



Pressmeddelande, Stockholm 2020-01-09

## **ADCITYMEDIAS ANSÖKAN OM AVNOTERING GODKÄND – SISTA DAG FÖR HANDEL BLIR DEN 24 JANUARI 2020**

AdCityMedia AB (publ) ("AdCityMedia") har som tidigare meddelats ansökt om att aktien i AdCityMedia avnoteras från Nasdaq First North Growth Market med anledning av att Ocean Bidco Limited äger mer än 90 procent av det totala antalet aktier och röster i AdCityMedia.

Nasdaq Stockholm har idag godkänt AdCityMedias ansökan om avnotering och beslutat att sista dag för handel ska vara den 24 januari 2020.

För mer information:  
Anders Axelsson, VD  
[anders.a@adcitymedia.com](mailto:anders.a@adcitymedia.com)  
+46 8 535 28001

Bolagets aktie är listad på Nasdaq First North Growth Market och Erik Penser Bank AB, tel. +46 8-463 83 00, [certifiedadviser@penser.se](mailto:certifiedadviser@penser.se) är Bolagets Certified Adviser.

Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 9 januari 2020 kl. 17:00 CET.

### **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.