

I kwartał w Grupie K2

W pierwszym kwartale 2016 wartość sprzedaży skonsolidowanej wzrosła w stosunku do analogicznego okresu roku 2015 o blisko 6%.

(tys. pln)	1Q 2011	1Q 2012	1Q 2013	1Q 2014	1Q 2015	1Q 2016
Sprzedaż	15 148	14 517	12 297	14 317	17 984	19 061
EBITDA	1 933	505	-571	474	- 284	- 128
EBITDA (%)	12,8%	3,5%	- 4,6%	3,3%	- 1,6%	- 0,7%
EBIT	1 581	35	- 1 431	- 510	- 1 277	- 1 235
EBT	1 619	96	- 1 582	- 875	- 1 302	- 1 255
Zysk netto	1 187	26	- 1 209	- 824	-1 205	- 1 047
Zysk netto (%)	7,8%	0,2%	- 9,8%	- 5,8%	- 6,7%	- 5,5%

(tys. pln)	4Q 2014	1Q 2015	2Q 2015	3Q 2015	4Q 2015	1Q 2016
Sprzedaż	25 322	17 984	21 883	21 940	25 794	19 061
EBITDA	3 008	- 284	1 405	2 177	2 878	- 128
EBITDA (%)	11,9%	- 1,6%	6,4%	9,9%	11,2%	- 0,7%
EBIT	683	- 1 277	300	1 081	1 886	- 1 235
EBT	616	- 1 302	492	1 054	1 891	- 1 255
Zysk netto	426	- 1 205	487	819	1 471	- 1 047
Zysk netto (%)	1,7%	- 6,7%	2,2%	3,7%	5,7%	- 5,5%

Źródło: Skonsolidowane wyniki finansowe K2 Internet SA według MSSF.

Obok kluczowego dla pierwszego kwartału efektu sezonowości, głównym czynnikiem mającym wpływ na dane finansowe Grupy i na brak istotnej poprawy wskaźników zyskowności w tym okresie, było większe niż zazwyczaj zaangażowanie w procesy sprzedażowe, duże przetargi dla nowych i aktualnych klientów oraz poniesione w związku z tym koszty. Ta sytuacja dotyczyła 3 segmentów działalności: mediowego, rozwiązań IT oraz agencyjnego, w przypadku którego na osiągnięte wyniki wpłynęło również przesunięcie realizacji części projektów z pierwszego na drugi kwartał b.r. Z drugiej strony rozstrzygnięte już postępowania przetargowe oraz liczne trwające przetargi, pozwalają oczekiwać poprawy wyników w kolejnych kwartałach.

Wzrost sprzedaży pierwszego kwartału w Oktawave zbliżony jest do oczekiwań zarządu przy jednoczesnej realizacji celów na poziomie zyskowności. Przebieg projektów inwestycyjnych zwiększających możliwości środowiska chmurowego oraz rozpoczęte wątki sprzedażowe i przetargi również wskazują, że kolejne kwartały powinny przynieść dalsze wzrosty sprzedaży.

Agencja K2 w pierwszym kwartale b.r. prowadziła działania dla wszystkich dotychczasowych znaczących Klientów, w tym dla PKO BP, w przypadku którego nastąpił rozwój współpracy w obszarze utrzymania serwisów banku i prac rozwojowych oraz dla Volkswagen, któremu intensywnymi działaniami internetowymi Agencja pomogła przeskoczyć z trzeciego na drugie miejsce w rankingu sprzedaży samochodów osobowych w 2015 r.

Działania sprzedażowe spółki i wygrane przetargi zaowocowały pozyskaniem do portfela firmy z branży farmaceutycznej oraz spółki OCHNIK S.A., jak również wspólnego dla Agencji i K2 Media klienta – firmy H&M. Dla ostatniej z nich obie spółki z Grupy K2 świadczą usługi w 5 krajach: Polsce, Czechach, Słowacji, Rumunii i na Węgrzech. Agencja realizuje dla H&M usługi projektowe, natomiast dla spółki OCHNIK S.A. oraz nowego klienta z branży farmaceutycznej działania w zakresie prowadzenia kampanii reklamowych.

