

Podsumowanie wyników

Grupy Kapitałowej K2 Holding

za rok 2020

26 kwietnia 2021 r.

Zastrzeżenie prawne

Poprzez udział w niniejszej prezentacji lub przyjęcie jej kopii, jako odbiorcy prezentacji, zobowiązują się Państwo do przestrzegania opisanych niżej warunków i ograniczeń.

Prezentacja nie stanowi oferty sprzedaży papierów wartościowych K2 Internet S.A. z siedzibą w Warszawie ("Spółka") ani zaproszenia do składania ofert ich nabycia lub zapisu na papiery wartościowe Spółki. Prezentacja nie zawiera informacji na temat papierów wartościowych Spółki, jak i zasad ich nabywania. Nie stanowi również źródła informacji, które mogłyby stanowić podstawę decyzji dla odbiorcy o zawarciu jakiejkolwiek umowy lub zaciągnięciu jakiegokolwiek zobowiązania. Żadna część prezentacji, jak również fakt jej dystrybucji, nie stanowi podstawy do zawarcia jakiejkolwiek umowy lub zaciągnięcia jakiegokolwiek zobowiązania.

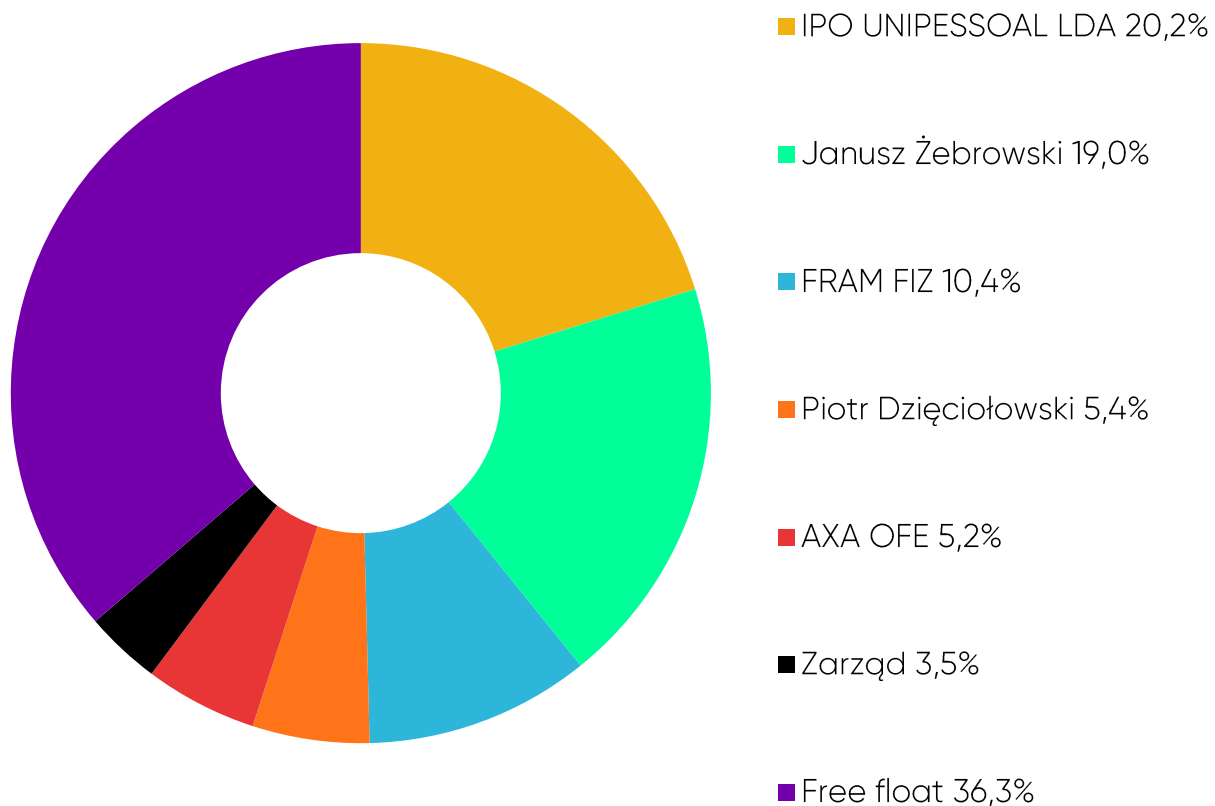
Ani Spółka, ani osoby działające w jej imieniu, poprzez treść prezentacji nie udzielają odbiorcy żadnych gwarancji ani zapewnień, co do ścisłości, kompletności lub rzetelności informacji bądź opinii w niej zawartych. Informacje zamieszczone w prezentacji mogą ulec istotnym zmianom bez uprzedzenia odbiorcy. Spółka nie ma obowiązku aktualizowania, lub dbania o aktualność informacji zawartych w prezentacji. Założenia odbiorcy prezentacji, że informacje zawarte w prezentacji są kompletne, ścisłe lub rzetelne, dokonywane są na własne ryzyko.

Oświadczenia zawarte w prezentacji, a dotyczące przyszłości Spółki, w szczególności takie jak przewidywania dotyczące rozwoju Spółki i jej podmiotów zależnych oraz podmiotów stowarzyszonych i powiązanych, czy też co do przychodów Spółki z określonych rynków, nie należy traktować jako wiążących. Ani Spółka, ani osoby działające w jej imieniu, poprzez prezentację i jej dystrybucję nie udzielają zapewnienia ani gwarancji odbiorcy, że przewidywania, o których mowa powyżej zostaną spełnione.

Spółka ani osoby działające w imieniu Spółki, w szczególności członkowie Zarządu Spółki, nie ponoszą odpowiedzialności z tytułu jakichkolwiek szkód powstałych na skutek wykorzystania niniejszej prezentacji lub jej treści.

