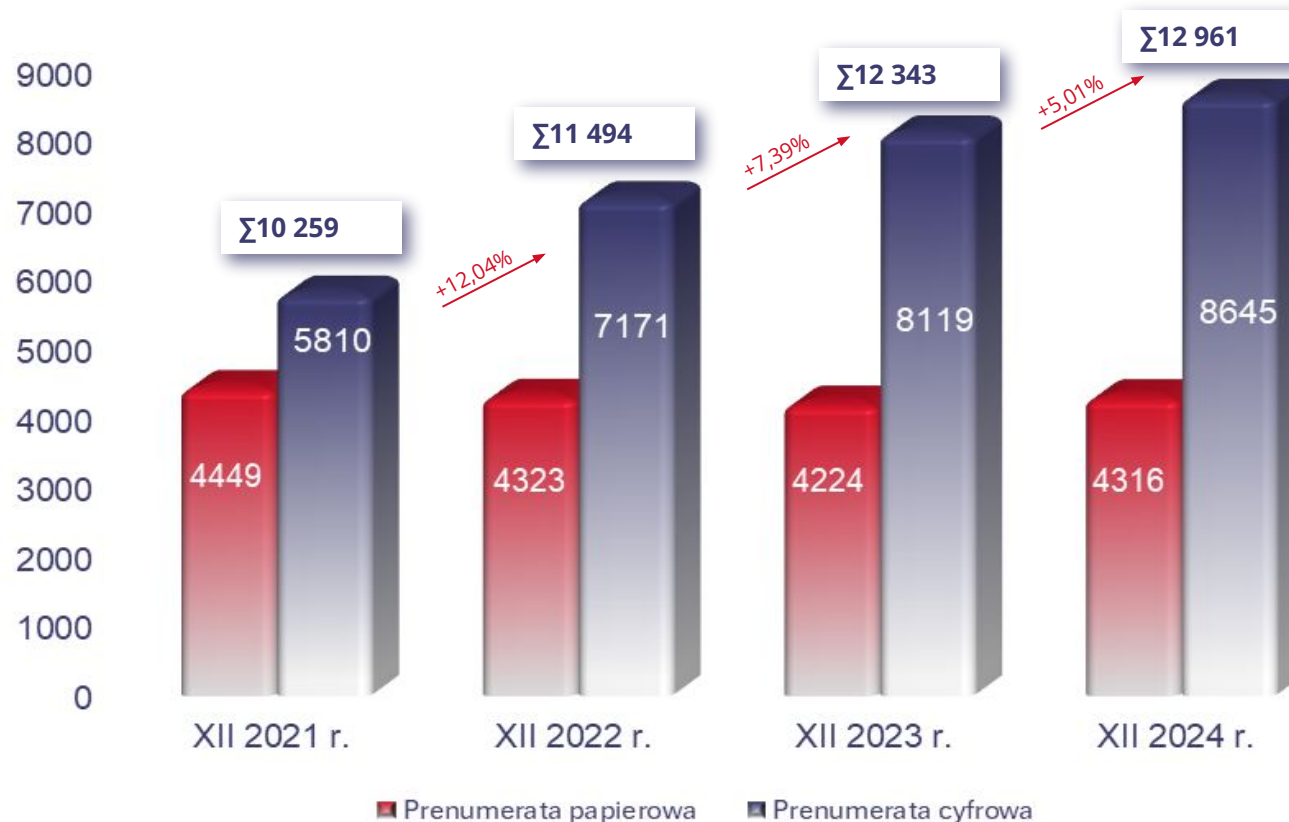
- Ponad **30 mln odsłon miesięcznie** oraz **3,5 mln unikalnych użytkowników** (Mediapanel Gemius/PBI, styczeń 2025 r.).
- Średni czas wizyty na stronie przekracza **6 minut**, co świadczy o wysokim zaangażowaniu użytkowników.
- CYFROWY NUMER 1** - Większa liczba użytkowników niż konkurencyjne portale: wPolityce.pl, Niezależna.pl, TVRepublika.pl.

