



# RELEASE DE RESULTADOS

VIDEOCONFERÊNCIA - 08 de agosto de 2024 às 10h00 (Brasília)

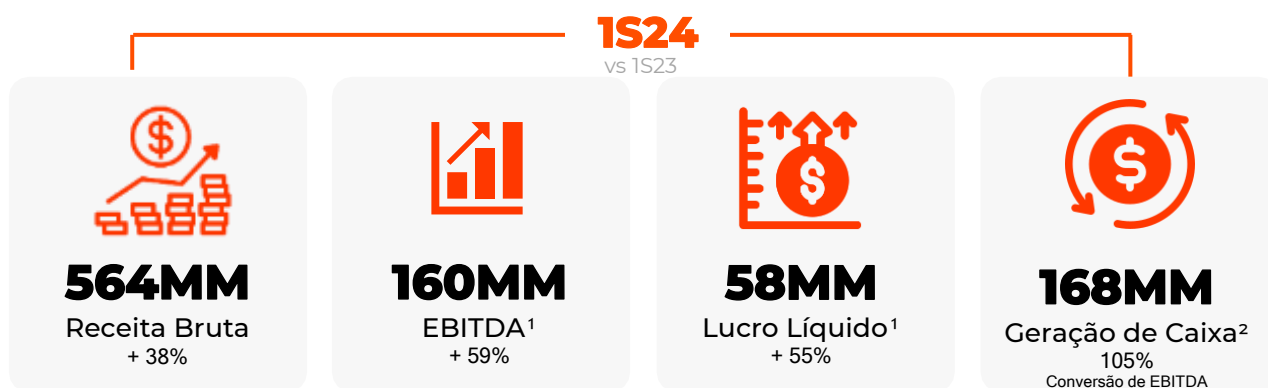
- PORTUGUÊS:  
Transmissão ao vivo: [clique aqui](https://ri.eletromidia.com.br).  
[ri.eletromidia.com.br](https://ri.eletromidia.com.br)
- INGLÊS (Tradução Simultânea):  
Transmissão ao vivo: [click here](https://ri.eletromidia.com.br)

**Contatos:**  
[ri@eletromidia.com.br](mailto:ri@eletromidia.com.br)  
**Ricardo Winandy – CFO/ DRI**  
**Mariana Gimenez - RI**

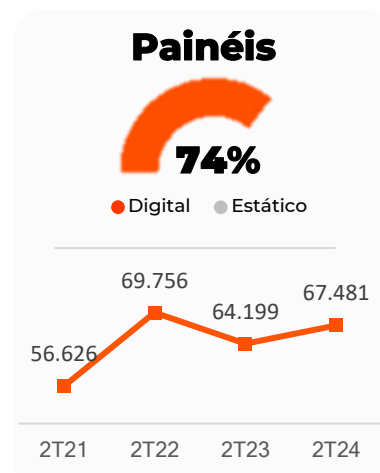
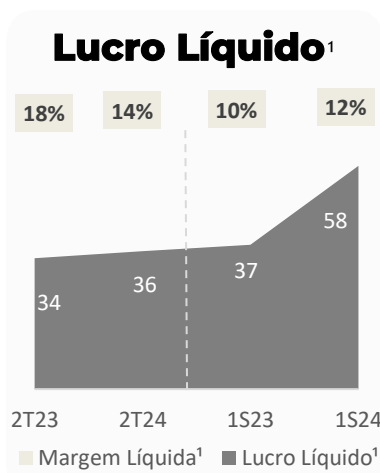
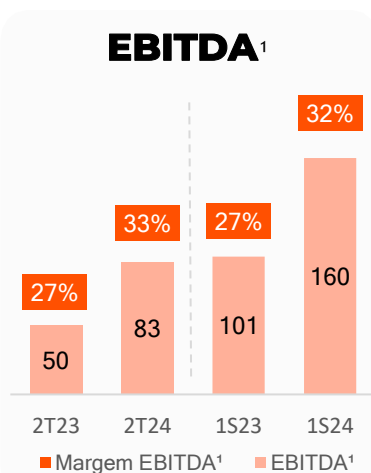
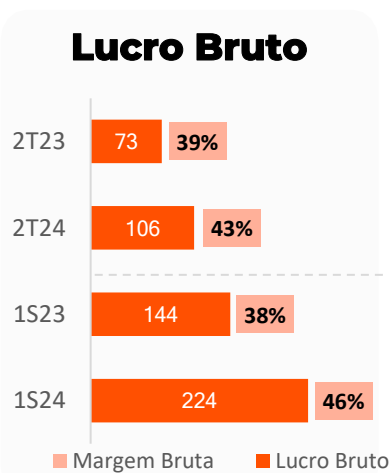
<https://ri.eletromidia.com.br>

# DESTAQUES

Empresa registra Receita Bruta de R\$ 286 milhões no 2T24 versus 2T23 (+35%), EBITDA<sup>1</sup> de R\$ 83 milhões (+67%) com Margem<sup>1</sup> de 33% (+6 p.p.) e Lucro Líquido<sup>1</sup> de R\$ 36 milhões (+5%)



Receita Bruta (R\$ mil)	2T24	2T23	Δ R\$	Δ %	1S24	1S23	Δ R\$	Δ %
Ruas	153.436	95.418	58.018	60,8%	293.400	191.779	101.621	53,0%
Transportes e Outros	71.234	56.079	15.156	27,0%	143.274	110.977	32.297	29,1%
Edifícios	38.831	40.230	(1.399)	-3,5%	87.744	70.508	17.237	24,4%
Shoppings	22.665	20.590	2.075	10,1%	39.638	35.040	4.598	13,1%
<b>Receita Bruta</b>	<b>286.166</b>	<b>212.315</b>	<b>73.851</b>	<b>34,8%</b>	<b>564.056</b>	<b>408.301</b>	<b>155.755</b>	<b>38,1%</b>
<b>Receita Líquida</b>	<b>249.810</b>	<b>186.200</b>	<b>63.610</b>	<b>34,2%</b>	<b>491.913</b>	<b>373.199</b>	<b>118.714</b>	<b>31,8%</b>
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>83.399</b>	<b>50.047</b>	<b>33.352</b>	<b>66,6%</b>	<b>159.954</b>	<b>100.672</b>	<b>59.282</b>	<b>58,9%</b>
<i>Margem EBITDA Ajustada</i>	<i>33,4%</i>	<i>26,9%</i>		<i>+6,5 p.p</i>	<i>32,5%</i>	<i>27,0%</i>		<i>+5,5 p.p</i>
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>35.680</b>	<b>33.859</b>	<b>1.821</b>	<b>5,4%</b>	<b>57.767</b>	<b>37.377</b>	<b>20.389</b>	<b>54,6%</b>
<i>Margem Líquida Ajustada</i>	<i>14,3%</i>	<i>18,2%</i>		<i>-3,9 p.p</i>	<i>11,7%</i>	<i>10,0%</i>		<i>+1,7 p.p</i>



Valores em R\$ milhões

<sup>1</sup>EBITDA, Margem EBITDA, Lucro Líquido e Margem Líquida fazem referência a indicadores Ajustados.

<sup>2</sup> Geração de Caixa ex Juros e fees pagos.

Todas as informações financeiras são apresentadas de forma consolidada

Em virtude do aprimoramento dos controles internos, procedemos com a reavaliação da distribuição das Receitas por vertical provenientes de vendas programáticas no decorrer do ano de 2023.

# 2T24

 eletromidia

## Release de Resultados

São Paulo, 07 de agosto de 2024 - A ELETROMIDIA S.A. (B3: ELMD3), líder no segmento de digital out of home, anuncia seus resultados do Segundo Trimestre de 2024 (2T24) e Primeiro Semestre de 2024 (1S24).

### Verticais de atuação

Ruas



**5.945 painéis**  
52% da Receita Bruta

Transportes



**26.651 painéis**  
25% da Receita Bruta

Edifícios



**33.290 painéis**  
16% da Receita Bruta

Shoppings



**1.595 painéis**  
7% da Receita Bruta

\*Acumulado do ano de 2024

*“A Eletromidia tem o propósito de transformação das cidades. Tecnologia, criatividade, uso de dados e verdade são grandes pilares que sustentam essa transformação.”*

Alexandre Guerrero, CEO

# Mensagem DA ADMINISTRAÇÃO

## “ ELETROMIDIA: TRANSFORMAÇÃO URBANA ATRAVÉS DE TECNOLOGIA

Foco em operações, tecnologia e novas iniciativas marca o desempenho da Eletromídia, conecta marcas ao público e transforma cidades.

No segundo trimestre de 2024, mantivemos nossa disciplina de execução, fortalecendo as operações e expandindo as nossas iniciativas tecnológicas (Ads e SMB). Apresentamos aqui os resultados financeiros deste período, juntamente com as principais ações e projetos que contribuíram para nosso desempenho e conectaram marcas ao público de maneira eficaz. Nosso compromisso com a transformação das cidades, sustentado por tecnologia, criatividade e uso de dados, continua a orientar nossas atividades.

Atingimos uma Receita Bruta de R\$ 286 milhões no trimestre e R\$ 564 milhões no semestre, acumulando um crescimento de 38% comparado com mesmo período do ano anterior. Essa receita resultou em um EBITDA Ajustado de R\$ 83 milhões no trimestre, um crescimento de 67% versus o 2T23, e R\$ 160 milhões no semestre, com uma margem de 32,5%, demonstrando a solidez e a eficácia da nossa estratégia.

Continuamos presentes em eventos importantes ao longo do ano, impactando a experiência do público, e participando ativamente da rotina nas cidades. No 2T24, vale destacar o show da Madonna em Copacabana, que reuniu cerca de 1,6 milhão de pessoas, bem como a parada LGBTQIA+, em São Paulo. Oferecemos formatos e soluções que ampliam o alcance das marcas, promovendo uma conexão direta com o público.

No segundo trimestre, lançamos o projeto "Rock In History" em preparação para celebrar os 40 anos do Rock In Rio em setembro, em conjunto com a TIM. Esta experiência imersiva de realidade aumentada leva o público a uma viagem pela história do evento, promovendo a integração entre o mundo físico e virtual. O museu interativo, com 40 histórias do festival em pontos digitais e interativos no Rio de Janeiro, oferece cinco formatos de conteúdo imersivo: objetos 3D gigantes, informações e curiosidades, portais virtuais para novos universos, filtros e áudios exclusivos, e cenários virtuais para fotos. Indo mais além, o público também foi engajado com 40 histórias, nas quais palhetas seriam coletadas para concorrer a ingressos e prêmios. Essa iniciativa reforça nosso compromisso com a criação de experiências que conectam marcas e pessoas.

Mantemos nosso compromisso com a sustentabilidade e a construção de um futuro mais verde. Em parceria com a Claro, integramos o projeto Trilhos Verdes na Estação Morumbi Claro da linha 9 Esmeralda, que visa revitalizar ambientes internos e externos das estações amparadas pela ViaMobilidade. Esta é a terceira estação sustentável do Brasil em uma iniciativa liderada pela Eletromidia, equipada com energia limpa, reuso de água na limpeza da estação, tinta sustentável na revitalização e painéis informativos sobre economia de água e energia, desenvolvida com o apoio de marcas parceiras.

Além do nosso compromisso com a sustentabilidade, a tecnologia também é um pilar fundamental de de nossa estratégia. A plataforma Eletromidia ADS tem como objetivo principal facilitar o processo de planejamento e compra de mídia, aproximando a experiência ao que as marcas têm ao comprar mídia digital. No segundo trimestre, a plataforma ganhou novas funcionalidades, incluindo uma ferramenta de analytics para acompanhar o impacto das campanhas, a oficialização como canal principal para envio de criativos e a personalização de planos em tempo real. Essas melhorias tornam o segmento de OOH mais atraente para novas marcas e aumentam a atratividade para os anunciantes atuais.

Além do Eletromidia ADS, a plataforma Eletromidia Aqui também evoluiu no segundo trimestre, tornando a mídia OOH mais acessível para pequenas e médias empresas. A principal novidade foi a introdução de inteligência artificial como ferramenta de atendimento e vendas, otimizando o suporte ao cliente e o processo de vendas. O canal de vendas se tornou mais conhecido e contou com a recorrência de anunciantes anteriores. Outras melhorias incluem a parceria white label com redes de shoppings e a criação de uma equipe dedicada para reforçar as vendas nesse segmento. Também lançamos uma nova campanha para divulgar a ferramenta e focamos na educação da plataforma através de iniciativas como a "Trilha do Conhecimento" e "Aula de Especialista". Essas ações resultaram em um aumento de 130% nas receitas, 77% no número de campanhas e 57% no ticket médio em comparação ao trimestre anterior, destacando o segmento SMB como uma área crucial para a expansão da companhia, com um crescimento acumulado de 11x em relação ao ano anterior.

Encerramos o segundo trimestre de 2024 com avanços importantes em nossa estratégia e inovação tecnológica. Nossos esforços resultaram em melhorias nas receitas e campanhas, além de novas parcerias e funcionalidades em nossas plataformas. Continuamos dedicados a aprimorar nossas soluções e ampliar nossa presença no segmento de OOH, sempre buscando agregar valor para nossos clientes, parceiros e a sociedade como um todo. ”

**Alexandre Guerrero**

**CEO**



# Eventos Recentes

## S&P Eleva Rating da Eletromidia para brAA



Em 6 de junho de 2024, a S&P Global Ratings elevou o rating de crédito corporativo atribuído à Eletromidia de 'brA+' para 'brAA-' na escala nacional. A nova classificação também se estende para a 5ª emissão de debêntures. A perspectiva estável do rating indica uma expectativa de contínua expansão de escala, possibilitando maiores ganhos de rentabilidade e manutenção de índices de alavancagem e liquidez confortáveis.

Foi realizada a 5ª emissão de debêntures simples, não conversíveis em ações, da espécie quirografária, em série única, para distribuição pública. A Oferta foi composta por 800.000 debêntures, com valor nominal unitário de R\$1.000,00, e tem o prazo de 5 anos contados da data de emissão. Destacamos o uso dos recursos para pagamento de linhas de crédito anteriores, alongamento do prazo da dívida e redução das despesas de juros. Mais informações poderão ser obtidas oportunamente nos websites da CVM ([www.gov.br/cvm](http://www.gov.br/cvm)) e de Relações com Investidores da Companhia. (<http://www.ri.eletromidia.com.br>).

## 5ª Emissão de Debêntures



## Prêmio World OOH 2024: Abrigo Amigo



A World Out of Home Organization é a única associação global de Out of Home (OOH), trabalhando para promover e melhorar a indústria de OOH em nome de seus membros. Todos os anos a World OOH realiza uma premiação com o objetivo de destacar as principais iniciativas do ramo. Nesse contexto, A Eletromidia recebeu o prêmio exclusivo The Chair of Judges 2024 pelo projeto Abrigo Amigo.

A Eletromidia foi reconhecida no prêmio Institutional Investor, no segmento de Mídia, Tecnologia e Telecomunicações como a empresa mais honrada do setor. Também conquistamos o 1º lugar nas categorias de CEO, CFO, Profissional de RI e Time de RI em SmallCaps eleito pelos sell-sides. Nosso programa de RI, programa de ESG e Conselho de Administração também foram reconhecidos com o 1º lugar, reforçando o compromisso da Eletromidia em promover impacto positivo e transparência.

## Eletromidia destaque no ranking da Institutional Investor



# Rede de Painéis



A digitalização contínua em ruas, juntamente com o aumento de painéis em edifícios e transportes, resultou em 67,5 mil faces publicitárias no segundo trimestre de 2024.

No segundo trimestre de 2024, a Eletromidia consolidou seu crescimento estratégico, adicionando 3,3 mil painéis, o que representa um aumento de 5,1% em relação ao mesmo período do ano anterior. Essa performance é resultado da contínua implementação de sua estratégia de digitalização e expansão em diversos segmentos.

No segmento de Ruas, a Eletromidia intensificou sua presença com um crescimento de mais de 53% no portfólio de ativos digitais. Essa expansão se deu por meio da entrada em novas praças estratégicas, incluindo estações de compartilhamento de bicicletas em Curitiba, Porto Alegre, Belo Horizonte, Salvador e Florianópolis; abrigos de ônibus em Salvador, Fortaleza e Porto Alegre; e relógios de ruas em Salvador e Recife. A instalação de novos painéis digitais nas ruas de São Paulo também contribuiu para esse avanço.

A vertical de Edifícios também demonstrou um crescimento significativo, com a adição de aproximadamente 2,4 mil telas, totalizando 33,3 mil. Esse resultado foi impulsionado principalmente pela expansão da rede em edifícios residenciais, além do crescimento da base de edifícios comerciais.

Na vertical de Transportes, a Eletromidia expandiu sua presença principalmente com a instalação de novos contratos em locais estratégicos como o Aeroporto Santos Dumont e Terminal Gentileza.

O segmento de Shoppings manteve sua presença consolidada, com um total de 1.595 telas no segundo trimestre de 2024.

