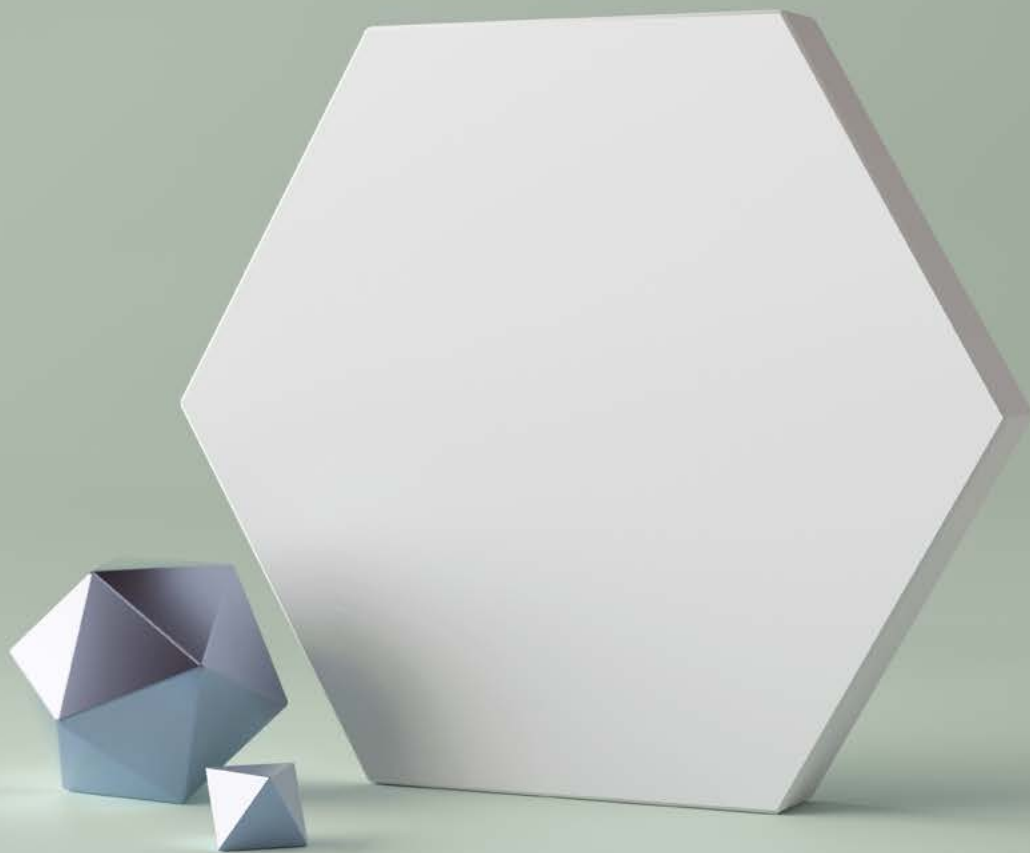


K

2



Sprawozdanie Zarządu

2020

z działalności Grupy Kapitałowej K2 Holding
oraz Spółki K2 Holding S.A. za rok 2020

List Prezesa Zarządu K2 Holding S.A. do Akcjonariuszy, Klientów i Pracowników	3
Kim jesteśmy	7
Strategia Grupy K2	9
Historia Grupy K2	11
Skrócona analiza finansowa	15
Zestawienia wybranych danych finansowych	17
Struktura Grupy K2 Holding	27
Akcjonariat	32
Dywidenda i polityka dywidendowa	33
Ład korporacyjny	33
Otoczenie Rynkowe Grupy K2	35
Podsumowanie roku 2020	39
FABRITY	42
OKTAWAVE	46
Agencja K2	50
K2 Precise	52
K2Bots.AI	55
Wyzwania Grupy na rok 2021	57
Czynniki ryzyka	59
Pozostałe informacje do sprawozdania z działalności wymagane rozporządzeniem	65
Dane rejestrowe spółek Grupy K2	74



List Prezesa Zarządu

Podnosimy poprzeczkę naszych ambicji.
Wzmocnieni przeprowadzonymi podczas pandemii
zmianami w organizacji oraz rekordowymi wynikami 2020.



Paweł Wujec, Prezes Zarządu

Szanowni Państwo,

Raport roczny, który macie przed sobą, jest wyjątkowy.

W ponad 20-letniej historii Grupy K2 nigdy nie osiągnęliśmy ani tak wysokich przychodów jak w 2020 roku, ani tak wysokiego zysku. Przychody Grupy wyniosły blisko 120 mln zł (+10 mln vs 2019 rok), EBITDA 14,7 mln zł (+8,2 mln zł vs 2019 rok), a zysk netto 4,8 mln zł (+6,7 mln zł vs 2019 rok).

Dla firmy, która od dawna systematycznie rośnie, bicie kolejnych rekordów nie byłoby zapewne niczym nadzwyczajnym. Ale przecież K2 przez kilka lat miało poważne problemy zarówno ze wzrostem, jak i z rentownością. Te niepokojące trendy udało się odwrócić, i to w trudnym, pandemicznym roku. Jesteśmy z tego bardzo dumni.

Rekordowe wyniki 2020 roku zawdzięczamy mobilizacji, zaangażowaniu i wytrwałości menedżerów i pracowników spółek Grupy, za co bardzo dziękuję; to również efekt szybkich decyzji finansowych, ograniczających w niektórych segmentach bieżące koszty działalności; a po trosze zawdzięczamy sukces także szczęściu – bo choć niewątpliwie ucierpieliśmy na ograniczaniu budżetów i wydatków przez część klientów, to było to w relatywnie niedużym zakresie.

Przed wszystkim jednak, wśród naszych partnerów biznesowych pandemia przyspieszyła działania z obszaru cyfrowej transformacji – rozwój e-commerce, produktów cyfrowych, komunikacji digital, automatyzacji procesów – a my, dzięki inwencji, wiedzy i determinacji zespołu, byliśmy w stanie to wykorzystać.

Co teraz?

Podnosimy poprzeczkę naszych ambicji. Rok temu było dla nas jasne, że najpierw trzeba „suchą nogą” przejść przez covidowy kryzys, zabezpieczyć bieżące finanse, później dopiero można myśleć o przyszłości. Teraz, wzmocnieni przeprowadzonymi podczas pandemii zmianami w organizacji oraz rekordowymi wynikami 2020 roku, koncentrujemy się na zwiększeniu skali działalności biznesowej.

Jeszcze przez jakiś czas towarzyszyć nam będzie niepewność. Wychodzenie gospodarki z pandemii wcale nie musi przebiegać bezproblemowo, a to może mieć wpływ na nasze wyniki w najbliższych kwartałach. Najważniejsze jednak, abyśmy – jak w wyścigach samochodowych – wyszli z covidowego zakrętu z odpowiednio wysoką prędkością.

Osią naszej strategii jest wspieranie cyfrowej transformacji firm. To wspólny mianownik dla wszystkich naszych biznesów – od chmury (OKTAWAVE), przez software house (FABRITY), po marketing (K2 Precise i Agencja K2 – obecnie K2 Create). Motorem wzrostu będzie zwiększanie naszej obecności na obiecujących rynkach, a także mocniejsza niż dotąd współpraca między biznesami. Naszą ambicją jest istotny wzrost liczby i skali projektów „synergicznych”, angażujących kilka biznesów Grupy.

Będziemy też inwestować w nowe kompetencje i usługi, uzupełniające nasz portfel – czy to przez nowe przedsięwzięcia, uruchamiane od zera, czy też przez punktowe akwizycje. Ważną rolę w naszym budżecie inwestycyjnym ma PerfectBot – czyli dawny K2Bots, którego nieskromny rebranding dobrze odpowiada naszym aspiracjom.

Ten eksperymentalny projekt podczas pandemii przekształcił się w niezwykle obiecującego SaaS-a (software as a service), którego jakość pozwala śmiało myśleć o ekspansji międzynarodowej. Wiodące globalne rozwiązanie dla obsługi klientów e-commerce? Czemu nie!

Wreszcie, skupienie na rozwoju oznacza, że będziemy inwestować w fundamenty firmy, we wzmocnienia zespołu, w jakość HR, w kulturę organizacyjną. Mam świadomość, że takie deklaracje zazwyczaj wywołują skrzywienie na twarzach inwestorów, oznaczają bowiem wzrost kosztów usług wspólnych (które K2 miała dotąd wyjątkowo niskie), a nie wiążą się wprost i natychmiast z dodatkowymi przychodami.

Ale to jedyna sensowna droga. Funkcjonujemy na rynkach, na których coraz częściej głównym wyzwaniem nie jest zdobycie kolejnego klienta, ale właśnie pozyskanie specjalistów – takich, którzy są w stanie zrealizować projekt, wnieść nowe kompetencje, zaprojektować nowe produkty. Jeśli będziemy rozwijać potencjał pracowników Grupy, skutecznie przyciągać nowe talenty, tworzyć kulturę wspierającą odwagę i przedsiębiorczość, wówczas nasze biznesy będą bić kolejne rekordy przychodów i rentowności.

Liczymy, że tak się stanie, i że będziecie nam w tej drodze towarzyszyć.

Paweł Wujec
Prezes Zarządu
Warszawa, dn. 22.04.2021r.





Kim jesteśmy

Partner największych polskich oraz zagranicznych organizacji we wszystkich aspektach ich transformacji cyfrowej i aktywności online.

Grupa K2 Holding dostarcza kompleksowe rozwiązania i usługi w obszarach transformacji cyfrowej i marketingu digitalowego, oparte o zaawansowaną analitykę, tworzenie rozwiązań software i chmurę.

Działalność Grupy K2 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 platformy Amazon Web Services, Microsoft Azure, Google Cloud Platform lub OKTAWAVE, Big Data i strumieniowe przetwarzanie 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 (spółka Agencja K2) – działalność agencyjna, projektowanie i prowadzenie kampanii zintegrowanych we wszystkich mediach, opracowanie i wdrażanie strategii komunikacji marek. Perfect Bot (spółka K2Bots.AI) – chatboty drugiej generacji, które rozumieją większość pytań klientów, dzięki czemu realnie odciążają Contact Center.

Grupa K2 to obecnie ponad 350 osób. 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 zdalnej.

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

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



Strategia Grupy K2

Strategia Grupy K2 do 2023 roku opiera się na trzech podstawowych perspektywach:

- wzroście organicznym należących do Grupy biznesów, przede wszystkim dzięki rozwojowi kompetencji i zespołów oraz inwestycjom w sprzedaż;
- ściślejszej współpracy w Grupie, synergii między poszczególnymi biznesami, kompleksowej ofercie Grupy z zakresu transformacji cyfrowej i e-commerce oraz wzmacnianiu kultury organizacyjnej, przyciągającej talenty i tworzącej z K2 doskonałe miejsce pracy dla najlepszych specjalistów;
- działaniach inwestycyjnych i M&A.

Strategia Grupy K2 zakłada szybki wzrost segmentu SOFTWARE (FABRITY i K2 Digital Products) przy dalszym wzroście sprzedaży zagranicznej. Biznes chmurowy (OKTAWAVE) będzie oferował coraz bardziej rozbudowany konsulting multi-cloud oraz rozwiązania Kubernetes. Segment MARKETING (K2 Precise i Agencja K2 – obecnie K2 Create) to najlepsza oferta dla sektora e-commerce i partner pierwszego wyboru w cyfryzacji marek.

Najnowszym przedsięwzięciem Grupy K2 jest chatbot drugiej generacji, który specjalizuje się w automatyzacji obsługi klienta, przede wszystkim dla e-commerce. Rozwiązanie już z powodzeniem pracuje dla takich klientów jak IKEA i LPP (wszystkie marki na czele z Reserved). Produkt sprzedawany jest również w modelu SaaS, a kolejnym krokiem w jego rozwoju jest przygotowanie rozwiązania na rynki międzynarodowe.

O założeniach strategii K2 Holding S.A. poinformowała raportem bieżącym nr 67 i 68/2020.

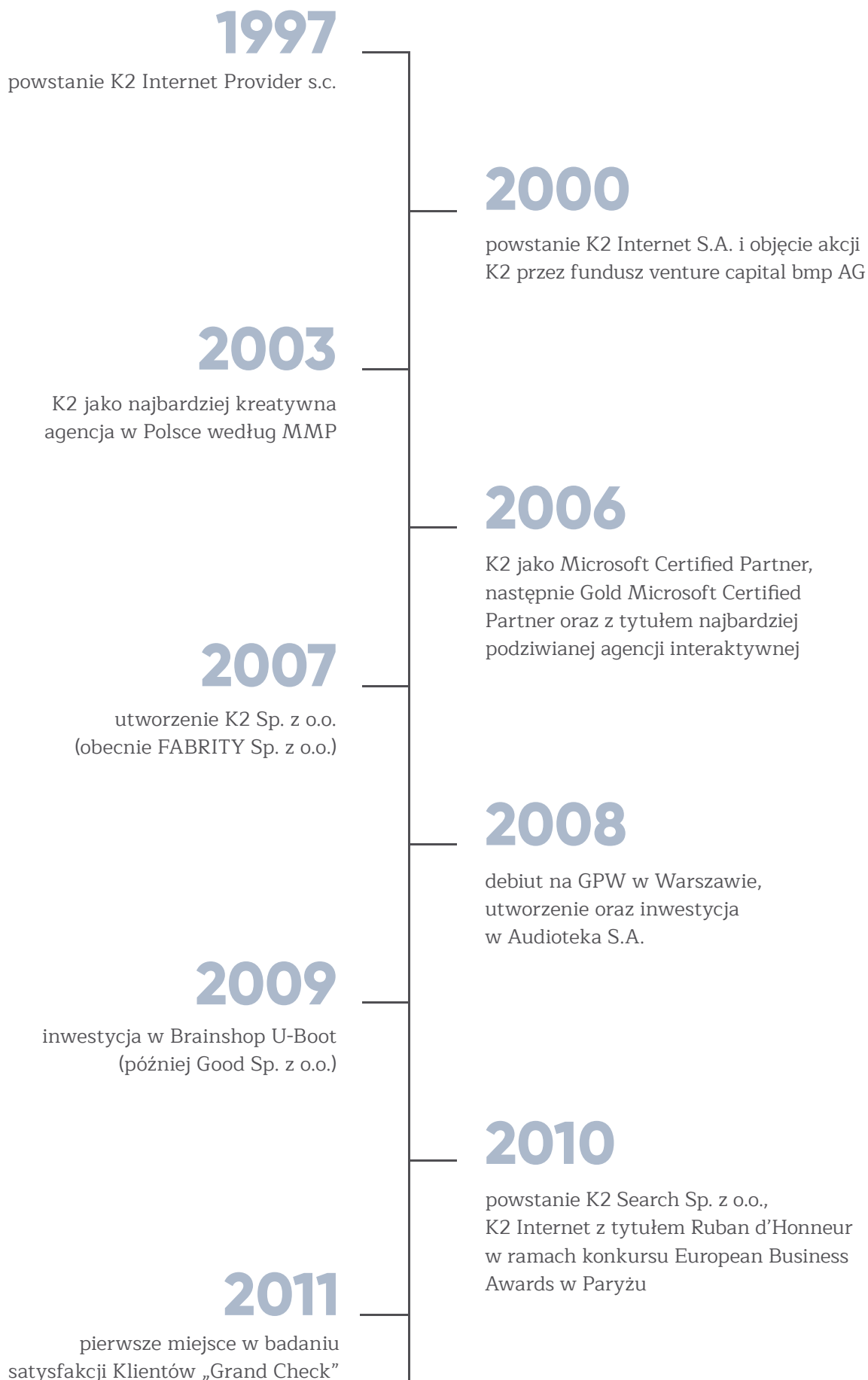
Strategia Grupy K2 do 2023 roku opiera się na trzech podstawowych perspektywach: wzroście organicznym biznesów Grupy, ściślejszej współpracy, synergii między poszczególnymi biznesami, kompleksowej ofercie Grupy z zakresu transformacji cyfrowej i e-commerce oraz wzmacnianiu kultury organizacyjnej, działaniach inwestycyjnych i M&A.

Najnowszym przedsięwzięciem Grupy K2 jest chatbot – PerfectBot drugiej generacji, który już z powodzeniem pracuje dla takich klientów jak IKEA i LPP. Produkt sprzedawany jest również w modelu SaaS, a kolejnym krokiem w jego rozwoju jest przygotowanie rozwiązania na rynki międzynarodowe.



Historia Grupy K2

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



2012

testy beta OKTAWAVE,
K2 z tytułem „Agencji Roku”
konkursu MIXX Awards IAB Polska

2013

nowa marka w Grupie K2
– K2 Media (wcześniej ACR),
K2 Media z tytułem Debiut Roku
w kategorii Domy Mediowe
magazynu PRESS

2014

K2 z tytułem Created in Poland
Business Superbrands 2013/2014
w kategorii usługi marketingowe,
rebranding K2 Web Systems na
FABRITY K2, sprzedaż Audioteka S.A.,
rekordowe przychody Grupy

2015

sprzedaż akcji K2 przez bmp AG,
powołanie NEWNITED Sp. z o.o.,
uruchomienie K2 Digital Ventures,
kolejny rok rekordowych
przychodów Grupy

2016

Rozwój usług doradczych pod marką
K2 Digital Transformation, znaczny
wzrost przychodów z eksportu usług

2017

Rekordowe wyniki: przychody 110 mln zł,
EBIT 5 mln zł, EBITDA 10 mln zł.

2018

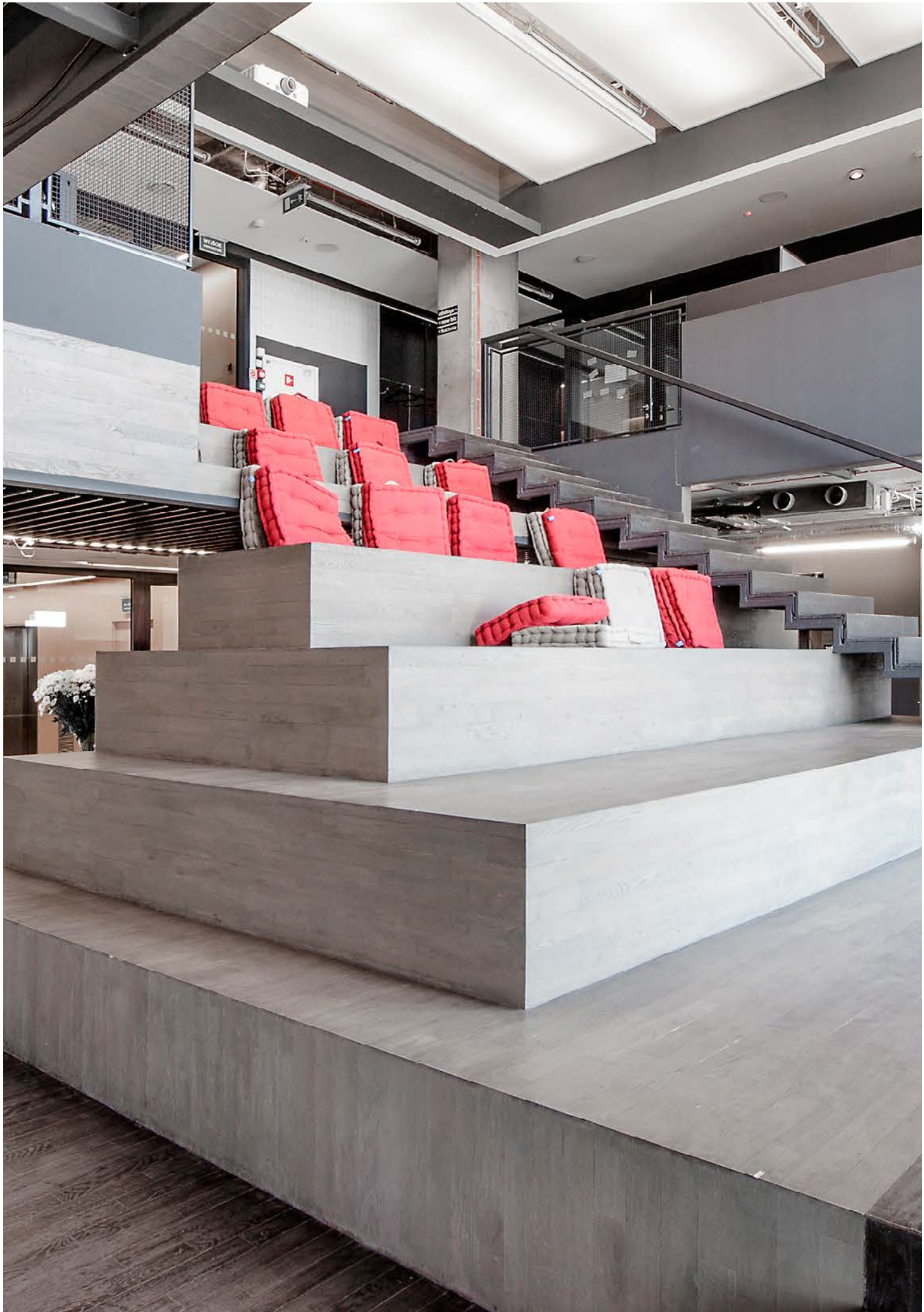
Szybki rozwój FABRITY i K2 Digital
Transformation. Ukończenie projektu
Horizon przez OKTAWAVE.