Funkcjonujący w ramach Agencji K2 zespół K2 Disruptive Lab, którego oferta kierowana jest do korporacji, chcących uruchomić przełomowe przedsięwzięcie biznesowe, rozpoczął w pierwszym kwartale b.r. projekt usprawniający procesy Digital Assets Management dla globalnego, amerykańskiego koncernu FMCG. Jest to system do zarządzania danymi cyfrowymi w oparciu o narzędzia z obszaru Virtual Reality i Image Recognition (wirtualna rzeczywistość i rozpoznawanie obrazu). K2 Disruptive Lab prowadził ponadto komercjalizację nowatorskich rozwiązań w obszarze prezentacji dużych ilości danych medycznych dla szwajcarskiej grupy z sektora opieki zdrowotnej.

Dział DOOH Agencji K2 w ubiegłym kwartale b.r. przeprowadził dla marki Żywiec Zdrój kampanię w mechanice Ambient 2.0 „Gigantyczne Słońce nad Warszawą”. W pierwszej odsłonie kampanii, na budynku w centrum Warszawy uruchomiona została instalacja imitująca gigantyczne słońce, natomiast w jej drugiej części uruchomiony został ekran LED oraz serwis www.podarujslonce.pl.

Pierwszy kwartał w spółkach z segmentu mediowego Grupy K2 (**K2 Media i K2 Search**) charakteryzował się blisko 20 procentowym wzrostem przychodów w stosunku do analogicznego okresu roku 2015. Wpływ na wynik finansowy miała bieżąca obsługa kluczowych klientów, m.in. Nutricia, Carrefour, PZU, czy Costa, stałe poszerzanie zakresu świadczonych usług dla obecnych Klientów oraz nawiązana współpraca z nowymi partnerami.

Do grona Klientów Grupy dołączyła m.in. marka H&M, Meltiki i Vitapil – marki z portfolio firmy NUTROPHARMA i TaniaKsiążka.pl. W ramach współpracy z H&M zespół K2 Media świadczy usługi w mediach społecznościowych. Dla sklepu TaniaKsiążka.pl, będą świadczone usługi SEM przez platformę Double Click Search firmy Google.

Pierwszy kwartał 2016 roku to również początek działalności operacyjnej aliansu Newnited, w ramach którego spółka wygrała konkurs ofert na obsługę mediową online i offline m.in. dwóch marek firmy NUTROPHARMA – Meltiki, Vitapil. Alians daje również możliwości skutecznego ofertowania kampanii TV i

powiązanych usług content marketingowych, czego przykładem jest rozpoczęta, w wyniku wygranego przetargu, realizacja projektu dla klienta AmeriGas.

K2 Media jako jedna z niewielu agencji mediowych w ramach kształtowania przewag konkurencyjnych i dostosowywania swojej oferty do oczekiwań rynku, rozwija kompetencje analityczne i autorską technologię modelowania atrybucyjnego. W ramach tych kompetencji w pierwszym kwartale przeprowadzone zostały testy usług dla najważniejszych Klientów. Pozytywne wyniki mogą przełożyć się na rozwój biznesu w kolejnych kwartałach.

Pierwszy kwartał to również nominacje w prestiżowych, branżowych konkursach. Kampania „Dbaj o naturę tak, jak natura dba o Ciebie” realizowana dla marki Żywiec Zdrój przez K2 Media oraz Agencję K2 otrzymała nominację do Innovation Ad w kategorii Interaction, w konkursie Young Creative przyznana została nominacja w kategorii Print za projekt plakatu dla organizacji Dzielnica Wisła, a realizowana w ubiegłym roku we współpracy z Fundacją Batorego kampania Stop Mowie Nienawiści otrzymała nominację w konkursie Gala Twórców (Blog Roku) w kategorii „Video Roku”.