# de Painéis	2T24	2T23	Δ #	Δ %	1T24	Δ #	Δ %
<b>Edifícios</b>	<b>33.290</b>	<b>30.860</b>	<b>2.430</b>	<b>7,9%</b>	<b>32.654</b>	<b>636</b>	<b>1,9%</b>
Digital	33.290	30.860	2.430	7,9%	32.654	636	1,9%
<b>Ruas</b>	<b>5.945</b>	<b>5.929</b>	<b>16</b>	<b>0,3%</b>	<b>6.622</b>	<b>(677)</b>	<b>-10,2%</b>
Digital	1.884	1.227	657	53,5%	1.877	7	0,4%
Estático	4.061	4.702	(641)	-13,6%	4.745	(684)	-14,4%
<b>Shoppings</b>	<b>1.595</b>	<b>1.845</b>	<b>(250)</b>	<b>-13,6%</b>	<b>1.595</b>	<b>-</b>	<b>0,0%</b>
Digital	1.595	1.845	(250)	-13,6%	1.595	-	0,0%
<b>Transportes</b>	<b>26.651</b>	<b>25.565</b>	<b>1.086</b>	<b>4,2%</b>	<b>25.781</b>	<b>870</b>	<b>3,4%</b>
Digital	13.330	12.071	1.259	10,4%	12.287	1.043	8,5%
Estático	13.321	13.494	(173)	-1,3%	13.494	(173)	-1,3%
<b>Total</b>	<b>67.481</b>	<b>64.199</b>	<b>3.282</b>	<b>5,1%</b>	<b>66.652</b>	<b>829</b>	<b>1,2%</b>
Digital	50.099	46.003	4.096	8,9%	48.413	1.686	3,5%
Estático	17.382	18.196	(814)	-4,5%	18.239	(857)	-4,7%
<b>% Digital</b>	<b>74%</b>	<b>72%</b>			<b>73%</b>		
<b>% Estático</b>	<b>26%</b>	<b>28%</b>			<b>27%</b>		

# Indicadores Financeiros - Proforma

Tendo em vista o fim do Programa Emergencial de Retomada do Setor de Evento (“PERSE”) para o setor de mídia exterior em abril de 2023, do qual a Eletromidia era beneficiada, divulgamos abaixo as principais informações financeiras Consolidadas Proforma (não auditadas) da competência de 2023, sem o efeito positivo do PERSE, para efeitos reais de comparação com o resultado de 2024.

R\$ Mil (Proforma não auditado)	Proforma		Δ R\$	Δ %
	2T24	2T23		
Lucro Líquido Ajustado	35.680	25.102	10.578	42,1%
Margem Líquida Ajustada	14,3%	13,5%		+0,8 p.p

Essas informações financeiras consolidadas Proforma não auditadas são apresentadas exclusivamente a título informativo e não devem ser interpretadas como indicativo de futuras demonstrações financeiras consolidadas da Companhia. Além disso, informações adicionais não auditadas ou revisadas pela auditoria contidas neste material refletem a interpretação da Administração da Companhia sobre informações financeiras preparados conforme as práticas de mercado e para fins exclusivos de uma análise mais detalhada e específica dos resultados da Companhia. Dessa forma, tais considerações e dados adicionais devem ser também analisados e interpretados de forma independente pelos acionistas e agentes, que deverão fazer suas próprias análises e conclusões sobre os resultados aqui divulgados. Nenhum dado ou análise interpretativa de mercado realizada pela Administração da Companhia deve ser tratado como garantia de desempenho ou de resultado futuro.





# Receita Bruta

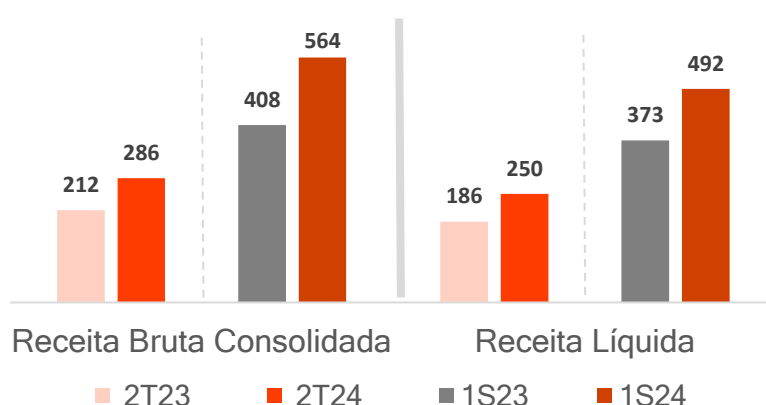
O segundo trimestre de 2024 (2T24) registrou um desempenho sólido, com a **Receita Bruta atingindo R\$ 286,2 milhões**, demonstrando um crescimento de 34,8% em comparação ao mesmo período do ano anterior. **A vertical de Ruas foi um dos destaques, atingindo R\$ 153,4 milhões no trimestre, um aumento de R\$ 58 milhões ou 60,8% em relação ao 2T23.** As verticais de Transportes e Shoppings também apresentaram resultados positivos, com crescimentos de 27,0% e 10,1% em relação ao mesmo período do ano anterior, respectivamente.

Considerando o acumulado do semestre, a **Receita Bruta alcançou R\$ 564,1 milhões**, evidenciando um aumento de 38,1% em comparação ao primeiro semestre de 2023. Esse desempenho foi impulsionado pelo crescimento consistente em todas as verticais da empresa.

R\$ Mil	2T24	2T23	Δ R\$	Δ %	1S24	1S23	Δ R\$	Δ %
Ruas	153.436	95.418	58.018	60,8%	293.400	191.779	101.621	53,0%
Transportes	71.234	56.079	15.156	27,0%	143.274	110.977	32.297	29,1%
Edifícios	38.831	40.230	(1.399)	-3,5%	87.744	70.508	17.237	24,4%
Shoppings	22.665	20.590	2.075	10,1%	39.638	35.040	4.598	13,1%
<b>Receita Bruta de Serviços</b>	<b>286.166</b>	<b>212.315</b>	<b>73.851</b>	<b>34,8%</b>	<b>564.056</b>	<b>408.301</b>	<b>155.755</b>	<b>38,1%</b>
(-) Impostos Incidentes	(35.444)	(24.496)	(10.948)	44,7%	(66.860)	(32.565)	(34.295)	105,3%
(-) Cancelamentos	(912)	(1.619)	707	-43,7%	(5.283)	(2.537)	(2.746)	108,2%
<b>Receita Operacional Líquida</b>	<b>249.810</b>	<b>186.200</b>	<b>63.610</b>	<b>34,2%</b>	<b>491.913</b>	<b>373.199</b>	<b>118.714</b>	<b>31,8%</b>
(-) Custos Serviços Prestados	(143.388)	(113.263)	(30.125)	26,6%	(268.076)	(229.565)	(38.511)	16,8%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>106.422</b>	<b>72.937</b>	<b>33.485</b>	<b>45,9%</b>	<b>223.837</b>	<b>143.634</b>	<b>80.203</b>	<b>55,8%</b>
<i>Margem Bruta</i>	<i>42,6%</i>	<i>39,2%</i>		<i>+3,4 p.p</i>	<i>45,5%</i>	<i>38,5%</i>		<i>+7,0 p.p</i>

A Receita Líquida no segundo trimestre de 2024 (2T24) atingiu R\$ 249,8 milhões, um crescimento de 34,2% em relação ao mesmo período do ano anterior. Esse resultado reflete as iniciativas estratégicas implementadas ao longo dos últimos meses.

O crescimento foi alcançado por uma combinação de fatores, dentre eles: aumento no número de painéis, novas concessões, parcerias e projetos estratégicos. Destacamos a digitalização de ativos em ruas, o aprimoramento da estratégia comercial, a expansão para novas praças e a maturação dos investimentos realizados. Essas iniciativas fortaleceram nossa presença e relevância no mercado de OOH, refletindo um desempenho positivo no trimestre.

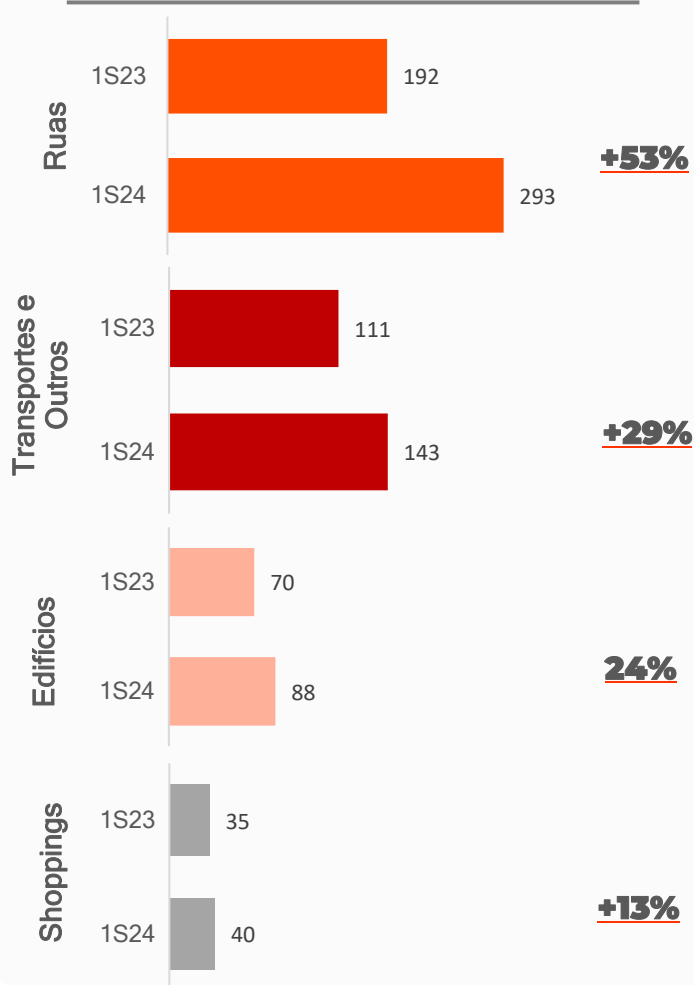


\* Em virtude do aprimoramento dos controles internos, procedemos com a reavaliação da distribuição dos resultados obtidos com vendas programáticas por verticais no decorrer do ano de 2023.

# Desempenho da Receita Bruta por vertical

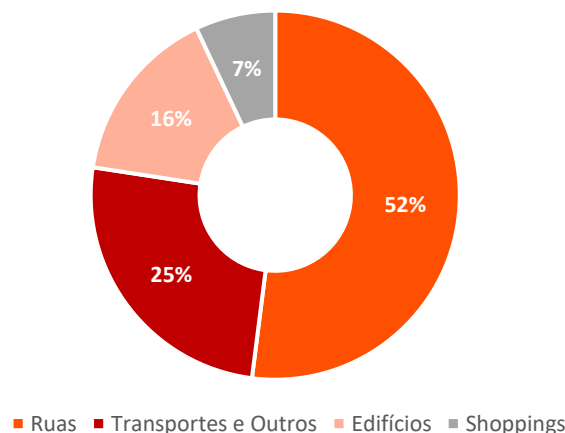
Crescimento contínuo no semestre em todas as verticais de atuação.

## Verticais

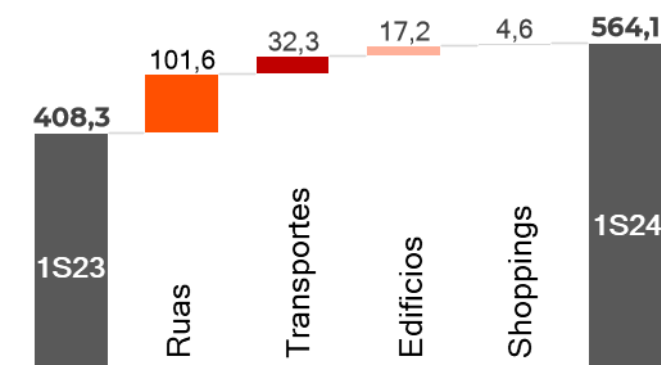


Valores em R\$ milhões

## Composição da Receita



## Desempenho no semestre



Valores em R\$ mil

## Ruas

A vertical de Ruas demonstrou um crescimento no segundo trimestre de 2024 (2T24), atingindo R\$ 153,4 milhões em receita, um aumento de R\$ 58,0 milhões ou 60,8% em relação ao mesmo período de 2023. Esse desempenho foi devido principalmente à expansão para novas praças, digitalização de ativos em ruas, aprimoramento da estratégia comercial e a maturação dos investimentos realizados.



## Transportes



A vertical de Transportes registrou um crescimento de 27,0% no segundo trimestre, atingindo R\$ 71,2 milhões em receita, um aumento de R\$ 15,1 milhões em relação ao mesmo período de 2023. Esse crescimento é atribuído principalmente à melhoria do fluxo de passageiros em aeroportos, digitalização de ativos em contratos selecionados e início da operação nas novas concessões em trilhos e aeroportos.

## Edifícios

A vertical de Edifícios registrou uma receita de R\$ 38,8 milhões no trimestre. Apesar de uma variação negativa em relação ao mesmo período de 2023, a vertical de Edifícios apresentou um crescimento de 24,4% no acumulado do semestre em comparação com o ano anterior. Esse crescimento semestral foi devido, entre outros fatores, ao aumento no volume de veiculação de venda programática durante o período.



## Shoppings



A vertical de Shoppings registrou um crescimento de 10,1% no segundo trimestre de 2024, atingindo R\$ 22,7 milhões em receita, um aumento de R\$ 2,1 milhões em relação ao mesmo período de 2023. Esse resultado reflete a performance positiva do setor, que se mantém aquecido, combinada com o desempenho consistente da empresa na vertical.

# Custos

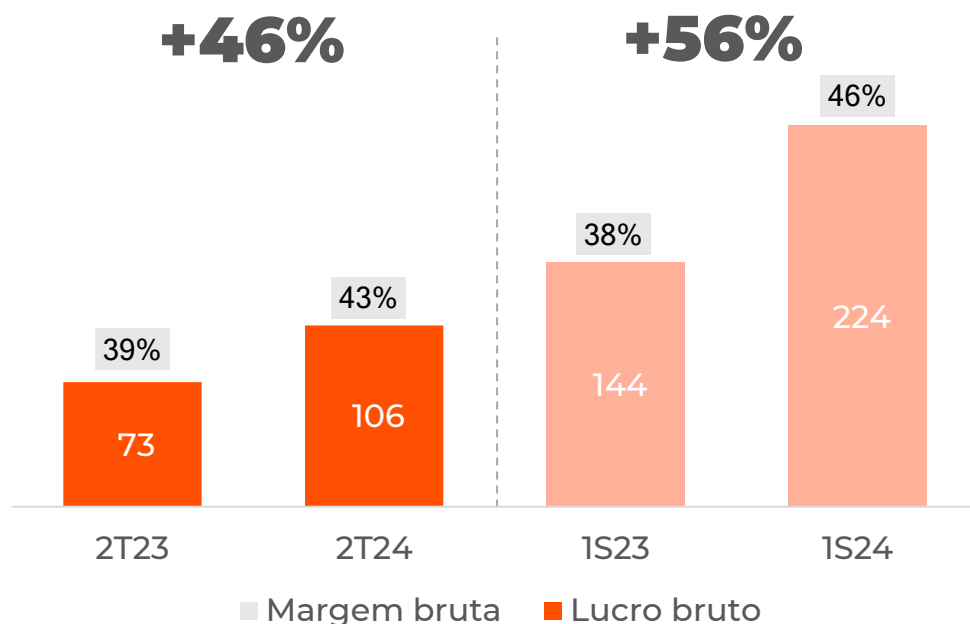
Os Custos dos Serviços Prestados no segundo trimestre de 2024 (2T24) chegaram a R\$ 143,4 milhões, representando um aumento de 26,6% em relação ao mesmo período do ano anterior (R\$ 30,1 milhões). Esse crescimento é impulsionado, principalmente, pelos custos variáveis, diretamente relacionados ao aumento do volume de vendas, como comissões e repasses. Os custos fixos também contribuíram para o aumento, impulsionados pelas operações em novas praças. Os custos representaram 57,4% da Receita Líquida no 2T24, em comparação com 60,8% no 2T23, refletindo a estratégia de racionalização de contratos com maior alavancagem operacional.

No primeiro semestre de 2024, os Custos Ajustados dos Serviços Prestados totalizaram R\$ 268,1 milhões, representando um aumento de 16,8% em relação ao mesmo período do ano anterior, impulsionados pelos mesmos fatores mencionados acima.

# Lucro Bruto

O segundo trimestre de 2024 (2T24) registrou um Lucro Bruto de R\$ 106,4 milhões, representando um crescimento de 45,9% em relação ao mesmo período do ano anterior. A Margem Bruta Ajustada alcançou 42,6%, um aumento de 3,4 pontos percentuais em comparação com os 39,2% do segundo trimestre de 2023.

