

K

2

Sprawozdanie Zarządu

2022

z działalności
Grupy Kapitałowej K2 Holding
oraz Spółki K2 Holding S.A. za rok 2022

Spis treści

List Prezesa Zarządu K2 Holding S.A. do Akcjonariuszy, Klientów i Pracowników	03
Kim jesteśmy	06
Strategia Grupy K2	08
Historia Grupy K2	10
Skrócona analiza finansowa	13
Zestawienia wybranych danych finansowych	16
K2 na GPW w Warszawie	24
Struktura Grupy K2 Holding	25
Akcjonariat	27
Dywidenda i polityka dywidendowa	29
Ład korporacyjny	30
Otoczenie Rynkowe Grupy K2	31
Podsumowanie roku 2022, wyzwania i cele na przyszłość AGENCJA K2 FABRITY K2 PRECISE PERFECTBOT	33
Czynniki ryzyka	49
Pozostałe informacje do sprawozdania z działalności wymagane rozporządzeniem	56
Dane rejestrowe spółek z Grupy K2	66

01

List

Prezesa Zarzqdu

Szanowne Akcjonariuszki i Akcjonariusze,

Jeśli interesujecie się koszykówką, możecie pamiętać sławny „Flu Game” z finałów NBA 1997 roku, w którym Michael Jordan – złożony grypą żołądkową, ślaniający się na nogach – poprowadził swój zespół do superważnego zwycięstwa. Dla naszej Grupy rok 2022 był jak tamten mecz: zapowiadał się fatalnie, a wyszedł znakomicie.

Wymęczenie po pandemii. Wojna w Ukrainie. Skrajna niepewność. Inflacja. Presja płacowa – a równocześnie rosnąca z dnia na dzień ostrożność klientów.

Perspektywa spowolnienia gospodarczego lub wręcz recesji. Trudno powiedzieć, aby sytuacja w szeroko rozumianym otoczeniu sprzyjała rozwojowi biznesu.

Jednak zakończyliśmy 2022 rok z największą transakcją w historii Grupy K2, z najwyższym zyskiem netto 25 mln zł, z rekordową, wypłaconą dywidendą i rekordowo wysokim kursem akcji.

Wydarzeniem roku była dla nas sprzedaż Oktawave do operatora telekomunikacyjnego Netia z Grupy Polsat Plus za 33,7 mln zł. Pracując nad rozwojem Oktawave, uświadamialiśmy sobie coraz bardziej boleśnie, iż spółka – mająca dobry produkt i znakomity zespół – występuje jednak w innej kategorii wagowej niż jej globalni konkurenci. Żeby dalej się rozwijać, potrzebuje po prostu

mocniejszych pleców: silniejszego wsparcia infrastrukturalnego i instytucjonalnego. W Netii znaleźliśmy partnera, który może dać biznesowi stworzonemu w naszej Grupie taką siłę. Równocześnie wartość transakcji Oktawave oznaczała godziwy zwrot dla akcjonariuszy K2. Świadczy o tym m.in. dywidenda w wysokości 8,40 zł / akcję (łącznie z zaliczkową za 2022 rok). Przypomnijmy, że jeszcze na początku 2020 roku akcje K2 kosztowały 8 zł, a podczas pandemii kurs spadł nawet do 6 zł.

W zeszłym roku zrealizowaliśmy też drugą transakcję, pozyskując do spółki PerfectBot nowych inwestorów w postaci funduszy venture capital. Dzięki temu nasz projekt – obiecujący, ale i ryzykowny jak każdy startup – został pozytywnie zweryfikowany przez podmioty zewnętrzne i zyskał pieniądze na dalszy rozwój jako że, w międzyczasie czatboty wspomagane AI stały się (dzięki OpenAI) najgorętszym tematem w technologiczno-inwestycyjnej bańce, to... może być ciekawie.

Priorytetem pozostaje dla nas rozwój Fabrity. W zeszłym roku nasz software house urósł o 29% i można by go nazwać koniem pociągowym Grupy – gdyby nie fakt, że w przeciwieństwie do konia, nie zdradza oznak zmęczenia. Rentowność obniżyła się – głównie z powodu czasowej asymetrii pomiędzy zmianami wynagrodzeń specjalistów, a wolniej rosnącymi stawkami w kontraktach

z klientami – pozostając jednak na bezpiecznym, dwucyfrowym poziomie. Co ważniejsze, Fabrity wydaje się bardzo dobrze znosić widoczne już od II połowy 2022 r. ochłodzenie koniunktury w segmencie high-tech, wpływające też na performance software house'ów. Wynika to z faktu, że Fabrity ma niesłychanie solidną bazę klientów z segmentu „enterprise” – budowaną powoli i cierpliwie, opartą na wieloletnich projektach i bardzo mocnych relacjach.

To właśnie stabilny wzrost Fabrity i rosnący udział tego biznesu w rachunku wyników Grupy K2 skłonił nas do podjęcia decyzji o rozpoczęciu procesu przeglądu opcji strategicznych dla najstarszych biznesów Grupy, tj. agencji K2 Create i K2 Precise. Spółki marketingowe na swoich rynkach radzą sobie dobrze, są rentowne i rozwijają nowe usługi. Są jednak mniejsze od Fabrity, mają więcej ograniczeń w działaniu (choćby geograficznych), niższą rentowność i większą podatność na zawirowania makroekonomiczne. Z perspektywy

całej grupy, może więc mieć sens zmniejszenie obecności w segmencie marketingowym lub wyjście z niego. Oznaczałoby to też większą przejrzystość dla akcjonariuszy i czytelny fokus strategiczny.

Dlatego w sprawozdaniu rocznym za 2022 rok wskazaliśmy biznesy marketingowe jako aktywa przeznaczone do sprzedaży. Czy tak się jednak w ogóle stanie i jaką postać przybierze ewentualna transakcja – tego „dowiecie się Państwo w następnym odcinku”. Na ten moment żadne decyzje nie zostały podjęte, a warunkiem koniecznym do realizacji planu jest, jak w przypadku Oktawave, uzyskanie satysfakcjonującej ceny za biznesy, będące przedmiotem transakcji.

Naszą intencją jest zakończenie przeglądu opcji do końca 2023 roku, zatem (nie pierwszy raz) musimy prosić Państwa o cierpliwość. Jednak, jak pokazuje historia naszych wyników i notowań w ostatnich trzech latach – w przypadku Grupy K2 cierpliwość raczej się opłaca.

Paweł Wujec
Prezes Zarządu

Warszawa, dn. 26.04.2023 r.



02

Kim jesteśmy

Grupa K2 wspiera cyfrowy rozwój biznesu. Dostarcza rozwiązania technologiczne i marketingowe, w tym oparte o AI, Big Data i software.

W Grupie działają 4 jednostki biznesowe: Fabrity Sp. z o.o. przedstawiona w ramach Segmentu SOFTWARE, Agencja K2 Sp. z o.o. i K2 Precise S.A. przedstawione łącznie w ramach Segmentu MARKETING oraz spółka PerfectBot, w której K2 Holding posiada 50% udziałów.

Segment SOFTWARE – Fabrity specjalizuje się w budowaniu dedykowanego oprogramowania dla biznesu, projektowaniu produktów cyfrowych oraz rozwiązań e-commerce, a także optymalizacji procesów biznesowych.

Segment MARKETING, w ramach którego działają dwie jednostki biznesowe: K2 Precise – specjalizująca się w kampaniach digitalowych i wszechstronnym wsparciu w obszarze mediów, SEO & content marketing oraz MarTech; Agencja K2 – spółka prowadząca działalność agencyjną, oferująca projektowanie i prowadzenie kampanii zintegrowanych we wszystkich mediach oraz opracowywanie i wdrażanie strategii komunikacji marek.

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

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

Grupa realizuje projekty i usługi dla największych polskich i światowych marek takich jak ABB, Netflix, Samsung, marek LPP, Pracuj.pl czy home.pl. Z większością marek współpracę utrzymujemy od wielu lat, sukcesywnie powiększając jej zakres.

03

**Strategia
Grupy K2**

Strategia Grupy K2 zakłada szybki wzrost segmentu software (spółka Fabrity) przy dalszym wzroście sprzedaży zagranicznej, w tym prowadzenie działań zmierzających do wzrostu firmy poprzez akwizycje na rynku polskim lub na innych rynkach europejskich.

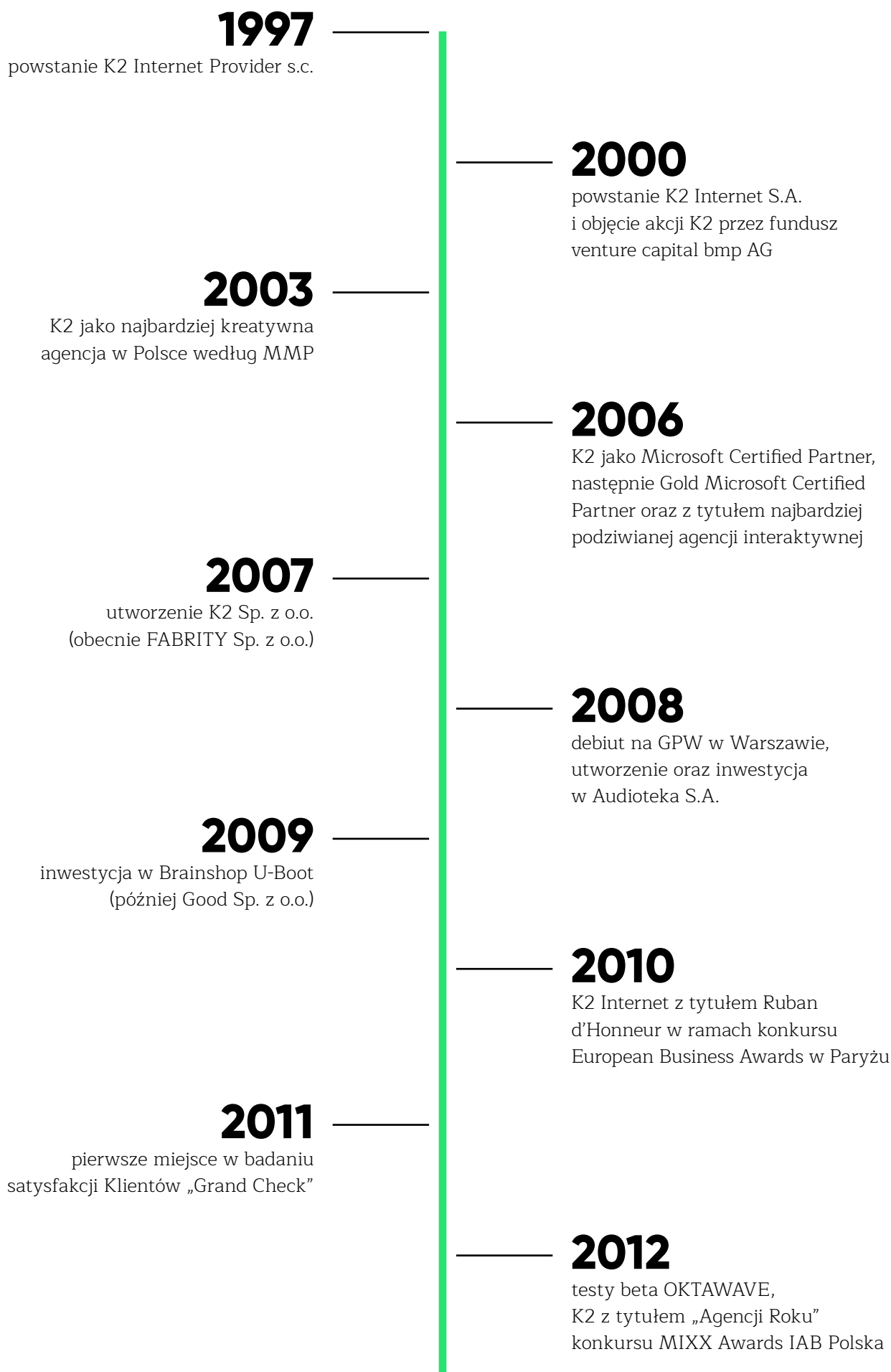
Segment marketingowy (K2 Precise i K2 Create) to partner pierwszego wyboru w cyfryzacji marek i najlepsza oferta wsparcia w obszarze mediów, SEO, content marketingu i MarTech.

PerfectBot – startup technologiczny dostarczający sztuczną inteligencję do automatyzacji obsługi klienta na czacie w ecommerce zakłada uruchomienie chatbotów dostosowanych do kolejnych kategorii produktowych, integracje z kolejnymi narzędziami obsługi klienta, rozwój funkcji wykorzystujących wielkie modele językowe GPT oraz ekspansję na rynki anglojęzyczne, w pierwszej kolejności USA.