Wyniki finansowe 2020

AKCJONARIAT



KURS AKCJI K2, ostatnie 12 m-cy



K

2

Grupa K2 w liczbach

350+

Osób
(współ)pracujących

200+

Obsługiwanych
klientów

18

Klientów 1M+

24%

Udział eksportu

4

Biura

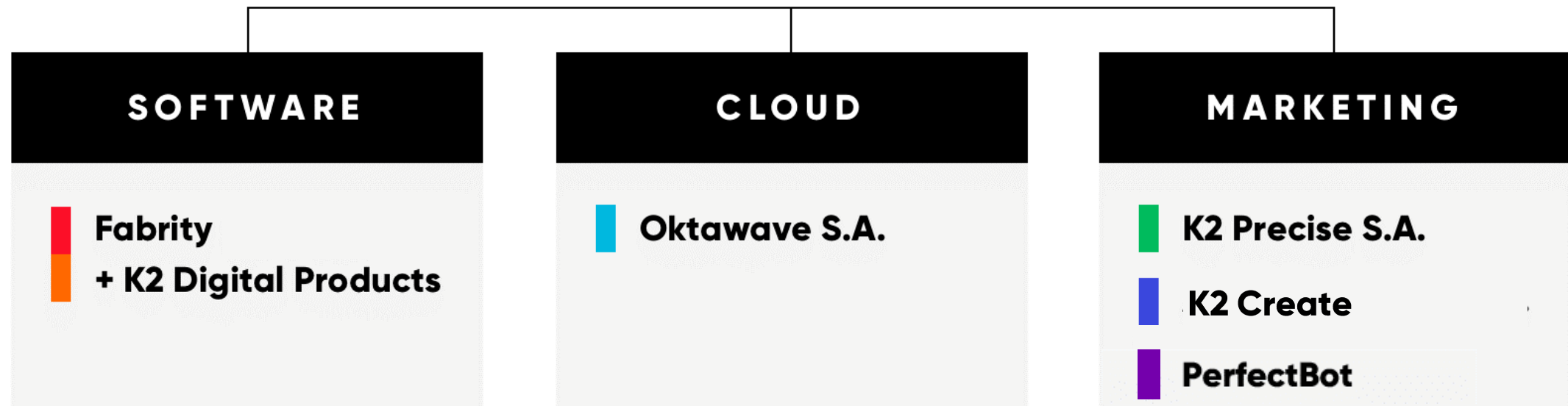


K

2

Grupa K2 to 6 jednostek biznesowych, działających w 3 segmentach operacyjnych

Grupa **K** 2



Struktura i segmenty operacyjne Grupy K2

MARKETING

 **PRECISE**

K2 Precise – kampanie digitalowe, kompleksowe wsparcie e-commerce, social, programmatic, performance, SEO/SEM, business intelligence, analityka, usługi planowania mediów.

 **perfectbot**
FOR ECOMMERCE

PerfectBot (spółka K2Bots.AI) – chatboty drugiej generacji, które rozumieją większość pytań klientów, dzięki czemu realnie odciążają Contact Center.

 **CR:ATE**
Codziennie przekraczamy oczekiwania

K2 Create – projektowanie i prowadzenie kampanii zintegrowanych we wszystkich mediach, opracowanie i wdrażanie strategii komunikacji marek.

 **FABRITY**

Fabrity – kompleksowe wsparcie w zakresie tworzenia oprogramowania dla biznesu

 **digital products**

K2 Digital Products – projektowanie produktów cyfrowych i rozwiązań dla e-commerce

 **OKTAWAVE**

Oktawave – migracja i zarządzanie chmurą obliczeniową w oparciu o platformy Amazon Web Services, Microsoft Azure, Google Cloud Platform lub Oktawave, Kubernetes i konteneryzacja, usługi DevOps.

SOFTWARE

CLOUD

K² W ponad 20-letniej historii Grupy K2 nigdy nie osiągnęliśmy ani tak wysokich przychodów jak w 2020 roku, ani tak wysokiego zysku.



Przychody 119,7 mln (+10 mln, +9,1% vs 2019)



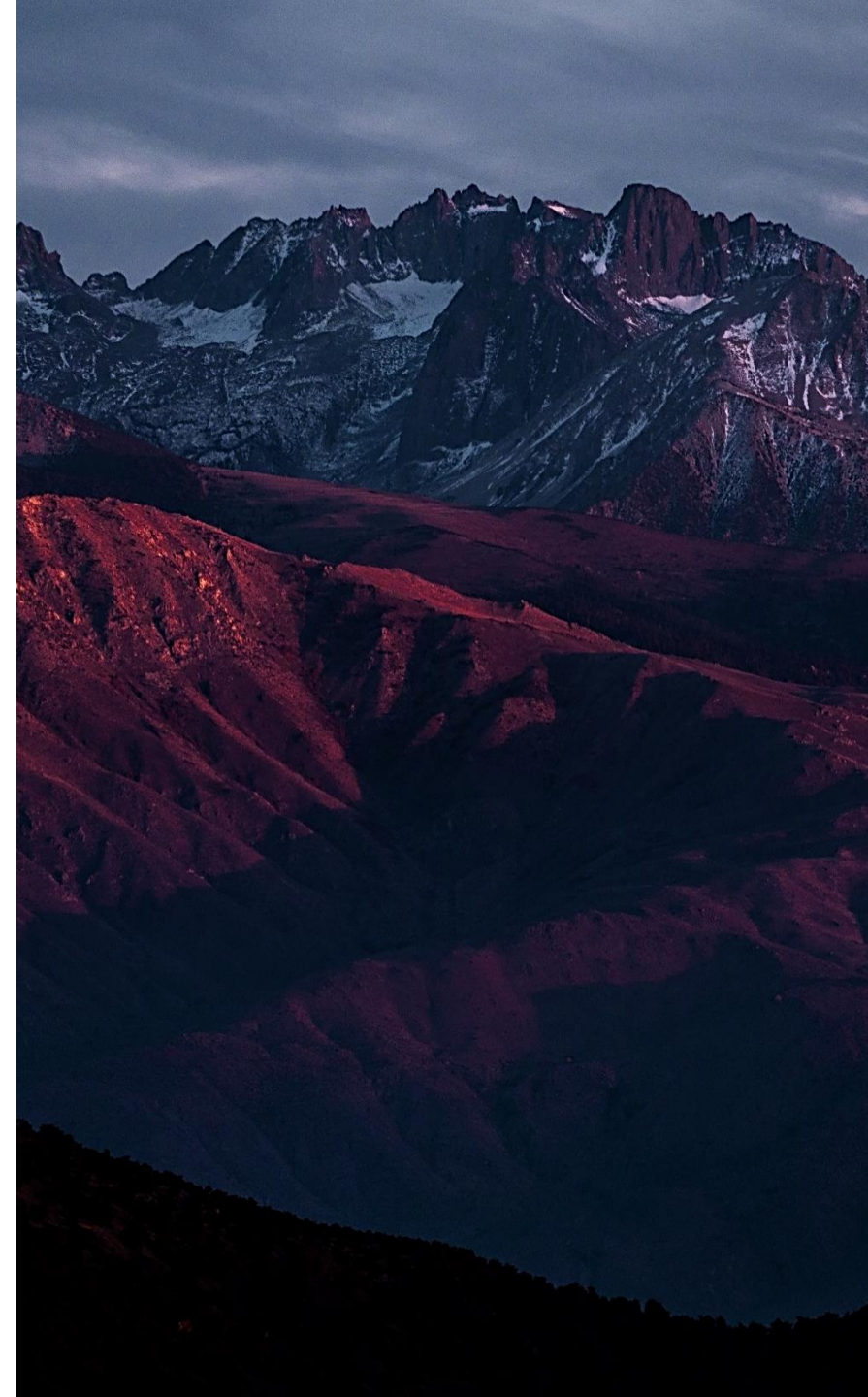
Przychody operacyjne 66,5 mln (+8,7 mln, +15,2% vs 2019)