W pierwszym kwartale 2016 roku **FABRITY**, spółka w Grupie K2 dostarczająca biznesowe rozwiązania IT, koncentrowała się na inwestycjach związanych z rozbudową zespołów sprzedaży i wsparcia sprzedaży. W efekcie nastąpiło poszerzenie i reorganizacja zespołów sprzedażowych, firma zwiększyła możliwości w zakresie obsługi rynku publicznego, nowych branż w segmencie klientów komercyjnych (m.in. transport, usługi medyczne), a także w segmencie klientów zagranicznych (Europa Zachodnia i USA).

Do grona kluczowych klientów spółki dołączyła firma z branży zarządzania flotami schodowymi. Firma pracowała również nad przetargiem dla Ministerstwa Obrony Narodowej, co ostatecznie zakończyło się zawarciem kontraktu na początku drugiego kwartału.

Spółka rozpoczęła również prace nad uruchomieniem kolejnego oddziału, w którym budowane będzie centrum kompetencji w obszarze usług budowy oprogramowania. W efekcie planowane jest uruchomienie w drugim kwartale b.r. oddziału w Rzeszowie.

OKTAWAVE koncentrowała się w pierwszym kwartale b.r. głównie na rozbudowie zaplecza infrastrukturalnego, a także planowaniu i rozpoczęciu prac rozwojowych związanych z nowym API (Application Programming Interface – interfejs programistyczny aplikacji) i panelem administracyjnym. Działania te powiązane są z planowanym na ten rok odświeżeniem wizerunku firmy.

W zakresie ukończonych projektów, spółka może pochwalić się certyfikatem ISO 27001. Oktawave we współpracy z konsultantami dostosowała wszystkie procedury wewnętrzne do wymogów standardu, co pozwoliło na przeprowadzenie ostatecznego audytu potwierdzającego bezpieczeństwo przetwarzania danych w chmurze obliczeniowej. Komunikacja związana z tym osiągnięciem będzie prowadzona od połowy drugiego kwartału.

Ważnym wydarzeniem było również nawiązanie współpracy z firmą Red Hat. Oktawave, jako pierwszy dostawca usług IaaS z Polski, działa w programie Certified Cloud & Service Provider, w ramach którego oferuje możliwość uruchamiania w pełni wspieranego systemu RHEL (Red Hat Enterprise Linux) w wersji 6 i 7. Dzięki temu partnerstwu portfolio usług skierowanych do klientów klasy enterprise zostało powiększone o kolejny profesjonalny i bezpieczny system operacyjny.

Strategia marketingowa i sprzedażowa pozwoliła także na wzbogacenie portfolio Klientów o 89 nowych firm. Wśród nich znajduje się m.in. dostawca systemów ERP IDEA07.

Niniejszy dokument został przygotowany przez spółkę K2 Internet S.A („Spółka”). Dane i informacje w nim zawarte nie przedstawiają pełnej ani spójnej analizy finansowej. Szczegółowy opis działalności i stanu finansowego Spółki i Grupy został przedstawiony w raportach bieżących i okresowych dostępnych na www.k2.pl. Spółka zaleca oparcie decyzji inwestycyjnych o informacje zawarte w raportach bieżących i/lub o rekomendacje wyspecjalizowanych podmiotów zajmujących się doradztwem inwestycyjnym.

Niniejszy dokument zawiera stwierdzenia odnoszące się do przyszłości. Stwierdzenia takie nie mogą być jednak rozumiane jako prognozy Spółki lub zapewnienia co do spodziewanych przyszłych wyników Spółki. Oczekiwania Zarządu oparte są bowiem na bieżącej wiedzy, świadomości lub/i dostępnych obecnie informacjach i są zależne od szeregu czynników, które mogą spowodować, iż faktycznie osiągnięte w przyszłości wyniki, będą w sposób istotny różnić się od stwierdzeń zawartych w niniejszym dokumencie.

Szczegółowych informacji udzielają:

<p>Tomasz Tomczyk Prezes Zarządu tomasz.tomczyk@k2.pl+ 48 607 590 497</p>	<p>Artur Piątek Dyrektor Operacyjny artur.piatek@k2.pl + 48 691 600 124</p>	<p>Emilia Gajzler Specjalista ds. Administracji i Relacji Inwestorskich emilia.gajzler@k2.pl relacje@k2.pl + 48 695 660 592</p>
---	---	--