

K2 INTERNET S.A.

SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI EMITENTA w 2012 r.

sporządzone zgodnie

z Rozporządzeniem Ministra Finansów z dnia 19 lutego 2009 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.

Warszawa, dnia 19 marca 2013 r.

List Prezesa Zarządu K2 Internet S.A.
do Akcjonariuszy, Klientów i Pracowników

Rok ubiegły był trudnym czasem, zarówno dla K2, jak i całej branży usług marketingowych. Spodziewaliśmy się, że mimo prognozowanego obniżenia dynamiki PKB, organizacja EURO 2012 przyniesie kontynuację pozytywnego trendu na rynku reklamowym. Niestety rynek zanotował poważne spadki. Szczególnie mocno ograniczyła wydatki branża FMCG – kluczowa z punktu widzenia stanu całego rynku. Co prawda nakłady na reklamę w internecie zwiększyły się, jednak wzrosty te zostały zagospodarowane w sposób, który nie wpływa korzystnie na nasze przychody (np. wydatki na SEM w Google).

Zmiany w otoczeniu wpłynęły na przyspieszenie zmian w organizacji naszej Grupy. Proces ten trwał cały ubiegły rok i został zwieńczony zmianami w Zarządzie K2 Internet S.A., który od początku roku 2013 został silnie wzmocniony osobami Rafała Ciszewskiego (osoba z kilkunastoletnim doświadczeniem w branży reklamowej, ostatnio wiceprezes w domu mediowym Starcom) i Łukasza Lewandowskiego (wcześniej z powodzeniem pracował w K2 na rzecz klientów, rozwijał dział kreacji, współtworzył m.in. takie usługi jak SEM/SEO). Ponadto uporządkowano strukturę kapitałową (m.in. odkupiono 20% akcji spółki ACR S.A., która obecnie jest w 100% kontrolowana przez K2 Internet S.A.) i organizacyjną (dotychczasowy pion tworzący oprogramowanie został podzielony na część odpowiedzialną za rozwój oprogramowania dla biznesu pod marką K2 Web Systems oraz na część zaangażowaną głównie w budowę portali internetowych, która wzmocniła Agencję K2). Mimo trudniejszych warunków zewnętrznych K2 nie zaprzestała inwestować w nowe, rozwojowe przedsięwzięcia w podstawowej domenie działania, jak również we własne marki. Bardzo szybko rozwijała się Audioteka, która równoległe ze skokową poprawą wyników finansowych (tak na poziomie sprzedaży, jak i wyniku netto) przyspieszyła realizację planów umiędzynarodowienia swojej działalności. Poza działającym już serwisem i aplikacjami mobilnymi w Czechach (lider na rynku), uruchomiono na początku 2013 roku działalność we Francji i Hiszpanii.

Przez cały rok 2012 trwały prace nad budową i uruchomieniem Oktawave, marki unikalnej na polskim rynku usługi chmury obliczeniowej w modelu IaaS (Infrastructure as a Service). Po okresie testów, które trwały blisko 6 miesięcy, Oktawave wystartowała w listopadzie ubiegłego roku w wersji komercyjnej. W bieżącym roku, poza kontynuacją rozwoju usługi na poziomie technologii, główny nacisk zostanie położony na wsparcie reklamowe i intensyfikację sprzedaży.

Zmniejszone przychody od klientów skutkowały spadkiem sprzedaży w skali całego roku o 10%. Był to pierwszy spadek przychodów (RdR) w historii Grupy, na który organizacja nie była przygotowana w adekwatny sposób. Taka sytuacja w połączeniu z wysokimi kosztami rozwoju Oktawave doprowadziła do silnego spadku dochodowości firmy. Wynik EBITDA Grupy K2 zmniejszył się w porównaniu z

analogicznym okresem ubiegłego roku o blisko 60% do poziomu 3.033 tys. zł, a zysk netto do poziomu 172 tys. zł (5 mln zł w roku 2011).

Okres 12 miesięcy zakończony 31 grudnia 2012 roku pozwolił nam jednak osiągnąć podwaliny pod trwały wzrost w kolejnych okresach. K2 zakończyła w ubiegłym roku nie tylko reorganizację i pracę nad najważniejszym nowym produktem (Oktawave), ale zapewniła finansowanie inwestycji (blisko 7 mln pozyskanych z oferty publicznej). Dodatkowo, w miejsce trzech dotychczasowych lokalizacji, od początku bieżącego roku cała Grupa korzysta z nowych, wygodnych przestrzeni biurowych zlokalizowanych w jednym budynku na warszawskim Mokotowie.

Wewnętrznie uważamy, że warunki makroekonomiczne, które wpływają na decyzje naszych klientów pozostaną w bieżącym roku trudne, jednak koniec roku i kolejne lata przyniosą poprawę nastrojów. K2 będzie koncentrować się na zwiększeniu efektywności działania oraz wzmocnieniu aktywnej sprzedaży. Działania podjęte w roku 2012 pozwolą nam optymalnie wykorzystać lepszą koniunkturę na rynku. Zrealizowane inwestycje dają nam z kolei realną szansę skokowego wzrostu wartości Grupy. Zgodnie z naszą strategią na najbliższe lata, K2 będzie dążyć do zrównoważonego rozwoju, który oparty będzie na dwóch podstawach. Ważne będą dla nas zarówno usługi realizowane w podstawowej domenie działania, jak również nowe przedsięwzięcia, takie jak Audioteka i Oktawave. Nie ma obecnie na polskim rynku jakiegokolwiek innej grupy marketingowo-technologicznej, która posiada porównywalną skalę, zasoby i kompetencje, pozwalające wykorzystywać synergie płynące z obsługi największych i najbardziej perspektywicznych klientów oraz tworzenia własnych marek i usług.

Dziękuję naszym klientom za zaufanie, pracownikom za zaangażowanie a inwestorom za cierpliwość!

Janusz Żebrowski
Prezes Zarządu

SPIS TREŚCI

1	WSTĘP	5
2	PODSTAWOWE WIELKOŚCI EKONOMICZNO – FINANSOWE, CHARAKTERYSTYKA STRUKTURY AKTYWÓW I PASYWÓW EMITENTA	6
3	CHARAKTERYSTYKA ZEWNĘTRZNYCH I WEWNĘTRZNYCH ZDARZEŃ I CZYNNIKÓW ISTOTNYCH DLA ROZWOJU SPÓŁKI W ROKU 2012 ORAZ PERSPEKTYWY ROZWOJU DZIAŁALNOŚCI	9
4	CHARAKTERYSTYKA K2 INTERNET S.A.	15
4.1	Historia i rozwój Grupy K2 Internet S.A oraz informacje o działalności.....	15
4.2	Misja i strategia Grupy K2 Internet S.A.....	17
4.3	Dane K2 Internet S.A.	18
4.4	Organy K2 Internet S.A.	19
4.5	Znaczący akcjonariusze.....	20
4.6	Struktura organizacyjna Grupy Kapitałowej K2 Internet S.A.....	21
4.7	Otoczenie rynkowe	25
4.8	Czynniki ryzyka.....	28
5	ZASADY ŁADU KORPORACYJNEGO	32
6	PODSTAWOWE USŁUGI, DOSTAWCY, ODBIORCY, GŁÓWNE RYNKI ZBYTU	32
7	ZNACZĄCE UMOWY DLA DZIAŁALNOŚCI EMITENTA ZAWARTE W OKRESIE SPRAWOZDAWCZYM	33
8	POZOSTAŁE DANE	35
8.1	Powiązania organizacyjne i kapitałowe	35
8.2	Znaczące transakcje z podmiotami powiązаныmi (w tym wynagrodzenia osób zarządzających i nadzorujących)	36
8.3	Zaciągnięte kredyty	36
8.4	Udzielone pożyczki.....	36
8.5	Poręczenia i gwarancje	37
8.6	Opis wykorzystania wpływów z emisji	39
8.7	Prognozy wyników	39
8.8	Ocena zarządzania zasobami finansowymi.....	39
8.9	Ocenę możliwości realizacji zamierzeń inwestycyjnych	39
8.10	Ocena czynników i nietypowych zdarzeń mających wpływ na wynik z działalności za rok obrotowy.....	39
8.11	Zmiany w podstawowych zasadach zarządzania.....	40
8.12	System kontroli programów akcji pracowniczych.....	40
8.13	Udziały oraz akcje emitenta i jednostek powiązanych emitenta, będących w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących emitenta	40
8.14	Kapitał podstawowy, zmiany w kapitale	41
8.15	System kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem w odniesieniu do procesu sporządzania sprawozdań finansowych i skonsolidowanych sprawozdań finansowych	42
8.16	Informacje o zawartej umowie z podmiotem uprawnionym do badania sprawozdania finansowego.....	42

1 WSTĘP

W imieniu Zarządu K2 Internet S.A. („K2”, „Emitent”) pragniemy przedstawić Państwu szczegółowy opis działalności gospodarczej K2 Internet S.A. w 2012 roku.

Niniejsze sprawozdanie obejmuje zdarzenia gospodarcze mające wpływ na osiągnięte wyniki finansowe, przedstawione w załączonym rocznym sprawozdaniu finansowym, które zostało opracowane zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej („MSSF”) w zakresie przyjętym przez Komisję Europejską, obejmującymi standardy i interpretacje zaakceptowane przez Radę Międzynarodowych Standardów Rachunkowości („RMSR”) oraz Komisje ds. Interpretacji Międzynarodowej Sprawozdawczości Finansowej („KIMSF”) oraz zgodnie z Rozporządzeniem Ministra Finansów w zakresie regulacji dotyczących emitentów papierów wartościowych dopuszczonych do publicznego obrotu tj.: - „w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim” z dnia 19 lutego 2009 roku z późn. zm.

Poniżej przedstawiono opis podstawowych wielkości ekonomiczno-finansowych, ujawnionych w rocznym sprawozdaniu finansowym, w szczególności czynników i zdarzeń (w tym o nietypowym charakterze) mających znaczący wpływ na działalność K2 i osiągnięte wyniki w roku obrotowym. Ponadto poniższe sprawozdanie z działalności K2 zawiera opis istotnych czynników i zagrożeń, na które Emitent jest narażony, a także perspektyw rozwoju działalności w najbliższej przyszłości.

Informacje w poniższym sprawozdaniu odzwierciedlają rzeczywistą sytuację Emitenta.

2 PODSTAWOWE WIELKOŚCI EKONOMICZNO – FINANSOWE, CHARAKTERYSTYKA STRUKTURY AKTYWÓW I PASYWÓW EMITENTA

Dnia 24 października 2012 roku, Spółka zawarła z K2 Agencja Good Sp. z o.o. S.K.A. zwaną dalej K2 Agencja Good, umowę przeniesienia oddziału stanowiącego zorganizowaną część przedsiębiorstwa tytułem wkładu niepieniężnego. Zorganizowana część przedsiębiorstwa jest agencją interaktywną świadczącą usługi reklamowe i promocyjne, jak również usługi kreowania wizerunku, za pośrednictwem środków masowej komunikacji elektronicznej. W zamian za wniesienie aportem zorganizowanej części przedsiębiorstwa do K2 Agencja Good, Spółka K2 Internet S.A. objęła 2.725.960 (dwa miliony siedemset dwadzieścia pięć tysięcy dziewięćset sześćdziesiąt) nowo wyemitowanych akcji zwykłych o wartości nominalnej 1 złoty.

W konsekwencji wniesienia do K2 Agencja Good aportu w formie zorganizowanej części przedsiębiorstwa i oceną treści ekonomicznej tej transakcji przez Zarząd K2 Internet S.A., ujęto w sprawozdaniu z całkowitych dochodów, w pozycji pozostałe przychody operacyjne kwotą 22.214 tys. PLN. Kwota ta stanowi różnicę pomiędzy wartością godziwą wkładu niepieniężnego wynoszącą 27.259 tys. PLN i wartością księgową aktywów netto wynoszącą 5.045 tys. PLN. Wynik tej operacji znacząco wpłynął na podstawowe wielkości ekonomiczno-finansowe oraz strukturę aktywów i pasywów K2 Internet S.A. Jednocześnie operacja ta została wyłączona w procesie konsolidacji i nie wpływa na wyniki skonsolidowane Grupy K2.

K2 Internet S.A. uzyskała w okresie 12 miesięcy zakończonych 31 grudnia 2012 roku przychody ze sprzedaży produktów i usług w wysokości 30.921 tys. PLN i spadły one w stosunku do okresu 12 miesięcy zakończonych 31 grudnia 2011 r. o 9,3%. Wartość EBITDA wyniosła w tym okresie 22.646 tys. PLN co stanowi wzrost o 510% w porównaniu do analogicznego okresu w roku 2011. Wartość EBIT i zysku netto wyniosły odpowiednio: 20.867 tys. PLN i 16.630 tys. PLN co stanowi wzrost o odpowiednio: 769,5% oraz 827,5% w porównaniu do roku 2011.

Suma bilansowa na dzień 31 grudnia 2012 r. zamknęła się kwotą 59.692 tys. PLN i zwiększyła się o 114,4% w stosunku do stanu na dzień 31 grudnia 2011 r., w tym wartość majątku trwałego wzrosła w stosunku do poprzedniego okresu o 312,8%, natomiast wartość majątku obrotowego spadła o 13,5%. Kapitał własny wzrósł o 120,5% z poziomu 18.329 tys. PLN na dzień 31.12.2011 r. do 40.421 tys. PLN na dzień 31.12.2012 r. Zobowiązania ogółem wzrosły o 102,7% do poziomu 19.271 tys. PLN na koniec 2012 r. Poziom zobowiązań długoterminowych wzrósł na koniec 2012 r. o 701% do poziomu 7.465 tys. PLN. Zobowiązania krótkoterminowe w tym samym okresie wzrosły o 37,7% do poziomu 11.806 tys. PLN.

