



Sprawozdanie Zarządu 2021

z działalności

Grupy Kapitałowej K2 Holding

oraz Spółki K2 Holding S.A. za rok 2021

Spis treści:

List Prezesa Zarządu K2 Holding S.A. do Akcjonariuszy, Klientów i Pracowników	5
Kim jesteśmy	11
Historia Grupy K2	15
Skrócona analiza finansowa	19
Zestawienia wybranych danych finansowych	23
K2 na GPW w Warszawie	33
Struktura Grupy K2 Holding	35
Akcjonariat	37
Dywidenda i polityka dywidendowa	39
Ład korporacyjny	39
Otoczenie Rynkowe Grupy K2	41
Podsumowanie roku 2021	45
FABRITY	48
OKTAWAVE	51
K2 CREATE	55
K2 PRECISE	57
PERFECTBOT	59
Wyzwania na rok 2022	61
Czynniki ryzyka	65
Pozostałe informacje do sprawozdania z działalności wymagane rozporządzeniem	71
Dane rejestrowe spółek Grupy K2	78



List Prezesa Zarządu

W 2021 r. przychody operacyjne Grupy K2 wzrosły ponownie, tym razem o 13%, do najwyższego w naszej historii poziomu 75 mln zł.



Szanowni Państwo, Drodzy Akcjonariusze,

Przychody w biznesie nie są może „lekiem na całe zło”, ale bez ich wzrostu trudno marzyć o sukcesie. Dlatego cieszy nas, że krok po kroku potrafimy je zwiększać.

W 2021 r. przychody operacyjne Grupy K2 wzrosły ponownie, tym razem o 13%, do najwyższego w naszej historii poziomu 75 mln zł przychodów operacyjnych (przy prawie 124 mln zł przychodów ogółem).

Liderem wzrostów Grupy był nasz największy biznes – software house Fabrity, którego przychody operacyjne zwiększyły się o 19% i przekroczyły 35 mln zł.

Operator chmury publicznej Oktawave urósł o blisko 12% do ponad 18 mln zł.

Dla PerfectBot, naszego najmłodszego biznesu, wzrost przychodów w ujęciu procentowym był trzycyfrowy, a kamieniem milowym było osiągnięcie 1 mln zł rocznego przychodu powtarzalnego (ARR).

Tylko naszym biznesom marketingowym (K2 Create i K2 Precise) nie udało się zwiększyć skali. Zaważyła na tym utrata jednego klienta o znaczącym wpływie na przychody. Choć i tu wypada zaznaczyć, że Agencja K2 – od zeszłego roku działająca pod szyldem K2 Create – od-

budowała się po kilku ciężkich latach, pozyskując znakomitych klientów i osiągając zysk operacyjny.

Dane te potwierdzają, że kierunek strategiczny przyjęty przez nas w 2020 roku, tj. koncentracja wysiłków na biznesach technologicznych, wsparcie cyfrowej transformacji firm, budowanie długoterminowych relacji z klientami z najwyższej półki, jest właściwy.

Pomimo wzrostu przychodów, zyski Grupy były w 2021 roku nieznacznie niższe niż w rekordowym 2020 roku. Na poziomie skorygowanego wyniku EBITDA o 1,5 mln zł (-11%), natomiast na poziomie zysku netto o 0,4 mln zł (-7%).

I to może budzić wątpliwości inwestorów, bo idealna firma powinna przecież być jak japoński Shinkansen – śmigać do przodu z zadziwiającą prędkością, ale w sposób super przewidywalny.

Realne zarządzanie biznesem wygląda jednak inaczej. Firma taka jak K2, która po chudych latach rozpędza się do wzrostu, musi inwestować, zwiększać zespół i kompetencje.

Kierujemy się budową długoterminowej wartości, a dopiero potem patrzymy na wyniki kwartalne czy nawet roczne.

Przykładowo, Fabrity w zeszłym roku zbudowało kompetentny zespół rekrutacji, adresujący główną potrzebę biznesu tj. pozyskiwanie specjalistów IT. To oczywiście kosztuje, ale bez mocnego teamu HR dalszy wzrost naszego największego biznesu – liczymy, że szybszy niż dotychczas – nie byłby możliwy.

Mysząc o wzroście, budowie wartości dla akcjonariuszy, pamiętajmy, że można to robić na różne sposoby. Niekoniecznie przez EBITDA. Tu dobrym przykładem jest Oktawave – biznes, który w K2 się narodził, który za sprawą talentu i determinacji naszych specjalistów zbudował pozycję na rynku zdominowanym przez globalnych gigantów, ale który też wymagał czasu, cierpliwości i odwagi inwestycyjnej zarządzających.

Teraz – po otrzymaniu oferty zakupu – rozmawiamy o transakcji Oktawave, która może zapewnić spółce doskonałą przyszłość, a akcjonariuszom K2 zwrot z inwestycji. Również jeśli do transakcji z jakichś przyczyn nie dojdzie, Oktawave, po najlepszym roku w swojej historii, ma perspektywy na dalszy, szybki rozwój. Gdyby w przeszłości priorytetem dla twórców i zarządów K2 był kwartalny zysk, ten optymistyczny scenariusz nigdy by się nie napisał.

Co dalej? Długoterminowo, otoczenie biznesowe nam sprzyja. O przyszłość K2 możemy być spokojni, jednak najbliższe miesiące nie będą łatwe.

Do stresów pandemicznych dochodzi bowiem rosnąca inflacja, związana z nią presja płacowa, oraz bezpośrednie i pośrednie konsekwencje wojny w Ukrainie. Wojna już dziś oznacza dla nas pewien spadek przychodów – nieznaczący w skali Grupy, ale zauważalny dla biznesów (np. PerfectBot przestał obsługiwać sklepy swojego klienta na rynku rosyjskim). Wojna to wzrost biznesowej niepewności naszych klientów, co nie sprzyja inwestycjom technologicznym. To również kolejny stres dla naszego zespołu, który tworzą także obywatele i obywatelki Ukrainy.

Na szczęście – można pomagać, i to na miarę naszych możliwości robimy.

Rozumiemy również perspektywę tych Akcjonariuszy, dla których w czasach trudnych i niepewnych liczy się gotówka w rękach, wyznających zasadę „cash is king”. Dlatego uważamy, że w tym roku również jesteśmy w stanie wypłacić dywidendę z zysku, bez negatywnego wpływu na rozwój Grupy. Mamy

nadzieję, że jako akcjonariusze podzielicie tę opinię. Zachęcamy też – po ludzku, nie biznesowo, abyście część środków przeznaczyci na pomoc Ukrainie i uchodźcom.

Paweł Wujec

Prezes Zarządu

Warszawa, dn. 28.04.2022 r.



Kim jesteśmy

Grupa realizuje projekty
i usługi m.in. dla takich marek
jak Netflix, Google, Pepsi,
Samsung czy Carrefour

Grupa K2 dostarcza kompleksowe rozwiązania z obszarów software engineering i cloud jak również usługi transformacji cyfrowej i marketingu digitalowego, oparte o zaawansowaną analitykę.

Działalność Grupy K2 Holding opiera się na uzupełniających się liniach biznesowych:

- **Segment SOFTWARE** – Fabrity / K2 Digital Products – kompleksowe wsparcie w zakresie tworzenia oprogramowania dla biznesu, projektowania produktów cyfrowych i rozwiązań e-commerce.
- **Segment CLOUD** – Oktawave – wsparcie biznesu w transformacji chmurowej, migracja i zarządzanie chmurą obliczeniową w oparciu o własną platformę chmurową i platformy Amazon Web Services, Microsoft Azure, Google Cloud Platform, rozwiązania Big Data i strumieniowego przetwarzania danych, konteneryzacja i usługi DevOps.
- **Segment MARKETING**, w ramach którego działają trzy jednostki biznesowe: K2 Precise – prowadzenie kampanii digitalowych, kompleksowe wsparcie e-commerce, usługi specjalistyczne – social, programmatic, performance, SEO/SEM, business intelligence, analityka, usługi planowania mediów. K2 Create – działalność agencyjna, projektowanie i prowadzenie kampanii zintegrowanych we wszystkich mediach, opracowanie i wdrażanie strategii komunikacji

marek. PerfectBot – inteligentne chatboty drugiej generacji, które realnie odciążają Contact Center.

K2 łączy talenty i buduje multidyscyplinarne zespoły. Pracujemy z absolwentami szkół technicznych i biznesowych, psychologami, socjologami, specjalistami od marketingu i analityki danych, a także osobami, które ukończyły akademie sztuk pięknych. Wszystko po to, by zmierzyć się z najtrudniejszymi wyzwaniami jakie stawiają przed nami Klienci. Dzięki takiemu zespołowi oraz budowanemu przez lata doświadczeniu jesteśmy w stanie tworzyć wyjątkowe realizacje i dostarczać najwyższą jakość i wartość dla naszych Klientów, również w wymagających warunkach pracy hybrydowej.

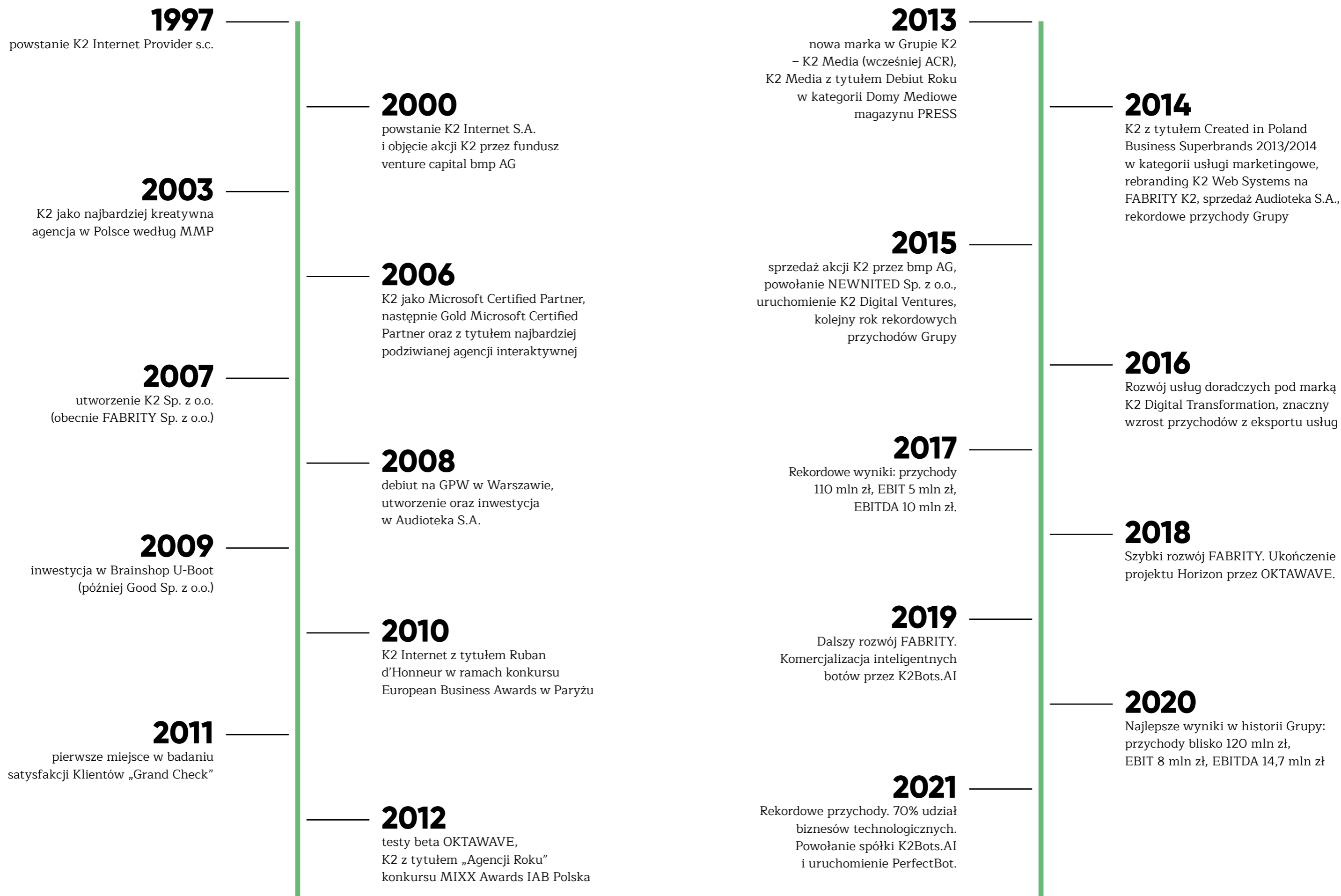
Grupa realizuje projekty i usługi dla największych polskich i światowych marek takich jak PEPSI, Netflix, Samsung, UPC, Brown-Forman, wszystkich marek LPP, IKEA, Displate, Resibo, KROSS, TUI Poland, Vision Express, Edipresse.

Z większością marek współpracę utrzymujemy od wielu lat, sukcesywnie powiększając jej zakres. Realizujemy strategię posiadania przynajmniej jednej wiodącej marki w najważniejszych segmentach rynku, a w największych z nich, skutecznie obsługujemy kluczowych konkurentów.



Historia Grupy K2

Grupa K2 od 1997 r. konfiguruje rzeczywistość, zmieniając nowe pomysły i technologie w konkretne rezultaty biznesowe dla naszych Klientów.





**Skrócona
analiza
finansowa**

Na wstępie skróconej analizy finansowej należy zwrócić uwagę na istotną zmianę w prezentacji danych finansowych wynikającą z ujęcia Segmentu Cloud jako Grupy aktywów przeznaczonych do sprzedaży. Wobec powyższego dane finansowe za rok 2021 i porównawczy zostały odpowiednio przekształcone. Po przekształceniu przychody Grupy zwiększyły się nominalnie o 2,6 mln zł i osiągnęły poziom 106,5 mln zł. Grupa osiągnęła wynik operacyjny (EBIT) na poziomie 6,4 mln zł w stosunku do przekształconej wartości 8,7 mln zł za roku 2020. Oznacza to obniżenie wyniku operacyjnego o blisko 2,3 mln zł. Wynik EBITDA obniżył się o 2,4 mln do kwoty 9,2 mln. Na spadek ten istotny wpływ miały: słabsze wyniki segmentu marketingowego związane m.in. z rozwojem projektu Perfect-Bot, wyższe rozpoznanie kosztów programów opcyjnych, brak dodatkowych pozostałych przychodów operacyjnych z tyt. wsparcia pandemicznego oraz wyższe koszty administracyjne wynikające ze wzmocnienia usług SSC.

Grupa na potrzeby zarządcze do oceny rozwoju działalności wyodrębnia kategorię finansową „przychodów operacyjnych”, ujawnioną w ramach opisu i noty dotyczącej segmentów operacyjnych. Dla zachowania pełnej porównywalności w zakresie noty segmentowej, przedstawiliśmy ją w dotychczasowym ujęciu czyli wraz z konsolidowanym segmentem Cloud, bez wyodrębniania Grupy aktywów do zbycia. W tej prezentacji przychody operacyjne osiągnęły wartość 75,1 mln zł i były wyższe o 8,7 mln zł, co oznacza wzrost o blisko 13% r/r. Z uwagi na ujemny wynik operacyjny Oktawave w wysokości -124 tys. zł, wynik EBIT Grupy K2 był nieco niższy w tym ujęciu i wyniósł 6,3 mln zł.

Porównując prezentację z wyodrębnioną Grupą aktywów do zbycia do ujęcia segmentowego z pełną konsolidacją segmentu Cloud można zauważyć istotną różnicę w poziomie wyniku EBITDA. Należy łączyć to z wysoką amortyzacją w Segmencie Cloud wynikającą ze znaczących, w skali Grupy K2, zarówno rzeczowych jak i niematerialnych aktywów trwałych stanowiących infrastrukturę IT i platformę służącą świadczeniu usług IaaS. W związku z powyższym wynik EBITDA Grupy K2 w ujęciu segmentowym tj. wraz z konsolidowanym Segmentem Cloud, wyniósł 12,9 mln zł, co mimo obniżenia o 1,8 mln zł r/r pozwoliło utrzymać dwucyfrową marżę EBITDA na poziomie 10,4%.

W odniesieniu do danych ze skonsolidowanego sprawozdania finansowego rentowność sprzedaży netto (ROS) wyniosła w 2021 r. 4,2% i była niższa w stosunku do roku poprzedniego o 0,5 p.p. Skutkowało to osiągnięciem wyniku netto wynoszącego 4,5 mln zł., z czego 3,7 mln przypadało na akcjonariuszy jednostki dominującej. Zysk netto w przeliczeniu na jedną akcję (EPS) wyniósł 2,03 zł, wobec 2,50 zł przed rokiem. Rentowność aktywów (ROA) osiągnęła 7,5%, natomiast rentowność kapitałów własnych (ROE) wyniosła 14,1%.

Przepływy pieniężne netto wyniosły 0,6 mln zł. Dodatkowo przepływy operacyjne z działalności kształtowały się na poziomie 9,5 mln zł, przepływy inwestycyjne wyniosły (-2,9) mln zł, natomiast ujemne przepływy finansowe wyniosły (- 6) mln zł, z czego (-2,4) mln zł przeznaczone zostało na wypłatę dywidendy.

Zadłużenie finansowe (odsetkowe) na dzień 31 grudnia 2021 roku osiągnęło w efekcie

uwzględnienia zastosowania MSSF16, wartość na poziomie 5,2 mln zł. Wyłączając efekt zastosowania MSSF16, standardu rachunkowości, skutkującego wzrostem zobowiązań leasingowych z tyt. wynajmowanej powierzchni biurowej w wysokości 4,1 mln zł, zadłużenie finansowe (odsetkowe) na dzień bilansowy wyniosło 1,1 mln zł. Jednocześnie na dzień bilansowy Grupa K2 posiadała zasoby gotówki w kwocie 10,1 mln zł.

Wskaźnik płynności bieżącej kalkulowany bez aktywów do zbycia oraz związanych z nimi zobowiązań uległ nieznacznej poprawie i wyniósł na koniec 2021 r. 1,9. Rating spółki w 2021 roku opracowany według modelu Piotroski F-Score wyniósł 8 w przedziale 0-9. Opisane powyżej elementy analizy finansowej za rok 2021 wskazują na wysokie bezpieczeństwo kontynuacji działalności i stanowią dobrą podstawę do jej wzrostu w przyszłości.