Zgodnie z raportem bieżącym nr 32/2022 z dnia 31 sierpnia 2022 r. Zarząd Spółki K2 Holding S.A. podjął decyzję o rozpoczęciu przeglądu opcji strategicznych związanych z dalszym rozwojem działalności K2 Holding S.A. oraz spółek Grupy Kapitałowej K2 Holding S.A. Podczas przeglądu rozważane są różne opcje strategiczne w odniesieniu do spółek z segmentu marketingowego Grupy tj. Agencja K2 Sp. z o.o. oraz K2 Precise S.A., w szczególności poszukiwanie inwestorów strategicznych, zawarcie aliansu strategicznego, dokonanie transakcji o innej strukturze oraz sposoby wykorzystania ewentualnie pozyskanych środków, jak również brak działań K2 Holding S.A. związanych z pozyskaniem inwestora, zawarciem aliansu lub dokonaniem transakcji. W związku z powyższym spółki segmentu marketingowego przedstawiono jako grupę aktywów przeznaczonych do sprzedaży. Zarząd oczekuje, że ewentualna transakcja zostanie dokonana w ciągu 12 miesięcy od dnia bilansowego.

04

**Historia
Grupy K2**



2013

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

2015

sprzedaż akcji K2 przez bmp AG,
kolejny rok rekordowych
przychodów Grupy

2017

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

2019

Dalszy rozwój FABRITY.
Komerccjalizacja inteligentnych
botów przez K2Bots.AI

2021

Rekordowe przychody. 70% udział
biznesów technologicznych.
Powołanie spółki K2Bots.AI
i uruchomienie PerfectBot.

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

2016

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

2018

Szybki rozwój FABRITY. Ukończenie
projektu Horizon przez OKTAWAVE.

2020

Najlepsze wyniki w historii Grupy:
przychody blisko 120 mln zł,
EBIT 8 mln zł, EBITDA 14,7 mln zł.
Wydzielenie K2DP z Agencji K2 Sp.
z o.o. i połączenie z FABRITY

2022

Sprzedaż Oktawave do Netia S.A.
z Grupy Polsat Plus. Pozyskanie
inwestorów dla PerfectBot. Szybki
wzrost Fabrity. Historycznie
najwyższe wyniki skonsolidowane
netto. Rekordowa wypłacona
dywidenda. Najwyższy kurs
w historii.

04

**Skrócona analiza
finansowa**

Na wstępie skróconej analizy finansowej należy zwrócić uwagę na zmianę w prezentacji danych finansowych wynikającą z istotnych zdarzeń jakie miały miejsce w Grupie K2 w roku 2022. Już w sprawozdaniu za rok 2021 Segment Cloud został przedstawiony jako Grupa aktywów przeznaczonych do sprzedaży. Po sprzedaży Oktawave S.A.

w czerwcu 2022 roku, w sprawozdaniu skonsolidowanym wynik zbytej spółki Oktawave do dnia jej sprzedaży został ujawniony jako wynik z działalności zaniechanej. W ten sam sposób został zaprezentowany wynik spółki PerfectBot, która we wrześniu 2022 r. pozyskała zewnętrznych inwestorów i w efekcie tej transakcji K2 Holding S.A. utraciła kontrolę nad spółką. Od września 2022 r. spółka PerfectBot Sp. z o.o. jest prezentowana jako spółka stowarzyszona, a jej wynik od tego momentu ujmowany jest metodą praw własności uwzględniając 50-procentowy udział K2 Holding S.A. Należy dodatkowo zaznaczyć, że rozpoznany skonsolidowany wynik na zbyciu akcji Oktawave wyniósł blisko 22 mln zł, co pozwoliło na osiągnięcie rekordowego wyniku netto i umożliwiło wypłatę wysokiej dywidendy w wysokości 8,40 zł na akcję (6,40 zł na akcję jako dywidenda za rok 2021 i 2,00 zł na akcję jako zaliczka na poczet dywidendy za rok 2022).

Kolejną istotną zmianą mającą związek z toczącym się przeglądem opcji strategicznych dla spółek segmentu marketingowego (Agencja K2 Sp. z o.o. i K2 Precise S.A.) jest zmiana sposobu

konsolidacji tych spółek i ujęcie ich w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym za rok 2022 jako grupy aktywów przeznaczonych do zbycia. W efekcie wynik netto tych spółek w kwocie 2,1 mln zł za rok 2022 został ujęty w skonsolidowanym sprawozdaniu z zysków i strat w wyodrębnionej pozycji.

Powyższe zmiany ograniczyły liczbę podmiotów konsolidowanych metodą pełną do spółki dominującej K2 Holding S.A. i spółki technologicznej Fabrity Sp. z o.o., a wyniki skonsolidowane zostały poddane odpowiednim przekształceniom. W związku z powyższym zmiany poziomu sprzedaży i zysku operacyjnego zobrazowane w skonsolidowanym sprawozdaniu z zysków i strat są zbieżne z obrazem łącznych zmian połączonych segmentów operacyjnych SOFTWARE i SCC wraz z wyłączeniami: 31-procentowy wzrost sprzedaży o 12,7 mln zł do kwoty 53,4 mln zł przy utrzymaniu porównywalnego do roku ubiegłego poziomu zysku operacyjnego w kwocie blisko 5 mln zł.

Z uwagi na znaczny poziom skomplikowania przekształceń dotyczących skonsolidowane sprawozdanie finansowe, w nocy segmentowej zdecydowano o utrzymaniu ujawnienia segmentu marketingowego jednak już bez udziału spółki PerfectBot.

Bazując na danych z noty segmentowej, łączne wyniki Grupy K2 wraz z segmentem marketingowym za rok 2022

wskazują na wzrost sprzedaży o 4,7 mln zł, do poziomu blisko 111 mln zł.

Grupa na potrzeby zarządcze, do oceny rozwoju działalności, wyodrębniła kategorię finansową „przychodów operacyjnych”, ujawnioną w ramach opisu i noty dotyczącej segmentów operacyjnych. Przychody operacyjne Grupy zwiększyły się w roku 2022 o 23%, czego głównym motorem był wzrost biznesu Fabrity o 34,5% oraz lepsze od oczekiwanych wyniki spółki K2 Precise, dla której rok 2022 był okresem odbudowy skali działalności po utracie istotnego klienta w roku 2021.

Zysk na działalności operacyjnej oraz wynik EBITDA pozostały na porównywalnym poziomie do roku ubiegłego. Należy jednak podkreślić, iż wyniki roku 2022 zostały osiągnięte w istotnie trudniejszych warunkach rynkowych, związanych przede wszystkim z presją wynagrodzeniową, wysoką inflacją, niepewnością związaną z wojną w Ukrainie i pogorszeniem koniunktury gospodarczej. Pomimo tego, zarówno spółka Fabrity jak i K2 Precise zwiększyły skalę działania, szczególnie w czwartym kwartale 2022 roku.

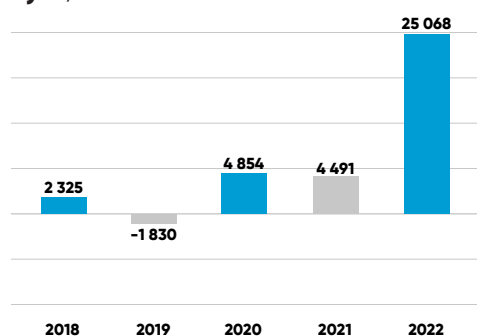
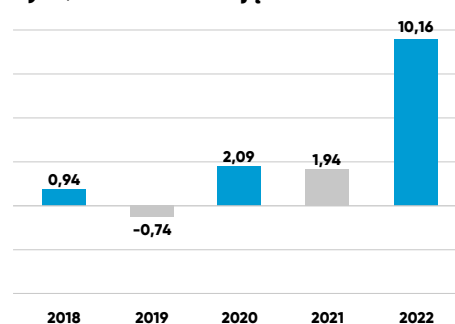
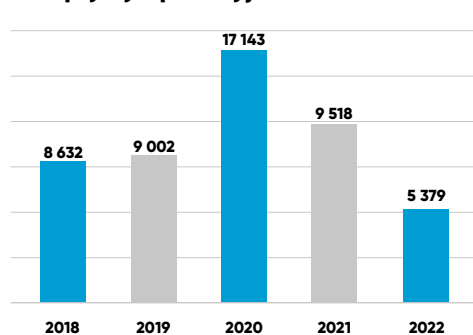
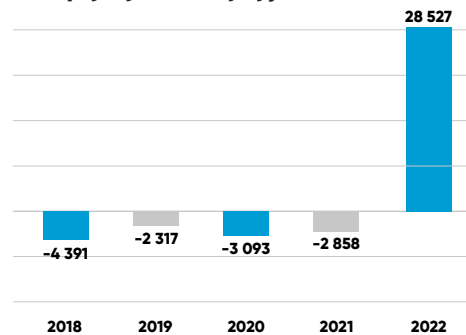
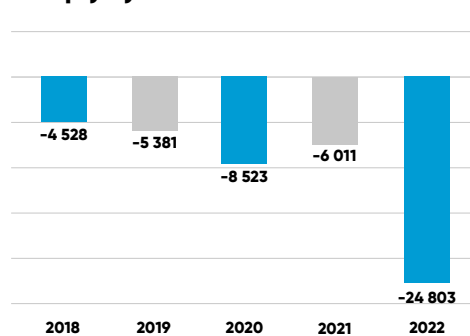
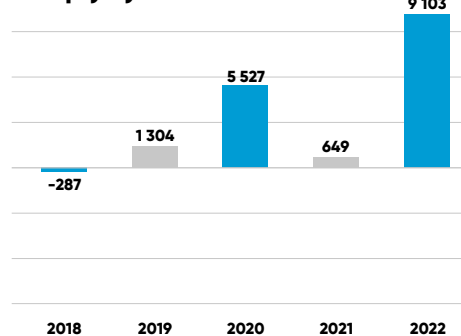
05

**Zestawienia wybranych
danych finansowych**

Skonsolidowane wybrane dane finansowe Grupy K2		2022	2021	2022	2021	Dynamika
		PLN'000	PLN'000	EUR'000	EUR'000	
I.	Przychody ze sprzedaży usług	53 408	40 738	11 392	8 900	31,1%
II.	Zysk / Strata na działalności operacyjnej (EBIT)	4 966	4 961	1 059	1 084	0,1%
III.	EBITDA ¹	7 606	7 404	1 622	1 617	2,8%
IV.	Zysk / Strata przed opodatkowaniem	27 101	4 642	5 781	1 014	
V.	Zysk / Strata działalność kontynuowana	24 130	3 617	5 147	790	
VI.	Zysk / Strata dotyczący grupy aktywów do zbycia	938	874	200	191	
VII.	Zysk / Strata netto	25 068	4 491	5 347	981	
VIII.	Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	5 379	9 518	1 147	2 079	
IX.	Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	28 527	- 2 858	6 085	- 624	
X.	Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	- 24 803	- 6 011	- 5 290	- 1 313	
XI.	Przepływy pieniężne netto razem	9 103	649	1 942	142	
XII.	Średnioważona liczba akcji	2 467 655	2 317 655	2 467 655	2 317 655	
XIII.	Zysk / Strata na jedną akcję	10,16 (PLN)	1,94 (PLN)	2,17 (EUR)	0,42 (EUR)	
XIV.	Uchwalona dywidenda na jedną akcję	8,40 (PLN)	1,05 (PLN)	1,79 (EUR)	0,23 (EUR)	
		31.12.2022	31.12.2021	31.12.2022	31.12.2021	Dynamika
		PLN'000	PLN'000	EUR'000	EUR'000	
XV.	Aktywa razem	60 876	59 639	12 980	12 967	2,1%
XVI.	Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	23 194	27 784	4 946	6 041	- 16,5%
XVII.	Zobowiązania i rezerwy długoterminowe	3 770	2 746	804	597	37,3%
XVIII.	Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe	19 424	25 038	4 142	5 444	- 22,4%
XIX.	Kapitał własny	37 682	31 855	8 035	6 926	18,3%
XX.	Kapitał podstawowy	2 468	2 318	526	504	-

Wskaźniki rentowności
2022
2021

Rentowność sprzedaży brutto	wynik brutto na sprzedaży / przychody netto ze sprzedaży usług	18,1%	18,3%
Rentowność działalności operacyjnej	wynik na działalności operacyjnej / przychody netto ze sprzedaży usług	9,3%	12,2%
Rentowność brutto	wynik brutto / przychody netto ze sprzedaży usług	50,7%	11,4%
Rentowność netto	wynik netto / przychody netto ze sprzedaży usług	46,9%	11,0%