5. LOJALNA SPOŁECZNOŚĆ CZYTELNIKÓW

- 88,5% użytkowników** posiada wykształcenie zawodowe, średnie lub wyższe.
- Ponad **50% to osoby aktywne zawodowo**.



Wykres przedstawia liczbę subskrypcji prenumeraty papierowej i cyfrowej – łącznie dla obu publikowanych czasopism – odnotowaną w grudniu każdego roku w okresie 2021–2024 r.



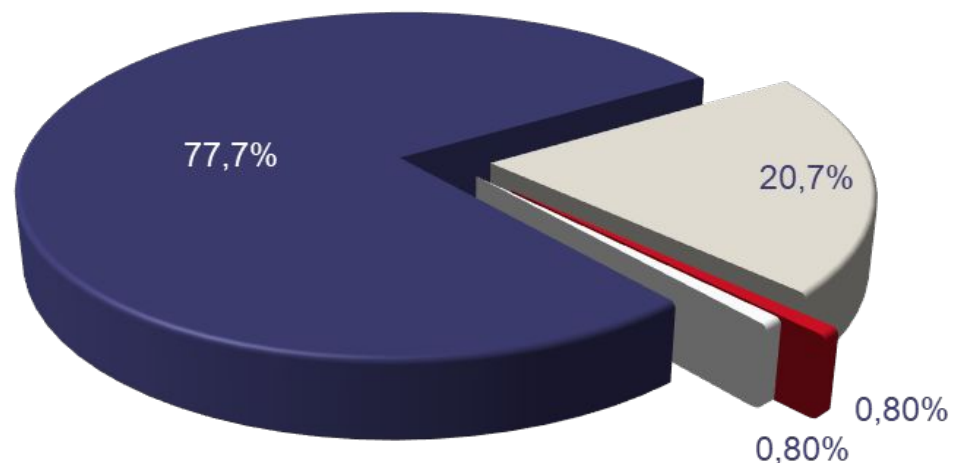
Jak wynika z powyższego wykresu, udział subskrybentów wersji cyfrowej systematycznie rośnie. Może to wynikać zarówno z ogólnego trendu rozwoju usług cyfrowych, jak i z faktu, że na stronie DoRzeczy.pl udostępniane są dodatkowe treści wykraczające poza wydania tygodnika i miesięcznika.

DO RZECZY S.A. - STRUKTURA PRZYCHODÓW

Na poniższym wykresie przedstawiono strukturę przychodów spółki w 2024 r. z podziałem na główne centra przychodowe oraz szczegółowe źródła przychodów wydawniczych. W 2024 roku spółka wygenerowała blisko 12,2 mln PLN przychodów ze sprzedaży. Dane pochodzą ze zbadanego przez biegłego rewidenta rocznego sprawozdania finansowego za 2024 r.

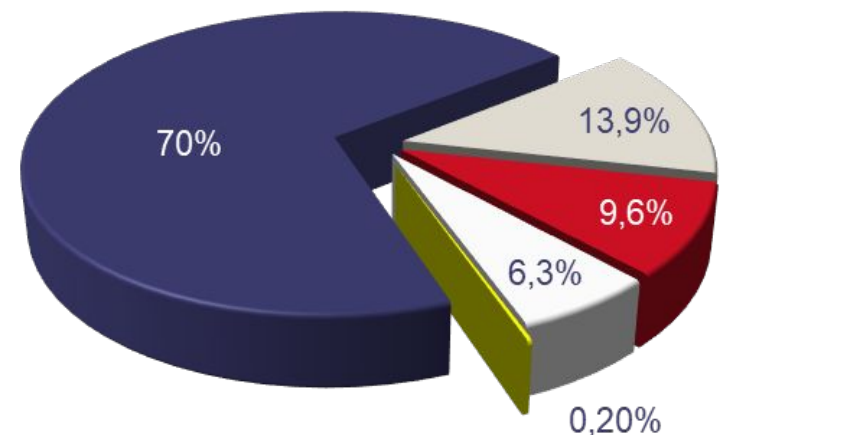
Głównym źródłem przychodów była działalność wydawnicza (77,7%), w ramach której dominowała sprzedaż egzemplarzowa prasy papierowej (70,0%). Pozostałe źródła tej kategorii obejmowały: sprzedaż prenumerat e-wydań (13,9%), prenumerat papierowych (9,6%), egzemplarzy e-wydań (6,3%) oraz udostępnianie treści (0,2%). Reklama online stanowiła 20,7% całkowitych przychodów, natomiast reklama prasowa oraz wydarzenia i inne źródła odpowiadały łącznie za mniej niż 2% przychodów spółki.