2019

Dalszy rozwój FABRITY. Komercjalizacja
inteligentnych botów przez K2Bots.AI

2020

Najlepsze wyniki w historii Grupy:
przychody blisko 120 mln zł,
EBIT 8 mln zł, EBITDA 14,7 mln zł





Skrócona analiza finansowa

Z perspektywy finansowej, rok 2020 był dla Grupy Kapitałowej K2 pod wieloma względami rekordowy. Grupa osiągnęła wyniki operacyjny (EBIT) na poziomie 8 mln zł. Zmiana nominalna wyniku operacyjnego w stosunku do roku poprzedniego wyniosła blisko 9,5 mln. Przychody Grupy zwiększyły się nominalnie o 10 mln zł i osiągnęły poziom 120 mln zł.

Dynamika przychodów r/r wyniosła 9%. Grupa na potrzeby zarządcze, do oceny dokładniejszego progressu działalności wyodrębniła kategorię finansową „przychodów operacyjnych”, widniejącą w ramach załączonych segmentów operacyjnych. Przychody operacyjne w 2020 roku wyniosły 66,5 mln zł i były wyższe nominalnie o 8,8 mln zł, odnotowując tym samym dynamikę 15% r/r. Wzrost przychodów operacyjnych był najistotniejszym czynnikiem wpływającym na poprawę wyniku. Marża EBIT Grupy K2 wyniosła 6,7% i była o 8 p.p. wyższa r/r. Wynik EBITDA wyniósł 14,7 mln zł i zwiększył się o 8,2 mln zł w stosunku do roku ubiegłego. Marża EBITDA wyniosła 12,3%, a jej zmiana r/r wyniosła 6,4 p.p., tym samym wynik EBITDA r/r zwiększył się ponad dwukrotnie.

Rentowność sprzedaży netto (ROS) wyniosła w 2020 r. 4,1% i była wyższa w stosunku do roku poprzedniego o 5,8 p.p. Skutkowało to osiągnięciem wyniku netto wynoszącego 4,8 mln zł., z czego 4 mln przypadało na akcjonariuszy jednostki dominującej. Zysk netto w przeliczeniu na jedną akcję (EPS) wyniósł 2,09 zł, wobec straty w wysokości (- 0,74) zł przed rokiem. Średnia rentowność aktywów w okresie czterech ostatnich kwartałów (ROA) osiągnęła 7,8%, natomiast średnia rentowność kapitałów własnych (ROE) wyniosła 17%.

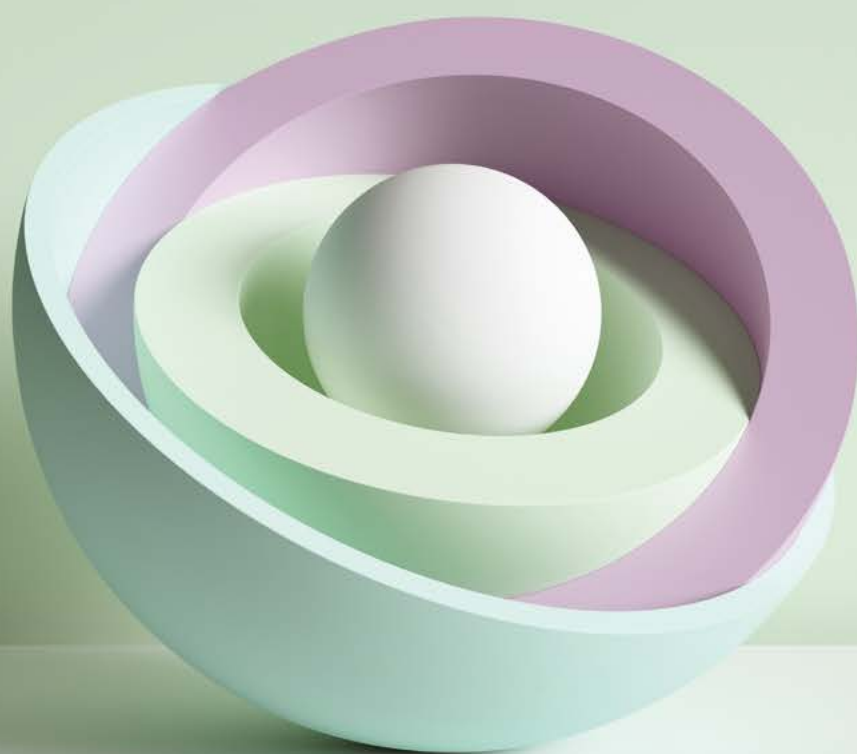
Grupa oprócz istotnej poprawy rentowności i wzrostu przychodów, osiągnęła także bardzo dobre rezultaty w odniesieniu do płynności finansowej

oraz poprawy cyklu konwersji gotówki. Przepływy pieniężne netto wyniosły 5,5 mln zł. Dodatnie przepływy operacyjne z działalności kształtowały się na poziomie 17 mln, ujemne przepływy inwestycyjne wyniosły (-3,1) mln zł, natomiast ujemne przepływy finansowe wyniosły (- 8,5) mln zł, z czego (-3,2) mln zł przeznaczone zostało na redukcję do zera zadłużenia z tyt. kredytu obrotowego, a (-0,6) mln zł na kontynuację skupu akcji własnych.

Aktywa obrotowe osiągnęły poziom 39,4 mln zł i stanowiły 63% sumy aktywów Grupy. Wskaźnik rotacji aktywów obrotowych w 2020 roku wyniósł 3,0 pozostając na zbliżonym poziomie w stosunku do roku poprzedniego. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania kształtowały się na poziomie 33,8 mln zł, stanowiąc 54% sumy pasywów Grupy, wobec czego pokrycie majątku kapitałami własnymi wyniosło 46% w stosunku do 39% w roku ubiegłym.

Zadłużenie finansowe (odsetkowe) na dzień 31 grudnia 2020 roku osiągnęło w efekcie uwzględnienia zastosowania MSSF16, wartość na poziomie 8,9 mln zł. Wyłączając efekt zastosowania MSSF16, standardu rachunkowości, skutkującego wzrostem zobowiązań leasingowych z tyt. wynajmowanej powierzchni biurowej w wysokości 7,1 mln zł, zadłużenie finansowe (odsetkowe) na dzień bilansowy wyniosło 1,8 mln zł. Jednocześnie na dzień bilansowy Grupa K2 posiadała zasoby gotówki w kwocie 9,6 mln.

Wskaźnik płynności bieżącej uległ nieznacznej poprawie i wyniósł na koniec 2020 r. 1,49. Rating spółki w 2020 roku opracowany według modelu Piotroski F-Score wyniósł 9 w przedziale 0-9. Opisane powyżej elementy analizy finansowej za rok 2020 wskazują na wysokie bezpieczeństwo kontynuacji działalności i stanowią dobrą podstawę do jej wzrostu w przyszłości.

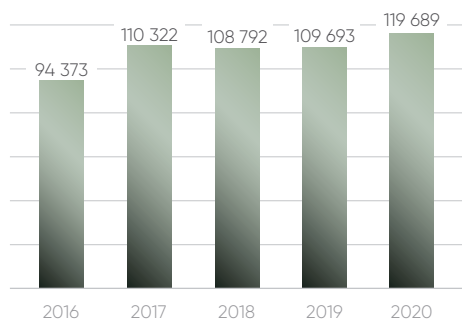


Zestawienie wybranych danych finansowych

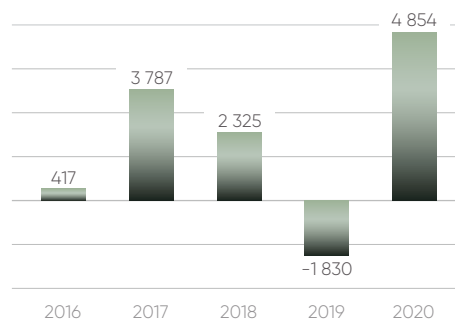
Skonsolidowane wybrane dane finansowe Grupy K2		2020	2019	2020	2019	Dynamika
		PLN'000	PLN'000	EUR'000	EUR'000	
I.	Przychody ze sprzedaży usług	119 689	109 693	26 751	25 499	9,1%
II.	Zysk/Strata na działalności operacyjnej (EBIT)	8 015	-1 419	1 791	-330	-
III.	EBITDA ¹	14 746	6 529	3 296	1 518	125,9%
IV.	Zysk/Strata przed opodatkowaniem	6 997	-1 890	1 564	-439	-
V.	Zysk/Strata netto	4 854	-1 830	1 085	-425	-
VI.	Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	17 143	9 002	3 832	2 093	-
VII.	Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-3 093	-2 317	-691	-539	-
VIII.	Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	-8 523	-5 381	-1 905	-1 251	-
IX.	Przepływy pieniężne netto razem	5 527	1 304	1 235	303	-
X.	Średnioważona liczba akcji	2 319 005	2 485 032	2 319 005	2 485 032	-
XI.	Zysk/Strata na jedną akcję	2,09 (PLN)	- 0,74 (PLN)	0,47 (EUR)	- 0,17 (EUR)	-
XII.	Wyplacona dywidenda na jedną akcję	-	0,50 (PLN)	-	0,12 (EUR)	-
		31.12.2020	31.12.2019	31.12.2020	31.12.2019	
		PLN'000	PLN'000	EUR'000	EUR'000	
XIII.	Aktywa razem	62 471	61 052	13 537	14 337	2,3%
XIV.	Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	33 849	37 404	7 335	8 783	-9,5%
XV.	Zobowiązania i rezerwy długoterminowe	7 432	11 479	1 610	2 696	-35,3%
XVI.	Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe	26 417	25 925	5 724	6 088	1,9%
XVII.	Kapitał własny	28 622	23 648	6 202	5 553	21,0%
XVIII.	Kapitał podstawowy	2 319	2 485	503	584	-

¹ EBITDA rozumiana jako zysk/strata na działalności operacyjnej (EBIT) powiększony o amortyzację i odpisy na trwałą utratę wartości jeżeli występują.

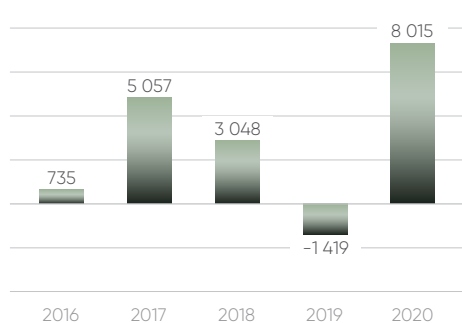
Przychody ze sprzedaży usług



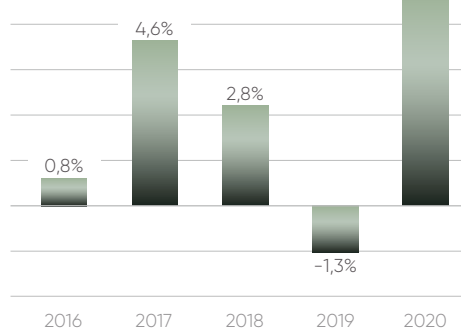
Zysk/Strata netto



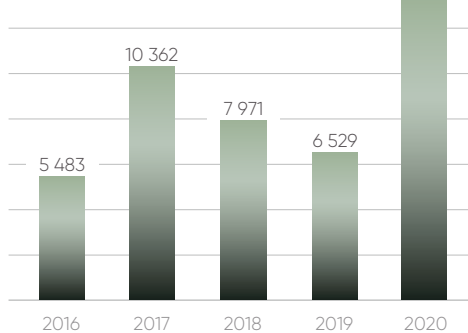
EBIT



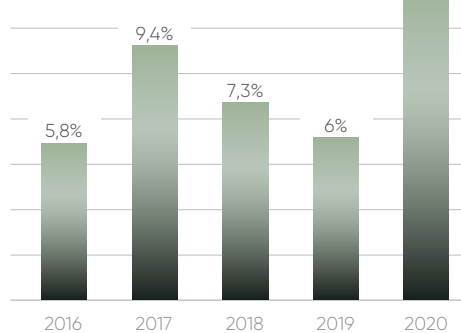
Marża EBIT



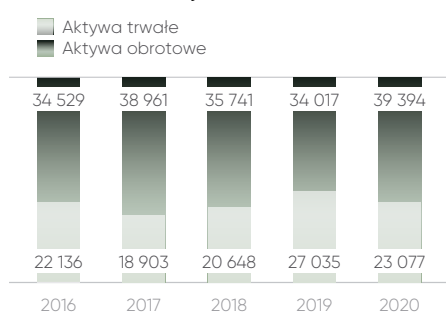
EBITDA



Marża EBITDA



Struktura aktywów

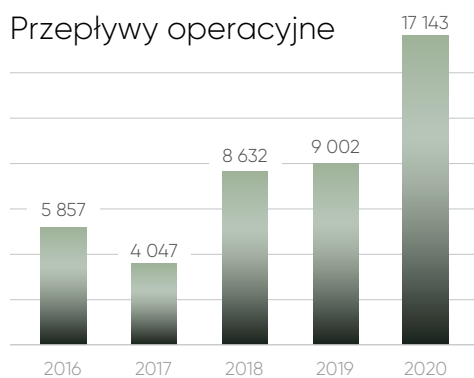


Struktura pasywów

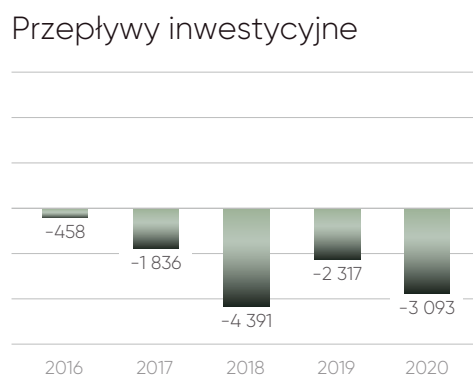


Wszystkie dane w tys. zł o ile nie podano inaczej.

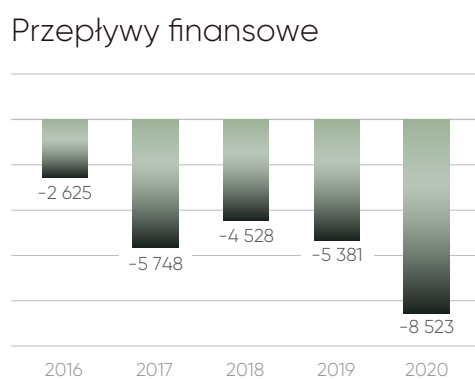
Przepływy operacyjne



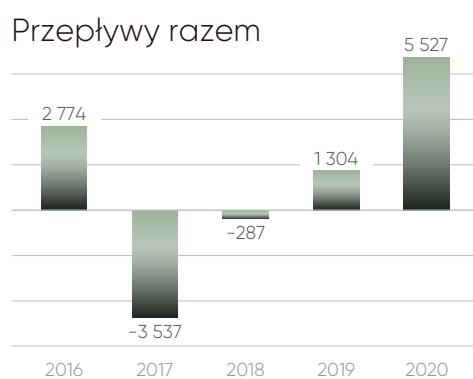
Przepływy inwestycyjne



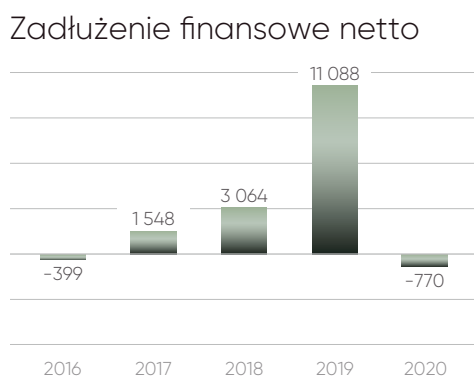
Przepływy finansowe



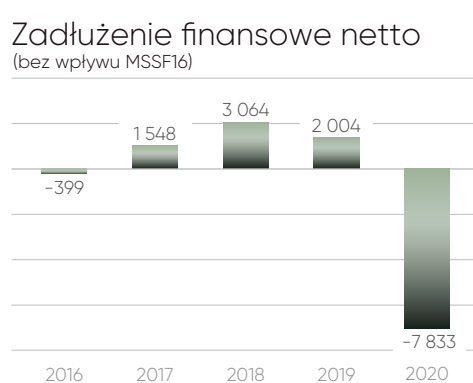
Przepływy razem



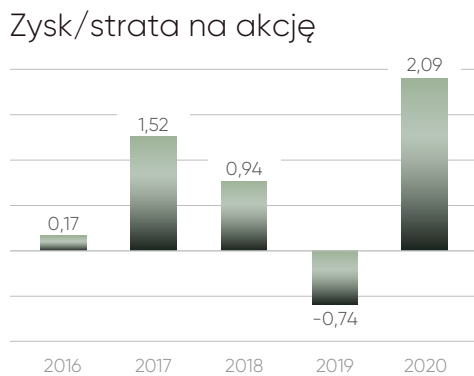
Zadłużenie finansowe netto



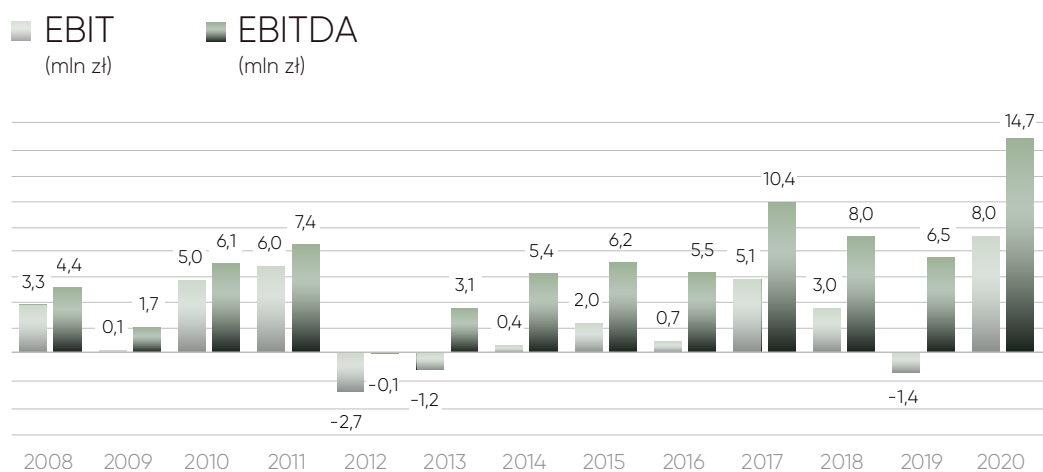
Zadłużenie finansowe netto



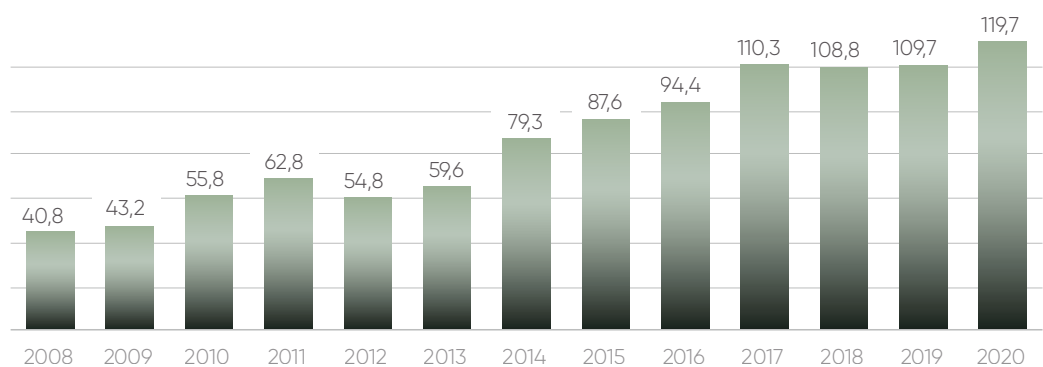
Zysk/strata na akcję



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



Przychody (mln zł)



Segmenty operacyjne

Wraz z rozwojem Grupy K2 zdecydowaliśmy się wprowadzić zmiany do prezentowanej kalkulacji segmentów za rok 2020. Dostosowaliśmy także odpowiednio dane za rok ubiegły celem uzyskania porównywalności danych. Działalność Grupy K2 została przedstawiona w ramach 3 biznesowych segmentów operacyjnych (zamiast 4 poprzednio) oraz dodatkowo wyodrębnionego segmentu związanego z działalnością centrum usług wspólnych (SSC; Shared Services Center) i pozostałą działalnością niezwiązaną z działalnością wyodrębnionych segmentów biznesowych.