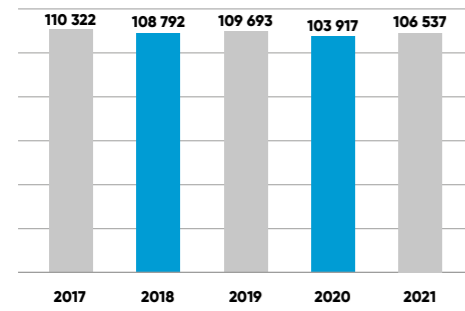
05

**Zestawienie
wybranych danych
finansowych**

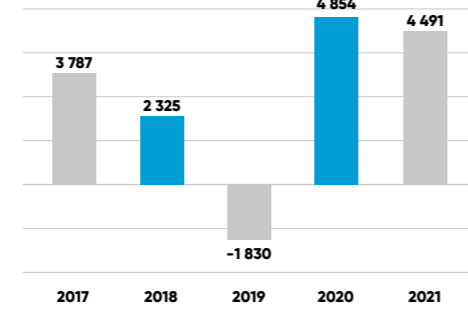
Skonsolidowane wybrane dane finansowe Grupy K2		2021	2020	2021	2020	Dynamika
		PLN'000	PLN'000	EUR'000	EUR'000	
I.	Przychody ze sprzedaży usług	106 537	103 917	23 274	23 226	2,5%
II.	Zysk/Strata na działalności operacyjnej (EBIT)	6 424	8 686	1 403	1 941	
III.	EBITDA ¹	9 213	11 572	2 013	2 586	-20,4%
IV.	Zysk/Strata przed opodatkowaniem	6 022	7 855	1 316	1 756	
V.	Zysk/Strata netto	4 491	4 854	981	1 085	
VI.	Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	9 518	17 143	2 079	3 832	
VII.	Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	- 2 858	- 3 093	- 624	- 691	
VIII.	Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	- 6 011	- 8 523	- 1 313	- 1 905	
IX.	Przepływy pieniężne netto razem	649	5 527	142	1 235	
X.	Średnioważona liczba akcji	2 317 655	2 319 005	2 317 655	2 319 005	
XI.	Zysk/Strata na jedną akcję	1,94 (PLN)	2,09 (PLN)	0,42 (EUR)	0,47 (EUR)	
XII.	Wyplacona dywidenda na jedną akcję	1,05 (PLN)	- (PLN)	0,23 (EUR)	- (EUR)	
		1,05 (PLN)	- (PLN)	0,23 (EUR)	- (EUR)	
XIII.	Aktywa razem	59 639	62 471	12 967	13 537	-4,5%
XIV.	Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	27 784	33 849	6 041	7 335	-17,9%
XV.	Zobowiązania i rezerwy długoterminowe	2 746	5 815	597	1 260	-52,8%
XVI.	Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe	25 038	28 034	5 444	6 075	-10,7%
XVII.	Kapitał własny	31 855	28 622	6 926	6 202	11,3%
XVIII.	Kapitał podstawowy	2 318	2 319	504	503	-

Lata 2020 i 2021 prezentowane są wg skonsolidowanego sprawozdania finansowego przy ujęciu Oktawave S.A. jako Grupy aktywów przeznaczonych do sprzedaży.

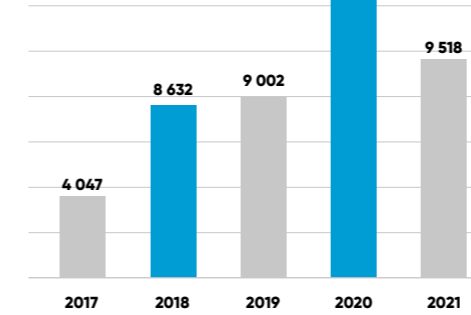
Przychody ze sprzedaży usług



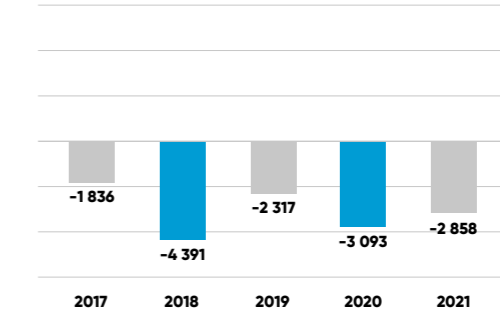
Zysk/Strata netto



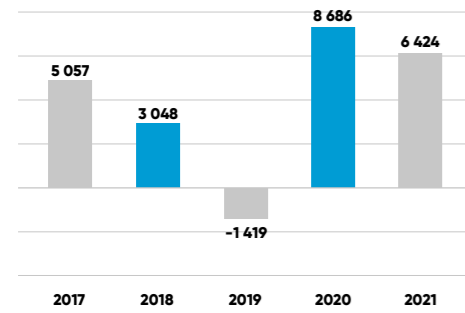
Przepływy operacyjne



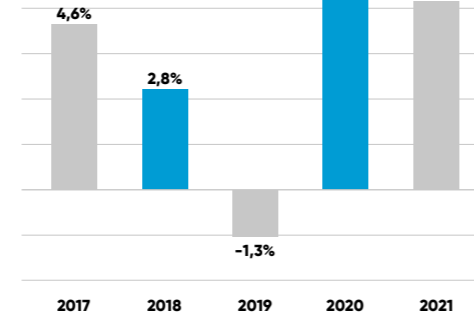
Przepływy inwestycyjne



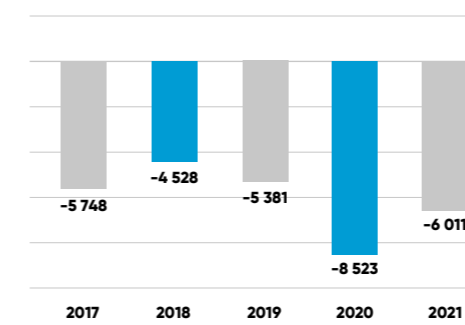
EBIT



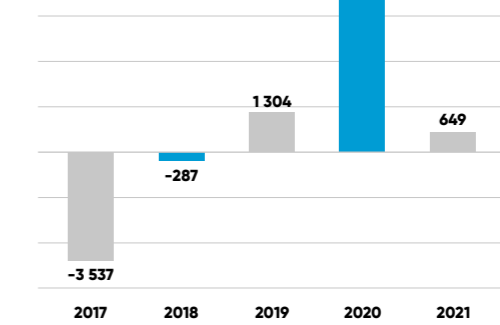
Marża EBIT



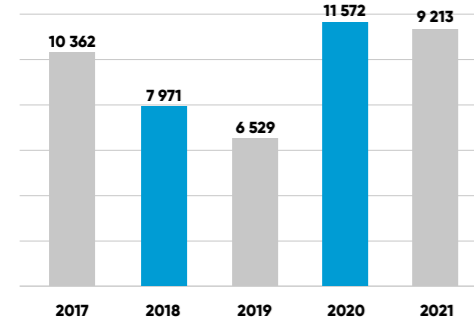
Przepływy finansowe



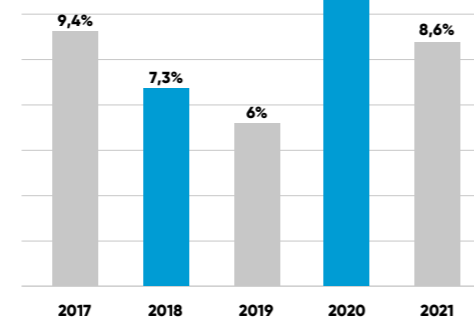
Przepływy razem



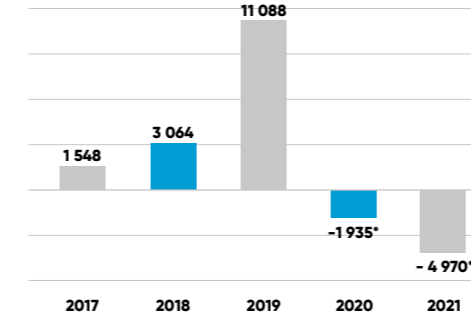
EBITDA



Marża EBITDA

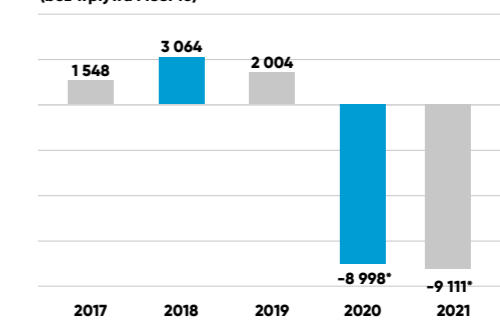


Zadłużenie finansowe netto



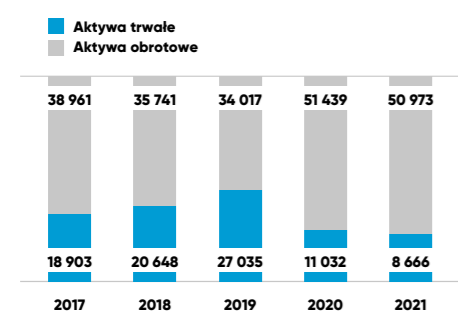
* znak ujemny oznacza nadwyżkę gotówkową netto

Zadłużenie finansowe netto (bez wpływu MSSF16)



* znak ujemny oznacza nadwyżkę gotówkową netto

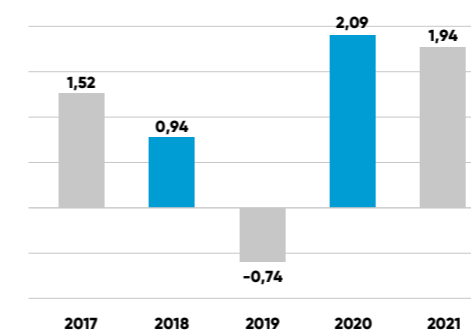
Struktura aktywów



Struktura pasywów



Zysk/strata na akcję



Wszystkie dane w tys. zł o ile nie podano inaczej.

Wszystkie dane w tys. zł o ile nie podano inaczej.

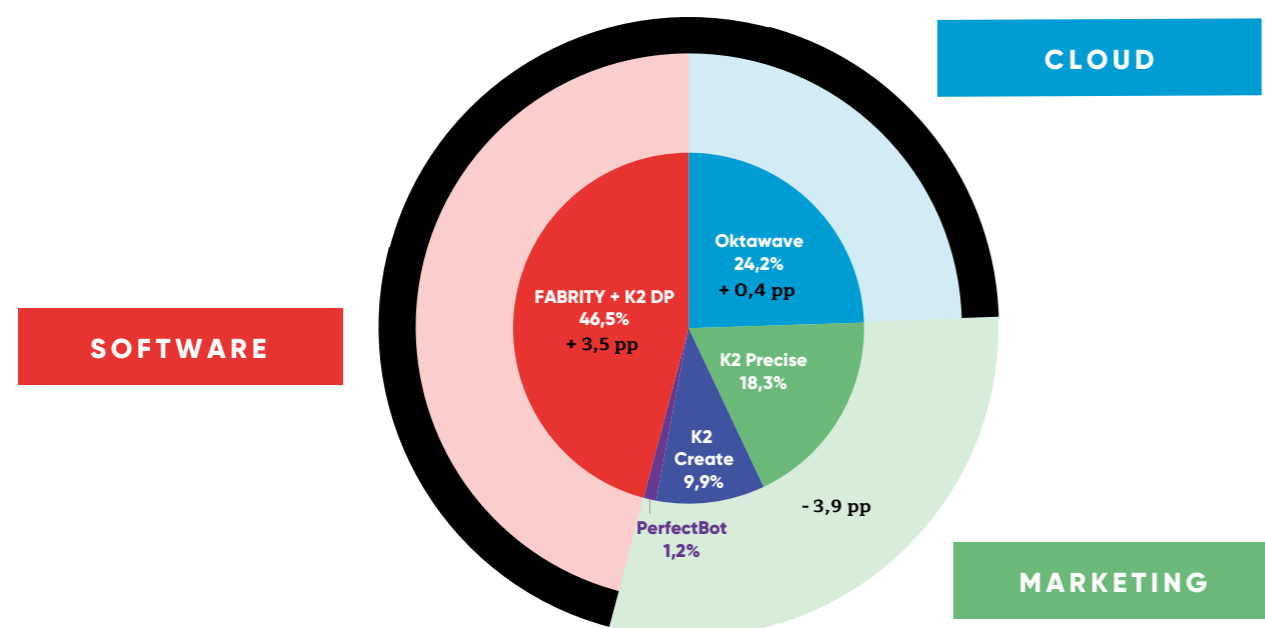
Segmenty operacyjne

Nota segmentowa została przygotowana przy założeniu pełnej konsolidacji wszystkich trzech segmentów biznesowych Grupy K2

- **Segment SOFTWARE** dostarczający kompleksowe wsparcie w zakresie tworzenia oprogramowania dla biznesu, doradztwa i realizacji projektów informatycznych.
- **Segment CLOUD** świadczący usługi przetwarzania danych w chmurze pod marką OKTAWAVE; w związku z otrzymaniem oferty na zakup 100% Akcji spółki Oktawave S.A., o czym Emitent poinformował w dniu 12 kwietnia 2022 r. Raportem bieżącym 6/2022, Spółka Oktawave w przekształconym sprawozdaniu finansowym przedsta-

wiona jest jako Grupa aktywów do zbycia, a w nocie segmentowej jako konsolidowany segment operacyjny Cloud.

- **Segment Marketingowy** skupiający działalność agencji reklamowej K2 Create odpowiadającej za część komunikacyjno-kreatywną, PerfectBot oferującą inteligentne boty oraz K2 Precise obejmujący m.in. prowadzenie kampanii digitalowych, świadczenie usług specjalistycznych – Social, Programmatic, Performance, SEO/SEM, Business Intelligence, Analityka, pośrednictwa mediowego oraz badań mediowych;



Przychody operacyjne segmentów w mln zł i procentowy udział w 2021 r.

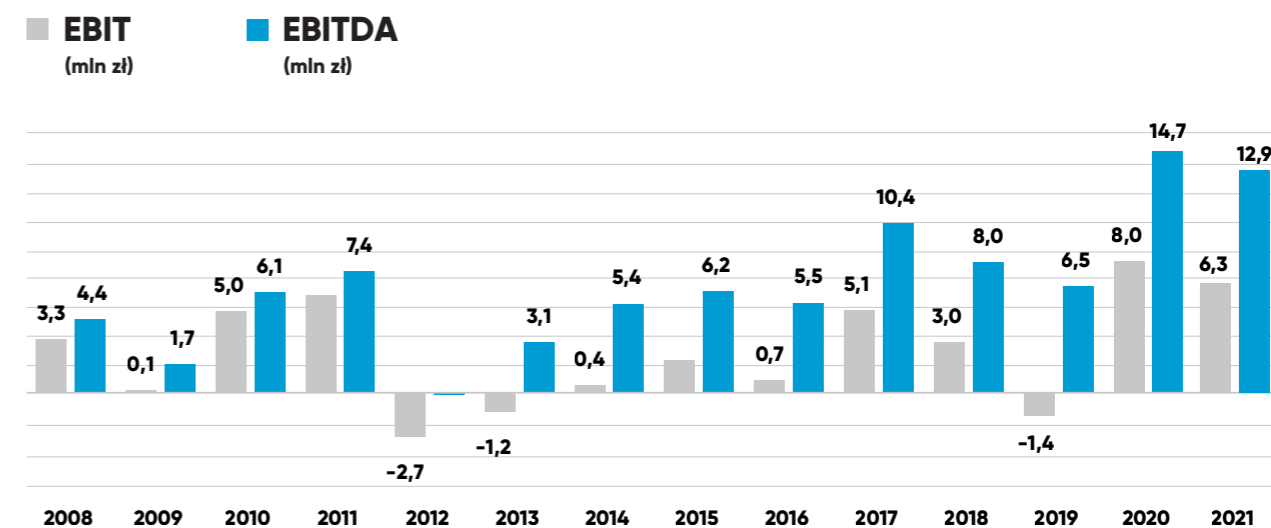
- Dane segmentu marketingowego po wyłączeniach konsolidacyjnych operacji w ramach segmentu
- Zmiana pp w 2021 vs. 2020 r.