**STRUKTURA PRZYCHODÓW SPÓŁKI W 2024 R.
(GŁÓWNE CENTRA PRZYCHODOWE)**



■ Działalność wydawnicza
■ Reklama online
■ Reklama prasowa
■ Wydarzenia i inne

STRUKTURA DZIAŁALNOŚCI WYDAWNICZEJ (2024 R.)



■ Sprzedaż egzemplarzowa – papierowa
■ Sprzedaż prenumerat e-wydań
■ Sprzedaż prenumerat papierowych
■ Sprzedaż egzemplarzy e-wydań
■ Udostępnianie treści

Źródło: Emitent

Założenia:

Dane **pro forma** mają charakter poglądowy i nie stanowią danych pochodzących ze sprawozdania finansowego spółki za 2024 rok.

Wskazane wartości **pro forma** nie były przedmiotem badania przez biegłego rewidenta.

Ujęta w tabeli „**korekta**” nie ma charakteru błędu księgowego – obrazuje jedynie zmianę o charakterze analitycznym.

Dane te zostały przedstawione wyłącznie w celu zasymulowania sytuacji, w której spółka prowadziłaby działalność w 2024 roku **niezależnie od spółki dominującej – PMPG Polskie Media S.A.** Nie należy ich traktować jako podstawy do prognozowania wyników finansowych

SKRÓCONY RZiS ZA 2024 R.	DANE WG SF	KOREKTA	DANE PRO FORMA
	[W TYS. PLN]		
PRZYCHODY NETTO ZE SPRZEDAŻY, W TYM:	12 172	1 641	13 813
— DZIAŁALNOŚĆ WYDAWNICZA	9 455	0	9 455
— SPRZEDAŻ REKLAM	2 622	1 641	4 263
— INNE PRZYCHODY	95	0	95
KOSZTY DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ	12 166	414	12 580
— AMORTYZACJA	32	0	32
— ZUŻYCIE MATERIAŁÓW I ENERGII	1 412	0	1 412
— USŁUGI OBCE	7 467	414	7 880
— PODATKI I OPŁATY	96	0	96
— WYNAGRODZENIA	3 286	0	3 286
— UBEZPIECZENIA SPOŁECZNE I INNE ŚWIADCZENIA	111	0	111
— POZOSTAŁE KOSZTY RODZAJOWE	112	0	112
WYNIK OPERACYJNY	-244	1 227	983

Źródło: obliczenia własne Emitenta przygotowane na bazie danych księgowych

Za markami „Do Rzeczy”, „Historia Do Rzeczy” i DoRzeczy.pl stoją ludzie – doświadczeni dziennikarze, publicyści i redaktorzy, których wiedza, pasja i zaangażowanie kształtują charakter tych mediów. To oni codziennie analizują wydarzenia, komentują rzeczywistość i dbają o pamięć historyczną.



„Gdy w 2013 roku zakładałem tygodnik „Do Rzeczy”, miałem jasny cel – **stworzyć medium opiniotwórcze, odważne i niezależne, które nie będzie oglądać się na poprawność polityczną i chwilowe mody**. Dlatego wokół tej idei zgromadziłem zespół wybitnych ekspertów – ludzi, którzy nie boją się stawiać trudnych pytań i formułować własnych wniosków” – Paweł Lisicki, redaktor naczelny „Do Rzeczy”.



Paweł Lisicki, redaktor naczelny „Do Rzeczy”

Zespół redakcyjny „Do Rzeczy” tworzą doświadczeni dziennikarze, odpowiedzialni za profil opiniotwórczy tytułu. Redakcja skupia się na analizie wydarzeń, pogłębionej publicystyce i prezentowaniu różnych perspektyw w debacie publicznej.