	WYBRANE DANE FINANSOWE	w tys. PLN		w tys. EUR		dynamika
		2012	2011	2012	2011	
I.	Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów	30 921	34 104	7 409	8 237	-9,3%
II.	Zysk (strata) na działalności operacyjnej (EBIT)	20 867	2 400	5 000	580	769,5%
III.	EBITDA	22 646	3 711	5 426	896	510,2%
IV.	Zysk (strata) brutto	20 626	2 511	4 942	607	721,4%
V.	Zysk (strata) netto	16 630	1 793	3 985	433	827,5%
VI.	Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	1 063	3 125	255	755	-66,0%
VII.	Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	- 6 952	-450	-1 666	-109	1444,9%
VIII.	Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	6 048	-3 845	1 449	-929	-257,3%
IX.	Przepływy pieniężne netto razem	159	-1 170	38	-283	-113,6%
X.	Aktywa razem	59 692	27 835	14 601	6 302	114,4%
XI.	Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	19 271	9 506	4 714	2 152	102,7%
XII.	Zobowiązania długoterminowe	7 465	932	1 826	211	701,0%
XIII.	Zobowiązania krótkoterminowe	11 806	8 574	2 888	1 941	37,7%
XIV.	Kapitał własny	40 421	18 329	9 887	4 150	120,5%
XV.	Kapitał podstawowy	2 485	2 026	608	459	22,7%
XVI.	Średnioważona liczba akcji	2 199 078	2 026 000	2 199 078	2 026 000	
XVII.	Zysk na akcję (PLN / EUR)	7,56	0,88	1,81	0,21	759,1%

Do przeliczenia pozycji bilansowych na EUR przyjęto średni kursu NBP ustalony na ostatni dzień okresu, którego dotyczą prezentowane dane tj.:

- na dzień 31.12.2011 r. 1 EUR = 4,4168 PLN.

- na dzień 31.12.2012 r. 1 EUR = 4,0882 PLN.

Do przeliczenia danych pochodzących z sprawozdania z całkowitych dochodów oraz rachunku przepływów pieniężnych użyto kursów stanowiących średnią arytmetyczną kursów podawanych przez NBP na ostatni dzień miesiąca wchodzącego w skład okresu sprawozdawczego tj.:

- z wyczenia na 2011 r. przyjęto kurs 1 EUR = 4,1401 PLN.

- z wyczenia na 2012 r. przyjęto kurs 1 EUR = 4,1736 PLN.

W 2009 roku, Spółka złożyła wniosek o rejestrację prawa do znaku K2. Potwierdzenie o rejestracji znaku zostało wydane dnia 8 marca 2012 roku. W związku powyższym w marcu 2012 roku, zostały zawarte umowy licencyjne na użytkowanie prawa do znaku za okres od dnia złożenia wniosku o rejestrację znaku do dnia rejestracji oraz na lata przyszłe. Przychód za okres od złożenia wniosku, do końca 2011, zwiększający wynik netto tego roku o kwotę 299 tys. PLN netto stanowi korektę lat ubiegłych i zmienia poszczególne pozycje sprawozdania finansowego za rok 2011. Niniejsze sprawozdanie i prezentacja danych finansowych i wskaźników ekonomiczno-finansowych za rok 2011 uwzględnia w/w korektę.

Średnia ważona liczba akcji w okresie

	01.01.2012 - 31.12.2012	01.01.2011 - 31.12.2011
Liczba akcji na początek okresu	2 026 000	2 026 000
Liczba akcji na koniec okresu	2 485 032	2 026 000
Średnia ważona liczba akcji	2 199 078	2 026 000

Zysk netto za dany okres

	01.01.2012 - 31.12.2012	01.01.2011 - 31.12.2011
Zysk netto	16 630	1 793
Zysk na jedną akcję (w zł)	7,56	0,88
Rozwodniony zysk na jedną akcję (w zł)	7,56	0,88

1. Przy wyliczeniu średniej ważonej liczby akcji występujących w 2012 roku uwzględniono podwyższenie kapitału zakładowego, które dokonało się w wyniku rejestracji na rachunkach inwestorów, w dniu 16 sierpnia 2012 roku, 459.032 akcji serii I na okaziciela wyemitowanych w ramach warunkowego podwyższenia kapitału na podstawie Uchwały 22 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia K2 Internet SA z dnia 28 czerwca 2012 r. w sprawie emisji warrantów subskrypcyjnych serii A z wyłączeniem prawa poboru dotychczasowych akcjonariuszy Spółki i warunkowego podwyższenia kapitału zakładowego Spółki w drodze emisji nowych akcji serii I z wyłączeniem prawa poboru dotychczasowych akcjonariuszy Spółki w celu przyznania praw do objęcia akcji serii I przez posiadaczy warrantów subskrypcyjnych serii A. Informacja o podwyższeniu kapitału została przekazana przez ESPI w dniu 16 sierpnia 2012 r. raportem bieżącym Emitenta nr 30/2012.
2. Nie występują akcje uprzywilejowane, dlatego też nie wystąpiła konieczność przeliczenia zysku netto wykazanego w rachunku zysków i strat na zysk netto (licznik) przysługujący akcjonariuszom zwykłym.
3. W związku z tym, że nie występują akcje rozwadniające, rozwodniony zysk netto na jedną akcję jest równy zwykłemu zyskowi na jedną akcję.

WSKAŹNIKI EKONOMICZNO - FINANSOWE		2012 r.	2011 r.
Rentowność sprzedaży brutto	wynik brutto na sprzedaży / przychody netto ze sprzedaży produktów i towarów	20,25%	29,71%
Rentowność sprzedaży netto	wynik ze sprzedaży / przychody netto ze sprzedaży produktów i towarów	-5,98%	6,77%
Rentowność działalności operacyjnej	wynik na działalności operacyjnej / przychody netto ze sprzedaży produktów i towarów	67,48%	7,04%
Rentowność brutto	wynik brutto / przychody netto ze sprzedaży produktów i towarów	66,71%	7,36%
Rentowność netto	wynik netto / przychody netto ze sprzedaży produktów i towarów	53,78%	5,26%
Zyskowność kapitału własnego	wynik netto / kapitał własny	41,14%	9,78%
Zyskowność aktywów	wynik netto / aktywa razem	27,86%	6,44%
Wskaźnik płynności bieżący	aktywa obrotowe / (zobowiązania krótkoterm. + krótkoterm. rozliczenia międzyokresowe)	1,24	1,97
Wskaźnik płynności szybki	(aktywa obrotowe - zapasy) / (zobowiązania krótkoterm. + krótkoterm. rozlicz. międzyokr.)	1,24	1,97
Pokrycie majątku kapitałami własnymi	kapitały własne / majątek ogółem	67,72%	65,85%

3 CHARAKTERYSTYKA ZEWNĘTRZNYCH I WEWNĘTRZNYCH ZDARZEŃ I CZYNNIKÓW ISTOTNYCH DLA ROZWOJU SPÓŁKI W ROKU 2012 ORAZ PERSPEKTYWY ROZWOJU DZIAŁALNOŚCI

Podstawowym rynkiem, na którym funkcjonuje K2 Internet S.A. jest rynek komunikacji marketingowej. Po chwilowym spowolnieniu jakie odnotowaliśmy w roku 2009 (jako skutek światowego kryzysu finansowego) Spółka w kolejnych dwóch latach (2010-2011) skutecznie wykorzystała dobrą koniunkturę szybko rozwijając zespół notując jednocześnie rekordowe wyniki finansowe. Zarząd K2 przyjął błędne założenie odnośnie sytuacji rynkowej spodziewanej w roku 2012 oczekując że organizacja EURO 2012, mimo spodziewanej słabszej dynamiki PKB, będzie miała pozytywny wpływ na rynek reklamy. Rynek odnotował jednak poważne spadki, a kluczowa z punktu widzenia całego rynku branża FMCG, wyraźnie mocno ograniczyła nakłady na reklamę i marketing. W minionym roku mieliśmy wprawdzie do czynienia ze wzrostem wydatków reklamowych w internecie, jednak zostały one zagospodarowane w sposób, który nie wpływa korzystnie na przychody naszej Grupy. Mamy tu na myśli np. wydatki na SEM w Google. Dominujący udział w przychodach Grupy mają usługi własne. W sytuacji mniejszej aktywności klientów, K2 ma ograniczone możliwości kompensowania wysokości kosztów, szczególnie kiedy mamy do czynienia z nagłą zmianą sytuacji na rynku.

Trudniejsze warunki nie zmieniły potencjału rynkowego K2, który wyznaczają obsługiwani klienci, kompetencje zespołu i wypracowane doświadczenia. K2 Internet S.A. została w 2012 roku wyróżniona ważnym tytułem Agencji Roku, przyznany przez Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska, podczas gali IAB MIXX 2012. Ponadto kreatywne prace K2, w tym realizacje dla IKEA i MTVNHD, zostały docenione przez redakcję magazynu Media i Marketing Polska i uhonorowane specjalnym wyróżnieniem za kreację dla K2. Podsumowując, K2, jako jedyna agencja w Polsce, zdobyła w trakcie 12 miesięcy 2012 r. komplet trofeów i wysokich ocen tak klientów jak i branżowych specjalistów.

Obok wymienionych wyżej nagród, na szczególną uwagę zasługują poniższe wyróżnienia:



- **Facebook Studio**, wpis, Mała Scena na Centralnym, IKEA
<http://www.k2.pl/#!/pl/nagrody/konkurs/facebook-studio/>



- **IAB Creative ShowCase**, grand prix, Cappy Całe Jabłko, Cappy (Coca-Cola)
<http://www.k2.pl/#!/pl/nagrody/konkurs/iab-creativeshowcase/>



- **IAB Creative ShowCase**, wyróżnienie, świąteczny banner dla Volvo, Volvo Auto Polska
<http://www.k2.pl/#!/pl/nagrody/konkurs/iab-creativeshowcase/>



- **Kreatura 2012**, nagroda, MTVNHD Experience the Music, MTVnHD
<http://www.k2.pl/#!/pl/nagrody/konkurs/kreatura/>



- **Kreatura 2012**, nagroda, Oswoić Ciemność, Stowarzyszenie Tęcza
<http://www.k2.pl/#!/pl/nagrody/konkurs/kreatura/>



- **Media Trendy 2012**, wyróżnienie, Młodzi kierowcy (bez babci), Grupa PZU
<http://www.k2.pl/#!/pl/nagrody/konkurs/media-trendy/>



- **Media Trendy 2012**, nagroda, e-Szkoda, Grupa PZU
<http://www.k2.pl/#!/pl/nagrody/konkurs/media-trendy/>



- **Media Trendy 2012**, wyróżnienie, Mała Scena na Centralnym, IKEA
<http://www.k2.pl/#!/pl/nagrody/konkurs/media-trendy/>



- **KTR 2012**, nagroda brąz, Oswoić Ciemność, Stowarzyszenie Tęcza
<http://www.k2.pl/#!/pl/nagrody/konkurs/ktr/>



- **KTR 2012**, nagroda brąz, Do You Know Polska?, MSZ
<http://www.k2.pl/#!/pl/nagrody/konkurs/ktr/>



- **KTR 2012**, nagroda brąz, Mała Scena na Centralnym, IKEA
<http://www.k2.pl/#!/pl/nagrody/konkurs/ktr/>



- **FWA 2012**, site of the day, www.k2.pl
<http://www.k2.pl/#!/pl/nagrody/konkurs/fwa/>



- **Awwwards 2012**, site of the day, www.k2.pl
<http://www.k2.pl/#!/pl/nagrody/konkurs/awwwards/>



- **PromaxBDA 2012**, nagroda srebro, MTVnHD Experience the Music, MTVnHD
<http://www.k2.pl/#!/pl/nagrody/konkurs/promaxbda/>

o



- **Golden Arrow 2012**, nagroda, Do You Know Polska?, MSZ
<http://www.k2.pl/#!/pl/nagrody/konkurs/golden-arrow/>



- **Golden Arrow 2012**, wyróżnienie, Do You Know Polska?, MSZ
<http://www.k2.pl/#!/pl/nagrody/konkurs/golden-arrow/>



- **Golden Arrow 2012**, wyróżnienie, Mała Scena na Centralnym, IKEA
<http://www.k2.pl/#!/pl/nagrody/konkurs/golden-arrow/>



- **Effie 2012**, nagroda, Pakiet „Młodzi Kierowcy”, Grupa PZU
<http://www.k2.pl/#!/pl/nagrody/konkurs/effie/>



- **MIXX Awards 2012**, nagroda, www.k2.pl
<http://www.k2.pl/#!/pl/nagrody/konkurs/mixx-awards/>



- **MIXX Awards 2012**, nagroda, Play – zasięg 3 sieci, Play
<http://www.k2.pl/#!/pl/nagrody/konkurs/mixx-awards/>

Rok 2012 był czasem istotnych zmian organizacyjnych i strukturalnych w Grupie K2 Internet S.A. W ocenie Zarządu, zmiany te docelowo zwiększą efektywność działania poszczególnych biznesów, niemniej dopiero od roku 2013 struktura i organizacja Grupy przybrała stan docelowy. Dzięki nim Grupa będzie mogła w pełni wykorzystać szanse rynkowe jakie powstaną w momencie ożywienia gospodarczego.

