

## I kwartał w Grupie K2

Grupa K2 Internet odnotowała w pierwszym kwartale 2019 r. wyniki finansowe niższe od wyników osiągniętych w analogicznym okresie roku ubiegłego. Związane jest to głównie z nietypową dla tego okresu zmniejszoną aktywnością niektórych klientów oraz istotnymi kosztami działań sprzedażowych.

PLN ('000)	1Q 2014	1Q 2015	1Q 2016	1Q 2017	1Q 2018	1Q 2019
Sprzedaż	14 317	17 984	19 061	24 794	26 116	27 705
EBITDA	474	-284	-128	1 573	1 525	1 526
EBITDA (%)	3,3%	-1,6%	-0,7%	6,3%	5,8%	5,5%
EBIT	-510	-1 277	-1 235	240	326	-290
EBT	-875	-1 302	-1 255	127	186	-431
Zysk netto	-824	-1 205	-1 047	-55	105	-257
ROS (%)	-5,8%	-6,7%	-5,5%	-0,2%	0,4%	-0,9%

PLN ('000)	4Q 2017	1Q 2018	2Q 2018	3Q 2018	4Q 2018	1Q 2019
Sprzedaż	34 291	26 116	24 517	25 066	33 093	27 705
EBITDA	3 998	1 525	1 703	1 889	2 854	1 526
EBITDA (%)	11,7%	5,8%	6,9%	7,5%	8,6%	5,5%
EBIT	2 651	326	524	677	1 521	-290
EBT	2 479	186	517	568	1 484	-431
Zysk netto	2 439	105	407	529	1 284	-257
ROS (%)	7,1%	0,4%	1,7%	2,1%	3,9%	-0,9%

Źródło: Skonsolidowane wyniki finansowe K2 Internet SA według MSSF. Wpływ zastosowania MSSF16 na wynik EBITDA w 1Q2019 wynosi +417 tys. PLN.

### SEGMENT AGENCYJNY

W związku z nietypową dla pierwszego kwartału zmniejszoną aktywnością niektórych klientów oraz istotnymi kosztami działań sprzedażowych, segment agencyjny zakończył pierwszy kwartał 2019 roku poniżej oczekiwań Zarządu. Zarząd Spółki podjął działania zarówno mające na celu redukcję kosztów jak i rekonstrukcję niektórych umów z klientami. Zmiany będą stopniowo widoczne w kolejnych kwartałach bieżącego roku, przy czym większość z nich ujawni się w drugim półroczu 2019 roku.

W tym czasie Agencja współpracowała ze wszystkimi dotychczasowymi Klientami, jak również wygrała prowadzony przez Grupę Żywiec przetarg dotyczący digitalowej obsługi marki Desperados. Po szczegółowym przeanalizowaniu ofert kilku agencji, podjęto decyzję o kontynuowaniu współpracy z Agencją K2. Marka Desperados współpracuje z K2 od 2013 roku. Jednym z najważniejszych, wspólnych osiągnięć Agencji i Klienta, jest realizacja pierwszej polskiej loterii w całości prowadzonej przez messengerowego chatbota. Projekt ten nagrodzono m.in. brązową statuetką Mixx Awards oraz brązowym Innovation Ad. Ważnym osiągnięciem pierwszego kwartału było wygranie wspólnie z K2 Precise przetargu na kampanię 360 stopni wprowadzającą na rynek nowy produkt z portfolio Princes Foods Besloten Vennootschap – Majonez Wielkopolski. Agencja K2 opracowała strategię i koncept kreatywny kampanii, K2 Precise zaś zaplanowała do niej media. Działania obejmują ATL, BTL, digital, social

media oraz współpracę z influencerami. Agencja K2 jest odpowiedzialna m.in. za przygotowanie spotów reklamowych do TV i digitalu, reklamy prasowe, content do social mediów oraz landing page kampanii. K2 Precise zaś opracuje kompleksowy media plan do wszystkich ww. kanałów komunikacji. Firma Princes Foods Besloten Vennootschap jest wiodącym międzynarodowym dostawcą jedzenia oraz napojów.