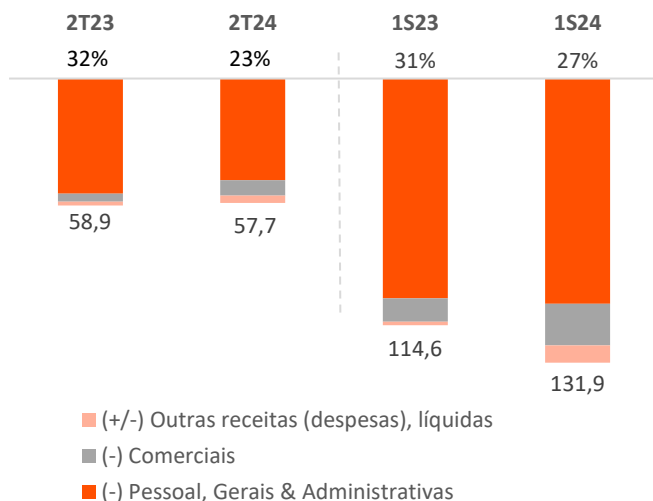
No acumulado do primeiro semestre de 2024 (1S24), a Companhia registrou um Lucro Bruto Ajustado de R\$ 223,8 milhões, refletindo um crescimento de 55,8% em relação ao primeiro semestre de 2023. A Margem Bruta Ajustada atingiu 45,5%, um aumento de 7,0 pontos percentuais em relação à margem de 38,5% do 1S23.



Valores em R\$ milhões

# Despesas Operacionais

R\$ Mil	2T24	2T23	Δ R\$	Δ %	1S24	1S23	Δ R\$	Δ %
(-) Pessoal, Gerais & Administrativas	(47.160)	(53.483)	6.323	-11,8%	(104.561)	(102.009)	(2.552)	2,5%
(-) Comerciais	(7.192)	(3.610)	(3.582)	99,2%	(19.379)	(10.875)	(8.504)	78,2%
(+/-) Outras receitas (despesas), líquidas	(3.395)	(1.780)	(1.615)	90,7%	(8.002)	(1.701)	(6.301)	370,4%
<b>Total Despesas operacionais</b>	<b>(57.747)</b>	<b>(58.873)</b>	<b>1.126</b>	<b>-1,9%</b>	<b>(131.942)</b>	<b>(114.585)</b>	<b>(17.357)</b>	<b>15,1%</b>
<i>Despesas sobre Receita Líquida</i>	<i>23,1%</i>	<i>31,6%</i>		<i>-8,5 p.p</i>	<i>26,8%</i>	<i>30,7%</i>		<i>-3,9 p.p</i>



Valores em R\$ milhões

As Despesas Operacionais no segundo trimestre de 2024 (2T24) atingiram R\$ 57,7 milhões, registrando uma redução de 1,9% em relação ao mesmo período do ano anterior. No primeiro semestre de 2024 (1S24), as Despesas Operacionais totalizaram R\$ 131,9 milhões, representando um crescimento de 15,1% em relação ao primeiro semestre de 2023.

As Despesas Gerais e Administrativas apresentaram uma redução de 11,8% no segundo trimestre de 2024 em comparação com o mesmo período de 2023, explicado pela finalização da amortização de intangível identificado (R\$ 5,1 milhões) de empresa adquirida, amortizados em 2023, e manteve-se praticamente em linha comparado ao primeiro semestre de 2023 explicado pelo mesmo motivo (R\$ 9,3 milhões), atenuada principalmente pela folha de pagamento, refletindo a expansão do quadro de funcionários, especialmente nas equipes das novas localidades onde novas operações foram iniciadas, despesas relacionadas às novas praças e projetos de tecnologia.

As Despesas Comerciais registraram um aumento de 99,2% no segundo trimestre de 2024, totalizando R\$ 7,2 milhões. Esse crescimento está principalmente relacionado ao crescimento das despesas variáveis comerciais (comissões) e de marketing, impulsionados pelo crescimento da receita e da operação no período. No primeiro semestre de 2024, essas despesas acumularam R\$ 19,4 milhões, representando um aumento de 78,2% em relação ao primeiro semestre de 2023, impulsionado pelos mesmos fatores mencionados acima.



# Depreciação e Amortização

Os Custos associados a Depreciação e Amortização no segundo trimestre de 2024 (2T24) totalizaram R\$ 30,5 milhões, representando uma redução de 14,2% em relação ao mesmo período do ano anterior. Explicado pela finalização da amortização do PPA de empresa adquirida, amortizados em 2023. No acumulado do ano, atingiu R\$ 60,6 milhões, uma redução de 13,7% em relação ao primeiro semestre de 2023 (1S23) pelos mesmos motivos mencionados.

## EBITDA Ajustado

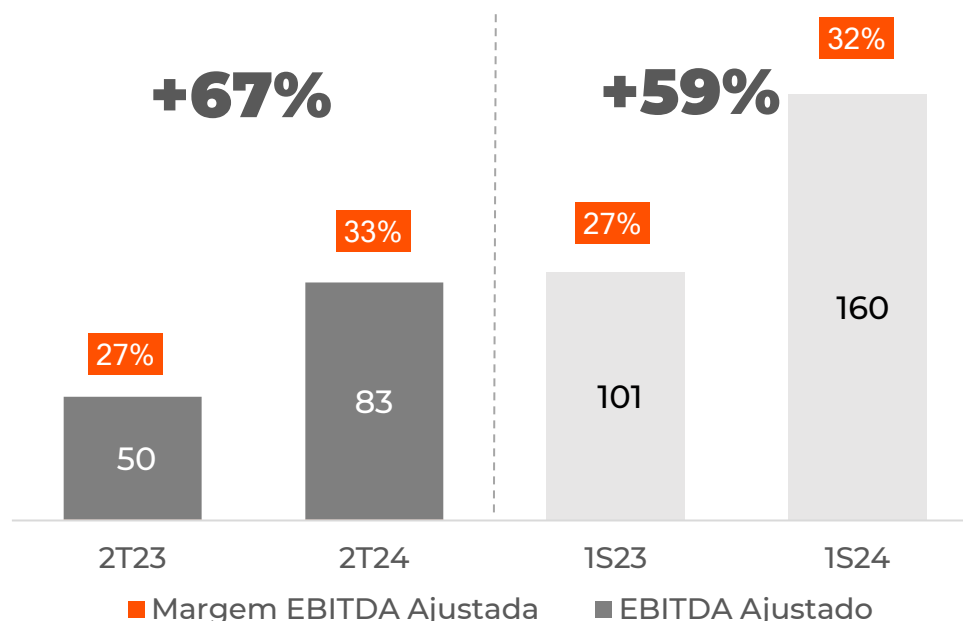
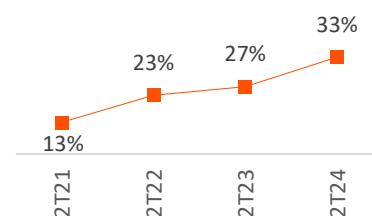
No segundo trimestre de 2024 (2T24), a Companhia registrou um EBITDA Ajustado de R\$ 83,4 milhões, um crescimento de 66,6% em relação ao mesmo período do ano anterior (R\$ 50 milhões). A Margem EBITDA Ajustada alcançou 33,4%, uma expansão de 6,5 pontos percentuais.

No acumulado do primeiro semestre de 2024 (1S24), o EBITDA Ajustado totalizou R\$ 160 milhões, representando um crescimento de 58,9% (R\$ 59,2 milhões) em relação ao mesmo período de 2023, com uma margem de 32,5%.

# +67%

vs. 2T23

Margem EBITDA Ajustada



Valores em R\$ milhões

# Reconciliação EBITDA Ajustado

R\$ Mil	2T24	2T23	Δ R\$	Δ %	1S24	1S23	Δ R\$	Δ %
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido</b>	<b>8.701</b>	<b>18.618</b>	<b>(9.917)</b>	<b>-53,3%</b>	<b>38.655</b>	<b>7.400</b>	<b>31.255</b>	<b>422,3%</b>
(+/-) Resultado Financeiro Líquido	36.488	21.482	15.006	69,9%	62.827	53.355	9.472	17,8%
(+/-) IRPJ & CSLL	3.486	(26.036)	29.522	-113,4%	(9.587)	(31.706)	22.119	-69,8%
(+/-) Depreciação & Amortização	30.491	35.534	(5.043)	-14,2%	60.624	70.285	(9.661)	-13,7%
<b>EBITDA (IN CVM 527/09)</b>	<b>79.166</b>	<b>49.598</b>	<b>29.568</b>	<b>59,6%</b>	<b>152.519</b>	<b>99.334</b>	<b>53.185</b>	<b>53,5%</b>
(+/-) Despesas Combinação de Negócios	-	91	(91)	-100,0%	-	91	(91)	-100,0%
(+/-) Despesas de Planos de Incentivo de Longo Prazo ("ILP")	3.744	309	3.435	1111,6%	6.946	626	6.320	1009,4%
(+/-) Outros não recorrentes	489	49	440	898,0%	489	621	(132)	-21,2%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>83.399</b>	<b>50.047</b>	<b>33.352</b>	<b>66,6%</b>	<b>159.954</b>	<b>100.672</b>	<b>59.282</b>	<b>58,9%</b>
<i>Margem EBITDA Ajustada</i>	<i>33,4%</i>	<i>26,9%</i>	<i>+6,5 p.p</i>		<i>32,5%</i>	<i>27,0%</i>	<i>+5,5 p.p</i>	

A Companhia opta por apresentar seu EBITDA Ajustado, excluindo receitas e despesas operacionais não recorrentes, com o objetivo de refletir a geração recorrente de caixa operacional da empresa. Os ajustes realizados para essa medida incluem despesas relacionadas a diligências com assessores legais e financeiros, vinculadas às oportunidades de negócio avaliadas pela empresa, despesas relacionadas à concessão de opções de compra de ações e ações restritas provisionadas durante o período, e a reversão de provisões decorrentes da adaptação de critérios contábeis referentes a aquisições, resultando em um débito não recorrente.

## Resultado Financeiro Líquido

R\$ Mil	2T24	2T23	Δ R\$	Δ %	1S24	1S23	Δ R\$	Δ %
(+) Receitas Financeiras	12.802	7.283	5.519	75,8%	22.927	15.320	7.607	49,7%
(-) Despesas Financeiras	(49.290)	(28.765)	(20.525)	71,4%	(85.754)	(68.675)	17.079	24,9%
<b>Total resultado financeiro líquido</b>	<b>(36.488)</b>	<b>(21.482)</b>	<b>(15.006)</b>	<b>69,9%</b>	<b>(62.827)</b>	<b>(53.355)</b>	<b>(9.472)</b>	<b>17,8%</b>

No segundo trimestre de 2024 (2T24), a Eletromidia registrou um Resultado Financeiro de R\$ 36,5 milhões, representando um aumento de R\$ 15 milhões em relação ao mesmo período do ano anterior. Esse crescimento é impulsionado principalmente pelos custos de liquidação antecipada de contratos de debêntures e empréstimos, decorrentes da emissão de novas debêntures.

No primeiro semestre de 2024 (1S24), o Resultado Financeiro totalizou R\$ 62,8 milhões, um aumento de 17,8% em relação ao mesmo período de 2023. Essa variação é explicada principalmente pelos custos de liquidação antecipada de debêntures e empréstimos, compensados em parte pelos rendimentos positivos de aplicações financeiras, impulsionados pelo maior volume de caixa no período.

# Lucro Líquido Ajustado

R\$ Mil	2T24	2T23	Δ R\$	Δ %	1S24	1S23	Δ R\$	Δ %
<b>Lucro Líquido</b>	<b>8.701</b>	<b>18.618</b>	<b>(9.917)</b>	<b>-53,3%</b>	<b>38.655</b>	<b>7.400</b>	<b>31.255</b>	<b>422,3%</b>
<i>Margem Líquida</i>	<i>3,5%</i>	<i>10,0%</i>		<i>-6,5 p.p</i>	<i>7,9%</i>	<i>2,0%</i>		<i>+5,9 p.p</i>
(+/-) Ajustes EBITDA	4.233	449	3.784	842,7%	7.435	1.338	6.097	455,8%
(+/-) Amortizações PPA	9.671	14.792	(5.121)	-34,6%	19.345	28.639	(9.294)	-32,5%
(+/-) Baixa de Imposto Não recorrente	-	-	-	-	(20.744)	-	(20.744)	-
(+/-) Custo de Antecipação de Debêntures	13.075	-	13.075	-	13.075	-	13.075	-
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>35.680</b>	<b>33.859</b>	<b>1.821</b>	<b>5,4%</b>	<b>57.767</b>	<b>37.377</b>	<b>20.389</b>	<b>54,6%</b>
<i>Margem Líquida Ajustada</i>	<i>14,3%</i>	<i>18,2%</i>		<i>-3,9 p.p</i>	<i>11,7%</i>	<i>10,0%</i>		<i>+1,7 p.p</i>

Lucro Líquido Ajustado, com crescimento de

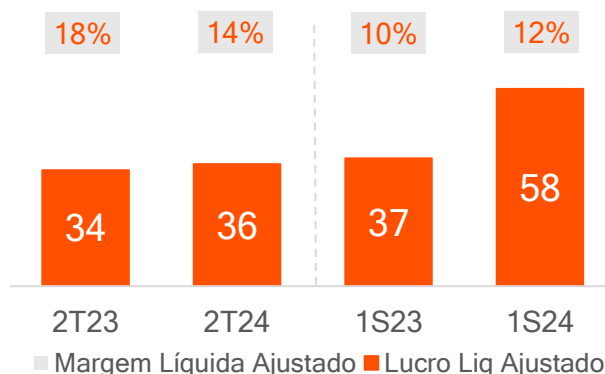
# 55%

vs 1S23

No segundo trimestre de 2024 (2T24), o Lucro Líquido Ajustado atingiu R\$ 35,7 milhões, representando um crescimento de 5,4% (R\$ 1,8 milhões) em relação ao mesmo período do ano anterior. A Margem Líquida Ajustada no 2T24 foi de 14,3%, uma redução de 3,9 pontos percentuais em relação à Margem Líquida Ajustada de 18,2% registrada no 2T23. Excluindo o efeito do PERSE comentados na seção “Indicadores Financeiros - Proforma”, o crescimento no período foi de 42,1% considerando bases comparáveis.

O Lucro Líquido Ajustado da Companhia é calculado a partir do Lucro Líquido, excluindo certos itens, conforme descrito na seção de reconciliação do EBITDA Ajustado. Em 2024, a Companhia também constituiu as provisões temporárias de curto prazo, após a descontinuação do programa PERSE em 2023.

No segundo trimestre de 2024 (2T24), o Lucro Líquido Ajustado atingiu R\$ 35,7



# Fluxo de Caixa

R\$ Mil	2T24	2T23	Δ R\$	Δ %	1S24	1S23	Δ R\$	Δ %
<b>Saldo Inicial</b>	<b>268.233</b>	<b>205.349</b>	<b>62.884</b>	<b>30,6%</b>	<b>487.054</b>	<b>168.821</b>	<b>318.233</b>	<b>188,5%</b>
(+/-) Caixa Operacional excl. juros e fees pagos	50.897	45.101	5.796	12,9%	168.247	159.110	9.137	5,7%
(+/-) Juros e fees pagos	(27.824)	(5.216)	(22.608)	433,4%	(93.955)	(49.255)	(44.700)	90,8%
(+/-) Caixa Líquido Operacional	23.073	39.885	(16.812)	-42,2%	74.292	109.855	(35.563)	-32,4%
(+/-) Caixa Líquido Investimento	(28.360)	(48.062)	19.702	-41,0%	(53.763)	(104.595)	50.832	-48,6%
(+/-) Caixa Líquido Financiamento	72.729	111.614	(38.885)	-34,8%	(171.908)	134.705	(306.613)	-
<b>Saldo Final</b>	<b>335.675</b>	<b>308.786</b>	<b>26.889</b>	<b>8,7%</b>	<b>335.675</b>	<b>308.786</b>	<b>26.889</b>	<b>8,7%</b>
<i>Geração Líquida de Caixa</i>	<i>67.442</i>	<i>103.437</i>	<i>(35.995)</i>	<i>-34,8%</i>	<i>(151.379)</i>	<i>139.965</i>	<i>(291.344)</i>	<i>-208,2%</i>

No segundo trimestre de 2024 (2T24), a Companhia gerou R\$ 50,9 milhões em Caixa Operacional antes do pagamento de juros e fees, equivalente a aproximadamente 61% do EBITDA Ajustado do período. No semestre, totalizou R\$ 168,2 milhões, ou 105% do EBITDA Ajustado semestral. Os principais impactos do período estão relacionados aos maiores impostos pagos no período dado a finalização do incentivo relacionado ao programa PERSE, à utilização dos recebimentos antecipados, adiantamento de fornecedores com deslocamento entre os trimestres do ano e



pagamento do plano de participação nos resultados aos funcionários. Em relação aos juros pagos e fees, o principal impacto veio da liquidação antecipada das debêntures e empréstimos.

No segundo trimestre, os Investimentos totais atingiram R\$ 28,4 milhões, destinados principalmente à aquisição de painéis digitais para a instalação de novas concessões em áreas urbanas, à digitalização de ativos existentes e à aquisição de novos ativos em Elevadores.

As reduções nas movimentações do Caixa de Financiamento em relação ao ano passado se devem às captações de linhas de crédito realizadas em 2023 e os dividendos de R\$ 12 milhões pagos no período.