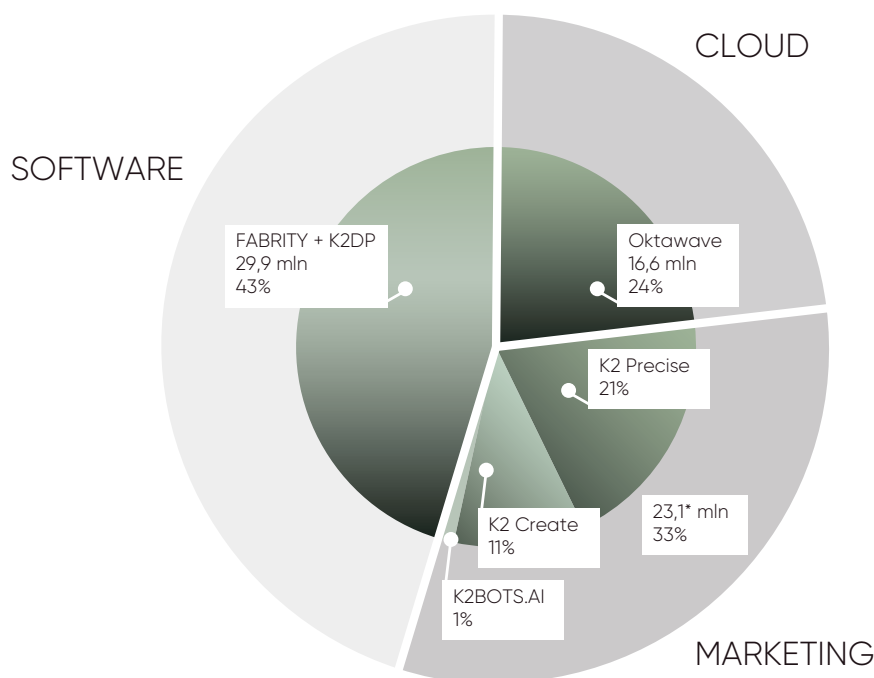
Decyzja polegająca na zmniejszeniu liczby segmentów była konsekwencją porządkowania linii biznesowych w ramach Grupy K2. Ze struktury Agencji K2 wyodrębniono K2 Digital Products stanowiące jej część technologiczną, które następnie włączono do FABRITY poprzez sprzedaż zorganizowanej części przedsiębiorstwa. Operacja ta miała na celu wzmocnienie istniejących w FABRITY kompetencji programowania środowisk backendowych o kompetencje projektowania produktów i interfejsów, uwspólnianie metodyk zarządzania projektami i połączenie sił

sprzedawczo-obslugowych. Istniejący dotychczas segment agencyjny, składający się z działalności Agencji K2, która po procesie rebrandingu działa obecnie jako K2 Create, oraz PerfectBot (K2Bots.AI) zostały połączone z segmentem mediowym. Scalanie jakie przeprowadzaliśmy w ramach nowego segmentu marketingowego uargumentowane jest wysoką komplementarnością usług świadczonych w ramach Agencja K2 – obecnie K2 Create oraz K2 Precise.

Dodatkowo zmieniliśmy sposób kalkulacji kategorii wynikowej zwanej „Przychodami operacyjnymi”. Stanowią je obecnie przychody ze sprzedaży pomniejszone o koszty zakupu usług mediowych, marketingowych i licencji celem dalszej odsprzedaży a także pozostałe koszty związane z refakturami i podnajmem oraz koszty projektowe związane z udziałem firm trzecich. Tak zmodyfikowane przychody operacyjne mają za zadanie jeszcze lepiej zobrazować pozycję przychodów operacyjnych Grupy w największym stopniu przekładającą się na jej zyskowność.

Segmenty biznesowe Grupy K2:

- **Segment SOFTWARE** dostarczający kompleksowe wsparcie w zakresie tworzenia oprogramowania dla biznesu, projektowania produktów cyfrowych i rozwiązań e-commerce.
- **Segment CLOUD** świadczący usługi wsparcia biznesu w transformacji chmurowej, usługi zarządzania chmurą obliczeniową w oparciu o platformy AWS, Azure, Google Cloud Platform lub OKTAWAVE, rozwiązania dla Big Data i strumieniowe przetwarzanie danych, konteneryzacja oraz usługi DevOps.
- **Segment MARKETING** skupiający działalność agencji reklamowej K2 Create odpowiadającej za część komunikacyjno-kreatywną, PerfectBot oferującą inteligentne boty oraz K2 Precise obejmujący m.in. wsparcie e-commerce, prowadzenie kampanii digitalowych, świadczenie usług specjalistycznych – Social, Programmatic, Performance, SEO/SEM, Business Intelligence, Analityka i badań mediowych.



Przychody operacyjne segmentów w mln zł i procentowy udział 2020.
* Po wyłączeniach konsolidacyjnych operacji w ramach segmentu

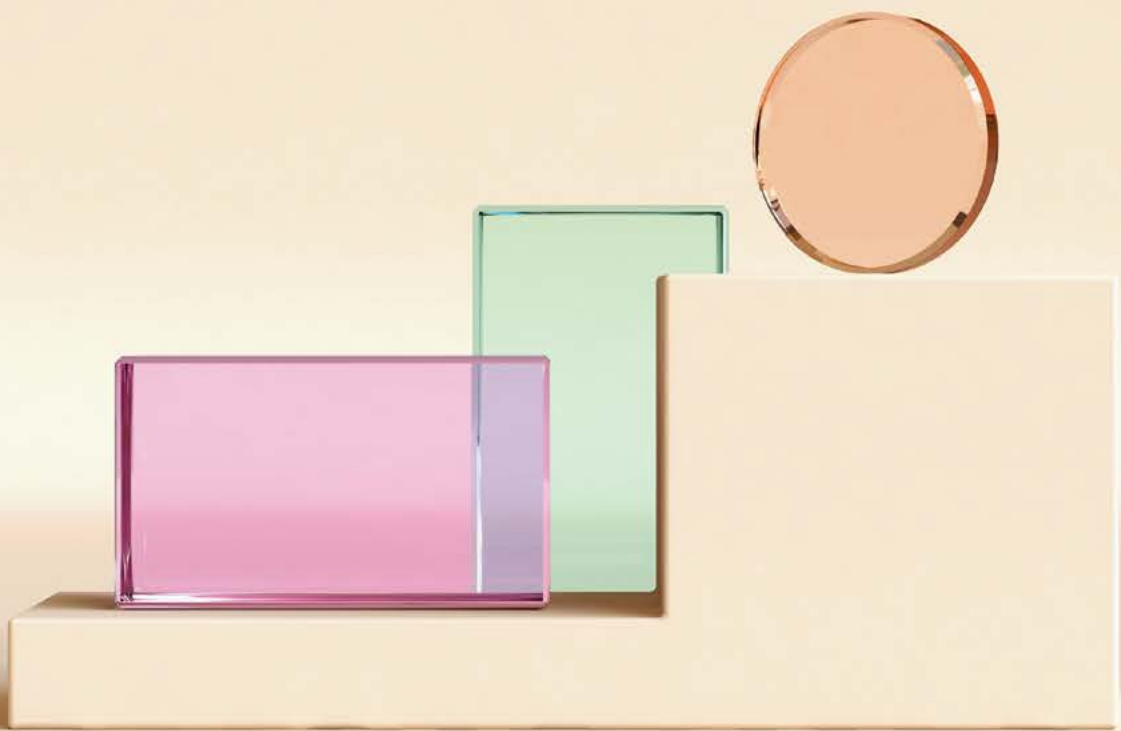
Segmenty operacyjne 2020	Segment MARKETING PLN'000	Segment SOFTWARE PLN'000	Segment CLOUD PLN'000	Segment SSC i pozostałe PLN'000	Wyłączenia PLN'000	Grupa K2 PLN'000
Przychody ze sprzedaży usług	68 718	35 118	16 655	10 148	-10 950	119 689
Przychody ze sprzedaży usług - niepowiązane	68 165	33 728	15 772	2 024	-	119 689
Przychody ze sprzedaży usług - powiązane	553	1 390	883	8 124	-10 950	-
Koszty zakupu usług mediowych, marketingowych, licencji i refaktur	-45 655	-5 254	-92	-4 329	2 098	-53 232
Przychody operacyjne	23 063	29 864	16 563	5 819	-8 852	66 457
Koszty sprzedanych usług	-15 709	-20 114	-15 411	-462	831	-50 865
Zysk/Strata brutto ze sprzedaży	7 354	9 750	1 152	5 357	-8 021	15 592
Koszty ogólnego zarządu przed kosztem programów opcyjnych	-4 446	-4 084	-2 272	-5 288	8 021	-8 069
Zysk/Strata ze sprzedaży	2 908	5 666	-1 120	69	-	7 523
Pozostałe przychody / koszty operacyjne netto	379	193	584	143	-	1 299
Zysk/Strata na działalności operacyjnej (EBIT) przed kosztem programów opcyjnych	3 287	5 859	-536	212	-	8 822
Koszty programów opcyjnych	-	-	-134	-673	-	-807
Zysk/Strata na działalności operacyjnej (EBIT)	3 287	5 859	-670	-461	-	8 015
Przychody finansowe / Koszty finansowe netto	-110	-70	-187	-648	-	-1 015
Wycena udziałów	-	-	-	-	-3	-3
Zysk/Strata przed opodatkowaniem	3 177	5 789	-857	-1 109	-3	6 997
Amortyzacja bez MSSF 16	276	373	3 843	179	-	4 671
Amortyzacja dotycząca MSSF 16	78	477	-	1 505	-	2 060
Odpisy dotyczące majątku trwałego	-	-	-	-	-	-
EBITDA skorygowana	3 563	6 232	3 307	391	-	13 493
EBITDA	3 641	6 709	3 173	1 223	-	14 746
Aktywa razem	31 871	18 289	14 762	35 594	-38 045	62 471
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	17 532	8 651	11 057	8 108	-11 499	33 849

Segmenty operacyjne 2019	Segment MARKETING PLN'000	Segment SOFTWARE PLN'000	Segment CLOUD PLN'000	Segment SSC i pozostałe PLN'000	Wyłączenia PLN'000	Grupa K2 PLN'000
Przychody ze sprzedaży usług	74 782	17 303	15 059	11 294	-8 745	109 693
Przychody ze sprzedaży usług - niepowiązane	74 609	17 293	14 285	3 506	-	109 693
Przychody ze sprzedaży usług - powiązane	173	10	774	7 788	-8 745	-
Koszty zakupu usług mediowych, marketingowych, licencji i refaktur	-44 221	-1 824	-91	-6 376	489	-52 023
Przychody operacyjne	30 561	15 479	14 968	4 918	-8 256	57 670
Koszty sprzedanych usług	-24 549	-11 004	-15 187	-229	550	-50 419
Zysk/Strata brutto ze sprzedaży	6 012	4 475	-219	4 689	-7 706	7 251
Koszty ogólnego zarządu przed kosztem programów opcyjnych	-6 977	-2 581	-1 566	-5 076	7706	-8 494
Zysk/Strata ze sprzedaży	-965	1 894	-1 785	-387	-	-1 243
Pozostałe przychody / koszty operacyjne netto	-138	137	763	80	-	842
Zysk/Strata na działalności operacyjnej (EBIT) przed kosztem programów opcyjnych	-1 103	2 031	-1 022	-307	-	-401
Koszty programów opcyjnych	-	-413	-605	-	-	-1 018
Zysk/Strata na działalności operacyjnej (EBIT)	-1 103	1 618	-1 627	-307	-	-1 419
Przychody finansowe / Koszty finansowe netto	-71	-121	-196	-80	-	-468
Wycena udziałów	-	-	-	-	-3	-3
Zysk/Strata przed opodatkowaniem	-1 174	1 497	-1 823	-387	-3	-1 890
Amortyzacja bez MSSF 16	902	193	4 387	114	-	5 596
Amortyzacja dotycząca MSSF 16	128	402	-	1 523	-	2 053
Odpisy dotyczące majątku trwałego	299	-	-	-	-	299
EBITDA skorygowana	98	2 224	3 365	-193	-	5 494
EBITDA	226	2 213	2 760	1 330	-	6 529
Aktywa razem	30 747	11 321	17 021	38 900	-36 937	61 052
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	18 696	6 000	12 233	12 903	-12 428	37 404

¹ EBITDA rozumiana jako zysk/strata na działalności operacyjnej (EBIT) powiększony o amortyzację i odpisy na trwałą utratę wartości jeżeli występują.

Wskaźniki ekonomiczno-finansowe Grupy K2 Holding		2020	2019	2018	2017	2016	2015
Rentowność sprzedaży brutto	wynik brutto na sprzedaży / przychody netto ze sprzedaży usług	13,0%	6,6%	9,7%	10,8%	7,9%	10,2%
Rentowność sprzedaży netto	wynik ze sprzedaży / przychody netto ze sprzedaży usług	5,6%	-2,1%	2,0%	3,7%	0,0%	1,6%
Rentowność działalności operacyjnej	wynik na działalności operacyjnej / przychody netto ze sprzedaży usług	6,7%	-1,3%	2,8%	4,6%	0,8%	2,3%
Rentowność brutto	wynik brutto / przychody netto ze sprzedaży usług	5,8%	-1,7%	2,5%	4,2%	0,6%	2,4%
Rentowność netto	wynik netto / przychody netto ze sprzedaży usług	4,1%	-1,7%	2,1%	3,4%	0,4%	1,8%
Zyskowność kapitału własnego	wynik netto / kapitał własny	17,0%	-7,7%	8,7%	14,1%	1,6%	5,7%
Zyskowność aktywów	wynik netto / aktywa razem	7,8%	-3,0%	4,1%	6,5%	0,7%	3,0%
Wskaźnik płynności bieżący	aktywa obrotowe / zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe	1,49	1,31	1,41	1,47	1,39	1,55
Pokrycie majątku kapitałami własnymi	kapitały własne / majątek ogółem	45,8%	38,7%	47,3%	46,3%	44,9%	52,4%





Struktura Grupy K2 Holding

**Spółka K2 Internet S.A. (aktualnie K2 Holding S.A.)
od 6 czerwca 2008 r. notowana jest na Giełdzie Papierów
Wartościowych S.A. w Warszawie pod nazwą K2HOLDING i kodem
ISIN: PLK2ITR00010. Aktualnie w obrocie jest 2.319.005 akcji.**

Na dzień 22.04.2021 r. K2 Holding S.A. posiada bezpośrednio 1350 akcji własnych K2 Holding S.A., stanowiących łącznie ponad 0,06 % kapitału zakładowego i dające prawo do ponad 0,06 % głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki, co stanowi ponad 0,06 % ogólnej liczby głosów.

Struktura Grupy

Grupy K2 Holding dostarcza kompleksowe rozwiązania i usługi w obszarach transformacji cyfrowej oraz marketingu digitalowego, oparte o zaawansowaną analitykę, tworzenie rozwiązań software i chmurę.

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 platformy Amazon Web Services, Microsoft Azure, Google Cloud Platform lub OKTAWAVE, Big Data i strumieniowe przetwarzanie 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 (spółka Agencja K2) – działalność agencyjna, projektowanie i prowadzenie kampanii zintegrowanych we wszystkich mediach, opracowanie i wdrażanie strategii komunikacji marek. Perfect-Bot (spółka K2Bots.AI) – chatboty drugiej generacji, które rozumieją większość pytań klientów, dzięki czemu realnie odciążają Contact Center.

Zmiany w strukturze udziałowej Grupy K2 Holding w roku 2020

FABRITY SP. Z O.O.

W ramach Programu Opcyjnego dedykowanego dla kierownictwa Spółki FABRITY zgodnie z Raportem Bieżącym nr 22/2020 z dnia 19.05.2020 roku nastąpiło przystąpienie Dodatkowego Uprawnionego do Programu Opcyjnego oraz nabycie przez Dodatkowego Uprawnionego 326 sztuk udziałów, reprezentujących 0,88% kapitału zakładowego spółki FABRITY Sp. z o.o. za cenę 1,00 zł za jeden Udział tj. za łączną cenę 326,00 zł. Nabycie było następstwem przydzielenia Udziałów Nieprzydzielonych w ramach i na zasadach Programu motywacyjnego dla kierownictwa FABRITY Sp. z o.o., o którym Emitent informował w Raporcie bieżącym nr 27/2019 z dnia 02 października 2019 roku. W wyniku tego zdarzenia i na dzień publikacji niniejszego Sprawozdania łączna ilość udziałów w posiadaniu kierownictwa FABRITY Sp. z o.o. wynosi 20%.

OKTAWAVE S.A.

Rada Nadzorcza Spółki OKTAWAVE S.A. przyjęła Regulamin Programu Motywacyjnego w dniu 20 listopada 2020 roku, o czym Emitent poinformował Raportem Bieżącym nr 64/2020 z dnia 20 listopada 2020 roku. Etap pierwszy programu płatności w formie akcji dotyczył dwóch członków kadry zarządzającej OKTAWAVE S.A., odpowiedzialnych za stworzenie i realizację projektu OKTAWAVE. Uprawnieni zrealizowali cele biznesowe przyjęte

w programie. Akcje zostały przydzielone i przekazane na warunkach określonych w programie. W ramach tego programu osoby te nabyły 2.558 akcji w Spółce od K2, za stałą cenę 2.558 zł (tj. 1 zł za akcję). Następnie zgodnie z Raportem Bieżącym 71/2020 z dnia 22 grudnia 2020 r. K2 Internet S.A. (aktualnie K2 Holding S.A.) zawarła umowę przyrzeczoną sprzedaży akcji w wykonaniu których nabyła łącznie 930 akcji reprezentujących 2 % kapitału zakładowego spółki OKTAWAVE S.A. z siedzibą w Warszawie. Na dzień publikacji niniejszego Sprawozdania K2 (wraz z akcjami nabywanymi, o których mowa powyżej) posiada łącznie 44.873 akcje OKTAWAVE SA reprezentujące łącznie 96,5 % kapitału zakładowego Spółki.

NEWNITED SP. Z O.O.

Spółka zależna K2 Precise S.A. wraz ze spółką Codemedia S.A. posiada udziały w spółce Newnited Sp. z o. o. w likwidacji, które to w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym ujawniane są jako wspólne ustalenie umowne zgodnie z MSSF 11. Wspólnicy spółki Newnited Sp. z o.o. w likwidacji posiadają po 50% udziałów i w takich proporcjach przewidziany jest także podział zysków. Spółka K2 Precise dysponuje prawem do nominowania połowy liczby członków Zarządu i Rady Nadzorczej w spółce Newnited Sp. z o.o. w likwidacji. Posiada również 50% głosów we wszystkich organach statutowych. W grudniu 2019 roku, ze względu na istotnie ograniczoną działalność operacyjną, został rozpoczęty proces likwidacji Newnited Sp. z o.o. Złożony wniosek nie został jeszcze podjęty przez KRS.

Struktura Grupy K2 Holding na dzień publikacji niniejszego Raportu

K2 Holding S.A.

jednostka dominująca

<p>Agencja K2 Sp. z o.o.</p> <ul style="list-style-type: none"> • jednostka zależna • 100% udziałów w kapitale zakładowym i głosów posiada K2 Holding S.A. 	<p>FABRITY Sp. z o.o.</p> <ul style="list-style-type: none"> • jednostka zależna • 80% udziałów w kapitale zakładowym i głosów posiada K2 Holding S.A.*
<p>OKTAWAVE S.A.</p> <ul style="list-style-type: none"> • jednostka zależna • 96,5% udziałów w kapitale zakładowym i głosów posiada K2 Holding S.A. ** 	<p>K2 Precise S.A.</p> <ul style="list-style-type: none"> • jednostka zależna • 100% udziałów w kapitale zakładowym i głosów posiada K2 Holding S.A.
<p>K2BOTS.AI Sp. z o.o. ***</p> <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.

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

*** Spółka założona w dniu 07 stycznia 2021 r.

****Pozostałe udziały są w posiadaniu członków kluczowego kierownictwa K2BOTS.AI Sp. z o.o.

Agencja K2

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. Spółka zatrudnia blisko 50 osób. W portfolio klientów Agencji znajdują się takie marki jak Carrefour, Warta, CD Projekt, Samsung, Netlix czy Brown Forman.

Z początkiem sierpnia 2020 r. zakończony został proces wyodrębnienia i przeniesienia z Agencji K2 do spółki FABRITY zorganizowanej części przedsiębiorstwa K2 Digital Products, której usługi polegają

na projektowaniu interfejsów, bieżącej obsłudze serwisów internetowych oraz prac konsultingowych w zakresie funkcjonowania rozwiązań informatycznych.

Z początkiem marca 2021 r. sfinalizowany został również proces wyodrębnienia z Agencji K2 działalności związanej z tworzeniem chatbotów i przeniesienia jej do nowoutworzonej spółki K2Bots.AI Sp. z o.o.