Zysk/Strata netto

Zysk/strata na akcję

Przepływy operacyjne

Przepływy inwestycyjne

Przepływy finansowe

Przepływy razem


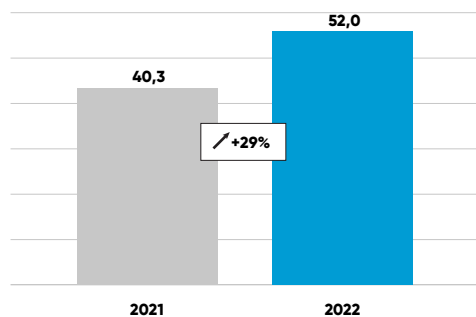
Segmenty operacyjne

Segmenty operacyjne 2022	Segment SOFTWARE	Segment SSC i Pozostale	Wylaczenia	Grupa K2	Segment MARKETINGOWY	Suma Grupy K2 i Segmentu Marketingowego przeznaczanego do zbycia
	PLN'000	PLN'000	PLN'000	PLN'000	PLN'000	PLN'000
Przychody ze sprzedaży usług	52 005	10 718	- 9 315	53 408	57 565	110 973
Przychody ze sprzedaży usług - niepowiązane	51 754	1 855	- 201	53 408	57 356	110 764
Przychody ze sprzedaży usług – powiązane	251	8 863	- 9 114	0	209	209
Koszty zakupu usług mediowych i marketingowych	- 5 303	- 1 528	- 70	- 6 901	- 36 712	- 43 613
Przychody operacyjne	46 702	9 190	- 9 385	46 507	20 853	67 360
Koszty sprzedanych usług	- 35 500	- 1 917	552	- 36 865	- 13 028	- 49 893
Zysk/Strata brutto ze sprzedaży	11 202	7 273	- 8 833	9 642	7 825	17 467
Koszty ogólnego zarządu przed kosztem programów opcyjnych	- 5 600	- 7 178	8 833	- 3 945	- 5 196	- 9 141
Zysk/Strata ze sprzedaży	5 602	95		5 697	2 629	8 326
Pozostałe przychody / koszty operacyjne netto	22	- 43		- 21	10	- 11
Zysk/Strata na działalności operacyjnej (EBIT) przed kosztem programów opcyjnych	5 624	52		5 676	2 639	8 315
Koszty programów opcyjnych	0	-710		- 710	0	- 710
Zysk/Strata na działalności operacyjnej (EBIT)	5 624	- 658		4 966	2 639	7 605
Przychody finansowe / Koszty finansowe netto	31	22 104		22 135	60	22 195
Zysk/Strata przed opodatkowaniem	5 655	21 446		27 101	2 699	29 800
Amortyzacja bez MSSF 16	393	91		484	97	581
Amortyzacja dotycząca MSSF 16	508	1 648		2 156	49	2 205
EBITDA skorygowana	6 017	143		6 160	2 736	8 896
EBITDA	6 525	1 081		7 606	2 785	10 391
						31.12.2022
Aktywa razem	28 447	28 579	3 850	60 876	19 658	60 876
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	8 892	6 585	7 718	23 194	9 756	23 194

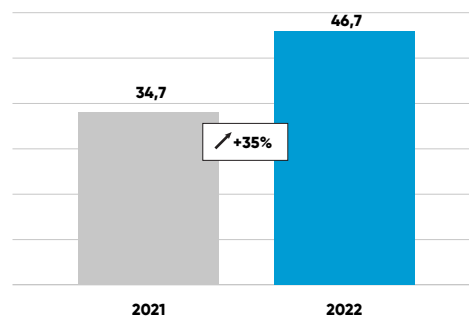
Segmenty operacyjne 2021	Suma Grupy K2 i Segmentu Marketingowego przeznaczanego do zbycia					
	Segment SOFTWARE	Segment SSC i Pozostałe	Wylączenia	Grupa K2	Segment MARKETINGOWY	
	PLN'000	PLN'000	PLN'000	PLN'000	PLN'000	PLN'000
Przychody ze sprzedaży usług	40 282	10 762	- 10 306	40 738	65 532	106 270
Przychody ze sprzedaży usług - niepowiązane	39 989	749	0	40 738	65 209	105 947
Przychody ze sprzedaży usług – powiązane	293	10 013	- 10 306	0	323	323
Koszty zakupu usług mediowych i marketingowych	- 5 561	- 1 450	- 697	- 7 708	- 43 917	- 51 625
Przychody operacyjne	34 721	9 312	- 11 003	33 030	21 615	54 645
Koszty sprzedanych usług	- 24 521	- 2 058	1 016	- 25 563	- 14 408	- 39 971
Zysk/Strata brutto ze sprzedaży	10 200	7 254	- 9 987	7 467	7 207	14 674
Koszty ogólnego zarządu przed kosztem programów opcyjnych	- 4 931	- 6 403	9 987	- 1 347	- 4 853	- 6 200
Zysk/Strata ze sprzedaży	5 269	851		6 120	2 354	8 474
Pozostałe przychody / koszty operacyjne netto	41	-26		15	141	156
Zysk/Strata na działalności operacyjnej (EBIT) przed kosztem programów opcyjnych	5 310	825		6 135	2 495	8 630
Koszty programów opcyjnych	0	- 1 174		- 1 174	0	- 1 174
Zysk/Strata na działalności operacyjnej (EBIT)	5 310	- 349		4 961	2 495	7 456
Przychody finansowe / Koszty finansowe netto	- 47	- 272		- 319	- 79	- 398
Zysk/Strata przed opodatkowaniem	5 263	- 621		4 642	2 416	7 058
Amortyzacja bez MSSF 16	318	113		431	167	598
Amortyzacja dotycząca MSSF 16	489	1 523		2 012	56	2 068
EBITDA skorygowana	5 628	938		6 566	2 662	9 228
EBITDA	6 117	1 287		7 404	2 718	10 122
						31.12.2021
Aktywa razem	23 270	35 963	406	59 639	18 167	59 639
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	9 112	7 742	10 930	27 784	10 140	27 784

Segment Software 2022

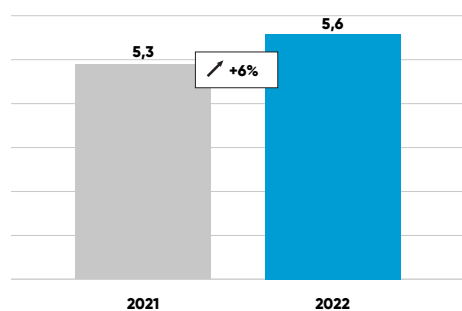
Przychody (mln zł)



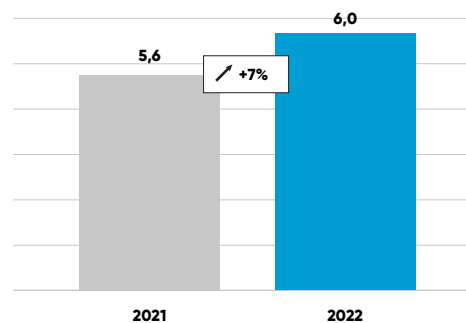
Przychody operacyjne (mln zł)



EBIT (mln zł)

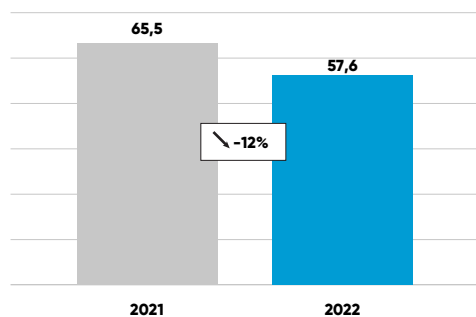


EBITDA skorygowana (mln zł)

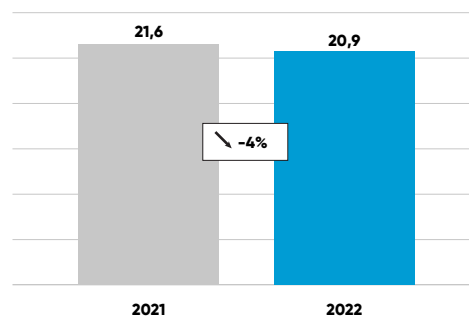


Segment Marketing 2022

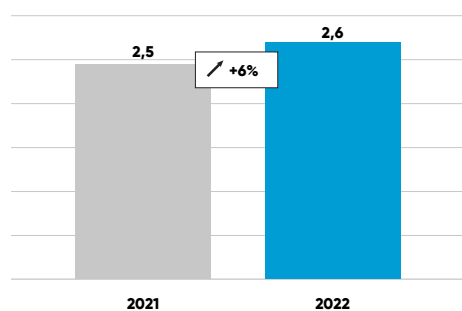
Przychody (mln zł)



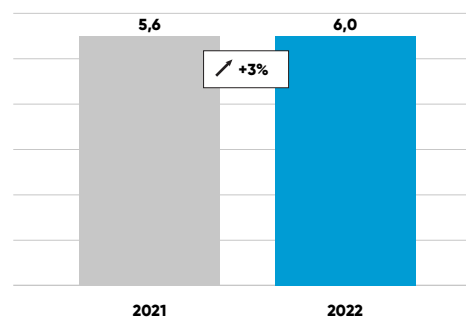
Przychody operacyjne (mln zł)



EBIT (mln zł)



EBITDA skorygowana (mln zł)



Wybrane dane finansowe Emitenta		2022	2021	2022	2021	Dynamika
		PLN'000	PLN'000	EUR'000	EUR'000	
I.	Przychody ze sprzedaży usług	10 718	10 762	2 286	2 351	- 0,4%
II.	Zysk / Strata na działalności operacyjnej (EBIT)	- 754	- 438	- 161	- 96	
III.	EBITDA ¹	1 080	1 288	230	281	
IV.	Zysk / Strata przed opodatkowaniem	15 179	2 258	3 238	493	
V.	Zysk / Strata netto	12 611	1 994	2 690	436	
VI.	Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	- 3 090	2 055	- 659	449	
VII.	Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	32 534	630	6 939	138	
VIII.	Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	- 24 628	- 2 937	- 5 253	- 642	
IX.	Przepływy pieniężne netto razem	4 816	- 252	1 027	- 55	
X.	Średnioważona liczba akcji	2 467 655	2 317 655	2 467 655	2 317 655	
XI.	Zysk / Strata na jedną akcję	5,11 (PLN)	0,86 (PLN)	1,09 (EUR)	0,19 (EUR)	
XII.	Uchwalona dywidenda na jedną akcję	8,40 (PLN)	1,05 (PLN)	1,79 (EUR)	0,23 (EUR)	
		31.12.2022	31.12.2021	31.12.2022	31.12.2021	Dynamika
		PLN'000	PLN'000	EUR'000	EUR'000	
XIII.	Aktywa razem	28 579	35 963	6 094	7 819	- 20,5%
XIV.	Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	6 585	7 741	1 404	1 683	- 14,9%
XV.	Zobowiązania i rezerwy długoterminowe	3 866	1 341	824	292	188,3%
XVI.	Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe	2 719	6 400	580	1 391	- 57,5%
XVII.	Kapitał własny	21 994	28 222	4 690	6 136	- 22,1%
XVIII.	Kapitał podstawowy	2 468	2 318	526	504	-

06

K2 na GPW w Warszawie

Spółka K2 Holding S.A. (wcześniej K2 Internet S.A.) od 6 czerwca 2008 r. notowana jest na Giełdzie Papierów Wartościowych S.A. w Warszawie pod nazwą K2HOLDING i kodem ISIN: PLK2ITRO0010. Na dzień 26.04.2023 r. w obrocie znajduje się 2.467.655 akcji.

Spółka K2 Holding S.A. (wcześniej K2 Internet S.A.) od 6 czerwca 2008 r. notowana jest na Giełdzie Papierów Wartościowych S.A. w Warszawie pod nazwą K2HOLDING i kodem ISIN: PLK2ITR00010. Walory K2 Holding S.A. zostały włączone pod koniec 2020 roku w skład indeksów WIG-INFO (firmy

informatyczne) i WIG-TECH (nowe technologie).

Na dzień 26.04.2023 r. w obrocie znajduje się 2.467.655 akcji.

Na dzień 26.04.2023 r. K2 Holding S.A. posiada 9.133 akcji własnych.

Struktura Grupy

W Grupie, obok spółki holdingowej, działają 3 jednostki biznesowe w ramach 2 segmentów operacyjnych: SOFTWARE

i MARKETING oraz spółka PerfectBot, w której K2 Holding posiada 50% udziałów.



* Jednostka stowarzyszona (konsolidacja metodą praw własności)

FABRITY zajmuje się budowaniem dedykowanych rozwiązań IT dla firm, projektowaniem produktów cyfrowych oraz automatyzowaniem procesów biznesowych przy wykorzystaniu platform low-code. Spółka projektuje i wdraża rozwiązania przeznaczone dla konkretnych branż (produkcja, farmacja, opieka zdrowotna, logistyka, energetyka, bankowość) i działów firm (sprzedaż, HR, marketing, dział prawny), buduje platformy handlu elektronicznego oraz optymalizuje doświadczenie użytkownika (user experience) w cyfrowych produktach i usługach.

Zespół Fabrity liczy blisko 220 pracowników i współpracowników. W portfolio klientów znajdują się duże marki z branż takich jak finanse, farmacja, przemysł czy sektor publiczny. Klientami Fabrity są m.in. PKO Bank Polski, Pekao SA, Bayer, ABB, PepsiCo, Saint-Gobain, agencja unijna Frontex czy Ministerstwo Zdrowia.

K2 Precise specjalizuje się w kampaniach digitalowych i wszechstronnym wsparciu w obszarze mediów, SEO & content marketing oraz MarTech. K2 Precise świadczy zaawansowane usługi analityczne i mediowe dla takich firm jak m.in. Pracuj.pl, Home.pl, Mann+Hummel, Sarantis czy Pfleiderer. Zespół firmy liczy ponad 50 osób.