Funkcjonujący w ramach Agencji K2 zespół doradczy K2 Digital Transformation, kontynuuje rozwój marki K2Bots.AI, wspierającej korporację w rozwoju usług opartych o sztuczną inteligencję i interfejsy konwersacyjne – głosowe i tekstowe. K2Bots.AI spotkało się z dużym zainteresowaniem rynku, co wspiera oczekiwania odnośnie nowych wdrożeń w tym obszarze.

## **SEGMENT MEDIOWY**

Pierwszy kwartał w spółkach z segmentu mediowego Grupy K2 (K2 Media i K2 Search) charakteryzował się 28% - wym wzrostem przychodów w stosunku do analogicznego okresu roku 2018. Wpływ na wynik finansowy miała przede wszystkim bieżąca obsługa kluczowych Klientów, m.in. spółek należących do Grupy Danone takich jak Nutricia czy Żywiec Zdrój oraz takich firm jak Carrefour, Pracuj, Orbico Beauty oraz Provident. Pozytywnie rozstrzygnięty został przetarg na działania wprowadzające na rynek Majonez Wielkopolski firmy Princess Foods Besloten Vennootschap. Najważniejszym wydarzeniem w segmencie mediowym było uruchomienie firmy K2 Precise, która zastąpiła markę K2 Media. Ambicją nowej firmy jest pozycja lidera w wykorzystaniu danych i precyzyjnej komunikacji na potrzeby generowania sprzedaży i rozwoju biznesu klientów. Centralną rolę w K2 Precise odgrywają kampanie programatyczne, analityka oraz business intelligence. Domeną firmy pozostaje digital. K2 Precise będzie jednak również realizować projekty i kampanie TV oraz inwestuje w rozwój tego obszaru. Firma kontynuuje współpracę ze wszystkimi jej dotychczasowymi klientami. Ruszyły działania marketingowe promujące nową markę i stronę k2precise.pl. Z myślą o dalszym rozwoju kompetencji programatycznych spółka podpisała umowę z międzynarodową firmą Adform, specjalizującą się w dostarczaniu kompleksowych rozwiązań z tego obszaru.

## **FABRITY - SEGMENT ROZWIĄZAŃ IT**

W pierwszym kwartale 2019 roku FABRITY utrzymało zgodnie z przyjętym biznes planem, stabilność przychodów pochodzących od stałych klientów, w największym stopniu pozyskanych w ciągu ostatnich 3 lat. Przychody segmentu FABRITY w pierwszym kwartale 2019 roku wzrosły o 12% w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego.

Do grona nowych klientów firmy dołączyła międzynarodowa firma produkcyjna z Austrii, dla której FABRITY będzie dostarczać usługi rozwoju oprogramowania i z czasem, usługi zarządcze utrzymania rozwiązań.

Spółka rozwinęła w tym okresie również zespoły sprzedażowe, ukierunkowane na pozyskiwanie nowych klientów zarówno na rynkach eksportowych, jak i w Polsce. Resegmentacja oferty i rynków w nowej strukturze zespołów zajmujących się rozwojem biznesu pozwoliła na większą specjalizację w sprzedaży usług rozwoju oprogramowania i usług zarządczych, outsourcingu specjalistów IT i oferty z zakresu specjalistycznych rozwiązań.

Od maja 2019 roku, firma zmienia lokalizację biura w Łodzi, co jest związane z planami rozwoju w tej lokalizacji. Oddział FABRITY mieścić się będzie w nowym budynku Ogrodowa Office, przy ul. Ogrodowej 8.

Spółka pracuje również nad nową identyfikacją wizualną i komunikacją marketingową, której uruchomienie planowane jest w drugim kwartale br.