K2Bots.AI

K2Bots.AI działająca pod marką PerfectBot oferuje chatboty drugiej generacji, które rozumieją większość pytań klientów, dzięki czemu realnie obciążają Contact Center.

Spółka K2Bots.AI Sp. z o.o. została założona w styczniu 2021 r., a z dniem 1 marca br. przeniesiona została do niej z Agencji K2 działalność związana z chatbotami. Obok K2 Holding S.A. współudziałowcami są założyciele i kierownictwo spółki. Spółka zatrudnia kilkanaście osób. Wśród Klientów K2Bots.AI należy wymienić IKEA, wszystkie marki LPP: Reserved, House, Cropp, Mohito, Sin-say oraz Displate.

W marcu br. spółka uruchomiła rozwiązanie PerfectBot do automatyzacji obsługi klienta w retail i e-commerce.

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, budowę korporacyjnych aplikacji mobilnych oraz rozwiązań Business Intelligence.

Zatrudnia ponad 130 osób. W portfolio Klientów znajdują się znane duże marki z branży finansowej, przemysłu, sektora farmaceutycznego, telekomunikacyjnego, publicznego itp. FABRITY przejęła z początkiem sierpnia 2020 roku K2 Digital Products – zorganizowaną część Agencji K2. K2 Digital Products specjalizuje się w projektowaniu produktów cyfrowych.

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.

OKTAWAVE zatrudnia obecnie ponad 70 osób. Do największych Klientów OKTAWAVE należą: TUI Poland, Grupa Pracuj i Edipresse.

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.

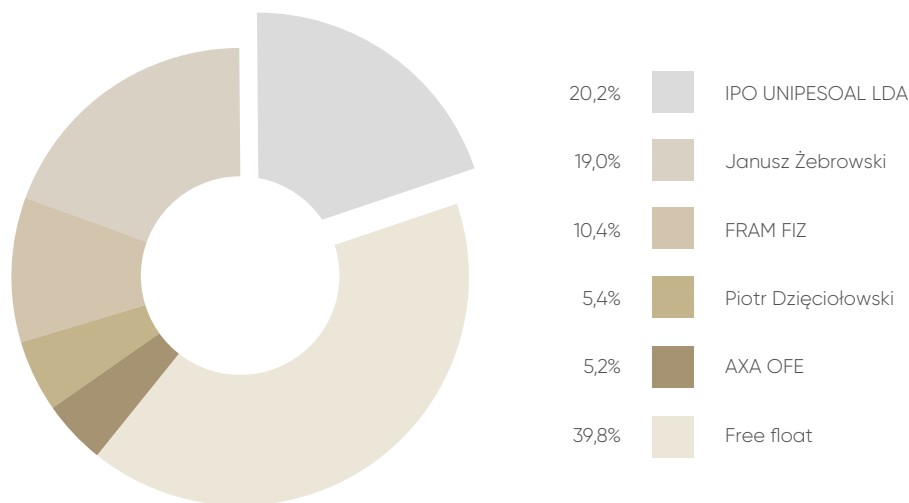
K2 Precise świadczy zaawansowane usługi analityczne i mediowe dla takich firm jak Carrefour, Nutropharma, Nutricia, Provident, Pracuj.pl, Orbi-co Beauty czy Glosel (TaniaKsiazka.pl). Zespół firmy liczy blisko 80 osób.

Akcjonariat

Łączna liczba akcji K2 Holding S.A. wynosi 2.319.005 akcji.

Wartość nominalna wszystkich akcji K2 Holding S.A. to 2.319.005 zł.

Na dzień 22.04.2021 r. K2 Holding S.A. posiada bezpośrednio 1350 akcji własnych K2 Holding S.A., stanowiących łącznie ponad 0,06 % kapitału zakładowego i dające prawo do ponad 0,06 % głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki, co stanowi ponad 0,06 % ogólnej liczby głosów.



Znaczący akcjonariusze na dzień 22.04.2021 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	20,20% ²	20,20% ²
Janusz Żebrowski	441 053	19,02% ²	19,02% ²
FRAM FIZ reprezentowany przez AgioFunds TFI S.A.	241 769	10,43% ²	10,43% ²
Piotr Dzięciołowski	125 000	5,39% ²	5,39% ²
AXA OFE reprezentowany przez AXA PTE S.A.	121 288	5,23% ²	5,23% ²

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

² Udział po obniżeniu kapitału zakładowego K2 Internet S.A. (aktualnie K2 Holding S.A.) z 2.485.032 akcji do 2.319.005 akcji, zarejestrowanego przez Sąd w dniu 25 września 2020 r.

Stan posiadania akcji przez osoby zarządzające i nadzorujące K2 Internet S.A. (aktualnie K2 Holding S.A.) na dzień 22.04.2021 r.

Akcjonariusze	Liczba posiadanych akcji	Udział % w kapitale zakładowym	Udział % w ogólnej liczbie głosów na WZA
Zarząd			
Artur Piątek	35 122	1,51% ¹	1,51% ¹
Paweł Wujec	27 000	1,16%	1,16% ¹
Michał Paschalis - Jakubowicz	15 610	0,67% ¹	0,67% ¹
Rada Nadzorcza			
IPO UNIPESOAL LDA ²	468 500	20,20% ¹	20,20% ¹
Janusz Żebrowski	441 053	19,02% ¹	19,02% ¹

¹ Udział po obniżeniu kapitału zakładowego K2 Internet S.A. (aktualnie K2 Holding S.A.) z 2.485.032 akcji do 2.319.005 akcji, zarejestrowanego przez Sąd w dniu 25 września 2020 r.

² Podmiot powiązany z Grzegorzem Stulgisem – Zastępcą Przewodniczącego Rady Nadzorczej, poprzednia nazwa spółki AGS 30 FIZAN Unipessoal LDA.

Dywidenda i polityka dywidendowa

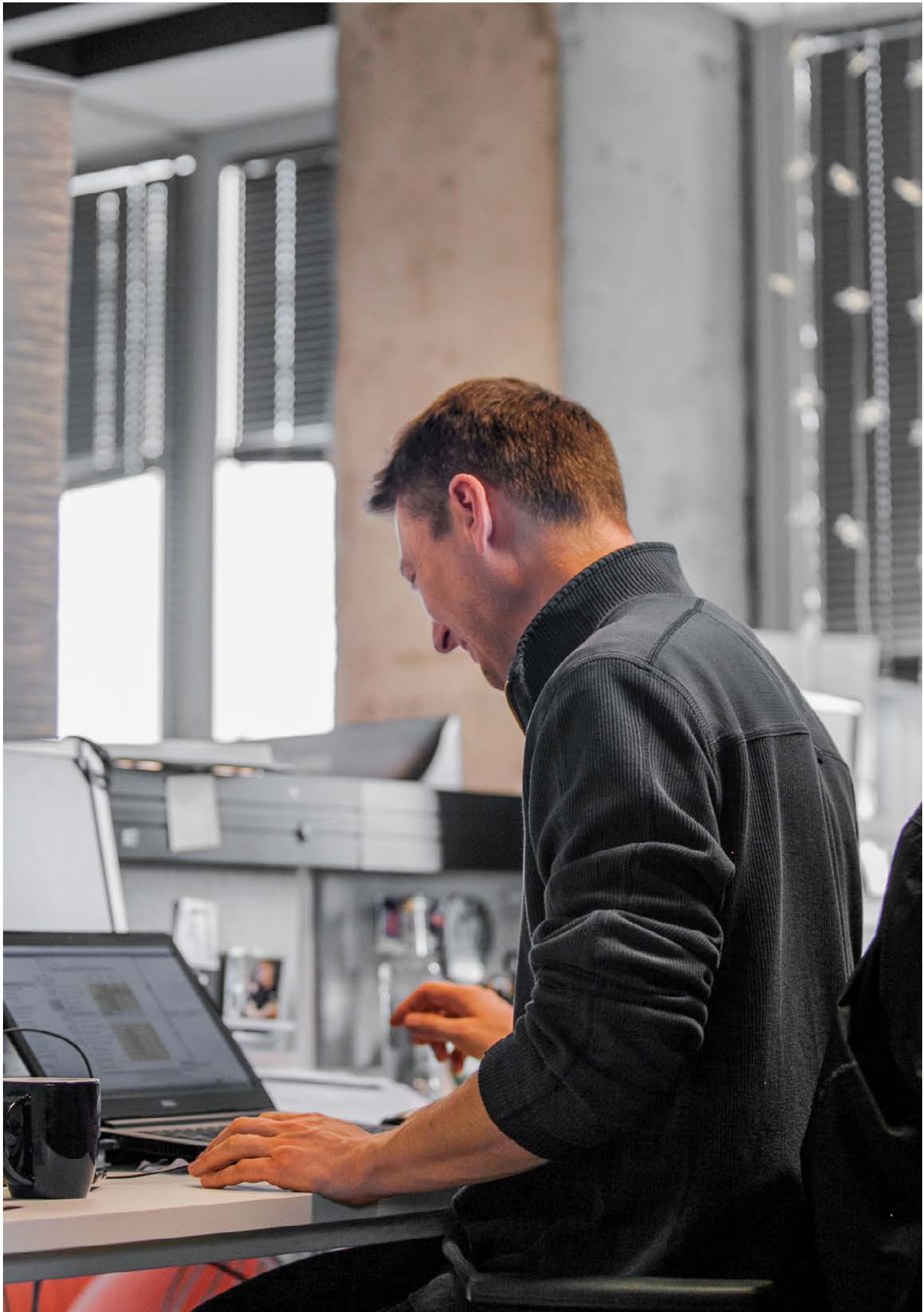
W dniu 1 kwietnia 2015 r. Zarząd K2 Internet S.A. (aktualnie K2 Holding S.A.) uchwalił politykę dywidendową, która zakłada coroczną wypłatę dywidendy Akcjonariuszom Spółki w wysokości minimum 50% skonsolidowanego zysku netto z działalności operacyjnej za rok poprzedni, przy

uwzględnieniu potrzeb inwestycyjnych oraz przy założeniu, że struktura Grupy K2 Holding pozostanie bez zmian. Na dzień publikacji niniejszego Sprawozdania nie zostały podjęte żadne decyzje w zakresie wypłaty dywidendy z zysku za rok 2020.

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 2016 z mocą obowiązującą od dnia 1 stycznia 2016 r., z wyjątkiem tych

opisanych w „Oświadczeniu dotyczącym stosowania zasad ładu korporacyjnego w K2 Holding S.A. w 2020 r.” z dnia 22 kwietnia 2021 r. Pełne oświadczenie o stosowaniu ładu korporacyjnego stanowi odrębny dokument załączony do jednostkowego sprawozdania finansowego K2 Holding S.A. za rok 2020.



K 2



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.

Wartość rynku reklamowego w Polsce w 2020, w roku dotkniętym pandemią, wyniosła 9 mld zł, co oznacza spadek o 8,6%. Był to pierwszy spadek od 2013 roku¹. Zenith przewiduje, że w 2021 roku wydatki reklamowe powrócą do poziomu z roku 2019 zarówno w regionie Azji i Pacyfiku, jak i w Europie Środkowo-Wschodniej. Sprawne opanowanie pandemii COVID-19 na wielu rynkach Azji i Pacyfiku ograniczyło szkody gospodarcze i przygotowało region na szybką odbudowę w 2021 roku².

Spadki zanotowały wszystkie media z wyjątkiem internetu, który jest głównym obszarem działalności Grupy K2. Reklama online wygenerowała w ubiegłym roku wpływy większe o 4,6%. Najslabszymi miesiącami, ze spadkami o ponad 30% były kwiecień i maj – efekty lockdownu, kryzysu oraz niepewności związanej z COVID-19³.

Najsilniejszy wpływ na kondycję rynku reklamy online mają globalni gracze, do których należą Google i Facebook. Google ma prawie 75 proc. udziału w rynku wyszukiwarek, użytkownicy korzystają z niej 3,5 miliarda razy, co oznacza, że co sekundę do tego gracza spływa 2,5 miliona zapytań. Reklama w Google, zwłaszcza dla firm z sektora e-commerce, to podstawowa ścieżka dotarcia

¹ <https://www.wirtualnemedi.pl/artykul/wydatki-reklamowe-w-polsce-w-2020-roku>

² <https://www.zenithmedia.pl/zenith-dzieki-wydatkom-na-reklame-video-oraz-e-commerce-globalny-rynek-reklamy-wraca-formy-szybciej-niz-zakladano/>

³ <https://www.wirtualnemedi.pl/artykul/wydatki-reklamowe-w-polsce-w-2020-roku>

Spadki zanotowały wszystkie media z wyjątkiem internetu, który jest głównym obszarem działalności Grupy K2. Reklama online wygenerowała w ubiegłym roku wpływy większe o 4,6%. Najslabszymi miesiącami, ze spadkami o ponad 30% były kwiecień i maj – efekty lockdownu, kryzysu oraz niepewności związanej z COVID-19.

do konsumenta⁴. Grupa K2 współpracuje z Google i Facebook, i jest partnerem wielu programów prowadzonych przez tych globalnych dostawców.

Trendem sprzyjającym dla spółek Grupy K2 był również wyraźny wzrost sprzedaży internetowej. Według estymacji własnych Grupy K2 Holding, wzrost ten wyniósł w Polsce 50%. Wśród klientów Grupy K2 są istotni Klienci z obszaru e-commerce co pomogło w okresie pandemii – wyraźnie zwiększyło się zapotrzebowanie na wsparcie i usługi w tym zakresie, a decyzje zwiększające kwoty budżetów marketingowych zapadały szybciej. Ten trend stworzył solidną podstawę do dalszego rozwoju kompetencji e-commerce w Grupie K2 i budowy skali, co jest zgodne z przyjętą strategią.

Działająca na rynku międzynarodowym ICT – FABRITY, w obliczu wybuchu pandemii miała

⁴ <https://businessinsider.com.pl/finanse/handel/rynek-reklamy-w-internecie-w-czasie-koronawirusa/rpl1b0n>

okazję udowodnić solidność tworzonych przez ostatnie lata fundamentów biznesu. Co najważniejsze, z uwagi na to, że firma budowała swój portfel przede wszystkim w oparciu o dużych klientów korporacyjnych, w szczególności z rynków krajów DACH i Skandynawii oraz zaangażowana była głównie w realizację długoterminowych przedsięwzięć, pandemia nie wywołała praktycznie żadnego zawirowania w bieżącej działalności. FABRITY stała się atrakcyjnym partnerem „nearshoringowym”, przede wszystkim dla dużych i średnich przedsiębiorstw w krajach DACH. Firmy te w obliczu pandemii przeszły na pracę zdalną, a po kilku miesiącach działania w tym trybie i braku bliskich widoków na zmianę, zauważyły istotne korzyści płynące ze współpracy z partnerami z krajów ościennych, takich jak Polska, polegającej na budowie nowych zespołów projektowych, pracujących całkowicie zdalnie i nie przywiązanych do lokalizacji, w których firmy te posiadają biura. FABRITY dodatkowo zaczęło proponować klientom przełomowy sposób budowy zespołów i rozliczania ich pracy, który zabezpiecza wszystkie pozostałe ryzyka klientów, związane z podjęciem tego rodzaju współpracy. Efekt ten, szczególnie zauważalny był w Niemczech, gdzie klienci dostrzegli, iż „luka cyfrowa” w przypadku ich przedsiębiorstw, która została uwidoczniła przez pandemię, jest wyjątkowo duża.

W zawiązku z pandemią COVID-19, działająca w obszarze przetwarzania danych w chmurze - OKTAWAVE zrealizowała istotnie mniejszą liczbę kontraktów migracyjnych w stosunku do zakładanej. Mimo, iż pandemia uświadomiła firmom korzyści z chmury i przyczyniła się do popularyzacji technologii cloud computingu, to równocześnie wstrzymała bieżące prace transformacyjne. Priorytetem dla zespołów IT było w tym czasie zapewnienie ciągłości i bezpieczeństwa funkcjonowania bieżących procesów biznesowych. Ponadto, część klientów mocno odczuła skutki pandemii i ogra-

niczyła wydatki. Zarząd spółki jest jednak zdania, że ta sytuacja ma charakter przejściowy. Z jednej strony firmy, po opanowaniu zawirowań wywołanych pandemią, powrócą do projektów transformacyjnych (w tym migracji do chmury), z drugiej zaś, w miarę odmrażania gospodarki, wydatki klientów wrócą do stanu sprzed pandemii.

Spółka rozwija technologię Kubernetes oraz finalizuje ostatnie prace związane z drugim regionem dostępności w Krakowie. Dzięki geograficznemu rozproszeniu, Spółka jest w stanie oferować Disaster Recovery Center w pełni zabezpieczające przed konsekwencjami losowych zdarzeń. Według raportu IDG i OKTAWAVE z 2019 r., co trzecia średnia lub duża firma wykorzystuje chmurę w funkcji zapasowego centrum danych⁵.

Według Gartnera, do 2022 roku ponad 75% globalnych organizacji będzie uruchamiać produkcyjnie aplikacje działające w oparciu o kontenery⁶. Stanowi to znaczny wzrost z aktualnego poziomu 30%⁷.

W zakresie usług marketingowych, perspektywy na rok 2021 Grupa ocenia umiarkowanie pozytywnie. Mimo dużej niepewności związanej z pandemią i pesymistycznymi nastrojami konsumenckimi, aktualne portfolio klientów oraz obrany kierunek strategiczny Grupy, szczególnie w obszarze e-commerce i transformacji cyfrowej, pozwalają myśleć o rozwoju kompetencji i skali biznesu. Obecnie, po dynamicznym wzroście w 2020 r., udział e-handlu w całości sprzedaży wynosi w Polsce wg. GUS 11% i w porównaniu z innymi krajami UE jest to relatywnie niski poziom⁸, mimo, że wg szacunków w samym 2020 roku w Polsce powstało 8.000 no-

⁵ <https://spidersweb.pl/2019/06/chmura-publiczna-w-polsce--2019-raport.html>

⁶ <https://www.gartner.com/en>

⁷ <https://kubernetes.io/pl/>

⁸ <https://www.dlahandlu.pl/e-commerce/wiadomosci/gus-udzial-sprzedazy-przez-internet-w-sprzedazy-detalicznej-wzroslo-w-lis-topadzie-do-11-4-proc,94125.html>

wych e-sklepów⁹. Wzrost e-commerce, jak również dalszy przepływ budżetów z kanałów offline do online wpłynie wg szacunków Grupy na ok. 6-10%owy wzrost rynku reklamy digital w Polsce w nadchodzącym roku. Dodatkowo, oprócz rozwiązań strictly reklamowych, wzmocnienie kompetencji w obszarach usługi dla e-commerce, np. marketing automation, content marketing etc., zwiększa poziom optymizmu w odniesieniu do prognoz rozwoju biznesu.

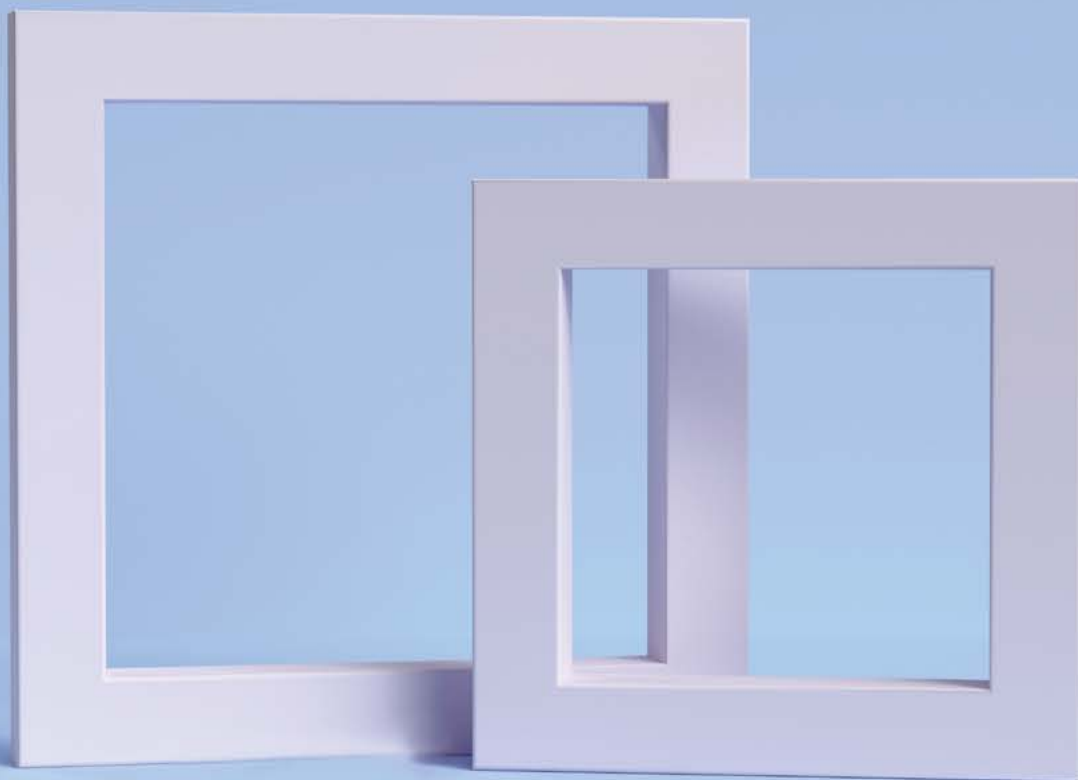
Jednocześnie Zarząd z dużą ostrożnością patrzy na rok 2021. Pandemia COVID-19 może mieć wpływ na preferencje i możliwości zakupowe Klientów dot. usług spółek z Grupy K2, a co za tym idzie realizowane wyniki Grupy K2. Na dzień publikacji niniejszego sprawozdania trudno przewidzieć jakie

będą dalsze konsekwencje rozprzestrzeniania się koronawirusa w Polsce, Europie i na świecie oraz jak będzie przebiegać wychodzenie gospodarki z pandemii. Te czynniki mogą wpłynąć na wyniki Grupy K2 w najbliższych kwartałach, zarówno pozytywnie jak i negatywnie.