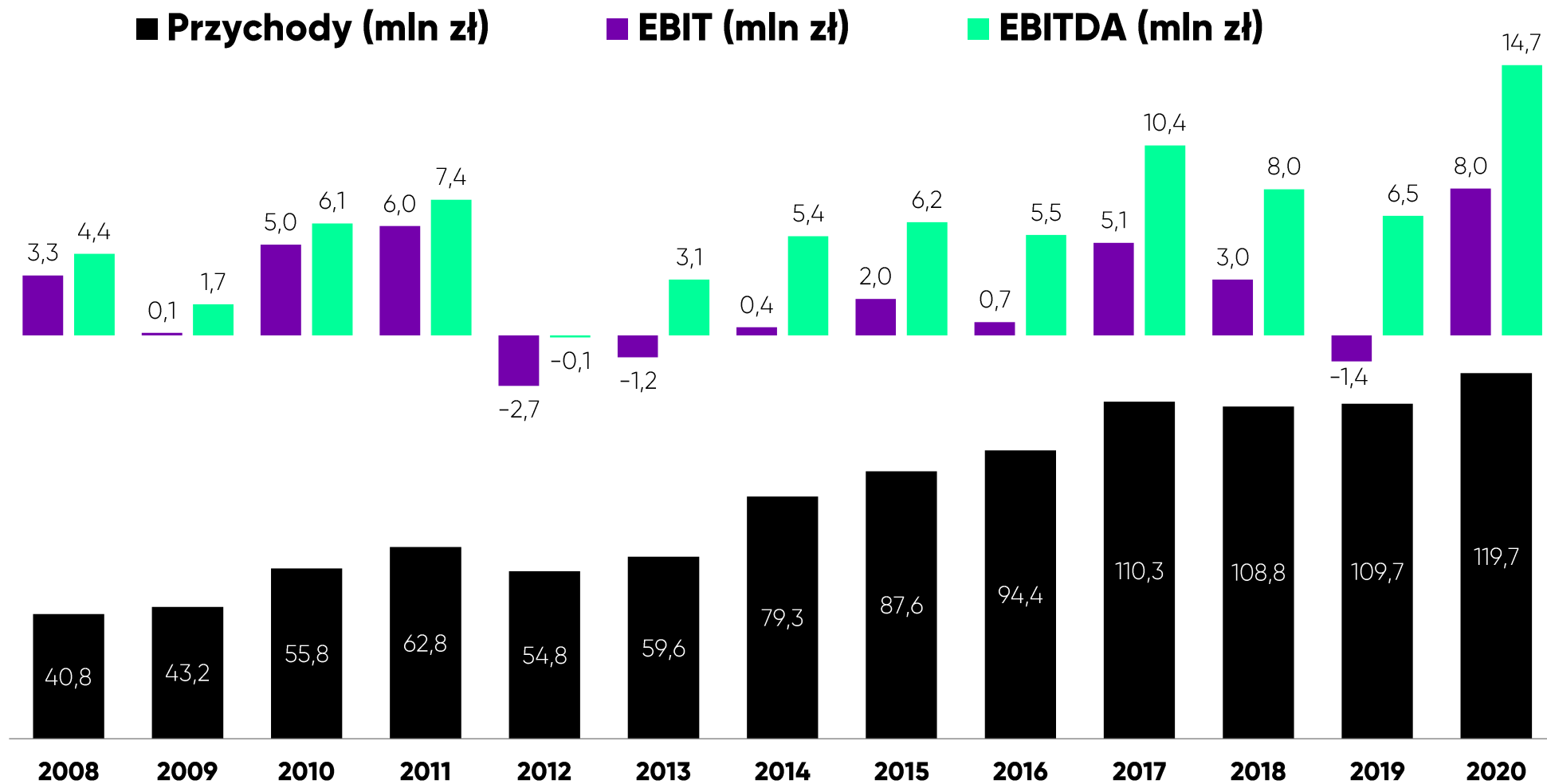
EBIT 8,0 mln (+9,4 mln vs 2019)



EBITDA 14,7 mln (+8,2 mln, +126% vs 2019)