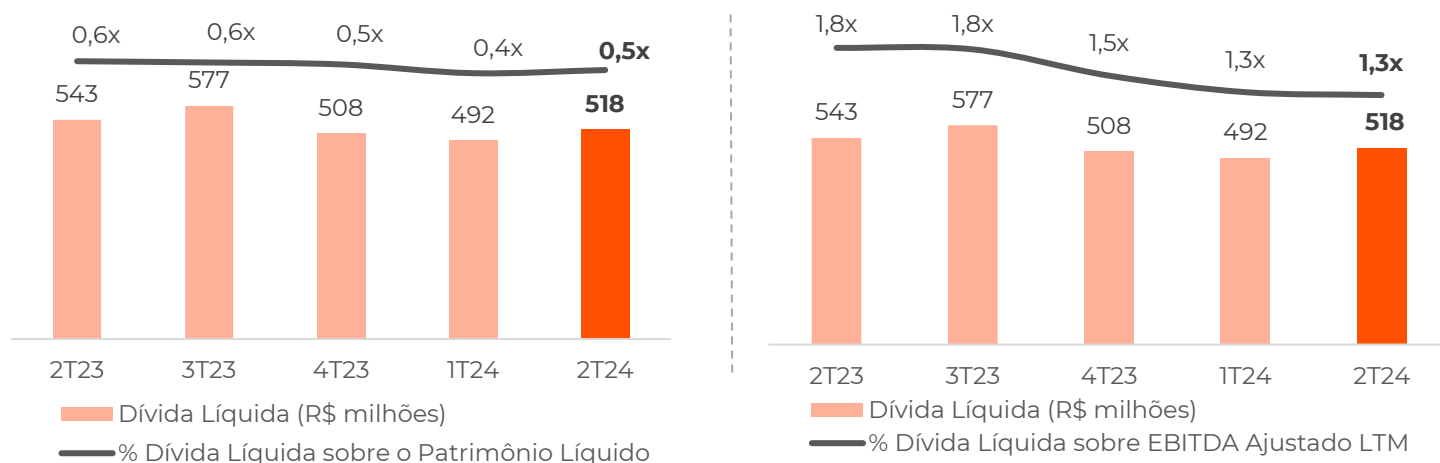
## Endividamento

R\$ Mil	2T24	2T23	Δ R\$	Δ %
<b>Empréstimos &amp; Financiamentos</b>				
(+) Debêntures	800.231	458.857	341.374	74,4%
(+) Empréstimos & Financiamentos	11.357	344.449	(333.092)	-96,7%
(+) Passivo de Arrendamento	42.441	48.653	(6.212)	-12,8%
<b>Dívida Bruta</b>	<b>854.029</b>	<b>851.959</b>	<b>2.070</b>	<b>0,2%</b>
(-) Caixa e equivalentes de caixa	(335.675)	(308.786)	(26.889)	-8,7%
<b>Dívida Líquida</b>	<b>518.354</b>	<b>543.173</b>	<b>(24.819)</b>	<b>-4,6%</b>
<b>Patrimônio Líquido</b>	<b>1.081.934</b>	<b>963.168</b>	<b>118.766</b>	<b>12,3%</b>
Dívida Líquida sobre Patrimônio Líquido	0,5x	0,6x		
Dívida Líquida sobre EBITDA Ajustado LTM	1,3x	1,8x		

No segundo trimestre de 2024 (2T24), a Dívida Bruta da empresa totalizou R\$ 854 milhões, apresentando uma variação de 0,2% em relação ao mesmo período do ano anterior.

Em junho de 2024, a empresa realizou uma nova emissão de debêntures no valor de R\$ 800 milhões. Os recursos foram utilizados para a liquidação antecipada de debêntures e empréstimos anteriores, com o objetivo de alongar o prazo médio do financiamento e reduzir os custos de juros. Esse movimento explica a variação nas Debêntures e Empréstimos e Financiamentos.

A Dívida Líquida totalizou R\$ 518,4 milhões no período, um redução de 4,6% em comparação com o mesmo período do ano anterior, explicado principalmente pela geração de caixa positiva do período.



# Anexos

## Anexo I – Demonstração do Resultado do Exercício

R\$ Mil	2T24	2T23	Δ R\$	Δ %	1S24	1S23	Δ R\$	Δ %
<b>Receita Bruta de Serviços</b>	<b>286.166</b>	<b>212.315</b>	<b>73.851</b>	<b>34,8%</b>	<b>564.056</b>	<b>408.301</b>	<b>155.755</b>	<b>38,1%</b>
(-) Impostos incidentes	(35.444)	(24.496)	(10.948)	-44,7%	(66.860)	(32.565)	(34.295)	-105,3%
(-) Cancelamentos	(912)	(1.619)	707	43,7%	(5.283)	(2.537)	(2.746)	-108,2%
<b>Receita Líquida</b>	<b>249.810</b>	<b>186.200</b>	<b>63.610</b>	<b>34,2%</b>	<b>491.913</b>	<b>373.199</b>	<b>118.714</b>	<b>31,8%</b>
(-) Custos Serviços Prestados	(143.388)	(113.263)	(30.125)	-26,6%	(268.076)	(229.565)	(38.511)	-16,8%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>106.422</b>	<b>72.937</b>	<b>33.485</b>	<b>45,9%</b>	<b>223.837</b>	<b>143.634</b>	<b>80.203</b>	<b>55,8%</b>
<i>Margem Bruta</i>	<i>42,6%</i>	<i>39,2%</i>		<i>+3,4 p.p</i>	<i>45,5%</i>	<i>38,5%</i>		<i>+7,0 p.p</i>
(-) Pessoal, Gerais & Administrativas	(47.160)	(53.483)	6.323	11,8%	(104.561)	(102.009)	(2.552)	-2,5%
(-) Comerciais	(7.192)	(3.610)	(3.582)	-99,2%	(19.379)	(10.875)	(8.504)	-78,2%
(+/-) Outras receitas (despesas), líquidas	(3.395)	(1.780)	(1.615)	-90,7%	(8.002)	(1.701)	(6.301)	-370,4%
(+/-) Resultado Financeiro Líquido	(36.488)	(21.482)	(15.006)	-69,9%	(62.827)	(53.355)	(9.472)	-17,8%
<b>Lucro (Prejuízo) Antes dos Impostos</b>	<b>12.187</b>	<b>(7.418)</b>	<b>19.605</b>	<b>264,3%</b>	<b>29.068</b>	<b>(24.306)</b>	<b>53.374</b>	<b>219,6%</b>
(+/-) IRPJ & CSLL	(3.486)	26.036	(29.522)	-113,4%	9.587	31.706	(22.119)	-69,8%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>8.701</b>	<b>18.618</b>	<b>(9.917)</b>	<b>-53,3%</b>	<b>38.655</b>	<b>7.400</b>	<b>31.255</b>	<b>422,3%</b>
<i>Margem Líquida</i>	<i>3,5%</i>	<i>10,0%</i>		<i>-6,5 p.p</i>	<i>7,9%</i>	<i>2,0%</i>		<i>+5,9 p.p</i>

Inovação e encantamento

# Em movimento



# Anexo II - Balanço Patrimonial

R\$ Mil	2T24	2T23	Δ %
<b>Ativo Circulante</b>			
Caixa e equivalentes de caixa	335.675	308.786	8,7%
Contas a receber	203.610	153.500	32,6%
Adiantamentos	13.334	12.950	3,0%
Tributos a Recuperar	32.520	22.553	44,2%
Outros	6.642	12.352	-46,2%
<b>Total Ativo Circulante</b>	<b>591.781</b>	<b>510.141</b>	<b>16,0%</b>
<b>Ativo Realizável a Longo Prazo</b>			
Aplicações Financeiras	17.906	23.900	-25,1%
Impostos Diferidos	134.051	138.939	-3,5%
Depósitos judiciais	4.808	4.613	4,2%
Outros	10.993	8.202	34,0%
Imobilizado	430.879	360.131	19,6%
Intangível	1.088.604	1.143.754	-4,8%
Direito de uso	37.193	46.030	-19,2%
<b>Total Ativo Não Circulante</b>	<b>1.724.434</b>	<b>1.725.569</b>	<b>-0,1%</b>
<b>Total Ativo</b>	<b>2.316.215</b>	<b>2.235.710</b>	<b>3,6%</b>
<b>Passivo Circulante</b>			
Fornecedores	140.217	141.546	-0,9%
Empréstimos e financiamentos	14.689	405.023	-96,4%
Obrigações trabalhistas	35.711	24.878	43,5%
Obrigações tributárias	26.388	16.278	62,1%
Adiantamentos	79.993	58.874	35,9%
Outros	48.701	46.734	4,2%
<b>Total Passivo Circulante</b>	<b>345.699</b>	<b>693.333</b>	<b>-50,1%</b>
<b>Passivo Não Circulante</b>			
Empréstimos e financiamentos	839.340	446.936	87,8%
Contas a pagar pela Aquis. de Invest. LP	9.168	51.374	-82,2%
Provisão para contingências	12.803	12.722	0,6%
Outras obrigações LP	24.857	62.673	-60,3%
Outros	40.074	80.899	-50,5%
<b>Total Passivo Não Circulante</b>	<b>888.582</b>	<b>579.209</b>	<b>53,4%</b>
<b>Total Passivo</b>	<b>1.234.281</b>	<b>1.272.542</b>	<b>-3,0%</b>
<b>Patrimônio Líquido</b>			
Capital social	218.062	218.062	0,0%
Reserva de capital	653.064	642.403	1,7%
Ações em tesouraria	(8.107)	(10.366)	21,8%
Prejuízos acumulados	-	(55.051)	100,0%
Lucro (Prejuízo) do período	26.377	(2.041)	1392,4%
Atrib. aos acionistas não controladores	192.538	170.161	13,2%
<b>Total Patrimônio Líquido</b>	<b>1.081.934</b>	<b>963.168</b>	<b>12,3%</b>
<b>Total Passivo e Patrimônio Líquido</b>	<b>2.316.215</b>	<b>2.235.710</b>	<b>3,6%</b>

# Anexo III - Fluxo de Caixa

R\$ Mil	2T24	2T23	Δ %
<b>Lucro líquido (prejuízo) antes dos tributos</b>	<b>12.187</b>	<b>(7.418)</b>	
<b>Ajustes</b>			
Encargos financeiros e variação cambial sobre empréstimos, financiamentos, debêntures e arrendamentos	24.198	15.291	58,2%
Depreciação e amortização	30.491	35.534	-14,2%
Baixa de ativos imobilizado e intangível	(1.855)	7.232	-125,6%
Plano de opção de ações	3.063	(1.174)	-
Perda (ganho) com o valor justo de instrumentos financeiros derivativos	636	9.900	-93,6%
Provisão PLR	4.837	1.727	180,1%
Outros	10.409	3.958	163,0%
<b>Variações de ativos e passivos</b>	<b>(31.287)</b>	<b>(16.360)</b>	<b>91,2%</b>
Contas a receber	27.277	3.074	-
Tributos a recuperar	(9.824)	(5.282)	86,0%
Adiantamentos a fornecedores	(1.769)	(691)	-
Outros ativos	1.035	(119)	-
Fornecedores	(4.766)	9.641	-149,4%
Obrigações trabalhistas	(16.291)	(15.961)	2,1%
Obrigações tributárias	3.003	7.222	-58,4%
Receita diferida	-	(14.255)	-100,0%
Adiantamento de clientes	(29.952)	11	-
<b>Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais</b>	<b>52.679</b>	<b>48.690</b>	<b>8,2%</b>
Imposto de renda e contribuição social pagos	(6.828)	(3.589)	90,2%
(+/-) Juros	(22.778)	(5.216)	-
<b>Caixa líquido gerado pelas (aplicado nas) atividades operacionais</b>	<b>23.073</b>	<b>39.885</b>	<b>-42,2%</b>
Aquisição de investimento	(2.000)	4.824	-141,5%
Aplicação financeira restrita	(424)	(693)	-38,8%
Aquisição de imobilizado e intangível	(25.936)	(52.193)	-50,3%
<b>Caixa líquido aplicado nas atividades de investimentos</b>	<b>(28.360)</b>	<b>(48.062)</b>	<b>-41,0%</b>
<b>Caixa líquido gerado pelas (aplicado nas) atividades de financiamentos</b>	<b>72.729</b>	<b>111.614</b>	<b>-34,8%</b>
<b>Aumento (redução) líquido de caixa</b>	<b>67.442</b>	<b>103.437</b>	<b>-34,8%</b>
Caixa no início do período	268.233	205.349	30,6%
Caixa no final do período	335.675	308.786	8,7%

# Glossário

## A

**Abrigos:** Os abrigos de ônibus são estruturas construídas para dar conforto a audiência de determinado lugar e serem um ponto de ativos. Fazem parte do Mobiliário Urbano e são projetados para nossas concessões.

**Addressable market:** mercado endereçável.

**Ads:** “Ads” ou “Advertising” significam, em tradução livre, “Anúncios”.

**ADTV:** (Average Daily Trading Volume): Volume Médio de Negociações Diárias.

**Alcance:** Total de pessoas únicas que passaram por um local onde estava a campanha.

**Ativos:** Os ativos da Eletromídia são as telas, painéis e mobiliários urbanos que comportam nossos anúncios.

## B

**B2B:** Business-to-business é um modelo de negócio em que o cliente final é outra empresa

**B2C:** Business-to-consumer é o comércio efetuado diretamente entre a empresa produtora, vendedora ou prestadora de serviços e o consumidor final.

## C

**Concessão:** Concessão pública trata-se de um contrato firmado entre uma empresa privada e a administração pública para que a empresa realize algum serviço público em prol de benefícios econômicos.

**CPM Impacto:** Custo do impacto por cada vez que mil pessoas passaram por algum local com campanha = investimento / impacto.

**CPP:** Custo por ponto: investimento / por alcance do ponto de GRP

## D

**DSP:** Demand Side Platform. plataforma utilizada para comprar publicidade digital de forma automatizada e direcionada onde o

anunciante consegue segmentar seu público-alvo e otimizar suas campanhas.

## E

**Earn-out:** é uma parcela correspondente ao pagamento da parte do preço de aquisição de uma empresa e vinculada aos resultados futuros da empresa adquirida.

**EBITDA:** (Earning Before Interest, Tax, Depreciation and Amortization): sigla em inglês para denominar LAJIDA (Lucro Antes dos Juros, Impostos de Renda e Contribuição Social sobre o Lucro, Depreciação e Amortização). É uma medição não contábil elaborada pela Companhia, que consiste no lucro líquido do exercício ou do período, acrescido das receitas e despesas financeiras, pelo imposto de renda e contribuição social e pelo custo e despesa de depreciação e amortização.

**Edifícios:** Edifícios são prédios comerciais ou residenciais que possuem grande circulação de pessoas e, nesse caso, possuem telas da Eletromídia.

**ESG:** (Environmental, Social and Governance): ambiental, social e governança.

## F

**Frequência:** Quantidade média de vezes que cada pessoa passou pela mídia

## G

**GRP:** Gross Rating Points: pontos de audiência bruta, baseado na segmentação geral

## I

**IBOV:** (Índice Bovespa): é o mais importante indicador do desempenho médio das cotações das ações negociadas na B3 - Brasil, Bolsa, Balcão.

**Impactos:** Número total de pessoas que passaram pelos locais com campanhas x frequência que passaram = Total de impactos

**IPO:** Oferta pública inicial é um tipo de oferta pública em que as ações de uma empresa são

vendidas ao público em geral numa bolsa de valores pela primeira vez. É o processo pelo qual uma empresa se torna uma empresa de capital aberto.

## L

**LGPD:** (Lei Geral de Proteção de Dados)

## M

**Margem de contribuição:** representa o quanto a venda de um produto ou serviço contribui para a cobertura dos custos inerentes à produção comercialização daquele produto ou serviço.

**Mobiliário Urbano:** Mobiliários Urbanos são equipamentos e objetos instalados em espaços públicos disponíveis para o uso da população ou suporte dos serviços da cidade. Bancos, abrigos de ônibus, relógios, lixeiras e postes de sinalização são alguns exemplos.

## O

**ONU:** Organização das Nações Unidas.

**OOH:** "Out Of Home" é o nome do segmento de mídia cuja Eletromídia faz parte. Em tradução simples, "Fora de Casa" ou "Mídia Exterior".

**Orgânico:** O crescimento orgânico é o crescimento que uma empresa ou negócio alcança ao aumentar seu market share (participação no mercado), tendo como base a atração de novos negócios. Isso não inclui lucros ou crescimento atribuíveis as fusões e aquisições, mas sim um aumento nas vendas e expansão por meio de recursos próprios da empresa.

## P

**Painéis:** Os painéis são meios de comunicação visual que exibem mensagens publicitárias e informativas para o público em geral. Eles podem ser analógicos (não digitais) ou digitais, e são usados em locais de grande circulação para alcançar grande número de pessoas. Os

painéis são projetados para serem visíveis e atraentes, de modo a chamar a atenção do público e transmitir uma mensagem clara e eficaz.

**Penetração ou Alcance %:** É a porcentagem de pessoas únicas sobre o total da audiência do universo

**Proforma:** as informações financeiras proforma fornecem informações sobre o impacto, em bases recorrentes, de uma transação em particular, demonstrando como poderiam ter sido afetadas as demonstrações contábeis históricas de uma entidade caso essa transação tivesse sido concluída em uma data anterior.