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 sytuacji gospodarczej w Polsce lub na świecie, wprowadzania obostrzeń, a co za tym idzie wystąpienia spadku popytu konsumpcyjnego, pozycja rynkowa Grupy w niektórych obszarach może osłabnąć, a realizowane przez nią wyniki finansowe mogą ulec pogorszeniu.

⁹ <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykul/polacy-zalozyli-ok-8-tys-nowych-e-sklepow-czy-przetrywaja-po-ustapieniu-pandemii>





Podsumowanie roku 2020

Rok 2020 był dla Grupy K2 wyjątkowo udany. Grupa osiągnęła historycznie najwyższe wyniki: najwyższe przychody, najwyższy zysk operacyjny i wynik EBITDA. Grupa zanotowała również wysokie pozytywne przepływy finansowe przy minimalnym bieżącym zadłużeniu odsetkowym.

Skonsolidowane przychody ze sprzedaży usług Grupy K2 Holding wyniosły w roku 2020 blisko 120 mln zł, co oznacza wzrost r/r o ponad 9%. Skonsolidowany wynik EBIT za rok 2020 wyniósł 8 mln zł, wobec straty 1,4 mln zł straty przed rokiem. Wartość skonsolidowanej EBITDA kształtowała się w okresie sprawozdawczym na poziomie 14,7 mln zł w porównaniu do 6,5 mln zł w roku 2019.

Ten obraz Grupa zawdzięcza przede wszystkim rekordowym rezultatom działalności FABRITY (rozwiązania software dla biznesu) oraz dobrym wynikom K2 Precise (agencja marketingu internetowego). Należy jednak podkreślić, że w niepewnym, pandemicznym czasie, jakim okazał się być rok 2020, wszystkie biznesy Grupy K2 osiągnęły wyniki lepsze niż rok wcześniej.

W roku 2020 widoczne były pierwsze efekty decyzji o wzmocnieniu i konsolidacji aktywów technologicznych Grupy poprzez przeniesienie działalności K2 Digital Products ze spółki Agencja K2 do FABRITY. Przyjmując założenie, że działalność K2 Digital Products przynależała od początku roku 2020 do Segmentu SOFTWARE, dwa segmenty technologiczne, czyli Segment SOFTWARE (FABRITY i K2 Digital Products) oraz Segment CLOUD stanowiły łącznie ponad 2/3 przychodów operacyjnych Grupy. Technologiczny charakter działalności Grupy K2 podkreśla również zmiana klasyfikacji sektorowej spółki K2 Holding na makrosektor 800 – Technologie, sektor 820 – Informatyka, subsektor 821 – oprogramowanie oraz włączenie waloru do indeksu WIG-TECH i WIG-INFO.

Rok 2020 był dla Grupy K2 wyjątkowo udany.

Grupa osiągnęła historycznie najwyższe wyniki: najwyższe przychody, najwyższy zysk operacyjny i wynik EBITDA. Grupa zanotowała również wysokie pozytywne przepływy finansowe przy minimalnym bieżącym zadłużeniu odsetkowym.

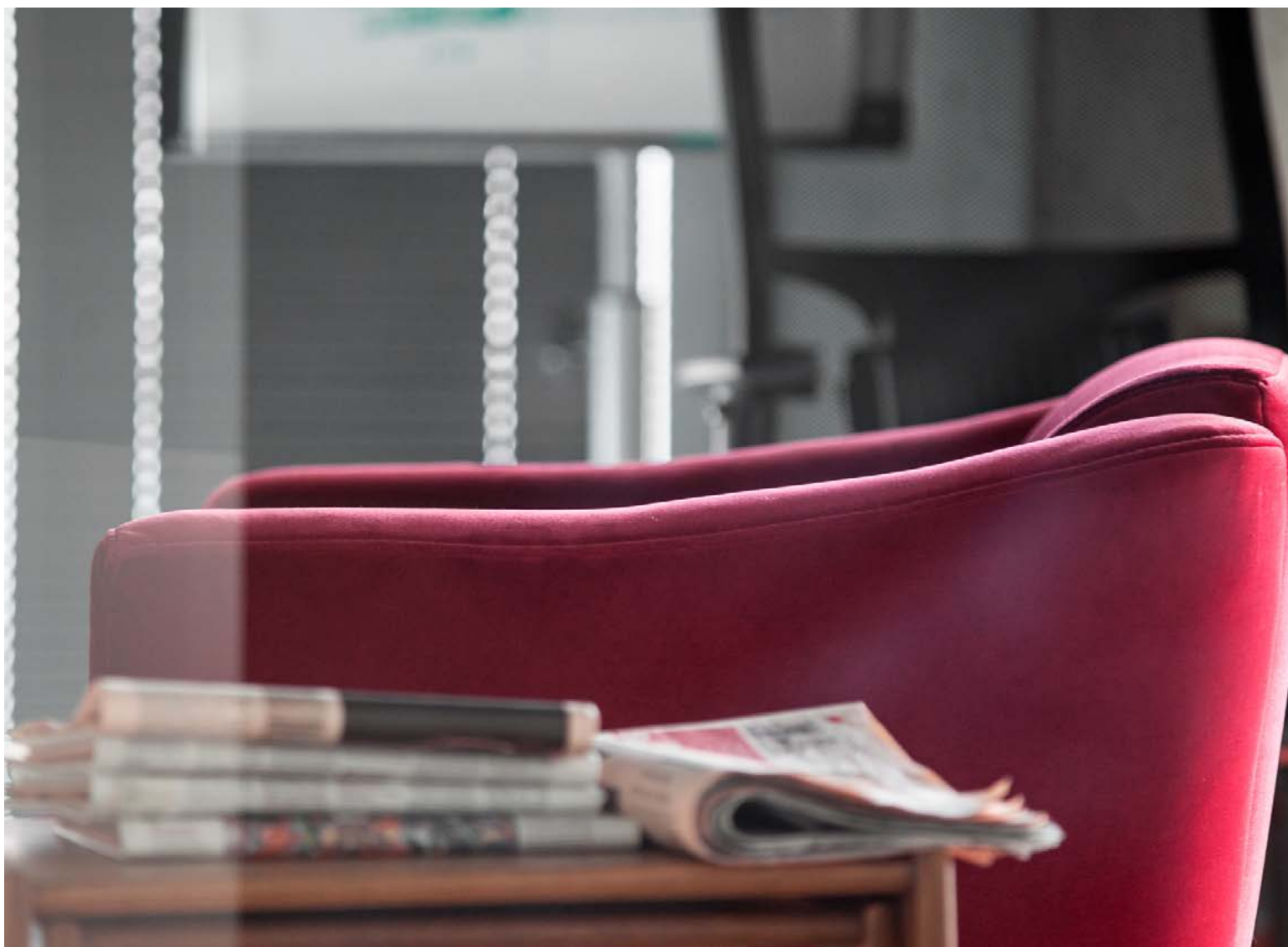
Dodatkowy pozytywny wpływ na wyniki Grupy przyniosła wzmożona kontrola poziomu kosztów, a przede wszystkim aktywne działania proprzychodowe, nastawione na wykorzystanie możliwości rynkowych i trendów, w tym także związanych z pandemią COVID-19, w zakresie transformacji cyfrowej firm, automatyzacji procesów biznesowych i upowszechniania się rozwiązań e-commerce.

Rok 2020 to także okres rozwoju i pierwszych wdrożeń inteligentnych chatbotów automatyzujących obsługę klienta w sektorze e-commerce, szczególnie obciążonym gwałtownym wzrostem sprzedaży online. Dzięki unikalnemu produktowi K2Bots.AI pozyskał istotnych klientów z branży Retail & E-commerce oraz zwiększył przychody 3-krotnie względem poprzedniego roku. Wdrożone przez K2Bots.AI chatboty zautomatyzowały w 2020 roku w sumie 2 miliony rozmów. W pierwszych dniach roku 2021 powołana została nowa spółka K2Bots.AI Sp. z o.o., w której będzie rozwijana działalność związana z chatbotami.

Pod koniec ubiegłego roku Zarząd przyjął strategię Grupy do 2023 r., która zakłada szybki wzrost Segmentu SOFTWARE (FABRITY i K2 Digital Products) przy dalszym wzroście sprzedaży zagranicznej. Biznes chmurowy (OKTAWAVE) będzie oferował coraz bardziej rozbudowany konsulting multi-cloud oraz rozwiązania Kubernetes. Segment MARKETINGOWY (K2 Precise i K2 Create) to najlepsza oferta dla sektora e-commerce i partner pierwszego wyboru w cyfryzacji marek. Najnowszym przedsięwzięciem Grupy K2 jest chat-bot drugiej generacji, który specjalizuje się w automatyzacji obsługi klienta, przede wszystkim dla e-commerce. Rozwiązanie już z powodzeniem pracuje dla takich klientów jak IKEA i LPP. Produkt sprzedawany jest również w modelu SaaS, a kolejnym krokiem

w jego rozwoju jest przygotowanie rozwiązania na rynki międzynarodowe. Elementem realizacji nowej strategii Grupy, która zakłada przyspieszenie rozwoju działalności poświęconej konwersacyjnej sztucznej inteligencji był rebranding i uruchomienie w marcu br. przez spółkę K2Bots.AI rozwiązania PerfectBot. Wynikiem przyjętej strategii był również rebranding Agencji K2 i zmiana nazwy na K2 Create, które nastąpiły również pod koniec pierwszego kwartału 2021.

W ramach przypieczętowania kierunku ewolucji Grupy, giełdowa spółka matka zmieniła z początkiem lutego br. nazwę na K2 Holding.



FABRITY

FABRITY jest spółką, działająca 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 2020

Rok 2020 był dla FABRITY bezsprzecznie najlepszym rokiem w historii spółki, zarówno pod kątem wzrostu przychodów i zwiększenia rentowności, jak i w odniesieniu do wielu czynników jakościowych, w szczególności związanych z utrzymaniem i rozwojem portfela klientów, nabywaniem nowych kompetencji oraz integracji nowych linii biznesowych.

Wzrost przychodów ze sprzedaży wyniósł w ujęciu rocznym 103%, z czego 45% wzrostu powiązane jest ze zwiększeniem przychodów z tradycyjnego segmentu rozwoju i utrzymania oprogramowania dla klientów korporacyjnych realizowanych pod marką FABRITY, pozostały wzrost powiązany jest z zakupem i integracją zorganizowanej części przedsiębiorstwa „K2 Digital Products”, gdzie realizowane są projekty związane z projektowaniem i tworzeniem cyfrowych produktów i usług oraz platform e-commerce. Rentowność na przychodach ze sprzedaży we wszystkich segmentach działalności wyniosła w odniesieniu do EBIT 16,7%, a w odniesieniu do EBIDTA 19,1%. Wskaźniki te uległy istotnej poprawie w porównaniu do 2019 roku, w którym wynosiły odpowiednio 9,4% oraz 12,9%.

W obliczu wybuchu pandemii, spółka miała okazję udowodnić solidność tworzonych przez ostatnie lata fundamentów biznesu. Co najważniejsze, z uwagi na to, że firma budowała swój portfel

przede wszystkim w oparciu o dużych klientów korporacyjnych, w szczególności z rynków krajów DACH i Skandynawii oraz zaangażowana była głównie w realizację długoterminowych przedsięwzięć, pandemia nie wywołała praktycznie żadnego zawirowania w bieżącej działalności. Ponadto, FABRITY posiadając wizerunek solidnego i doświadczonego partnera, zdolnego realizować złożone projekty transformacji cyfrowej z dużymi przedsiębiorstwami, było w stanie odpowiedzieć na dynamicznie pojawiające się pilne potrzeby cyfryzacyjne. W efekcie firma pozyskała kilku nowych, istotnych klientów oraz rozwinęła współpracę z dotychczasowymi klientami. Pojawiły się nowe kategorie ciekawych projektów, w szczególności związanych z digitalizacją tradycyjnej działalności, pracą zdalną, automatyzacją procesów, wdrażaniem nowych modeli biznesowych czy e-commerce.

Ważnym źródłem wzrostu przychodów w 2020 roku były kontrakty z nowymi klientami. Firma rozpoczęła trwałą współpracę łącznie z kilkunastoma nowymi podmiotami, z czego przynajmniej kilku należy uważać za szczególnie perspektywicznych. W gronie tym należy wymienić chociażby holding działający na rynku dystrybucji leków i ochrony zdrowia w Polsce, długookresowy projekt realizowany wspólnie z polskim partnerem dla jednej z największych na świecie firm farmaceutycznych, szeroką współpracę z jednym z globalnych integratorów IT. Ważnym wydarzeniem było również rozszerzenie współpracy z polskim operatorem infrastruktury kolejowej, rozpoczęcie współpracy z jednym z największych holdingów przemysłowych w Niemczech w obszarze artykułów gospodarstwa domowego, pozyskanie międzynarodowej firmy ubezpieczeniowej, realizację kluczowego projektu dla lidera na rynku diagnostyki medycznej w Polsce czy projektu dla firmy

działającej w obszarze ochrony zdrowia na rynku niemieckim.

Na szczególną uwagę zasługuje fakt, że po 4 latach udanej współpracy z unijną agencją FRONTEX, FABRITY zawarło 2 nowe kontrakty ramowe na okres 4 kolejnych lat, w ramach których może dostarczać zarówno kompleksowe usługi rozwoju i utrzymania oprogramowania dedykowanego, jak i oferować usługi wynajmu specjalistów IT. W ramach obydwu umów spółka już z powodzeniem konkuruje z innymi partnerami, którzy zawarli z FRONTEX umowy ramowe, o kontrakty wykonawcze, których łączny budżet ma wynieść w okresie 4 lat odpowiednio 16 mln EUR i 34 mln EUR. Informacje dotyczące tych zdarzeń zostały podane w raportach bieżących nr 54/2020 oraz 66/2020.

Tak szeroka baza nowych klientów przełożyła się bezpośrednio na wzrost przychodów w 2020 roku, jak również stanowi dobrą podstawę do rozwoju relacji i poszerzania współpracy z tymi klientami w kolejnych latach. Tym bardziej, że patrząc na dotychczasowe doświadczenia, firma z powodzeniem utrzymuje wieloletnie relacje z ważnymi

Z początkiem sierpnia 2020 roku, na podstawie umowy sprzedaży zawartej pomiędzy FABRITY Sp. z o.o. a Agencją K2 Sp. z o.o., spółka nabyła Zorganizowaną Część Przedsiębiorstwa „K2 Digital Products”.

klientami korporacyjnymi. Dokonuje tego dzięki wysokiej jakości świadczonych usług, kompetencjom biznesowym i technicznym oraz wysokiej konkurencyjności, co również skutecznie poszerza zakres współpracy o kolejne obszary.

Nie bez znaczenia w kontekście wyników roku 2020 oraz perspektyw na kolejne okresy jest również to, w jaki sposób FABRITY dostosowała swoją ofertę i działalność sprzedażową do zmieniających się warunków biznesowych, wywołanych pojawieniem się pandemii. Po pierwsze, firma stała się atrakcyjnym partnerem „nearshoringowym”, przede wszystkim dla dużych i średnich przedsiębiorstw w krajach DACH. Firmy te w obliczu pandemii przeszły na pracę zdalną, a po kilku miesiącach działania w tym trybie i braku bliskich widoków na zmianę, zauważyły istotne korzyści płynące ze współpracy z partnerami z krajów ościennych, takich jak Polska, polegającej na budowie nowych zespołów projektowych, pracujących całkowicie zdalnie i nie przywiązanych do lokalizacji, w których firmy te posiadają biura. Zniknęły bowiem tradycyjne przewagi dotychczasowego modelu, polegające na możliwości outsourcingu specjalistów IT bezpośrednio do pracy w lokalnych biurach, a zauważone zostały znaczne korzyści związane z dostępem do specjalistów w modelu nearshoringowym, takie jak wysoka dostępność znacznej liczby specjalistów, poziom kompetencji i konkurencyjność cenowa. FABRITY dodatkowo zaczęło proponować klientom przełomowy sposób budowy zespołów i rozliczania ich pracy, który zabezpiecza wszystkie pozostałe ryzyka klientów, związane z podjęciem tego rodzaju współpracy. Efekt ten, szczególnie zauważalny był w Niemczech, gdzie klienci dostrzegli, iż „luka cyfrowa” w przypadku ich przedsiębiorstw, która została uwidoczniła przez pandemię, jest wyjątkowo duża.

Z początkiem sierpnia 2020 roku, na podstawie umowy sprzedaży zawartej pomiędzy FABRITY



Sp. z o.o. a Agencją K2 Sp. z o.o., spółka nabyła Zorganizowaną Część Przedsiębiorstwa „K2 Digital Products” (K2 DP) zgodnie z informacją zawartą w raporcie bieżącym nr 42/2020. W wyniku tej transakcji, w ramach spółki FABRITY zaczęła działać odrębna linia biznesowa, zajmująca się głównie projektowaniem produktów cyfrowych, projektowaniem użyteczności (UX), tworzeniem serwisów internetowych, aplikacji mobilnych, wdrażaniami systemów CMS oraz tworzeniem platform e-commerce. W krótkim okresie po transakcji firma sprawnie zintegrowała kluczowe procesy operacyjne pomiędzy K2 DP a software house FABRITY. Doszło również do przebudowania oferty i zmian w komunikacji marketingowej. W relatywnie krótkim okresie z sukcesem pozyskano kilku nowych klientów oraz istotnie poprawiono rentowność prowadzonych projektów. W szczególności powiązane było to ze znaczną dynamiką potrzeb związanych z cyfryzacją działal-

ności biznesowej oraz inwestycjami w e-commerce, tj. z obszarami, w których Grupa K2 kojarzona jest jako poważny i doświadczony partner, a zarazem w których K2 DP współpracuje z innymi podmiotami z Grupy K2, zapewniając wyjątkowo kompleksowy i tym samym unikalny zakres usług.

2020 rok był dla FABRITY również rokiem przyspieszenia w obszarze rozwoju kompetencji własnych, adopcji nowych technologii oraz budowy własności intelektualnej. Na fali zapotrzebowania na zaawansowane rozwiązania z zakresu digitalizacji i automatyzacji procesów, firma stała się partnerem Nintex, globalnego dostawcy rozwiązań klasy Digital Process Automation oraz polskiej firmy Webcon, która oferuje platformę rozwoju aplikacji typu „low-code”. Będąc jednocześnie wieloletnim partnerem takich dostawców jak K2 (www.k2.com), UiPath i Microsoft, firma otrzymała dostęp do szerokiego zakresu rozwiązań, pozwa-

lających pokryć potrzeby cyfryzacyjne i automatyzacyjne klientów, o różnej charakterystyce i skali. W segmencie rozwiązań e-commerce firma intensywnie budowała kompetencje w zakresie platformy Magento, która najlepiej spełnia oczekiwania dużych i średnich klientów oraz pozwala w dobry sposób uwypuklić kompleksowość oferty, jaką mogą klienci otrzymać we współpracy z Grupą K2. Dodatkowo, będąc doświadczonym multivendorem rozwiązań klasy Digital Process Automation, firma rozpoczęła pracę nad własną platformą tej klasy o nazwie „F.app”. Na przełomie 2020 i 2021 roku, wolumen zamówień z projektów wykorzystujących F.app istotnie przewyższał poziom dotychczasowych kosztów stworzenia tej platformy.

