



**Sprawozdanie z działalności
K2 Precise S.A.
za rok 2019**

Warszawa, 10 września 2020

Spis treści

1.	Informacje ogólne	3
1.1.	Obszary działalności podstawowej	3
1.2.	Dane podstawowe.....	3
1.3.	Skład Zarządu.....	3
2.	Zdarzenia istotnie wpływające na działalność jednostki.....	3
3.	Przewidywany rozwój jednostki	5
4.	Wybrane wskaźniki finansowe	6
5.	Aktualna i przewidywana sytuacja finansowa.....	6
6.	Instrumenty finansowe	7
7.	Podpisy.....	8

1. Informacje ogólne

1.1. Obszary działalności podstawowej

K2 Precise S.A. oferuje usługi, które pozwalają zaspokoić potrzeby klientów zarówno w zakresie budowy wizerunku i pozycji marki, jak i realizacji celów sprzedażowych. W centrum zainteresowania Spółki znajdują się głównie media interaktywne i ekranowe. W K2 Precise S.A. wyróżniamy aktualnie następujące grupy kompetencji i zasobów oparte na potencjale Grupy K2:

- marketing precyzyjny – programatyczny model zakupu mediów, kampanie programatyczne, usługi paid search i paid social, umiejętność integracji różnych usług i kanałów dotarcia w ramach strategii reklamowych;
- SEO, content marketing, performance marketing, kampanie TV, multiscreen;
- komunikacja – analiza danych rynkowych, sprzedażowych, analiza zachowań i motywacji konsumentów;
- strategia, analiza webowa, business intelligence.

1.2. Dane podstawowe

Nazwa: K2 Precise Spółka Akcyjna („K2 Precise S.A.”; „Spółka”)

Siedziba na dzień sporządzenia sprawozdania finansowego: ul. Domaniewska 44a, 02-672 Warszawa

1.3. Skład Zarządu na dzień zatwierdzenia sprawozdania do publikacji

— Paweł Wujec – Prezes Zarządu

Prokurenci:

Michał Paschalis – Jakubowicz

Artur Piątek

2. Zdarzenia istotnie wpływające na działalność jednostki

Miniony rok był dla K2 Precise momentem istotnej zmiany pozycjonowania z marki K2 Media (pod którą działała od 2013r.) na K2 Precise, konsekwentnej realizacji strategii budowania pozycji lidera w obszarze marketingu precyzyjnego oraz kolejnym okresem rozwoju kompetencji z obszaru analityki i data science. Spółka umocniła również swoją pozycję w obszarze performance marketingu i marketing automation, co potwierdziły decyzje kluczowych Klientów K2 Precise o kontynuacji i rozpoczęciu współpracy w efekcie wygranych procesów przetargowych.

Kluczowym sukcesem w minionym roku była największa wygrana w historii Grupy K2 – przetarg na wybór partnera strategiczno-technologicznego dla Carrefour Polska. Spółka pokonała w tym procesie zarówno renomowane, międzynarodowe agencje sieciowe jak i rodzime, digitalowe spółki specjalistyczne. W efekcie wygranej, współpraca z tym klientem uległa znacznemu poszerzeniu.

Rok 2019 to także okres rozwijania autorskiego narzędzia DMP w ramach możliwości jakie daje ustawa o RODO. Nowe wyzwania z nią związane wymagały ewaluacji dotychczasowego podejścia. K2 Precise wypracowała rozwiązanie utrzymujące funkcjonalność narzędzia i skutecznie wykorzystywała je w działaniach dla swoich klientów.

W portfolio kompetencji Spółki znajdują się także usługi w zakresie planowania i optymalizacji kampanii TV i Multiscreen. Rok 2019 był okresem wzrostu przychodów Spółki w tym obszarze, w przeciwieństwie do rynkowych spadków.

Połączenie spółek K2 Media S.A. oraz K2 Search Sp. z o.o. oraz zmiana nazwy spółki K2 Media S.A. na K2 Precise S.A.

Na posiedzeniu Zarządu spółek K2 Media S.A. oraz K2 Search Sp. z o.o. dnia 25 lutego 2019 roku powzięto uchwały w sprawie połączenia obydwu spółek. Plan połączenia został zgłoszony do Sądu Rejestrowego na podstawie art. 500 § 1 k.s.h. oraz przyjęty do akt spółki K2 Media S.A. zgodnie z Postanowieniem Sądu Rejonowego dla m. st. Warszawy, XIII Wydział KRS z dnia 14 maja 2019 roku. Połączenie w drodze przejęcia przez K2 Media S.A. (jako spółkę przejmującą) spółki K2 Search Sp. z o.o. (jako spółki przejmowanej) nastąpiło z chwilą wydania przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego postanowienia z dnia 8 lipca 2019 roku, w przedmiocie wpisu połączenia spółek do KRS. Jednocześnie w następstwie połączenia zmieniono także nazwę spółki K2 Media S.A. na K2 Precise S.A.