## R

**ROB:** Receita Operacional Bruta

**ROL:** Receita Operacional Líquida

**Relógios:** Relógios ou Relógios de rua são os ativos que se encontram nas avenidas e ruas de cidades, concedido pela prefeitura, onde mostram, geralmente, horário e temperatura ambiente e possuem espaço para anúncios.

**Ruas:** É uma de nossas verticais. Quando dizemos "ruas" queremos dizer que possuímos ativos de mobiliário urbano, em ruas de grande circulação de pessoas e/ou veículos nas cidades que temos operações.

## S

**SSP:** Supply Side Platform. Forma utilizada por editores de mídia digital com o objetivo de gerenciar e otimizar a venda de publicidades em sites e aplicativos.

## T

**Transportes:** Uma de nossas verticais, o transporte refere-se a trens, metrô, ônibus, aeroportos ou outros meios de mobilidade em massa, de uma determinada localidade, onde podemos colocar anúncios em telas, painéis e até mesmo realizar envelopamento dos veículos.

**TRP:** Target Rating Points: pontos de audiência líquida, baseado na segmentação do target

## U

**Universo:** Mostra o número de pessoas únicas na praça

## V

**Verticais:** As verticais da Eletromidia são nosso portfólio, os nichos de mercado, ou os segmentos em que nosso negócio está estabelecido.

**Vesting:** É o período de maturidade em que direitos como o de planos de ações ou opções de ações se tornam negociáveis ou exercíveis.

# Aviso Legal

Algumas afirmações contidas neste documento podem ser afirmações sobre expectativas futuras. Tais afirmações estão sujeitas a riscos conhecidos e desconhecidos e incertezas que podem fazer com que tais expectativas não se concretizem ou sejam substancialmente diferentes do que era esperado. Estes riscos incluem, entre outros, modificações na demanda futura pelos produtos da Companhia, modificações nos fatores que afetam os preços domésticos e internacionais dos produtos, mudanças na estrutura de custos, modificações na sazonalidade dos mercados, mudanças nos preços praticados pelos concorrentes, variações cambiais, mudanças no cenário político-econômico brasileiro, nos mercados emergentes e internacional. As afirmações sobre expectativas futuras não foram revisadas pelos auditores independentes.



 **eletromidia**



### NOSSA HISTÓRIA

A Eletromidia foi fundada em 1993 e vem registrando um contínuo crescimento ao longo dos anos, expandindo seu portfólio para incluir uma variedade de segmentos de grande importância em centros urbanos proeminentes, como transporte, aeroportos, shoppings e mobiliário urbano.



### NOSSA VISÃO

Acreditamos no nosso poder de impacto e estamos comprometidos a usar nossas ferramentas em benefício da sociedade



### NOSSA MISSÃO

Transformar ambientes, oferecendo conveniência e informação aos consumidores. Isso é feito por meio de notícias locais e globais, parcerias estratégicas e atualizações sobre marcas, visando criar experiências memoráveis para quem passa por esses ambientes.



**ELMD**

B3 LISTED NM

## SOBRE NÓS

Eletromidia, líder do setor de Out Of Home (OOH) no Brasil, apresenta uma cobertura nacional com presença em mais de 80 cidades pelo país. Seu alcance, com mais de 66 mil pontos de contato, permite à empresa comunicar-se com mais de 53 milhões de pessoas únicas. Eletromidia se destaca no mercado com o maior inventário digital do Brasil, abrangendo verticais chave de OOH como ruas, edifícios, shoppings, aeroportos e transportes.

## POR QUE NOS ESCOLHER

A Eletromidia oferece uma seleção de conteúdo, serviços e experiências que facilitam e surpreendem a jornada de cada pessoa, a qualquer hora, em qualquer hora.

### Centro de serviço



Entregamos projetos personalizados que vão além do convencional, oferecemos serviços públicos e úteis às pessoas.



### Centro de vendas

Possuímos um portfólio único, combinando escala em localizações de destaque com elevada atratividade para anunciantes.



### Centro de operação

A Eletromidia tem na sua plataforma digital, ações programáticas, com uso de dados de métricas, geolocalização, que resultam em entregas impactantes e ações customizadas.



<https://ri.eletromidia.com.br/>



[ri@eletromidia.com.br](mailto:ri@eletromidia.com.br)





# EARNINGS RELEASE

VIDEO CONFERENCE - August 8, 2024 at 10:00 am (Brasília)

• PORTUGUESE:  
Live broadcast : [click here](https://ri.eletromidia.com.br).  
[ri.eletromidia.com.br](https://ri.eletromidia.com.br)

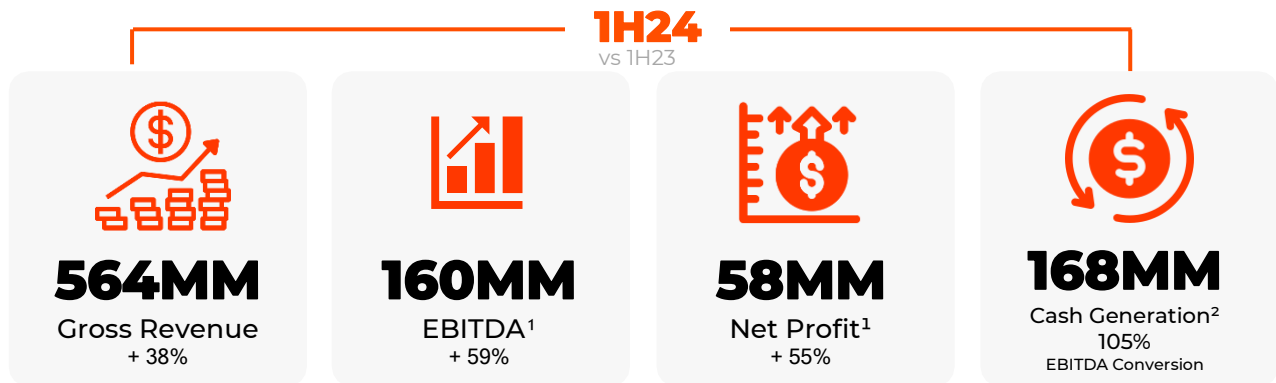
• English (Simultaneous Translation):  
Live broadcast: [click here](https://ri.eletromidia.com.br)

**Contacts:**  
[ri@eletromidia.com.br](mailto:ri@eletromidia.com.br)  
**Ricardo Winandy – CFO/ IRO**  
**Mariana Gimenez - IR**

<https://ri.eletromidia.com.br>

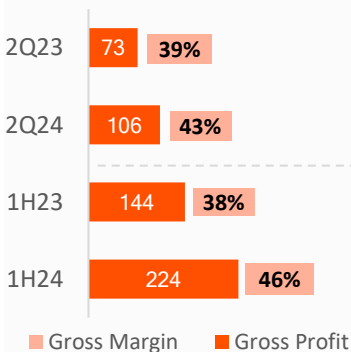
# HIGHLIGHTS

The Company recorded a Gross Revenue of R\$ 286 million in 2Q24 versus 2Q23 (+35%), an EBITDA<sup>1</sup> of R\$ 83 million (+67%) with a Margin<sup>1</sup> of 33% (+6 p.p), and a Net Profit<sup>1</sup> of R\$ 36 million (+5%)

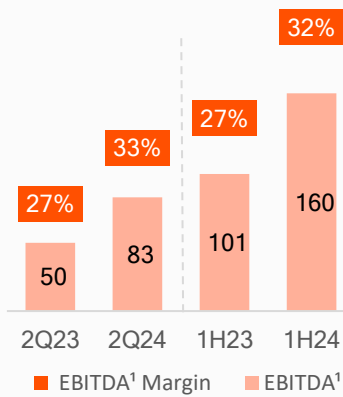


Gross Revenue Breakdown (R\$ thousand)	2Q24	2Q23	Δ R\$	Δ %	1H24	1H23	Δ R\$	Δ %
Streets	153,436	95,418	58,018	60.8%	293,400	191,779	101,621	53.0%
Transportation	71,234	56,079	15,156	27.0%	143,274	110,977	32,297	29.1%
Buildings	38,831	40,230	(1,399)	-3.5%	87,744	70,508	17,237	24.4%
Malls	22,665	20,590	2,075	10.1%	39,638	35,040	4,598	13.1%
<b>Gross Revenue</b>	<b>286,166</b>	<b>212,315</b>	<b>73,851</b>	<b>34.8%</b>	<b>564,056</b>	<b>408,301</b>	<b>155,755</b>	<b>38.1%</b>
<b>Net Revenue</b>	<b>249,810</b>	<b>186,200</b>	<b>63,610</b>	<b>34.2%</b>	<b>491,913</b>	<b>373,199</b>	<b>118,714</b>	<b>31.8%</b>
<b>Adjusted EBITDA</b>	<b>83,399</b>	<b>50,047</b>	<b>33,352</b>	<b>66.6%</b>	<b>159,954</b>	<b>100,672</b>	<b>59,282</b>	<b>58.9%</b>
<i>Adjusted EBITDA Margin</i>	<i>33.4%</i>	<i>26.9%</i>		<i>+6.5 p.p</i>	<i>32.5%</i>	<i>27.0%</i>		<i>+5.5 p.p</i>
<b>Adjusted Net Profit</b>	<b>35,680</b>	<b>33,859</b>	<b>1,821</b>	<b>5.4%</b>	<b>57,766</b>	<b>37,377</b>	<b>20,389</b>	<b>54.5%</b>
<i>Adjusted Net Margin</i>	<i>14.3%</i>	<i>18.2%</i>		<i>-3.9 p.p</i>	<i>11.7%</i>	<i>10.0%</i>		<i>+1.7 p.p</i>

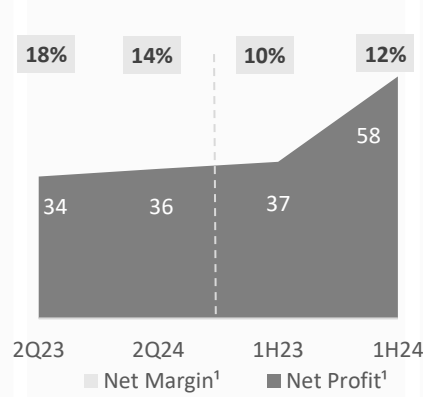
## Gross Profit



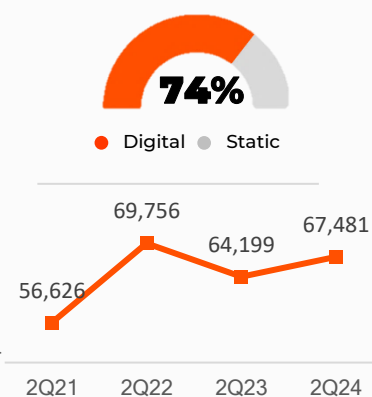
## EBITDA<sup>1</sup>



## Net Profit<sup>1</sup>



## Panels



Amounts in R\$ million

<sup>1</sup>EBITDA, EBITDA Margin, Net Income, and Net Income Margin refer to Adjusted indicators.

<sup>2</sup> Cash Generation excludes Interest and Fees paid.

All financial information is presented on a consolidated basis.

Due to the improvement of internal controls, we proceeded with the reassessment of the distribution of Revenues by vertical from programmatic sales during the year 2023.





# 2Q24

 eletromidia

# Earnings Release

São Paulo, August 7, 2024 - ELETROMIDIA S.A. (B3: ELMD3), leader in the digital out of home segment, announces its results for the Second Quarter of 2024 (2Q24) and First Semester of 2024 (1H24).

## Operating verticals

Streets	Transports	Buildings	Malls
			
<b>5,945 panels</b> 52% of Gross Revenue	<b>26,651 panels</b> 25% of Gross Revenue	<b>33,290 panels</b> 16% of Gross Revenue	<b>1,595 panels</b> 7% of Gross Revenue

\*Year-to-date 2024

*“Eletromidia aims to transform cities. Technology, creativity, data utilization, and truth are the key pillars that support this transformation.”*

Alexandre Guerrero, CEO

# Message from MANAGEMENT

## “ ELETROMIDIA: URBAN TRANSFORMATION THROUGH TECHNOLOGY

Focus on operations, technology and new initiatives marks Eletromidia's performance, connects brands to the public and transforms cities.

In the second quarter of 2024, we maintained our execution discipline, strengthened operations, and expanded our technological initiatives (Ads and SMB). We present here the financial results for this period, along with the main actions and projects that contributed to our performance and connected brands to the public effectively. Our commitment to transforming cities, supported by technology, creativity and the use of data, continues to guide our activities.

We achieved Gross Revenue of R\$ 286 million in the quarter and R\$ 564 million in the half-year, accumulating a growth of 38% compares to the same period of the previous year. This revenue resulted in an Adjusted EBITDA of R\$ 83 million in the quarter, a growth of 67% compared to 2Q23, and R\$ 160 million in the half-year, with a margin of 32.5%, demonstrating the solidity and effectiveness of our strategy.

We continued to be present at important events throughout the year, impacting the public's experience and actively participating in the city's routine. In 2Q24, it is worth highlighting Madonna's concert in Copacabana, which gathered around 1.6 million people, as well as the LGBTQIA+ parade in São Paulo. We offered formats and solutions that extend the reach of brands, promoting a direct connection with the audience.

In the second quarter, we launched the "Rock in History" project in preparation to celebrate the 40th anniversary of Rock In Rio in September, in collaboration with TIM. This immersive augmented reality experience takes the audience on a journey through the event's history, promoting integration between the physical and virtual worlds. The interactive museum, with 40 stories of the festival in digital and interactive points throughout Rio de Janeiro, offers five formats of immersive content: giant 3D objects, information and curiosities, virtual portals to new universes, exclusive filters and audios, and virtual photo backgrounds. Furthermore, the audience was also engaged with 40 stories, where picks could be collected to compete for tickets and prizes. This initiative reinforces our commitment to creating experiences that connect brands and people.

We maintain our commitment to sustainability and building a greener future. In partnership with Claro, we integrated the Trilhos Verdes project at the Morumbi Claro Station on the Esmeralda line 9, which aims to revitalize the internal and external environments of the stations supported by ViaMobilidade. This is the third sustainable station in Brazil, an initiative led by Eletromidia, equipped with clean energy, water reuse for station cleaning, sustainable paint for revitalization, and informational panels on water and energy conservation, developed with the support of partner brands.

In addition to our commitment to sustainability, technology is also a fundamental pillar for Eletromidia. The Eletromidia ADS platform's main objective is to facilitate the media planning and buying process, bringing the experience closer to what brands have when buying digital media. In the second quarter, the platform gained new features, including an analytics tool to track campaign impact, officialization as the main channel for sending creative materials, and real-time plan personalization. These improvements make the OOH segment more attractive to new brands and increase attractiveness for current advertisers.

In addition to Eletromidia ADS, the Eletromidia Aqui platform also evolved in the second quarter, making OOH media more accessible to small and medium-sized companies. The main innovation was the introduction of artificial intelligence as a customer service and sales tool, optimizing customer support and the sales process. The sales channel became more well-known and saw a recurrence of previous advertisers. Other improvements include a white-label partnership with shopping mall networks and the creation of a dedicated team to reinforce sales in this segment. We also launched a new campaign to promote the tool and focused on educating the platform through initiatives such as the "Knowledge Trail" and "Expert Class." These actions resulted in a 130% increase in revenues, 77% in the number of campaigns, and 57% in the average ticket compared to the previous quarter, highlighting the SMB segment as a crucial area for the company's expansion, with a cumulative growth of 11x compared to the previous year.

We concluded the second quarter of 2024 with significant advances in our strategy and technological innovation. Our efforts resulted in improvements in revenues and campaigns, as well as new partnerships and features in our platforms. We remain dedicated to enhancing our solutions and expanding our presence in the OOH segment, always seeking to add value to our clients, partners, and society as a whole.

**Alexandre Guerrero**”

**CEO**



# Recent Events

## S&P Upgrades Eletromidia's Rating to



On June 6, 2024, S&P Global Ratings upgraded Eletromidia's corporate credit rating from 'brA+' to 'brAA-' on the national scale. The new rating also applies to the 5th issue of debentures. The stable outlook of the rating indicates an expectation of continued scale expansion, enabling higher profitability gains and maintaining comfortable leverage and liquidity levels.

The 5th issue of simple, non-convertible debentures, unsecured, in a single series, for public distribution was carried out. The Offering consisted of 800,000 Debentures, with a unit nominal value of R\$1,000.00 and had a term of 5 years from the Issuance Date. The proceeds were used for the payment of previous lines, extension of debt terms, and reduction of interest expenses. More information can be obtained on the CVM ([www.gov.br/cvm](http://www.gov.br/cvm)) and the Company's Investor Relations ([Http://www.ri.eletromidia.com.br](http://www.ri.eletromidia.com.br)) websites.

## 5<sup>th</sup> Issue of Debentures



## World OOH 2024 Award: Abrigo Amigo



The World Out of Home Organization is the only global Out of Home (OOH) association, working to promote and improve the OOH industry on behalf of its members. Every year, the World OOH holds an award ceremony to highlight the main initiatives in the field. In this context, Eletromidia received the exclusive The Chair of Judges 2024 award for the Abrigo Amigo project. This category did not exist and was created to recognize the case due to the importance and relevance of the project, showing that this initiative is gaining increasing international strength.