Największe zmiany objęły segment pośrednictwa mediowego (ACR SA i K2 Search Sp. z o.o.), który przyniósł w roku 2012 rezultaty poniżej oczekiwań Zarządu. Odkupiono od Spółki cywilnej Skander Company 20% akcji ACR S.A. W wyniku tej transakcji K2 Internet S.A. posiada 100% akcji tej Spółki. Ponadto w minionym roku Spółka ACR S.A. połączyła się ze Spółką platforma3 Sp. z o.o. poprzez inkorporację platforma3 Sp. z o.o. Połączenie zostało zarejestrowane w dniu 2 stycznia 2013 r. Działania te, połączone ze zmianami w kierownictwie tego segmentu oraz powołanie nowego członka Zarządu, mają doprowadzić do skonsolidowania i wzmocnienia działalności, tak by docelowo rozwój całej Grupy K2 mocniej oprzeć o wszechstronne usługi związane z planowaniem i zakupem mediów w internecie (w tym usługi marketingu afiliacyjnego, SEM/SEO, e-mail marketing, social media itp.)

Dnia 24 października 2012 roku, Spółka zawarła z K2 Agencja Good Sp. z o.o. S.K.A. zwaną dalej K2 Agencja Good, umowę przeniesienia oddziału stanowiącego zorganizowaną część przedsiębiorstwa tytułem wkładu niepieniężnego. Zorganizowana część przedsiębiorstwa jest agencją interaktywną świadczącą usługi reklamowe i promocyjne, jak również usługi kreowania wizerunku, za pośrednictwem środków masowej komunikacji elektronicznej. W zamian za wniesienie aportem zorganizowanej części przedsiębiorstwa do K2 Agencja Good, Spółka K2 Internet S.A. objęła 2.725.960 (dwa miliony siedemset dwadzieścia pięć tysięcy dziewięćset sześćdziesiąt) nowo wyemitowanych akcji zwykłych o wartości nominalnej 1 złoty. W wyniku tej transakcji w spółce K2 Agencja Good Sp. z o.o. SKA została skupiona działalność agencyjna Grupy K2. W dniu 20 lutego 2013 r. Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie K2 Agencja Good uchwaliło zmianę komplementariusza Spółki, którym została Spółka K2.pl Sp. z o.o. jak również zmianę nazwy Spółki na Agencja K2.pl Sp. z o.o. S.K.A. Wniosek do KRS o wpis powyższych zmian złożony został w dniu 26 lutego 2013 r. Na dzień zatwierdzenia niniejszego sprawozdania Spółka nie otrzymała wpisu dot. tego zdarzenia i Spółka działa jeszcze pod firmą K2 Agencja Good Sp. z o.o. S.K.A. Działania powyższe mają za zadanie uporządkowanie

działalności Grupy tak by działalność operacyjna docelowo prowadzona była wyłącznie przez Spółki zależne od K2 Internet S.A. Dodatkowo przeprowadzone zmiany powinny w długim okresie doprowadzić do optymalnego pod kątem podatkowym wykorzystania posiadanych przez K2 aktywów.

Rok 2012 był rokiem szczególnie udanym dla Spółek spoza głównej działalności Grupy K2 Internet S.A. – Oktawave Sp. z o.o. oraz Audioteka S.A., które mogą pochwalić się wieloma osiągnięciami.

Oktawave Sp. z o.o., po dwóch latach prac programistycznych i projektowych ruszyła z testami beta najbardziej elastycznej i technologicznie zaawansowanej polskiej chmury obliczeniowej Oktawave, dostarczającej infrastrukturę IT na żądanie w modelu IaaS („Infrastructure as a Service”), a następnie uruchomiła usługę w wersji komercyjnej. Uwagi użytkowników pozwoliły m.in. na ulepszenie interfejsu i dopracowanie szczegółów oferty.

Oktawave pozyskuje obecnie klientów, inwestuje w wydajną infrastrukturę i rozwija nowe technologie w obrębie swojej chmury. Spółka Oktawave Sp. z o.o. została wyróżniona w konkursie „Krajowi Liderzy Innowacji i Rozwoju Edycja Ogólnopolska 2012” za stworzenie platformy do zarządzania systemami chmur obliczeniowych.

Z kolei Audioteka S.A. wykazała w roku 2012 dynamiczny rozwój, kontynuowała ekspansję stając się samodzielnym liderem rynku audiobooków pobieranych przez internet w Polsce i Czechach jak również otwierając na początku roku 2013 lokalne wersje serwisu w Hiszpanii i Francji. Na każdym rynku Audioteka wyróżnia się wyjątkową funkcjonalnością i łatwym dostępem poprzez aplikacje mobilne na wszystkie nowoczesne platformy, w tym na iOS, Androida, Windows Phone, Blackberry, Samsung Bada i inne.

Spółka Audioteka S.A. i jej Zarząd mogą się również pochwalić szeregiem nagród i wyróżnień. Na szczególną uwagę zasługuje przyznany przez redakcję portalu Internet Standard tytuł Człowieka Roku 2011 Internet Standard, który przypadł Marcinowi Beme - Prezesowi Zarządu Audioteka S.A. a został ogłoszony podczas Konferencji 2K12.

Marcin Beme znalazł się również w przygotowywanym przez magazyn Brief Rankingu 50 najbardziej kreatywnych ludzi biznesu w Polsce. Uznanie to, podobnie jak tytuł „Człowiek Roku 2011 Internet Standard” zostało przyznane za rok 2011.

Ponadto Audioteka została w minionym roku „Liderem przedsiębiorczości” w konkursie „Lider Przedsiębiorczości Roku 2012” organizowanym przez Fundację Małych i Średnich Przedsiębiorstw oraz Mazowiecką Izbę Rzemiosła i Przedsiębiorczości w Warszawie oraz zdobyła 2-gie miejsce w kategorii E-biznes w ramach Forum E-biznesu zorganizowanego przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości. <http://www.parp.gov.pl/index/more/30059>

Audioteka S.A. została również wyróżniona w ramach konkursu Deloitte Fast 50 "Rising Stars - Deloitte Fast 50" oraz zdobyła prestiżową nagrodę specjalną w ramach konkursu „Złote Kaczki 2012" za produkcję audiobooka "Gra o tron", w którego nagraniu wzięło udział ponad stu aktorów filmowych.

W drugim kwartale 2012 roku Spółka GPV I Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością spółka komandytowo-akcyjna z siedzibą w Warszawie objęła w całości emisję akcji serii B Spółki Audioteka S.A. w łącznej liczbie 325.000 akcji dających 20% głosów na walnym zgromadzeniu. Cena emisyjna 1 akcji wyniosła 6,16 złotych, co daje łączną wycenę spółek MDPL Sp z o.o. i Audioteka S.A. na poziomie 10 milionów złotych po podniesieniu kapitału.

Wejście nowego inwestora poprzedziło zawarcie dnia 19 marca 2012 r. umowy inwestycyjnej pomiędzy: Marcinem Bartłomiej Beme, K2 Web Systems Sp. z o.o., MDPL Sp. z o.o., Maxioma Sp. z o.o., GPV I Spółka z o. o. S.K.A., a Audioteka S.A. Celem zawartej umowy jest zacieśnienie współpracy, oraz zwiększenie i usprawnienie kontroli

akcjonariuszy nad spółką. Niniejsze postanowienia znalazły odzwierciedlenie w statucie spółki zmienionym dnia 19 kwietnia 2012 roku. W efekcie powyższych zdarzeń K2 Web Systems Sp. z o.o. posiada obecnie 40% akcji Spółki Audioteka S.A.

Rok 2012 zapewnił Grupie finansowanie inwestycji dzięki pozyskaniu blisko 7 mln zł z oferty publicznej. Subskrypcja 459.032 akcji zwykłych na okaziciela serii I Spółki K2 Internet S.A. przeprowadzona została w ramach warunkowego podwyższenia kapitału zakładowego oraz emisji warrantów subskrypcyjnych serii A na podstawie Uchwały nr 22 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia z dnia 28 czerwca 2012 roku.

Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy w dniu 28 czerwca 2012 r., Uchwałą nr 23, przyjęło również Program Motywacyjny, celem którego jest stworzenie w Spółce dodatkowych mechanizmów motywujących Członków Zarządu Spółki oraz jej kluczowych pracowników i współpracowników do pracy i działań na rzecz Spółki. Działania te zapewnią w długoterminowej perspektywie stabilny wzrost wartości Spółki, ustabilizują kadrę menedżerską a także zapewnią silniejsze związanie ze Spółką, dzięki czemu możliwe będzie osiągnięcie przez Spółkę, z korzyścią dla akcjonariuszy, konkurencyjnych na rynku wyników finansowych. Przyjęty Program Motywacyjny zostanie uruchomiony o ile Spółka w roku 2014 zrealizuje plan osiągnięcia 4 zł zysku na jedną akcje (nie uwzględniając ew. zdarzeń jednorazowych).

Koniec roku 2012 przyniósł również wzmocnienie Zarządu Spółki, do którego dołączyli Rafał Ciszewski oraz Łukasz Lewandowski, obejmując stanowiska Wiceprezesów Zarządu i tworząc razem z Januszem Żebrowskim – Prezesem Zarządu i Tomaszem Tomczykiem – Wiceprezesem Zarządu, czteroosobowy Zarząd Firmy.

Patrząc na dokonania roku 2012 oraz sytuację w branży i warunki makroekonomiczne, z ostrożnym optymizmem patrzymy na rok 2013 oraz kolejne lata, które powinny w naszym przekonaniu przynieść poprawę kondycji rynkowej. Grupa K2 Internet S.A. w najbliższym czasie będzie koncentrować się na zwiększeniu efektywności działania oraz intensyfikacji sprzedaży. Kroki podjęte w roku 2012 pozwolą nam optymalnie wykorzystać lepszą koniunkturę na rynku, a dokonane inwestycje stwarzają realną szansę skokowego wzrostu wartości Grupy. W myśl naszej strategii na najbliższe lata, K2 będzie dążyć do zrównoważonego wzrostu, który opierał się będzie na dwóch równoważnych filarach: usługach realizowanych w głównej domenie działania, jak również na nowych przedsięwzięciach, tj. Audioteka i Oktawe.

4 CHARAKTERYSTYKA K2 INTERNET S.A.

4.1 Historia i rozwój Grupy K2 Internet S.A oraz informacje o działalności

Początki Spółki sięgają 1997 roku, kiedy powstała K2 Internet Provider s.c. dostarczająca łącza internetowe i świadcząca usługi z zakresu budowy serwisów www. Założyciel Spółki, Michał Lach był jednym z pionierów e-marketingu w Polsce, twórcą pierwszych sukcesów firmy i osobą cieszącą się autorytetem w dziedzinie wykorzystania nowych mediów w sprzedaży i marketingu.

Bardzo szybki wzrost znaczenia internetu jako medium, przyczynił się również do dynamicznego rozwoju firmy. W 2000 roku część akcji Spółki objął niemiecki fundusz typu venture capital - BMP AG. Od tej pory firma K2 już jako Spółka K2 Internet S.A. konsekwentnie budowała pozycję lidera polskiej branży e-marketingowej, rozwijając zespół specjalistów oraz poszerzając bazę klientów. Najszybciej rozwijającą się częścią firmy był zespół kreatywny, co zaowocowało szeregiem nagród, wyróżnień i nominacji zarówno w konkursach polskich – tj. Kreatura, KTR, Golden Arrow, WebStar, jak i międzynarodowych - Golden Drum, Cresta Awards, LIA Awards oraz Webby Awards. W 2003 roku Media Marketing Polska uznał K2 za najbardziej kreatywną agencję w Polsce.

Lata 2004-2006 to czas umacniania pozycji na rynku oraz inwestycji w rozbudowę zespołu programistów, infrastrukturę IT oraz oprogramowanie. Zacieśniona została też współpraca z wiodącymi partnerami technologicznymi, takimi jak Microsoft, RedDot czy InxMail.

W 2005 roku Spółka uzyskała status Microsoft Certified Partner, a rok później Microsoft Gold Certified Partner, co było efektem rosnących kompetencji i liczby projektów wykorzystujących produkty i technologie firmy Microsoft.

W tym samym roku zakres świadczonych usług poszerzył się o planowanie i realizację wszelkich działań mediowych (usługi te są realizowane przez należącą do Grupy K2, Spółkę ACR S.A.).

W 2006 roku Impactor uhonorował K2 tytułem najbardziej podziwianej agencji interaktywnej. Na początku 2007 roku pojawiły się w ofercie rozwiązania mobilne z pakietu Intellisync Mobile Suite firmy Nokia. Uzyskano również certyfikaty: Authorized Mobility Partner oraz VMWare Enterprise Partner. W marcu 2007 roku powstała nowa spółka w Grupie K2 (K2 Sp. z o.o., obecnie K2 Web Systems Sp. z o.o.) – wyspecjalizowany podmiot zajmujący się wówczas outsourcingiem przedsięwzięć w obszarze e-commerce.

W 2008 roku Spółka K2 Internet S.A. zadebiutowała na głównym parkiecie GPW pod nazwą giełdową K2INTERNET oraz kodem ISIN: PLK2ITR00010. Pierwsze notowania miało miejsce 6 czerwca 2008 r.