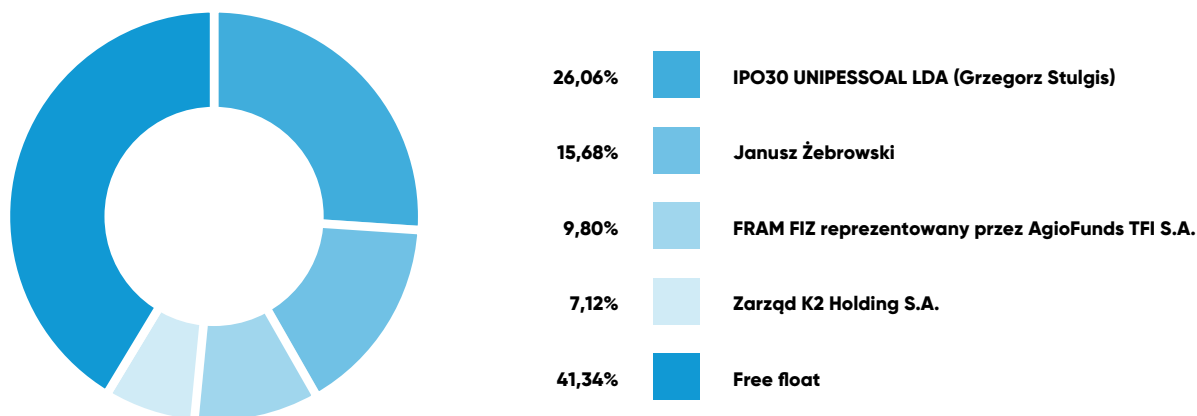
Agencja K2 działająca pod marką K2 Create jest jedną z najbardziej rozpoznawalnych i docenianych agencji interaktywnych w Polsce. Oferuje projektowanie i prowadzenie kampanii zintegrowanych we wszystkich mediach. Zajmuje się kompleksowym opracowywaniem i wdrażaniem strategii komunikacji marek.

Zatrudnia 35 osób. W portfolio klientów Agencji znajdują się takie marki jak Carrefour, Netflix, Samsung czy Warta.

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

Obok K2 Holding S.A. współdziałowcami są czterej założyciele i od września 2022 r. również fundusze Venture Capital: Tar Heel Capital Pathfinder VC oraz KnowledgeHub Starter. Wśród Klientów Perfectbot należy wymienić m.in. e-sklepy LPP, 4F, Diverse, Tatum, Ryłko, TaniaKsiążka, x-kom.pl czy Martes. PerfectBot zatrudnia kilkanaście osób.

Akcjonariat



Łączna liczba akcji K2 Holding S.A. wynosi 2.467.655 akcji.

Wartość nominalna wszystkich akcji K2 Holding S.A. to 2.467.655 zł.

Na dzień 26.04.2023 r. K2 Holding S.A. posiada 9.133 akcji własnych K2 Holding S.A.

Znaczący akcjonariusze na dzień 26.04.2023 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
IPO30 UNIPESOAL LDA (Grzegorz Stulgis)	643 100 ¹	26,06% ¹	26,06% ¹
Janusz Żebrowski	386 854 ²	15,68% ²	15,68% ²
FRAM FIZ reprezentowany przez AgioFunds TFI S.A.	241 769	9,80%	9,80%

¹ Dane na podstawie ostatniego zawiadomienia opublikowanego Raportem bieżącym nr 4/2023 z dnia 1.02.2023 r.

² Dane na podstawie ostatniego zawiadomienia opublikowanego Raportem bieżącym nr 3/2023 z dnia 1.02.2023 r.

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

Akcjonariusze	Liczba posiadanych akcji	Udział % w kapitale zakładowym	Udział % w ogólnej liczbie głosów na WZA
Zarząd			
Paweł Wujec	121 000	4,90%	4,90%
Artur Piątek	50 122	2,03%	2,03%
Tomasz Burczyński	4 551	0,18%	0,18%
Rada Nadzorcza			
Grzegorz Stulgis (IPO30 UNIPESSOAL LDA)	643 100	26,06%	26,06%
Janusz Żebrowski	386 854	15,68%	15,68%

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.

Zgodnie z uchwałą Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy K2 Holding S.A. nr 7 z dnia 23 sierpnia 2022 r., w sprawie podziału zysku za rok 2021, ustalenia dnia dywidendy i terminu wypłaty dywidendy Akcjonariuszom została wypłacona dywidenda za rok obrotowy 2021 w kwocie 14.832.992,00 zł.

Wysokość dywidendy przypadającej na jedną akcję wyniosła 6,40 zł. Wypłatą dywidendy objętych zostało 2 317 655 akcji. Dywidenda za 2021 r. została wypłacana w dniu 6 września 2022 r.

Ponadto, w związku z uchwałą Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy K2 Holding S.A. nr 7

z dnia 23 sierpnia 2022 r., w dniu 31 sierpnia 2022 r. Zarząd K2 Holding S.A. podjął Uchwałę w przedmiocie wypłaty zaliczki na poczet dywidendy za rok 2022 i postanowił o wypłacie przez Spółkę zaliczki na poczet przewidywanej dywidendy za rok 2022 w łącznej kwocie 4.635.310,00 zł.

Wysokość zaliczki na poczet dywidendy za rok 2022 przypadającej na jedną akcję wyniosła 2,00 zł.

Wypłatą dywidendy objętych zostało 2 317 655 akcji.

Wypłata zaliczki na poczet dywidendy 2022 nastąpiła w dniu 18 października 2022 r.

Łącznie wypłacona dywidenda w 2022 r. wyniosła 8,40 zł/akcję. Kwota 6,40 zł/akcję stanowiła dywidendę za 2021 r. natomiast kwota 2,00 zł/akcję stanowiła zaliczkę na poczet dywidendy za rok 2022.

Łącznie wypłacono w 2022 r. kwotę 19.468.302 zł tytułem dywidendy i zaliczki na poczet dywidendy.

Ład korporacyjny

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

1 lipca 2021 r., z wyjątkiem tych opisanych w „Oświadczeniu dotyczącym stosowania zasad ładu korporacyjnego w K2 Holding S.A. w 2022 r.” z dnia 26 kwietnia 2023 r. Pełne oświadczenie o stosowaniu ładu korporacyjnego stanowi odrębny dokument załączony do jednostkowego sprawozdania finansowego K2 Holding S.A. za rok 2023.

07

**Otoczenie rynkowe
Grupy K2**

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

Wiodąca w Grupie K2 spółka FABRITY, działająca na rynku ICT, od wielu lat konsekwentnie buduje swój portfel klientów oparty na dużych, międzynarodowych firmach i organizacjach, wchodząc w długookresowe relacje i poszerzając współpracę o nowe rynki i obszary. Okres pandemii okazał się szczególnie dobrym czasem dla rozwoju spółki, ponieważ klienci typu enterprise nie odczuli z reguły poważnego spadku przychodów. Czasami sytuacja była wręcz odwrotna — firmy dokonywały znaczących inwestycji w transformację cyfrową swojej działalności. Była ona związana nie tylko z przejściem na pracę zdalną lub hybrydową, ale również z modernizacją wykorzystywanych rozwiązań IT i usuwaniem tzw. długu technologicznego, rosnącym wykorzystaniem zasobów chmurowych oraz zwiększaniem bezpieczeństwa. Trend w kierunku transformacji cyfrowej nie osłabł również po zakończeniu pandemii. Można powiedzieć, że wiele firm, szczególnie z regionu DACH (Niemcy Austria i Szwajcaria), właśnie wtedy uświadomiło sobie swoje poważne braki w tym zakresie i konieczność przeprowadzenia szybkich inwestycji. Dla ich zarządów stało się jasne, że wieloletnie zaniedbania trzeba jak najszybciej nadrobić, aby zachować zdolność do konkurencyjności oraz zapewnić optymalizację kosztów. Zwłaszcza ta

ostatnia kwestia nabrała znaczenia w chwili nasilającego się przez cały 2022 rok kryzysu energetycznego w Europie spowodowanego wojną w Ukrainie. Przełożyło się to na zwiększenie poziomu inwestycji w transformację cyfrową dużych firm i organizacji. Dotyczy to zarówno Polski, jak i regionu DACH i Skandynawii. To z kolei oznacza zwiększone zapotrzebowanie na inżynierów, programistów i wszystkich specjalistów IT. Model „nearshoringu”, czyli współpraca z firmami IT z sąsiednich krajów, który już w trakcie pandemii zyskał na popularności, stał się teraz atrakcyjnym rozwiązaniem. Coraz więcej klientów godziło się na zdalne realizowanie projektów IT przy wykorzystaniu metodyk zwinnych (agile). Jednocześnie można było zaobserwować, że presja na wzrost wynagrodzeń inżynierów i specjalistów IT w drugiej połowie 2022 r. nieco osłabła, co jednak tylko częściowo pozwoliło na poprawę marżowości realizowanych projektów.

Ważnym trendem, który zapoczątkowany został w pandemii, jest rosnące zainteresowanie platformami low-code. Platformy tego typu umożliwiają użytkownikom biznesowym budowanie nawet bardzo złożonych aplikacji automatyzujących procesy w firmach. Wdrożenie i wykorzystanie samych platform zajmuje zdecydowanie mniej czasu niż tworzenie dedykowanego oprogramowania. Przy ich pomocy można szybko i efektywnie zautomatyzować pracochłonne i czasochłonne procesy w różnych działach firmy, począwszy od działu kadr, poprzez dział sprzedaży

i marketingu, a na obsłudze klienta kończąc. Co więcej, technologia low-code może być swego rodzaju panaceum na rosnące zapotrzebowanie na specjalistów IT, ponieważ tzw. citizen developers, czyli specjaliści biznesowi bez przygotowania programistycznego, będą mogli automatyzować i optyimizować procesy w swoich firmach bez konieczności angażowania zawodowych programistów. Całość działań związanych z obszarem low-code w firmie można koordynować, tworząc „Center of Excellence”. W jego ramach citizen developers będą mogli nauczyć się korzystać z możliwości oferowanych przez platformy low-code, a jednocześnie dział IT będzie mógł nadzorować tworzone aplikacje, dbając o bezpieczeństwo zasobów firmowych. Ekspert z firmy Gartner przewidują, że globalny rynek platform low-code do budowy aplikacji osiągnie w 2023 r. wartość 10 mld dolarów, co będzie stanowić wzrost o 25% w stosunku do roku poprzedniego¹.

W roku 2022 rynek reklamy w Polsce wzrósł o 4,4% względem roku 2021. Najistotniejszym i najbardziej rosnącym medium był Internet, a wartość reklamy w tym obszarze wzrosła o ponad 300 mln zł do poziomu 4,9 mld zł².

Dla biznesów z Grupy K2 – K2 Create oraz K2 Precise – głównym rynkiem działania jest rynek agencji reklamowych (zintegrowanych agencji kreatywnych

oraz domów mediowych). Jego zmiany są skorelowane ze zmianami całego rynku reklamy, brak jednak wiarygodnych szacunków dynamik przychodów polskich agencji.

Globalnie, rynek agencji reklamowych w perspektywie do 2025 roku będzie rósł o ok. 7% rocznie³.

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

- rosnący udział agencji sieciowych, należących do globalnych holdingów reklamowych, na rynku domów mediowych.
- rosnąca presja cenowa ze strony klientów i wzrost znaczenia czynnika kosztowego, szczególnie na rynku mediów,
- rozdrobnienie, obniżenie barier wejścia i spadek lojalności klientów na rynku agencji kreatywnych.

Wśród trendów pozytywnych należy wymienić:

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

¹ <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2022-12-13-gartner-forecasts-worldwide-low-code-development-technologies-market-to-grow-20-percent-in-2023>

² <https://nowymarketing.pl/a/41345,internet-liderem-polskiego-ryнку-reklamy-w-2022-r>

³ <https://www.researchandmarkets.com/reports/5323063/advertising-agencies-global-market-report-2021>

- stały wzrost ecommerce, w sytuacji gdy wśród klientów Grupy K2 są istotni Klienci z tego obszaru.

Spółka K2 Precise prowadzi i w dalszym ciągu planuje intensywnie rozwijać działalność w obszarze MarTech. Zapotrzebowanie rynku na usługi MarTech stale rośnie, a rozwój nowych technologii i narzędzi pozwala na coraz bardziej zaawansowane i skuteczne wykorzystanie danych w celu lepszego poznania i zaspokojenia potrzeb klientów. Według raportu firmy Gartner z 2021 roku, do najważniejszych trendów MarTech należą m.in. wzrost znaczenia sztucznej inteligencji i automatyzacji, rozwój narzędzi do personalizacji treści i komunikacji, a także coraz większa rola platform omnichannel w integracji działań marketingowych na różnych kanałach⁴. Wzmocnienie kompetencji K2 Precise w tym obszarze będzie kontynuowane i przyspieszane. Spółka zamierza również kontynuować rozwój usług SEO i Content Marketing. Według danych The Business Research Company, globalny rynek usług SEO urósł w 2022 roku o ok. 19% i przewiduje się, że do 2027 roku tempo wzrostu utrzyma się na poziomie ponad 18%⁵. Na rynku polskim wg raportu Martis Consulting, rynek agencji SEO rósł w latach 2019-2021 w tempie 17-20% rocznie⁶. Na dalszy wzrost obszaru SEO i CM duży wpływ ma postępująca digitalizacja firm i rozwój

e-handlu. PWC przewiduje w 2023 roku ponad 13-procentowy wzrost ecommerce na polskim rynku⁷. Zarówno rozwój ecommerce jak i pozostałe widoczne trendy, m.in. rosnący udział mobilnego Internetu i wydłużający się średni czas spędzony online, będą napędzać rozwój obszaru SEO. K2 Precise oferująca klientom zaawansowaną ekspertyzę z obszaru SEO, w tym SEO technicznego oraz treści wysokiej jakości, planuje dalszy dynamiczny rozwój tego obszaru.