Segmenty operacyjne 2021	Segment SOFTWARE PLN'000	Segment CLOUD PLN'000	Segment MARKETINGOWY PLN'000	Segment SSC i pozostałe PLN'000	Wyłączenia PLN'000	Grupa K2 PLN'000
Przychody ze sprzedaży usług	40 282	18 547	67 008	10 762	- 12 750	123 849
Przychody ze sprzedaży usług – niepowiązane	39 988	17 312	65 799	750	-	123 849
Przychody ze sprzedaży usług – powiązane	294	1 235	1 209	10 012	- 12 750	-
Koszty zakupu usług mediowych, marketingowych, licencji i refaktur	- 4 680	- 6	- 44 567	- 1 450	1 981	- 48 722
Przychody operacyjne	35 602	18 541	22 441	9 312	- 10 769	75 127
Koszty sprzedanych usług	- 25 402	- 16 947	- 15 864	- 2 058	991	- 59 280
Zysk/Strata brutto ze sprzedaży	10 200	1 594	6 577	7 254	- 9 778	15 847
Koszty ogólnego zarządu przed kosztem programów opcyjnych	- 4 931	- 2 103	- 5 241	- 6 401	9 778	- 8 898
Zysk/Strata ze sprzedaży	5 269	- 509	1 336	853	-	6 949
Pozostałe przychody / koszty operacyjne netto	41	385	127	- 27	-	526
Zysk/Strata na działalności operacyjnej (EBIT) przed kosztem programów opcyjnych	5 310	- 124	1 463	826	-	7 475
Koszty programów opcyjnych	-	-	-	- 1 175	-	- 1 175
Zysk/Strata na działalności operacyjnej (EBIT)	5 310	- 124	1 463	- 349	-	6 300
Przychody finansowe / Koszty finansowe netto	- 47	- 116	- 85	- 270	-	- 518
Wycena udziałów	-	-	-	-	-	-
Zysk/Strata przed opodatkowaniem	5 263	- 240	1 378	- 619	-	5 782
Amortyzacja bez MSSF 16						
Amortyzacja dotycząca MSSF 16	318	3 797	253	114	-	4 482
Odpisy dotyczące majątku trwałego	489	-	93	1 523	-	2 105
EBITDA skorygowana	5 628	3 673	1 716	940	-	11 957
EBITDA	6 117	3 673	1 809	1 288	-	12 887
Aktywa razem	23 270	13 723	20 196	35 963	- 33 513	59 639
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	9 112	10 230	11 398	7 742	- 10 698	27 784

Segmenty operacyjne 2020	Segment SOFTWARE PLN'000	Segment CLOUD PLN'000	Segment MARKETINGOWY PLN'000	Segment SSC i pozostałe PLN'000	Wyłączenia PLN'000	Grupa K2 PLN'000
Przychody ze sprzedaży usług	35 118	16 655	68 718	10 148	- 10 950	119 689
Przychody ze sprzedaży usług – niepowiązane	33 728	15 772	68 165	2 024	-	119 689
Przychody ze sprzedaży usług – powiązane	1 390	883	553	8 124	- 10 950	-
Koszty zakupu usług mediowych, marketingowych, licencji i refaktur	- 5 254	- 92	- 45 655	- 4 329	2 098	- 53 232
Przychody operacyjne	29 864	16 563	23 063	5 819	- 8 852	66 457
Koszty sprzedanych usług	- 20 114	- 15 411	- 15 709	- 462	831	- 50 865
Zysk/Strata brutto ze sprzedaży	9 750	1 152	7 354	5 357	- 8 021	15 592
Koszty ogólnego zarządu przed kosztem programów opcyjnych	- 4 084	- 2 272	- 4 446	- 5 288	8 021	- 8 069
Zysk/Strata ze sprzedaży	5 666	- 1 120	2 908	69	-	7 523
Pozostałe przychody / koszty operacyjne netto	193	584	379	143	-	1 299
Zysk/Strata na działalności operacyjnej (EBIT) przed kosztem programów opcyjnych	5 859	- 536	3 287	212	-	8 822
Koszty programów opcyjnych	-	- 135	-	- 672	-	- 807
Zysk/Strata na działalności operacyjnej (EBIT)	5 859	- 671	3 287	- 460	-	8 015
Przychody finansowe / Koszty finansowe netto	- 70	- 187	- 110	- 648	-	- 1 015
Wycena udziałów	-	-	-	-	- 3	- 3
Zysk/Strata przed opodatkowaniem	5 789	- 858	3 177	- 1 108	- 3	6 997
Amortyzacja bez MSSF 16						
Amortyzacja dotycząca MSSF 16	373	3 845	276	179	-	4 673
Odpisy dotyczące majątku trwałego	477	-	78	1 504	-	2 059
EBITDA skorygowana	6 232	3 307	3 563	391	-	13 493
EBITDA	6 709	3 174	3 641	1 223	-	14 747
Aktywa razem	18 289	14 762	24 531	35 594	- 30 705	62 471
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	8 651	11 057	15 460	8 108	- 9 427	33 849

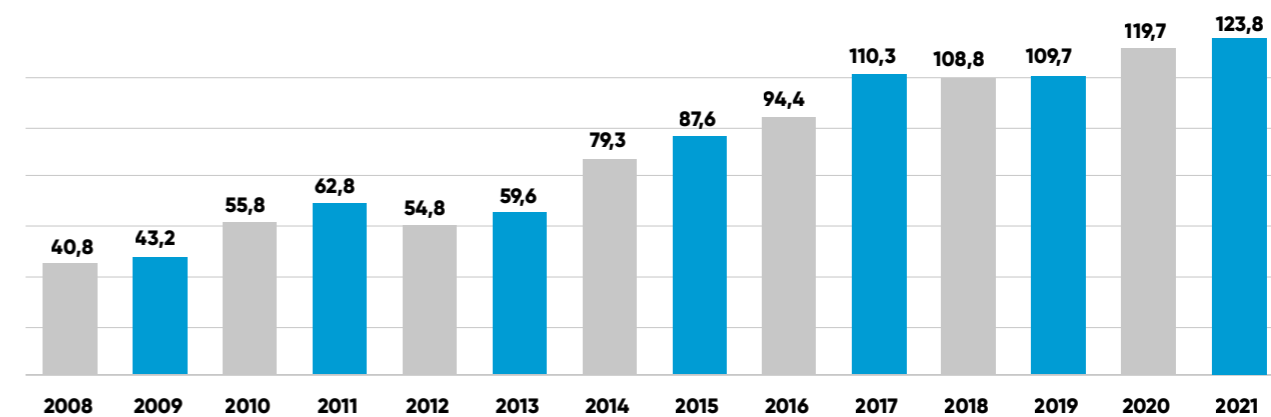
Wskaźniki 2021		2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014
Rentowność sprzedaży brutto	wynik brutto na sprzedaży / przychody netto ze sprzedaży usług	13,4%	13,9%	6,6%	9,7%	10,8%	7,9%	10,2%	12,7%
Rentowność działalności operacyjnej	wynik na działalności operacyjnej / przychody netto ze sprzedaży usług	6,0%	8,4%	-1,3%	2,8%	4,6%	0,8%	2,3%	0,6%
Rentowność brutto	wynik brutto / przychody netto ze sprzedaży usług	5,7%	7,6%	-1,7%	2,5%	4,2%	0,6%	2,4%	8,2%
Rentowność netto	wynik netto / przychody netto ze sprzedaży usług	4,2%	4,7%	-1,7%	2,1%	3,4%	0,4%	1,8%	6,1%
Zyskowność kapitału własnego	wynik netto / kapitał własny	14,1%	17,0%	-7,7%	8,7%	14,1%	1,6%	5,7%	16,9%
Zyskowność aktywów	wynik netto / aktywa razem	7,5%	7,8%	-3,0%	4,1%	6,5%	0,7%	3,0%	8,9%
Wskaźnik płynności bieżący w latach 2021 i 2020 kalkulowany bez Grupy aktywów do zbycia oraz związanych z nimi zobowiązaniami	aktywa obrotowe / zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe	1,90	1,67	1,31	1,41	1,47	1,39	1,55	1,46
Pokrycie majątku kapitałami własnymi	kapitały własne / majątek ogółem	53%	46%	39%	47%	46%	45%	52%	53%

Kategorie wynikowe wg ujęcia segmentowego bez wyodrębniania Grupy aktywów przeznaczonych do sprzedaży



Przychody (mln zł)

Przychody wg ujęcia segmentowego bez wyodrębniania Grupy aktywów przeznaczonych do sprzedaży



Wybrane dane finansowe Emitenta		2021	2020	2021	2020	Dynamika
		PLN'000	PLN'000	EUR'000	EUR'000	
I.	Przychody ze sprzedaży usług	10 762	10 148	2 351	2 268	6,1%
II.	Strata na działalności operacyjnej (EBIT)	-438	-612	-96	-137	
III.	EBITDA ¹	1 288	1 162	281	260	10,8%
IV.	Strata przed opodatkowaniem	2 258	-563	493	-126	
V.	Zysk/strata netto	1 994	-442	436	-99	
VI.	Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	2 055	1 411	449	315	
VII.	Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	630	1 766	138	395	
VIII.	Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	-2 937	-3 197	-642	-715	
IX.	Przepływy pieniężne netto razem	-252	-20	-55	-4	
X.	Średnioważona liczba akcji	2 317 665	2 319 005	2 317 665	2 319 005	
XI.	Zysk/strata na jedną akcję	0,86 (PLN)	-0,19 (PLN)	0,19 (EUR)	-0,04 (EUR)	
XII.	Wyplacona dywidenda na jedną akcję	1,05 (PLN)	-	0,23 (EUR)	-	
		31.12.2021	31.12.2020	31.12.2021	31.12.2020	
		PLN'000	PLN'000	EUR'000	EUR'000	
XIII.	Aktywa razem	35 963	35 594	7 819	7 713	1,0%
XIV.	Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	7 741	8 108	1 683	1 757	-4,5%
XV.	Zobowiązania i rezerwy długoterminowe	1 341	4 219	292	914	-68,2%
XVI.	Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe	6 400	3 889	1 391	843	64,6%
XVII.	Kapitał własny	28 222	27 486	6 136	5 956	2,7%
XVIII.	Kapitał podstawowy	2 318	2 319	504	503	-



K2 na GPW w Warszawie

Spółka K2 Holding S.A. (wcześniej K2 Internet S.A.) od 6 czerwca 2008 r. notowana jest na Giełdzie Papierów Wartościowych S.A. w Warszawie pod nazwą K2HOLDING i kodem ISIN: PLK2ITRO0010. Aktualnie w obrocie jest 2.317.655 akcji.

Spółka K2 Holding S.A. (wcześniej K2 Internet S.A.) od 6 czerwca 2008 r. notowana jest na Giełdzie Papierów Wartościowych S.A. w Warszawie pod nazwą K2HOLDING i kodem ISIN: PLK2ITRO0010. Aktualnie w obrocie jest 2.317.655 akcji.

Struktura Grupy

K2 Holding S.A.

jednostka dominująca

FABRITY Sp. z o.o. <ul style="list-style-type: none">• jednostka zależna• 80% udziałów w kapitale zakładowym i głosów posiada K2 Holding S.A.*	Agencja K2 Sp. z o.o. <ul style="list-style-type: none">• jednostka zależna• 100% udziałów w kapitale zakładowym i głosów posiada K2 Holding S.A.
OKTAWAVE S.A. <ul style="list-style-type: none">• jednostka zależna• 94,87% udziałów w kapitale zakładowym i głosów posiada K2 Holding S.A. **	K2 PRECISE S.A. <ul style="list-style-type: none">• jednostka zależna• 100% udziałów w kapitale zakładowym i głosów posiada K2 Holding S.A.
PERFECTBOT Sp. z o.o. <ul style="list-style-type: none">• jednostka zależna• 82% udziałów w kapitale zakładowym i głosów posiada K2 Holding S.A.****	

*Pozostałe udziały są w posiadaniu członków kluczowego kierownictwa FABRITY Sp. z o.o.

** Udziały na dzień zatwierdzenia sprawozdania finansowego K2 Holding S.A.

Pozostałe udziały są w posiadaniu członków kluczowego kierownictwa OKTAWAVE S.A.

***Pozostałe udziały są w posiadaniu członków kluczowego kierownictwa PERFECTBOT Sp. z o.o.

FABRITY

FABRITY zapewnia kompleksowe wsparcie w zakresie tworzenia oprogramowania dla biznesu, doradztwa i realizacji projektów informatycznych. Firma tworzy i wdraża dedykowane rozwiązania informatyczne, które obok najwyższej jakości technologii i funkcjonalności, charakteryzuje dbałość o doświadczenia użytkowników. Specjalizacja firmy koncentruje się wokół tworzenia rozwiązań wspierających zarządzanie procesami biznesowymi, zarządzanie zawartością i obiegiem dokumentów, budową korporacyjnych aplikacji mobilnych oraz rozwiązań Business Intelligence.

Zatrudnia blisko 140 osób. W portfolio Klientów znajdują się znane duże marki z branży finansowej, przemysłu, sektora farmaceutycznego, telekomunikacyjnego, publicznego itp. Do klientów segmentu należą m.in. PKO Bank Polski, Pekao TFI, Centrum Nauki Kopernik, unijna agencja FRONTEx.

OKTAWAVE

OKTAWAVE to pierwsza i największa polska platforma publicznej chmury obliczeniowej, utworzona w 2012 roku. Firma tworzy otwartą technologię chmurową oraz wspiera firmy w transformacji cyfrowej, realizacji strategii multicloud, migracji i zarządzaniu chmurą obliczeniową. Udostępnia własną certyfikowaną infrastrukturę chmurową, która otrzymała status VMware Cloud Verified. Pomaga także skorzystać z rozwiązań dostawców globalnych, takich jak AWS, Azure, Google Cloud. Operuje z trzech centrów danych zlokalizowanych w Polsce.

K2 CREATE

Agencja K2, działająca pod marką K2 Create jest jedną z najbardziej rozpoznawalnych i docenianych agencji interaktywnych w Polsce. Tworzy komunikację, która daje markom wyrazisty wizerunek i pozwala im sprawnie działać w dynamicznie zmieniającej się rzeczywistości. Zatrudnia 50 osób. W portfolio klientów Agencji znajdują się takie marki jak Netflix, Google, Pepsi, Samsung, Carrefour, Brown Forman, UPC czy Warta.

Z początkiem marca 2021 r. sfinalizowany został proces wyodrębnienia z Agencji działalności związanej z tworzeniem chatbotów i przeniesienia jej do nowoutworzonej spółki K2BOTS.AI Sp. z o.o. (aktualnie PerfectBot Sp. z o.o.)

K2 PRECISE

K2 Precise to agencja marketingu internetowego specjalizująca się w kampaniach digitalowych, usługach specjalistycznych – od social, programmatic, performance, SEO/SEM, business intelligence po analitykę, kompleksowe wsparcie e-commerce czy usługi planowania TV.

K2 Precise świadczy zaawansowane usługi analityczne i mediowe dla takich firm jak Nutricia, Pracuj.pl, Orbico Beauty czy Glosel (TaniaKsiazka.pl). Zespół firmy liczy ponad 40 osób.

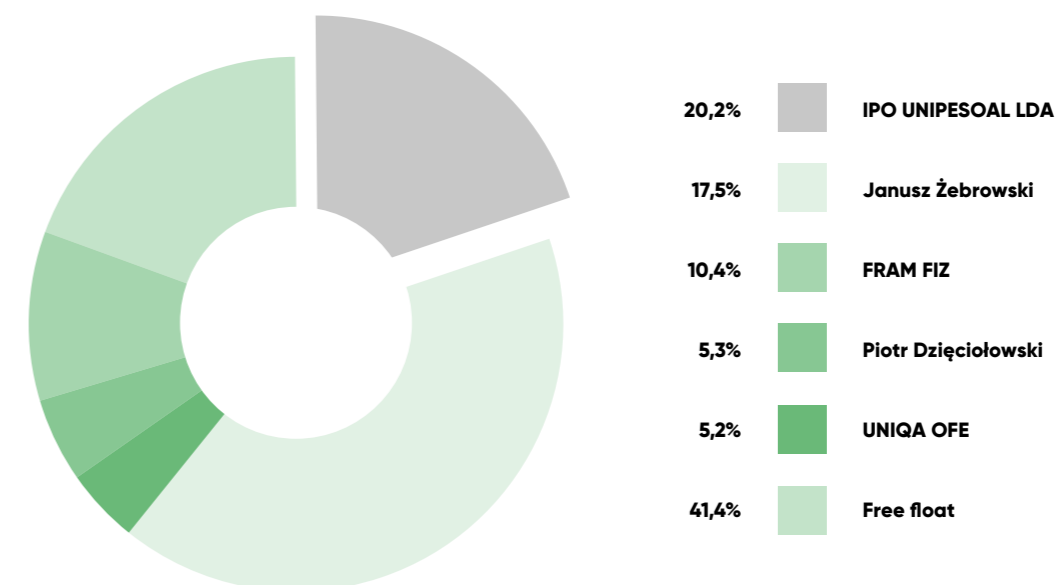
PERFECTBOT

PerfectBot oferuje chatboty drugiej generacji, które rozumieją większość pytań klientów, dzięki czemu realnie odciążają Contact Center. Spółka K2 Bots.AI Sp. z o.o. (aktualnie PerfectBot Sp. z o.o.) została założona w styczniu 2021 r., a z dniem 1 marca 2021 przeniesiona została do niej z Agencji K2 działalność

związana z chatbotami. Obok K2 Holding S.A. współudziałowcami są czterej założyciele. Wśród Klientów PerfectBot należy wymienić e-sklepy LPP, IKEA, 4F, Diverse, Tatum, Ryłko, Displate oraz Modivo.

W marcu ub. r. spółka uruchomiła rozwiązanie PerfectBot do automatyzacji obsługi klienta w retail i ecommerce.

Akcjonariat



Łączna liczba akcji K2 Holding S.A. wynosi 2.317.655 akcji.

Wartość nominalna wszystkich akcji K2 Holding S.A. to 2.317.655 zł.

Na dzień 28.04.2021 r. K2 Holding S.A. nie posiada akcji własnych K2 Holding S.A.

**Znaczący akcjonariusze na dzień 28.04.2022 r.
(posiadający co najmniej 5% głosów na Walnym Zgromadzeniu)**

Akcjonariusze	Liczba posiadanych akcji / głosów na WZA	Udział % w kapitale zakładowym	Udział % w ogólnej liczbie głosów na WZA
IPO UNIPESOAL LDA ¹	468 500	20,21% ²	20,21% ²
Janusz Żebrowski	405 739	17,50% ²	17,50% ²
FRAM FIZ reprezentowany przez AgioFunds TFI S.A.	241 769	10,43% ²	10,43% ²
Piotr Dzięciołowski	123 000	5,31% ²	5,31% ²
Uniqua OFE reprezentowany przez Uniqua PTE S.A.	121 288	5,23% ²	5,23% ²

¹ Podmiot powiązany z Grzegorzem Stulgisem – Zastępcą Przewodniczącego Rady Nadzorczej, poprzednia nazwa AGS 30 FIZAN Unipessoal LDA.

² Dane po obniżeniu kapitału zakładowego K2 Holding S.A. z kwoty 2.319.005 do kwoty 2.317.655 zł. w wyniku umorzenia 1350 akcji własnych, które zarejestrowane zostało przez Sąd w dniu 13.09.2021 r.

Zestawienie stanu posiadania akcji Emitenta lub uprawnień do nich przez osoby zarządzające i nadzorujące Emitenta na dzień przekazania niniejszego raportu

Akcjonariusze	Liczba posiadanych akcji	Udział % w kapitale zakładowym	Udział % w ogólnej liczbie głosów na WZA
Zarząd			
Artur Piątek	35 122	1,51% ²	1,51% ²
Paweł Wujec	27 500	1,19% ²	1,19% ²
Michał Paschalis - Jakubowicz	19 610	0,85% ²	0,85% ²
Rada Nadzorcza			
IPO UNIPESOAL LDA ¹	468 500	20,21% ²	20,21% ²
Janusz Żebrowski	405 739	17,50% ²	17,50% ²

¹ Podmiot powiązany z Grzegorzem Stulgisem – Zastępcą Przewodniczącego Rady Nadzorczej, poprzednia nazwa AGS 30 FIZAN Unipessoal LDA.

² Dane po obniżeniu kapitału zakładowego K2 Holding S.A. z kwoty 2.319.005 do kwoty 2.317.655 zł. w wyniku umorzenia 1350 akcji własnych, które zarejestrowane zostało przez Sąd w dniu 13.09.2021 r.

Dywidenda i polityka dywidendowa

W dniu 1 kwietnia 2015 r. Zarząd K2 Internet S.A. (aktualnie K2 Holding S.A.) uchwalił politykę dywidendową, która zakłada coroczną wypłatę dywidendy Akcjonariuszom Spółki w wysokości minimum 50% skonsolidowanego

zysku netto z działalności operacyjnej za rok poprzedni, przy uwzględnieniu potrzeb inwestycyjnych oraz przy założeniu, że struktura Grupy K2 Holding pozostanie bez zmian.