Eletromidia was recognized at the Institutional Investor Awards in the Media, Technology, and Telecommunications segment as the most honored company in the sector. We also achieved 1st place in the categories of CEO, CFO, IR Professional, and IR Team in SmallCaps, elected by the Sell-side. Our IR program, ESG program, and Board of Directors were also recognized with 1st place, reinforcing Eletromidia's commitment to promoting positive impact and transparency.

## Eletromidia stands out in the Institutional Investor ranking



# Panels Network



Continuous digitalization on Streets and the growth of panels in buildings and transports contributed to the reach of 67.5 thousand advertising panels in 2Q24.

In the second quarter of 2024, Eletromidia consolidated its strategic growth by adding 3.3 thousand panels, representing an increase of 5.1% compared to the same period of the previous year. This performance is the result of the continued implementation of its digitalization and expansion strategy across various segments.

In Streets, Eletromidia intensified its presence with a growth of more than 50% in its digital asset portfolio. This expansion occurred through entry into new strategic locations, including bike-sharing stations in Curitiba, Porto Alegre, Belo Horizonte, Salvador, and Florianópolis; bus shelters in Salvador, Fortaleza, and Porto Alegre; and street clocks in Salvador and Recife. The installation of new digital panels on the streets of São Paulo also contributed to this progress.

The Buildings vertical also demonstrated significant growth, with the addition of approximately 2,4 thousand screens, totaling 33,3 thousand. This result was mainly driven by the expansion of the network in residential buildings, in addition to the growth of the commercial buildings base.

In the Transport vertical, Eletromidia expanded its presence primarily with the installation of new contracts in strategic locations such as Santos Dumont Airport and Gentileza Terminal.

The Shopping Malls segment maintained its consolidated presence, with a total of 1,595 screens in the second quarter of 2024.

# of Panels	2Q24	2Q23	Δ #	Δ %	1Q24	Δ #	Δ %
<b>Buildings</b>	<b>33,290</b>	<b>30,860</b>	<b>2,430</b>	<b>7.9%</b>	<b>32,654</b>	<b>636</b>	<b>1.9%</b>
Digital	33,290	30,860	2,430	7.9%	32,654	636	1.9%
<b>Streets</b>	<b>5,945</b>	<b>5,929</b>	<b>16</b>	<b>0.3%</b>	<b>6,622</b>	<b>(677)</b>	<b>-10.2%</b>
Digital	1,884	1,227	657	53.5%	1,877	7	0.4%
Static	4,061	4,702	(641)	-13.6%	4,745	(684)	-14.4%
<b>Malls</b>	<b>1,595</b>	<b>1,845</b>	<b>(250)</b>	<b>-13.6%</b>	<b>1,595</b>	<b>-</b>	<b>0.0%</b>
Digital	1,595	1,845	(250)	-13.6%	1,595	-	0.0%
<b>Transports</b>	<b>26,651</b>	<b>25,565</b>	<b>1,086</b>	<b>4.2%</b>	<b>25,781</b>	<b>870</b>	<b>3.4%</b>
Digital	13,330	12,071	1,259	10.4%	12,287	1,043	8.5%
Static	13,321	13,494	(173)	-1.3%	13,494	(173)	-1.3%
<b>Total</b>	<b>67,481</b>	<b>64,199</b>	<b>3,282</b>	<b>5.1%</b>	<b>66,652</b>	<b>829</b>	<b>1.2%</b>
Digital	50,099	46,003	4,096	8.9%	48,413	1,686	3.5%
Static	17,382	18,196	(814)	-4.5%	18,239	(857)	-4.7%
<b>% Digital</b>	<b>74%</b>	<b>72%</b>			<b>73%</b>		
<b>% Static</b>	<b>26%</b>	<b>28%</b>			<b>27%</b>		

# Financial Indicators – Pro forma

Given the conclusion of the Emergency Program for the Recovery of the Events Sector (“PERSE”) for the out-of-home media sector in April 2023, from which Eletromidia benefited, we hereby disclose below the main unaudited Consolidated Pro Forma financial information for the year 2023, excluding the positive effect of PERSE, for purposes of real comparison with the 2024 results.

R\$ thousand (Proforma not audited)	Proforma		Δ R\$	Δ %
	2Q24	2Q23		
Adjusted Net Profit	35,680	25,102	10,578	42.1%
Adjusted Net Margin	14.3%	13.5%		+0.8 p.p

This unaudited consolidated Pro Forma financial information is presented solely for informational purposes and should not be interpreted as indicative of the Company's future consolidated financial statements. Also, additional information not audited or reviewed by auditors contained in this material reflects the Company's Management's interpretation of financial information prepared in accordance with market practices and for the solely purposes of a more detailed and specific analysis of the Company's results. Therefore, such considerations and additional data should also be independently analyzed and interpreted by shareholders and stakeholders, who should make their own analyses and conclusions about the results disclosed herein. No data or market interpretative analysis conducted by the Company's Management should be treated as a guarantee of future performance or results.





# Gross Revenue

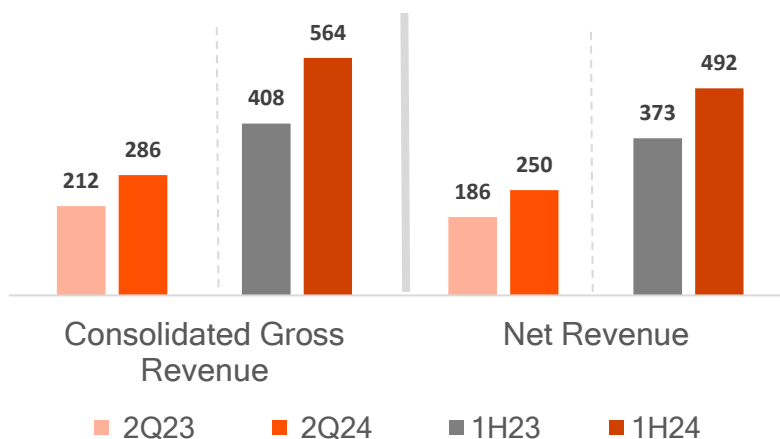
The second quarter of 2024 (2Q24) recorded a solid performance, with **Gross Revenue** reaching **R\$ 286.2 million**, demonstrating a growth of 34.8% compared to the same period of the previous year. **The Streets vertical was a highlight, reaching R\$ 153.4 million in the quarter, an increase of R\$ 58 million or 60.8% compared to 2Q23.** The Transport and Shopping Mall verticals also showed positive results, with growths of 27% and 10.1%, respectively, compared to the same period of the previous year.

Considering the accumulated half-year results, **Gross Revenue** reached **R\$ 564.1 million**, showing an increase of 38.1% compared to the first half of 2023. This performance was driven by consistent growth across all company verticals.

R\$ thousand	2Q24	2Q23	Δ R\$	Δ %	1H24	1H23	Δ R\$	Δ %
Streets	153,436	95,418	58,018	60.8%	293,400	191,779	101,621	53.0%
Transportation	71,234	56,079	15,156	27.0%	143,274	110,977	32,297	29.1%
Buildings	38,831	40,230	(1,399)	-3.5%	87,744	70,508	17,237	24.4%
Malls	22,665	20,590	2,075	10.1%	39,638	35,040	4,598	13.1%
<b>Gross Revenue</b>	<b>286,166</b>	<b>212,315</b>	<b>73,851</b>	<b>34.8%</b>	<b>564,056</b>	<b>408,301</b>	<b>155,755</b>	<b>38.1%</b>
(-) Sales Tax	(35,444)	(24,496)	(10,948)	44.7%	(66,860)	(32,565)	(34,295)	105.3%
(-) Cancellations	(912)	(1,619)	707	-43.7%	(5,283)	(2,537)	(2,746)	108.2%
<b>Net Revenue</b>	<b>249,810</b>	<b>186,200</b>	<b>63,610</b>	<b>34.2%</b>	<b>491,913</b>	<b>373,199</b>	<b>118,714</b>	<b>31.8%</b>
(-) Costs of Services	(143,388)	(113,263)	(30,125)	26.6%	(268,076)	(229,565)	(38,511)	16.8%
<b>Gross Profit</b>	<b>106,422</b>	<b>72,937</b>	<b>33,485</b>	<b>45.9%</b>	<b>223,837</b>	<b>143,634</b>	<b>80,203</b>	<b>55.8%</b>
<i>Gross Margin</i>	<i>42.6%</i>	<i>39.2%</i>		<i>+3.4 p.p</i>	<i>45.5%</i>	<i>38.5%</i>		<i>+7.0 p.p</i>

Net Revenue in the second quarter of 2024 (2Q24) reached **R\$ 249.8 million**, a growth of 34.2% compared to the same period of the previous year. This result reflects the strategic initiatives implemented over the past few months.

The growth was achieved through a combination of factors: an increase in the number of panels, new concessions, partnerships, and strategic projects. Notable highlights include the digitalization of assets on streets, the enhancement of our commercial strategy, expansion into new markets, and the maturation of investments made. These initiatives have strengthened our presence and relevance in the OOH market, reflecting a positive performance for the quarter.

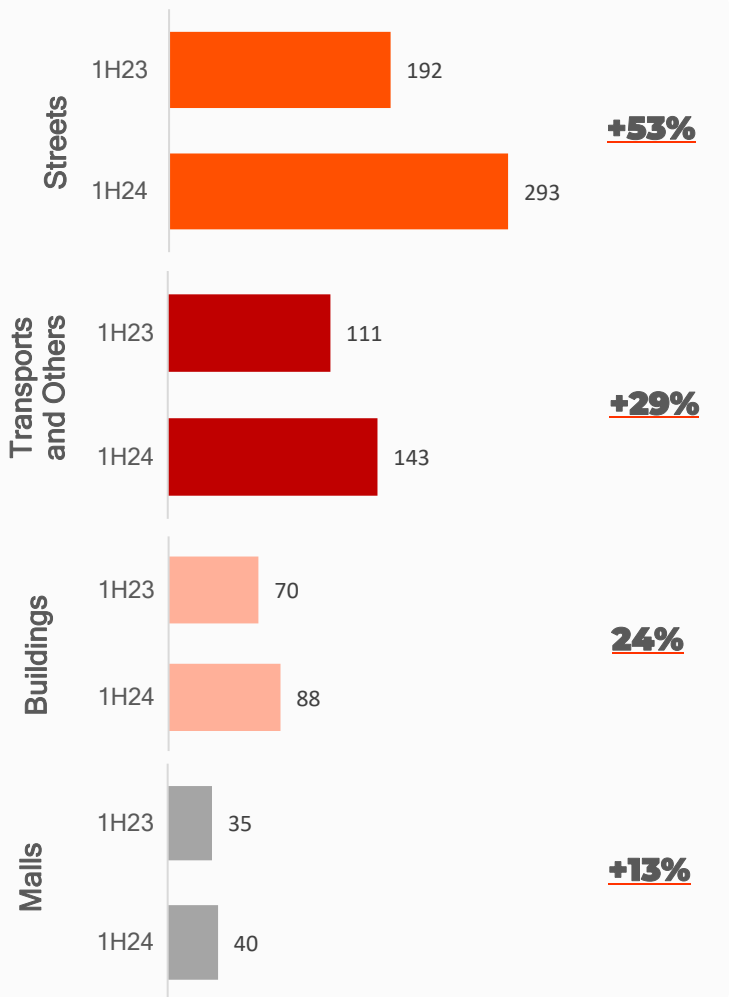


\* Due to the enhancement of internal controls, we have re-evaluated the distribution of results obtained from programmatic sales by verticals throughout the year 2023.

# Gross Revenue Performance by vertical

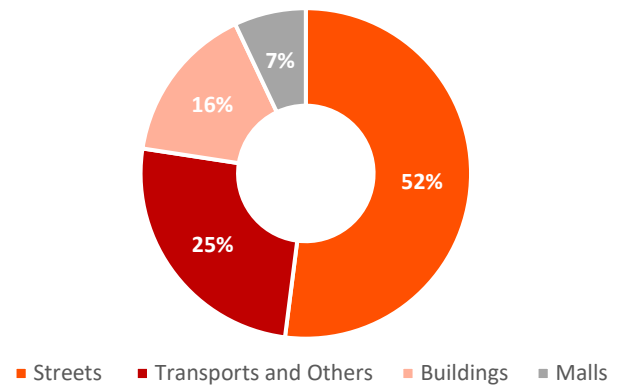
Continuous growth in the semester across all operational verticals

## Verticals

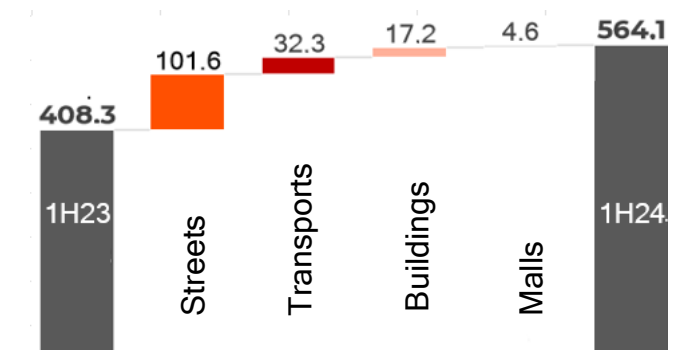


Amounts in R\$ million

## Revenue Composition



## Performance in the half



Amounts in R\$ million

## Streets

The Streets vertical demonstrated growth in the second quarter of 2024 (2Q24), reaching R\$ 153.4 million in revenue, an increase of R\$ 58.0 million or 60.8% compared to the same period in 2023. This performance was primarily due to expansion into new markets, digitalization of street assets, enhancement of the commercial strategy, and the maturation of investments made.



## Transports



The Transports vertical recorded a growth of 27.0% in the second quarter, reaching R\$ 71.2 million in revenue, an increase of R\$ 15.1 million compared to the same period in 2023. This growth is attributed primarily to the improvement in passenger flow at airports, digitalization of assets in selected contracts, and the start of operations in new concessions at railways and airports.

## Buildings

The Buildings vertical recorded revenue of R\$ 38.8 million in the quarter, influenced by the allocation among assets considering the events of the period. Despite a variation compared to the same period in 2023, the Buildings vertical showed a growth of 24.4% in the half-year compared to the previous year. This semi-annual growth was due, among other factors, to the increase in the volume of programmatic sales during the period.



## Malls



The Malls vertical recorded a growth of 10.1% in the second quarter of 2024, reaching R\$ 22.7 million in revenue, an increase of R\$ 2.1 million compared to the same period in 2023. This result reflects the positive performance of the sector, which remains robust, combined with the company's consistent performance in the vertical.

The vertical presented as "Transports" includes railways, airports and other services.

# Cost of Services

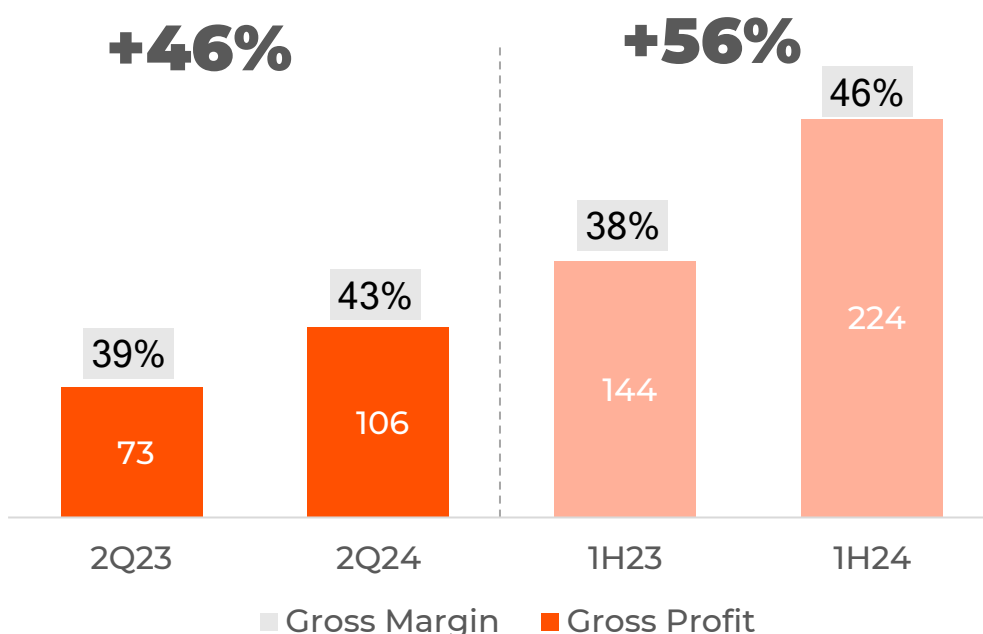
The Cost of Services in the second quarter of 2024 (2Q24) reached R\$ 143.4 million, representing an increase of 26.6% compared to the same period of the previous year (R\$ 113.2 million). This growth is primarily driven by variable costs, directly related to the increase in sales volume, such as commissions and pass-throughs. Fixed costs also contributed to the increase, driven by new operations in new markets. Costs represent 57.4% of Net Revenue in 2Q24, compared to 60.8% in 2Q23, reflecting the strategy of streamlining contracts with higher operational leverage.

In the first half of 2024, Cost of Services totaled R\$ 268.1 million, representing an increase of 16.8% compared to the same period of the previous year, driven by the same factors mentioned above.