⁴ "Magic Quadrant for Multichannel Marketing Hubs": <https://www.salesforce.com/ap/form/conf/gartner-mq-2022/>

⁵ Raport Business Research Company: "Search Engine Optimization Services Market Size, Trends, and Global Forecast To 2032" Research and Markets - Market Research Reports - Welcome

⁶ <https://brief.pl/polska-branza-seo-w-pandemii-2020-2021-raport-pod-patronatem-grupa-icea/>

⁷ Raport Perspektywy rozwoju rynku e-commerce w Polsce 2018-2027 | Strategy& Poland (pwc.com)

08

**Podsumowanie roku 2022,
wyzwania i cele na przyszłość**

Podsumowanie roku 2022

Grupa K2 zakończyła 2022 rok z rekordowym skonsolidowanym zyskiem netto 25 mln zł po sprzedaży spółki Oktawave, z rekordową, wypłaconą dywidendą i rekordowo wysokim kursem akcji.

Przychody operacyjne Grupy K2 (wg noty segmentowej) zwiększyły się o 23% rdr w wyniku wzrostu biznesu Fabrity o 34,5% oraz lepszych od oczekiwanych wyników spółki K2 Precise, dla której rok 2022 był okresem odbudowy skali działalności po utracie istotnego klienta w roku 2021.

Wydarzeniem roku była sprzedaż spółki zależnej Oktawave S.A. dostarczającej usługi przetwarzania danych w chmurze obliczeniowej (IaaS) oraz usługi planowania, wdrażania i utrzymania środowisk chmurowych, do operatora telekomunikacyjnego Netia S.A. Z Grupy Polsat Plus. Transakcja została przeprowadzona przy wycenie spółki na poziomie 33,7 mln zł w formule „cash free debt free” tj. przed pomniejszeniem o zadłużenie finansowe netto. Cena Sprzedaży jednej akcji Spółki Oktawave wynosiła 601,56 PLN co oznaczało cenę 27.972.726,00 PLN za 100% akcji Spółki w tym 25.197.711,27 PLN za 41.887 akcji zbytych przez K2 Holding. Jednocześnie w ramach transakcji Netia S.A. spłaciła zadłużenie Spółki wobec Emitenta z tytułu udzielonych pożyczek w kwocie 6.500.000 PLN.

W efekcie transakcji spółka Oktawave pozyskała znakomitego partnera

technologicznego o adekwatnych do jej aspiracji możliwościach inwestycyjnych i z szeregiem możliwych do uzyskania synergii. Jednocześnie transakcja pozwoliła osiągnąć akcjonariuszom K2 Holding pozytywny zwrot z inwestycji, który zaowocował rekordowym poziomem kursu akcji oraz wysoką wypłaconą dywidendą w wysokości 8,40 zł / akcję (łącznie z częścią zaliczkową za 2022 rok).

Drugim istotnym wydarzeniem roku 2022 było pozyskanie dla spółki PerfectBot nowych inwestorów w postaci funduszy venture capital. Dzięki temu projekt chatbota PerfectBot został pozytywnie zweryfikowany przez podmioty zewnętrzne i zyskał pieniądze na dalszy rozwój.

Rok 2022 to ponadto okres dynamicznego rozwoju spółki Fabrity, której przychody urosły w 2022 r. o 29%, a przychody operacyjne o 34,5%. Rentowność obniżyła się – głównie z powodu czasowej asymetrii pomiędzy zmianami wynagrodzeń specjalistów, a wolniej rosnącymi stawkami w kontraktach z klientami – pozostając jednak na bezpiecznym, dwucyfrowym poziomie.

Stabilny wzrost Fabrity i rosnący udział tego biznesu w skonsolidowanym rachunku wyników był jednym z istotniejszych powodów rozpoczęcia procesu przeglądu opcji strategicznych dla marketingowych biznesów Grupy K2, tj. agencji K2 Create i K2 Precise, o czym poinformowaliśmy raportem bieżącym nr 32/2022 z dnia 31 sierpnia 2022 r. Podczas przeglądu rozważane są różne

opcje strategiczne w odniesieniu do spółek z segmentu marketingowego.

W związku z powyższym spółki segmentu marketingowego przedstawiono jako grupę aktywów przeznaczonych do sprzedaży. Zarząd oczekuje, że ewentualna transakcja zostanie dokonana w ciągu 12 miesięcy od dnia bilansowego.

FABRITY

FABRITY Sp. z o.o. zajmuje się budowaniem dedykowanych rozwiązań IT dla firm, projektowaniem produktów cyfrowych oraz automatyzowaniem procesów biznesowych przy wykorzystaniu platform low-code.

Podsumowanie roku 2022

Rok 2022 był dla FABRITY kolejnym okresem, w którym spółka istotnie zwiększyła skalę działania i osiągnęła lepsze wyniki, jednocześnie poprawiając efektywność organizacji oraz pracując nad zwiększeniem konkurencyjności. Spółka kontynuowała również rozpoczęte inwestycje oraz poszukiwała dodatkowych możliwości wzrostu.

Wzrost przychodów ze sprzedaży Fabrity w ujęciu rocznym wyniósł 29%, z czego segment usług rozwoju i utrzymania oprogramowania dla klientów korporacyjnych wzrósł o 31%, a segment projektowania i rozwoju produktów cyfrowych zwiększył się o 16%. Wynik operacyjny wzrósł w porównaniu do poprzedniego roku o 5,9%, co pozwoliło osiągnąć rentowność przychodów w wysokości 10,8% na poziomie EBIT oraz 11,6% na poziomie skorygowanego wyniku EBITDA.

Istotny wzrost przychodów w 2022 roku miał swoje źródło głównie w kilku nakładających się na siebie procesach.

Po pierwsze, spółka utrzymała w całości bazę swoich kluczowych klientów, a spadki przychodów dotyczące niektórych firm miały relatywnie niewielką skalę i uzależnione były od okresowych fluktuacji zapotrzebowania na usługi. W przypadku niektórych stałych, długookresowych klientów doszło za to do istotnego rozwoju współpracy w nowych obszarach biznesowych lub technologicznych. Poszerzono także współpracę o nowe kraje, w których działają najwięksi klienci Fabrity.

Po drugie, wzrost przychodów napędzany był także poprzez współpracę z klientami, z którymi spółka zawarła pierwsze umowy wykonawcze przed końcem 2021 roku, szczególnie z firmami z sektora prywatnej opieki zdrowotnej i branży finansowej.

Po trzecie, w trakcie 2022 roku spółka pozyskała i nawiązała współpracę z kilkunastoma nowymi klientami z branży finansowej, sektora sprzedaży detalicznej, farmacji, administracji publicznej, mediów oraz przemysłu kosmetycznego i tytoniowego.

Jednocześnie Fabrity ponosiła koszty związane z rozwojem swojego potencjału, m.in. związane z kontynuacją rozpoczętych w 2021 roku inwestycji we wzmocnienie kompetencji HR, jak również w pozyskiwanie nowych klientów oraz rozwój biznesu z dotychczas obsługiwanymi firmami. Koszty w powyższych obszarach wzrosły skokowo, zmniejszając rentowność

spółki. W dłuższej perspektywie czasowej zapewnia to jednak firmie odpowiedni poziom profesjonalizacji i skali, co z kolei umożliwia zwiększenie przychodów oraz przekłada się na właściwe przygotowanie firmy do dynamicznego rozwoju również w kolejnych latach.

Dodatkowo, szczególnie w pierwszym półroczu 2022 r., wpływ na wyniki miała presja inflacyjna na wzrost wynagrodzeń, połączona z rosnącym zapotrzebowaniem na wykwalifikowanych specjalistów IT. Z uwagi na wiążące spółkę umowy ramowe z klientami oraz w związku z realizacją długoterminowych projektów, firma zmagiała się z problemem braku możliwości szybkiego i adekwatnego dostosowania stawek kontraktowych w relacji z klientami. Z drugiej zaś strony musiała w odpowiedni sposób zadbać o utrzymanie obecnego zespołu oraz pozyskiwać nowych specjalistów w związku ze wzrostem skali działalności. Druga połowa roku przyniosła osłabienie tych niekorzystnych trendów. Pojawiły się częściowe możliwości korekty stawek projektowych oraz poprawy rentowności, presja na wynagrodzenia osłabła i zwiększyła się dostępność rekrutowanych przez firmę inżynierów.

W minionym roku spółka intensywnie pracowała nad rozwojem zespołów sprzedaży i marketingu. Określona została szczegółowa strategia sprzedaży, wdrożono nowe narzędzia oraz pracowano nad udoskonaleniem procesów.

W segmencie klientów korporacyjnych Fabrity, wciąż zauważalny jest trend związany z utrzymaniem lub wzrostem nakładów na cyfryzację działalności biznesowej, zarówno w Polsce, jak i w krajach Europy Zachodniej. Przekłada się to na zwiększające się zapotrzebowanie na wykwalifikowanych inżynierów i specjalistów IT. W tym kontekście, Fabrity w przyjętej strategii sprzedażowej, kładzie szczególny nacisk na pozyskiwanie klientów w sposób selektywny, aby realizowane na ich rzecz projekty jak najlepiej przekładały się na wyniki spółki. Są to klienci międzynarodowi lub globalni, mający z reguły szerokie potrzeby w różnych obszarach działalności biznesowej. Umożliwia to nawiązanie wieloletniej współpracy i realizację projektów w nowych obszarach, o które sukcesywnie poszerza się relacja biznesowa. Firmy te są również z reguły najlepiej przygotowane finansowo do konkurencji o wartościowe zasoby ludzkie w IT, a realizowane przez nich projekty mają zwykle duże lub krytyczne znaczenie dla biznesu.

Stabilny portfel dużych klientów korporacyjnych w znaczącym stopniu przyczynił się również do tego, że Fabrity nie zanotowała istotnych negatywnych decyzji po stronie stałych klientów, które wpłynęłyby na ograniczenie współpracy w związku z wojną w Ukrainie, kryzysem energetycznym, inflacją w Polsce i w strefie euro, czy też w związku z przewidywanym spowolnieniem gospodarczym. Pojedyncze negatywne

zdarzenia wystąpiły w niewielkiej skali, głównie w segmencie rozwiązań e-commerce. Trzon bazy stałych klientów stanowią międzynarodowe firmy produkcyjne (głównie B2B), duże instytucje finansowe, branża farmaceutyczna, centralna administracja publiczna i agendy UE oraz ONZ, a także sektor prywatnej opieki zdrowotnej. Pomimo tego, że końcówka roku 2022 przyniosła zdecydowane pogorszenie ogólnego sentymentu wśród polskich software house'ów (dane udostępniane przez stowarzyszenie SoDA), spółka pozostawała w trendzie wzrostowym i intensywnie rekrutowała nowych specjalistów projektowych, co powiążane jest z cierpliwym i konsekwentnym budowaniem wartościowego portfela rozwojowych klientów, z nastawieniem na wieloletnią i zróżnicowaną współpracę.

W 2022 roku Fabrity skutecznie zrealizowała działania ukierunkowane zarówno na pozyskiwanie nowej kadry inżynierów i specjalistów IT, jak i na utrzymanie obecnego zespołu i długotrwałe związanie go z firmą. Od kilku lat spółka konsekwentnie realizuje strategię zatrudniania zdolnych inżynierów i specjalistów IT oraz pozyskiwania dużych klientów, dla których istnieje możliwość realizacji długoterminowych projektów o dużym znaczeniu biznesowym i przy wykorzystaniu nowoczesnych technologii oraz praktyk wytwórczych. Ten zbiór cech prowadzonych projektów jest pożądanym również z punktu widzenia pracowników biorących udział w projekcie. W sytuacji

rynkowej, która dominowała przez większość 2022 roku, tj. bardzo wysokiego zapotrzebowania na specjalistów IT, kwestia ta nabierała tym większego znaczenia. Priorytetem dla firmy stało się zatem dobieranie realizowanych projektów w taki sposób, aby były one atrakcyjne dla obecnych i nowych pracowników, i oprócz atrakcyjnego poziomu wynagrodzenia, same w sobie stanowiły dodatkowy czynnik motywacyjny. W grudniu 2022 roku, gdy zauważalnie zwiększyła się liczba pracowników i współpracowników z regionu podlaskiego, spółka otworzyła również nowe biuro w Białymstoku.