W strategii firmy nadal najważniejsze miejsce zajmuje koncentracja na konsekwentnym budowaniu wartościowego portfela klientów korporacyjnych z typowych sektorów tradycyjnej gospodarki oraz zaawansowanych technologicznie i dojrzałych klientów działających w świecie cyfrowym, z którymi spółka będzie mogła rozwijać relację i współpracę w długim okresie, będąc dla nich strategicznym partnerem w transformacji cyfrowej. Dla spółki kluczowym elementem jest również połączenie kompetencji typowo z zakresu inżynierii oprogramowania oraz kompetencji z zakresu projektowania i tworzenia cyfrowych produktów i usług, które firma pozyskała poprzez zakup K2 Digital Products. Dzięki temu, FABRITY może z powodzeniem stawać się kompleksowym partnerem wspierającym w cyfrowej transformacji największe i najbardziej zaawansowane technologicznie przedsiębiorstwa. Spółka nadal koncentruje się w największym stopniu na klientach z regionu DACH i Skandynawii.

Za najważniejsze trendy i szanse rynkowe, które znajdują odzworowanie w strategicznych działaniach firmy, uznać należy:

- cyfryzację i automatyzację procesów biznesowych, również z zastosowaniem robotyzacji;
- cyfryzację wpływającą na zmiany tradycyjnych modeli biznesowych przedsiębiorstw;
- zmiany w tradycyjnym modelu usług outsourcingowych, polegające na upowszechnieniu się modelu nearshoringowego i predefiniowaniu sposobu kontraktowania tego typu usług;
- dalsze przyspieszenie rozwoju e-commerce, w tym powiązane z rozwojem modeli B2B;
- upowszechnianie się trendu polegającego na wykorzystaniu do cyfryzacji urządzeń oraz sztucznej inteligencji.

Najważniejsze plany Spółki na rok 2021 obejmują:

- rozwój struktur sprzedażowych i zespołów obsługi klienta na rynku niemieckim oraz w Skandynawii;
- poszukiwanie możliwości nieliniowego wzrostu przychodów i wartości spółki poprzez akwizycje;
- pogłębienie integracji pomiędzy działalnością software house a K2 DP;
- doskonalenie organizacji związane z istotnym wzrostem skali działalności w poprzednim roku;
- tworzenie własności intelektualnej w obszarach, w których firma posiada unikalną wiedzę i doświadczenie projektowe.

OKTAWAVE

Rok 2020 wymagał od OKTAWAVE dostosowania sposobów funkcjonowania, pozyskiwania klientów oraz prowadzenia projektów rozwojowych do nowych realiów wyznaczonych przez pandemię. Spółka sprawnie przeszła na pracę w trybie zdalnym, zapewniając ciągłość działania i utrzymując wysoką jakość obsługi klientów w okresie pandemii. Strategia na 2020 rok opierała się na wynikach badania kompetencji chmurowych, które OKTAWAVE przeprowadziła z IDG i 7Bulls. Wynikało z niego, że firmy zdają sobie sprawę z wagi technologii chmurowej, ale jedną z kluczowych barier przed transformacją cyfrową jest brak własnych kompetencji w zakresie chmury. Dlatego też Spółka postanowiła już w trakcie 2019 roku rozwinąć portfolio usług, zapewniając wsparcie zespołu Cloud Masters w migracji klientów do chmury.

Mimo, iż pandemia uświadomiła firmom korzyści z chmury i przyczyniła się do popularyzacji technologii cloud computingu, to równocześnie wstrzymała bieżące prace transformacyjne. Priorytetem dla zespołów IT było w tym czasie zapewnienie ciągłości i bezpieczeństwa funkcjonowania bieżących procesów biznesowych. Ponadto, część klientów mocno odczuła skutki pandemii i ograniczyła wydatki. Z tego powodu OKTAWAVE zrealizowała istotnie mniejszą liczbę kontraktów migracyjnych w stosunku do zakładanej. Zarząd Spółki jest jednak zdania, że ta sytuacja ma charakter przejściowy. Z jednej strony firmy, po opanowaniu zawirowań wywołanych pandemią, powrócą do projektów transformacyjnych (w tym migracji do chmury), z drugiej zaś, w miarę odmrażania gospodarki, wydatki klientów wrócą do stanu sprzed pandemii. Biorąc pod uwagę tak chwiejną sytuację rynkową i wyzwania przed jakimi stanęli przedsiębiorcy, Spółka zanotowała satysfakcjonujący 10,6% wzrost przychodów. Wynik ten jest przede wszystkim efektem pozyskania nowych klientów, którzy byli w stanie prowadzić projekty migracyjne.

Ze względu na opisane powyżej czynniki, w 2020 Spółka skupiła się na ochronie przychodów, rozwoju specjalizacji w kierunku Kubernetesa oraz ograniczeniu kosztów, czego efekt, w postaci poprawy wyników, powinien być widoczny w kolejnych okresach.

Technologia

Spółka rozwija technologię Kubernetes oraz finalizuje ostatnie prace związane z drugim regionem dostępności w Krakowie. Dzięki geograficznemu rozproszeniu, Spółka jest w stanie oferować Disaster Recovery Center w pełni zabezpieczające przed konsekwencjami losowych zdarzeń. Według raportu IDG i OKTAWAVE z 2019 r., co trzecia średnia lub duża firma wykorzystuje chmurę w funkcji zapasowego centrum danych¹.

Certyfikacje i normy

Spółka kolejny rok z rzędu z powodzeniem przeszła audyty norm ISO 27001 oraz CSA Star, otrzymując certyfikaty zgodności. Ponadto w 2020 roku organizacja została przygotowana do wdrożenia norm ISO 27017 i 27018, a na początku 2021 przeszła audyt certyfikujący w ich zakresie.

Kubernetes

Według Gartnera, do 2022 roku ponad 75% globalnych organizacji będzie uruchamiać produkcyjnie aplikacje działające w oparciu o kontenery². Stanowi to znaczny wzrost z aktualnego poziomu 30%³. Kubernetes (K8s) to platforma do orkiestracji kontenerów, która cieszy się dużym wspar-

¹ <https://spidersweb.pl/2019/06/chmura-publiczna-w-polsce-2019-raport.html>

² <https://www.gartner.com/en>

³ <https://kubernetes.io/pl/>

ciem społeczności i zainteresowaniem globalnych przedsiębiorstw. Przewiduje się, że Kubernetes długo utrzyma pozycję lidera najszybciej rozwijającej się technologii cloud computingu. Rozwiązanie zapewnia dużą elastyczność i oferuje szerokie spektrum funkcji, które dodatkowo stale się powiększa. Niewątpliwą zaletą jest możliwość wdrożenia na dowolnej platformie i systemie operacyjnym, a także na większości chmur publicznych (AWS, Azure, GCP). Biorąc pod uwagę rosnącą popularność i zapotrzebowanie na specjalistów tej technologii, Spółka stawia na rozwój zespołu oraz kompetencji w obszarze platform K8s.

Dynamika przychodów

Przychody OKTAWAVE z usług chmurowych wyniosły w minionym roku 15,1 mln zł i były wyższe nominalnie o 1,7 mln zł w stosunku do roku 2019, kiedy to osiągnęły kwotę 13,4 mln zł. Jednocześnie całkowita wartość sprzedaży w Segmencie OKTAWAVE w 2020 roku wyniosła 16,7 mln zł, osiągając dynamikę wzrostu na poziomie 10,6% r/r.

Słabsza od oczekiwań spółki dynamika wzrostu spowodowana była istotnie mniejszą liczbą kontraktów migracyjnych oraz nieco słabszym od spodziewanego tempem pozyskiwania nowych kontraktów.

Sytuacja rynkowa

Poziom cyfrowej adaptacji firm w Polsce jest znacznie niższy niż w pozostałych krajach Europy, jednak proces cyfryzacji zaczyna nabierać tempa. Największymi barierami wciąż pozostają: brak kompetencji chmurowych, obawa o opłacalność i wysokość nakładów inwestycyjnych oraz wątpliwości dotyczące bezpieczeństwa. Badanie redakcji Computerworld („Chmura obliczeniowa w Polsce

W 2021 roku Spółka będzie stawiać na sprzedaż swojego produktu IaaS oraz sprzedaż projektów wdrożeniowych Kubernetes.

2020”)⁴ wykazało jednak, że 51% ankietowanych firm widzi przyszłość w chmurze. Co więcej, pozytywnym skutkiem pandemii jest przyspieszenie planów przejścia do chmury. Firmy dostrzegły korzyści płynące z chmury i sygnalizują potrzebę zapewnienia swojej działalności bezpiecznego, stabilnego i skalowalnego środowiska IT. Co prawda pandemia spowodowała wstrzymanie wielu inwestycji, jednak w miarę normowania się sytuacji i adaptacji biznesu do nowych warunków, firmy wrócą do wstrzymanych planów, chcąc zapewnić sprawną i bezpieczną pracę zdalną, zmniejszenie kosztów oraz dostępność rozwiązań (szczególnie w branży e-commerce).

Rozwiązania chmurowe nabierają znaczenia w kontekście bezpieczeństwa, dlatego coraz większym zainteresowaniem cieszą się konfiguracje multicloud. Według raportu IDG i OKTAWAVE („Chmura publiczna w Polsce 2019. Wykorzystanie, bezpieczeństwo, plany rozwoju”)⁵, co trzecia średnia lub duża firma wykorzystuje chmurę w funkcji zapasowego centrum danych. Spółka obserwuje zwiększone zainteresowanie rozwiązaniami z zakresu Disaster Recovery (odtworzenie

⁴ <https://www.computerworld.pl/news/Chmura-obliczeniowa-w-Polsce-badanie-Computerworlda,420231.html>

⁵ <https://itreseller.com.pl/chmura-publiczna-w-polsce-2019-wykorzystanie-bezpieczenstwo-plany-rozwoju-jakie-sa-kierunki-rozwoju-chmury-zdradza-raport-idg-we-wspolpracy-z-oktawave/>

po awarii). Chmura wydaje się idealną odpowiedzią na niepewne i niestabilne czasy, pozwalając zabezpieczyć biznes przed skutkami losowych wydarzeń czy cyberataków.

Kolejnym obszarem zainteresowania klientów są rozwiązania pozwalające na skrócenie czasu dostarczania aplikacji i poprawę wydajności IT, co pozwoliłoby zwiększyć konkurencyjność rynkową. Stąd ekspresowo rosnąca popularność konteneryzacji i platformy Kubernetes. Deficyt kompetencji w zakresie tej technologii jest szansą dla dostawców rozwiązań chmurowych.

Innym wyraźnie dostrzegalnym trendem jest również rosnące zainteresowanie lokalnymi centrami danych, zapewniającymi zgodność z krajowymi przepisami. Dodając do tego stanowisko Unii Europejskiej, wspierającej europejskich dostawców chmury i chcące dzięki temu budować własną technologiczną siłę, otrzymujemy okoliczności sprzyjające umocnieniu się pozycji OKTAWAVE w Polsce, ale też ekspansji międzynarodowej.

Priorytety na 2021 r.

W 2021 roku Spółka będzie stawiać na dwa filary strategii: sprzedaż swojego produktu IaaS, w szczególności wzbogaconego o rozwiązania Disaster Recovery Center dzięki drugiemu regionowi dostępności, oraz sprzedaż projektów wdrożeniowych Kubernetes.

Mając na uwadze tendencje rynkowe, priorytetem pozostaje własna platforma chmurowa, a także usługi projektowania, migracji i zarządzania chmurą. Celem OKTAWAVE jest budowanie pozycji zaufanego dostawcy chmurowego, który zapewnia wysoki poziom bezpieczeństwa rozwiązań, potwierdzony certyfikatami. Ponadto, chmura OKTAWAVE spełnia wysokie standardy wydajności oraz jest elastyczna pod względem kosztowym.

Niewątpliwą wartością dla klienta pozostaje również umiejscowienie serwerów na terenie Polski, w centrach danych posiadających wymagane certyfikaty i zgodność z regulacjami prawnymi, oraz zapewnienie dostępności lokalnych zespołów wsparcia. Dzięki drugiemu regionowi dostępności, w Krakowie, Spółka może zaoferować obecnym i przyszłym klientom uruchomienie geograficznie zabezpieczonego środowiska (Disaster Recovery Center, DRC). DRC od OKTAWAVE zapewnia niskie koszty utrzymania dzięki automatyzacji oraz wsparcie specjalistyczne inżynierów.

Drugi filar strategii opiera się na dostępności wyspecjalizowanych konsultantów oraz know-how, które zapewniają zespoły: Cloud Masters, Premium Support i K8S. Celem Spółki jest kompleksowe wspieranie firm w migracji do chmury, dzięki czemu adresuje problem deficytu specjalistycznych kompetencji po stronie klienta. OKTAWAVE oferuje zaawansowane rozwiązania multicloud i hybrydowe oraz ekspertów w zakresie zarządzania infrastrukturą i platformą Kubernetes.

Nadal ważnym aspektem działalności OKTAWAVE są partnerstwa z globalnymi dostawcami: budowanie środowisk hybrydowych i multicloudowych oraz migracje do AWS, Azure i Google Cloud. Spółka postanowiła również rozwinąć własny program partnerski dla software-house'ów i firm consultingowych, aby wzmocnić proces pozyskiwania klientów.

Pomimo utrzymywania się niepewnej sytuacji epidemiologicznej, Spółka spodziewa się odmrożenia procesów decyzyjnych po stronie klientów i przyspieszenia sprzedaży nowych projektów. OKTAWAVE wierzy, że realizowana strategia trafnie odpowiada na aktualne trendy rynkowe i pozwoli skutecznie zaspokoić potrzeby klientów.

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).
- **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.
- **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 sieciczy 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 informacyjnej: 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.
- **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. Dowiedz 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 deklaracyjną 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 chmurową 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 odtworzenie 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).

Agencja K2 (działająca pod nazwą K2 Create)

Podsumowanie roku 2020

W 2020 roku najważniejsze zadania Agencji (obecnie K2 Create) koncentrowały się na obronie przychodów wobec kryzysu ekonomicznego wywołanego pandemią COVID-19, porządkowaniu linii biznesowych i pozyskiwaniu nowych projektów. Pomimo pandemii i ograniczonych budżetów, udało się utrzymać współpracę z kluczowymi Klientami. W drugim półroczu 2020 roku Agencja odniosła kilka sukcesów w pozyskiwaniu nowego biznesu, które w pozytywny sposób wpłynęły na wynik, zwłaszcza w czwartym kwartale.

W marcu 2020 r. Agencja w ciągu kilku dni z sukcesem dokonała transformacji na pracę zdalną, bez uszczerbku dla bieżących projektów i obsługi najważniejszych Klientów.

31 lipca 2020 roku, na podstawie umowy sprzedaży zawartej pomiędzy Agencją K2 Sp. z o.o. a FABRITY Sp. z o.o., spółka zbyła na rzecz FABRITY ze skutkiem od 1 sierpnia 2020 r. zorganizowaną część przedsiębiorstwa „K2 Digital Products”, której działalność polega w szczególności na projektowaniu interfejsów, bieżącej obsłudze serwisów internetowych kontrahentów, realizacji projektów rozwojowych oraz prac konsultingowych w zakresie funkcjonowania rozwiązań informatycznych. Informacje na temat transakcji zostały przekazane raportem bieżącym nr 42/2020.

Główni Klienci i produkty

Agencja utrzymała wszystkich swoich najważniejszych Klientów tj. Netflix, Carrefour, Samsung, UPC, Warta, CD Projekt, a w drugim półroczu 2020 Agencja pozyskała do portfela m.in. Pepsi

(projekt kampanii reklamowej realizowanej na 35 rynkach, m.in. w Polsce, Rosji, Turcji, na Ukrainie), Brown Forman (Jack Daniel's i Finlandia Vodka) oraz Polską Akcją Humanitarną.

Otoczenie rynkowe i wpływ pandemii na wyniki

Wartość rynku reklamowego w Polsce w 2020 r. wyniosła 9 mld zł, co oznacza spadek o 8,6% rdr. Był to pierwszy od 2013 rok ze spadkami wydatków reklamowych. Spadki zanotowały wszystkie media z wyjątkiem internetu - reklama online wygenerowała wpływy większe o 4,6%. Najsłabszymi miesiącami, ze spadkami o ponad 30%, były kwiecień i maj – efekty lockdownu, kryzysu oraz niepewności związanej z COVID-19⁶.

Biznes agencyjny został dość istotnie osłabiony przez pandemię COVID-19. Wiele projektów związanych z aktywnościami zewnętrznymi zostało odwołanych, podobnie jak niektóre kampanie. Część z budżetów została przesuniętych na działania cyfrowe, a niektórzy klienci nawet istotnie zwiększyli zapotrzebowanie na usługi agencji. Niemniej jednak całkowity bilans wpływu pandemii na biznes agencyjny należy określić jako negatywny.

Istotnym wyzwaniem było płynne przestawienie organizacji na nową rzeczywistość. Realia pracy zdalnej i realizowanie w tym trybie projektów stały się codziennością. Jednocześnie wzrosła potrzeba reaktywności i szybkiego kreowania nowych conceptów, pasujących do nowej pandemicznej rzeczywistości.

Plany 2021

W 2020 roku w Agencji został wyodrębniony dział contentowy, specjalizujący się w oferowaniu usług w zakresie social media marketingu, pracujący m.in. dla klienta Carrefour, Brown-Forman (Jack Daniel's, Finlandia) i Warta. W roku 2021 Agencja będzie rozwijała ten obszar działalności, poszerzając go jednocześnie o usługi w zakresie content marketingu.

Historycznie Agencja K2 była agencją digitalową, jednak w dzisiejszych czasach, zwłaszcza w pandemii, która zweryfikowała i zmieniła większość procesów i formułę współpracy z Klientami, kiedy już wszystko jest zdigitalizowane, podział na agencje tradycyjne ATL-owe i nowe digitalowe, zdaje się zacierać. W latach 20-tych XXI wieku Agencja K2 będzie tworzyć rozpoznawalne idee kreatywne dla dużych marek, łącząc to z kreowaniem rozwiązań technologicznych, które pomagają w upowszechnianiu tych idei.

Zgodnie z nowym pozycjonowaniem marki, działając jako K2 Create, Agencja K2 codziennie chce przekraczać oczekiwania swoich Klientów, działając zwinniej, szybciej i bardziej elastycznie od konkurentów.

⁶ <https://www.wirtualnemedi.pl/arttykul/wydatki-reklamowe-w-polsce-w-2020-roku>

K2 PRECISE

Rok 2020 to rok najwyższych w historii Spółki przychodów ze sprzedaży – ich wartość to 56,5 mln zł, co stanowi 11,9% wzrostu w stosunku do roku 2019. Kontynuacja współpracy ze wszystkimi najważniejszymi Klientami tj.: Carrefour, Nutricia, Glosel (TaniaKsiazka.pl), Nutropharma, Leroy Merlin, Orbico Beauty, Nintendo, TMToys, USP, Pracuj.pl, PLAY, jak również udany dla Spółki rok w kontekście pozyskania nowych Klientów zaowocowały wzrostem przychodów operacyjnych do 14,8 mln zł, co stanowi 14,1% wzrostu w stosunku do 2019 r.

K2 Precise poszerzyła w tym czasie portfel Klientów m.in. o następujące firmy: Resibo, Devely Polska, KROSS, MANN+HUMMEL FT Poland, Tedee, Harvey Nash, Poczta Balonowa czy Power Canvas.

W roku 2020 Spółka obrała wyraźny kierunek strategiczny, stawiając na rozwój współpracy z Klientami z obszaru e-commerce. Ambicją K2 Precise jest stać się jednym z czołowych partnerów dla Klientów sprzedających swoje usługi i produkty w kanale cyfrowym. Wraz z pozostałymi spółkami z Grupy K2, Spółka oferuje kompleksową obsługę: od projektowania i budowy e-sklepów, przez generowanie ruchu i sprzedaży, retencję i lojalizację klientów, po wdrożenia chatbotów automatyzujących obsługę klienta, usługi utrzymania infrastruktury w oparciu o chmurę obliczeniową, jak również budowę marek i strategię komunikacji dla firm z obszaru e-commerce. Wspólnie z pozostałymi spółkami z Grupy, K2 Precise tworzy tzw. „one-stop center for e-commerce”.

W ramach rozwoju ekspertyzy w obszarze e-commerce, w 2020 r. poszerzono współpracę z dostawcami rozwiązań do marketing automation (MA). Aktualnie K2 Precise jest w stanie wspie-

rać Klientów w obszarze MA, pracując na takich narzędziach jak: SalesManago, Exponea, Synerise czy user.com.

Ubiegły rok to również czas wyraźnego rozwoju kompetencji produktowych w obszarze performance. Wzmocniono współpracę z porównywar-kami cenowymi (np. Ceneo), zbudowano know-how dot. działań z wykorzystaniem Allegro Ads oraz rozwinięto wykorzystanie narzędzi remarketingu dynamicznego (np. Criteo). Pozyskano również kompetencje w zakresie Amazon Ads. Dodatkowo autorska sieć afiliacyjna System3 pozyskała 10% nowych wydawców, w głównej mierze specjalizujących się w działaniach e-commerce. Rozwój kompetencji e-commerce stanowił również główny obszar działań zespołu SEO i Content Marketingu. Rozwój kompetencji zespołu K2 Precise znalazł odzwierciedlenie w certyfikacji programu SEMRush, będącym międzynarodową platformą edukacyjno-certyfikacyjną w obszarze digital marketingu. Obecnie wszyscy członkowie zespołu SEO posiadają indywidualne certyfikaty kompetencji.