Ponadto na początku 2008 r. jako pierwsza agencja interaktywna w Polsce K2 utworzyła w pełni funkcjonalny dział produkcji wideo K2 Motion.

W tym samym roku dokonano pierwszej znaczącej inwestycji spoza podstawowej domeny działalności – K2 została współzałożycielem Audioteki. Obecnie Audioteka.pl jest największym w Polsce i najszybciej rozwijającym się dystrybutorem audiobooków poprzez aplikacje mobilne i serwis www. Audioteka sprzedaje audio-książki w Polsce, Czechach, Francji i Hiszpanii, a wkrótce uruchomi działalność także w kilku kolejnych krajach. Przez następne 4 lata obecności na rynku, tempo wzrostu sprzedaży Audioteki nie spadło poniżej 100% (RdR). K2 posiada 40% akcji Spółki Audioteka S.A.

W 2009 roku w ramach usług agencji wzmocniono działy K2 User Experience oraz K2 Womm. Zespół K2 User Experience specjalizuje się w projektowaniu funkcjonalności i architektury informacji dla serwisów internetowych w metodyce projektowania zorientowanego na użytkownika (user-centered design). Natomiast zespół K2 Womm zajmuje się planowaniem i realizacją kampanii Marketingu Szeptanego (nie tylko w Internecie).

W październiku 2009 roku K2 zainwestowała w agencję strategiczno-kreatywną Brainshop U-Boot, tworząc pierwszą, prawdziwie zintegrowaną strukturę na polskim rynku. K2 Internet objęło w wyniku podniesienia kapitału 50% udziałów w spółce Brainshop U-Boot, a do jej zarządu spółki dołączył Janusz Żebrowski (Prezes Zarządu K2 Internet S.A.).

W tym samym roku Michał Lach, założyciel i ówczesny przewodniczący Rady Nadzorczej K2 Internet S.A. otrzymał tytuł Przedsiębiorcy Roku jako zwycięzca w konkursie "Ernst & Young Przedsiębiorca Roku 2009" w kategorii Usługi.

W 2010 roku powstała K2 Search Sp. z o.o. oferująca usługi SEM/SEO pozwalając klientom w pełni wykorzystać potencjał Google do prowadzenia działań marketingowych i sprzedażowych. W tym samym roku K2 Internet S.A. została po raz pierwszy w swojej historii w znaczący sposób doceniona na arenie międzynarodowej. Jako jedna z 397 firm, które wstępnie przeszły selekcję w ramach konkursu European Business Awards, otrzymała tytuł Ruban d'Honneur i była prezentowana międzynarodowemu gronu podczas finału konkursu w Paryżu.

Do grona nagród agencji dołączyły kolejne statuetki i wyróżnienia w konkursach: Webstar Festiwal, Kreatura, Golden Arrow, KTR, Media Trendy. Przedstawiciele agencji wygrywali w polskiej edycji konkursu Cannes Lions Young Creatives w kategorii Cyber. Zwycięski team reprezentował Polskę w konkursie Young Creatives podczas Międzynarodowego Festiwalu Reklamy Cannes Lions w Cannes.

Rok 2011 przyniósł K2 pierwsze miejsce w badaniu satysfakcji Klientów „Grand Check”, prowadzonym na zlecenie redakcji magazynu PRESS przez TNS OBOP. Wyniki badania wskazały, że K2 jest najwyższej ocenianą agencją interaktywną, „agencją marzeń” oraz najbardziej znaną agencją interaktywną na rynku w 2011 roku.

Prace K2, jako pierwszej polskiej agencji zostały zaprezentowane na platformie Facebook STUDIO, prezentującej najlepsze i najbardziej kreatywne realizacje z całego świata prezentujące mechanizmy facebookowe. W tym czasie kolekcję statuetek powiększono o nagrody w konkursach branżowych tj.: MIXX Awards, IAB Creative Showcase, Złote Orły, Kreatura, KTR, Effie Awards, Golden Arrow. Dodatkowo jedna z kampanii rekrutacyjnych K2, prowadzonych w 2011 roku w social media została wyróżniona nagrodą Employer Branding Stars 2012.

W latach 2011-2012 wprowadzono nową usługę service design, polegającą na projektowaniu interakcji między klientem a firmą we wszystkich punktach styku – zarówno online jak i offline.

W 2012 roku Spółka Brainshop U-Boot Sp. z o.o. zmieniła nazwę na Good Sp. z o.o. a K2 przejęła pozostałe udziały i obecnie kontroluje 100% kapitału. Powstała w ten sposób nowa agencja strategiczno-kreatywna Good, którą firmują Monika Jabłońska-Jarosz, Managing Director oraz Krzysztof Iwiński, Creative Director - managerowie z wieloletnim doświadczeniem w sieciowych agencjach reklamowych.

W roku 2012, po dwóch latach prac programistycznych i projektowych, ruszyły testy beta publicznej chmury obliczeniowej Oktawave - najszybszej tego typu usługi dostępnej na światowym rynku. Zespół Oktawave oferuje rozwiązania, na które czekało wielu użytkowników w Polsce: unikatową szybkość i wydajność przetwarzania informacji, bezpieczeństwo, centrum danych zlokalizowane w Polsce (obecnie w Warszawie) i konkurencyjne ceny.

Ponadto w roku 2012 Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska uhonorował K2 tytułem „Agencji Roku” w konkursie MIXX Awards. K2 zdobyła też kolejne nagrody w konkursach: MIXX Awards, IAB Creative Showcase, Złote Orły, Kreatura, KTR, Effie Awards, Golden Arrow.

Koniec roku 2012 przyniósł także wzmocnienie zarządu spółki, do którego dołączyli Rafał Ciszewski oraz Łukasz Lewandowski, obejmując stanowiska Wiceprezesów Zarządu i tworząc czteroosobowy Zarząd firmy obok Janusza Żebrowskiego – Prezesa Zarządu i Tomasza Tomczyka – Wiceprezesa Zarządu.

4.2 Misja i strategia Grupy K2 Internet S.A.

Począwszy od 2000 r. K2 Internet S.A. rozwija ofertę usługową tak by stać się najwszechstronniejszym i najbardziej wiarygodnym partnerem wspierającym wykorzystanie internetu i nowych mediów we wszystkich aspektach marketingu, sprzedaży i obsługi klienta.

Grupa K2 to obecnie blisko 300 pracowników i współpracowników co czyni nas jedną z największych, jeśli nie największą, organizacją tego typu w Polsce. Pod jednym dachem gromadzimy absolwentów szkół technicznych i biznesowych, psychologów, socjologów i tych którzy ukończyli akademie sztuk pięknych. Wszystko po to by zmierzyć się z najtrudniejszymi wyzwaniami jakie stawiają przed nami klienci. Dzięki takiemu zespołowi oraz budowanym przez lata doświadczeniem jesteśmy w stanie zrealizować tak różne projekty jak nowy portal dla PKO BP i akcję promującą nowy katalog IKEA opartą o dziejącą się w przestrzeni publicznej teatralną improwizację.

Agencja K2 jest najlepiej rozpoznawaną, największą i najbardziej utytułowaną firmą branży interaktywnej komunikacji w Polsce. ACR S.A. jest jedyną firmą na rynku, która poza pełną ofertą w zakresie planowania i kupna mediów on-line oraz usług SEM/SEO posiada własne rozwiązania technologiczne do prowadzenia kampanii afiliacyjnych oraz do e-email marketingu. K2 Web Systems Sp. z o.o. posiada unikalne kompetencje w zakresie projektowania, budowy i wdrażania systemów automatyzujących procesy biznesowe w oparciu o rozwiązania firmy Microsoft i jej partnerów.

Naszą ambicją jest rozwijanie polskiego kapitału intelektualnego. Oba z naszych przedsięwzięć spoza podstawowej działalności usługowej (Audioteka i Oktawave) oparte są o unikalne rozwiązania technologiczne. W obu przypadkach zgłosiliśmy wnioski patentowe dotyczące szczegółowych rozwiązań. Umiejętne łączenie innowacyjnych technologii z głęboką wiedzą o zachowaniach konsumentów, komunikacji marketingowej i pozycjonowaniu marek pozwala nam skuteczniej konkurować z tradycyjnymi agencjami reklamowymi i domami mediowymi.

W myśl strategii przyjętej na lata 2012-2014 docelowo ok. połowy wartości Grupy K2 powinno pochodzić z nowych przedsięwzięć.

Przyjęty w roku 2012 program motywacyjny, obejmujący kierownictwo firmy, zostanie uruchomiony o ile Spółka w roku 2014 zrealizuje plan osiągnięcia 4 zł zysku na jedną akcję (nie uwzględniając ew. zdarzeń jednorazowych).

Wierzymy, że długookresowy sukces firmy zależy od ludzi i wartości przez nich wyznawanych. Chcemy tworzyć otoczenie, w którym nasi ludzie będą chcieli się rozwijać. Dlatego takie słowa jak uczciwość, pracowitość, otwartość, szczerłość nie są dla nas pustymi frazesami.

Wierzymy w zrównoważony rozwój firmy, czyli taki, który bierze pod uwagę interesy tak inwestorów, jak klientów i pracowników.

4.3 Dane K2 Internet S.A.

Nazwa: K2 Internet Spółka Akcyjna (K2 Internet S.A.)

Siedziba: ul. Domaniewska 44A, 02 -672 Warszawa

Przedmiot działalności:

- tworzenie rozwiązań dla handlu elektronicznego,
- tworzenie serwisów internetowych na stronach www oraz aplikacji multimedialnych,
- działalność portali internetowych,
- działalność agencji reklamowych,
- przetwarzanie danych,
- zarządzanie stronami internetowymi (hosting) i podobna działalność.

Podstawy prawne działalności:

K2 Internet Spółka Akcyjna została utworzona Aktem Notarialnym Nr A-3806/2000 z dnia 08.06.2000 r. Spółka jest wpisana do Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy pod numerem KRS 59690. Spółce nadano numer statystyczny REGON 061378720 oraz numer identyfikacji podatkowej NIP 9511983801.

Czas trwania Spółki: nieograniczony

Według stanu na dzień bilansowy, K2 Internet S.A. nie jest w sposób pośredni lub bezpośredni kontrolowana przez inny podmiot.

4.4 Organy K2 Internet S.A.

Zarząd

Na dzień 31 grudnia 2012 r. w skład Zarządu K2 Internet S.A. wchodził:

Janusz Żebrowski – Prezes Zarządu
Tomasz Tomczyk – Wiceprezes Zarządu

W dniu 12 grudnia 2012 r. Rada Nadzorcza Spółki powołała z dniem 1 stycznia 2013 r. Pana Łuksza Lewandowskiego oraz Pana Rafała Ciszewskiego do składu Zarządu Spółki i powierzyła każdemu z nich funkcję Wiceprezesa Zarządu. W związku z powyższym od dnia 1 stycznia 2013 r. oraz na dzień zatwierdzenia niniejszego sprawozdania, Zarząd K2 Internet S.A. działał w następującym składzie:

Janusz Żebrowski – Prezes Zarządu
Tomasz Tomczyk – Wiceprezes Zarządu
Łukasz Lewandowski – Wiceprezes Zarządu
Rafał Ciszewski – Wiceprezes Zarządu

Rada Nadzorcza

W związku z rezygnacją Pana Krzysztofa Nowińskiego oraz Pana Macieja Matusiaka z pełnienia funkcji członka Rady Nadzorczej K2 Internet S.A., Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Spółki w dniu 28 czerwca 2012 r. uzupełniło skład Rady Nadzorczej Spółki, powołując Pana Tomasza Józefackiego oraz Pana Andrzeja Kosińskiego do Rady Nadzorczej, powierzając każdemu z nich funkcję Członka Rady Nadzorczej Spółki (uchwała Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy nr 19 i 20 z dnia 28 czerwca 2012 r.)