W obszarze R&D w 2022 roku zespół Fabrity skoncentrowany był przede wszystkim na obszarze „low-code”. Były to działania realizowane na kilku płaszczyznach. Z jednej strony spółka wzmacniała kompetencje techniczne i doradcze w zakresie platformy Microsoft Power Platform. Obok rozwiązań Nintex, platforma firmy Microsoft stała się drugim znaczącym zbiorem narzędzi i rozwiązań, przy wykorzystaniu których Fabrity dostarcza klientom usługi tworzenia aplikacji biznesowych o niskim i średnim poziomie złożoności, zarządzania zawartością, budowania automatyzacji oraz rozwiązań do analizy i wizualizacji danych biznesowych. Z drugiej strony Fabrity rozwijało własną platformę klasy „low-code” o nazwie FastApp. Spółka zarówno inwestowała w rozwój produktu, jak również realizowała wiele wdrożeń tej platformy oraz opracowała na niej i uruchomiła szereg aplikacji biznesowych.

Przychody ze sprzedaży licencji oraz subskrypcji przekroczyły w 2022 roku 0,85 mln zł, a przychody z usług kształtowały się na poziomie ponad 2,6 mln zł.

Firma zauważa jednocześnie korzystny trend wzrostu zainteresowania platformami low-code / no-code wykorzystywanymi szczególnie do tworzenia rozwiązań do digitalizacji procesów back-office oraz wsparcia pracy zdalnej zespołów. Z jednej strony trend ten powiązany jest z ugruntowaniem się pracy zdalnej, nagromadzonym długiem technologicznym w obszarach wspierających (niekrytycznych biznesowo), a z drugiej strony ze spowolnieniem gospodarczym i jednoczesnymi próbami racjonalizacji wydatków na cyfryzację. Technologia low-code / no-code stanowi alternatywę dla rozwoju oprogramowania dedykowanego lub subskrypcji wyspecjalizowanych rozwiązań.

Drugim znaczącym obszarem rozwoju kompetencji i poszerzania oferty Fabrity, który został zapoczątkowany w 2022 roku, był blockchain. Firma budowała kompetencje w obszarze wyspecjalizowanych rozwiązań biznesowych, szczególnie dla firm produkcyjnych i sektora sprzedaży detalicznej oraz z naciskiem na zastosowanie technologii blockchain w zarządzaniu łańcuchem dostaw. Prace rozwojowe w tym obszarze będą kontynuowane w 2023 roku.

Cele na 2023 r.

Najważniejsze cele Spółki na rok 2023 obejmują:

- utrzymanie wzrostu organicznego firmy na poziomie nie niższym niż przeciętny z poprzednich 2 lat;
- poprawa rentowności operacyjnej;
- prowadzenie działań zmierzających do wzrostu firmy poprzez akwizycje na rynku polskim lub na rynkach europejskich;
- kontynuacja inwestycji w rozwój własnej platformy FastApp i dalszy wzrost przychodów z licencji oraz usług;
- organiczny rozwój kompetencji w zakresie wykorzystania technologii AI oraz blockchain w rozwiązaniach biznesowych dla klientów korporacyjnych;
- doskonalenie organizacji w obszarach utrzymania zespołów, rekrutacji, pozyskiwania nowych klientów oraz marketingu.

Fabrity analizuje możliwości wzrostu również poprzez akwizycje komplementarnych firm, które poszerzyłyby kompetencje i ofertę handlową oraz przyspieszyłyby międzynarodowy rozwój spółki.

PerfectBot

PerfectBot Sp. z o.o. to startup technologiczny, dostarczający sztuczną inteligencję do automatyzacji obsługi klienta na czacie w ecommerce.

Biznes PerfectBot

Z rozwiązania PerfectBot korzysta kilkanaście dużych sklepów ecommerce, m.in. Reserved, Sinsay, House, Cropp, Mohito, Diverse, Tatum, Ryłko, 8a, 4F, Wojas, TaniaKsiążka, Martes Sport czy x-kom.pl.

Spółka sprzedaje swój produkt głównie w subskrypcyjnym modelu płatności. Roczny przychód powtarzalny (ARR – Annual Recurring Revenue) wyniósł w 2022 r. ponad 1,5 mln zł, co stanowi wzrost o blisko 50% względem roku 2021.

Nowi inwestorzy

W trzecim kwartale ub.r. spółka PerfectBot pozyskała dwóch nowych inwestorów. Fundusze Tar Heel Capital Pathfinder oraz KnowledgeHub Starter zainwestowały w PerfectBot łącznie 2,52 mln zł. Środki z inwestycji są wykorzystywane na uruchomienie chatbotów dostosowanych do kolejnych kategorii produktowych w branży ecommerce, integracje z kolejnymi narzędziami obsługi klienta, rozwój funkcji wykorzystujących wielkie modele językowe GPT oraz ekspansję na rynki anglojęzyczne, w pierwszej kolejności USA.

Nowe warianty PerfectBota oraz nowi klienci

W czwartym kwartale 2022 r. obok głównej wersji „PerfectBot for Fashion”, spółka wdrożyła cztery nowe warianty chatbota: „PerfectBot for Sports” z Martes Sport jako pierwszym klientem, „PerfectBot for Electronics” z pierwszym klientem x-kom.pl, „PerfectBot for Bookstores” – dla TaniaKsiążka, oraz „PerfectBot for Beauty”.

Rozwój produktu – Edytor Bota

W pierwszym półroczu ub.r. PerfectBot uruchomił samoobsługowy Edytor Bota, dzięki któremu możliwe jest niezwykle proste uruchomienie najskuteczniejszego chatbota do automatyzacji obsługi na chat w ecommerce. Użytkownik nie musi trenować sztucznej inteligencji, budować schematów rozmowy czy zajmować się innymi trudnymi zadaniami, związanymi z budową konwersacyjnej sztucznej inteligencji. Wystarczy tylko, że dostosuje gotowe treści odpowiedzi chatbota. Edytor Bota jest kluczowym elementem produktu w planach ekspansji zagranicznej.

Strategia – rozwój przez partnerstwa z czołowymi dostawcami narzędzi do obsługi klienta

Strategia PerfectBot zakłada rozwój przez partnerstwa z czołowymi dostawcami narzędzi obsługi klienta dla ecommerce.

Edytor Bota umożliwia prostą integrację PerfectBota z LiveChat oraz Gorgias, dwóch czołowych dostawców narzędzi do obsługi klienta w USA. Działania sprzedażowe w USA koncentrują się wokół „app marketplaces” tych dwóch dostawców.

PerfectBot GPT

Od początku strategia PerfectBot zakładała również wykorzystywanie najlepszych możliwych silników AI na rynku. W związku z tym spółka planuje wdrożenie rozwiązań opartych o wielkie modele językowe GPT, te same które wykorzystuje ChatGPT, równoległe z wykorzystywanym do tej pory silnikiem AI – Google Dialogflow.

Rozwój technologii typu Generative AI stanowi szansę, która przyspieszy rozwój całego rynku AI w obsłudze klienta i poprawi sentyment wokół chatbotów. Jednocześnie większym wyzwaniem może być skuteczne wyróżnienie się od funkcji AI platform obsługi (również opartych o ChatGPT), z którymi integruje się PerfectBot.

Rynek chatbotów

Zgodnie z Business Insider, rynek chatbotów urośnie w 2024 roku do 9,4 miliarda dolarów przy średniorocznym tempie wzrostu (CAGR) wynoszącym blisko 30%⁸. Tymczasem Gartner szacuje,

⁸ Global Chatbot Market Anticipated to Reach \$9.4 Billion by 2024 - Robust Opportunities to Arise in Retail & eCommerce | Markets Insider (businessinsider.com)

że do 2027 roku chatboty staną się podstawowym kanałem obsługi klienta dla jednej czwartej wszystkich organizacji. Rozwój chatbotów opartych o wielkie modele językowe (Large Language Models, LLM) przyspieszy te trendy⁹.

Sytuacja makroekonomiczna

W związku z wojną w Ukrainie jeden z głównych klientów PerfectBota wycofał się z rynku rosyjskiego, co miało negatywny wpływ na przychody spółki. Widoczne jest lekkie spowolnienie u klientów z branży e-commerce w związku z sytuacją gospodarczą, ale jednocześnie - jako że PerfectBot przynosi oszczędności w obsłudze klienta – Spółka obserwuje niezmiennie zainteresowanie rynkowe produktem PerfectBot.

K2 Precise

K2 Precise S.A. specjalizuje się w kampaniach digitalowych i wszechstronnym wsparciu w obszarze mediów, SEO & content marketing oraz MarTech.

Rok 2022

W 2022 spółka osiągnęła przychody ze sprzedaży na poziomie 44,5 mln zł (spadek o 13% rok do roku). Przychody operacyjne miały wartość 12,5 mln zł (spadek o 12% rok do roku). Spadek przychodów należy bezpośrednio wiązać z wyższą bazą porównawczą związaną z utratą kluczowego klienta w roku 2021. W roku 2022 spółka stopniowo odbudowywała skalę działalności, co zaowocowało wynikami powyżej założeń budżetowych.

Rok 2022 był okresem zwiększania dywersyfikacji źródeł przychodów spółki o obszary SEO&CM oraz MarTech. Nadal istotną rolę odgrywają usługi mediowe, jednak poszerzenie działań o automatyzację marketingu oraz wzmocnienie obszaru optymalizacji obecności klientów w Google, pozwala lepiej odpowiadać na potrzeby współczesnych marketerów. 2022 rok to także okres intensywnego rozwoju usług z zakresu MarTech. Obecnie firma oferuje wsparcie klientom w obszarze:

⁹ Gartner Predicts Chatbots Will Become a Primary Customer Service Channel Within Five Years

- Consulting MarTech;
- Wdrożenia narzędzi MarTech;
- Personalizacja i kampanie marketing automation;
- Rozwój narzędzi marketing automation;
- Programy lojalnościowe;
- Personalizacja i Customer Experience;
- Wdrożenie HubSpot;
- Wdrożenie CRM;
- Zarządzanie CMS.

K2 Precise została oficjalnym partnerem narzędzia HubSpot. HubSpot jest globalnym oprogramowaniem do automatyzacji sprzedaży i marketingu. Według raportu technologicznego G2 „Best Marketing Automation Software 2022” narzędzie zajmuje 1. miejsce na świecie. K2 Precise rozpoczęło współpracę z działem sprzedaży HubSpot w zakresie pozyskiwania klientów i w 2022 roku zrealizowało dwa projekty wdrożeniowe w tym zakresie.

Oprócz HubSpot, spółka posiada kompetencje pracy m.in. w Adobe Experience Manager, User.com, ActiveCampaign czy Segment.

W obszarze MarTech pozyskano kilku klientów, w tym czołowe światowe marki. Intensywny rozwój zaowocował też powiększeniem zespołu.

W obszarze SEO & content marketing firma zanotowała duży wzrost

zainteresowania usługami, co przełożyło się na pozyskanie nowych klientów jak również zwiększeniem zespołu specjalistów.

W zakresie digital media firma pozyskała nowych klientów, m.in. Pfleiderer, Senior App, Verona, Home.pl, jak również utrzymała marki Mann+Hummel oraz Sarantis i rozwinęła współpracę z Pracuj.pl.

W obszarze analitycznym firma zrealizowała kilka wdrożeń Google Analytics 4, jak również pogłębiła współpracę z istniejącymi klientami.

Obok dalszego rozwoju usługi multiscreen, spółka opracowała i opublikowała Raport „Wpływ kampanii brandowych na E-commerce w Polsce”. Raport był cytowany w mediach branżowych oraz spotkał się z dużym zainteresowaniem marketingowców.

Wpływ wojny w Ukrainie na biznes Spółki należy ocenić jako umiarkowany. Spółka odnotowała ograniczenie działań na rynkach ukraińskim i rosyjskim przez niektórych klientów. Nie dotyczyło to kluczowych klientów.

Plany spółki

Spółka planuje dalszy istotny rozwój w obszarze MarTech. Zapotrzebowanie rynku na usługi MarTech stale rośnie, a rozwój nowych technologii i narzędzi pozwala na coraz bardziej zaawansowane i skuteczne wykorzystanie danych w celu

lepszego poznania i zaspokojenia potrzeb klientów. Według raportu firmy Gartner z 2021 roku, do najważniejszych trendów MarTech należą m.in. wzrost znaczenia sztucznej inteligencji i automatyzacji, rozwój narzędzi do personalizacji treści i komunikacji, a także coraz większa rola platform omnichannel w integracji działań marketingowych na różnych kanałach¹⁰. Wzmocnienie kompetencji K2 Precise w tym obszarze będzie kontynuowane.

Spółka zamierza również kontynuować rozwój usług SEO i Content Marketingu. Według danych The Business Research Company, globalny rynek usług SEO urosł w 2022 roku o ok. 19% i przewiduje się, że do 2027 roku tempo wzrostu utrzyma się na poziomie ponad 18%¹¹. Na rynku polskim wg raportu Martis Consulting, rynek agencji SEO rósł w latach 2019-2021 w tempie 17-20% rocznie¹². Na dalszy wzrost obszaru SEO i CM duży wpływ ma postępująca digitalizacja firm i rozwój e-handlu. PWC przewiduje w 2023 roku ponad 13-procentowy wzrost ecommerce na polskim rynku¹³. Zarówno rozwój ecommerce jak i pozostałe widoczne trendy, m.in. rosnący udział mobilnego Internetu i wydłużający się średni czas spędzony online, będą napędzać rozwój obszaru SEO. K2 Precise oferująca klientom zaawansowaną ekspertyzę z obszaru SEO, w tym SEO technicznego oraz

treści wysokiej jakości, planuje dalszy dynamiczny rozwój tego obszaru.