Ład korporacyjny

W zakresie przestrzegania zasad ładu korporacyjnego, Zarząd K2 Holding S.A., realizując postanowienia uchwały Rady Nadzorczej Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A., oświadcza, że przestrzega zasad ładu korporacyjnego określonych w dokumencie Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2021 z mocą obowiązującą od dnia 1 lipca 2021 r.,

z wyjątkiem tych opisanych w „Oświadczeniu dotyczącym stosowania zasad ładu korporacyjnego w K2 Holding S.A. w 2021 r.” z dnia 28 kwietnia 2022 r. Pełne oświadczenie o stosowaniu ładu korporacyjnego stanowi odrębny dokument załączony do jednostkowego sprawozdania finansowego K2 Holding S.A. za rok 2021.

07

Otoczenie rynkowe Grupy K2

Grupa K2 działa na perspektywicznych rynkach technologii informatycznych, przetwarzania danych w chmurze, internetowych usług reklamowych oraz produktów cyfrowych opartych o nowe technologie.

Grupa K2 działa na perspektywicznych rynkach technologii informatycznych, przetwarzania danych w chmurze, internetowych usług reklamowych oraz produktów cyfrowych opartych o nowe technologie.

Wartość rynku reklamowego w Polsce w 2021 r., po spadkach i kryzysie wywołanym pandemią COVID-19 przekroczyła 10,5 mld złotych. Rynek reklamowy wzrósł tym samym o 16,2%, przekraczając poziom sprzed pandemii. Wydatki reklamowe na internet, który jest głównym obszarem działalności Grupy K2, po raz pierwszy w historii były wyższe niż na telewizję. Bez uwzględnienia nakładów na ogłoszenia, wydatki na reklamę w internecie zwiększyły się w roku 2021 r. o 21,8% do 4,49 mld zł. Ich udział w całym polskim rynku reklamowym wzrósł z 40,8 do 42,7 proc. W efekcie internet wyprzedził pod tym względem telewizję, której udział zmalał z 44,2 do 42,4 proc¹.

Dla biznesów z grupy K2 – **K2 Create** oraz **K2 Precise** – głównym rynkiem działania jest rynek agencji reklamowych (zintegrowanych agencji kreatywnych oraz domów mediowych). Jego zmiany są skorelowane ze zmianami całego rynku reklamy, brak jednak wiarygodnych szacunków dynamik przychodów polskich agencji.

Globalnie, rynek agencji reklamowych w perspektywie do 2025 roku będzie rósł o ok. 7% rocznie².

Główne trendy na rynku agencji, w większości negatywne dla Grupy K2, to:

- rosnący udział agencji sieciowych, należą-

cych do globalnych holdingów reklamowych, na rynku domów mediowych,

- rosnąca presja cenowa ze strony klientów i wzrost znaczenia czynnika kosztowego, szczególnie na rynku mediów,
- rozdrobnienie, obniżenie barier wejścia i spadek lojalności klientów na rynku agencji kreatywnych.

Trendy pozytywne to:

- łączenie rozwiązań kreatywnych i mediowych (Grupa K2 posiada jednostki biznesowe operujące w obu tych segmentach),
- stały wzrost znaczenia reklamy digital,
- rosnące zapotrzebowanie klientów na usługi specjalistyczne np. marketing w wyszukiwarkach, marketing automation, wdrożenia rozwiązań martech.

Działająca na rynku ICT spółka **FABRITY**, od wielu lat konsekwentnie budowała portfel swoich klientów oparty o duże, międzynarodowe firmy i organizacje, wchodząc z reguły w długookresowe relacje i kontrakty, z czasem poszerzane o nowe obszary współpracy lub nowe rynki. Okres pandemii okazał się szczególnie dobrym czasem dla rozwoju spółki, przede wszystkim z uwagi na to, że ten segment klientów z reguły nie był dotknięty drastycznym spadkiem przychodów, a najczęściej występowały w nim zauważalne impulsy inwestycyjne, związane z digitalizacją biznesu, przejściem na tryb pracy zdalnej lub hybrydowej, a także podniesieniem nowoczesności wykorzystywanych technologii (usunięcie tzw. „długu technologicznego”), zwiększenie wykorzystania środowisk w chmurze obliczeniowej i podniesienie bezpieczeństwa. Tego

typu nastawienie było w szczególności zauważalne u klientów spoza Polski, którzy z reguły mieli większe poczucie konieczności przeprowadzenia znacznych i szybszych inwestycji.

Zwiększenie poziomu inwestycji w cyfryzację wśród dużych firm i organizacji zarówno w Polsce, jak i w regionie DACH oraz Skandynawii, naturalnie przełożyło się na zwiększenie zapotrzebowania na pracę inżynierów, programistów i ogólnie wszystkich specjalistów IT. Warunki pandemii, dzięki którym upowszechniła się praca zdalna, dodatkowo wpłynęły na większą akceptację wśród klientów modelu „nearshoringowego” i pracy zdalnej nad projektami w modelach zwinnych (agile). Jednocześnie wystąpiła dość znaczna presja na wzrost wynagrodzeń inżynierów i specjalistów IT, która mogła być, w zależności od specjalizacji, technologii i specyfiki współpracy z klientami, amortyzowana poprzez wzrost stawek dla klientów oraz zmniejszanie ryzyka realizowanych projektów poprzez określone zapisy kontraktowe.

Dodatkowo, w związku z rosnącymi potrzebami na tworzenie oprogramowania zwiększającego stopień cyfryzacji przedsiębiorstw, przy jednoczesnym wzroście kosztów tych usług, ostatnie 2 lata przyniosły wyraźny wzrost zainteresowania platformami typu „low-code”. Dzięki tym platformom użytkownicy biznesowi oraz osoby posiadające wiedzę techniczną, ale nie będące programistami, mają możliwość tworzenia, przy wykorzystaniu narzędzi wizualnych, prostych i średnio złożonych aplikacji biznesowych. Według informacji z raportu firmy Gartner, eksperci szacują, że przed końcem 2024 roku 65% aplikacji biznesowych tworzonych na potrzeby przedsiębiorstw będzie opartych o platformy „low-code”, a dzięki przyspieszającej cyfryzacji procesów bizne-

sowych w ciągu 3 najbliższych lat powstanie w przedsiębiorstwach 500 milionów nowych aplikacji, czyli więcej niż powstało przez ostatnie 40 lat.

W przypadku działającej w obszarze przetwarzania danych w chmurze spółki **OKTAWAVE**, pandemia spowodowała zwiększenie ruchu online w zakresie e-commerce, nauki, informacji, co przełożyło się na wzrost zainteresowania usługami chmurowymi, które oferują znacznie łatwiejszą skalowalność i elastyczność. W ocenie Spółki, rynek w Polsce w roku 2021 przeszedł z fazy, w której przedsiębiorstwa rozważały czy zasadne jest przeniesienie zasobów do chmury do fazy w której główną kwestią jest decyzja – w jaki sposób przeprowadzić skuteczną migrację do chmury.

Potwierdzeniem tej opinii są wnioski z badania zrealizowanego przez IDG Poland na zlecenie Grupy K2 wśród przedstawicieli branży e-commerce. Zgodnie z wynikami tego badania, już 58% e-sklepów w Polsce korzysta z chmury, a kolejne rozważają migrację swoich środowisk do chmury. Wśród powodów tej migracji wymieniane są przyczyny typowe dla własnej infrastruktury, tj. problemy z dostępnością systemów – 27% e-sklepów odnotowało wydłużony czas ładowania stron, 21% przestoje w funkcjonowaniu platformy, a 20% problemy z ładowaniem się zdjęć, wideo lub innych elementów oferty. W rezultacie potencjalni klienci rezygnowali z finalizacji zakupu, co bezpośrednio przełożyło się na wzrost wskaźnika porzuceń koszyka (18% wskazań). Z kolei usługi chmurowe oznaczają dla respondentów badania przede wszystkim możliwość łatwego zwiększenia wolumenu sprzedaży (40%), większą skalowalność i moż-

¹ <https://cmoinsider.pl/publicis-groupe-rynek-reklamowy-w-polsce-w-2021-r-przekroczył-historyczna-wartosc-105-mld-zl-wzrost-o-162/>

² <https://www.researchandmarkets.com/reports/5323063/advertising-agencies-global-market-report-2021>

liwość rozwoju platformy (35%) oraz zwiększenie szybkości działania i wprowadzania nowości w ofercie, a więc krótszy time-to-market (30%)³.

Zarówno wyniki badania jak i obserwacje Spółki pozwalają przypuszczać, że mamy do czynienia z ustępowaniem spowolnienia dynamiki sprzedaży wywołanego pandemią.

Rok 2021 był czasem odbudowy po kryzysie, kiedy większość mediów powróciła do poziomów sprzed pandemii lub wręcz przekroczyła wartości przychodów reklamowych sprzed kryzysu. Perspektywy na rok 2022 Grupa K2 ocenia umiarkowanie pozytywnie. Aktualne portfolio klientów oraz obrany kierunek strategiczny Grupy, szczególnie w obszarze transformacji cyfrowej, pozwalają myśleć o rozwoju kompetencji i skali biznesu.

Występują jednak istotne ryzyka:

- Perspektywa PKB na ten rok jest dobra, jednak obciążona niepewnością wynikającą z sytuacji geopolitycznej. Zrewidowane prognozy dla Polski mówią o wzroście PKB od 1% do 4% w 2022 r. i powyżej 3% w 2023 r.

Jednocześnie rosną prognozy inflacji na rok 2022 przekraczając poziom dwucyfrowy. To zjawisko już obecnie daje się odczuć w przypadku niemalże wszystkich mediów, tj. telewizji, internetu, reklamy zewnętrznej czy radia, które mają do czynienia z presją inflacyjną⁴. Presja ta jest odczuwalna również na rynku pracy gdzie dodatkowo sytuację utrudnia niedobór wysokiej klasy specjalistów. Jednocześnie firmy mają coraz bardziej ograniczone możliwości przeliczenia wzrostu kosztów na klientów.

- Trwająca w dalszym ciągu pandemia COVID-19 może mieć wpływ na preferencje i możliwości zakupowe Klientów dot. usług spółek z Grupy K2, a co za tym idzie realizowane wyniki Grupy K2.
- Wojna w Ukrainie, mimo wstrzymania części działań reklamowych w pierwszych dniach inwazji, nie wpłynęła jak dotąd istotnie na zmiany budżetów. Na rynku nie było paniki, kampanie nie były odwoływane, a jedynie przesuwane w czasie. Z drugiej zaś strony trudno przewidzieć jakie będą dalsze konsekwencje wojny i zachowania Klientów Grupy. Wzrost niepewności geopolitycznej może też zniechęcać naszych klientów do inwestycji IT, a przez to mieć negatywny wpływ na wyniki segmentów technologicznych Grupy.

³ Pobierz Raport „Technologie i marketing w e-commerce – wyzwania i trendy 2021” | Grupa K2

⁴ <https://www.wirtualnemedial.pl/arttykul/rynek-reklamowy-w-polsce-2021-rok-co-dominuje-urosl-o-16-proc-internet-zyskal-dwa-razy-wiecej-od-telewizji>

Podsumowanie roku 2021

W 2021 roku przychody operacyjne Grupy K2 wzrosły ponownie, tym razem o 13%, do najwyższego w naszej historii poziomu 75 mln zł

W 2021 roku przychody operacyjne Grupy K2 wzrosły ponownie, tym razem o 13%, do najwyższego w naszej historii poziomu 75 mln zł (przy ujęciu Oktawave jako segmentu konsolidowanego metodą pełną).

Liderem wzrostów Grupy K2 był nasz największy biznes – software house Fabrity, którego przychody operacyjne zwiększyły się o 19% i przekroczyły 35 mln zł. Operator chmury publicznej Oktawave urósł o blisko 12% do ponad 18 mln zł. Dla PerfectBot, naszego najmłodszego biznesu, wzrost przychodów w ujęciu procentowym był trzycyfrowy, a kamieniem milowym było osiągnięcie 1 mln zł rocznego przychodu powtarzalnego (ARR).

Tylko naszym biznesom marketingowym (K2 Create i K2 Precise) nie udało się zwiększyć skali. Zaważyła na tym utrata jednego klienta o znaczącym wpływie na przychody. Choć i tu wypada zaznaczyć, że Agencja K2 – od zeszłego roku działająca pod szyldem K2 Create – odbudowała się po kilku ciężkich latach, pozyskując nowych znakomitych klientów i osiągając zysk operacyjny.

Dane przychodowe potwierdzają, że kierunek strategiczny przyjęty przez nas w 2020 roku, tj. koncentracja wysiłków na biznesach technologicznych, szeroko rozumiane wsparcie cyfrowej transformacji, budowanie długoterminowych relacji z klientami z najwyższej półki, jest właściwy.

Pomimo wzrostu przychodów, zyski Grupy były w 2021 roku nieznacznie niższe niż w rekordowym 2020. Na poziomie skorygowanego wyniku EBITDA o 1,5 mln zł (-11%), natomiast na poziomie zysku netto o 0,4 mln zł (-7%).

Spadek rentowności w porównaniu do roku 2020 jest efektem zapowiadanych przez nas i realizowanych wzmocnień, bez których Grupa K2 po prostu nie byłaby w stanie rosnąć.

Przykładowo, Fabrity w zeszłym roku zbudowało kompetentny zespół rekrutacji, adresujący główną potrzebę biznesu tj. pozyskiwanie specjalistów IT. To oczywiście kosztuje, ale bez mocnego teamu HR dalszy wzrost naszego największego biznesu – liczymy, że szybszy niż dotychczas - nie byłby możliwy.

Ponadto na różnicę między wynikami roku 2021 a 2020 ma wpływ również jednorazowa pomoc pandemiczna w wysokości 745 tys. zł w roku 2020, z której w roku 2021 już nie korzystaliśmy.

Zgodnie z raportem bieżącym nr 6/2022 z dnia 12 kwietnia br. K2 Holding otrzymała od Netia S.A. ofertę zakupu 100 % akcji spółki Oktawave S.A. Złożenie Oferty stanowi kolejny etap procesu, którego wynikiem może być sprzedaż Oktawave S.A., a która jest konsekwencją przeprowadzenia przez Netia S.A. badania due diligence, które umożliwiło złożenie oferty.

FABRITY

FABRITY jest spółką, działającą na międzynarodowym rynku ICT w segmencie usług związanych z projektowaniem, tworzeniem, rozwojem i utrzymaniem dedykowanego oprogramowania dla dużych przedsiębiorstw i nowoczesnych firm technologicznych.

FABRITY w roku 2021

Rok 2021 był dla FABRITY kolejnym rokiem, w którym firma zanotowała istotne wzrosty sprzedaży, utrzymała dotychczasowe wyniki, wzbogaciła swój portfel klientów, a także kontynuowała dotychczasowe inwestycje i zwiększała efektywność organizacji.

Wzrost przychodów ze sprzedaży wyniósł w ujęciu rocznym 15%, z czego segment usług rozwoju i utrzymania oprogramowania dla klientów korporacyjnych, świadczonych pod marką Fabrity, wzrósł o 23%, a w segmencie „K2 Digital Products”, w ramach którego realizowane są projekty związane z projektowaniem i tworzeniem cyfrowych produktów i usług, przychody nieznacznie spadły (-2%).

Rentowność na przychodach ze sprzedaży wyniosła w odniesieniu do EBIT 13,2%, a w odniesieniu do skorygowanego EBITDA 14,0%. Nieznaczne zmniejszenie tych wskaźników w porównaniu do roku 2020 związane było z inwestycjami jakie firma prowadziła wzmocniając obszary HR, sprzedaży i marketingu. Spółka zrealizowała swój plan zarówno na poziomie przychodów oraz wyniku EBIT, a także przeprowadziła z dobrym rezultatem większość planowanych projektów rozwojowych.

Główni klienci

Po bardzo wysokich wzrostach, które Fabrity zanotowało w 2020 roku, firma w roku 2021 skupiona była przede wszystkim na utrzy-

maniu obecnej bazy klientów, rozwoju relacji z nimi i zapewnieniu wysokiej jakości usług. W efekcie firma nie straciła żadnego istotnego klienta z segmentu oprogramowania dedykowanego, z kilkoma klientami poszerzyła współpracę o nowe obszary oraz poszerzyła swój portfel o kilku istotnych klientów, z którymi może budować współpracę w długim okresie.

W roku 2021 do grona stałych klientów Fabrity dołączyły m.in.:

- niemiecka firma farmaceutyczna;
- dwie największe na rynku polskim firmy działające w sektorze prywatnej opieki zdrowotnej;
- lider w sektorze usług diagnostyki medycznej;
- światowy lider w produkcji silników przeznaczonych do zastosowań przemysłowych;
- dwie międzynarodowe firmy ubezpieczeniowe;
- znana marka kosmetyków;
- producent oprogramowania dla branży TSL.

Najważniejsze z tych kontraktów zostały zawarte pod koniec roku, przez co w nieporównywalnie większym stopniu relacje z tymi klientami stanowią solidną podbudowę do wzrostu przychodów w 2022 roku. Fabrity poszerzyło również w 2021 współpracę z wieloma znaczącymi klientami, wśród których wymienić należy:

- czołowy polski bank;
- międzynarodową firmę paliwową;
- Agencję FRONTEx;
- światowego lidera sektora urządzeń elektro-technicznych;
- kilka innych firm z branży produkcyjnej z krajów DACH.

Udział przychodów z eksportu i do organizacji międzynarodowych działających przez podmioty ulokowane w Polsce przekroczył w 2021 roku 50%.

Główne projekty rozwojowe

Rozwój HR

Ograniczona podaż inżynierów staje się większą barierą wzrostu niż zapotrzebowanie na usługi ze strony klientów. Fabrity od kilku lat skupia się na dużych klientach korporacyjnych, z którymi może realizować w długim okresie ważne i krytyczne biznesowo projekty. Rozwój tego typu strategii wiąże się jednak z koniecznością posiadania bardzo dobrej kadry inżynierów, którzy potrafią realizować złożone zadania na wysokim poziomie.

W roku 2021 Fabrity prowadziła szereg działań rozwojowych w obszarze HR. Dotyczyły one zarówno procesów związanych z utrzymaniem aktualnej kadry inżynierów, jak i zwiększenia skali i kompetencji w obszarze rekrutacji. Działania te miały kluczowe znaczenie w kontekście planów sprzedażowych na 2022 rok.

Rozwój sprzedaży

W roku 2021 wdrożona została również nowa strategia sprzedaży oparta o takie produkty jak „software engineering”, wdrażanie rozwiązań i platform typu „Low-code”, a także doradztwa w zakresie tworzenia kultury „citizenship development” oraz projektowania produktów cyfrowych.

Wdrożona strategia sprzedaży powiązana jest również z budową nowych procesów, praktyk i narzędzi, którymi posługuje się zintegrowany dział sprzedaży i marketingu aby w bardziej optymalny sposób docierać i pozyskiwać nowych klientów, a przez to optymalizować wartość portfela klientów w długim okresie.