W związku z powyższym, na dzień 31.12.2012 r. oraz na dzień zatwierdzenia niniejszego sprawozdania, w skład Rady Nadzorczej Spółki wchodził następujący Członkowie:

Robert Rządca – Przewodniczący Rady Nadzorczej
Jens Spyrka – Zastępca Przewodniczącego Rady Nadzorczej
Andrzej Kosiński – Członek Rady Nadzorczej
Tomasz Józefacki – Członek Rady Nadzorczej
Piotr Zbaraski – Członek Rady Nadzorczej

4.5 Znaczący akcjonariusze

Wg najlepszej wiedzy Emitenta, na dzień 31 grudnia 2012 r. znaczącymi akcjonariuszami jednostki dominującej K2 Internet S.A., tj. posiadającymi co najmniej 5% liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu byli:

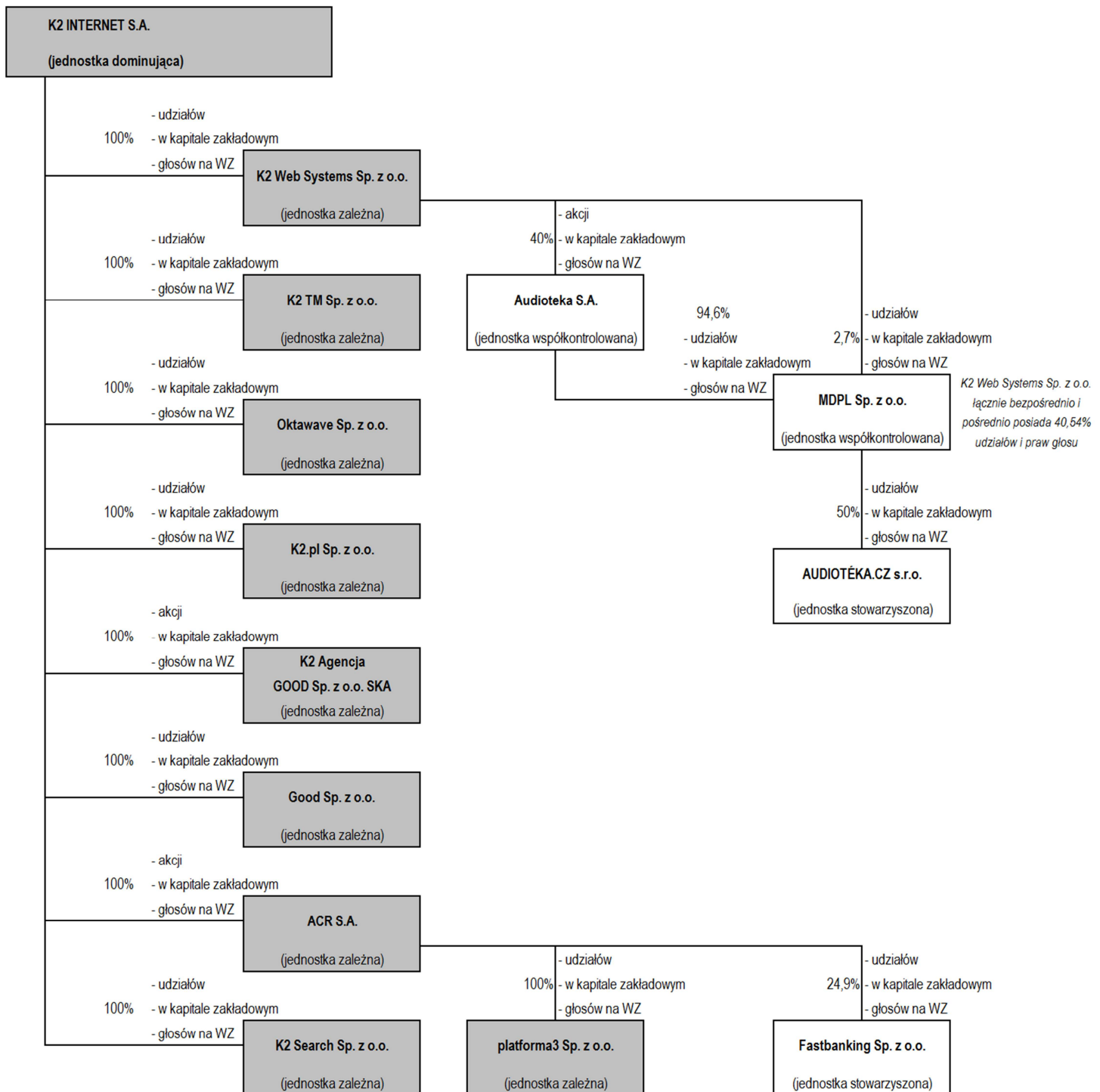
Akcjonariusze	Liczba posiadanych akcji	Udział % w kapitale zakładowym	Udział % w ogólnej liczbie głosów na WZA
Janusz Żebrowski	298 809	12,02%	12,02%
bmp Media Investors AG	280 000	11,27%	11,27%
Fundusze zarządzane przez BZ WBK AIB Asset Management (łącznie)	242 895	9,77%	9,77%
Michał Lach	163 068	6,56%	6,56%
IPOPEMA Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A.	125 121	5,04%	5,04%
Bożena i Andrzej Kosińscy	125 000	5,03%	5,03%
Sławomir Gajewski	125 000	5,03%	5,03%

Wg najlepszej wiedzy Emitenta na dzień zatwierdzenia niniejszego sprawozdania znaczącymi akcjonariuszami K2 Internet S.A., tj. posiadającymi co najmniej 5% liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu byli:

Akcjonariusze	Liczba posiadanych akcji	Udział % w kapitale zakładowym	Udział % w ogólnej liczbie głosów na WZA
Janusz Żebrowski	298 809	12,02%	12,02%
bmp Media Investors AG	281 344	11,32%	11,32%
Fundusze zarządzane przez BZ WBK AIB Asset Management (łącznie)	242 895	9,77%	9,77%
Michał Lach	163 068	6,56%	6,56%
IPOPEMA Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A.	125 121	5,04%	5,04%
Bożena i Andrzej Kosińscy	125 000	5,03%	5,03%
Sławomir Gajewski	125 000	5,03%	5,03%

4.6 Struktura organizacyjna Grupy Kapitałowej K2 Internet S.A.

GRUPA KAPITAŁOWA K2 INTERNET S.A. na dzień 31.12.2012 r.



Żadna jednostka zależna ani stowarzyszona nie posiada akcji jednostki dominującej.

K2 Agencja Good Sp. z o.o. SKA jest największą, najczęściej nagradzaną i najlepiej rozpoznawalną agencją interaktywną w Polsce. Tworzy kampanie, które angażują we wszystkich mediach. Wdraża projekty, gdzie Internet, Mobile czy Social to nie dodatek, a serce działań marketingowych. Zmienia nowe pomysły i technologie w konkretne rezultaty biznesowe dla swoich Klientów, wśród których są takie marki jak: Coca-Cola, Grupa PZU, IKEA, PKO BP, MTV, Play, Heineken czy Volvo.

Główne usługi agencji to

- tworzenie strategii i kreacji kampanii reklamowych obejmujących zarówno media online jak i offline,
- projektowanie i badanie użyteczności aplikacji oraz serwisów internetowych,
- tworzenie kompleksowych rozwiązań mobilnych na wszystkie platformy,
- konsulting biznesowy oraz wdrażanie strategii e-commerce,
- planowanie i realizacja strategii obecności marek w Social Media,
- produkcja filmów reklamowych.

Agencja w swoim dorobku ma ponad 120 polskich i międzynarodowych nagród branżowych. W 2012 roku została wybrana Agencją Roku przez IAB (Związek Pracodawców Branży Internetowej).

ACR S.A. to spółka posiadająca szerokie kompetencje mediowe. Planuje i realizuje skuteczne kampanie reklamowe. ACR posiada ogromne doświadczenie w kampaniach online. Doradza swoim klientom jak prowadzić komunikację, aby wywołać w umysłach konsumentów zamierzony efekt, co w konsekwencji wpływa na decyzje zakupowe. Tworzy kreacje reklamowe (formaty sprzedażowe, landing pages), projektuje i pozycjonuje strony WWW oraz udostępnia narzędzia wspomagające sprzedaż (email marketing, CRM).

Spółka jest pionierem w dziedzinie performance marketingu i jako jedna z nielicznych firm na rynku posiada bogate doświadczenie w kampaniach rozliczanych za efekt. Spółka dysponuje autorskimi narzędziami: sytem3 - do realizacji programów afiliacyjnych oraz mail3 - do wysyłki mailingów i bieżącego raportowania.

W dniu 28 lutego 2013 r. Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy podjęło uchwałę w przedmiocie zmiany nazwy Spółki na K2 Media S.A. Wniosek do KRS o wpis tej zmiany złożony został w dniu 8 marca 2013 r. Wpis potwierdzający zmianę firmy Spółka otrzymała w dniu 15.03.2013 r.

Good Sp. z o.o. jest agencją strategiczno-kreatywną, prowadzoną przez osoby, które wniosły kompetencje i wieloletnie doświadczenie z agencji sieciowych. Spółka zatrudnia 8 osób tworząc zespół doświadczonych i kreatywnych managerów do realizacji działań komunikacyjnych. Obecnie współpracuje z takimi klientami jak Volvo, Leroy Merlin oraz PZU.

Główne obszary kompetencji agencji to:

1. Consulting strategiczny

- Strategia marketingowa (porządkowanie/pozycjonowanie w portfolio);
- Strategia komunikacji;
- Sesje strategiczne (pozycjonowanie, esencja marki, koncepty nowych marek);
- Nadzór i doradztwo w zakresie badań;
- Tworzenie nowych marek.

2. Corporate identity/branding

- Tworzenie nazw nowych usług, produktów, programów;
- Logo design;
- Opracowanie księgi znaku – CI;

- Opracowanie Brandbook'ów.
- 3. Zintegrowana komunikacja – idea oraz opracowanie interakcji w punktach styku,
- Realizacja strategii biznesowej i komunikacji w mediach online i offline.

K2 Web Systems Sp. z o. o. to spółka wyspecjalizowana w dostarczaniu dedykowanych rozwiązań informatycznych dla biznesu. Od 2004 partner wdrożeniowy Microsoft, a obecnie jedna z największych w Polsce firm tworzących oprogramowanie na zamówienie w oparciu o produkty i technologie firmy Microsoft.

Rozwiązania tworzone przez K2 Web Systems Sp. z o.o. wspierają kluczowe procesy biznesowe przedsiębiorstw, pozwalają na zwiększenie operacyjnej efektywności działań w obszarach sprzedaży, obsługi klienta i administracji, a także wspierają pracowników merytorycznych w ich codziennej pracy.

Główne obszary rozwiązań dostarczanych przez K2 Web Systems obejmują:

- workflow i business process management;
- integracja aplikacji przedsiębiorstwa;
- Business Intelligence i Performance Management;
- portale korporacyjne, obieg i archiwizacja dokumentów;
- ocena i rozwój pracowników;
- Customer Relationship Management.

K2 Web Systems Sp. z o. o. posiada potwierdzone kompetencje związane z tworzeniem programowania na zamówienie (Custom Development Solutions), integracją aplikacji i zarządzaniem procesami biznesowymi (SOA and Business Process), tworzeniem rozwiązań wspierających pracowników merytorycznych (Information Worker Solutions), bazami danych i hurtowniami danych (Data Management Solutions) oraz rozwiązaniami mobilnymi (Mobility Solutions).

Projekty Spółki realizowane są w oparciu o metodykę MSF (Microsoft Solutions Framework), która w nowoczesny sposób określa ramy procesów związanych z rozwojem oprogramowania. Wykorzystanie szczegółowych metodyk i technik w obszarach takich jak zarządzanie projektem (PRINCE2), zbieranie wymagań i projektowanie czy zarządzanie jakością, pozwala na utrzymanie kompletnej i szczegółowej infrastruktury do pracy nad projektami informatycznymi.

Oktawave Sp. z o.o. to nowe przedsięwzięcie K2 Internet S.A., skupione wokół dostarczania usług chmury obliczeniowej dla biznesu. Firma używa obecnie najlepszej technologii wirtualizacyjnej VMware oraz własnych rozwiązań na poziomie uruchamiania i automatyzacji do świadczenia usług infrastruktury na żądanie (tzw. IaaS). Unikatowe połączenie rozwiązań sprzętowych oraz prac deweloperskich zaowocowało stworzeniem najszybszych, dostępnych na dzień dzisiejszy, usług chmury na świecie. Dzięki temu Oktawave chce zająć miejsce wśród globalnych graczy rynku chmur publicznych.

Prace koncepcyjne nad polską chmurą obliczeniową rozpoczęte zostały w roku 2008. Prace deweloperskie trwały trzy lata i angażowały kilkudziesięciu najlepszych programistów i menedżerów projektu jak również ekspertów naukowych.

Pół roku przed uruchomieniem wersji komercyjnej Spółka rozpoczęła publiczne testy beta. Wzięło w nich udział ponad 1500 specjalistów IT (programistów i administratorów) z różnych firm: startupów, małych i średnich firm po międzynarodowe korporacje. Dzięki testom Oktawave w sposób znaczący ulepszono m.in. interfejs użytkownika. Od listopada 2012 r. Oktawave nieprzerwanie świadczy usługi z dostępnością na poziomie 100%.

Audioteka S.A. to wiodąca mobilna platforma oferująca audiobooki. Audioteka.pl to pierwszy na świecie serwis, zapewniający stały dostęp do audiobooków w „chmurze”, z nieograniczoną wirtualną przestrzenią dyskową na audiobooki swoich klientów, synchronizacją zakładki (bookmarks) on-line i wieloplatformowym dostępem. Audioteka S.A. działa obecnie na wszystkich głównych systemach mobilnych. Audioteka S.A. to jednocześnie największy producent audiobooków w kraju. Dysponuje zespołem producentów, który na zlecenie wydawców, często również w formie ko-edycji, realizuje nagrania audiobooków dla większości wydawców, aby aktywnie kreować najwyższej jakości ofertę audiobooków na rynku. Audioteka S.A. na własny rachunek zrealizowała m.in. największą i najtrudniejszą produkcję audio w Europie, tzw. superprodukcję, „Gry o Tron” George R.R. Martina, w której udział wzięło ponad 100 aktorów, dla której skomponowano i nagrano ponad dwie godziny muzyki i efektów specjalnych oraz pierwszą na świecie produkcję audiobooka w technologii binauralnej (dźwięk 3D) pt. „Blade Runner” na podstawie powieści Philip K. Dick’a. Audioteka S.A. zdobyła wyróżnienie „Firmy roku branży wydawniczej” oraz wyróżnienie w ramach Rasing Star w ramach konkursu Deloitte Fast 50 oraz Lidera przedsiębiorczości i nagrodę serwisu roku.