**OKTAWAVE - SEGMENT INFRASTRUKTURALNY**

Przychody operacyjne segmentu OKTAWAVE, dostarczającego usługi przetwarzania danych w chmurze obliczeniowej i usługi hostingu zarządzalnego, w pierwszym kwartale roku 2019 osiągnęły dynamikę r/r wynoszącą blisko 8%. Głównym czynnikiem wzrostu jest zwiększenie przychodów z bazy klientów oraz wdrożenie nowych procesów sprzedażowych.

Obrany kierunek rozwoju przedsiębiorstwa oparty jest o strategię wspierania rozwoju biznesu klientów poprzez migrację do bezpiecznej chmury publicznej i jej utrzymania. OKTAWAVE udostępnia zarówno własną certyfikowaną infrastrukturę zlokalizowaną w Polsce, jak i rozwiązania globalne. W efekcie w pierwszym kwartale br. spółka skupiona była na wdrożeniu nowej strategii rozwoju i pozycjonowania usług, tj. na budowie oferty Multicloud - usługi pozwalającej dostarczać klientom środowiska oparte o wielu dostawców oraz budowie i rozwoju zespołu Cloud Masters, tj. usługi migracji systemów informatycznych do chmury OKTAWAVE oraz rozwiązań globalnych. Obecnie trwają procesy certyfikacji zespołów technicznych w zakresie chmur Amazon AWS oraz Microsoft Azure.

W ramach działań inwestycyjnych OKTAWAVE jest w trakcie finalizacji uruchomienia drugiego centrum danych. Ponadto spółka kontynuowała realizację projektów rozwojowych, w tym m.in. rozpoczęła komercjalizację projektu Horizon (przetwarzania danych w czasie rzeczywistym), który rynkowo został nazwany Oktawave Data Flow. W maju 2019 została także wdrożona nowa wersja strony sprzedażowej – zgodnej z nową strategią rynkową spółki.

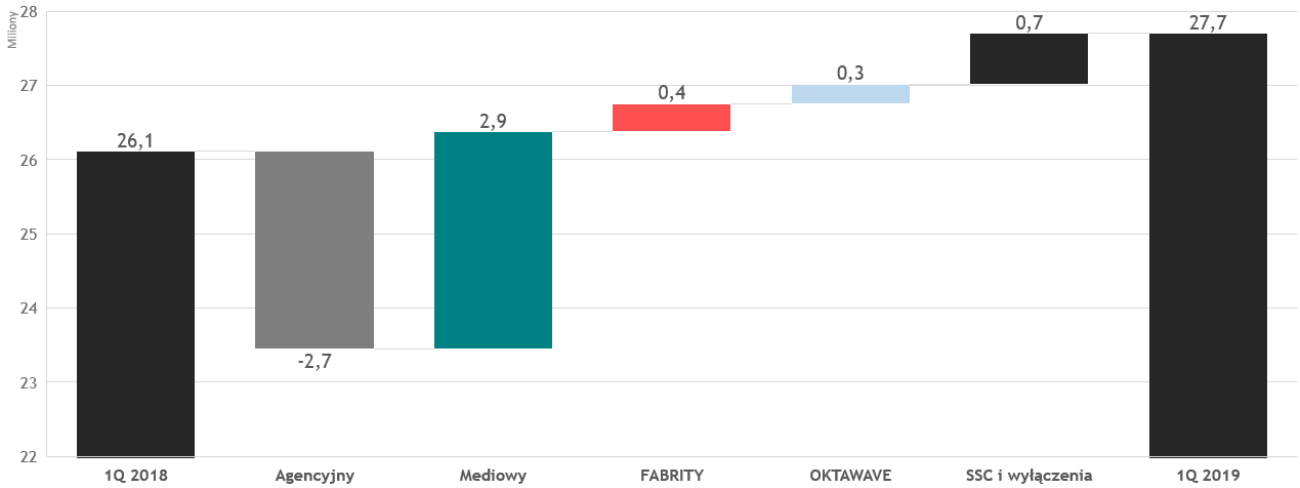
Niniejszy dokument został przygotowany przez spółkę K2 Internet S.A („Spółka”). Dane i informacje w nim zawarte nie przedstawiają pełnej ani spójnej analizy finansowej. Szczegółowy opis działalności i stanu finansowego Spółki i Grupy został przedstawiony w raportach bieżących i okresowych dostępnych na [www.k2.pl](http://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 <a href="mailto:tomasz.tomczyk@k2.pl">tomasz.tomczyk@k2.pl</a></p>	<p>Artur Piątek Dyrektor Operacyjny <a href="mailto:artur.piatek@k2.pl">artur.piatek@k2.pl</a></p>	<p>Emilia Gajzler Starszy Specjalista ds. Relacji Inwestorskich <a href="mailto:emilia.gajzler@k2.pl">emilia.gajzler@k2.pl</a> <a href="mailto:relacje@k2.pl">relacje@k2.pl</a></p>
---	--	---