Informacje o ważniejszych osiągnięciach w dziedzinie badań i rozwoju

Nie miały miejsca.

Informacje o istotnych zdarzeniach wpływających na działalność jednostki po dniu bilansowym

Kierownictwo K2 Precise na bieżąco analizuje sytuację gospodarczą i wpływ koronawirusa SARS-CoV-2 i epidemii COVID-19 na rynek reklamowy oraz działalność Spółki, niemniej jednak faktyczne skutki rozprzestrzeniania się koronawirusa i wpływ epidemii na działalność K2 Precise w roku 2020 są na ten moment niemożliwe do oszacowania. Skutki pandemii uzależnione są od czynników, które pozostają poza kontrolą oraz związane są z wyjątkowo dużą niepewnością i zmiennością sytuacji rynkowej.

Na bazie pierwszych, i w związku z tym ograniczonych, informacji na temat wpływu pandemii koronawirusa na przychody Spółki, Zarząd K2 Precise przeprowadził stress-testy poziomu pozycji gotówkowej w krótkim i średnim okresie, a pozytywne wyniki tego testu przedstawił Radzie Nadzorczej K2 Internet S.A. w dniu 23 marca 2020 roku. Monitoring kluczowych wartości finansowych odbywa się w sposób ciągły, w tym zwłaszcza poziomu przewidywanych przychodów i struktury należności handlowych. Podjęte zostały również decyzje o ograniczeniu wydatków operacyjnych i inwestycyjnych.

Jednocześnie Zarząd spółek z Grupy K2 aktywnie poszukuje szans wzrostu sprzedaży usług, które z racji na pandemię mogą być obszarem szczególnego zainteresowania np. e-commerce, zdalne środowiska IT, usługi chmurowe i outsourcing infrastruktury. Wyzwaniem, a zarazem szansą dla Spółek z Grupy K2 na rok 2020 jest szybka reakcja na potrzeby rynku w trudnym okresie pandemii i po jego zakończeniu.

3. Przewidywany rozwój jednostki

W roku 2020 K2 Precise planuje dalszy rozwój kompetencji SEO, stawiając głównie na data driven SEO i budowę pozycji lidera w voice search. Jednocześnie ze względu na wzrost znaczenia content marketingu (wg HubSpot 70% marketerów aktywnie inwestuje w marketing treści, a dla 60% Content Marketing jest bardzo lub niezwykle ważny dla ich całościowych strategii marketingowych) Spółka będzie rozwijać ofertę w szeroko rozumianym content marketingu.

Rynkiem, z którego wzrostu K2 Precise również korzysta jest e-commerce. Wzrost w tym obszarze jest 2-krotnie szybszy niż w przypadku rynku reklamowego (szacunkowo polski rynek e-commerce rośnie o ponad 20% rocznie i jest jednym z najbardziej dynamicznych w Europie). W związku z tym Spółka planuje dalszy rozwój usług opartych o dane, user experience i martech w połączeniu z ekspertyzą reklamową.

Pandemia wywołana koronawirusem SARS-CoV-2 będzie miała znaczący wpływ na rynek reklamy. Jednocześnie nie sposób na dzień dzisiejszy precyzyjnie określić siły i wektorów tych zmian, z uwagi na utrzymującą się niepewność co do rozwoju sytuacji epidemiologicznej, makroekonomicznej, wreszcie decyzji konsumentów i Klientów.

Na dzień publikacji niniejszego raportu, istnieje jednak ryzyko obniżenia poziomu sprzedaży w roku 2020 i w związku z tym pogorszenia wyników finansowych K2 Precise. Jest to spowodowane faktem, że faktyczne skutki rozprzestrzeniania się koronawirusa SARS-CoV-2 i wpływu epidemii COVID-19 na biznes Klientów Spółki w roku 2020 są na ten moment niemożliwe do oszacowania.