Obecnie Audioteka S.A. jest liderem rynku audiobooków pobieranych przez Internet w Polsce (<http://audioteka.pl>) i Czechach (<http://audioteka.cz>). Jest obecna również w lokalnych wersjach serwisu w Hiszpanii (<http://audioteka.es>) i Francji (<http://audioteka.fr>). Na każdym rynku Audioteka wyróżnia się wyjątkową funkcjonalnością i łatwym dostępem poprzez aplikacje mobilne na wszystkie nowoczesne platformy, w tym na iOS, Androida, Windows Phone, Blackberry, Samsung Bada i inne. Głównym dostawcą aplikacji mobilnych i rozwiązań informatycznych jest wiodący akcjonariusz K2 Internet S.A. Dodatkowo ekspansja serwisu jest wspierana przez inwestora - fundusz Giza GPV I, który dołączył do grona akcjonariuszy w 2012 r. i posiada aktualnie 20% akcji Spółki Audioteka S.A.

Fastbanking Sp. z o.o. jest pośrednikiem finansowym online oferującym wsparcie użytkowników w podejmowaniu optymalnych decyzji finansowych. Cel ten realizowany jest przez udostępnienie rozwiązania umożliwiającego równoczesne wnioskowanie o kredyt gotówkowy w kilku bankach, funkcjonalności porównywania produktów bankowych takich jak kredyty i pożyczki gotówkowe, konta osobiste, lokaty oraz karty kredytowe. Równolegle Fastbanking oddaje do dyspozycji klientów obszernie i czytelnie podzielone tematycznie Centrum wiedzy na temat produktów bankowych oraz rynków finansowych. Umożliwiając wymianę wiedzy i doświadczeń pomiędzy użytkownikami poprzez możliwość komentowania zarówno artykułów w Centrum wiedzy jak i opiniowania samych produktów bankowych, klienci mogą podejmować optymalne decyzje dotyczące swoich finansów.

Projekt Fastbanking.pl uzyskał dofinansowanie z Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka w ramach Działania 8.1.: Wspieranie działalności gospodarczej w dziedzinie gospodarki elektronicznej, a jego realizacja jest stale monitorowana przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości.

Fastbanking to również sieć reklamowa umożliwiająca pełną obsługę kampanii efektywnościowych prowadzonych w modelu afiliacyjnym. Łączy setki wydawców stron internetowych z różnych branż z reklamodawcami, którzy chcą rozliczać swoje kampanie w sposób bardziej efektywny, niż rozliczenia odsłonowe, np. płacąc tylko za pozyskanego klienta lub jego dane osobowe. Fastbanking realizował kampanie dla klientów reprezentujących różne branże, od finansowej – jak Provident czy PZU – poprzez telekomunikacyjną (Netia, Orange), aż po sklepy internetowe (Neo24.pl, Supersklep.pl).

K2 TM Sp. z o. o. zajmuje się zarządzaniem i licencjonowaniem znaków towarowych Grupy K2.

K2.pl Sp. z o.o. – spółka nie prowadzi aktualnie działalności operacyjnej.

4.7 Otoczenie rynkowe

Rynek reklamy cyfrowej

Grupa K2 Internet działa na perspektywnym rynku usług internetowych. Według ekspertów BCG (The Boston Consulting Group) polska gospodarka internetowa ma olbrzymi potencjał wzrostu i w ciągu najbliższych pięciu lat będzie się dynamicznie rozwijać. Przewidywane jest dwukrotnie większe tempo niż wzrost PKB (14% rocznie, wzrost nominalny). W rezultacie w 2015 r. wartość tego sektora osiągnie 75 mld zł. czyli 4,1% PKB, przy bardziej optymistycznych założeniach nawet 4,9 % PKB. Z kolei dostęp do internetu ma w Polsce blisko 60% gospodarstw domowych (w 2015 r. 75%), a internet stał się dla użytkowników podstawowym narzędziem komunikacji. Rośnie także znaczenie internetu w aktywności ekonomicznej internautów: 78% z nich korzysta z sieci, żeby pozyskać informacje o produktach, 63% deklaruje, że kupuje za pośrednictwem internetu a 47% płaci przez internet rachunki (http://www.polskainternetowa.pl/pdf/raport_BCG_polska_internetowa.pdf).

Tendencja wzrostowa na rynku reklamy on-line wciąż się utrzymuje. Według badania Interactive Advertising Bureau (IAB) AdEx przeprowadzonego przez PwC (PricewaterhouseCoopers), wydatki ogółem na reklamę w polskim internecie w 2011 roku wyniosły 1,948 mld zł. W porównaniu z rokiem wcześniejszym jest to wzrost o ponad jedną piątą (<http://www.iabpolska.pl/index.php?mnu=86&id=326>). Wartość rynku reklamy on-line w pierwszym półroczu 2012 r. wyniosła 1,03 mld zł., co stanowi 7% wzrost w stosunku do analogicznego okresu ubiegłego roku. W podziale na formaty reklamowe dotychczasowe trendy są zachowane. Obserwowany jest dalszy wzrost reklamy wideo oraz reklamy w urządzeniach mobilnych. Pomimo ogólnych spadków na wydatki reklamowe w mediach, cały rynek online rośnie, osiągając w pierwszym półroczu 2012 już 17,8% całego „tortu reklamowego” w Polsce, a po trzech kwartałach 2012 - 18,9%. IAB Polska w Raporcie Strategicznym – Internet 2010, prognozowało, że w roku 2012 wydatki na reklamę online przekroczą granicę 2 mld zł. (<http://www.iabpolska.pl/index.php?mnu=86&id=478>).

Według AdEx już w pierwszym półroczu roku bieżącego 2012 r. przekroczona została granica 1 mld zł. Po kolejnych trzech miesiącach 2012 r. branża zarobiła 1,52 mld i wszystko wskazuje na to, że pomimo trudnej sytuacji na rynku mediowym, w roku 2012 osiągnie rekordową wartość rynku reklamy cyfrowej (<http://www.iabpolska.pl/index.php?mnu=86&id=478>).

Rynek usług cloud computing

Spółka zależna od K2 Internet S.A. - Oktawave Sp. z o.o. jest spółką spoza głównej działalności Grupy K2 Internet S.A. działającą na rynku cloud computingu. W listopadzie 2012 roku rozpoczęła komercyjne świadczenie usług w tym zakresie.

Szacuje się, że w ciągu najbliższych 8 lat światowy rynek cloud computingu („CC”) zmieni całkowicie oblicze IT. Firma analityczna Forrester¹ przewiduje, że wartość globalnego rynku cloud computingu wzrośnie z 40,7 mld USD w 2011 roku do poziomu ok. 241 mld USD w roku 2020. Jednocześnie, rozwiązania w chmurze staną się w wielu organizacjach kluczowym elementem infrastruktury IT.

Obiecujące prognozy dotyczą zwłaszcza rynku polskiego. W ramach raportu przygotowanego przez firmę Parallels², szacowana wartość krajowego rynku outsourcingu IT, obejmującego zarówno chmurę prywatną, jak i publiczną, wynosiła ponad 36 mln USD. Rynek rozwiązań w chmurze stanowi najdynamiczniej rozwijającą się część polskiego

segmentu ICT. Stopa wzrostu CC w Polsce do 2015 roku prognozowana jest na poziomie 33%, co stanowi wynik powyżej średniej 5%, wyliczonej dla całego rynku usług IT.

Rodzimy rynek usług w chmurze i przeznaczonych dla sektora Małych i Średnich Przedsiębiorstw (MŚP) wart jest obecnie 335 mln zł. Sam sektor małych i średnich przedsiębiorstw prężnie rozwija się, zbliżając się do poziomu rynków rozwiniętych, co daje duże możliwości wprowadzenia usług w chmurze. Dostawcy wkraczający na ten rynek muszą uwzględnić dwa typy odbiorców – firmy zatrudniające specjalistów IT oraz te bez jakichkolwiek zasobów w tym zakresie. Krajowy biznes wykazuje duże zainteresowanie CC, co w połączeniu ze stałym rozwojem firm daje duży potencjał zysku na tym jeszcze niezagospodarowanym w Polsce rynku.

Obecny rynek rozwiązań w chmurze dla firm MŚP szacowany jest w Niemczech na 770 milionów euro. Pomimo znacznego zagospodarowania tamtejszego rynku, wciąż zauważalne są segmenty niezajęte dotychczas przez dostawców, co daje wielkie możliwości zarobku, pod warunkiem dopasowania się do specyfiki lokalnej.

Rynek usług w chmurze dla obszaru francuskiego, jedynie w obrębie MŚP, szacowany jest na 672 miliony euro. Choć główny trzon rynku wydaje się ukształtowany, duże możliwości wprowadzenia nowych produktów zapewnia nieustabilizowany sektor usług skierowanych dla małych i średnich firm. Zauważalne są dwie wyraźne tendencje dla rynku francuskiego. Po pierwsze, nowe firmy z sektora MŚP częściej decydują się na stworzenie sieci IT w obrębie chmury, rzadziej budując infrastrukturę sprzętową od podstaw w obrębie własnej firmy. Po drugie, powszechna staje się także zmiana istniejącego już środowiska sprzętowego na budowanie rozwiązań informatycznych w ramach chmury.

Przyjęty tradycyjnie model chmury oferowany dla segmentu MŚP wart jest obecnie w Wielkiej Brytanii 660 milionów GBP. Ogólnie rzecz ujmując, rynek usług CC jest już nasycony, wciąż występują jednak niezagospodarowane kierunki. Kluczem do osiągnięcia sukcesu na Wyspach Brytyjskich jest zachęcenie tamtejszych przedsiębiorców do wymiany systemu IT na rozwiązania oparte o chmurę oraz skierowanie działań na nowe podmioty, np. mikroprzedsiębiorstwa bez własnych serwerów.

Liderem usług CC są Stany Zjednoczone. Wartość tamtejszego rynku usług w chmurze dla małych i średnich firm szacowana jest obecnie na 15,1 mld USD - nie wliczając 1,6 mld USD uzyskiwanych z przynoszącego coraz większe zyski obszaru pozabiznesowego. W 2014 roku szacunkowa wartość rynku chmury dla MŚP w Stanach Zjednoczonych wzrośnie do kwoty 24,3 mld USD.

Źródła:

1) Forrester Research <http://www.forrester.com/Sizing+The+Cloud/fulltext/-/E-RES58161?objectid=RES58161>,

2) <http://www.parallels.com/smbreport/>

Rynek audiobooków

Kolejną spółką spoza głównego obszaru biznesowego Grupy K2 Internet S.A. jest Spółka Audioteka S.A., w której K2 Internet S.A. posiada 40% akcji.

Rynek audiobooków w Polsce znajduje się na bardzo wczesnym etapie rozwoju. Od końca 2008 roku (start serwisu audioteka.pl) rośnie w tempie 65% rocznie¹. Jako że rynek audiobooków jest rynkiem bardzo młodym, nie został jeszcze dokładnie zbadany. Według szacunków Zarządu Spółki, wartość tego rynku wyniosła w 2010 roku między 16 a 20 mln zł (uwzględniając sprzedaż audiobooków na CD). Wartość rynku audiobooków stanowi w Polsce niecałe pół procenta wartości rynku wydawniczego, podczas gdy w USA i Niemczech sięga blisko 5% i może w najbliższych

latach osiągnąć ponad 10%² (głównie poprzez rozbudowę elektronicznych kanałów sprzedaży w tym w szczególności sprzedaży przez smartfony).

W Niemczech sprzedano 13,38 miliona audiobooków² na prawie 82 miliony mieszkańców. W Polsce między 1 a 1,5 miliona audiobooków³ na 38 milionów mieszkańców. Popularność audiobooków w Polsce wciąż jest znikoma. Słuchamy ich 5 razy rzadziej niż Niemcy i 10 razy rzadziej niż Brytyjczycy².

Zakładając, że udział rynku audiobooków w rynku wydawniczym w ciągu pięciu lat osiągnie poziom porównywalny z rynkiem niemieckim lub USA, to rynek audiobooków w Polsce może być w 2016 roku wart około 200 mln złotych.

W Polsce obecnie około 80% audiobooków sprzedawanych jest na CD, zaś największą dynamikę wykazuje sprzedaż audiobooków do pobrania³.

Rynek płyt CD jest wymierający. W 2010 roku sprzedaż na nośnikach CD spadła w USA o 20% czwarty rok z rzędu, a przez następne cztery lata ma maleć średnio o 9,8 procenta rocznie⁴.

W Niemczech rozbudowa rynku plików do pobrania oraz nowych kanałów dystrybucji, w tym przede wszystkim przez telefony komórkowe, spowoduje 2,5-krotny wzrost liczby użytkowników audiobooków².

Według Zarządu Spółki coraz więcej klientów woli pobrać nagranie z Internetu lub przez telefon komórkowy niż kupić je w tradycyjnym sklepie. Wzrost popularności pobierania wiąże się z łatwiejszym dostępem i większą wygodą użytkowania - zamiast wychodzić z domu klient może nabyć dokładnie to samo nagranie w Internecie i to od razu na telefon, z którego od razu może słuchać zakupionego audiobooka.

Na wzrost rynku audiobooków wpływać będzie niewątpliwie dynamika rynków m-commerce i e-commerce oraz liczba smartfonów, rozwój Internetu mobilnego i stacjonarnego, a także wzrost świadomości społeczeństwa w Polsce na temat samego produktu jakim jest audiobook. Rzeczpospolita szacuje, że w 2012 roku w Polsce sprzedano od 10 do 11 milionów telefonów komórkowych, z czego około 5 milionów stanowią same smartfony. Jest to wynik długotrwałego trendu, który ma się utrzymać przez najbliższe lata.