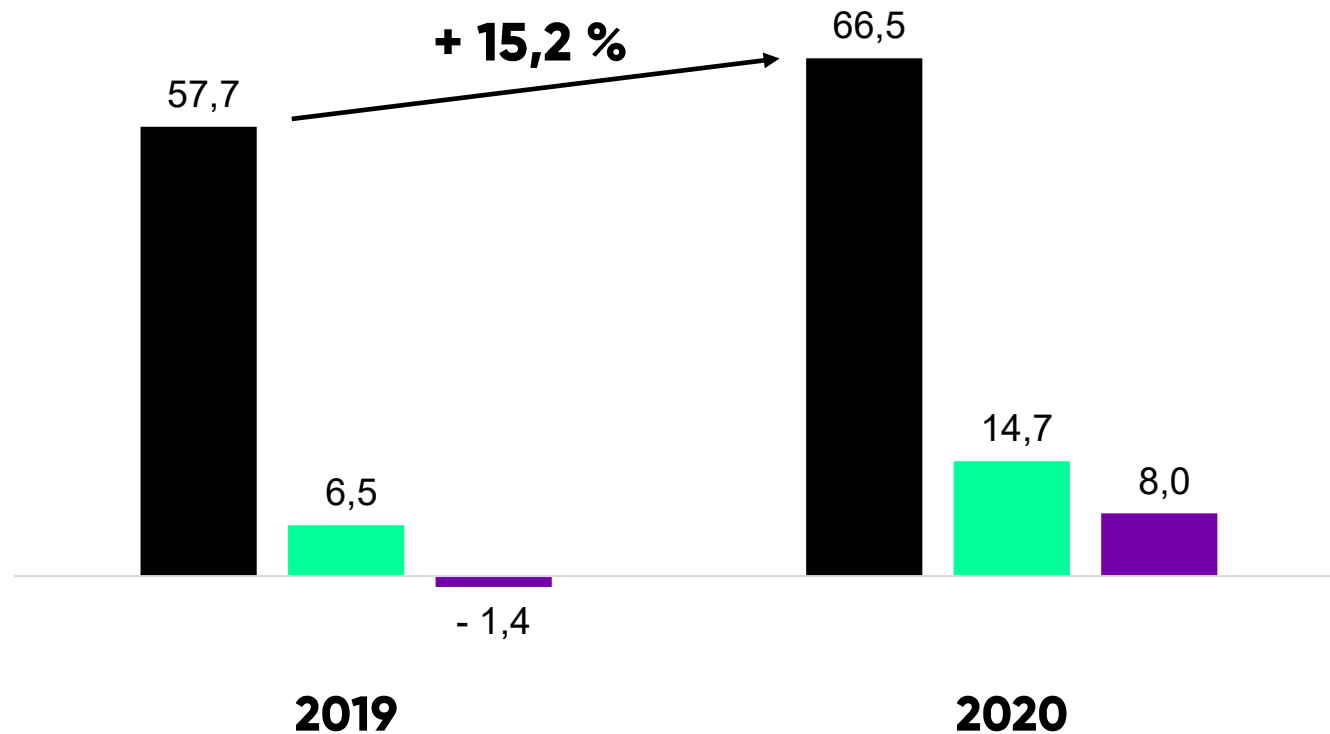


Najwyższe przychody i zysk w historii Grupy K2



K 2 Wzrost Grupy K2 rok do roku

WYNIKI GRUPY K2 (mln zł)