4. Wybrane wskaźniki finansowe

Wybrane wskaźniki finansowe		2019	2018	2017
Rentowność operacyjna	EBIT / Przychody ze sprzedaży	2,0%	2,4%	4,0%
Rentowność EBITDA	EBITDA / Przychody ze sprzedaży	3,0%	3,7%	5,3%
ROS	Zysk netto / Przychody ze sprzedaży usług	1,4%	1,8%	3,1%
ROA	Zysk netto / Aktywa razem	4,4%	5,9%	9,8%
ROE	Zysk netto / Kapitał własny	23,1%	27,1%	39,5%
Płynność bieżąca	Aktywa obrotowe / (Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe)	1,2	1,2	1,2
Wskaźnik wydajności gotówkowej sprzedaży	Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej / Przychody ze sprzedaży	-3,4%	3,9%	1,7%

5. Aktualna i przewidywana sytuacja finansowa

Dalszy rozwój współpracy z najważniejszymi Klientami zaowocował najwyższymi w historii segmentu przychodami ze sprzedaży w wysokości blisko 50,5 milionów złotych, uzyskując tym samym 7% dynamikę wzrostu w stosunku do roku poprzedniego. Mimo kontynuacji współpracy ze wszystkimi najważniejszymi klientami tj: Carrefour, Nutricia, Nutropharma, Provident, Grupa Pracuj.pl, Orbico Beauty, Glosel (TaniaKsiazka.pl), spółka miała nieco gorszy wynik EBIT w porównaniu z rokiem poprzednim. Spowodowane to było głównie wzrostem kosztów usług obcych. W 2019 roku zysk brutto ze sprzedaży wyniósł 7,5%, będąc niższy o 1,3 p.p. niż w roku 2018, kiedy to stanowił 8,8%.

6. Instrumenty finansowe

Spółka zarządza wszystkimi opisanymi poniżej elementami ryzyka finansowego, które może mieć znaczący wpływ na jej funkcjonowanie w przyszłości, kładąc w tym procesie największy nacisk na zarządzanie ryzykiem rynkowym, w tym ryzykiem stopy procentowej oraz ryzykiem kredytowym i ryzykiem utraty płynności. Celem zarządzania ryzykiem kredytowym jest ograniczenie strat Spółki mogących wynikać z niewypłacalności klientów. Cel ten jest realizowany poprzez bieżące monitorowanie wiarygodności kredytowej klientów wymagających kredytowania powyżej określonej kwoty. Celem zarządzania płynnością finansową jest zabezpieczenie Spółki przed jej niewypłacalnością. Cel ten jest realizowany poprzez systematyczne dokonywanie projekcji zadłużenia w horyzoncie do 1 roku, a następnie aranżację odpowiednich źródeł finansowania. Ekspozycja na ryzyko kredytowe, ryzyko stopy procentowej powstaje w trakcie normalnej działalności Spółki..

Ryzyko stopy procentowej

Spółka jest narażona na ryzyko zmian stóp procentowych, w przypadku posiadania zadłużenia finansowego, dla którego odsetki liczone są na bazie zmiennej stopy procentowej.

Ryzyko płynności

Ostrożne zarządzanie ryzykiem utraty płynności Spółki zakłada utrzymywanie przede wszystkim odpowiedniego poziomu środków pieniężnych. Nadwyżki środków pieniężnych są lokowane w depozytach bankowych.

Ryzyko kredytowe

Aktywa finansowe narażone na ryzyko kredytowe to głównie należności od klientów, a w mniejszym stopniu środki pieniężne i lokaty bankowe. Klienci, od których są należne znaczące kwoty z tytułu sprzedaży są to głównie renomowane przedsiębiorstwa o ugruntowanej pozycji na rynku krajowym i międzynarodowym. W konsekwencji K2 Precise S.A. jest w niewielkim stopniu narażona na ryzyko kredytowe. Polityką Spółki jest lokowanie wolnych środków pieniężnych jedynie w instytucjach finansowych o wysokiej wiarygodności finansowej. Stan należności podlega ciągłemu monitoringowi.

Ryzyko walutowe

Ryzyko walutowe wynika głównie z zakupów płatnych w walutach obcych oraz nominowanych w walutach obcych. Spółka nie zabezpiecza się przed ryzykiem walutowym poprzez zakupy terminowych kontraktów walutowych. Zdaniem kierownictwa K2 Precise S.A. relatywnie niewielkie obroty w walutach obcych sprawiają, że ryzyko walutowe w prowadzonej działalności jest niskie.

7. Podpisy

Data: 10 września 2020

Podpisy Członków Zarządu K2 Precise S.A.

Podpisano kwalifikowanym
podpisem elektronicznym

Paweł Wujec
Prezes Zarządu