Źródła:

- 1) Polska Izba Książki,
- 2) Goethe-Institut oraz Audio Publishers Association,
- 3) Dane wewnętrzne i szacunki Spółki,
- 4) Dane i prognozy Audio Publishers Association

4.8 Czynniki ryzyka

A. Czynniki ryzyka związane z otoczeniem

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 K2 Internet S.A. i przez to na jej sytuację finansową.

Ponadto kryzys na światowych rynkach finansowych doprowadził do zaostrzenia warunków udzielania kredytów, niskiego poziomu płynności i wycofania finansowania niektórych inwestycji w krajach Europy Środkowej i Wschodniej, w tym Polski. Czynniki te spowodowały spowolnienie gospodarcze i doprowadziły wiele krajów do recesji. Ponadto znaczne wahania kursów walut i ograniczona dostępność finansowania może mieć niekorzystny wpływ zarówno na klientów indywidualnych, jak i firmy, zmniejszając ich poziom zaufania do gospodarki i pogarszając ich kondycję finansową.

Wyniki naszej działalności są w dużej mierze uzależnione od poziomu wydatków reklamowych, a z kolei popyt na reklamę jest zależny od warunków ekonomicznych. Niekorzystne warunki gospodarcze w Europie mają negatywny wpływ na polski rynek reklamy. Utrwalenie negatywnej tendencji wpłynęłoby niekorzystnie na nasze przychody i wyniki z działalności. Nawet jeśli Polska nie doświadczy spadku PKB podobnego do zanotowanych w innych krajach, nasi klienci, wśród których jest wiele międzynarodowych firm, mogą ograniczyć globalne i lokalne budżety reklamowe, co może skutkować zmniejszeniem popytu na polskim rynku reklamy, a w konsekwencji tego negatywnie wpłynąć na przychody i wyniki z działalności Emitenta.

Ocena ryzyka: duże.

Ryzyko związane ze zmianami w otoczeniu prawnym oraz interpretacją przepisów podatkowych

Niekorzystnym czynnikiem mającym potencjalny wpływ na działalność K2 Internet S.A. mogą być zmieniające się przepisy prawa i różne jego interpretacje. Polski system prawny charakteryzuje się częstymi zmianami przepisów podatkowych. Ponadto, wiele z obowiązujących przepisów nie zostało sformułowanych w sposób precyzyjny i często brakuje ich jednoznacznej wykładni. Interpretacje przepisów podatkowych ulegają częstym zmianom, a zarówno praktyka organów skarbowych, jak i orzecznictwo sądowe w sferze opodatkowania nie są jednolite. Powyższe czynniki zwiększają ryzyko dla spółki działającej na terytorium Polski w porównaniu do krajów z bardziej stabilnymi systemami podatkowymi. 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.

Ocena ryzyka: średnie.

Ryzyko związane ze spadkiem marż i wzrostem konkurencji

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 internetu spowodować może wejście na rynek nowych firm, dotychczas aktywnych w innych krajach lub na innych rynkach komunikacji marketingowej w Polsce. Nie można wykluczyć, że zwiększona konkurencja może wpłynąć na obniżenie marż i w związku z tym na pogorszenie wyników finansowych.

Zdobyte doświadczenie i wieloletnie funkcjonowanie na rynku oraz rozpoznawalność marki K2 pozwala sądzić, że K2 zajmuje stabilną pozycję w branży. Z drugiej strony zaś na skutek kryzysu budżety marketingowe są alokowane z dużą ostrożnością i wymogiem wysokiej efektywności kosztowej mimo poprawy koniunktury.

Ocena ryzyka: średnie.

B. Czynniki ryzyka związane z działalnością prowadzoną przez K2 Internet S.A.

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

K2 osiąga sprzedaż i wypracowuje 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 osiągniętej sprzedaży 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 Emitenta, w szczególności zmian globalnych strategii i umów marketingowych 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: średnie.

Ryzyko nieumiejętności spełnienia oczekiwań klientów

K2 świadczy 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 K2 może być narażona na większe ryzyko popełnienia błędu 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 K2,
- podnoszeniem przez klienta roszczeń z tytułu zapłaty kar umownych i innych.

K2 jest jedną z najczęściej nagradzanych organizacji na polskim rynku reklamy. Rokrocznie zdobywa szereg nagród w wielu krajowych i międzynarodowych konkursach. Oprócz licznych nagród i wyróżnień zdobytych w 2012, K2 została w 2012 roku wyróżniona ważnym tytułem Agencji Roku, przyznany przez Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska, podczas gali IAB MIXX 2012. Ponadto kreatywne prace K2, w tym realizacje dla IKEA i MTVNHD, zostały docenione przez redakcję magazynu Media i Marketing Polska i uhonorowane specjalnym wyróżnieniem. Po raz kolejny w badaniu satysfakcji klientów Grand Check Agencja K2 osiągnęła 1-sze miejsce w rankingu na wymarzoną firmę reklamową w grupie agencji interaktywnych. Badanie zostało zrealizowane przez TNS OBOP dla miesięcznika PRESS.

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 K2 w pracy lub polecane przez niego 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 osób zarządzających 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 kluczowych 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 kluczowych 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. W celu ograniczenia tego ryzyka firma przyjęła strategię, że dla wykonania danego zadania tworzone są zespoły (grupy osób) pracujące wspólnie nad danym projektem. Ponadto w 2009 roku wdrożone zostały systemy ocen pracy pracowników, które są bieżąco wykorzystywane.

Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy przyjęło w dniu 28 czerwca 2012 r. Program Motywacyjny, celem którego jest stworzenie w Spółce dodatkowych mechanizmów motywujących Członków Zarządu Spółki oraz jej kluczowych pracowników i współpracowników do pracy i działań na rzecz Spółki. Działania te zapewnią w długoterminowej perspektywie stabilny wzrost wartości Spółki, ustabilizują kadrę menedżerską a także zapewnią silniejsze związanie ze Spółką. Przyjęty Program Motywacyjny zostanie uruchomiony o ile Spółka w roku 2014 zrealizuje plan osiągnięcia 4 zł zysku na jedną akcję (nie uwzględniając ew. zdarzeń jednorazowych).

Ocena ryzyka: średnie.

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 K2 przechowuje 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.

Emitent, aby zminimalizować ryzyko, na bieżąco aktualizuje lub dokupuje oprogramowanie oraz urządzenia techniczne zabezpieczające przed dostępem do systemu nieuprawnionych osób. K2 wdrożyła także odpowiednie procedury wewnętrzne, których przestrzeganie minimalizuje powstanie ryzyk związanych z nieautoryzowanym dostępem do danych i systemów.

Ocena ryzyka: niskie.

Ryzyko związane z niewywiązywaniem się klientów z dotrzymania terminów płatności

Przychody K2 pochodzą z realizacji umów o świadczenie określonych usług, w tym ramowych i wieloetapowych. Umowy te zawierają postanowienia co do terminów płatności. Istnieje ryzyko, że klient nie dokona uzgodnionych płatności lub dokona ich nieterminowo.

K2 stara się na bieżąco monitorować swoje należności i dzięki temu minimalizuje ryzyko powstawania nieściągalnych należności.

Ocena ryzyka: średnie.

5 ZASADY ŁADU KORPORACYJNEGO

W zakresie przestrzegania zasad ładu korporacyjnego, Zarząd K2 Internet S.A., realizując postanowienia uchwały Rady Giełdy i Zarządu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A., oświadcza, że przestrzega zasad ładu korporacyjnego określonych w dokumencie Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW, z wyjątkiem tych opisanych w „Oświadczeniu dotyczącym stosowania zasad ładu korporacyjnego w K2 Internet S.A. w 2012 r.” z dnia 19 marca 2013 r. Pełne oświadczenie o stosowaniu ładu korporacyjnego stanowi odrębny dokument załączony do niniejszego Sprawozdania.

6 PODSTAWOWE USŁUGI, DOSTAWCY, ODBIORCY, GŁÓWNE RYNKI ZBYTU

Spółka realizuje swoją sprzedaż na terenie kraju oraz za granicą, jednak dominującym rynkiem zbytu jest rynek krajowy.

K2 świadczy przede wszystkim usługi w obszarze e-marketingu w zakres których wchodzi:

- kreacja i strategia komunikacji,
- konsulting e-marketingowy i usability,
- tworzenie, rozwój i utrzymanie serwisów internetowych,
- tworzenie aplikacji multimedialnych i produkcji video,
- e-commerce,
- hosting zarządzalny,
- womm – Word of Mouth Marketing,

K2 realizuje również inne usługi szeroko rozumianego zakresu wsparcia dużych organizacji w obszarze marketingu, sprzedaży i obsługi klienta, jednak są to zazwyczaj usługi dodatkowe jak np.: marketing bezpośredni, PR on-line czy zarządzanie programami lojalnościowymi oraz prowadzenie promocji i konkursów zgodnie z zapotrzebowaniem klientów.

Mimo, że w 2012 r. przychody ze sprzedaży zagranicznej przekroczyły 10% ogółu przychodów, to aktywa dotyczące tego segmentu nie są możliwe do wydzielenia, gdyż są wspólne dla całego przedsiębiorstwa, dlatego też nie jest zasadne wydzielenie oddzielnych segmentów o charakterze geograficznym.

Przychody ze sprzedaży krajowej w 2012 r. wyniosły 27.272 tys. PLN i spadły w stosunku do poprzedniego (2011 r.) o 18%, natomiast przychody zagraniczne ukształtowały się na poziomie 3.649 tys. PLN i zwiększyły się w stosunku do roku 2011 o 310%.

	01.01.2012 - 31.12.2012	01.01.2011 - 31.12.2011	zmiana %
Przychody krajowe	27 272	33 213	-18%
Przychody zagraniczne	3 649	891	310%
Razem	30 921	34 104	

Struktura sprzedaży przedstawiała się następująco:

	01.01.2012 - 31.12.2012	01.01.2011 - 31.12.2011	udziały w przychodach ogółem 2012
Przychody ze sprzedaży usług e-marketingowych	25 780	30 841	83%
w tym dla jednostek powiązanych	2 239	717	
Przychody ze sprzedaży towarów / materiałów	7	329	0%
w tym dla jednostek powiązanych	7	9	
Przychody ze sprzedaży usług pozostałych	5 134	2 934	17%
w tym dla jednostek powiązanych	3 251	2 805	
Razem	30 921	34 104	100%

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

7 ZNACZĄCE UMOWY DLA DZIAŁALNOŚCI EMITENTA ZAWARTE W OKRESIE SPRAWOZDAWCZYM

Z punktu widzenia działalności lub rentowności w 2012 roku obowiązywały następujące umowy znaczące (w rozumieniu § 2 ust. 1 pkt 44) ppkt b) Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 19 lutego 2009 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) dla działalności K2 Internet S.A., w tym z akcjonariuszami, oraz umowy ubezpieczenia, współpracy lub kooperacji:

Umowy handlowe Emitenta (klienci)

- Umowa Otwarta z dnia 22 kwietnia 2011 r. z Powszechną Kasą Oszczędności Bankiem Polskim S.A. („PKO BP S.A.”) dotyczącą współpracy z agencją interaktywną w zakresie bieżącej obsługi serwisów internetowych, obsługi kreatywno – marketingowej, realizacji badań internetowych, realizacji działań e-PR. Umowa zawarta została na czas określony 36 (trzydziestu sześciu) miesięcy od dnia jej zawarcia. Umowa ma charakter umowy otwartej, co oznacza, że określa ona generalne warunki współpracy stron w zakresie świadczenia przez K2 Internet S.A. usług na rzecz PKO BP S.A. w ramach danego zamówienia lub zlecenia w okresie, na który umowa została zawarta, przez co nie gwarantuje Emitentowi realizacji usług o określonej wysokości. Informacja o w/w została opublikowana zgodnie z par.5 ust.1 pkt 3 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 19 lutego 2009 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, w Raporcie Bieżącym nr 38/2011 z dnia 26 kwietnia 2011 r.
- K2 Internet S.A. i ACR S.A. (spółka zależna K2 Internet S.A.) dnia 1 lipca 2009 r. zawarła umowę z Grupą PZU (tj. PZU S.A., PZU na Życie S.A., PTE PZU S.A., TFI PZU S.A.) dotyczącą strategicznej obsługi działań w internecie, obejmującej planowanie i zakup mediów w internecie, obsługę w zakresie kreacji form reklamowych, marketingu w wyszukiwarkach internetowych, obsługę w zakresie programów afiliacyjnych. Umowa zawarta

została na okres jednego roku z możliwością przedłużenia na okresy kolejne. Umowa ma charakter ramowy i nie gwarantuje K2 Internet S.A. i ACR S.A. realizacji usług o określonej wysokości. Informacja o w/w została opublikowana zgodnie z par.5 ust.1 pkt 3 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 19 lutego 2009 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, w Raporcie Bieżącym nr 58/2009 z dnia 17 lipca 2009 r. Umowa została przedłużona aneksem do umowy do dn. 28 lutego 2011 r. i odnowiona umową z 31 marca 2011 r. Umowa zawarta została na okres 24 miesięcy licząc od dnia 1 marca 2011 r. z możliwością przedłużenia na kolejne 12 lub 24 miesiące. Umowa ma charakter ramowy i nie gwarantuje Spółce realizacji usług o określonej wysokości. Informacja o w/w została opublikowana zgodnie z par.5 ust.1 pkt 3 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 19 lutego 2009 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, w Raporcie Bieżącym nr 39/2011 z dnia 28 kwietnia 2011 r.