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

Cały czas spółka rozwija własny portfel narzędziowy, który ma usprawnić codzienną pracę specjalistów oraz być źródłem rozbudowanych analiz konkurencji w naturalnych wynikach wyszukiwania. Dzięki wykorzystaniu analityki oraz własnych rozwiązań będziemy w stanie w 2023 roku dostarczać jeszcze lepiej konwertujące treści dla naszych Partnerów.

Przegląd opcji strategicznych

Zgodnie z raportem bieżącym nr 32/2022 z dnia 31 sierpnia 2022 r. Zarząd Spółki K2 Holding S.A. podjął decyzję o rozpoczęciu przeglądu opcji strategicznych związanych z dalszym rozwojem działalności K2 Holding S.A. oraz spółek Grupy Kapitałowej K2 Holding S.A. Podczas przeglądu rozważane są różne opcje strategiczne w odniesieniu do spółek z segmentu marketingowego Grupy tj. Agencja K2 Sp. z o.o. oraz K2

¹⁰ Magic Quadrant for Multichannel Marketing Hubs*: <https://www.salesforce.com/ap/form/conf/gartner-mq-2022/>

¹¹ Raport Business Research Company: "Search Engine Optimization Services Market Size, Trends, and Global Forecast To 2032" Research and Markets - Market Research Reports - Welcome

¹² <https://brief.pl/polska-branza-seo-w-pandemii-2020-2021-raport-pod-patronatem-grupa-icea/>

¹³ Raport Perspektywy rozwoju rynku e-commerce w Polsce 2018-2027 | Strategy& Poland (pwc.com)

Precise S.A., w szczególności poszukiwanie inwestorów strategicznych, zawarcie aliansu strategicznego, dokonanie transakcji o innej strukturze oraz sposoby wykorzystania ewentualnie pozyskanych środków, jak również brak działań K2 Holding S.A. związanych z pozyskaniem inwestora, zawarciem aliansu lub dokonaniem transakcji.

W związku z powyższym spółki segmentu marketingowego przedstawiono jako grupę aktywów przeznaczonych do sprzedaży. Zarząd oczekuje, że ewentualna transakcja zostanie dokonana w ciągu 12 miesięcy od dnia bilansowego.

K2 Create

Agencja K2 Sp. z o.o. działająca pod marką K2 Create oferuje projektowanie i prowadzenie kampanii zintegrowanych we wszystkich mediach. Zajmuje się kompleksowym opracowywaniem i wdrażaniem strategii komunikacji marek.

Podsumowanie roku 2022

W 2022 roku K2 Create odnotowała znaczący wzrost przychodów operacyjnych oraz wyników. Po restrukturyzacji biznesu w latach pandemicznych poprawiła się skuteczność operacyjna Agencji. Duże znaczenie dla dobrych wyników miały również pozyskane w pierwszej połowie roku nowe projekty biznesowe.

Agencja rozpoczęła również pod koniec 2022 roku przegląd rynku pod kątem nowych linii biznesowych, które mogą stanowić dodatkowe strumienie przychodów firmy w przyszłości.

Główni Klienci

K2 Create kontynuowała w 2022 r. współpracę z kluczowymi klientami – Netflix, Carrefour i Warta. Jednocześnie sukcesy w zakresie pozyskania nowych projektów z zeszłego roku pozwolą powiększyć tę grupę w 2023 r. o kolejnego znaczącego klienta.

Równocześnie w 2022 roku zakończyła się współpraca K2 Create z UPC wskutek przejęcia tej marki przez Play.

Jeśli chodzi o pozyskanych nowych klientów, Agencja zrealizowała w ubiegłym roku m.in. kampanię „Umiejętności Jutra” dla Google, kampanię dla Morizon.pl oraz obsługiwała w mediach digitalowych duży horyzontalny marketplace.

Ważnym projektem dla Agencji było wsparcie w fundraisingu drona Bayraktar dla ukraińskiej armii. Akcja została zainicjowana przez znanego publicystę, a K2 Create zrealizowała kampanię informacyjną i przekonującą Polaków do finansowego zaangażowania w ten projekt.

Otoczenie rynkowe

W roku 2022 rynek reklamy w Polsce wzrósł o 4,4% względem roku 2021. Najistotniejszym i najbardziej rosnącym medium był Internet, a wartość reklamy w tym obszarze wzrosła o ponad 300 mln zł do poziomu 4,9 mld zł¹⁴.

Jednocześnie presja inflacyjna i płacowa miała znaczący wpływ na rentowność wszystkich biznesów z kategorii „professional services”, co stanowiło w roku 2022 i będzie stanowić w 2023 roku duże wyzwanie biznesowe.

Rosyjska agresja na Ukrainę w skali całego roku nie miała istotnego znaczenia dla biznesu agencyjnego. K2 Create zaangażowała się we wsparcie uchodźców, wolontariat oraz w fundraising na rzecz ukraińskiej armii.

Plany 2023

Podstawowym celem na 2023 rok jest profesjonalna obsługa stałych klientów oraz zabezpieczenie głównej działalności K2 Create. Równocześnie, po dalszej ocenie szans strategicznych, planowany jest rozwój nowych linii biznesowych spośród zidentyfikowanych trendów, tj.:

- Metaverse – trend długookresowy. Technologia, która wciąż wymaga osiągnięcia odpowiedniej dojrzałości i adopcji. Pomimo spadku entuzjazmu inwestorów do tej technologii, przesłanki na rynku wskazują na dalsze zainteresowanie metaverse-ami wśród klientów korporacyjnych;
- Vertical video – rosnący trend: TikTok, instagramowe stories, digital out of home, nośniki wideo w sklepach. Liczba kontaktów przeciętnego konsumenta z treściami wideo dynamicznie rośnie. K2 Create jako uczestnik tej postępującej rewolucji chce dostarczać klientom doskonałe jakościowo, ale również rozsądne cenowo usługi kreacji i produkcji nowych formatów wideo;
- AI for creative services – wybuch zainteresowania sztuczną inteligencją nadszedł wraz z rozpowszechnieniem wielkich modeli językowych (LLM – Large Language Model);

Grupa K2 rozwija kompetencje AI od kilku lat, czego efektem jest między innymi

¹⁴ <https://nowymarketing.pl/a/41345,internet-liderem-polskiego-ryнку-reklamy-w-2022-r>

powstanie i wydzielenie działalności PerfecBot.AI jako odrębnej jednostki biznesowej. Agencja K2 Create realizuje projekty kreatywne w oparciu o nowe rozwiązania AI i planuje rozwijać usługi w tym zakresie.

Przegląd opcji strategicznych

Zgodnie z raportem bieżącym nr 32/2022 z dnia 31 sierpnia 2022 r. Zarząd Spółki K2 Holding S.A. podjął decyzję o rozpoczęciu przeglądu przez Emitenta opcji strategicznych związanych z dalszym rozwojem działalności Emitenta oraz spółek Grupy Kapitałowej K2 Holding S.A. Podczas przeglądu rozważane są przez Zarząd różne opcje strategiczne w odniesieniu do spółek z segmentu marketingowego Grupy tj. Agencja K2 Sp. z o.o. oraz K2 Precise S.A., w szczególności poszukiwanie inwestorów strategicznych, zawarcie aliansu strategicznego, dokonanie transakcji o innej strukturze oraz sposoby wykorzystania ewentualnie pozyskanych środków, jak również brak działań Emitenta związanych z pozyskaniem inwestora, zawarciem aliansu lub dokonaniem transakcji.

W związku z powyższym spółki segmentu marketingowego przedstawiono jako grupę aktywów przeznaczonych do sprzedaży. Zarząd oczekuje, że ewentualna transakcja zostanie dokonana w ciągu 12 miesięcy od dnia bilansowego.

09

Czynniki ryzyka

Ogólna sytuacja gospodarcza

Ogólna sytuacja gospodarcza Polski, w tym czynniki makroekonomiczne takie jak tempo wzrostu PKB, poziom inflacji i stóp procentowych, poziom inwestycji w gospodarce, poziom bezrobocia i związany z nim poziom konsumpcji prywatnej, bezpośrednio wpływają na decyzje przedsiębiorstw dotyczące wydatków, w tym także na świadczenia 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 jest zależny od warunków ekonomicznych firm jak również konsumentów.

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

Niepewne perspektywy gospodarcze, obniżenie wzrostu gospodarczego, atmosfera niepewności może wpłynąć niekorzystnie na nasze przychody i wyniki z działalności. Nawet jeśli Polska w wyniku w/w czynników doświadczy niższego spadku PKB w porównaniu do innych krajów, nasi klienci, wśród których jest wiele międzynarodowych firm, mogą ograniczyć globalne i lokalne budżety inwestycyjne i reklamowe, co może 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 Holding, a co za tym idzie realizowane wyniki Grupy K2, należy zaliczyć sytuację związaną z inwazją Rosji w Ukrainie. Z jednej strony, mimo wstrzymania części działań reklamowych na początku wojny w Ukrainie, Grupa K2 nie obserwuje istotnych zmian budżetów reklamowych poza spółką PerfectBot, gdzie jeden z jej głównych klientów wycofał się z rynku rosyjskiego, co miało negatywny wpływ na przychody spółki. Trudno przewidzieć jakie będą dalsze konsekwencje wojny i zachowania Klientów Grupy. Te czynniki mogą wpłynąć na wyniki Grupy w najbliższych kwartałach.



Ocena ryzyka: bardzo wysokie

Ryzyko związane ze zmianami w otoczeniu prawnym oraz interpretacją przepisów podatkowych

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


Ocena ryzyka: wysokie

Ryzyko związane ze wzrostem konkurencji i spadkiem marż

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

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

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

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

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



Ocena ryzyka: wysokie

Ryzyko nieumiejętności spełnienia oczekiwań Klientów

Spółki Grupy K2 świadczą usługi łączące w sobie różne kompetencje, w tym wiedzę i doświadczenie marketingowe, kreację reklamową oraz projektowanie i realizację systemów informatycznych. Ze względu na skomplikowaną naturę świadczonych usług, spółka Grupy K2 może być narażona na większe ryzyko popełnienia błędów bądź opóźnienia w dostawie usług. Ryzyko to będzie tym większe im bardziej złożone są świadczone usługi. Jakikolwiek błąd czy opóźnienie może skutkować:

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

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



Ocena ryzyka: średnie

Ryzyko naruszenia praw z zakresu własności intelektualnej

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



Ocena ryzyka: niskie

Ryzyko związane z utratą pracowników

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

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



Ocena ryzyka: wysokie

Ryzyko związane z bezpieczeństwem informacji i ryzyko włamania do systemu informatycznego

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



Ocena ryzyka: średnie

Ryzyko związane z ciągłością działania systemów informatycznych

Działalność K2 zależy od prawidłowego funkcjonowania systemów informatycznych, serwerów oraz infrastruktury telekomunikacyjnej, z których korzysta Grupa. Bezpieczeństwo tych systemów zależy od zdolności do udoskonalania obecnie stosowanych, a także od opracowywania oraz wdrażania nowych systemów i rozwiązań. W wyniku awarii, usterek lub innych zakłóceń prac ww. 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.


Ocena ryzyka: niskie

Ryzyko związane z niewywiązywaniem się Klientów z dotrzymania terminów płatności

Przychody spółek Grupy K2 pochodzą z realizacji umów o świadczenie określonych usług, w tym ramowych i wieloetapowych. Umowy te zawierają postanowienia co do terminów płatności. Szczególnie w okresie spowolnienia gospodarczego i turbulencji makroekonomicznych rośnie ryzyko niewypłacalności przedsiębiorstw i zatorów płatniczych. W związku z tym 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.


Ocena ryzyka: wysokie

10

**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

W sprawozdaniach finansowych za rok 2020, 2021 i 2022 został uwzględniony koszt programu motywacyjnego dla kadry zarządzającej K2 Holding S.A., który został przyjęty uchwałą nr 3 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Spółki 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. Przedmiotem programu motywacyjnego było warunkowe podwyższenie kapitału zakładowego spółki o nie więcej niż 150 000 złotych, poprzez emisję nie więcej niż 150 000 akcji. Celem warunkowego podwyższenia kapitału zakładowego

Spółki było przyznanie praw do objęcia Akcji Motywacyjnych uprawnionym z Warrantów Subskrypcyjnych z wyłączeniem w całości prawa poboru akcjonariuszy w odniesieniu do warrantów subskrypcyjnych i akcji emitowanych w ramach kapitału warunkowego, zmiany Statutu.