Utrzymanie aktualnie zatrudnionego personelu i skalowanie działań związanych z pozyskiwaniem nowych inżynierów, a z drugiej strony dobór optymalnego portfela klientów, zapew-

nijającego maksymalizację marży, są obecnie najważniejszymi wyzwaniami dla firm o profilu zbliżonym do Fabrity.

Transformacja K2 Digital Products

Firma realizowała również plan transformacji biznesu „K2 Digital Products”, który został nabyty jako Zorganizowana Część Przedsiębiorstwa w sierpniu 2020 roku. Związane było to ze zmianą oferty, w której większy nacisk został położony na projektowanie produktów cyfrowych, poszerzenie stosu technologicznego, re-segmentację klientów i zmiany w komunikacji marketingowej.

Wyzwaniem było również przyspieszenie pozyskiwania nowych klientów, pasujących do nowych założeń strategicznych, szczególnie po tym, jak na początku 2021 roku zakończone zostały dwa istotne projekty stanowiące zauważalny udział w przychodach tego biznesu.

Platformy low code

W 2021 r. najważniejszym obszarem inwestycji Fabrity w rozwój kompetencji i własnych rozwiązań były platformy klasy „Low-code”, dzięki którym bez angażowania programistów, w oparciu o narzędzia wizualne, możliwe jest szybkie tworzenie aplikacji, zwykle o niekrytycznym biznesowo przeznaczeniu i niskim lub średnim poziomie złożoności.

Firma inwestowała w budowę zespołów, które dostarczają rozwiązania tego typu w oparciu o platformę „Power Platform” firmy Microsoft, ciesząc się coraz większym zainteresowaniem również wśród dużych klientów korporacyjnych.

Firma jest również wieloletnim partnerem takich dostawców jak Nintex i UiPath, i z powodzeniem wdraża złożone rozwiązania hiperautomatyzacji i Robotic Process Automation.

W minionym roku Fabrity rozwijało również własną platformę „Fast App”, która bardzo dobrze sprawdza się przy budowie rozwiązań wspierających obieg dokumentów i integrację z systemami dziedzinowymi. W roku 2021 na platformie Fast App powstało przeszło 20 rozwiązań dla 5 klientów. W 2022 roku spółka będzie kontynuować w szybszym tempie inwestycję w rozwój tego produktu.

Kompetencje w obszarze platform „Low code” pozwalają Fabrity zwiększać przychody i rentowność pomimo istotnych rynkowych ograniczeń związanych z tempem przyrostu kadry wykwalifikowanych inżynierów IT. Firma może bowiem wdrażać te platformy u klientów, którzy dzięki temu mogą samodzielnie (i efektywniej kosztowo) tworzyć aplikacje mniej krytyczne i złożone. To z kolei wzmacnia pozycję Fabrity jako kompleksowego partnera wspierającego klientów w cyfrowej transformacji na różnych jej poziomach.

Procesy M+A

W minionym roku Fabrity prowadziło również prace nad budową struktur, kompetencji i procesów związanych z realizacją strategii wzrostu firmy w oparciu o akwizycje.

Trendy rynkowe i plany na przyszłość

Najważniejsze trendy, które Fabrity stara się w odpowiedni sposób adresować na poziomie zarówno strategii, jak i bieżącej działalności to:

- zmiany w tradycyjnym modelu usług outsourcingowych, polegające na upowszechnieniu się modelu nearshoringowego i przedefiniowaniu sposobu kontraktowania tego typu usług;
- zmiany na międzynarodowym rynku usług rozwoju oprogramowania, będące konsekwencją wojny w Ukrainie;

- rosnące zapotrzebowanie na specjalistów i inżynierów IT oraz powiązany z tym wzrost poziomu ich wynagrodzeń;
- rosnące wykładniczo zapotrzebowanie na aplikacje biznesowe o niskim i średnim poziomie złożoności, powiązane z ogólnym trendem cyfryzacji i automatyzacji w wielu różnych obszarach działalności przedsiębiorstw;
- rosnące wymagania i wzrost zapotrzebowania na usługi związane z doradztwem, projektowaniem oraz badaniami, w obszarze tworzenia cyfrowych produktów i usług;
- dynamicznie rosnące zapotrzebowanie na usługi rozwoju oprogramowania z wykorzystaniem sztucznej inteligencji i blockchain.

Najważniejsze plany Spółki na rok 2022 obejmują:

- prowadzenie działań zmierzających do wzrostu firmy poprzez akwizycje na rynku polskim lub rynkach europejskich, na których obecnie firma obsługuje swoich klientów;
- kontynuacja inwestycji w rozwój własnej platformy „Fast app” i istotny wzrost przychodów z licencji oraz usług;
- dalsze doskonalenie kompetencji związanych z utrzymaniem i pozyskiwaniem talentów;
- dalsze doskonalenie kompetencji w obszarze sprzedaży i marketingu, w tym na rynku krajów DACH;

Zarząd spółki uważa, że w tym roku możliwe jest osiągnięcie wzrostu przychodów o 20-30% dzięki wykorzystaniu potencjału organizacji i inwestycjom dokonany w poprzednim roku.

OKTAWAVE

Oktawave dostarcza usługi przetwarzania danych w chmurze obliczeniowej (IaaS) oraz usługi planowania, wdrażania i utrzymania środowisk chmurowych. Firma tworzy otwartą technologię chmurową oraz wspiera firmy w transformacji cyfrowej, realizacji strategii multicloud, migracji i zarządzaniu chmurą obliczeniową.

Podsumowanie roku 2021

Rok 2021 w Oktawave przebiegał pod znakiem stopniowego powrotu dynamiki wzrostu, spowolnionego w poprzedzającym roku przez wybuch pandemii. Dostosowanie się po stronie klientów do nowej rzeczywistości poskutkowało odmrożeniem projektów transformacyjnych, do których zalicza się migracja zasobów informatycznych do chmury. Zwiększone zapotrzebowanie na moc obliczeniową, będące skutkiem przede wszystkim większego zainteresowania usługami online, spowodowało wzrost zainteresowania chmurą ze strony podmiotów, które do tej pory korzystały z własnej infrastruktury IT.

Perspektywa rynkowa

Pandemia spowodowała zwiększenie ruchu online w zakresie e-commerce, nauki, informacji, co zaś przełożyło się na wzrost zainteresowania usługami chmurowymi, które oferują znacznie łatwiejszą skalowalność i elastyczność. W ocenie Spółki, rynek w Polsce w roku 2021 przeszedł z fazy, w której przedsiębiorstwa rozważały czy zasadne jest przeniesienie zasobów do chmury do fazy, w której główną kwestią jest decyzja – w jaki sposób przeprowadzić skuteczną migrację do chmury. Potwierdzeniem tej opinii są wnioski z badania zrealizowanego przez IDG Poland na zlecenie Grupy K2 wśród przedstawicieli

branży e-commerce. Zgodnie z wynikami tego badania, już 58% e-sklepów w Polsce korzysta z chmury, a kolejne rozważają migrację swoich środowisk do chmury. Wśród powodów tej migracji wymieniane są przyczyny typowe dla własnej infrastruktury, tj. problemy z dostępnością systemów: 27% e-sklepów odnotowało wydłużony czas ładowania stron, 21% przestoje w funkcjonowaniu platformy, a 20% problemy z ładowaniem się zdjęć, wideo lub innych elementów oferty. W rezultacie potencjalni klienci rezygnowali z finalizacji zakupu, co bezpośrednio przełożyło się na wzrost wskaźnika porzuceń koszyka (18% wskazań).

Z kolei usługi chmurowe oznaczają dla respondentów badania przede wszystkim możliwość łatwego zwiększenia wolumenu sprzedaży (40%), większą skalowalność i możliwość rozwoju platformy (35%) oraz zwiększenie szybkości działania i wprowadzania nowości w ofercie, a więc krótszy time-to-market (30%).

Zarówno wyniki badania jak i obserwacje Spółki pozwalają przypuszczać, że mamy do czynienia z ustępowaniem spowolnienia dynamiki sprzedaży wywołanego pandemią.

Dynamika przychodów

Dynamika przychodów r/r wyniosła 11,4% i była jednocześnie istotnie zróżnicowana w poszczególnych kwartałach. W pierwszym i drugim kwartale wyniosła odpowiednio 3,6% i 9,4% r/r odnotowując wyraźne przyspieszenie w trzecim i czwartym kwartale 2021, kształtując się odpowiednio na poziomie 12,6% oraz 19,5% r/r. Wzrost przychodów następował zarówno w kategorii przychodów ze sprzedaży własnych rozwiązań chmurowych jak również ze sprzedaży chmur hyperscalerów. Do grona klientów Spółki dołączyły m.in. HRLink i Goldenline oraz Mieszkanie.pl.

Istotne działania rozwojowe Spółki

Działania rozwojowe Spółki realizowane były w 2021 r. zarówno w obszarze własnej infrastruktury jak i w obszarze wyspecjalizowanych usług chmurowych. W kwietniu 2021 uruchomiony został drugi region dostępności w Skawinie, dzięki któremu Oktawave jest w stanie zaoferować np. geograficznie rozproszone usługi backupu. Gros nowo uruchamianych środowisk chmurowych dla nowych klientów jest lokowanych w tym regionie.

W obszarze wyspecjalizowanych usług chmurowych spółka z powodzeniem kontynuuje rozwój usług wdrażania rozwiązań opartych o technologię Kubernetes as a Service, jak również usług migracji do chmur globalnych (hyperscalerów). W grudniu 2021 Oktawave podpisała umowę partnerską z Operatorem Chmury Krajowej, w oparciu o którą wdrażać będzie usługi Google Cloud.

Nowością w portfolio usług Oktawave jest usługa audytu bezpieczeństwa środowiska IT. W 2021 roku zrealizowany został pierwszy projekt w tym zakresie dla klienta komercyjnego. Obecnie trwają prace nad wypracowaniem oferty związanej z audytem bezpieczeństwa rozwiązań chmurowych.

Spółka systematycznie podnosi kompetencje zespołu, m.in. poprzez certyfikację zatrudnianych specjalistów. Jednocześnie, w związku z rosnącym zainteresowaniem ze strony rynku usługami chmurowymi, Oktawave odnotowuje pewne oznaki presji płacowej jak również trudności w pozyskiwaniu kompetencji na rynku pracy.

Oferta zakupu akcji Spółki Oktawave S.A.

Zgodnie z raportem bieżącym nr 6/2022 z dnia 12 kwietnia br. K2 Holding otrzymała od Netia S.A. ofertę zakupu 100 % akcji spółki Oktawave S.A. Złożenie Oferty stanowi kolejny etap procesu, którego wynikiem może być sprzedaż Oktawave S.A. oraz jest konsekwencją przeprowadzenia przez Netia S.A. badania due diligence, które umożliwiło złożenie oferty.

K2 Holding S.A. zamierza prowadzić dalsze negocjacje dotyczące realizacji Transakcji w oparciu o otrzymaną Ofertę, w tym w celu ustalenia treści umowy sprzedaży akcji Spółki. Oferta ma charakter warunkowy i sfinalizowanie Transakcji uzależnione jest od wynegocjowania umowy dotyczącej Transakcji oraz uzyskania wymaganych zgód korporacyjnych.

Słownik pojęć

- **cloud computing** (ang. Chmura obliczeniowa) – model przetwarzania danych oparty na użytkowaniu usług dostarczonych przez usługodawcę (wewnętrzny dział lub zewnętrzna organizacja). Funkcjonalność jest tu rozumiana jako usługa (dająca wartość dodaną użytkownikowi) oferowana przez dane oprogramowanie (oraz konieczną infrastrukturę).
- **international data corporation** – jest dostawcą informacji rynkowych, usług doradczych i wydarzeń dla rynków technologii informacyjnej, telekomunikacji i technologii konsumenckich. Założona w 1964 r. IDC jest spółką zależną należącą w całości do International Data Group (IDG), firmy świadczącej usługi w zakresie mediów, danych i marketingu
- **iaas** (ang. Infrastructure as a Service, „infrastruktura jako usługa”) – jeden z modeli chmury obliczeniowej. Jest to usługa polegająca na dostarczeniu przez dostawcę całej infrastruktury informatycznej, takiej jak np. wirtualizowany sprzęt, skalowany w zależności od potrzeb użytkownika.
- **saas** – (ang. Software as a Service) – jeden z modeli chmury obliczeniowej, którym aplikacja jest przechowywana i wykonywana na komputerach dostawcy usługi i jest udostępniana użytkownikom przez Internet. Eliminuje to potrzebę instalacji i uruchamiania programu na komputerze klienta.
- **platform as a service** (PaaS, z ang. „platforma jako usługa”) – to jeden z modeli chmury obliczeniowej. Jest to usługa polegająca na udostępnieniu przez dostawcę wirtualnego środowiska pracy; usługa ta skierowana jest przede wszystkim do programistów.
- **oci** (ang. Oktawave Cloud Instance), instancja chmury, analogiczna w działaniu do serwera dedykowanego.

- **premium support** – Profesjonalne wsparcie techniczne.
- **API** (ang. Application Programming Interface) – interfejs programistyczny aplikacji, który pozwala na komunikowanie się aplikacji między sobą.
- **certyfikacja CSA STAR** jest to nowa unikalna usługa opracowana w celu zapewnienia bezpieczeństwa danych w chmurze obliczeniowej w ramach ulepszenia normy ISO/IEC 27001
- **smart DNS** – Smart DNS to w skrócie specjalnie przygotowany serwer DNS. DNS to mapa sieci czy Internetu.
- **R&D** (eng. Reaserch and Development) – badania i rozwój.
- **DC** – (ang. data center, pl. Centrum danych) – budynek lub pomieszczenie przeznaczone do przechowywania działającej infrastruktury informatycznej: serwerów, urządzeń przechowywania danych (storage) oraz infrastruktury sieciowej.
- **VPS** (Virtual Private Server) – jest jednym ze sposobów podziału fizycznej maszyny na części, z której każda imituje oddzielny serwer fizyczny. Jest to rozwiązanie niejako pośrednie pomiędzy hostingiem dedykowanym a współdzielonym, często używane np.: przez większe sklepy internetowe czy rozbudowane serwisy.
- **net promoter score** (NPS) – narzędzie oceny lojalności klientów danej firmy. Jest alternatywną metodą oceny dla tradycyjnych badań satysfakcji klientów. Zakłada się, że wartość NPS jest skorelowana ze wzrostem przychodów. NPS została zaproponowana przez Freda Reichhelda, Bain & Company i Satmetrix.
- **amazon web services** (AWS) – to bezpieczna platforma usług w chmurze, oferująca moc obliczeniową, przechowywanie baz danych, dostarczanie treści i inne funkcje, które pomagają firmom skalować się i rozwijać. Do-

wiedz się, jak miliony klientów wykorzystują obecnie produkty i rozwiązania w chmurze AWS do tworzenia zaawansowanych aplikacji o zwiększonej elastyczności, skalowalności i niezawodności.

- **microsoft azure** – platforma chmurowa firmy Microsoft stworzona w modelu PaaS (Platform as a Service). Udostępnia ona mechanizmy pozwalające przetwarzać dane (Windows Azure Compute), a także je składować (Windows Azure Storage, SQL Azure).
- **alibaba cloud** – znany również jako Aliyun, jest chińską firmą cloud computing, spółką zależną Alibaba Group. Alibaba Cloud zapewnia usługi przetwarzania w chmurze firmom internetowym i własnemu ekosystemowi e-commerce Alibaba.
- **kubernetes** to przenośna, rozszerzalna platforma open-source do zarządzania obciążeniami i usługami kontenerowymi, która ułatwia zarówno deklaratywną konfigurację, jak i automatyzację. Ma duży, szybko rozwijający się ekosystem. Usługi, wsparcie i narzędzia Kubernetes są powszechnie dostępne.
- **multi-cloud** – oznacza takie środowisko obliczeniowe, które nie bazuje na pojedynczej chmurze publicznej ale na wielu chmurach. Jeden dostawca może wtedy oferować chmu-

rową usługę, która analizuje i przetwarza dane będące w posiadaniu firmy, a drugi specjalizuje się w wykonywaniu kopii zapasowych danych czy ich archiwizowaniu.

- **cloud masters** – zespół Cloud Masters, zajmujący się projektowaniem, uruchamianiem i optymalizacją środowisk w chmurach AWS, Azure, GCP i Oktawave. Jest to zespół techniczny, w skład którego wchodzi DevOps, Architekci i Inżynierowie.
- **disaster recovery center (DRC)** – czyli odzwierciedlenie awaryjne, to zbiór procedur i polityk pozwalający na odzyskanie systemu po awarii. Odzyskiwanie po awarii może być tak proste, jak przywracanie z kopii zapasowej, ale może być również bardzo złożone, w zależności od dwóch czynników: docelowego czasu odzyskiwania (Recovery Time Objective) i celu punktu odzyskiwania (Recovery Point Objective).
- **time-to-market** – w handlu – czas wprowadzenia produktu na rynek to czas, jaki upływa od początku produktu do jego udostępnienia w sprzedaży.
- **hyperscale** – Hyperscale computing. W informatyce hiperskalowanie to zdolność architektury do odpowiedniego skalowania w miarę zwiększania zapotrzebowania na system.

K2 CREATE

K2 Create oferuje projektowanie i prowadzenie kampanii zintegrowanych we wszystkich mediach. Zajmuje się kompleksowym opracowywaniem i wdrażaniem strategii komunikacji marek.

Podsumowanie roku

W 2021 roku najważniejszym zadaniem stojącym przed Agencją K2 była odbudowa biznesu w drugim roku pandemii COVID-19.

W marcu ubiegłego roku, po 24 latach obecności na polskim rynku, Agencja przeprowadziła rebranding, zmieniając nazwę na K2 Create. Celem rebrandingu było odświeżenie marki oraz jej zredefiniowanie. Agencja stawia na kreację dużych idei komunikacyjnych z wykorzystaniem rozwiązań technologicznych, które pomagają je upowszechnić.

Zmiana nazwy to efekt nowej strategii Agencji, która w ostatnich latach, a zwłaszcza w czasie pandemii, ewoluowała, dostosowując się do potrzeb rynku. Spółka nie jest dziś już tylko agencją digitalową. Do kompetencji K2 Create należą analiza i strategia marki, tworzenie idei komunikacyjnych, projektowanie zintegrowanych kampanii marketingowych 360 oraz komunikacja ATL, digital i social media.

W 2021 roku K2 Create odzyskała rentowność i uzyskała najlepszy wynik operacyjny od 4 lat.