# Gross Profit

The second quarter of 2024 (2Q24) recorded an Adjusted Gross Profit of R\$ 106.4 million for the Company, representing a growth of 45.9% compared to the same period of the previous year. The Adjusted Gross Margin reached 42.6%, an increase of 3.4 percentage points compared to the 39.2% of the second quarter of 2023.

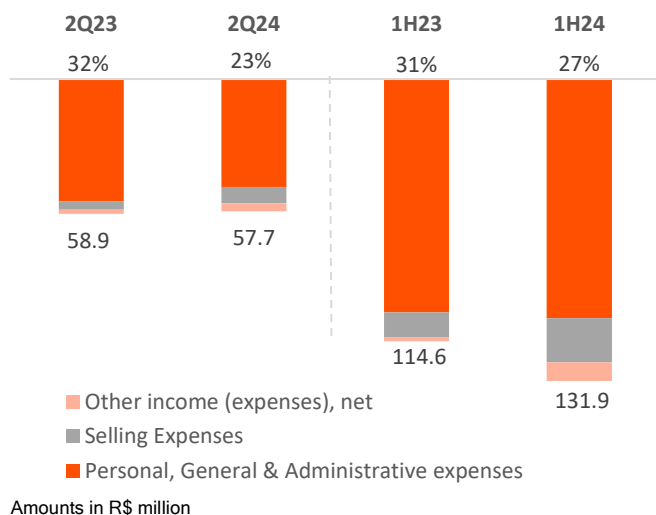
In the first half of 2024 (1H24), the Company recorded an Adjusted Gross Profit of R\$ 223.8 million, reflecting a growth of 55.8% compared to the first half of 2023. The Adjusted Gross Margin reached 45.5%, an increase of 7.0 percentage points compared to the margin of 38.5% in 1H23.



Values in R\$ million

# Operating Expenses

R\$ thousand	2Q24	2Q23	Δ R\$	Δ %	1H24	1H23	Δ R\$	Δ %
(-) Personal, General & Administrative expenses	(47,160)	(53,483)	6,323	-11.8%	(104,561)	(102,009)	(2,552)	2.5%
(-) Selling Expenses	(7,192)	(3,610)	(3,582)	99.2%	(19,379)	(10,875)	(8,504)	78.2%
(+/-) Other income (expenses), net	(3,395)	(1,780)	(1,615)	90.7%	(8,002)	(1,701)	(6,301)	370.4%
<b>Total Operating Income (expenses)</b>	<b>(57,747)</b>	<b>(58,873)</b>	<b>1,126</b>	<b>-1.9%</b>	<b>(131,942)</b>	<b>(114,585)</b>	<b>(17,357)</b>	<b>15.1%</b>
<i>SG&amp;A on Net Revenue</i>	<i>23.1%</i>	<i>31.6%</i>		<i>-8.5 p.p</i>	<i>26.8%</i>	<i>30.7%</i>		<i>-3.9 p.p</i>

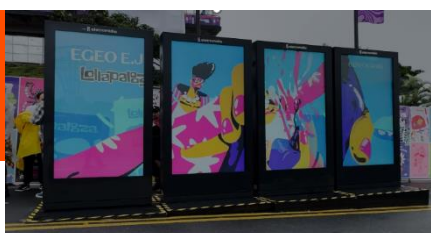


Operating Expenses in the second quarter of 2024 (2Q24) reached R\$ 57.7 million, marking a reduction of 1.9% compared to the same period of the previous year practically in line with the previous period. In the first half of 2024 (1H24), Operating Expenses totaled R\$ 131.9 million, representing a growth of 15.1% compared to the first half of 2023.

General and Administrative Expenses showed a reduction of 11.8% in the second quarter of 2024 compared to the same period in 2023,

explained by the completion of the amortization of the PPA (R\$ 5.1 million) of an acquired company, amortized in 2023, and remained practically in line compared to the first half of 2023 explained by the same reason (R\$ 9.3 million), mainly mitigated by payroll, reflecting the expansion of the workforce, especially in the teams at new locations where new operations were initiated, expenses related to new markets, and technology projects.

Commercial Expenses increased by 99.2% in the second quarter of 2024, totaling R\$ 7.2 million. This growth is primarily related to the increase in variable commercial costs (commissions) and marketing expenses, driven by the growth in revenue and operations during the period. In the first half of 2024, these expenses totaled R\$ 19.4 million, representing a 78.2% increase compared to the first half of 2023, driven by the same factors mentioned above.



# Depreciation and Amortization

Depreciation and Amortization Costs in the second quarter of 2024 (2Q24) totaled R\$ 30.5 million, representing a reduction of 14.2% compared to the same period of the previous year. Explained by the completion of the amortization of the PPA of an acquired company, amortized in 2023. Year-to-date, it reached R\$ 60.6 million, a reduction of 13.7% compared to the first half of 2023 (1H23) for the same reasons mentioned.

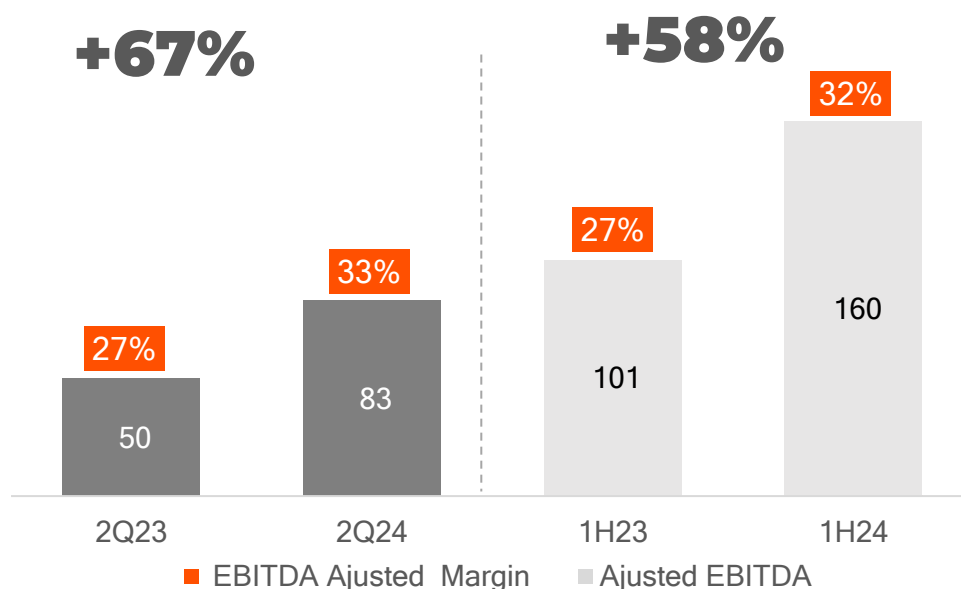
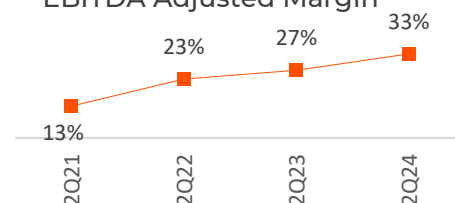
# Adjusted EBITDA

In the second quarter of 2024 (2Q24), the Company recorded an Adjusted EBITDA of R\$ 83.4 million, a growth of 66.6% compared to the same period of the previous year (R\$ 50 million). The Adjusted EBITDA Margin reached 33.4%, an expansion of 6.5 percentage points.

In the first half of 2024 (1H24), Adjusted EBITDA totaled R\$ 160 million, representing a growth of 58.9% (R\$ 59.2 million) compared to the same period in 2023, with a margin of 32.5%.

**+67%**  
vs. 2Q23

EBITDA Adjusted Margin



Amounts in R\$ million

# Adjusted EBITDA Reconciliation

R\$ thousand	2Q24	2Q23	Δ R\$	Δ %	1H24	1H23	Δ R\$	Δ %
<b>Net Profit</b>	<b>8,701</b>	<b>18,618</b>	<b>(9,917)</b>	<b>-53.3%</b>	<b>38,655</b>	<b>7,400</b>	<b>31,255</b>	<b>422.3%</b>
(+/-) Finance Income (Costs), Net	36,488	21,482	15,006	69.9%	62,827	53,355	9,472	17.8%
(+/-) IRPJ & CSLL	3,486	(26,036)	29,522	-113.4%	(9,587)	(31,706)	22,119	-69.8%
(+/-) Depreciation and amortization	30,491	35,534	(5,043)	-14.2%	60,624	70,285	(9,661)	-13.7%
<b>EBITDA (IN CVM 527/09)</b>	<b>79,166</b>	<b>49,598</b>	<b>29,568</b>	<b>59.6%</b>	<b>152,519</b>	<b>99,334</b>	<b>53,185</b>	<b>53.5%</b>
(+/-) Expenses with Business Combination	-	91	(91)	-100.0%	-	91	(91)	-100.0%
(+/-) Long-Term Incentive Plan Expenses	3,744	309	3,435	1111.6%	6,946	626	6,320	1009.4%
(+/-) Other non-recurring	489	49	440	898.0%	489	621	(132)	-21.2%
<b>Adjusted EBITDA</b>	<b>83,399</b>	<b>50,047</b>	<b>33,352</b>	<b>66.6%</b>	<b>159,954</b>	<b>100,672</b>	<b>59,282</b>	<b>58.9%</b>
<i>Adjusted Ebitda Margin</i>	<i>33.4%</i>	<i>26.9%</i>		<i>+6.5 p.p</i>	<i>32.5%</i>	<i>27.0%</i>		<i>+5.5 p.p</i>

The Company chooses to present its Adjusted EBITDA, excluding non-recurring operational revenues and expenses, with the aim of reflecting the company's recurring operational cash generation. The adjustments made for this measure include expenses related to due diligence with legal and financial advisors linked to acquisitions made by the company, expenses related to the grant of stock options and restricted stock provisions during the period, and the reversal of provisions resulting from the adjustment of accounting criteria related to acquisitions, resulting in a non-recurring debit.

## Financial Results

R\$ thousand	2Q24	2Q23	Δ R\$	Δ %	1H24	1H23	Δ R\$	Δ %
(+) Finance Income	12,802	7,283	5,519	75.8%	22,927	15,320	7,607	49.7%
(-) Finance Costs	(49,290)	(28,765)	(20,525)	71.4%	(85,754)	(68,675)	17,079	24.9%
<b>Total Finance Income (costs), net</b>	<b>(36,488)</b>	<b>(21,482)</b>	<b>(15,006)</b>	<b>69.9%</b>	<b>(62,827)</b>	<b>(53,355)</b>	<b>(9,472)</b>	<b>17.8%</b>

In the second quarter of 2024 (2Q24), Eletromidia recorded a Financial Result of R\$ 36.5 million, representing an increase of R\$ 15 million compared to the same period of the previous year. This growth is primarily driven by the costs of early settlement of debenture and loan contracts, resulting from the issuance of new debentures.

In the first half of 2024 (1H24), the Financial Result totaled R\$ 62.8 million, an increase of 17.8% compared to the same period in 2023. This variation is primarily explained by the costs of early settlement of debentures and loans, partially offset by positive returns on financial investments, driven by the higher cash volume during the period.

# Adjusted Net Profit

R\$ thousand	2Q24	2Q23	Δ R\$	Δ %	1H24	1H23	Δ R\$	Δ %
<b>Net Profit</b>	<b>8,701</b>	<b>18,618</b>	<b>(9,917)</b>	<b>-53.3%</b>	<b>38,655</b>	<b>7,400</b>	<b>31,255</b>	<b>422.3%</b>
<i>Net Margin</i>	<i>3.5%</i>	<i>10.0%</i>		<i>-6.5 p.p</i>	<i>7.9%</i>	<i>2.0%</i>		<i>+5.9 p.p</i>
(+/-) EBITDA adjustments	4,233	449	3,784	842.7%	7,435	1,338	6,097	455.8%
(+/-) PPA amortizations	9,671	14,792	(5,121)	-34.6%	19,345	28,639	(9,294)	-32.5%
(+/-) Non-recurring Tax Write-off	-	-	-	-	(20,744)	-	(20,744)	-
(+/-) Debenture Anticipation Cost	13,075	-	13,075	-	13,075	-	13,075	-
<b>Adjusted Net Profit</b>	<b>35,680</b>	<b>33,859</b>	<b>1,821</b>	<b>5.4%</b>	<b>57,766</b>	<b>37,377</b>	<b>20,389</b>	<b>54.5%</b>
<i>Adjusted Net Margin</i>	<i>14.3%</i>	<i>18.2%</i>		<i>-3.9 p.p</i>	<i>11.7%</i>	<i>10.0%</i>		<i>+1.7 p.p</i>

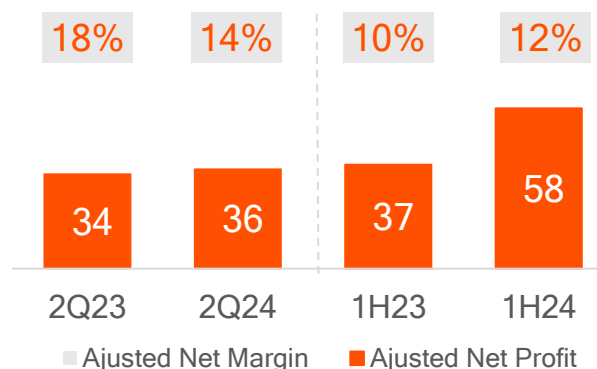
Adjusted Net Profit, with growth of

# 55%

vs 1H23

The Company's Adjusted Net Income is calculated from Net Income, excluding certain items as described in the Adjusted EBITDA reconciliation section. In 2024, the Company also established temporary short-term provisions following the discontinuation of the PERSE program in 2023.

In the second quarter of 2024 (2Q24), Adjusted Net Income reached R\$ 35.7 million, representing a growth of 5.4% (R\$ 1.8 million) compared to the same period of the previous year. The Adjusted Net Margin for 2Q24 was 14.3%, a decrease of 3.9 percentage points compared to the Adjusted Net Margin of 18.2% recorded in 2Q23. Excluding the effect of PERSE discussed in the “Financial Indicators - Proforma” section, the growth in the period was 42.1% on a comparable basis.



## Cash Flow

R\$ thousand	2Q24	2Q23	Δ R\$	Δ %	1H24	1H23	Δ R\$	Δ %
<b>Opening balance</b>	<b>268,233</b>	<b>205,349</b>	<b>62,884</b>	<b>30.6%</b>	<b>487,054</b>	<b>168,821</b>	<b>318,233</b>	<b>188.5%</b>
(+/-) Net Operating Cash excl. interest and fees paid	50,897	45,101	5,796	12.9%	168,247	159,110	9,137	5.7%
(+/-) Interest and fees paid	(27,824)	(5,216)	(22,608)	433.4%	(93,955)	(49,255)	(44,700)	90.8%
(+/-) Net Operating Cash	23,073	39,885	(16,812)	-42.2%	74,292	109,855	(35,563)	-32.4%
(+/-) Net Cash Investment	(28,360)	(48,062)	19,702	-41.0%	(53,763)	(104,595)	50,832	-48.6%
(+/-) Net Cash Financing	72,729	111,614	(38,885)	-34.8%	(171,908)	134,705	(306,613)	-
<b>Closing balance</b>	<b>335,675</b>	<b>308,786</b>	<b>26,889</b>	<b>8.7%</b>	<b>335,675</b>	<b>308,786</b>	<b>26,889</b>	<b>8.7%</b>
<i>Net Cash Generation</i>	<i>67,442</i>	<i>103,437</i>	<i>(35,995)</i>	<i>-34.8%</i>	<i>(151,379)</i>	<i>139,965</i>	<i>(291,344)</i>	<i>-208.2%</i>

In the second quarter of 2024 (2Q24), the Company generated R\$ 50.9 million in Operational Cash Flow before interest and fees payments, equivalent to approximately 61% of the Adjusted EBITDA for the period. For the half-year, it totaled R\$ 168.2 million, or 105% of the semi-annual Adjusted EBITDA. The main impacts for the period are related to higher taxes paid due to the conclusion of the PERSE program incentive, the use of advance payments, supplier prepayments with shifts between quarters, and the payment of the employee profit-sharing plan. Regarding interest and fees payments, the main impact came from the early settlement of debentures and loans.



In the second quarter, total investments reached R\$ 28.4 million, primarily allocated to the acquisition of digital panels for new concessions in urban areas, the digitalization of existing assets, and the acquisition of new assets in Buildings.

The reductions in Financing Cash Flows compared to the previous year are attributed to credit line borrowings made in 2023 and the payment of R\$ 12 million in dividends during the period.