Piotr Gabryel



Piotr Semka



Łukasz Warzecha



Jan Pospieszalski



Rafał A. Ziemkiewicz



Wojciech Cejrowski



Cezary Gmyz



Piotr Gociek



Piotr Włoczyk



Karol Gac



Paweł Chmielewski

TRYB OFERTY

1	FIRMA INWESTYCYJNA (DOM MAKLESKI) LICENCJONOWANY PRZEZ KNF	➤	 DOM MAKLESKI
2	TRYB EMISJI	➤	OFERTA PUBLICZNA NA PODSTAWIE MEMORANDUM INFORMACYJNEGO ZGODNIE Z ART. 37B USTAWY O OFERCIE PUBLICZNEJ
3	MEMORANDUM DOSTĘPNE PUBLICZNIE	➤	WWW.DORZECZY.PL WWW.PLATFORMA.DMINC.PL
4	PROCES ZAPISÓW NA AKCJE W PEŁNI ZDALNY ZA POŚREDNICTWEM PLATFORMY OFERT PUBLICZNYCH DM INC S.A.	➤	LINK: PLATFORMA OFERT PUBLICZNYCH DOMU MAKLESKIEGO INC

HARMONOGRAM OFERTY

1	START ZAPISÓW NA AKCJE	➤	31 MARCA 2025 R., OD GODZ. 10:00
2	ZAKOŃCZENIE ZAPISÓW NA AKCJE	➤	30 MAJA 2025 R., DO GODZ. 16:00
3	PRZYDZIAŁ AKCJI	➤	DO 4 CZERWCA 2025 R.
4	EWENTUALNY ZWROT INWESTOROM NADPŁACONYCH KWOT W PRZYPADKU NADSUBSKRYPCJI	➤	DO 6 CZERWCA 2025 R.
5	PLANOWANY TERMIN ZŁOŻENIA WNIOSKU O WPROWADZENIE DO ASO NEWCONNECT	➤	2025 R. ASO NEWCONNECT (GPW)

Zapis na Akcje Oferowane może zostać złożony wyłącznie za pośrednictwem Domu Maklerskiego INC S.A. (DM INC), przez osobę, która zawarła z DM INC umowę o świadczenie usług maklerskich w zakresie przyjmowania i przekazywania zleceń nabycia lub zbycia instrumentów finansowych.

W celu zawarcia takiej umowy należy założyć i aktywować Konto Inwestora na Platformie Ofert Publicznych DM INC S.A., dostępnej pod adresem: platforma.dminc.pl/ lub skontaktować się bezpośrednio z DM INC S.A. e-mail: emisje@dminc.pl

Zapis na Akcje można złożyć w Domu Maklerskim INC S.A. oraz opłacić zgodnie z zasadami dystrybucji opisanymi w rozdziale IV, pkt 11 Memorandum Informacyjnego z dnia **31 marca 2025 r.**

KLUCZOWE PARAMETRY EMISJI I RODZAJ OFEROWANYCH AKCJI

1	SERIA EMISJI AKCJI OFEROWANYCH	➤	„D”
2	LICZBA OFEROWANYCH AKCJI	➤	OD 10 DO 90 910 AKCJI ZWYKŁYCH NA OKAZICIELA SERII „D”
3	RODZAJ AKCJI OFEROWANYCH	➤	ZWYKŁE NA OKAZICIELA
4	PRAWA Z AKCJI OFEROWANYCH	➤	PEŁNE PRAWA MAJĄTKOWE I KORPORACYJNE – NIEUPRZYWILEJOWANE
5	CENA EMISYJNA ZA AKCJE OFEROWANE	➤	55,00 PLN
6	WARTOŚĆ NOMINALNA AKCJI OFEROWANYCH	➤	0,10 PLN
7	MAKSYMALNA WARTOŚĆ EMISJI BRUTTO	➤	DO 5 000 050 MLN PLN (MAKSYMALNA WARTOŚĆ WPŁYWÓW Z OFERTY PUBLICZNEJ)

Na podstawie uchwały nr 7 z 24 lutego 2025 r. Walnego Zgromadzenia Emitenta, w ramach Oferty Publicznej oferowanych jest do nabycia od 10 do 90 910 akcji serii „D” („Akcje Oferowane”, „Akcje”), po cenie emisyjnej równej 55,00 PLN za jedną akcję. Cena emisyjna Akcji serii „D” została ustalona przez Walne Zgromadzenie spółki w wysokości 55,00 PLN.