W 2020r. Spółka kontynuowała rozwój oferty produktowej także w social media. Wzmocniono partnerstwo z Facebook, a Spółka zyskała status certyfikowanego partnera tej platformy. Poszerzono dzięki temu kompetencje w obszarze planowania i obsługi kampanii Facebook i Instagram, co zaowocowało zdobyciem certyfikatów imiennych przez wszystkich specjalistów pracujących w dziale social media. Nawiązano również współpracę z dynamicznie rozwijającym się medium społecznościowym jakim jest TikTok i poprowadzono jedną z najskuteczniejszych w tym kanale kampanii na naszym rynku – Back to school dla Carrefour. W zakresie Google Ads, w związku z szerokim wdrożeniem automatyzacyjnych rozwiązań kampanijnych, zespół zyskał przestrzeń na rozwój strategiczny. Znalazło to odzwierciedlenie w reali-

zacjach, które Google publikuje w swoich zestawieniach „best practice”, np. kampania Toys dla Carrefour.

W zakresie analityki i Business Intelligence, rok 2020 to dalsza monetyzacja Marketing Mix Modeling (MMM, dostarczanie modeli marketingowych w czasie rzeczywistym) oraz opracowywanie nowych narzędzi. W związku z zapowiadany zmianami w zakresie możliwości używania cookie do analityki i optymalizacji, na znaczeniu zyskuje podejście oparte o analitykę i modelowanie ekonometryczne. W zakresie nowych rozwiązań, opracowano dla klientów narzędzie pomagające optymalizować kampanie z celem sprzedażowym na www oraz rozwiązanie Early Alert, pozwalające monitorować i szybko reagować na ruchy konkurencji online.

W obszarze wsparcia Klientów, 2020 rok to szereg ambitnych realizacji w e-commerce oraz duże kampanie brandingowe realizowane m.in. dla USP, Nutropharma, czy Nintendo. Rozwinięto współpracę z największym polskim graczem

Będąc czołową agencją marketingu precyzyjnego, w ramach skupienia na data-driven marketingu, K2 Precise planuje dalszy rozwój kompetencji związanych z obróbką danych za pomocą Google Cloud Platform oraz tworzenia narzędzi do ich analizy.

e-grocery, carrefour.pl. K2 Precise w 2020 roku pozyskiwała zarówno ruch kampaniami w mediach, jak również koordynowała obszar retencji i lojalizacji. Zaowocowało to rekordową sprzedażą w kanale online. U klienta Leroy Merlin intensywne prace SEO, a w Taniaksiążka.pl w obszarze Google ads, przyniosły znaczne przyrosty sprzedaży. U nowopozyskanego klienta Resibo, realizując działania z całego portfolio usług Spółki, rozwinięto e-sklep, jak również przyczyniono się do wzrostu rozpoznawalności marki. 2020 rok to też rozpoczęcie działań na 14 rynkach z klientem Filtron. Głęboka segmentacja w trudnej grupie docelowej (mechanicy samochodowi) zaowocowała istotnymi wzrostami sprzedaży na wszystkich rynkach.

Otoczenie rynkowe

W roku 2020, dotkniętym pandemią, internet, który jest kluczowym obszarem działalności Spółki, był jedynym medium, w którym wydatki na reklamę wzrosły. K2 Precise korzystała z tej sytuacji rynkowej. Trendem sprzyjającym Spółce był również wyraźny wzrost sprzedaży internetowej. Biorąc pod uwagę, że K2 Precise od lat obsługuje firmy z obszaru e-commerce, a w ubiegłym roku dodatkowo przyjęła strategię wyraźnego rozwoju kompetencji w tym obszarze, pandemia COVID-19 miała relatywnie łagodny wpływ na biznes Spółki, a u części Klientów zintensyfikowała zapotrzebowanie na wsparcie i usługi K2 Precise oraz przyspieszyła decyzje zwiększające kwoty budżetów marketingowych. Dodatkowo, w 2020 r. Spółce sprzyjał także portfel obsługiwanych Klientów. Klienci z branż takich jak m.in. producenci suplementów diety, handel i e-commerce, produkty i sprzęty do użytku domowego, dekoracje, artykuły ogrodnicze, audio wideo oraz zabawki, korzystali na fali wzrostu e-commerce, jaką wywołała pandemia. Biorąc powyższe pod uwagę, poza pojedynczymi zdarzeniami, trendy wywołane pandemią miały w ubiegłym roku pozytywny wpływ na biznes K2 Precise.

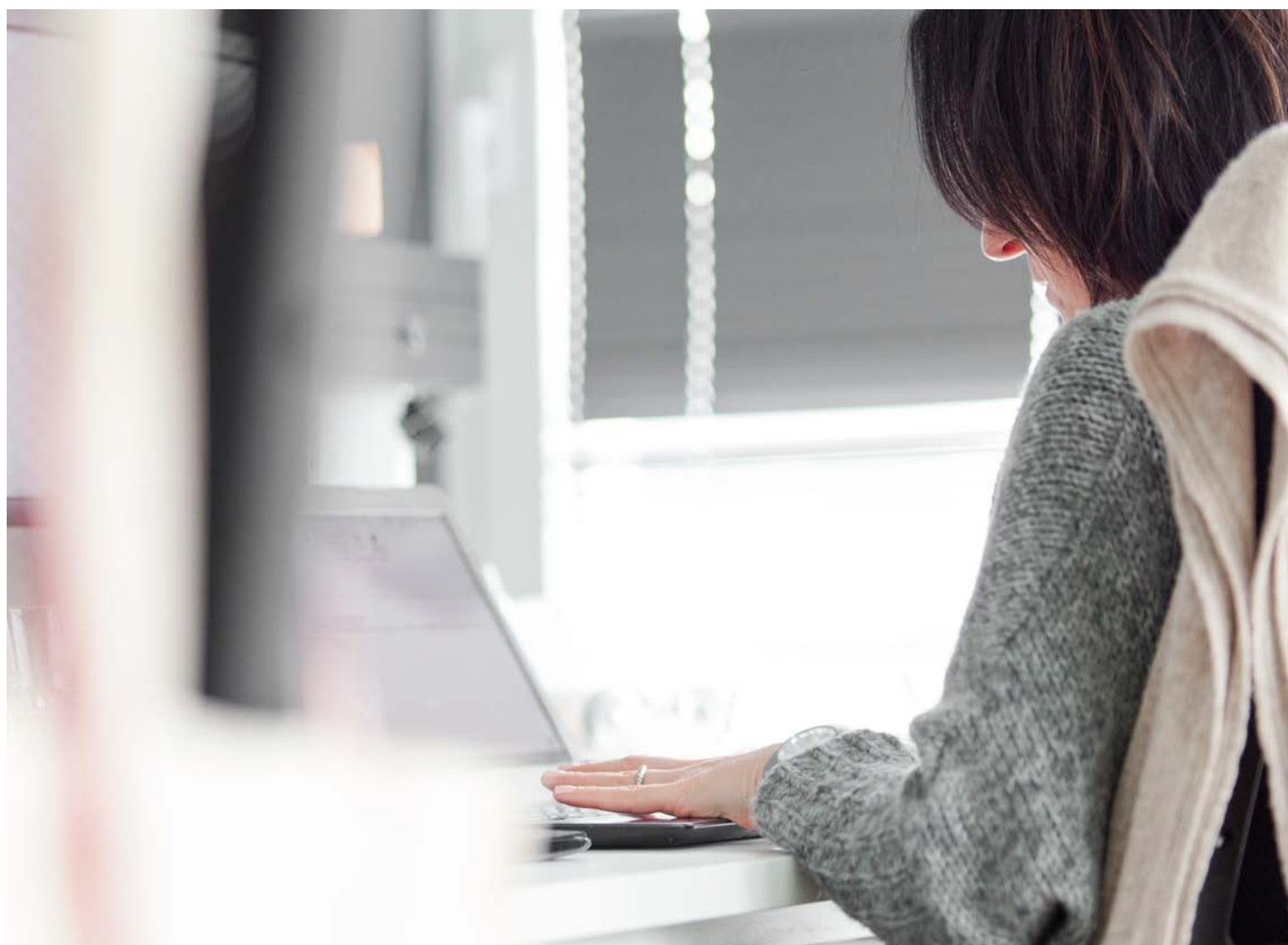
Spółka pozytywnie ocenia perspektywy na 2021 rok i lata kolejne. Mimo dużej niepewności związanej z pandemią aktualne portfolio klientów oraz obrany kierunek strategiczny w obszarze e-commerce pozwalają myśleć o rozwoju kompetencji i skali biznesu. Obecnie, po dynamicznym wzroście w 2020 r., udział e-handlu w całości sprzedaży wynosi wg. GUS w Polsce 11% i w porównaniu z innymi krajami UE jest relatywnie niskim odsetkiem⁷. Wzrost e-commerce, jak również dalszy przepływ budżetów z kanałów offline do online wpłynie, wg szacunków Spółki, na ok. 6-10-procentowy wzrost rynku reklamy digital w Polsce w nadchodzącym roku. Dodatkowo, oprócz rozwiązań stricte reklamowych, wzmocnienie kom-

⁷ <https://www.dlahandlu.pl/e-commerce/wiadomosci/gus-udzial-sprzedazy-przez-internet-w-sprzedazy-detalicznej-wzrost-w-listopadzie-do-11-4-proc,94125.html>

petencji w obszarach usługi dla e-commerce, np. marketing automation, content marketing etc., zwiększa poziom optymizmu w odniesieniu do prognoz rozwoju biznesu.

Plany na 2021

W roku 2021, zgodnie z przyjętą strategią, K2 Precise planuje wyraźny rozwój kompetencji w obszarze e-commerce. Ambicją spółki jest oferowanie „pod jednym dachem” całości działań wpływających na sprzedaż w e-sklepie. Planowany jest rozwój ekspertyzy marketing automation, rozwiązań martech oraz customer experience dla e-sklepów. Spółka przewiduje, że w najbliższych latach będzie rósł udział marketplace’ów typu Allegro i Amazon w rynku e-commerce i już w 2021 roku udział ten może przekroczyć 50%. Dlatego w pla-



nach jest poszerzenie kompetencji w tym zakresie. Obecnie spółka jest w procesie wprowadzania pierwszych klientów na platformę Amazon. Ambicją Spółki jest obsługa reklamowa firm na marketplace'ach, jak również wprowadzanie ich na te platformy wraz z dostarczaniem usług związanych z utrzymaniem sklepu czy tworzeniem kart produktowych. W tym obszarze spółka prowadzi rozmowy z partnerami strategicznymi.

Spółka planuje weryfikację procesów i dalszą transformację w kierunku efektywnościowych modeli rozliczeń z Klientami. Ponadto w ramach działań performance planowany jest dalszy rozwój sieci wydawców dedykowanych do kampanii sprzedażowych, w szczególności z uwzględnieniem kanału mobile. Będąc czołową agencją marketingu precyzyjnego, w ramach skupienia na data-driven marketingu, K2 Precise planuje dalszy rozwój kompetencji związanych z obróbką danych za pomocą Google Cloud Platform oraz tworzenia narzędzi do ich analizy. W związku z zapowiadanym przez Google zaprzestaniem wspierania technologii cookie, w planach Spółki na 2021 r. jest także dalsza sprzedaż autorskiego, unikalnego narzędzia Marketing Mix Modelling, które jest narzędziem niezależnym od plików cookie. Istotnym filarem biznesu Spółki ma być w bieżącym roku rozwój oferty SEO i Content Marketingu, przede wszystkim dla Klientów z obszaru e-commerce. Planowany jest dalszy rozwój oferty SEO technicznego oraz świadczenie tych usług dla klientów na innych niż polski rynkach.

K2Bots.AI (obecnie PerfectBot)

Podsumowanie roku 2020 – 3-krotny wzrost przyspieszony pandemią

Rozwój K2Bots.AI w 2020 roku przyspieszył dzięki zmianom zachodzącym na rynku pod wpływem pandemii. Zespół koncentrował się na wdrażaniu chatbotów automatyzujących obsługę klienta w sektorze e-commerce, szczególnie obciążonym gwałtownym wzrostem sprzedaży online. Dzięki unikalnemu produktowi zespół K2Bots.AI pozyskał największych klientów z branży Retail & E-commerce oraz zwiększył przychody 3-krotnie względem poprzedniego roku.

Zespół K2Bots.AI zautomatyzował obsługę klienta m.in. dla IKEA, wszystkich marek LPP: Reserved, House, Cropp, Mohito, Sinsay oraz Displate. Chatboty drugiej generacji wdrożone u tych klientów zautomatyzowały w 2020 roku w sumie 2 miliony rozmów.

Dla IKEA K2Bots.AI wdrożył chatbota, który odciążył biuro obsługi klienta w czasie zwiększonego zainteresowania zakupami online w epidemicznych czasach. Chatbot IKEA podejmuje nawet 5 tys. rozmów dziennie. Ponad połowę incydentów rozwiązuje prawidłowo w sposób automatyczny. W szczycie rozmawia nawet z 60 osobami na raz. Wykonuje pracę kilkudziesięciu konsultantów.

Chatbota drugiej generacji od K2Bots.AI wprowadziło również LPP. Klienci należących do LPP marek tj. Reserved, Cropp, House, Mohito oraz Sinsay mogą korzystać z pomocy konwersacyjnej sztucznej inteligencji. Narzędzie pozwala na rozwiązanie 200 problemów najczęściej zgłaszanych do Contact Center przez klientów sklepów internetowych. Chatbot rozwiązuje prawidłowo już 70

proc. wszystkich spraw, a dzięki możliwości odpowiadania na otwarte pytania, znacząco usprawnił obsługę rosnącej w ostatnim czasie liczby klientów w kanale e-commerce polskiego producenta odzieży.

Plany na 2021 – nowa spółka i skalowalne rozwiązanie PerfectBot

W 2020 zespół K2Bots.AI konsekwentnie zmierzał w kierunku wprowadzenia na rynek skalowalnego rozwiązania PerfectBot (www.PerfectBot.ai), dedykowanego do automatyzacji obsługi klienta w Retail & E-commerce, uruchomionego w pierwszym kwartale 2021.

Rozwój rozwiązania PerfectBot to element nowej strategii Grupy K2, która zakłada przyspieszenie rozwoju działalności, związanej z konwersacyjną sztuczną inteligencją. Dalsze plany spółki zakładają skalowanie wdrożeń opartych o PerfectBot w modelu SaaS („Software as a Service”) oraz ekspansję z produktem na rynki anglojęzyczne.

Rozwój K2Bots.AI jest skorelowany z 2-cyfrowym wzrostem całej kategorii e-commerce, który jest prognozowany również na kolejne lata, jak również wzrostem rynku automatyzacji obsługi klienta opartej o chatboty, który wg licznych raportów ma rosnać przez najbliższych 5 lat w średnim tempie około 29% rocznie⁸.

W dniu 26 lutego 2021 r. została zawarta pomiędzy spółką Agencja K2 Sp. z o.o. jako sprzedającym a nowoutworzoną w Grupie K2 spółką pod firmą K2Bots.AI Sp. z o.o. jako kupującym, umowa sprzedaży zorganizowanej części przedsiębior-

stwa, w wyniku której cała działalność związana z chatbotami została przeniesiona ze skutkiem od 1 marca br. do K2Bots.AI Sp. z o. o., w której obok K2 Holding S.A. współudziałowcami są czterej założyciele i kierownictwo spółki. Informacja o tym zdarzeniu została przekazana raportem bieżącym nr 9/2021. W związku z rebrandingiem, który miał miejsce w marcu 2021 r. spółka zamierza również zmienić nazwę na PerfectBot.

W 2020 zespół K2Bots.AI konsekwentnie zmierzał w kierunku wprowadzenia na rynek skalowalnego rozwiązania PerfectBot (www.PerfectBot.ai), dedykowanego do automatyzacji obsługi klienta w Retail & E-commerce, uruchomionego w pierwszym kwartale 2021. Rozwój rozwiązania PerfectBot to element nowej strategii Grupy K2. Dalsze plany spółki zakładają skalowanie wdrożeń opartych o PerfectBot w modelu SaaS oraz ekspansję z produktem na rynki anglojęzyczne.

⁸ <https://www.businesswire.com/news/home/20201207005691/en/Global-Chatbot-Market-Value-to-Increase-by-1.11-Billion-during-2020-2024-Business-Continuity-Plan-and-Forecast-for-the-New-Normal-Technavio>



**Wyzwania Grupy
na rok 2021**

W związku z trwającą pandemią koronawirusa SARS-CoV-2, głównym wyzwaniem spółek z Grupy K2 na rok 2021 będzie utrzymanie wzrostu biznesu w niepewnych warunkach rynkowych poprzez szybkie dostosowanie do zmieniających się wymagań w zakresie organizacji pracy, jak i adekwatności reakcji na nowe potrzeby Klientów i rynku. Wierzymy, że tak ustalone priorytety pozwolą sprostać wyzwaniom jakie niesie ten szczególnie okres dla Grupy K2 i jej Klientów, a po zakończeniu pandemii Grupa będzie gotowa do szybszego wzrostu.

Rok 2020 ustawił wysoką poprzeczkę jeżeli chodzi o wyniki finansowe. W roku 2021 po udanym przejściu przez początek pandemii, zmianie organizacji pracy i uporządkowaniu struktury, Grupa będzie koncentrowała się na zwiększaniu skali działalności.

Osią strategii Grupy K2 jest wspieranie cyfrowej transformacji firm. Wszystkie biznesy – od usług chmurowych (OKTAWAVE), przez software house (FABRITY), po marketing (K2 Precise i Agencja K2 – obecnie K2 Create) – oferują wzajemnie uzupełniające się usługi, dlatego ważniejsza niż dotychczas będzie współpraca. Stąd naszą ambicją jest istotny wzrost liczby i skali projektów „synergicznych”, angażujących kilka biznesów Grupy.

Rok 2021 to także inwestycje w nowe kompetencje i usługi, uzupełniające portfel Grupy. To będzie kluczowy okres dla PerfectBot'a - nowa rynkowa nazwa rozwiązania oferowanego przez jednostkę

W roku 2021 po udanym przejściu przez początek pandemii, zmianie organizacji pracy i uporządkowaniu struktury, Grupa będzie koncentrowała się na zwiększaniu skali działalności.

biznesową K2Bots.AI. To zaawansowany chatbot drugiej generacji, który w okresie pandemii dowiódł swojej skuteczności i wyrasta na obiecujące rozwiązania SaaS z widokami na ekspansję międzynarodową.

Po szoku pandemicznym, w roku 2021 będziemy również inwestować w fundamenty firmy, we wzmocnienia zespołu, w jakość HR, w kulturę. W ten sposób będziemy rozwijać potencjał zespołu, przyciągać talenty, tworzyć kulturę wspierającą ambicje, odwagę i przedsiębiorczość, co będzie podstawą do osiągnięcia coraz wyższych przychodów i wyników finansowych.



Czynniki ryzyka

Czynniki ryzyka związane z otoczeniem

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 związane z nim poziom konsumpcji prywatnej, bezpośrednio wpływają na decyzje przedsiębiorstw dotyczące wydatków, w tym także na świadczenia pracownicze. 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 zależy od warunków ekonomicznych firm jak również nastrojów konsumenckich.

Niespodziewane zmiany sytuacji gospodarczej, długotrwała dekonjunktura czy niepewność może 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.

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

Do okoliczności mogących mieć wpływ na preferencje zakupowe Klientów na usługi spółek z Grupy K2, a co za tym idzie realizowane wyniki 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 oraz jak będzie przebiegać wychodzenie gospodarki z pandemii. Te czynniki mogą wpłynąć na wyniki spółki w najbliższych kwartałach, zarówno pozytywnie jak i negatywnie. 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 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 trwającą sytuacją pandemiczną cała Grupa K2 Holding niezmiennie pracuje w trybie pracy zdalnej. Zmiana formy organizacji pracy, w tym prowadzenia wszystkich spotkań i konwersacji online lub telefonicznie, może wiązać się z utrudnieniami, dodatkowymi nakładami pracy i ponoszonych kosztów jak również z 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.

Ocena ryzyka: wysokie.



Ryzyko związane ze wzrostem konkurencji i spadkiem marż

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 rynek polski 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.



Czynniki ryzyka związane z działalnością prowadzoną przez spółki Grupy K2

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

K2 osiąga sprzedaż i wypracowuje 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

K2 świadczy usługi łączące w sobie różne kompetencje, w tym wiedzę i doświadczenie marketingowe, kreację reklamową oraz projektowanie i realizację systemów informatycznych. Ze względu na

skomplikowaną naturę świadczonych usług, 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 K2,
- podnoszeniem przez Klienta kosztów z tytułu zapłaty kar umownych i innych roszczeń.