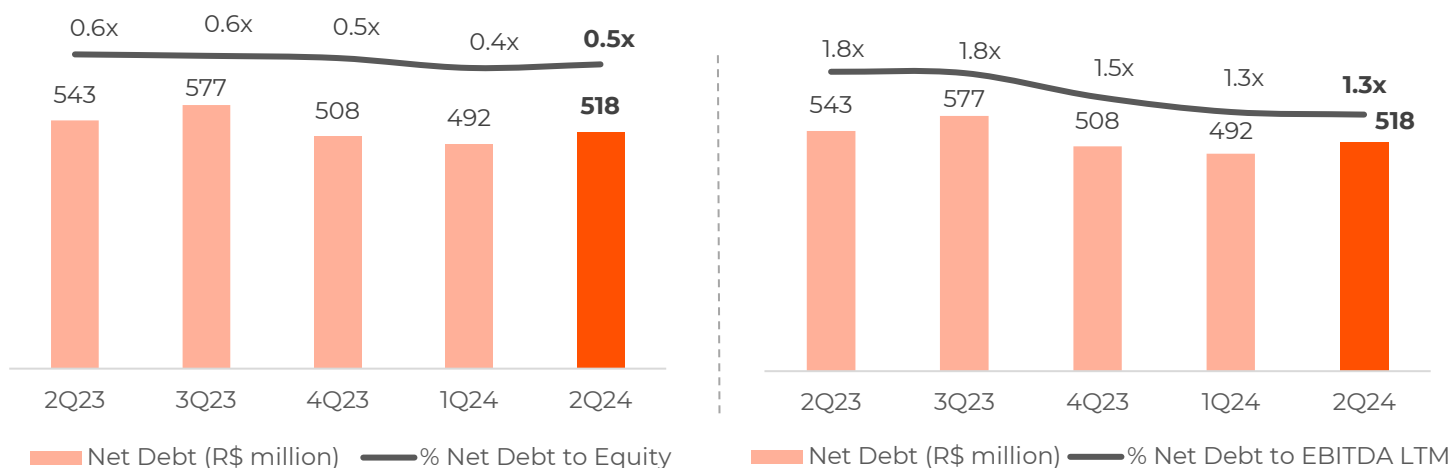
## Indebtedness

R\$ thousand	2Q24	2Q23	Δ R\$	Δ %
<b>Borrowings</b>				
(+) Debentures	800,231	458,857	341,374	74.4%
(+) Borrowings	11,357	344,449	(333,092)	-96.7%
(+) Lease Liabilities	42,441	48,653	(6,212)	-12.8%
<b>Gross Debt</b>	<b>854,029</b>	<b>851,959</b>	<b>2,070</b>	<b>0.2%</b>
(-) Cash and cash equivalents	(335,675)	(308,786)	(26,889)	-8.7%
<b>Net Debt</b>	<b>518,354</b>	<b>543,173</b>	<b>(24,819)</b>	<b>-4.6%</b>
<b>Equity</b>	<b>1,081,934</b>	<b>963,168</b>	<b>118,766</b>	<b>12.3%</b>
<i>Net Debt to Equity</i>	0.5x	0.6x		
<i>Net Debt to Adjusted EBITDA LTM</i>	1.3x	1.8x		

In the second quarter of 2024 (2Q24), the company's Gross Debt totaled R\$ 854 million, showing a variation of 0.2% compared to the same period of the previous year.

In June 2024, the company carried out a new issuance of debentures amounting to R\$ 800 million. The funds were used for the early settlement of debentures and previous loans, aiming to extend the average term of financing and reduce interest costs. This movement explains the variation in Debentures and Loans and Financing.

Net Debt totaled R\$ 518.4 million for the period, a reduction of 4.6% compared to the same period of the previous year, mainly due to an improvement in the company's working capital.



# Attachments

## Attachment I – Income Statement

R\$ thousand	2Q24	2Q23	Δ R\$	Δ %	1H24	1H23	Δ R\$	Δ %
<b>Gross Revenue</b>	<b>286.166</b>	<b>212.315</b>	<b>73.851</b>	<b>34,8%</b>	<b>564.056</b>	<b>408.301</b>	<b>155.755</b>	<b>38,1%</b>
(-) Sales Tax	(35.444)	(24.496)	(10.948)	-44,7%	(66.860)	(32.565)	(34.295)	-105,3%
(-) Cancellations	(912)	(1.619)	707	43,7%	(5.283)	(2.537)	(2.746)	-108,2%
<b>Net Revenue</b>	<b>249.810</b>	<b>186.200</b>	<b>63.610</b>	<b>34,2%</b>	<b>491.913</b>	<b>373.199</b>	<b>118.714</b>	<b>31,8%</b>
(-) Costs of Services	(143.388)	(113.263)	(30.125)	-26,6%	(268.076)	(229.565)	(38.511)	-16,8%
<b>Gross Profit</b>	<b>106.422</b>	<b>72.937</b>	<b>33.485</b>	<b>45,9%</b>	<b>223.837</b>	<b>143.634</b>	<b>80.203</b>	<b>55,8%</b>
<i>Gross Margin</i>	42,6%	39,2%		+3,4 p.p	45,5%	38,5%		+7,0 p.p
(-) Personal, General & Administrative expenses	(47.160)	(53.483)	6.323	11,8%	(104.561)	(102.009)	(2.552)	-2,5%
(-) Selling Expenses	(7.192)	(3.610)	(3.582)	-99,2%	(19.379)	(10.875)	(8.504)	-78,2%
(+/-) Other income (expenses), net	(3.395)	(1.780)	(1.615)	-90,7%	(8.002)	(1.701)	(6.301)	-370,4%
(+/-) Finance Income (Costs), Net	(36.488)	(21.482)	(15.006)	-69,9%	(62.827)	(53.355)	(9.472)	-17,8%
<b>Profit (Loss) Before Taxes</b>	<b>12.187</b>	<b>(7.418)</b>	<b>19.605</b>	<b>264,3%</b>	<b>29.068</b>	<b>(24.306)</b>	<b>53.374</b>	<b>219,6%</b>
(+/-) IRPJ & CSLL	(3.486)	26.036	(29.522)	-113,4%	9.587	31.706	(22.119)	-69,8%
<b>Net Profit</b>	<b>8.701</b>	<b>18.618</b>	<b>(9.917)</b>	<b>-53,3%</b>	<b>38.655</b>	<b>7.400</b>	<b>31.255</b>	<b>422,3%</b>
<i>Net Margin</i>	3,5%	10,0%		-6,5 p.p	7,9%	2,0%		+5,9 p.p

Inovação e encantamento

# Em movimento

# Attachment II – Balance Sheet

<b>R\$ thousand</b>	<b>2Q24</b>	<b>2Q23</b>	<b>Δ %</b>
<b>Current Assets</b>			
Cash and cash equivalents	335,675	308,786	8.7%
Trade receivables	203,610	153,500	32.6%
Advances	13,334	12,950	3.0%
Taxes recoverable	32,520	22,553	44.2%
Other	6,642	12,352	-46.2%
<b>Total Current Assets</b>	<b>591,781</b>	<b>510,141</b>	<b>16.0%</b>
<b>Long-term Assets</b>			
Financial investments	17,906	23,900	-25.1%
Deferred Taxes	134,051	138,939	-3.5%
Judicial deposits	4,808	4,613	4.2%
Other	10,993	8,202	34.0%
Property, plant and equipment	430,879	360,131	19.6%
Intangible assets	1,088,604	1,143,754	-4.8%
Right-of-use assets	37,193	46,030	-19.2%
<b>Total Non-Current Assets</b>	<b>1,724,434</b>	<b>1,725,569</b>	<b>-0.1%</b>
<b>Total Assets</b>	<b>2,316,215</b>	<b>2,235,710</b>	<b>3.6%</b>
<b>Current Liabilities</b>			
Trade payables	140,217	141,546	-0.9%
Loans and Financing	14,689	405,023	-96.4%
Labor obligations	35,711	24,878	43.5%
Tax obligations	26,388	16,278	62.1%
Advances	79,993	58,874	35.9%
Other	48,701	46,734	4.2%
<b>Total Current Liabilities</b>	<b>345,699</b>	<b>693,333</b>	<b>-50.1%</b>
<b>Noncurrent Liabilities</b>			
Loans and Financing	839,340	446,936	87.8%
Accounts Payable for Investment Acquisition	9,168	51,374	-82.2%
Provision for contingencies	12,803	12,722	0.6%
Other long-term liabilities	24,857	62,673	-60.3%
Other	40,074	80,899	-50.5%
<b>Total Noncurrent Liabilities</b>	<b>888,582</b>	<b>579,209</b>	<b>53.4%</b>
<b>Total Liabilities</b>	<b>1,234,281</b>	<b>1,272,542</b>	<b>-3.0%</b>
<b>Equity</b>			
Share capital	218,062	218,062	0.0%
Capital reserve	653,064	642,403	1.7%
Treasury Stocks	(8,107)	(10,366)	21.8%
Accumulated Losses	-	(55,051)	100.0%
Profit (Loss) for the Period	26,377	(2,041)	1392.4%
Minority Interest	192,538	170,161	13.2%
<b>Total Equity</b>	<b>1,081,934</b>	<b>963,168</b>	<b>12.3%</b>
<b>Total Liabilities and Equity</b>	<b>2,316,215</b>	<b>2,235,710</b>	<b>3.6%</b>

# Attachment III – Cash Flow

<b>R\$ thousand</b>	<b>2Q24</b>	<b>2Q23</b>	<b>Δ %</b>
<b>Profit (loss) before income tax and social contribution</b>	<b>12,187</b>	<b>(7,418)</b>	
<b>Adjustments:</b>			
Financial Charges and Exchange Rate			
Variation on Loans, Financing, Debentures, and Leases	24,198	15,291	58.2%
Depreciation and amortization	30,491	35,534	-14.2%
Write-off of assets	(1,855)	7,232	-125.6%
Stock Option Plan	3,063	(1,174)	-
Loss (Gain) on Fair Value of Derivative Financial Instruments	636	9,900	-93.6%
Provisions	4,837	1,727	180.1%
Outros	10,409	3,958	163.0%
<b>Variations in assets and liabilities</b>	<b>(31,287)</b>	<b>(16,360)</b>	<b>91.2%</b>
Accounts receivable	27,277	3,074	-
Recoverable taxes	(9,824)	(5,282)	86.0%
Advances to Suppliers	(1,769)	(691)	-
Other Assets	1,035	(119)	-
Suppliers	(4,766)	9,641	-149.4%
Labor Liabilities	(16,291)	(15,961)	2.1%
Tax Liabilities	3,003	7,222	-58.4%
Deferred revenues	-	(14,255)	-100.0%
Advances from clients	(29,952)	11	-
<b>Net cash generated by operating activities</b>	<b>52,679</b>	<b>48,690</b>	<b>8.2%</b>
Income tax and social contribution	(6,828)	(3,589)	90.2%
Interest	(22,778)	(5,216)	-
<b>Net cash used in operating activities</b>	<b>23,073</b>	<b>39,885</b>	<b>-42.2%</b>
Investment Acquisition	(2,000)	4,824	-141.5%
Restricted financial application	(424)	(693)	-38.8%
Acquisition of property and equipment and intangible assets	(25,936)	(52,193)	-50.3%
<b>Net cash used in investing activities</b>	<b>(28,360)</b>	<b>(48,062)</b>	<b>-41.0%</b>
<b>Net cash provided by (used in) financing activities</b>	<b>72,729</b>	<b>111,614</b>	<b>-34.8%</b>
<b>Net Increase (Decrease) in Cash</b>	<b>67,442</b>	<b>103,437</b>	<b>-34.8%</b>
Cash at the beginning of the year	268,233	205,349	30.6%
Cash at the end of the year	335,675	308,786	8.7%

# Glossary

## A

**Shelters:** Bus shelters are structures built to provide comfort to the audience of a certain place and to be an asset point. They are part of Street Furniture and are designed for our concessions.

**Addressable market:** addressable market.

**Ads:** "Ads" or "Advertising".

**ADTV:** (Average Daily Trading Volume): Average Daily Trading Volume.

**Reach:** Total number of unique people who passed by a location where the campaign was located.

**Assets:** Eletromidia's assets are the screens, panels and street furniture that hold our advertisements.

## B

**B2B:** Business-to-business is a business model where the end customer is another company

**B2C:** Business-to-consumer is trade carried out directly between the producer, seller or service provider and the final consumer.

## C

**Concession:** Public concession is a contract signed between a private company and the public administration for the company to perform some public service in favor of economic benefits.

**CPM Impact:** Impact cost for every time a thousand people passed by a location with a campaign = investment / impact.

**CPP:** Cost per point: investment / per GRP point reach

## D

**DSP:** Demand Side Platform. platform used to buy digital advertising in an automated and targeted way where the advertiser can segment their target audience and optimize their campaigns.

## E

**Earnout:** is a portion corresponding to the payment of part of the acquisition price of a company and linked to the future results of the acquired company.

**EBITDA:** Earnings Before Interest, Tax, Depreciation and Amortization. It is a non-accounting measure prepared by the Company, which consists of net income for the year or period, plus finance income and expenses, income tax and social contribution, and cost and expense of depreciation and amortization.

**Buildings:** Buildings are commercial or residential structures with high pedestrian traffic, and, in such cases, they feature Eletromidia screens.

**ESG:** Environmental, Social and Governance.

## F

**Frequency:** Average number of times each person viewed the media

## G

**GRP:** Gross Rating Points: gross audience points, based on general segmentation

## I

**IBOV:** (Bovespa Index): is the most important indicator of the average performance of share prices traded on B3 - Brasil, Bolsa, Balcão.

**Impacts:** Total number of people who passed through campaign locations x frequency that passed = Total impacts

**IPO:** Initial public offering is a type of public offering in which a company's shares are sold to the general public on a stock exchange for the first time. It is the process by which a company becomes a publicly traded company.

## L

**LGPD:** General Data Protection Law

## M

**Contribution margin:** represents how much the sale of a product or service contributes to covering the costs inherent in the production and sale of that product or service.

**Street Furniture:** Street Furniture are equipment and objects installed in public spaces available for the use of the population or support of city services. Benches, bus shelters, clocks, trash cans and signposts are some examples.

## O

**UN:** United Nations.

**OOH:** "Out Of Home" is the name of the media segment which Eletromidia is part of. "Out of Home" or "Exterior Media".

**Organic:** Organic growth is the growth that a company or business achieves by increasing its market share, based on attracting new business. This does not include profits or growth attributable to mergers and acquisitions, but rather an increase in sales and expansion through the company's own resources.

## P

**Panels:** Billboards are visual means of communication that display advertising and informational messages to the general public. They can be analogue (non-digital) or digital, and are used in high-traffic locations to reach large numbers of people. The billboards are designed to be visible and eye-catching in order to capture the public's attention and convey a clear and effective message.

**Penetration or Range %:** It is the percentage of unique people out of the total audience in the universe

**Pro forma:** Pro forma financial information provides information about the impact, on a recurring basis, of a particular transaction, demonstrating how an entity's historical financial statements might have been affected had that transaction been completed at an earlier date.

## R

**GOR:** Gross Operating Revenue

**NOR:** Net Operating Revenue

**Clocks:** Clocks or street clocks are the assets found on the avenues and streets of cities, granted by the city government, where they usually show time and ambient temperature and have space for advertisements.

**Streets:** It is one of our verticals. When we say "streets" we mean that we own street furniture assets, in streets with a large circulation of people and/or vehicles in the cities where we have operations.

## S

**SSP:** Supply Side Platform. Form used by digital media publishers with the aim of managing and optimizing the sale of advertising on websites and applications.

## T

**Transports:** One of our verticals, transports, refers to trains, subways, buses, airports or other means of mass mobility in a given locality, where we can place advertisements on screens, panels and even wrap vehicles.

**TRP:** Target Rating Points: net audience points, based on target segmentation

## U

**Universe:** Presents the number of unique people in the square

## V

**Verticals:** Eletromidia's verticals are our portfolio, the market niches, or the segments in which our business is established.

**Vesting:** It is the maturity period when rights such as stock plans or stock options become tradable or exercisable.

# Legal Warning

Some statements in this document may be statements about future expectations. Such statements are subject to known and unknown risks and uncertainties that may cause such expectations to not materialize or to be substantially different from what was expected. These risks include, among others, changes in the future demand for the Company's products, changes in factors that affect domestic and international prices of products, changes in the cost structure, changes in the seasonality of the markets, changes in prices practiced by competitors, exchange rate variations, changes in the Brazilian political and economic scenario, in the emerging and international markets. The forward-looking statements have not been reviewed by the independent auditors.



### OUR STORY

Eletromidia was founded in 1993 and has recorded continuous growth over the years, expanding its portfolio to include a variety of highly important segments in prominent urban centers, such as transports, airports, shopping malls and urban furniture.



### OUR VISION

We believe in our power of impact and are committed to using our tools to benefit society



### OUR MISSION


Transform environments offering convenience and information to consumers. This is done through local and global news, strategic partnerships and brand updates, aiming to create memorable experiences for those who pass through these environments.



## ABOUT US


Eletromidia, a leader in the Out of Home (OOH) sector in Brazil, boasts national coverage with a presence in over 80 cities across the country. Its reach, with over 66,000 touchpoints, enables the company to communicate with over 53 million unique individuals. Eletromidia stands out in the market with the largest digital inventory in Brazil, covering key OOH verticals such as streets, buildings, shopping malls, airports, and transports.






### Service center

We deliver personalized projects that go beyond the conventional, we offer public and useful services to people.



### Sales center

We have a unique portfolio, combining scale in prominent locations with high attractiveness for advertisers.



### Operations center

Eletromidia has programmatic actions on its digital platform, using data, geolocation, which result in impactful deliveries and customized actions.