DO RZECZY S.A. - STRUKTURA EMISJI I INFORMACJE O OFERCIE PUBLICZNEJ

OBSZAR INWESTYCJI (CELE EMISYJNE)		2025 R. [PLN]	2026 R. [PLN]	ŁĄCZNA KWOTA [PLN]
1	ROZWÓJ KANAŁU YOUTUBE I TREŚCI VIDEO PREMIUM	350 000	770 000	1 120 000
2	ROZBUDOWA PORTALU DORZECZY.PL	168 300	370 150	538 450
3	ROZWÓJ SOCIAL MEDIÓW	96 000	211 200	307 200
4	ROZWÓJ DZIAŁÓW REDAKCYJNYCH (M.IN. EKONOMICZNO-GOSPODARCZY)	522 000	1 148 400	1 670 400
5	E- COMMERCE W TYM ROZWÓJ SUBSKRYPCJI I MARKETING	310 000	382 000	692 000
6	ORGANIZACJA WYDARZEŃ	90 000	198 000	288 000
7	ROZWÓJ BIURA REKLAMY	120 000	264 000	384 000
CEL EMISYJNY		1 656 300	3 343 750	5 000 050

Emitent zaznacza, że wskazane cele emisyjne mogą ulec zmianie – zarówno w zakresie przewidywanych nakładów, jak i terminu realizacji – jeżeli Zarząd spółki zidentyfikuje inne inwestycje, które w jego ocenie w lepszy sposób przyczynią się do wzrostu wartości spółki. W przypadku niepozyskania pełnej kwoty w drodze emisji akcji, Emitent rozważa alternatywne formy finansowania inwestycji, w szczególności w ramach finansowania dłużnego.

STRUKTURA AKCJONARIATU PRZED EMISJĄ AKCJI SERII „D”

AKCJONARIUSZ	SERIA AKCJI	LICZBA AKCJI	LICZBA GŁOSÓW NA WZA	UDZIAŁ W KAPITALE ZAKŁADOWYM	UDZIAŁ W LICZBIE GŁOSÓW NA WZA
PMPG POLSKIE MEDIA S.A.	A1	810 000	810 000	75,8%	75,8%
PAWEŁ A. LISICKI	A / C	68 072	68 072	6,4%	6,4%
WSPÓŁTWÓRCY I CZŁONKOWIE ZARZĄDU	A/ B/ C	190 658	190 658	17,8%	17,8%
ŁĄCZNIE		1 068 730	1 068 730	100%	100%

STRUKTURA AKCJONARIATU PO EMISJI AKCJI SERII „D” (W WARIANCIE MAKSYMALNYM)

AKCJONARIUSZ	SERIA AKCJI	LICZBA AKCJI	LICZBA GŁOSÓW NA WZA	UDZIAŁ W KAPITALE ZAKŁADOWYM	UDZIAŁ W LICZBIE GŁOSÓW NA WZA
PMPG POLSKIE MEDIA S.A.	A1	810 000	810 000	69,8%	69,8%
PAWEŁ A. LISICKI	A / C	68 072	68 072	5,9%	5,9%
WSPÓŁTWÓRCY I CZŁONKOWIE ZARZĄDU	A/ B/ C	190 658	190 658	16,5%	16,5%
AKCJONARIUSZE EMISJI SERII „D”	D	90 910	90 910	7,8%	7,8%
ŁĄCZNIE		1 159 630	1 159 630	100%	100%