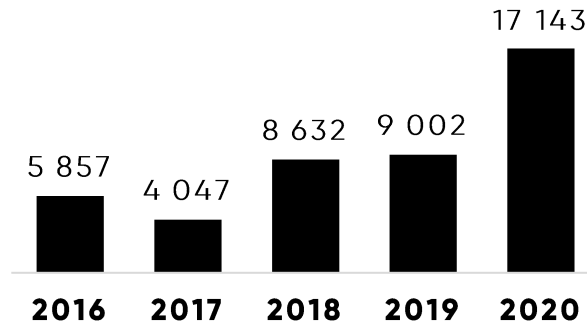
■ Przychody operacyjne + 15,2 %

■ EBITDA + 126 %

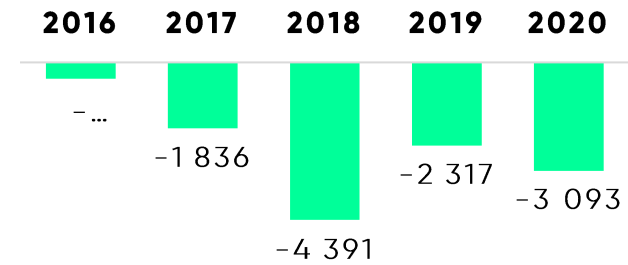
■ EBIT + 9,4 mln

K 2 Cash flow w Grupie K2

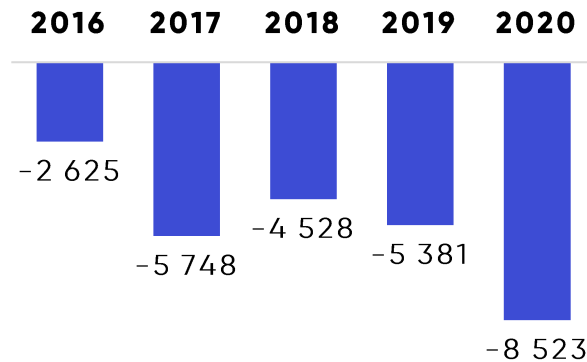
**PRZEŁYWY
OPERACYJNE
(tys. zł)**



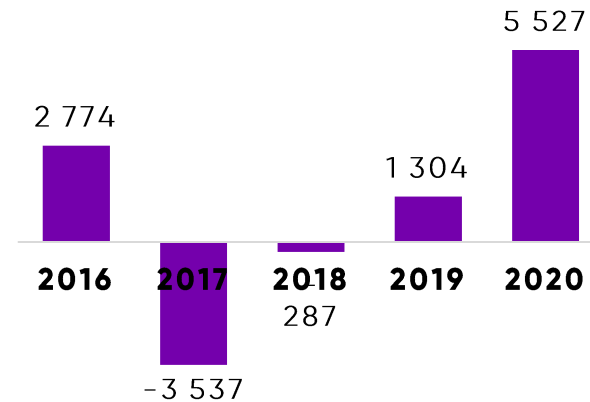
**PRZEŁYWY
INWESTYCYJNE
(tys. zł)**



**PRZEŁYWY FINANSOWE
(tys. zł)**

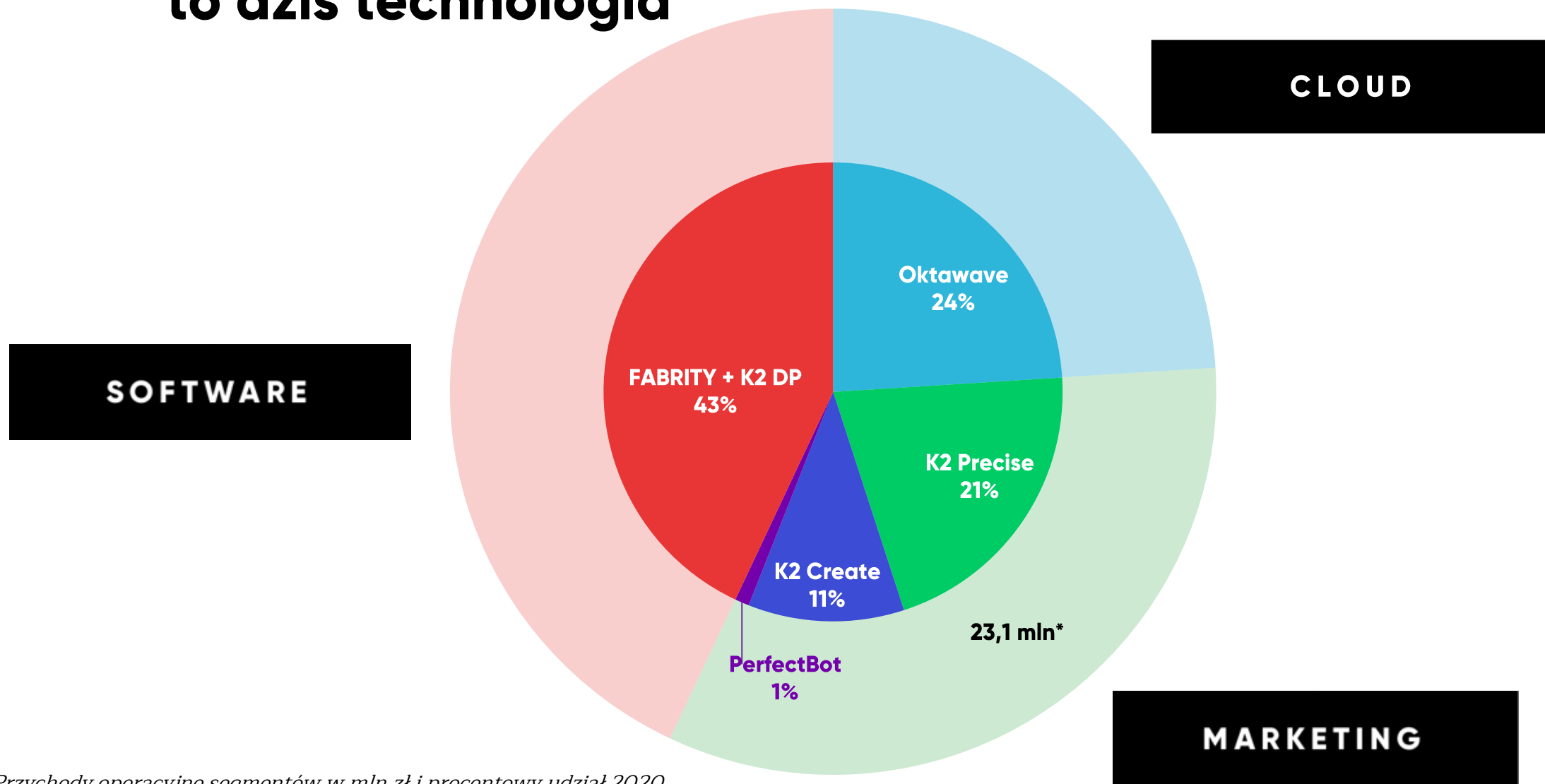


**PRZEŁYWY RAZEM
(tys. zł)**



K**2**

2/3 biznesu Grupy K2 to dziś technologia



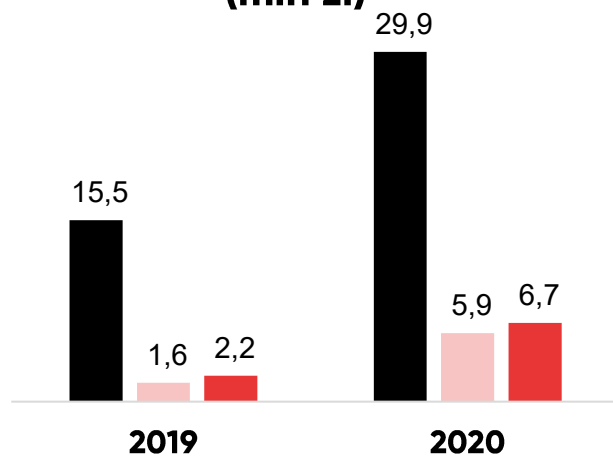
Przychody operacyjne segmentów w mln zł i procentowy udział 2020.

* Po wyłączeniach konsolidacyjnych operacji w ramach segmentu

Wszystkie segmenty Grupy K2 poprawiły wyniki

SEGMENT SOFTWARE

(mln zł)

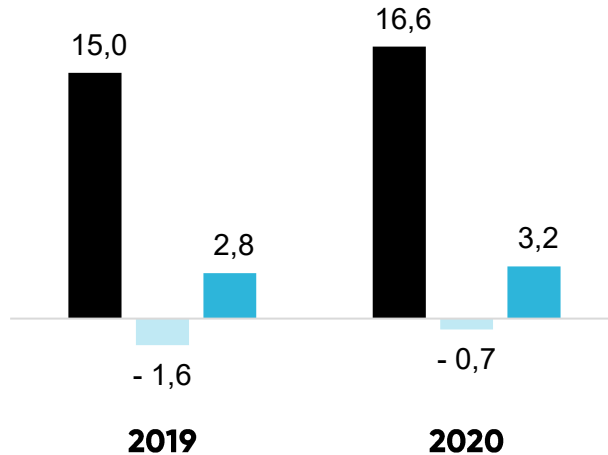


■ Przychody operacyjne ■ EBIT ■ EBITDA

SOFTWARE

SEGMENT CLOUD

(mln zł)