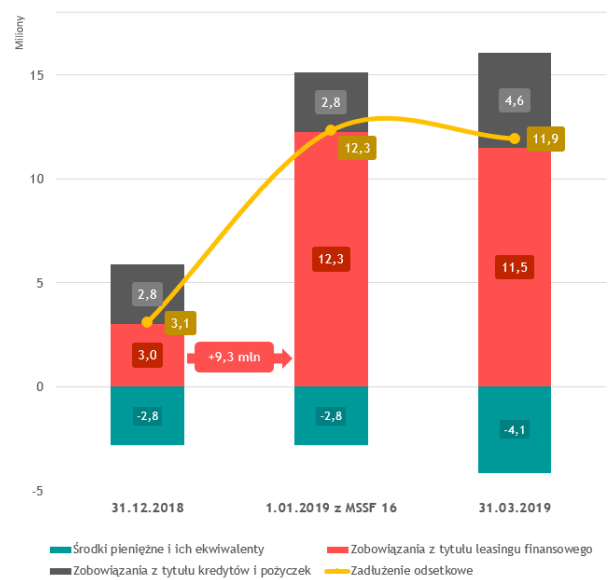
Zmiana przychodów Grupy K2 1Q2018-1Q2019 per segment operacyjny



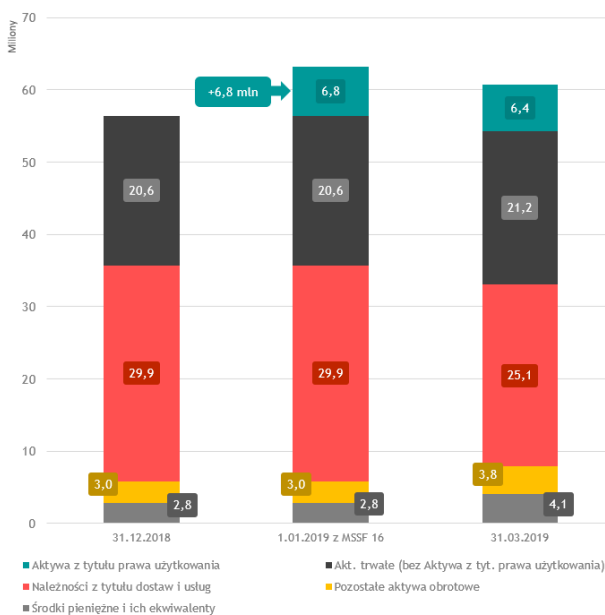
Przychody segmentów r/r, dynamika i udział



Wpływ zastosowania MSSF 16 na poziom zadłużenia odsetkowego



Wpływ zastosowania MSS F16 na bilans - Aktywa



Wpływ zastosowania MSSF 16 na bilans - Pasywa