POLITYKA DYWIDENDOWA – CO WARTO WIEDZIEĆ

1	SPÓŁKA NIE PRZYJĘŁA FORMALNEJ POLITYKI DYWIDENDOWEJ (NA DZIEŃ PUBLIKACJI MEMORANDUM INFORMACYJNEGO)	TO OZNACZA, ŻE NIE MA Z GÓRY USTALONEJ REGUŁY DOTYCZĄCEJ WYPŁAT ZYSKÓW. NA DZIŚ SPÓŁKA KONCENTRUJE SIĘ NA ROZWOJU I REINWESTYCJI ZYSKÓW , CO OZNACZA, ŻE PRIORYTETEM JEST WZROST WARTOŚCI SPÓŁKI I JEJ DALSZY ROZWÓJ.
2	DECYZJA O WYPŁACIE DYWIDENDY	DECYZJA O WYPŁACIE DYWIDENDY PODEJMOWANA JEST RAZ W ROKU PRZECZ WALNE ZGROMADZENIE AKCJONARIUSZY, NA PODSTAWIE WYNIKÓW FINANSOWYCH I REKOMENDACJI ZARZĄDU.
3	GDY AKCJONARIUSZE ZATWIERDZĄ WYPŁATĘ DYWIDENDY	JEŚLI DYWIDENDA ZOSTANIE PRZYZNANA , BĘDZIE WYPŁACANA W POLSKICH ZŁOTYCH WSZYSTKIM AKCJONARIUSZOM – W TYM RÓWNIEŻ POSIADACZOM AKCJI SERII „D”, NA TYCH SAMYCH ZASADACH, CO POZOSTAŁE SERIE AKCJI.

STRATEGIA WYJŚCIA Z INWESTYCJI W AKCJE DO RZECZY S.A.

1	CO SIĘ DZIEJE PO ZAKUPIE AKCJI SERII „D”?	INWESTOR STAJE SIĘ AKCJONARIUSZEM DO RZECZY S.A. – OBEJMUJE AKCJE SPÓŁKI PLANUJĄCEJ DEBIUT NA RYNKU NEWCONNECT (ALTERNATYWNYM SYSTEMIE OBROTU GPW).
2	KIEDY BĘDZIE MOŻNA SPRZEDAĆ AKCJE?	PO DEBIUCIE GIEŁDOWYM PLANOWANYM NA IV KWARTAŁ 2025 R., AKCJE DO RZECZY S.A. ZNAJDĄ SIĘ W PUBLICZNYM OBROCIE NA RYNKU NEWCONNECT – BĘDZIE JE MOŻNA ŁATWO SPRZEDAĆ LUB DOKUPIĆ PRZEZ RACHUNEK MAKLERSKI.
3	CZY DA SIĘ SPRZEDAĆ AKCJE WCZEŚNIEJ?	NA RAZIE AKCJE NIE SĄ JESZCZE NOTOWANE NA GIEŁDZIE , WIĘC NIE MOŻNA ICH SPRZEDAĆ W SYSTEMIE GIEŁDOWYM – MOŻLIWA JEST JEDYNIE SPRZEDAŻ PRYWATNA (NP. NA PODSTAWIE UMOWY CYWILNOPRAWNEJ).
4	CZY SPÓŁKA ODKUPI AKCJE?	SPÓŁKA NIE PRZEWIDUJE WYKUPU AKCJI , ZATEM DECYZJA O SPRZEDAŻY LUB ZATRZYMANIU AKCJI BĘDZIE NALEŻEĆ WYŁĄCZNIE DO INWESTORA.

KLUCZOWE RYZYKA INWESTYCYJNE

Inwestorzy, którzy zamierzają podjąć decyzje inwestycyjne związane z papierami wartościowymi spółki, powinni przeanalizować czynniki ryzyka szczegółowo opisane w Memorandum Informacyjnym. Ziszczenie się któregoś z tych czynników może mieć negatywny wpływ na działalność prowadzoną przez spółkę oraz jej wyniki finansowe. Poniżej przedstawiono wybrane czynniki ryzyka:

OBSZAR RYZYKA	OPIS ZAGROZENIA	DZIAŁANIA SPÓŁKI
ZMIENNOŚĆ KURSU AKCJI	Możliwy spadek wartości rynkowej akcji po debiucie. Potencjalna utrata części/całości zainwestowanego kapitału.	Transparentna strategia wzrostu, rzetelna wycena, realistyczna komunikacja z rynkiem.
BRAK PŁYNNOŚCI INWESTYCJI	Akcje przed debiutem giełdowym nie są notowane – ograniczona możliwość ich zbycia.	Procedura wejścia na NewConnect w 2025 r., zgodność z wymogami ASO, zmiana statutu i rady nadzorczej (5 członków).
BRAK WYPŁATY DYWIDENDY	Brak gwarancji wypłaty dywidendy – decyzja należy do WZA i większościowego akcjonariusza (PMPG Polskie Media S.A.).	Spółka prowadziła politykę ostrożnościową, nie wypłacając zysków w latach 2020–2021. W przypadku wypracowania dodatniego wyniku w kolejnych okresach, zarząd może rozważyć wniosek o wypłatę dywidendy.

KLUCZOWE RYZYKA INWESTYCYJNE

Inwestorzy, którzy zamierzają podjąć decyzje inwestycyjne związane z papierami wartościowymi spółki, powinni przeanalizować czynniki ryzyka szczegółowo opisane w Memorandum Informacyjnym. Ziszczenie się któregośkolwiek z tych czynników może mieć negatywny wpływ na działalność prowadzoną przez spółkę oraz jej wyniki finansowe. Poniżej przedstawiono wybrane czynniki ryzyka:

OBSZAR RYZYKA	OPIS ZAGROZENIA	DZIAŁANIA SPÓŁKI
ODMOWA WPROWADZENIA AKCJI DO OBROTU	GPW może odmówić wprowadzenia akcji do alternatywnego systemu obrotu (ASO), nawet jeśli emitent spełni wszystkie wymogi formalne.	Spółka podejmuje działania minimalizujące to ryzyko – spełnia wymogi formalne, wprowadza zmiany w statucie, rozszerza skład rady nadzorczej i współpracuje z Grupą Kapitałową INC S.A.
POTRZEBA DODATKOWEGO KAPITAŁU	Możliwa konieczność pozyskania dodatkowego kapitału w drodze emisji nowych akcji, uzależniona od warunków rynkowych.	Realizacja strategii stopniowego usamodzielniania się od PMPG Polskie Media S.A., rozwój własnych struktur operacyjnych oraz elastyczne podejście do planowania i finansowania rozwoju.
RYZYSKO PODAŻY AKCJI OBJĘTYCH PO NIŻSZEJ CENIE	W przyszłości do obrotu mogą trafić akcje objęte po niższej cenie niż cena emisyjna akcji serii „D” – w tym akcje serii „A” (0,10 zł) i serii „B” (49,26 zł) – co może wywołać presję podażową i wpłynąć na kurs rynkowy.	Planowane zawarcie umowy ograniczającej zbywalność akcji serii „A” w obrocie przez okres 12 miesięcy od debiutu na rynku NewConnect.

KLUCZOWE RYZYKA INWESTYCYJNE

Inwestorzy, którzy zamierzają podjąć decyzje inwestycyjne związane z papierami wartościowymi spółki, powinni przeanalizować czynniki ryzyka szczegółowo opisane w Memorandum Informacyjnym. Ziszczenie się któregośkolwiek z tych czynników może mieć negatywny wpływ na działalność prowadzoną przez spółkę oraz jej wyniki finansowe. Poniżej przedstawiono wybrane czynniki ryzyka:

OBSZAR RYZYKA	OPIS ZAGROZENIA	DZIAŁANIA SPÓŁKI
POLITYCZNE I ŚWIATOPOGLĄDOWE	Zmiana rządu, możliwe ograniczenie współpracy z instytucjami publicznymi (np. reklamy MSP, kampanie społeczne).	Dywersyfikacja klientów reklamowych, rozwój współpracy z sektorem prywatnym.
ZMIENIAJĄCE SIĘ TRENDY MEDIALNE	Spadek zainteresowania prasą drukowaną, zmiana oczekiwań odbiorców treści.	Rozwój portalu DoRzeczy.pl, aplikacje mobilne, wideo, podcasty, subskrypcje cyfrowe.
SILNA KONKURENCJA RYNKOWA	Duzi gracze medialni mają większe zasoby finansowe i technologiczne, możliwa wojna cenowa na rynku reklam.	Pozycjonowanie niszowe, profil konserwatywno-opiniotwórczy, lojalna społeczność czytelników.
ZALEŻNOŚĆ OD GRUPY PMPG POLSKIE MEDIA S.A.	Outsourcing usług (IT, reklama, księgowość) do spółek z grupy PMPG Polskie Media S.A. – ryzyko operacyjne i kosztowe.	Budowa własnych działów operacyjnych – m.in. sprzedaży reklam i wsparcia technicznego (docelowo 6-osobowy zespół).