K2 monitoruje poziom zadowolenia Klientów w ramach bieżącej współpracy jak również poprzez cykliczne badania satysfakcji oraz odpowiednio koryguje 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 praw własności przemysłowej i praw autorskich, które są podobne bądź takie same, jak te stosowane przez 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 nowozatrudnionych 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 je 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. przechwylenia danych lub w celu ich uszkodzenia. Ze względu na to, że K2 przechowuje 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 minimalizuje powstanie 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.



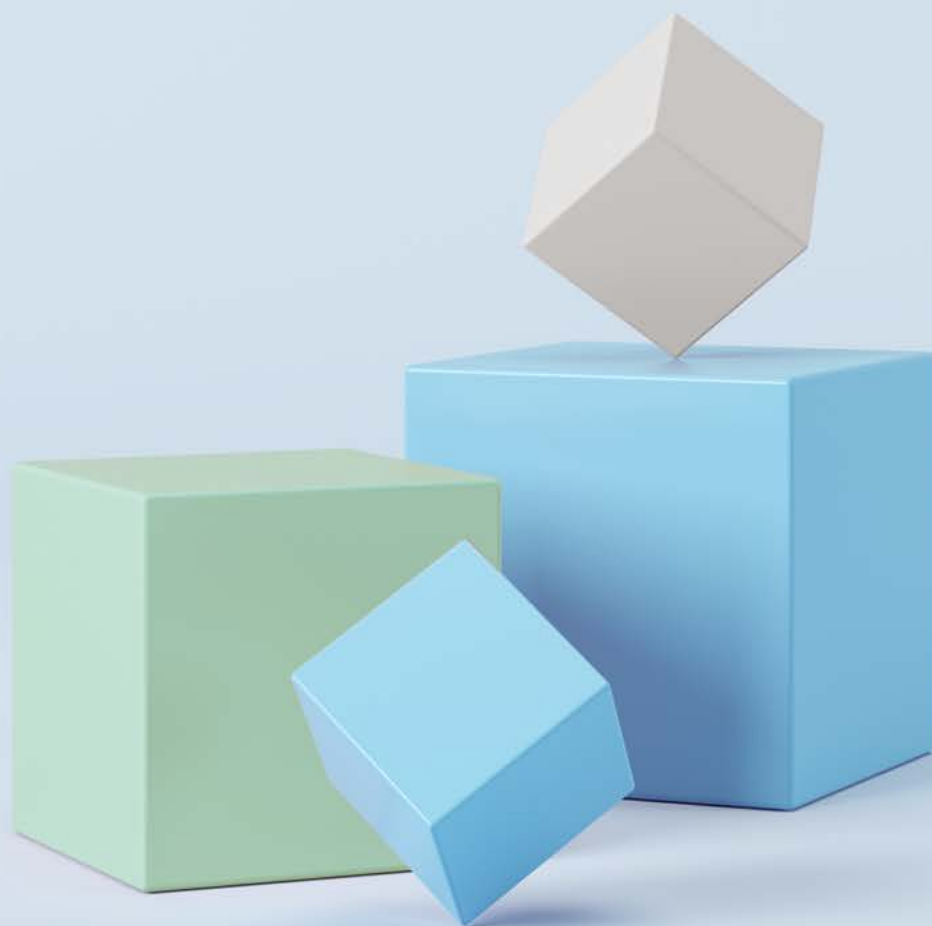
Ryzyko związane z niewywiązywaniem się Klientów z dotrzymania terminów płatności

Przychody 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

Kierownictwo Spółki przyznało programy płatności w formie akcji dla kluczowych menedżerów swojej spółki zależnej OKTAWAVE S.A. Programy te zakładają możliwość nabycia przez tych menedżerów akcji w OKTAWAVE S.A. Zgodnie z akapitem 43C MSSF 2 programy te zaklasyfikowane zostały przez Spółkę jako program płatności w formie akcji. Program ten składał się z 2 etapów. Rada Nadzorcza Spółki przyjęła Regulamin Programu Motywacyjnego w dniu 20 listopada 2020 roku, o czym Emitent poinformował Raportem Bieżącym nr 64/2020 z dnia 20 listopada 2020 roku. Etap pierwszy programu płatności w formie akcji dotyczył dwóch członków kadry zarządzającej OKTAWAVE S.A., odpowiedzialnych za stworzenie i realizację projektu OKTAWAVE. Uprawnieni zrealizowali cele biznesowe przyjęte w programie. Akcje zostały przydzielone i przekazane na warunkach określonych w programie. W ramach tego programu osoby te nabyły 2.558 akcji w Spółce od K2, za stałą cenę 2.558 zł (tj. 1 zł za akcję). Koszty programu zostały uwzględnione w całości w roku 2019. Drugi etap obejmuje 6.045 akcji reprezentujących 13% kapitału zakładowego Spółki. Osoby uprawnione mogły nabyć w trzech transzach do 4.650 akcji stanowiących 10.0% w kapitale zakładowym OKTAWAVE za cenę 1 zł za akcję, pod warunkiem realizacji celów biznesowych w latach 2019, 2020 i 2021. Na podstawie wyników za rok 2019 przewidzianych do przydziału jest 830 akcji Spółki. 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. Wycena programu zostanie ujęta w sprawozdaniu Emitenta jako zwiększenie wartości inwestycji w Spółce i zobowiązanie oraz w sprawozdaniu skonsolidowanym Grupy K2 jako koszt wynagrodzeń i zobowiązanie. Zgodnie z Raportem Bieżącym 71/2020 z dnia 22 grudnia 2020 r. K2 Internet S.A. (aktualnie K2 Holding S.A.) zawarła umowę przyrzeczoną sprzedaży akcji w wykonaniu których nabyła łącznie 930 akcji reprezentujących 2 % kapitału zakładowego spółki OKTAWAVE SA z siedzibą w Warszawie. Na dzień publikacji niniejszego Sprawozdania K2 (wraz z akcjami nabywanymi, o których mowa powyżej) posiada łącznie 44.873 akcje OKTAWAVE S.A. reprezentujące łącznie 96,5 % kapitału zakładowego Spółki. Czwarta transza, na którą przypada 1.395 szt. akcji, zrealizowana będzie pod warunkiem przeprowadzania ewentualnej Transakcji Wyjścia na określonych warunkach, terminie i po przekroczeniu minimalnej wysokości kwoty Transakcji Wyjścia. Koszt czwartej transzy zostanie uwzględniony jako koszt Transakcji Wyjścia.

W sprawozdaniu finansowym za rok 2020 został uwzględniony również koszt programu motywacyjnego dla kadry zarządzającej K2 Holding S.A., który został przyjęty uchwałą nr 3 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Spółki z dnia 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 uchylenia uchwały

nr 3 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia z dnia 18 listopada 2020 r., o czym Emitent informował raportem bieżącym nr 69/2020 z dnia 17 grudnia 2020 roku. Rada Nadzorcza Spółki przyjęła Regulamin Programu Motywacyjnego w dniu 12 lutego 2021 roku, o czym Emitent poinformował Raportem Bieżącym nr 5/2021 z dnia 12 lutego 2021 roku. Przewidywany łączny koszt całego programu do ujęcia w poszczególnych latach wynosi odpowiednio na rok 2020: 673 tys. zł, 2021: 1.174 tys. zł, 2022: 563 tys. zł, 2023: 147 tys. zł. Wycena Programu zostanie ujęta w sprawozdaniu K2 Holding S.A. jako koszt wynagrodzeń i kapitał. Analogiczne ujęcie będzie zastosowane w sprawozdaniu skonsolidowanym Grupy K2.

W ramach Programu Opcyjnego dedykowanego dla kierownictwa Spółki FABRITY, zgodnie z Raportem Bieżącym nr 22/2020 z dnia 19.05.2020 roku nastąpiło przystąpienie Dodatkowego Uprawnionego do Programu Opcyjnego FABRITY oraz nabycie przez Dodatkowego Uprawnionego 326 sztuk udziałów, reprezentujących 0,88% kapitału zakładowego spółki FABRITY Sp. z o.o. za cenę 1,00 zł za jeden Udział tj. za łączną cenę 326,00 zł. Nabycie było następstwem przydzielenia Udziałów Nieprzydzielonych w ramach i na zasadach Programu motywacyjnego dla kierownictwa FABRITY Sp. z o.o., o którym Emitent informował w Raporcie bieżącym nr 15/2020 z dnia 19 marca 2020 roku. W wyniku tego zdarzenia i na dzień publikacji niniejszego Sprawozdania łączna ilość udziałów w posiadaniu kierownictwa FABRITY Sp. z o.o. wynosi 20%.

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

Z punktu widzenia działalności lub rentowności w 2020 roku została zawarta umowa z Agencją UE „FRONTEX - European Border and Coast Guard Agency”, o której Emitent poinformował raportem bieżącym nr 54/2020 oraz 66/2020.

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.

Sprzedaż zagraniczna stanowiła w 2020 r. 17,7% ogółu przychodów ze sprzedaży.

W Grupie K2 Holding występuje wolumen należności na dwóch klientach, którzy obejmują 17,3% oraz 4,9% wszystkich należności. W przypadku klienta segmentu marketingowego Carrefour, przychody wyniosły 20% wartości sprzedaży skonsolidowanej Grupy K2, przy czym z uwagi na charakter działalności mediowej tj. wysoki udział kosztów mediowych w przychodach, udział w zyskowności był niższy.

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 powiązаныmi na warunkach innych niż rynkowe

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

Umowy kredytowe

Dnia 28.08.2020 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 31.08.2021 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., 13 listopada 2020 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 12 listopada 2021 roku, a w K2 Precise do 13 listopada 2021 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 1.500 tys. PLN. Zobowiązania warunkowe są zabezpieczone wekslem in blanco i poręczeniami cywilnymi udzielonymi przez spółki K2 Internet S.A. (aktualnie K2 Holding S.A.), FABRITY Sp. z o.o. oraz wzajemnie Agencja K2 Sp. z o.o. i K2 Precise S.A. Wykorzystanie limitu na 31 grudnia 2020 roku wynosiło 140 tys. PLN.

Udzielone pożyczki

Spółka K2 Internet S.A. (aktualnie K2 Holding S.A.) udzieliła pożyczki pracownikom:

- Dnia 08.08.2012 roku, przedłużony termin wymagalności: 31.08.2021 roku, saldo na dzień 31.12.2020 roku: 12 tys. PLN (odsetki). Kapitał pożyczki został spłacony dnia 28.09.2020 r.
- Dnia 31.03.2021 roku spółka K2 Holding S.A. zawarła z OKTAWAVE Sp. z o.o. umowę konsolidacyjną dotyczącą umów pożyczek z dnia 12.04.2019 r., 20.05.2020 r., 23.11.2018 r., na podstawie których K2 Holding S.A. udzieliła pożyczek spółce OKTAWAVE Sp. z o.o., cel pożyczki – inwestycyjny i operacyjny, termin wymagalności: 19.05.2021 roku, stopa procentowa na dzień 31.12.2020 roku wynosiła 1,31%, saldo na dzień 31.12.2020 roku: 3.500 tys. PLN.

- Dnia 03.01.2020 roku spółka K2 Holding S.A. udzieliła pożyczki spółce K2 PRECISE S.A., cel pożyczki-inwestycyjny i operacyjny, termin wymagalności: 02.01.2021 roku. Pożyczka została spłacona wraz z odsetkami 01.04.2020 roku.
- Dnia 15.10.2019 roku spółka K2 Holding S.A. udzieliła pożyczki spółce K2 PRECISE S.A., cel pożyczki-inwestycyjny i operacyjny, przedłużony termin wymagalności: 14.10.2020 roku. Pożyczka została spłacona wraz z odsetkami 30.04.2020 roku.
- Dnia 04.03.2019 roku spółka K2 Holding S.A. udzieliła pożyczki spółce Agencja K2 Sp. z o.o., cel pożyczki-inwestycyjny i operacyjny, termin wymagalności: 03 marca 2020 roku. Pożyczka została spłacona wraz z odsetkami 03.01.2020 roku.
- Dnia 01.04.2020 roku spółka K2 Holding S.A. udzieliła pożyczki spółce Agencja K2 Sp. z o.o., cel pożyczki-inwestycyjny i operacyjny, termin wymagalności: 31 marca 2021 roku. Pożyczka została spłacona wraz z odsetkami 20.05.2020 roku.

Prognozy

Emitent nie publikował prognoz wyników finansowych za opisywany rok sprawozdawczy.

Nietypowe zdarzenia i czynniki mające wpływ na wynik

W związku z Covid-19 Spółki z Grupy ubiegały się o umorzenie składek ZUS. Umorzenie nastąpiło w miesiącach marzec, kwiecień oraz maj, wyniosło 558 tys. zł i zostało ujawnione w pozycji pozostałe przychody operacyjne. Ponadto spółka zależna Agencja K2 Sp. z o.o. otrzymała dofinansowanie z Wojewódzkiego Urzędu Pracy w miesiącach październik, listopad oraz grudzień na łączną kwotę 187 tys. zł.

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 Skonolidowanym Sprawozdaniu finansowym Grupy Kapitałowej K2 Holding za rok 2020.

W kosztach operacyjnych uwzględniony został program płatności w formie udziałów dla kluczowych menedżerów spółki OKTAWAVE. Kwota wpływu na wynik wyniosła 134 tys. zł.

W dniu 18 listopada 2020 roku Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie spółki K2 Holding S.A. podjęło uchwałę nr 3 w sprawie ustanowienia programu motywacyjnego, 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 Statutu (Uchwała). Treść Uchwały została podana do publicznej wiadomości raportem bieżącym nr 62/2020 z dnia 18 listopada 2020 roku. Dnia 26 lutego 2021 roku zostały zawarte umowy o udział w Programie Motywacyjnym K2 Holding S.A. Łączny koszt programu rozpoznany w bieżącym okresie w rachunku zysków i strat wynosił: 673 tys. zł.

Zgodnie z Raportem bieżącym 47/2020 Zarząd K2 Holding S.A. poinformował, że dnia 31 sierpnia 2020 roku wpłynęło do FABRITY Sp. z o.o. wezwanie do zapłaty kary umownej. Roszczenie o zapłatę kary umownej zawarte w Wezwaniu opierało się o rzekomym opóźnieniu FABRITY Sp. z o.o. w realizacji usług serwisowych na podstawie zawartej umowy o usługi serwisowe systemu informatycznego. Zarząd Emitenta oraz FABRITY Sp. z o.o. podjął działania dla wyjaśnienia sytuacji oraz doprowadzenia do wypracowania rozwiązania satysfakcjonującego dla ochrony interesów spółki. Na koniec trzeciego kwartału 2020 r. w związku

z powyższym zdarzeniem zawiązana została rezerwa na ewentualne koszty w wysokości 300 tys. zł. Zgodnie z Raportem bieżącym 2/2021 Zarząd K2 Holding S.A. poinformował, że dnia 18 stycznia 2021 roku spółka Fabrity Sp. z o.o. zawarła porozumienie regulujące kwestię kary umownej. W ramach Porozumienia, w terminie 3 miesięcy od jego podpisania, FABRITY zobowiązało się na zasadzie kompensaty zrealizować usługi szkoleniowe oraz związane z rozwojem i utrzymaniem oprogramowania na rzecz Zamawiającego. Ostateczny termin odbioru usług upływa 5 miesięcy od daty podpisania Porozumienia. Realizacja Porozumienia ureguluje wszystkie roszczenia Zamawiającego wobec FABRITY z tytułu zredukowanych kar umownych. Wg szacunków Emitenta realizacja zawartego Porozumienia będzie miała nieistotny wpływ na wyniki Spółki Fabrity i wyniki skonsolidowane Grupy K2 w czwartym kwartale roku 2020 i w roku 2021.

W kosztach finansowych ujawniony został wpływ zmiany wyceny zobowiązań z tytułu długoterminowych wynajmów biur w kwocie 639 tys. zł.

Wartości wynagrodzeń

Informacja na temat wartości wynagrodzeń, nagród lub korzyści, w tym wynikających z programów motywacyjnych lub premiowych 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 zaliczane 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 za rok 2020” w punkcie 6.2.25, jak również w „Jednostkowym sprawozdaniu finansowym K2 Holding za rok 2020” w punkcie 6.2.22.

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 2020 w punkcie „Wynagrodzenie związane z usługami audytora i usługami pokrewnymi” zamieszczone jest w „Skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym Grupy Kapitałowej K2 Holding” w nocie 6.2.33.

Instrumenty finansowe

Informacja na temat instrumentów finansowych, ryzyk i przyjętych przez jednostkę i Grupę celach i metodach zarządzania ryzykiem finansowym zostały ujęte w Skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym Grupy K2 Holding w nocie 6.1.4.

Opis istotnych pozycji pozabilansowych w ujęciu podmiotowym, przedmiotowym i wartościowym. Poręczenia i gwarancje.

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 hosting 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 31.12.2020 roku

- gwarancja bankowa jako zabezpieczenie umowy najmu biura z dnia 21.12.2010 roku na kwotę 244.327,12 EUR do dnia 31.12.2021 roku;
- gwarancja bankowa jako zabezpieczenie umowy najmu magazynku z dnia 12.07.2019 roku na kwotę 544,46 EUR do dnia 31.12.2021 roku;
- gwarancja bankowa jako zabezpieczenie umowy najmu miejsca parkingowego z dnia 22.06.2018 roku na kwotę 368,93 EUR do dnia 31.12.2020 roku;
- gwarancja bankowa jako zabezpieczenie umowy najmu biura z dnia 20.11.2017 roku na kwotę 23.939,45 EUR do dnia 31.12.2021 roku;
- gwarancja bankowa jako zabezpieczenie umowy

najmu biura z dnia 16.01.2019 roku na kwotę 26.682,38 EUR do dnia 30.04.2022 roku;

- gwarancja bankowa dobrego wykonania kontraktu, na łączną kwotę 14.997,77 PLN, obowiązującą do dnia 21.10.2021 roku;
- gwarancja bankowa dobrego wykonania kontraktu, na łączną kwotę 27.064,57 PLN, obowiązującą do dnia 02.08.2021 roku;
- gwarancja bankowa przetargowa, na łączną kwotę 400.000,00 PLN, obowiązującą do dnia 20.04.2021 roku.

Kredyt oraz otrzymane gwarancje bankowe, zabezpieczone są:

- cesjami wierzytelności,
- poręczeniami cywilno-prawnymi wzajemnymi wszystkich spółek w Grupie Kapitałowej K2 Holding (K2 Holding S.A., K2 Precise S.A., Agencja K2 Sp. z o.o., FABRITY Sp. z o.o., OKTAWAVE S.A. do kwoty 14.220.000 PLN do dnia 29 lutego 2024 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 rewolwingową 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 11.220.000 PLN (słownie: jedenaście milionów dwieście dwadzieścia tysięcy złotych) z możliwością nadania klauzuli wykonalności najpóźniej do dnia 30 czerwca 2023 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 leasingu finansowego do EBITDA. Zadłużenie finansowe netto składające się z zobowiązań z tytułu kredytów i leasingu finansowego pomniejszonych o posiadane środki pieniężne, na dzień 31 grudnia 2020 roku wyniosło -769 tys. zł, co oznacza kwotę zadłużenia odsetkowego posiadane przez Grupę, pomniejszonego o posiadane zasoby środków pieniężnych.

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 2020 r. oraz skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy Kapitałowej K2 Holding za 2020 r. i dane porównawcze 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. 22 kwietnia 2021 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 Artur Piątek – Wiceprezes Michał Paschalis - Jakubowicz – Wiceprezes
Agencja K2 Sp. z o.o.	Adres: Domaniewska 44a 02-672 Warszawa NIP: 5213637793 Regon: 146333270 KRS: 0000755924	Paweł Wujec – Prezes Michał Rutkowski – Członek Zarządu
FABRITY Sp. z o.o.	Adres: Domaniewska 44a 02-672 Warszawa NIP: 5213421691 Regon: 140865906 KRS: 0000274076	Tomasz Burczyński – Prezes Rafał Graboś – Wiceprezes
K2Bots.AI Sp. z o.o.	Adres: Domaniewska 44a 02-672 Warszawa NIP: 5213916777 Regon: 387879311 KRS: 0000877033	Łukasz Lewandowski – Prezes Artur Kończyński – Wiceprezes Mikołaj Machowczyk – Wiceprezes
K2 Precise S.A.	Adres: Domaniewska 44a 02-672 Warszawa NIP: 5272342036 Regon: 016617969 KRS: 0000065596	Paweł Wujec – Prezes
OKTAWAVE S.A.	Adres: Domaniewska 44a 02-672 Warszawa NIP: 5213633306 Regon: 146197794 KRS: 0000858468	Michał Paschalis - Jakubowicz – Prezes Maciej Kuźniar – Wiceprezes