K2 Create przeprowadziło również w 2021 roku audyt struktury oraz wszystkich istotnych procesów wewnętrznych oraz rozpoczęło wdrażanie rekomendacji. Efektem ma być m.in. poprawa efektywności ale też transformacja zespołu. W 2022 rok K2 Create weszło

już z nowym zespołem menedżerskim – m.in. w działach client service, kreacji i strategii. W opinii zarządu Spółki zmiany te pozwolą firmie skuteczniej konkurować o nowych klientów i poszerzać skalę zamówień od klientów już obsługiwanych.

Główni Klienci

Agencja utrzymała w 2021 r. wszystkich swoich najważniejszych Klientów – Netflix, Carrefour, Samsung (budżet obroniony w przetargu), UPC i Warta (budżet obroniony w przetargu). W stosunku do roku 2020 K2 Create zwiększyła przychody operacyjne ze współpracy z Pepsi i Brown Forman (Jack Daniel's, Finlandia Vodka) oraz pozyskała dwie nowe marki z portfolio Brown Forman – BenRiach i GlenDronach. W sierpniu 2021 roku Agencja K2 Create rozpoczęła, w wyniku wygranego przetargu, współpracę z Creamfinance (dla marki Lendon.pl), a w grudniu wygrała przetarg na Morizon.pl.

W 1 kwartale 2022 roku K2 Create wygrało przetarg na kampanię Google – jednej z największych marek na świecie.

Otoczenie rynkowe

W roku 2021 rynek reklamy w Polsce wzrósł o 16,2% względem roku 2020 i o 7% względem roku 2019, co oznacza przekroczenie poziomu wydatków reklamowych z lat przedpandemicznych. W 2021 roku budżety reklamowe zwiększyły prawie wszystkie sektory (wyjątki: motoryzacja, produkty do użytku domowego), a najważniejszym motorem wzrostu był sektor handlowy (+27% rok do roku, +35% względem roku 2019)¹.

Globalnie, według szacunków Global Ad Spend Forecast grupy reklamowej Dentsu,

¹ <https://cmoinsider.pl/publicis-groupe-rynek-reklamowy-w-polsce-w-2021-r-przekroczy-historyczna-wartosc-105-mln-zl-wzrost-o-162/>

rok 2022 będzie stanowił kontynuację mocnego odbicia rynku reklamowego po osłabieniu z roku 2020. Średni wzrost ma być prawie trzykrotnie szybszy niż w analogicznym okresie po kryzysie w 2008 roku (w 2011 roku 3,2%, teraz 9,2%). Kraje Europy Środkowej i Wschodniej (CEE) będą się rozwijać szybciej od średniej światowej. Ponad 55% światowego rynku reklamy ma stanowić reklama cyfrowa. Dla porównania, w 2019 roku było to 43,2%, co oznacza, że pandemia zdecydowanie przyspieszyła wzrosty w kategorii digital.

Należy jednak zwrócić uwagę, że dla K2 Create rynkiem właściwym jest rynek agencji reklamowych (a nie rynek wydatków reklamowych). Spółka nie dysponuje precyzyjnymi szacunkami, jak zmienia się ten rynek w Polsce na przestrzeni lat.

Konkurencja na rynku agencji jest zażarta, a trendy nie sprzyjają budowie skali i marżowości. Wśród istotnych zmian rynkowych zauważamy:

- spadek lojalności klientów (coraz więcej zamówień o charakterze projektowym zamiast stałej współpracy),
- spadek wartości zamówień,
- niskie bariery wejścia, konkurencja ze strony małych agencji (czasem mających charakter efemerydalny lub obsługujących tylko 1-2 klientów), mających przewagę kosztową.

K2 Create stara się odpowiadać na wyzwania rynku m.in. poprzez:

- zapewnienie bardzo wysokiej jakości usług, istotnej dla dużych klientów zarządzających złożonymi projektami,
- synergie z bratnim biznesem K2 Precise,
- wykorzystywanie w projektach kreatywnych kompetencji technologicznych Grupy.

Plany 2022

Największym wyzwaniem dla agencji marketingowych w 2022 roku będzie znalezienie optymalnego hybrydowego modelu pracy i dostosowanie się do nowej postpandemicznej rzeczywistości, połączonej z problemami w postaci rosnącej inflacji i kryzysu migracyjnego.

Do głównych obszarów kompetencyjnych K2 Create należą analiza i strategia marki, projektowanie zintegrowanych kampanii marketingowych, komunikacja ATL, digital i social media. Pandemia zmieniła większość agencyjnych procesów i formułę współpracy z Klientami. Wszystko odbywa się agile'owo – w sposób zwinny, szybszy i bardziej elastyczny. K2 Create jest jedną z nielicznych firm w Polsce, które potrafi łączyć kreatywność z nowoczesną technologią, czyli z jednej strony – budować skuteczne idee komunikacyjne, a z drugiej – wdrażać je za pomocą rozwiązań technologicznych.

K2 PRECISE

K2 Precise specjalizuje się w kampaniach digitalowych. Świadczy usługi wsparcia e-commerce oraz szereg usług specjalistycznych – od social, programmatic, performance, SEO/SEM, business intelligence po analitykę. Rozwija usługi planowania TV, które koncentrują się na precyzyjnym dotarciu w synergii z kampaniami cyfrowymi.

Rok 2021

W 2021 roku K2 Precise utrzymała współpracę z większością kluczowych klientów, m.in. Nutricia, Glosel (TaniaKsiazka.pl), Orbico Beauty, TM Toys, Pracuj, PLAY, Mann Hummel, jak również pozyskała 18 nowych klientów w tym m.in.: morizon.pl, PKO Leasing, BasicLab, Kuehne Nagel, Atlantic. Jednocześnie spółka w roku 2021 utraciła jednego z kluczowych klientów tj. Carrefour Polska. W efekcie, dane finansowe spółki pogorszyły się w stosunku do 2020 r., natomiast spadki wynikające z utraty kluczowego klienta zostały częściowo skompensowane przychodami wygenerowanymi ze współpracy z nowo pozyskanymi Klientami. K2 Precise odnotowała w 2021 r. 51,4 mln zł przychodów ze sprzedaży (spadek o 9% rok do roku). Przychody operacyjne wyniosły 14,2 mln zł (spadek o ponad 5%).

W ramach projektów rozwojowych, spółka zrealizowała m.in. wdrożenie narzędzia marketing automation user.com. W zakresie prowadzonych dla klientów działań analitycznych, spółka opracowała m.in. zaawansowany model scoringowy użytkowników pozwalający na lepszą optymalizację efektywności prowadzonych działań performance media.

Rok 2021 to także dalszy rozwój modeli ekonometrycznych analizujących wpływ działań

telewizyjnych i radiowych na efektywność online, ze szczególnym uwzględnieniem wzrostu sprzedaży.

W ramach usługi programmatic K2 Precise rozwijała narzędzie do zarządzania kreacjami w czasie rzeczywistym, pozwalające ją dynamicznie różnicować w poszczególnych segmentach użytkowników.

W zespole afiliacyjnym, koniec 2021 roku to zmiana technologii realizacji kampanii afiliacyjnych w celu zapewnienia jeszcze lepszych wyników w prowadzonych kampaniach. Zespół też w większym niż dotychczas stopniu wykorzystywał w pracy z klientami atrybucję opartą na danych, co zaowocowało wyższą efektywnością prowadzonych działań.

Spółka brała udział w konkursach branżowych, co zaowocowało pierwszymi w historii nominacjami w konkursie European Search Awards (jako jedyna nominowana agencja z Polski w strategicznie istotnej dla Spółki kategorii Retail/e-commerce) oraz kolejną, srebrną statuetką Effie. Spółka była też reprezentowana w jury konkursu Effie. Specjaliści K2 Precise z obszaru marketingu wyszukiwarek zdobyli certyfikat Performance Excellence przyznawany Partnerom Google.

Otoczenie rynkowe

W 2021 r. rynek reklamy internetowej, mimo trwającej pandemii, odnotował wzrosty. Wpływ pandemii na finanse spółki można określić jako niewielki, ze względu na portfolio obsługiwanych klientów (znaczny udział digital, który urósł w ub.r. najmocniej). Na rynku obserwowany jest zauważalny niepokój związany z planowanym przez Google ograniczeniem możliwości wykorzystania cookie w digital marketingu. W związku z niewystar-

czającą podażą czasu reklamowego w TV, przy jednoczesnej wysokiej adopcji video wśród internautów, w ostatnim czasie jeszcze bardziej zyskuje na znaczeniu podejście multiscreen w planowaniu kampanii świadomościowych. Wzrost wagi multiscreen jest pozytywnym trendem dla Spółki, która posiada silne kompetencje w tym zakresie i planuje dalszy rozwój.

Negatywnym czynnikiem dla Spółki jest konkurencja ze strony sieciowych domów mediowych, należących do globalnych holdingów reklamowych. Często uniemożliwia ona spółce konkurowanie o budżety mediowe klientów międzynarodowych pomimo wysokich kwalifikacji (globalne lub regionalne przetargi). Udział domów sieciowych w rynku agencji mediowych stale rośnie. Według zestawienia RECMA Overall Activity Volume, w roku 2020 trzy największe grupy reklamowe tj. GroupM/WPP, Publicis i Mediabrand – miały łącznie blisko 75% udział w polskim rynku.

Równocześnie, brak wystarczającej skali nie pozwala spółce K2 Precise skutecznie konkurować w przetargach, w których liczy się przede wszystkim cena nabywanych mediów.

Pozytywnym trendem dla spółki jest stały wzrost zapotrzebowania klientów na usługi specjalistyczne – SEO, Content marketing, zaawansowana analityka czy wdrożenia narzędzi martech.

Plany spółki

Na bazie dotychczasowych doświadczeń w obszarze e-commerce, spółka planuje kontynuować rozwój kompetencji i pozyskiwanie klientów tego segmentu.

W ramach rozwoju marketing automation planowane jest zawiązanie kolejnych partnerstw narzędziowych, a także silniejsza obecność marketingowa mająca na celu pozyskanie nowych klientów.

Spółka wzbogaca również oferowane usługi multiscreenowe o rekomendacje wykorzystujące zaawansowane rozwiązania pozwalające estymować zasięg skumulowany TV i video online.

W obszarze SEO i Content Marketingu, który będzie wciąż jednym z kluczowych w działaniu K2 Precise, spółka będzie rozwijać działania pozwalające skutecznie szacować wpływ optymalizacji obecności treści marki w Google na sprzedaż, tzw. Content Precise.

Cały czas spółka rozwija własny portfel narzędziowy, który ma usprawnić codzienną pracę specjalistów oraz być źródłem rozbudowanych analiz konkurencji w naturalnych wynikach wyszukiwania. Dzięki wykorzystaniu analityki oraz własnych rozwiązań będziemy w stanie w 2022 roku dostarczać jeszcze lepiej konwertujące treści dla naszych Partnerów.

PERFECTBOT

PerfectBot to startup technologiczny dostarczający sztuczną inteligencję do automatyzacji obsługi klienta na czacie.

Biznes PerfectBot – 2-krotny wzrost powtarzalnych przychodów i plany ekspansji zagranicznej.

Z rozwiązania PerfectBot korzysta już kilkanaście największych sklepów e-commerce, a liczba zautomatyzowanych rozmów przekroczyła 5 milionów. W 2021 PerfectBot pozyskał kolejnych 7 klientów i obecnie w jego portfolio są m.in. e-sklepy LPP, IKEA, 4F, Diverse, Tatum, Ryłko, Displate oraz Modivo.

PerfectBot działa w modelu Software as a Service (SaaS), stąd jego głównym wskaźnikiem wzrostu jest przychód powtarzalny pochodzący z abonamentów. Roczny przychód powtarzalny (ARR – Annual Recurring Revenue) biznesu PerfectBot w 2021 roku wzrósł ponad 2-krotnie i wyniósł 1 mln zł.

Wpływ pandemii

Spółka koncentruje się na obsłudze segmentu e-commerce, dlatego wpływ pandemii na rozwój PerfectBot był pozytywny. Zwiększona sprzedaż online klientów PerfectBot przekłada się bezpośrednio na wzrost znaczenia czatu jako kanału obsługi klienta i konieczność jego automatyzacji. Oznacza to zarówno zwiększony popyt na rozwiązania konwersacyjnej sztucznej inteligencji, jak i zwiększoną liczbę rozmów na czacie danego klienta, na której oparty jest cennik rozwiązania.

Rozwój międzynarodowy

– pierwsze wdrożenia anglojęzyczne

Dalszy plan rozwoju PerfectBot zakłada skalowanie rozwiązania międzynarodowo w modelu SaaS. PerfectBot chce podważyć status quo na rynku czatbotów jako pierwsza konwersacyjna AI, która jest zarówno bardzo skuteczna jak i łatwa w konfiguracji. Te dwie korzyści do tej pory nie występowały razem. Na rynku są dostępne albo bardzo proste czatboty frustrujące użytkowników albo rozwiązania skomplikowane i drogie, wymagające istotnego nakładu czasu i środków aby zbudować realnie skutecznego czatbota. Dlatego PerfectBot ma ambicję aby stać się liderem na tym wciąż niedojrzałym rynku i rozwijać się w skali międzynarodowej w segmencie e-commerce. Spółka nie wyklucza pozyskania inwestora zewnętrznego do przyspieszenia skalowania PerfectBot.

W 2021 PerfectBot zaczął automatyzować obsługę klienta w języku angielskim dla dwóch klientów: Displate oraz Reserved. W drugim kwartale 2022 spółka planuje uruchomić Panel Klienta, który ma być kluczowym elementem do dalszego rozwoju za granicą.

Rynek

Całkowity rynek czatbotów i voicebotów szacowany jest na 17 miliardów dolarów w roku 2020 i rozwija się w tempie CAGR 34%². PerfectBot koncentruje się na segmencie tego rynku – rozwiązań tekstowych dedykowanych dla branży e-commerce, w pierwszej kolejności w wertykale odzieżowym, który jest największą częścią światowego rynku e-commerce z udziałem szacowanym na 21%³.

² <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/chatbot-market>

³ <https://www.statista.com/study/38340/ecommerce-report-fashion>

Termsheet

Zgodnie z postanowieniami dokumentu „Term Sheet” podpisanego w grudniu 2021 roku, mniejszościowi udziałowcy spółki rozwijającej PerfectBot i jednocześnie jej kluczowi menedżerowie mogą otrzymać uprawnienie do nabycia puli dodatkowych udziałów w tzw.

formule earn-out, jeżeli spełnione zostaną warunki obejmujące m.in. uzyskanie określonego poziomu wyników finansowych, uzyskanie przez spółkę minimalnego zwrotu z zainwestowanego kapitału lub pozyskanie istotnego inwestora zewnętrznego.



Wyzwania Grupy na rok 2022

Po udanym przejściu przez początek pandemii, zmianie organizacji pracy i uporządkowaniu struktury, Grupa będzie koncentrowała się na zwiększaniu skali działalności

Obok trwającej pandemii koronawirusa SARS-CoV-2, do głównych wyzwań Grupy K2 na rok 2022 należy zaliczyć rosnącą inflację, związaną z nią presję płacową, wahania kursów walut, oraz bezpośrednie i pośrednie konsekwencje wojny w Ukrainie. Wojna już dziś oznacza dla nas pewien spadek przychodów – nieznaczący w skali Grupy, ale zauważalny dla biznesów (np. PerfectBot przestał obsługiwać sklepy swojego klienta na rynku rosyjskim). Wojna to wzrost biznesowej niepewności naszych klientów, co nigdy nie sprzyja inwestycjom technologicznym. To również kolejny stres dla naszego zespołu, który tworzą także obywatele i obywatelki Ukrainy.

Znaczącym czynnikiem dla rynku, na którym działa Grupa K2 może być tempo wzrostu PKB. Perspektywa na ten rok jest dobra, jednak obarczona znacznym ryzykiem wynikającym z sytuacji geopolitycznej. Zrewidowane prognozy dla Polski mówią o wzroście PKB od 1% do 4% w 2022 r. i powyżej 3% w 2023 r. Jednocześnie rosną prognozy inflacji na rok

2022 przekraczając poziom dwucyfrowy. To zjawisko już obecnie daje się odczuć w przypadku niemalże wszystkich mediów. Presja ta jest odczuwalna również na rynku pracy gdzie dodatkowo sytuację utrudnia niedobór wysokiej klasy specjalistów. Jednocześnie firmy mają coraz bardziej ograniczone możliwości przerzucania wzrostu kosztów na klientów.

W roku 2022 segment Software będzie w dalszym ciągu głównym motorem wzrostu Grupy K2. Obok dalszego finansowania naszego start-upu PerfectBot, jednym z głównych celów na ten rok będzie dążenie do sfinalizowania transakcji Oktawave.

Zgodnie z opublikowanym w dniu 12 kwietnia br. raportem bieżącym nr 6/2022. K2 Holding otrzymała od Netia S.A. ofertę zakupu 100 % akcji spółki Oktawave S.A. Złożenie Oferty, które jest konsekwencją przeprowadzenia przez Netia S.A. badania due diligence, stanowi kolejny etap procesu, którego wynikiem może być sprzedaż Oktawave S.A.

10

**Czynniki
ryzyka**

Ogólna sytuacja gospodarcza

Ogólna sytuacja gospodarcza Polski, w tym czynniki makroekonomiczne takie jak tempo wzrostu PKB, poziom inflacji i stóp procentowych, poziom inwestycji w gospodarce, poziom bezrobocia i związany z nim poziom konsumpcji prywatnej, bezpośrednio wpływają na decyzje przedsiębiorstw dotyczące wydatków, w tym także na świadczenia pracowni-
cze. Wszystkie powyższe czynniki mają także wpływ na popyt na usługi oferowane przez Grupę K2 i przez to na jej sytuację finansową. Wyniki naszej działalności są w dużej mierze uzależnione od poziomu inwestycji firm w nowe technologie i poziom wydatków reklamowych. Skłonność do wydatków inwestycyjnych i popyt na reklamę jest zależny od warunków ekonomicznych firm jak również konsumentów.

Niespodziewane zmiany sytuacji gospodarczej, długotrwała dekonunktura, wysoka inflacja, zmienny kurs walut czy niepewność mogą pogorszyć również zdolność klientów Grupy, jej podwykonawców i dostawców do wywiązywania się z ich zobowiązań względem Grupy, skutkować ich niewypłacalnością lub upadłością, a także powodować ograniczenie sprzedaży określonych produktów i usług Grupy, w szczególności różnych form reklamy online.