KLUCZOWE RYZYKA INWESTYCYJNE

Inwestorzy, którzy zamierzają podjąć decyzje inwestycyjne związane z papierami wartościowymi spółki, powinni przeanalizować czynniki ryzyka szczegółowo opisane w Memorandum Informacyjnym. Ziszczenie się któregośkolwiek z tych czynników może mieć negatywny wpływ na działalność prowadzoną przez spółkę oraz jej wyniki finansowe. Poniżej przedstawiono wybrane czynniki ryzyka:

OBSZAR RYZYKA	OPIS ZAGROZENIA	DZIAŁANIA SPÓŁKI
UTRATA KLUCZOWYCH OSÓB	Odejście znanych publicystów lub redaktorów może wpłynąć na jakość treści i przywiązanie czytelników.	Emisja akcji serii C (objęte przez 18 osób, 4,2% kapitału), lojalizacja zespołu, wspólnota celów.
RYZYKA PRAWNE (POZWY)	Możliwe roszczenia o naruszenie dóbr osobistych.	Zachowanie standardów dziennikarskich, weryfikacja statusu prawnego treści.
PRZETERMINOWANE NALEŻNOŚCI	Ryzyko pogorszenia płynności w przypadku opóźnień w płatnościach od kontrahentów.	Dywersyfikacja klientów, tworzenie odpisów, monitoring należności.
RYZYKO ZMIAN PRAWA PRACY I PODATKÓW	Wzrost kosztów zatrudnienia (np. płaca minimalna, opodatkowanie umów B2B), niepewność podatkowa.	Śledzenie zmian legislacyjnych, elastyczna struktura zatrudnienia, konserwatywne podejście do kosztów.

DZIAŁ RELACJI INWESTORSKICH DO RZECZY S.A.

- ❑ e-mail: relacje-inwestorskie@dorzeczy.pl
- ❑ MEMORANDUM INFORMACYJNE DOSTĘPNE:
 - ❖ PLATFORMA OFERT PUBLICZNYCH DOMU MAKLERSKIEGO INC S.A.: www.platforma.dminc.pl
 - ❖ WWW DO RZECZY S.A.: dorzeczy.pl/gielda

ZAPRASZAMY DO ODWIEDZENIA I ŚLEDZENIA NAS POPRZEC INTERAKTYWNE LOGO:



WOLNOŚĆ SŁOWA MA WARTOŚĆ - TAKŻE GIEŁDOWĄ!

RUSZYŁA PUBLICZNA EMISJA AKCJI

SPÓŁKA AKCYJNA

DO RZECZY

ZAPISZ SIĘ NA AKCJE:

www.platforma.dminc.pl



Niniejszy materiał ma charakter wyłącznie promocyjny (reklama) i nie stanowi podstawy do podjęcia decyzji o nabyciu akcji Do Rzeczy S.A. („Spółka”). Memorandum Informacyjne sporządzone w związku z ofertą publiczną akcji spółki jest jedynym prawnie wiążącym dokumentem zawierającym informacje o spółce oraz ofercie publicznej. Inwestorzy powinni zapoznać się z Memorandum Informacyjnym przed podjęciem decyzji o nabyciu akcji spółki, w celu zrozumienia ryzyka i korzyści związanych z inwestycją w akcje. Memorandum Informacyjne zostało udostępnione na stronie internetowej www.dorzeczy.pl/gielda oraz Domu Maklerskiego INC S.A. www.platforma.dminc.pl