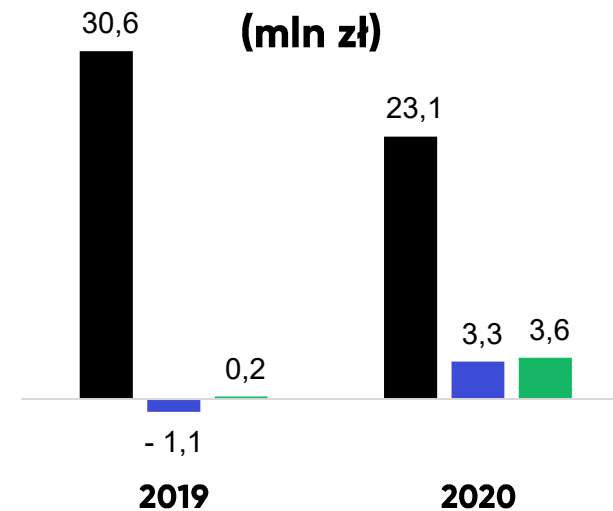


■ Przychody operacyjne ■ EBIT ■ EBITDA

CLOUD

SEGMENT MARKETINGOWY

(mln zł)



■ Przychody operacyjne ■ EBIT ■ EBITDA

MARKETING

K 2 Wpływ Covid na wyniki Grupy K2

+

POZYTYWNY WPŁYW NA WYNIK

1. Wsparcie covidowe
2. Czasowe ograniczenie kosztów ogólnych i wydatków biurowych (koszty zmienne typu podróże służbowe, sprząatanie, koszty spotkań firmowych)
3. Ograniczenie niektórych kosztów wynagrodzeń - czasowe zamrożenie podwyżek i premii po wybuchu pandemii
4. Sprzedaż i wyniki Fabrity i K2 Precise

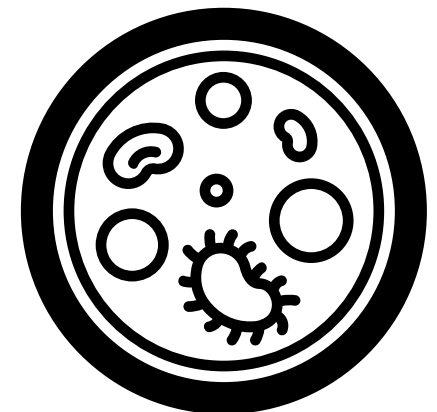
+0,75 mln zł

szacowany
wpływ
+ 1 mln zł



-

NEGATYWNY WPŁYW NA WYNIK

1. Sprzedaż i wyniki Oktawave i Agencji



Segment Software 2020

	<p>Przychody operacyjne 29,9 mln zł</p> <p>Zatrudnienie 150</p>
	<p>Eksport 65% przychodów</p> <p>Benchmark Intive, PGS, Netguru, Divante</p>
<p>Wyniki 2020 vs 2019</p>	<p>↑ Przychody operacyjne +93%</p> <p>↑ EBIT +262%</p> <p>↑ EBITDA +203%</p>
<p>Nowi klienci</p>	<ul style="list-style-type: none"> • C&F, Dimedic, Liebherr, Wiener, Logicom, LUX MED
<p>Ambicje</p>	<ul style="list-style-type: none"> • CAGR* 20%+ • Największy segment Grupy • Dalszy wzrost udziału eksportu

*CAGR – Compound Annual Growth Rate – skumulowany roczny wskaźnik wzrostu

Najważniejsze wydarzenia

- + Najlepszy rok w historii Fabrity: jakość potwierdzona wygranymi kontraktami i rosnącym udziałem eksportu
- + Wygrana w dwóch kluczowych przetargach FRONTEx
- + Wzmocnienie kompetencyjne poprzez połączenie z K2DP
- + Rozwój sprzedaży zagranicznej w modelu nearshoringowym
- Zakończenie kontraktu z Pictet

Segment Cloud 2020

OKTAWAVE

Przychody operacyjne	16,6 mln zł
Zatrudnienie	52
Główni klienci	TUI, Edipresse, Grupa Pracuj.pl
Benchmarki	Netways, Rackspace, Cloudical

Wyniki 2020 vs 2019

- ↑ Przychody operacyjne **+11%**
- ↑ EBIT **+486 K zł**
- ↑ EBITDA **+15%**

Nowi klienci

- Toyota Financial Services, NOVITUS, Vision Express, mieszkanie.pl, Alab Laboratoria, edukator.pl

Ambicje

- CAGR* **15%+**
- Wzrost rentowności EBITDA i EBIT
- Rozwój konsultingu multi-cloud

*CAGR – Compound Annual Growth Rate – skumulowany roczny wskaźnik wzrostu

Najważniejsze wydarzenia

- + Pozyskanie klientów, u których pandemia skutkuje wzrostem popytu (np. Edukator).
- + Uruchomienie drugiego regionu dostępności (korzyść biznesowa to np. zaawansowane funkcje backupu)
- + Rozwój kompetencji i zespołu technologii Kubernetes, będącej kolejnym krokiem w rozwoju usług chmurowych
- Negatywny wpływ pandemii na tempo wzrostu biznesu chmurowego (zamrożenie procesów decyzyjnych)
- Ograniczenie zużycia przez klientów dotkniętych spadkiem popytu na swoje usługi

Segment Marketingowy 2020

K 2 PRECISE

K 2 CR-ATE
Codziennie przekraczamy oczekiwania

Przychody operacyjne 23,1 mln zł

Zatrudnienie 110

Główni klienci Carrefour, Nutricia, Pepsi, UPC

Benchmark Group One, VML

**Wyniki
2020 vs 2019**

→ Przychody operacyjne **-25%**

↑ EBIT **+4,4 mln zł**

↑ EBITDA **+3,4 mln zł**

Nowi klienci

- Pepsi, Netflix, Samsung, Atlantic, Resibo, Develey Polska, OTOMOTO, Jack Daniel's, Finlandia Vodka, MANN+HUMMEL

Ambicje

- CAGR **10%+**
- Top 3 w kat. performance marketing
- Najlepsza oferta dla e-commerce