Osobami uprawnionymi do nabycia akcji Spółki w ramach Programu Motywacyjnego K2 Holding Spółka Akcyjna emitowanych w ramach kapitału warunkowego oraz zmiany Statutu było trzech członków zarządu Emitenta. Zgodnie z raportem bieżącym RB 34/2021 z dnia 13 października 2021 r., w dniu 13 października 2021 r., osoby uprawnione – członkowie Zarządu K2 Holding S.A., objęli łącznie 30.000 sztuk niezbywalnych w drodze czynności prawnej warrantów subskrypcyjnych serii C1 (dalej: „Warranty subskrypcyjne”) uprawniających do objęcia takiej samej ilości sztuk akcji zwykłych serii B.

Objęcie Warrantów Subskrypcyjnych C1 jest wynikiem spełnienia się warunków opisanych w § 3 pkt. 10 – 11 uchwały nr 3 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia K2 Holding S.A. z dnia 17 grudnia 2020 roku w sprawie ustanowienia programu motywacyjnego, warunkowego podwyższenia kapitału zakładowego Spółki, emisji warrantów 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.

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

Dnia 23.08.2022 r. Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy jednostki dominującej podjęło uchwałę nr 2, w której uznaje się, że zostały spełnione przesłanki realizacji celów programu motywacyjnego.

Zgodnie z raportem bieżącym nr 35/2022 z dnia 15 września 2022 r., w dniu 15 września br. osoby uprawnione – członkowie Zarządu K2 Holding S.A. objęli łącznie:

- 30.000 sztuk niezbywalnych w drodze czynności prawnej warrantów subskrypcyjnych serii C2 uprawniających do objęcia takiej samej ilości sztuk akcji zwykłych serii C;
- 30.000 sztuk niezbywalnych w drodze czynności prawnej warrantów subskrypcyjnych serii C3 uprawniających do objęcia takiej samej ilości sztuk akcji zwykłych serii D;
- 60.000 sztuk niezbywalnych w drodze czynności prawnej warrantów subskrypcyjnych serii C4 uprawniających do objęcia takiej samej ilości sztuk akcji zwykłych serii E.

Objęcie Warrantów Subskrypcyjnych C2, C3, C4 jest wynikiem spełnienia się warunków opisanych w Uchwale nr 3 Nadzwyczajnego Walnego

Zgromadzenia Spółki z dnia 17 grudnia 2020 roku w sprawie 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., zmienionej Uchwałą nr 22 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 23 sierpnia 2022 r.

Zgodnie z raportem bieżącym nr 37/2022 z dnia 11 października 2022 r. wydanie warrantów nastąpiło w dniu 11 października 2022 r.

Zgodnie z raportem bieżącym nr 38/2022 z dnia 19 października 2022 r. K2 Holding S.A. otrzymała w dniu 19 października br. oświadczenia o objęciu akcji wyemitowanych w ramach programu motywacyjnego realizowanego w ramach warunkowego podwyższenia kapitału określonego uchwałą nr 3 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 17 grudnia 2020 roku, zmienionego następnie uchwałą nr 21 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 23 sierpnia 2022 roku. Łączny koszt całego programu do ujęcia w poszczególnych latach wyniósł odpowiednio za rok 2020: 673 tys. zł, 2021: 1.175 tys. zł, 2022: 710 tys. zł. Wycena Programu została ujęta w sprawozdaniu K2 Holding S.A. jako koszt wynagrodzeń i kapitał. Analogiczne ujęcie zastosowano w sprawozdaniu skonsolidowanym Grupy K2. Z chwilą zapisania akcji B, C, D i E, emitowanych w ramach

warunkowego podwyższenia kapitału w związku z programem motywacyjnym, na rachunkach papierów wartościowych uprawnionych w dniu 17 listopada 2023 r. powstały prawa z tych akcji i zmianie uległa wysokość kapitału zakładowego do kwoty 2 467 655 zł. Aktualizacja wpisu dotyczącego wysokości kapitału zakładowego K2 Holding S.A. nastąpiła w dniu 21 marca 2023 r.

Ocena zarządzania zasobami finansowymi i możliwości realizacji zamierzeń inwestycyjnych

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

Komentarz dotyczący sezonowości / cykliczności działalności

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

Znaczące umowy dla działalności emitenta zawarte w okresie sprawozdawczym

Zgodnie z raportem bieżącym 22/2022 z dnia 23 sierpnia Emitent poinformował

o podpinaniu Aneksu Nr 23 do Umowy o Kredyt w Rachunku Bieżącym z dnia 12 sierpnia 2013 r. (dalej „Aneks”). Raportem bieżącym nr 50/2022 z dnia 25 listopada 2022 r. Emitent poinformował o podpisaniu Aneksu nr 5 z dnia 22 listopada 2022 r. do Umowy Najmu z dnia 21 grudnia 2010 r. zawartej pomiędzy Spółką a Calobra Investments Sp. z o.o. W dniu 30 grudnia 2022 r. Emitent opublikował raport bieżący nr 59/2022 dotyczący zawarcia przez Fabrity Sp. z o.o. Umów wykonawczych do Umowy ramowej z Agencją UE „FRONTEX - European Border and Coast Guard Agency”.

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 2022 r. 30,5% ogółu przychodów ze sprzedaży.

W Grupie K2 Holding występuje wolumen należności na dwóch klientach, którzy obejmują 11,5% oraz 8,2% wszystkich należności.

Postępowania

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

Transakcje z podmiotami powiązanymi na warunkach innych niż rynkowe

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

Umowy kredytowe

Dnia 22.08.2022 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 8.000 tys. PLN, Agencja K2 Sp. z o.o. w wysokości 6.000 tys. PLN. Kredyt udzielony jest do dnia 29.08.2023 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., 17 listopada 2022 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 10 listopada 2023 roku, a w K2 Precise do 13 listopada 2023 roku z limitem finansowania dostępnym dla Dostawców spółki Agencja K2 Sp. z o.o. do łącznej wysokości 1.000 tys. PLN., dla Dostawców spółki K2 Precise S.A. do łącznej wysokości 1.000 tys. PLN. Zobowiązania warunkowe są zabezpieczone wekslem in blanco i poręczeniami cywilnymi udzielonymi przez spółkę K2 Holding S.A. oraz wzajemnie Agencja K2 Sp. z o.o. i K2 Precise S.A. Wykorzystanie limitu na 31 grudnia 2022 roku wynosiło 13 tys. PLN.

Udzielone pożyczki

Na dzień 31.12.2022 r. Emitent oraz jednostki od niego zależne nie miały zawartych umów pożyczek.

Wykorzystanie przez emitenta wpływów z emisji

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

Prognozy

Emitent nie publikował prognoz wyników finansowych za opisywany rok sprawozdawczy.

Nietypowe zdarzenia i czynniki mające wpływ na wynik

Istotny wpływ na wynik skonsolidowany Grupy K2 miały opisywane powyżej: transakcja zbycia spółki Oktawave, pozyskanie inwestorów dla spółki PerfectBot oraz ujęcie spółek segmentu marketingowego jako aktywów przeznaczonych do sprzedaży. Wpływ na wynik ujawniono w notach dot. poszczególnych zdarzeń i opisach ich dotyczących. Ponadto w prezentowanym roku sprawozdawczym ujęto koszt programów opcyjnych. Bardziej szczegółowy opis programów opcyjnych znajduje się w notcie 6.2.5. Płatności w formie akcji/udziałów w Skonsolidowanym Sprawozdaniu finansowym Grupy Kapitałowej K2 Holding za rok 2022.

Wartości wynagrodzeń

Informacja na temat wartości wynagrodzeń, nagród lub korzyści, w tym wynikających z programów motywacyjnych lub premialnych 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 2021” na stronie 53 w punkcie 6.2.25. „Skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym Grupy Kapitałowej K2 Holding za rok 2022” na stronie 56 w punkcie 6.2.24., jak również w „Jednostkowym sprawozdaniu finansowym K2 Holding za rok 2022” na stronie 47 w punkcie 6.2.23.

Wynagrodzenie podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych

Dnia 2 sierpnia 2022 roku została podpisana umowa z CSWP Audyt P.S.A. (poprzednio CSWP Audyt Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Sp. k.) na badanie i przegląd sprawozdań finansowych.

Umowa z CSWP Audyt P.S.A. jest wynikiem wyboru tej spółki przez Radę Nadzorczą K2 Holding S.A. w dniu 27 lipca 2022 r. Pozostałe informacje dotyczące audytora oraz wynagrodzenia zawarte są w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym Grupy K2 Holding za rok 2022 w punkcie „Wynagrodzenie związane z usługami audytora i usługami pokrewnymi” zamieszczone jest w „Skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym Grupy Kapitałowej K2 Holding” na stronie 64.

Instrumenty finansowe

Spółki z Grupy K2 udzielają standardowych gwarancji z tytułu realizowanych kontraktów. Ryzyko z nich wynikające jest niewielkie, a ewentualne skutki finansowe niemożliwe do oszacowania. Kary umowne, których zapłaty mogą domagać się klienci, w przypadku nie wypełnienia tych zobowiązań są zróżnicowane – od kwoty 100 tys. 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 31.12.2022 roku:

- gwarancja bankowa jako zabezpieczenie umowy najmu biura z dnia 20.11.2017 roku na kwotę 24.931,98 EUR do dnia 21.04.2023 roku;
- gwarancja bankowa jako zabezpieczenie umowy najmu biura z dnia 16.01.2019 roku na kwotę 26.972,82 EUR do dnia 30.04.2023 roku;

- gwarancja bankowa jako zabezpieczenie właściwego wykonania kontraktu z dnia 09.02.2022 roku na kwotę 49.446,00 PLN do dnia 04.02.2023 roku;
- gwarancja bankowa jako zabezpieczenie umowy najmu biura z dnia 21.12.2010 roku na kwotę 254.883,80 EUR do dnia 31.01.2023 roku;
- gwarancja bankowa jako zabezpieczenie umowy najmu magazynku z dnia 12.07.2019 roku na kwotę 549,30 EUR do dnia 31.12.2023 roku.

Kredyt oraz otrzymane gwarancje bankowe, zabezpieczone są:

- cesjami wierzytelności,
- poręczeniami cywilno-prawnymi wzajemnymi wszystkich spółek w Grupie (K2 Holding S.A., K2 Precise S.A., Agencja K2 Sp. z o.o., FABRITY Sp. z o.o.) do kwoty 14.220.000 PLN do dnia 30 listopada 2026 roku,
- oświadczeniem w formie aktu notarialnego o poddaniu się egzekucji w trybie rt.. 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), przy czym klauzula wykonalności może zostać nadana w każdej chwili,
- umowy wzajemnych poręczeń wynosi 14.220.000 PLN (słownie: czternaście milionów dwieście dwadzieścia tysięcy złotych) z możliwością nadania klauzuli wykonalności najpóźniej do dnia 30 września 2027 roku.

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

Grupa Kapitałowa zarządza kapitałem w celu zachowania zdolności do kontynuowania działalności z uwzględnieniem realizacji planowanych inwestycji, tak by mogła generować zwrot dla akcjonariuszy oraz przynosić korzyści pozostałym interesariuszom. W tym celu na bieżąco monitoruje poziom kapitału własnego do sumy bilansowej oraz stosunek długu finansowego netto rozumianego jako suma zobowiązań z tytułu kredytów, pożyczek i leasingu do EBITDA. Zadłużenie finansowe netto składające się z zobowiązań z tytułu kredytów i leasingu pomniejszonych o posiadane środki pieniężne, na dzień 31 grudnia 2022 roku wyniosło -8.862 tys. zł, co oznacza nadwyżkę środków pieniężnych w stosunku do zadłużenia odsetkowego Grupy.

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 2022 r. oraz skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy Kapitałowej K2 Holding za 2022 r. i dane

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

Podpisy Członków

Zarządu K2 Holding S.A.

Paweł Wujec

Prezes Zarządu

Podpisano kwalifikowanym podpisem elektronicznym

Tomasz Burczyński

Wiceprezes Zarządu

Podpisano kwalifikowanym podpisem elektronicznym

Artur Piątek

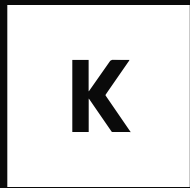
Wiceprezes Zarządu

Podpisano kwalifikowanym podpisem elektronicznym

Warszawa, dn. 26 kwietnia 2023 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 Tomasz Burczyński – Wiceprezes
Agencja K2 Sp. z o.o.	Adres: Domaniewska 44a 02-672 Warszawa NIP: 5213637793 Regon: 146333270 KRS: 0000755924	Artur Piątek – Członek Zarządu Michał Rutkowski – Członek Zarządu
FABRITY Sp. z o.o.	Adres: Domaniewska 44a 02-672 Warszawa NIP: 5213421691 Regon: 140865906 KRS: 0000274076	Tomasz Burczyński – Prezes Rafał Graboś – Wiceprezes
PerfectBot Sp. z o.o.	Adres: Domaniewska 44a 02-672 Warszawa NIP: 5213916777 Regon: 387879311 KRS: 0000877033	Łukasz Lewandowski – Prezes Mikołaj Machowczyk – Wiceprezes
K2 Precise S.A.	Adres: Domaniewska 44a 02-672 Warszawa NIP: 5272342036 Regon: 016617969 KRS: 0000065596	Paweł Wujec – Prezes Maja Biniewicz – Członek Zarządu Katarzyna Wiśniewska – Członek Zarządu



2