Niepełne perspektywy gospodarcze, obniżenie wzrostu gospodarczego, atmosfera niepewności może wpłynąć niekorzystnie na nasze przychody i wyniki z działalności. Nawet jeśli Polska w wyniku w/w czynników doświadczy niższego spadku PKB w porównaniu do innych krajów, nasi klienci, wśród których jest wiele międzynarodowych firm, mogą ograniczyć globalne i lokalne budżety inwestycyjne i reklamowe, co może skutko-

wać zmniejszeniem popytu, a w konsekwencji negatywnie wpłynąć na przychody i wyniki z działalności Grupy.

Do okoliczności mogących mieć wpływ na popyt Klientów na usługi spółek z Grupy K2 Holding, a co za tym idzie realizowane wyniki Grupy K2, należy zaliczyć sytuację związaną z inwazją Rosji na Ukrainę. Z jednej strony, mimo wstrzymania części działań reklamowych na początku wojny w Ukrainie, Grupa K2 nie obserwuje istotnych zmian budżetów reklamowych. Na rynku nie było paniki, niewielkie spowolnienie trwało przez pierwsze tygodnie wojny, na początku marca, ale kampanie nie były odwoływane, a jedynie przesuwane w czasie. Z drugiej zaś strony trudno przewidzieć jakie będą dalsze konsekwencje wojny i zachowania Klientów Grupy. Te czynniki mogą wpłynąć na wyniki Grupy w najbliższych kwartałach.

Ponadto w dalszym ciągu wpływ na popyt na usługi spółek z Grupy K2 może mieć sytuacja związana z pandemią koronawirusa SARS-CoV-2. Na dzień publikacji niniejszego raportu trudno przewidzieć jakie będą dalsze konsekwencje rozprzestrzeniania się koronawirusa w Polsce, Europie i na świecie. Te czynniki mogą wpłynąć na wyniki w najbliższych kwartałach. Przebieg i skutki pandemii uzależnione są od czynników, które pozostają poza kontrolą Grupy K2 oraz związane są z wyjątkowo dużą niepewnością i zmiennością sytuacji rynkowej. Istnieje ryzyko, iż w przypadku dalszego pogorszenia się sytuacji gospodarczej w Polsce lub na świecie, wprowadzania obostrzeń ze strony państwa, a co za tym idzie wystąpienia spadku popytu konsumpcyjnego, pozycja rynkowa Spółki może osłabnąć w określonych obszarach, a realizowane przez nią wyniki finansowe mogą ulec pogorszeniu. W związku z sytuacją pandemiczną cała Gru-

pa K2 Holding pracuje w trybie pracy hybrydowej. Zmiana formy organizacji pracy, w tym prowadzenia większości spotkań i konwersacji w formie hybrydowej, może wiązać się z utrudnieniami, dodatkowymi nakładami pracy i ponoszonych kosztów jak i ryzykiem zmniejszonej efektywności. Czynniki te mogą mieć wpływ na wydajność pracy, bezpieczeństwo i efektywność prowadzenia projektów w Grupie K2 Holding.

Ocena ryzyka: bardzo wysokie.

Ryzyko związane ze zmianami w otoczeniu prawnym oraz interpretacją przepisów podatkowych

Niekorzystnym czynnikiem mającym potencjalny wpływ na działalność spółek Grupy K2 mogą być zmieniające się przepisy prawa, w tym zwłaszcza podatkowego i różne jego interpretacje. Polski system prawny charakteryzuje się częstymi zmianami. Ponadto, wiele z obowiązujących przepisów nie zostało sformułowanych w sposób precyzyjny i często brakuje ich jednoznacznej wykładni. Interpretacje przepisów podatkowych i innych, ulegają częstym zmianom, a zarówno praktyka organów jak i orzecznictwo sądowe nie są jednolite. Powyższe czynniki zwiększają ryzyko dla spółki działającej na terytorium Polski w porównaniu do krajów z bardziej stabilnymi systemami prawnymi. W przypadku przyjęcia przez organy podatkowe odmiennej interpretacji przepisów od będącej podstawą wyliczenia zobowiązania podatkowego przez Spółkę, sytuacja ta może mieć istotny wpływ na działalność Spółki, jej sytuację finansową i perspektywy rozwoju. Ponadto częste, głębokie i nierzadko niejasne zmiany przepisów mają istotny wpływ na koszty ponoszone w zwią-

ku z dostosowaniem działalności do nowych regulacji, w tym m.in. modyfikacji procedur, zakresu raportowania, nakładów pracy ludzkiej czy środków ponoszonych na aktualizację oprogramowania czy usługi doradcze.

Ocena ryzyka: wysokie.

Ryzyko związane ze wzrostem konkurencji i spadkiem marż

Grupa K2 funkcjonuje na bardzo konkurencyjnym rynku, na którym o zlecenia Klientów rywalizują firmy różnej skali działalności, przy czym w przypadku pewnej części projektów, rywalizacja taka ma charakter międzynarodowy. Dynamiczny rozwój rynku cyfrowego spowodować może powstanie nowych podmiotów lub wejście na polski rynek nowych firm, dotychczas aktywnych w innych krajach lub na innych rynkach. Ponadto nie można wykluczyć wzrostu presji konkurencyjnej na rynkach, na których Grupa prowadzi działalność, w następstwie konsolidacji spółek z określonych branż, w wyniku której może dojść do umocnienia pozycji dotychczasowych bezpośrednich konkurentów Grupy lub do powstania nowych, bezpośrednich konkurentów Grupy, którzy dzięki większej skali działalności będą mogli skuteczniej konkurować z Grupą. Wystąpienie powyższych zdarzeń może wpłynąć na obniżenie marż, wzrost kosztów wynagrodzeń, działań marketingowych i badawczych podejmowanych w celu skutecznego konkurowania z obecnymi lub przyszłymi konkurentami i w związku z tym na pogorszenie wyników finansowych.

Ocena ryzyka: wysokie.

A. Czynniki ryzyka związane z działalnością prowadzoną przez spółki Grupy K2

Ryzyko związane z utratą kluczowych Klientów bądź znaczące obniżenie wartości świadczonych przez K2 usług

Spółki Grupy K2 generują sprzedaż i wypracowują zyski świadcząc usługi dla określonej liczby Klientów. Utrata jednego z kluczowych Klientów bądź znaczne ograniczenie wartości świadczonych usług na rzecz jednego lub kilku kluczowych Klientów może spowodować sytuację, w której niemożliwe będzie zastąpienie osiągniętej sprzedaży oraz zysków zleceniami od innych odbiorców, a w rezultacie może skutkować pogorszeniem wyników finansowych. Ryzyko to może się zrealizować poprzez zaistnienie okoliczności całkowicie niezależnych od spółek Grupy, w szczególności zmian globalnych strategii i umów Klientów międzynarodowych.

Dotychczasowe doświadczenie w zaspokajaniu potrzeb Klientów i świadczenie usług o najwyższej jakości pozwala przypuszczać, że klienci są związani z K2 na dłuższy okres. Jednocześnie duży udział w przychodach K2 pochodzący od kilku dużych Klientów zwiększa ryzyko pogorszenia wyników finansowych w krótkim okresie.

Ocena ryzyka: wysokie.

Ryzyko nieumiejętności spełnienia oczekiwań Klientów

Spółki Grupy K2 świadczą usługi łączące w sobie różne kompetencje, w tym wiedzę i doświadczenie marketingowe, kreację reklamo-

wą oraz projektowanie i realizację systemów informatycznych. Ze względu na skomplikowaną naturę świadczonych usług, spółka Grupy K2 może być narażona na większe ryzyko popełnienia błędu bądź opóźnienia w dostawie usług. Ryzyko to będzie tym większe im bardziej złożone są świadczone usługi. Jakikolwiek błąd czy opóźnienie może skutkować:

- dodatkowymi kosztami związanymi z rozwiązaniem problemu,
- opóźnieniem w zapłacie lub częściową utratą wynagrodzenia od Klienta,
- niezadowoleniem Klienta, co może negatywnie wpłynąć na wiarygodność i reputację,
- podnoszeniem przez Klienta roszczeń z tytułu zapłaty kar umownych i innych.

Spółki Grupy K2 monitorują poziom zadowolenia Klientów w ramach bieżącej współpracy jak również poprzez cykliczne badania satysfakcji oraz odpowiednio korygują procesy w sytuacji niewystarczającego poziomu satysfakcji klientów.

Ocena ryzyka: średnie.

Ryzyko naruszenia praw z zakresu własności intelektualnej

Podmioty trzecie mogą być w posiadaniu określonych praw własności intelektualnej, w tym prawa własności przemysłowej i praw autorskich, które są podobne bądź takie same jak te stosowane przez spółki Grupy K2 w pracy lub polecane przez nią swoim kontrahentom. Osoby trzecie mogą w takiej sytuacji występować z roszczeniami przeciwko K2 bądź jej kontrahentom, argumentując, iż naruszono ich prawa własności intelektualnej. Związane z tym postępowanie sądowe może być kosztowne i absorbujące dla K2. W sytuacji, gdy podmioty trzecie wystąpią z roszczeniem,

obecni klienci K2 mogą żądać stosownego odszkodowania. Umowy zawierane przez K2 przewidują odpowiednie regulacje w zakresie własności intelektualnej.

Ocena ryzyka: niskie.

Ryzyko związane z utratą pracowników

Cennym aktywem K2 są zasoby ludzkie. Spółka działa w oparciu o wiedzę, doświadczenie i umiejętności swoich pracowników, wysokiej klasy specjalistów tworzących multidyscyplinarny, uzupełniający się zespół. Utrata pracowników mogłaby negatywnie wpłynąć na terminowość realizacji bieżących zadań oraz tempo kreowania nowych usług. Nie można wykluczyć, że konieczność przeprowadzenia rekrutacji i wdrożenia nowo zatrudnionych pracowników opóźniłaby realizację oraz podniosła koszty realizacji zakontraktowanych przez Klientów usług, co mogłoby pogorszyć wyniki finansowe. Osoby wchodzące w skład kluczowego personelu mogą, z zastrzeżeniem postanowień wiążących ich ze Spółkami Grupy umów, zrezygnować z pełnionych funkcji. Takie rezygnacje mogą znacząco wpłynąć na działalność Grupy. Nie można zapewnić, że Grupa będzie zdolna do utrzymania współpracy ze wszystkimi lub niektórymi z osób z kluczowego personelu w przyszłości ani że utrzymanie lub pozyskiwanie kluczowego personelu nie będzie się wiązało ze wzrostem wynagrodzeń i koniecznością zaoferowania dodatkowych świadczeń na rzecz takich osób. Ponadto utrzymująca się wzrostowa tendencja na rynku płac wysokiej klasy specjalistów i podwykonawców skutkuje tym, że Grupa w celu utrzymania konkurencyjności na rynku pracy i usług podwykonawców jest zmuszona do podwyższania wynagrodzeń szybciej lub częściej albo na większą skalę, niż historycznie miało to miejsce. Grupa nie może

zapewnić, że będzie w stanie przenieść takie zwiększone koszty na swoich klientów dzięki podwyższeniu cen oferowanych usług, co może mieć istotny, negatywny wpływ na działalność Grupy, jej sytuację finansową oraz na wyniki jej działalności, a także na cenę Akcji.

Ocena ryzyka: wysokie.

Ryzyko związane z bezpieczeństwem informacji i ryzyko włamania do systemu informatycznego

K2 odpowiedzialna jest za utrzymanie i wsparcie systemów informatycznych, które mogą być narażone na ataki z zewnątrz w celu np. przechwycenia danych lub w celu ich uszkodzenia. Ze względu na to, że spółki Grupy K2 przechowują na rzecz Klientów dane poufne lub objęte szczególną ochroną (jak dane osobowe), przechwycenie takich danych przez osoby trzecie może skutkować m.in. zerwaniem umowy i powstaniem roszczeń ze strony Klientów i innych stron, dotyczących w szczególności naruszenia chronionych prawem ich interesów. K2 korzysta z rozwiązań firm trzecich, w których to rozwiązaniach mogą zostać wykryte i wykorzystane luki zabezpieczeń a korzystanie z tych rozwiązań może stanowić dodatkowe ryzyko. K2, aby zminimalizować ryzyko, na bieżąco aktualizuje oprogramowanie i dokonuje inwestycji w rozwiązania i urządzenia techniczne zabezpieczające przed dostępem do systemu przez osoby nieuprawnione. K2 wdrożyła także odpowiednie procedury wewnętrzne, których przestrzeganie ma na celu ograniczenie ryzyk związanych z nieautoryzowanym dostępem do danych i systemów, również w warunkach pracy zdalnej.

Ocena ryzyka: średnie.

Ryzyko związane z ciągłością działania systemów informatycznych

Działalność K2 zależy od prawidłowego funkcjonowania systemów informatycznych, serwerów oraz infrastruktury telekomunikacyjnej, z których korzysta Grupa. Bezpieczeństwo tych systemów zależy od zdolności do udoskonalania obecnie stosowanych, a także od opracowywania oraz wdrażania nowych systemów i rozwiązań. W wyniku awarii, usterek lub innych zakłóceń prac w/w systemów informatycznych, serwerów lub infrastruktury telekomunikacyjnej mogą nastąpić czasowe zakłócenia w działaniu serwisów i usług dostarczanych przez Grupę na rzecz jej Klientów, zniekształcenie lub utrata danych. W konsekwencji Grupa może ponieść dodatkowe lub nieprzewidziane koszty, naruszyć swoje zobowiązania wobec Klientów oraz narazić reputację Grupy. Kluczowe zatem jest zapewnienie prawidłowego procesu monitorowania, zabezpieczania, utrzymania i modernizacji infrastruktury Grupy, a także wprowadzanie procedur zapewniających nieprzerwane funkcjonowanie serwerów i systemów, i reakcję w sytuacjach zakłóceń czy awarii. Systemy Grupy K2 są monitorowane w cyklu ciągłym, następuje rozbudowa i modernizacja infrastruktury a dotychczasowe doświadczenia w przypadku awarii i ataków na infrastrukturę typu DDoS (Distributed Denial of Service), potwierdzają wysoką skuteczność obowiązujących procedur.


Ocena ryzyka: niskie.

Ryzyko związane z niewywiązywaniem się Klientów z dotrzymania terminów płatności

Przychody spółek Grupy K2 pochodzą z realizacji umów o świadczenie określonych usług, w tym ramowych i wieloetapowych. Umowy te zawierają postanowienia co do terminów płatności. Istnieje ryzyko, że Klient nie dokona uzgodnionych płatności lub dokona ich nieterminowo.

K2 na bieżąco monitoruje swoje należności i dzięki temu minimalizuje ryzyko powstawania nieściągalnych należności. W okresie pandemii COVID-19 może dochodzić do częstszych sytuacji niewywiązywania się Klientów z płatności na rzecz Spółek Grupy.


Ocena ryzyka: wysokie.

Pozostałe informacje do sprawozdania z działalności wymagane rozporządzeniem

Zmiany w podstawowych zasadach zarządzania

W okresie sprawozdawczym w żaden istotny sposób nie zmieniono przyjętych zasad zarządzania w spółkach Grupy K2.

System kontroli programów akcji pracowniczych

OKTAWAVE S.A.

Kierownictwo Spółki K2 Holding S.A. przyznało programy płatności w formie udziałów dla kluczowych menedżerów Spółki zależnej OKTAWAVE S.A. Programy zakładają możliwość nabycia przez tych menedżerów udziałów w OKTAWAVE S.A. Zgodnie z akapitem 43C MSSF 2 programy te zaklasyfikowane zostały przez Spółkę jako program płatności w formie akcji. W ramach pierwszego etapu tego programu osoby nabyły 2.558 akcji w Spółce od K2 Holding S.A. (dawniej: K2 Internet S.A.), za stałą cenę 2.558 zł (tj. 1 zł za akcję). Koszty programu zostały uwzględnione w całości w roku 2019. Na podstawie wyników za rok 2019 przewidzianych do przydzielenia było 830 akcji Spółki. W dniu 4 lutego 2022 r. zostały zawarte umowy sprzedaży akcji OKTAWAVE S.A. pomiędzy Emitentem a osobami uprawnionymi do udziału w programie motywacyjnym dla kadry zarządzającej spółki zależnej Emitenta OKTAWAVE S.A. w ramach realizacji Programu Drugiego Etapu przyjętego na podstawie uchwały Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy OKTAWAVE S.A. z dnia 20 listopada 2020 r., w wykonaniu opcji call przysługujących za rok 2019 (Umowy sprzedaży). W wyniku za-

warcia Umów sprzedaży Emitent dokonał zbycia na rzecz osób uprawnionych 759 sztuk akcji OKTAWAVE S.A., stanowiących 1,63% kapitału zakładowego spółki OKTAWAVE S.A. w związku z czym K2 Holding S.A. posiada 44.114 sztuk akcji, stanowiących łącznie 94,87 % w kapitale zakładowym OKTAWAVE S.A.

Z uwagi na zmianę założeń biznesowych związanych z pandemią, przy aktualizacji wyceny programu uznano za wysoce prawdopodobny brak spełnienia przesłanek do przydziału akcji za rok 2020 i 2021. Koszt wynikający z tej części programu motywacyjnego wyniósł 180 tys. złotych i został uwzględniony w roku 2019 w kwocie 46 tys. złotych i w roku 2020 w kwocie 134 tys. zgodnie z MSSF 2.

Ponadto, zgodnie z postanowieniami Umowy pod warunkiem przeprowadzenia Transakcji Wyjścia na określonych w Umowie warunkach, terminie i po przekroczeniu minimalnej wysokości kwoty Transakcji Wyjścia, osobom uprawnionym przysługiwać będzie prawo nabycia dodatkowego pakietu akcji Oktawave S.A., całkowicie zależnego od faktu i kwoty Transakcji Wyjścia. W związku z tym wartość opcji zostanie odniesiona w kosztach Emitenta w terminie ewentualnej realizacji Transakcji Wyjścia.

K2 Holding S.A.

Grupa postanowiła wprowadzić program motywacyjny, w ramach którego określone osoby uzyskują możliwość nabycia akcji Spółki. Program Motywacyjny K2 Holding został wprowadzony na podstawie Uchwały nr 3 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Emitenta z dnia 17 grudnia 2020 r. w przedmiocie ustanowienia programu motywacyjnego, warunkowego podwyższenia kapitału zakładowego spółki, emisji warrantów subskrypcyjnych

z wyłączeniem w całości prawa poboru akcjonariuszy w odniesieniu do warrantów subskrypcyjnych i akcji emitowanych w ramach kapitału warunkowego, zmiany Statutu oraz uchylene uchwały nr 3 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia z dnia 18 listopada 2020 r.