Najważniejsze wydarzenia

- + Wysoka aktywność klientów podczas pandemii
- + Najlepszy rok w historii pod względem liczby nowych klientów
- + Rozwój kompetencji performance, e-commerce, zaawansowanej analityki
- + Agencja: obrona biznesu osłabionego pandemią i wyjście na prostą, pozyskanie PEPSI i Brown Forman
- Uzależnienie bieżących wyników od najważniejszych klientów

*CAGR – Compound Annual Growth Rate – skumulowany roczny wskaźnik wzrostu

	<p>Zatrudnienie 10</p> <p>Główni klienci IKEA, LPP, Echo Investment, Displate</p>
<p>Nowi klienci</p>	<ul style="list-style-type: none">• Reserved, Sinsay, Cropp, House, Mohito, Displate, 4F, IKEA
<p>Ambicje</p>	<ul style="list-style-type: none">• Rozwój międzynarodowy• Wiodące rozwiązanie dla e-commerce na rynkach międzynarodowych

Najważniejsze wydarzenia

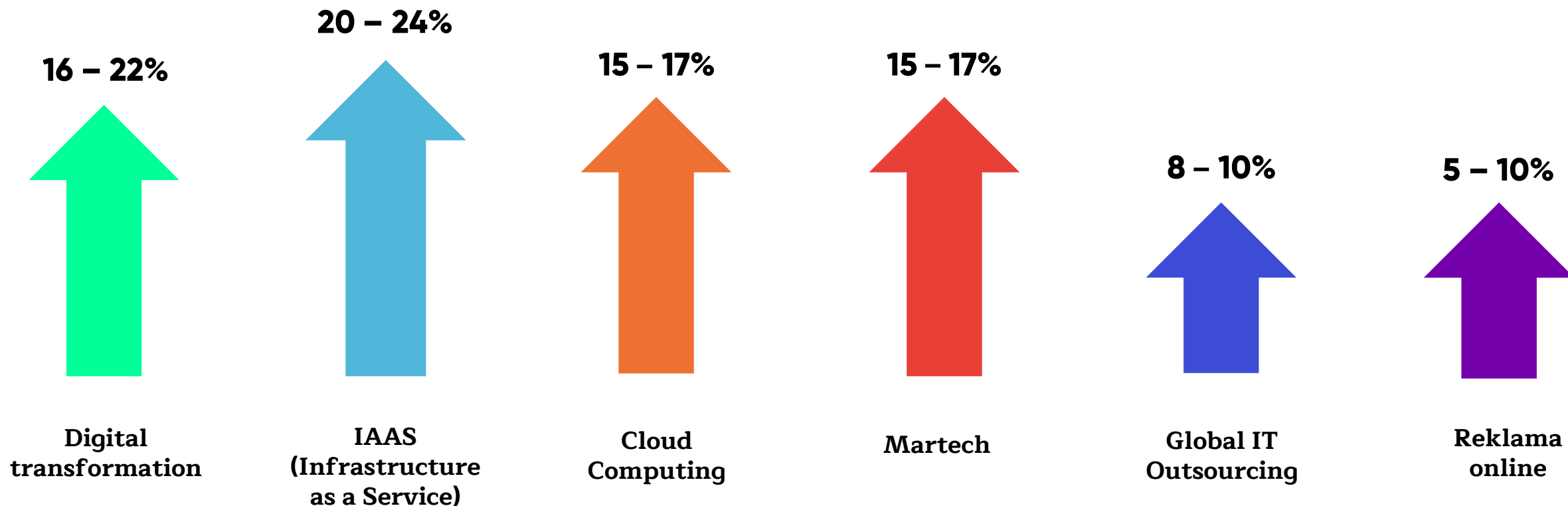
- + Uruchomienie nowego business unitu, powołanie spółki z założycielami
- + Wypracowanie modelu produktu: chatbot drugiej generacji wspierający obsługę klienta w e-commerce
- + Rewelacyjna skuteczność chatbota (samodzielne rozwiązywanie ponad 70% spraw)
- + Model SaaS (powtarzalny przychód o wysokiej marżowości)

Otoczenie rynkowe.

Jak zmienia się świat wokół nas?

K 2 Grupa K2 jest i będzie beneficjentem umacniających się globalnych trendów technologicznych

ŚREDNIOROCZNE TEMPO WZROSTU DO 2025/2027 ROKU

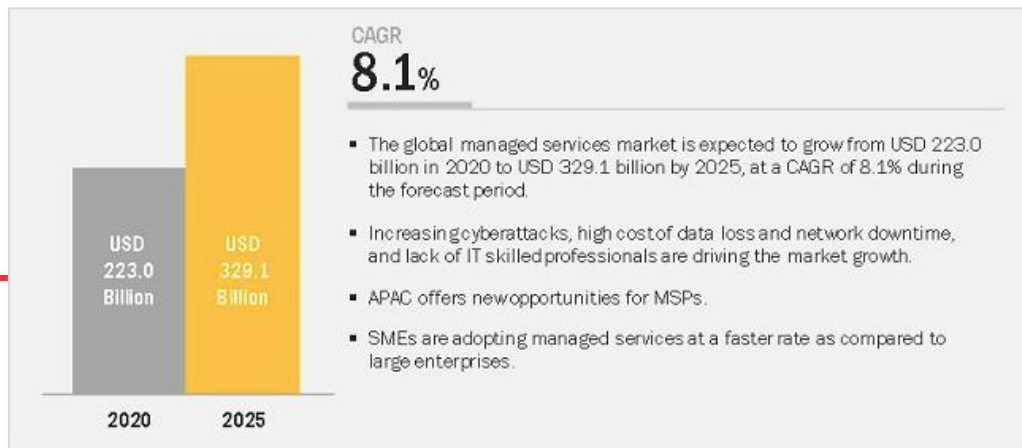


K 2 Trendy i zmiany w segmencie software

Nearshoring Wars & Managed Services

Podaż polskich software house'ów wciąż **nie nadąża za popytem**. Widać to w tempie wzrostu **ryнку usług ITO**, gdzie inne kraje regionu osiągają szybsze tempo wzrostu.

Wartość **Managed Services** będzie rosła globalnie w tempie pomiędzy **+8% a +11% r/r**. Doświadczenie **Fabrity** w tym segmencie daje nam przestrzeń **wzrostu**.



Źródło: „Forecast size of the managed services market worldwide from 2019 to 2025”, [statista.com](https://www.statista.com); „Managed Services Market”, [marketsandmarkets.com](https://www.marketsandmarkets.com); „The European IT outsourcing market for IT services in Senegal & Uganda”, [cbi.eu](https://www.cbi.eu).

Kluczowe czynniki sukcesu – jakość > cena

Wysoka jakość świadczonych usług oraz troska o **jakość obsługi** przekładają się na wzrost zapytań ze strony **kontrahentów zagranicznych**.

Tak realizowana strategia przynosi efekty polskim, wiodącym software house'om, które **na rynkach DACH** (mniej skoncentrowanych na cenie, a bardziej na jakości usług) **mogą realizować projekty z wyższą marżą**.



Źródło: Czy Polska ma szansę stać się hubem IT Europy”, [sodapl.com](https://www.sodapl.com); „Ihr Leitfaden für Nearshore Softwareentwicklung in Osteuropa”, [daxx.com](https://www.daxx.com).

K 2 Trendy i zmiany w segmencie chmurowym

Globalny popyt na usługi chmurowe zdynamiczowany przez pandemię

Konieczność przenoszenia pracy do rozproszonych zespołów wymusiły na organizacjach **szybszą adopcję rozwiązań chmurowych**.

Deloitte przewiduje dalszy **wzrost** wartości tego rynku o średnio **30% rocznie aż do 2025 roku**.

Polski rynek chmury w pogoni za UE

W 2020 roku z **płatnych usług chmury** obliczeniowej korzystało **24,4%** przedsiębiorstw w Polsce **+7pp r/r**.

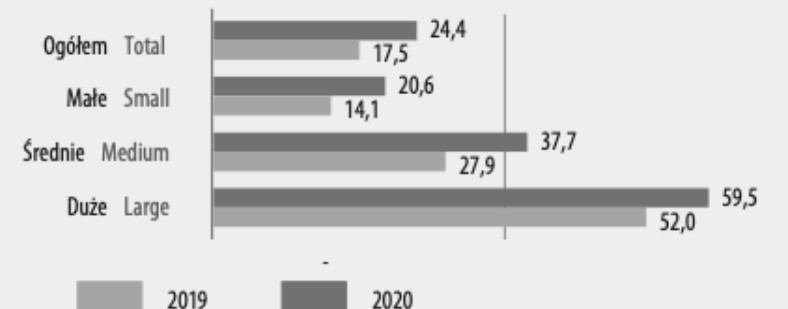
Z kolei według Eurostat, **europejska średnia przedsiębiorstw kupujących usługi chmurowe wynosi 36%** (w 2018 roku było to 24%). Oznacza to, że **potencjał polskiego rynku wciąż jest duży**.

Wykres 55.

Przedsiębiorstwa korzystające z płatnych usług w chmurze obliczeniowej według klas wielkości i rodzajów działalności

Chart 55.

Enterprises using cloud computing payed services by size classes and types of economic activities



K² Trendy i zmiany w segmencie marketingowym

Rynek reklamowy wraca do formy

Segment marketingowy **Grupy K2** działa głównie w oparciu o **media elektroniczne internet, TV, radio**.

Zgodnie z przewidywaniami Agory, **wydatki reklamowe** właśnie na te media w 2021 roku **wzrosną pomiędzy 5% a 9%**, co stwarza szanse na wzrost liczby zapytań i realizowanych kampanii reklamowych.



E-commerce jest skazany na szukanie nowych sposobów dotarcia do konsumentów

Według ostatniego badania GEMIUS i Izby Gospodarki Elektronicznej już **73% internautów robi zakupy online**.

Zdaniem PwC w 2026 r. polski rynek handlu e-commerce osiągnie **wartość brutto 162 mld zł**. Oznacza to, że prognozowany jest średnioroczny **wzrost o 12%** – w roku 2020 jego wartość wynosiła 100 mld zł.

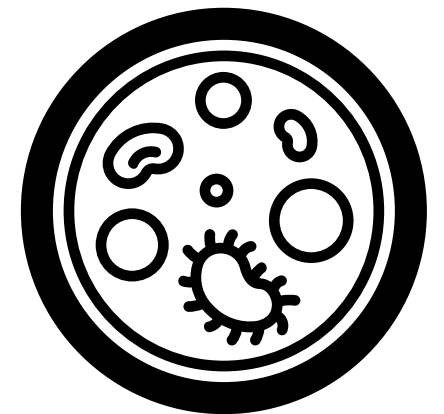


K 2 **COVID – to jeszcze nie koniec**

W najbliższym czasie wpływ COVID na wyniki może być umiarkowanie negatywny

- Zmiana struktury wsparcia w postaci tarcz
- Rosnące koszty wynagrodzeń specjalistów
- Zmęczenie: pracowników, klientów
- Utrzymująca się wstrzemięźliwość wobec inwestycji

PANDEMIA SIĘ NIE SKOŃCZYŁA



K 2 Realizacja strategii Grupy K2

	SOFTWARE	CLOUD	MARKETING
SEGMENTY	<ul style="list-style-type: none">• Realizacja pierwszych kontraktów z umów ramowych Frontex• Inwestycje w kompetencje e-commerce• Rozwój rozwiązań low-code	<ul style="list-style-type: none">• Uruchomienie drugiego Data Centre Skawina – Kraków (największa inwestycja)• Zespół ekspercki Kubernetes + multicloud	<ul style="list-style-type: none">• Rozwój kompetencji i pozyskiwanie klientów e-commerce• Rebranding agencji na K2 Create• Nowa marka: PerfectBot, przygotowywanie produktu globalnego
GRUPA	<ul style="list-style-type: none">• Wzmacnianie kultury i organizacji HR• Powołanie grupowego Business Development		
M&A	<ul style="list-style-type: none">• Akwizycje – rozpoczęty przegląd rynku		



Dziękujemy.

K2 Holding S.A.
ul. Domaniewska 44a, 02-672 Warszawa
tel. +48 22 448 70 00
www.k2.pl, biuro@k2.pl