Osobami uprawnionymi do nabycia akcji Spółki w ramach Programu Motywacyjnego K2 Holding Spółka Akcyjna są osoby znajdujące się w Wykazie Osób Uprawnionych. W celu realizacji Programu Spółka dokona warunkowego podwyższenia kapitału zakładowego Spółki oraz emisji warrantów subskrypcyjnych z wyłączeniem w całości prawa poboru akcjonariuszy w odniesieniu do warrantów subskrypcyjnych i akcji emitowanych w ramach kapitału warunkowego oraz zmiany. Łączny koszt programu rozpoznany w roku 2020 w rachunku zysków i strat wyniósł 673 tys. zł a w roku 2021 1.175 tys. zł.

Zgodnie z raportem bieżącym RB 34/2021 z dnia 13 października 2021 r., w dniu 13 października 2021 r., osoby uprawnione – członkowie Zarządu K2 Holding S.A., objęli łącznie 30.000 sztuk niezbywalnych w drodze czynności prawnej warrantów subskrypcyjnych serii C1 (dalej: „Warranty subskrypcyjne”) uprawniających do objęcia takiej samej ilości sztuk akcji zwykłych serii B.

Objęcie Warrantów Subsokrypcyjnych jest wynikiem spełnienia się warunków opisanych w § 3 pkt. 10 – 11 uchwały nr 3 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia K2 Holding S.A. z dnia 17 grudnia 2020 roku w sprawie ustanowienia programu motywacyjnego, warunkowego podwyższenia kapitału zakładowego Spółki, emisji warrantów subsokrypcyjnych z wyłączeniem w całości prawa poboru akcjonariuszy w odniesieniu do warrantów subsokrypcyjnych i akcji emitowanych w ramach

kapitału warunkowego, zmiany Statutu oraz uchylene uchwały nr 3 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia z dnia 18 listopada 2020 r.

Warranty Subsokrypcyjne zostały objęte nieodpłatnie w formie zdematerializowanej. Wydanie Warrantów Subsokrypcyjnych oraz powstanie praw z nich wynikających nastąpiło w dniu ich pierwszego zapisania na rachunkach papierów wartościowych Osób Uprawnionych, tj. w dniu 2 listopada 2021 r. zgodnie z raportem bieżącym nr 36/2021 z dnia 4 listopada 2021 r.

Ocena zarządzania zasobami finansowymi i możliwości realizacji zamierzeń inwestycyjnych

Własne zasoby pieniężne oraz kredyty w rachunku bieżącym posiadane przez Spółki Grupy Kapitałowej K2 Holding pozwalają na bezpieczne zarządzanie zasobami finansowymi i pełne wywiązywanie się z zaciągniętych zobowiązań. Spółki aktywnie monitorują poziom należności i w uzasadnionych przypadkach podejmują działania windykacyjne.

Komentarz dotyczący sezonowości / cykliczności działalności

Branża mediowa i usługi związane z e-marketingiem charakteryzują się pewną sezonowością i zwykle większa niż proporcjonalnie przypadająca część przychodów i zysków jest realizowana w IV kwartale.

Znaczące umowy dla działalności emitenta zawarte w okresie sprawozdawczym

Zgodnie z raportem bieżącym nr 28/2021 z dnia 17 sierpnia 2021 r. Emitent poinformował o planowanym zaprzestaniu dalszej współpracy pomiędzy K2 Precise S.A. oraz Carrefour – klientem w branży retail.

Główne rynki zbytu

Grupa realizuje swoją sprzedaż na terenie kraju oraz za granicą, jednak dominującym rynkiem zbytu jest rynek krajowy. Zdaniem kierownictwa Grupy K2 brak jest przesłanek wydzielenia w Grupie segmentów geograficznych. Środowiska ekonomiczne, w których działają spółki z Grupy K2, charakteryzują się podobnym ryzykiem i poziomem zwrotu. Wprawdzie sprzedaż prowadzona jest także dla klientów zagranicznych, jednak zdaniem kierownictwa, ryzyko i poziom zwrotu ze sprzedaży krajowej i zagranicznej są zbliżone. Zafakturowana sprzedaż zagraniczna stanowiła w 2021 r. 16,8% ogółu przychodów ze sprzedaży.

W Grupie K2 Holding występuje na dzień bilansowy 31.12.2021 r. wolumen należności z tytułu dostaw i usług przekraczający 5% sumy wszystkich należności z tytułu dostaw i usług na trzech kontrahentach, którzy obejmują odpowiednio 6,8%; 6,2% oraz 5,9% sumy należności.

Postępowania

Emitent oraz jednostki od niego zależne nie posiadają postępowań toczących się przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej, dotyczących zobowiązań oraz wierzytelności, których jednostkowa bądź łączna wartość stanowi odpowiednio, co najmniej 10% kapitałów własnych emitenta.

Transakcje z podmiotami powiązanymi na warunkach innych niż rynkowe

Emitent oraz jednostki od niego zależne nie zawierają transakcji z podmiotami powiązanymi na innych warunkach niż rynkowe.

Umowy kredytowe

Dnia 27.08.2021 roku została przedłużona umowa kredytowa z Bankiem Handlowym w Warszawie S.A. o kredyt w rachunku bieżącym w kwocie 8.000 tys. PLN. Limit kredytowy jest dostępny dla kredytobiorców w następujących sublimitach tj. dla spółek z Grupy K2: K2 Holding S.A. w wysokości 6.000 tys. PLN, K2 Precise S.A. w wysokości 6.000 tys. PLN, FABRITY Sp. z o.o. w wysokości 6.000 tys. PLN, Agencja K2 Sp. z o.o. w wysokości 6.000 tys. PLN i OKTAWAVE S.A. w wysokości 4.000 tys. PLN. Kredyt udzielony jest do dnia 30.08.2022 r., w którym to kredytobiorca musi dokonać ostatecznej spłaty kredytu w całości wraz z należnymi Bankowi odsetkami, prowizjami i kosztami.

Spółki z Grupy K2 tj. Agencja K2 Sp. z o.o. oraz K2 Precise S.A., 19 listopada 2021 roku podpisały z ING Bank Śląski S.A. aneks do umowy wykupu wierzytelności odwrotnego (Finansowanie Dostawców), przedłużając tym samym okres finansowania w Agencji K2 na kolejny rok, tj. do 11 listopada 2022 roku, a w K2 Precise do 13 listopada 2022 roku. Z limitem finansowania dostępnym dla Dostawców spółki Agencja K2 Sp. z o.o. do łącznej wysokości 1.000 tys. PLN., dla Dostawców spółki K2 Precise S.A. do łącznej wysokości 1.000 tys. PLN. Zobowiązania warunkowe są zabezpieczone wekslem in blanco i poręczeniami cywilnymi udzielonymi przez spółkę K2 Holding S.A. oraz wzajemnie Agencja K2 Sp. z o.o. i K2 Precise S.A. Wykorzystanie limitu na 31 grudnia 2021 roku wynosiło 1.160 tys. PLN.

Udzielone pożyczki

Dnia 31.03.2021 roku spółka K2 Holding S.A. (pożyczkodawca) podpisała ze spółką OKTAWAVE S.A. umowę konsolidacyjną pożyczek, cel pożyczki – inwestycyjny i operacyjny, przedłużony termin wymagalności: 19.05.2022 roku, saldo na dzień 31.12.2021 roku: 3.512 tys. PLN.

Dnia 24.11.2021 roku spółka K2 Holding S.A. udzieliła pożyczki spółce K2Bots.AI, cel pożyczki-inwestycyjny i operacyjny, przedłużony termin wymagalności: 30.03.2023 roku. Saldo na dzień 31.12.2021 roku: 654 tys. PLN. Dnia 05.03.2021 roku spółka Agencja K2 Sp. z o.o. udzieliła pożyczki spółce K2 Holding S.A., cel pożyczki-inwestycyjny i operacyjny, termin wymagalności: 03.03.2023 roku. Saldo na dzień 31.12.2021 roku: 1.508 tys. PLN.

Wykorzystanie przez emitenta wpływów z emisji

W okresie objętym raportem do chwili sporządzenia sprawozdania z działalności Emitent nie przeprowadził żadnych emisji.

Prognozy

Emitent nie publikował prognoz wyników finansowych za opisywany rok sprawozdawczy.

Nietypowe zdarzenia

i czynniki mające wpływ na wynik

W prezentowanym roku sprawozdawczym ujęto koszt programów opcyjnych. Bardziej szczegółowy opis programów opcyjnych znajduje się w nocie 6.2.5. Płatności w formie akcji/udziałów w Skonsolidowanym Sprawozdaniu finansowym Grupy Kapitałowej K2 Holding za rok 2021.

Wartości wynagrodzeń

Informacja na temat wartości wynagrodzeń, nagród lub korzyści, w tym wynikających z programów motywacyjnych lub premii opartych na kapitale emitenta, w tym programów opartych na obligacjach z prawem pierwszeństwa, zamiennych, warrantach subskrypcyjnych (w pieniądzu, naturze lub jakiegokolwiek innej formie), wypłaconych, należnych lub potencjalnie należnych, odrębnie dla każdej z osób zarządzających i nadzorujących emitenta w przedsiębiorstwie emitenta, bez względu na to, czy odpowiednio były one za-

liczane w koszty, czy też wynikały z podziału zysku; w przypadku, gdy emitentem jest jednostka dominująca, wspólnik jednostki współzależnej lub znaczący inwestor – oddzielnie informacje o wartości wynagrodzeń i nagród otrzymanych z tytułu pełnienia funkcji we władzach jednostek podporządkowanych zamieszczona jest w „Skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym Grupy Kapitałowej K2 Holding S.A. za rok 2021” w punkcie 6.2.25., jak również w „Jednostkowym sprawozdaniu finansowym K2 Holding S.A. za rok 2021” w punkcie 6.2.23.

Wynagrodzenie podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych

Dnia 9 czerwca 2020 roku została podpisana umowa z CSWP Audyt Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Sp.k. na badanie i przegląd sprawozdań finansowych.

Umowa z CSWP Audyt Sp. z o.o. Sp.k. jest wynikiem wyboru tej spółki przez Radę Nadzorczą K2 Internet S.A. (aktualnie K2 Holding S.A.), w dniu 9 czerwca 2020 r. Pozostałe informacje dotyczące audytora oraz wynagrodzenia zawarte są w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym Grupy K2 Holding za rok 2021 w punkcie „Wynagrodzenie związane z usługami audytora i usługami pokrewnymi” zamieszczone jest w „Skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym Grupy Kapitałowej K2 Holding” w punkcie 6.2.34.

Instrumenty finansowe

Spółki z Grupy K2 udzielają standardowych gwarancji z tytułu realizowanych kontraktów. Ryzyko z nich wynikające jest niewielkie, a ewentualne skutki finansowe niemożliwe do oszacowania. Kary umowne, których zapłaty mogą domagać się klienci, w przypadku nie wypełnienia tych zobowiązań są zróżnicowane – od kwoty 100.000 PLN do 1 mln PLN

(w kontraktach na utrzymanie i hostingi zawarte są także kary bez górnego ograniczenia kwoty). Spółki z Grupy K2 podejmują odpowiednie działania od strony technologii tak, aby zminimalizować ryzyko wystąpienia roszczeń ze strony klientów z tytułu przyjętych dodatkowych zobowiązań.

Na zobowiązania warunkowe składają się ponadto weksle in blanco zabezpieczające kwoty płatności rat leasingowych ograniczone do wysokości zobowiązań z tyt. leasingu.

Otrzymane od Banku Handlowego w Warszawie S.A. gwarancje obowiązujące na dzień 31.12.2021 roku

- gwarancja bankowa jako zabezpieczenie umowy najmu biura z dnia 21.12.2010 roku na kwotę 244.852,77 EUR do dnia 31.12.2022 roku;
- gwarancja bankowa jako zabezpieczenie umowy najmu magazynku z dnia 12.07.2019 roku na kwotę 549,30 EUR do dnia 31.12.2022 roku;
- gwarancja bankowa jako zabezpieczenie umowy najmu biura z dnia 20.11.2017 roku na kwotę 23.963,98 EUR do dnia 31.12.2022 roku;
- gwarancja bankowa jako zabezpieczenie umowy najmu biura z dnia 16.01.2019 roku na kwotę 26.410,43 EUR do dnia 30.04.2022 roku;
- gwarancja bankowa dobrego wykonania kontraktu, na łączną kwotę 34.440,00 PLN, obowiązującą do dnia 26.08.2022 roku;
- gwarancja bankowa zwrotu zaliczki, na łączną kwotę 493.279,20 PLN, obowiązującą do dnia 31.08.2022 roku.

Kredyt oraz otrzymane gwarancje bankowe, zabezpieczone są:

- cesjami wierzytelności,
- poręczeniami cywilno-prawnymi wzajemny-

mi wszystkich spółek w Grupie (K2 Holding S.A., K2 Precise S.A., Agencja K2 Sp. z o.o., FABRITY Sp. z o.o., OKTAWAVE Sp. z o.o.) do kwoty 14.220.000 PLN do dnia 30 listopada 2026 roku,

- oświadczeniem w formie aktu notarialnego o poddaniu się egzekucji w trybie art. 777 § 1 pkt 5) Kodeksu postępowania cywilnego, wynikającego ze zmian przepisów dotyczących ważności bankowych tytułów egzekucyjnych. Kwota egzekucji w przypadku:

- umowy ramowej o linię rewalwingową wynosi 4.620.000 PLN (słownie: cztery miliony sześćset dwadzieścia tysięcy złotych) z możliwością nadania klauzuli wykonalności najpóźniej do dnia 30 września 2027 roku,
- umowy kredytu w rachunku bieżącym wynosi 9.600.000 PLN (słownie: dziewięć milionów sześćset tysięcy złotych), z możliwością nadania klauzuli wykonalności najpóźniej do dnia 30 czerwca 2022 roku,
- umowy wzajemnych poręczeń wynosi 14.220.000 PLN (słownie: jedenaście milionów dwieście dwadzieścia tysięcy złotych) z możliwością nadania klauzuli wykonalności najpóźniej do dnia 30 września 2027 roku.

Ocena zarządzania zasobami finansowymi, z uwzględnieniem zdolności wywiązywania się z zaciągniętych zobowiązań, oraz określenie ewentualnych zagrożeń i działań, jakie emitent podjął lub zamierza podjąć w celu przeciwdziałania tym zagrożeniom.

Grupa Kapitałowa zarządza kapitałem w celu zachowania zdolności do kontynuowania działalności z uwzględnieniem realizacji planowanych inwestycji, tak by mogła generować zwrot dla akcjonariuszy oraz przynosić korzyści pozostałym interesariuszom. W tym celu na bieżąco monitoruje poziom kapitału własnego do sumy bilansowej oraz stosunek długu finansowego netto rozumianego jako suma zobowiązań z tytułu kredytów, pożyczek i le-

asingu do EBITDA. Zadłużenie finansowe netto składające się z zobowiązań z tytułu kredytów i leasingu pomniejszych o posiadane środki pieniężne, na dzień 31 grudnia 2021

Oświadczenie Zarządu K2 Holding S.A.

Zarząd K2 Holding Spółka Akcyjna (K2 Holding S.A.) na podstawie § 70 ust. 1 pkt 6 oraz § 71 ust. 1 pkt 6 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 29 marca 2018 r. w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim, niniejszym oświadcza, że wedle jego najlepszej wiedzy, roczne sprawozdanie finansowe K2 Holding S.A. za 2021 r. oraz skonsolidowane sprawozdanie finansowe

roku wyniosło -4.970 tys. zł, co oznacza kwotę zadłużenia odsetkowego posiadanego przez Grupę, pomniejszonego o posiadane zasoby środków pieniężnych.

we Grupy Kapitałowej K2 Holding za 2021 r. i dane porównywalne sporządzone zostały zgodnie z obowiązującymi zasadami rachunkowości oraz że odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową K2 Holding S.A. oraz Grupy Kapitałowej K2 Holding oraz ich wynik finansowy. Ponadto Zarząd Spółki oświadcza, że sprawozdanie z działalności K2 Holding S.A. oraz skonsolidowane sprawozdanie z działalności Grupy Kapitałowej K2 Holding zawierają prawdziwy obraz rozwoju i osiągnięć oraz sytuacji K2 Holding S.A. i Grupy Kapitałowej K2 Holding, w tym opis podstawowych zagrożeń i ryzyka.

Podpisy Członków

Zarządu K2 Holding S.A.

Paweł Wujec

Prezes Zarządu

Podpisano kwalifikowanym podpisem elektronicznym

Michał Paschalis - Jakubowicz

Wiceprezes Zarządu

Podpisano kwalifikowanym podpisem elektronicznym

Artur Piątek

Wiceprezes Zarządu

Podpisano kwalifikowanym podpisem elektronicznym

Warszawa, dn. 28 kwietnia 2022 r.

Dane rejestrowe spółek Grupy K2

Spółka	Dane rejestrowe	Zarząd
K2 Holding S.A.	Adres: Domaniewska 44a 02-672 Warszawa NIP: 951-19-83-801 Regon: 016378720 KRS: 0000059690	Paweł Wujec – Prezes Zarządu Michał Paschalis – Jakubowicz – Wiceprezes Zarządu Artur Piątek – Wiceprezes Zarządu
Agencja K2 Sp. z o.o.	Adres: Domaniewska 44a 02-672 Warszawa NIP: 5213637793 Regon: 146333270 KRS: 0000755924	Artur Piątek – Członek Zarządu Michał Rutkowski – Członek Zarządu
FABRITY Sp. z o.o.	Adres: Domaniewska 44a 02-672 Warszawa NIP: 5213421691 Regon: 140865906 KRS: 0000274076	Tomasz Burczyński – Prezes Zarządu Rafał Graboś – Wiceprezes Zarządu
PerfectBot Sp. z o.o.	Adres: Domaniewska 44a 02-672 Warszawa NIP: 5213421691 Regon: 140865906 KRS: 0000877033	Łukasz Lewandowski – Prezes Zarządu Mikołaj Machowczyk – Wiceprezes Zarządu
OKTAWAVE S.A.	Adres: Domaniewska 44a 02-672 Warszawa NIP: 5213633306 Regon: 146197794 KRS: 0000858468	Michał Paschalis – Jakubowicz – Prezes Zarządu Maciej Kuźniar – Wiceprezes Zarządu
K2 Precise S.A.	Adres: Domaniewska 44a 02-672 Warszawa NIP: 5272342036 Regon: 016617969 KRS: 0000065596	Paweł Wujec – Prezes Zarządu Maja Biniewicz – Członek Zarządu Katarzyna Wiśniewska – Członek Zarządu
NEWNITED Sp. z o.o. w likwidacji	Adres: ul. Rolna 175 B 02-279 Warszawa NIP: 5213715607 Regon: 363251525 KRS: 0000591594	Piotr Bieńko – Likwidator Magdalena Pawlik – Likwidator