- Umowa z dnia 8 maja 2006 roku z Coca-Cola Poland Services Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, której przedmiotem jest świadczenie na rzecz Coca-Cola Poland Services Sp. z o.o. obsługi istniejących systemów, usług tworzenia i obsługi systemów zgodnie z postanowieniami odrębnie uzgodnionych zleceń oraz innych usług określonych umową.

Umowy handlowe Emitenta (dostawcy):

- Umowa z dnia 1 maja 2007 roku z ATM S.A. z siedzibą w Warszawie, której przedmiotem jest odpłatne świadczenie przez ATM S.A. na rzecz K2 Internet S.A. usług dostępu do internetu oraz kolokacji określonych w załączniku do umowy na podanych w umowie warunkach,
- Umowa z 6 stycznia 2004 roku z Microsoft Ireland Operations Limited (umowa określa uczestnictwo w Programie Partnerskim Microsoft),
- Umowa z dnia 1 kwietnia 2007 roku z SourceCode Technology Holdings Inc. (umowa określa warunki dystrybucji oprogramowania K2.Net).

8 POZOSTAŁE DANE

8.1 Powiązania organizacyjne i kapitałowe

Jednostkami powiązanymi dla K2 Internet S.A. na dzień 31.12.2012 były:

Lp.	Nazwa Spółki	% kapitału / głosów
1	ACR S.A.	100,00%
2	K2 Web Systems Sp. z o. o.	100,00%
3	K2 Search Sp. z o. o.	100,00%
4	K2 Agencja Good Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością S.K.A.	100,00%
5	Good Sp. z o.o.	100,00%
6	platforma3 Sp. z o.o. - powiązanie pośrednie poprzez ACR S.A.	100,00%
7	K2 TM Sp. z o.o.	100,00%
8	Oktawave Sp z o.o.	100,00%
9	K2.pl Sp. z o.o.	100,00%
10	MDPL Sp. z o. o. - powiązanie pośrednie poprzez Audioteka S.A.	40,54%
11	Audioteka S.A. - powiązanie pośrednie przez K2 Web Systems Sp. z o. o.	40,00%
12	Fastbanking Sp. z o.o. – powiązanie pośrednie poprzez ACR S.A.	24,90%
13	Audioteka.CZ S.R.O. - powiązanie pośrednie poprzez MDPL Sp. z o.o.	20,00%
14	Podobneo Sp. z o.o.	-
15	bmp Media Investors AG & Co. KGaA	-
16	Marta Sendrowicz	-
17	Telos Partners Sp. z o.o.	-

1. Podobneo Sp. z o.o. - podmiot nabywający usługi od K2 Internet S.A., kontrolowany przez Pana Michała Lacha – znaczącego akcjonariusza K2 Internet S.A.

2. bmp Media Investors AG&Co. KGaA - znaczący inwestor K2 Internet S.A. Dodatkowo, Pan Jens Spyrka, będący na dzień 31.12.2012 r. Partnerem Spółki bmp AG, będącej 100% udziałowcem bmp Media Investors AG&Co. KGaA oraz na dzień sporządzenia sprawozdania członkiem zarządu Spółki bmp Media Investors AG, pełni jednocześnie funkcję członka Rady Nadzorczej K2 Internet S.A.

3. Pani Marta Sendrowicz - żona Pana Janusza Żebrowskiego, która świadczyła na rzecz K2 usługi wynajmu powierzchni biurowej.

4. Telos Partners Sp. z o.o. - Spółka świadcząca usługi na rzecz K2 Internet S.A., której członkiem zarządu jest członek Rady Nadzorczej K2 Internet S.A. - Pan Piotr Zbaraski.

8.2 Znaczące transakcje z podmiotami powiązаныmi (w tym wynagrodzenia osób zarządzających i nadzorujących)

Informacje dotyczące transakcji z jednostkami mającymi istotny wpływ na K2 Internet S.A., w tym informacje o wynagrodzeniach osób zarządzających i nadzorujących oraz jednostkami powiązаныmi podano w *Jednostkowym rocznym sprawozdaniu finansowym za okres 12 miesięcy zakończony 31 grudnia 2012 r.* w Nocie 23. „Podmioty zależne i stowarzyszone oraz informacje dotyczące transakcji z jednostkami powiązаныmi”.

Ponadto w przypadku odwołania z Zarządu przed upływem kadencji członkowie Zarządu K2 Internet S.A będą uprawnieni do trzymiesięcznego wynagrodzenia będącego ilorzem rocznego wynagrodzenia podzielonego przez 12 miesięcy.

8.3 Zaciągnięte kredyty

Zaciągnięte kredyty

W dniu 20 listopada 2012 r. został podpisany Aneks nr 6 do Umowy o Kredyt w Rachunku Bieżącym z Bankiem Handlowym w Warszawie S.A. przedłużający termin spłaty kredytu do dnia 20 listopada 2013. Kwota kredytu pozostała bez zmian tj. 4 mln zł. Wysokość odsetek określa suma stopy procentowej WIBOR 1M oraz marży 1,2% w stosunku rocznym. Zabezpieczenie spłaty kredytu stanowią należności ujęte w Umowie Cesji Wierzytelności oraz poręczenia cywilno-prawne udzielone przez Spółki K2 Web Systems Sp. z o.o., K2 Search Sp. z o.o., K2 Agencja Good Sp. z o.o. SKA i ACR S.A.

8.4 Udzielone pożyczki

Zmiany stanu pożyczek udzielonych przez K2 Internet S.A.:

	31.12.2012	31.12.2011
Stan początkowy	4 944	6 426
Udzielenie pożyczek	2 121	1 740
Naliczenie odsetek	302	354
Spłata pożyczek	- 2 012	- 3 472
Spłata odsetek	- 77	- 104
Stan końcowy	5 278	4 944
w tym część długoterminowa	-	-
w tym część krótkoterminowa	5 278	4 944

Stan pożyczek udzielonych przez K2 Internet S.A. na dzień bilansowy:

Pożyczkobiorca	Cel pożyczki	Data umowy pożyczki	Termin wymagalności	Stopa % na 31.12.2012 r.	Podział ze względu na okres zapadalności	Waluta	Saldo na 31.12.2012 r. w tys. PLN
ACR S.A.	Inwestycyjny i operacyjny	09.08.2012	08.08.2013	8,00%	krótkoterminowe	PLN	321
K2 Web Systems Sp. z o.o.	Inwestycyjny i operacyjny	02.04.2007	31.12.2012	8,00%	krótkoterminowe	PLN	4 084
K2 Agencja Good Sp. z o.o. SKA	Inwestycyjny i operacyjny	23.10.2012	22.10.2013	8,00%	krótkoterminowe	PLN	20
Oktawave Sp. z o.o.	Inwestycyjny i operacyjny	23.10.2012	22.10.2013	8,00%	krótkoterminowe	PLN	162
K2.pl Sp. z o.o.	Inwestycyjny i operacyjny	07.11.2012	06.11.2013	8,00%	krótkoterminowe	PLN	5
K2 TM Sp. z o.o.	Inwestycyjny i operacyjny	29.10.2012	28.10.2013	8,00%	krótkoterminowe	PLN	20
Good Sp. z o.o.	Inwestycyjny i operacyjny	20.12.2012	19.12.2012	8,00%	krótkoterminowe	PLN	40
Pracownicy	Inne			8,00%	krótkoterminowe	PLN	625

8.5 Poręczenia i gwarancje

K2 Internet S.A. udziela standardowych gwarancji z tytułu realizowanych kontraktów informatycznych. Ryzyko z nich wynikające jest niewielkie a ewentualne skutki finansowe trudne do oszacowania. W wyjątkowych przypadkach K2 przyjmuje na siebie dodatkowe zobowiązania np. dotyczące zaniechania pracy na rzecz konkurencji czy gwarantowanego poziomu usług. Kary umowne, których zapłaty mogą domagać się klienci, w przypadku gdy Spółka nie wypełni tych zobowiązań są zróżnicowane – od kwoty 100 tys. zł do 1 mln zł (w kontraktach na utrzymanie i hosting zawarte są także kary bez górnego ograniczenia kwoty). K2 podjęła odpowiednie działania od strony organizacji i technologii tak by 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, weksle in blanco jako gwarancja zapłaty przyznanego kredytu kupieckiego oraz weksle in blanco jako zabezpieczenie dla otrzymanych gwarancji ubezpieczeniowych.

Spółki Grupy K2 udzielają sobie wzajemnych poręczeń kredytów obrotowych lub gwarancji bankowych. Występujące poręczenia i gwarancje zawierane są na warunkach rynkowych.

Udzielone poręczenia i gwarancje

Spółka K2 Internet S.A. na dzień 31.12.2012 r. posiadała następujące zobowiązania warunkowe z tytułu wzajemnych poręczeń:

Podmiot	Od	Do	Kwota max. w tys. złotych	Cel
K2 Internet S.A.	09.07.2012	31.01.2014	600	Zabezpieczenie spłaty wierzytelności przysługujących Bankowi Handlowemu w Warszawie S.A. z tytułu kredytu udzielonego K2 Web Systems Sp. z o.o. w kwocie 500 tys. zł
K2 Internet S.A.	15.07.2011	31.01.2015	1 800	Zabezpieczenie spłaty wierzytelności przysługujących Bankowi Handlowemu w Warszawie S.A. z tytułu kredytu udzielonego ACR S.A. w kwocie 1 500 tys. zł
K2 Internet S.A.	09.07.2012	31.01.2014	600	Zabezpieczenie spłaty wierzytelności przysługujących Bankowi Handlowemu w Warszawie S.A. z tytułu kredytu udzielonego K2 Search Sp. z o.o. w kwocie 500 tys. zł

Otrzymane poręczenia i gwarancje

Otrzymane przez K2 Internet S.A. gwarancje obowiązujące na dzień 31.12.2012 roku:

- gwarancja bankowa Banku Handlowego w Warszawie S.A. jako zabezpieczenie umowy najmu z dnia 21.12.2010 r. na kwotę 229.521,00 EUR do dnia 31.12.2013 r.,
- gwarancja bankowa Banku Handlowego w Warszawie S.A. jako zabezpieczenie umowy najmu z dnia 29.06.2007 r. na kwotę 79.869,44 EUR do dnia 30.04.2013 r.,
- gwarancje bankowe Banku Handlowego w Warszawie S.A. jako zabezpieczenie dla pokrycia wypłaty nagród wynikających z loterii organizowanych w ramach świadczonych usług na rzecz klientów na łączną kwotę 221.559,00 PLN,
- gwarancja ubezpieczeniowa TU Euler Hermes S.A. jako zabezpieczenie należytego wykonania kontraktu na rzecz klienta na łączną kwotę 24.595,05 PLN.

Spółka na dzień sporządzenia sprawozdania posiadała aktywa warunkowe z tytułu wzajemnych poręczeń:

Podmiot	Od	Do	Kwota max. w tys. złotych	Cel
K2 Web Systems Sp. z o.o.	29.06.2012	30.06.2015	2 400	Zabezpieczenie spłaty wierzytelności przysługujących Bankowi Handlowemu w Warszawie S.A. z tytułu gwarancji bankowych udzielanych na podstawie ramowej umowy rewalwingowej na udzielanie gwarancji bankowych zawartej pomiędzy Bankiem Handlowym w Warszawie S.A. a K2 Internet S.A.
ACR S.A.	29.06.2013	30.06.2015	2 400	Zabezpieczenie spłaty wierzytelności przysługujących Bankowi Handlowemu w Warszawie S.A. z tytułu gwarancji bankowych udzielanych na podstawie ramowej umowy rewalwingowej na udzielanie gwarancji bankowych zawartej pomiędzy Bankiem Handlowym w Warszawie S.A. a K2 Internet S.A.
K2 Search Sp. z o.o.	29.06.2014	30.06.2015	2 400	Zabezpieczenie spłaty wierzytelności przysługujących Bankowi Handlowemu w Warszawie S.A. z tytułu gwarancji bankowych udzielanych na podstawie ramowej umowy rewalwingowej na udzielanie gwarancji bankowych zawartej pomiędzy Bankiem Handlowym w Warszawie S.A. a K2 Internet S.A.
K2 Web Systems Sp. z o.o.	24.11.2009	31.05.2014	4 000	Zabezpieczenie spłaty wierzytelności przysługujących Bankowi Handlowemu w Warszawie S.A. z tytułu kredytu udzielonego K2 Internet S.A. w kwocie 4 000 tys. zł
K2 Agencja Good Sp. z o. o. SKA	20.11.2012	31.05.2014	4 000	Zabezpieczenie spłaty wierzytelności przysługujących Bankowi Handlowemu w Warszawie S.A. z tytułu kredytu udzielonego K2 Internet S.A. w kwocie 4 000 tys. zł
K2 Search Sp. z o.o.	20.11.2012	31.05.2014	4 000	Zabezpieczenie spłaty wierzytelności przysługujących Bankowi Handlowemu w Warszawie S.A. z tytułu kredytu udzielonego K2 Internet S.A. w kwocie 4 000 tys. zł
ACR S.A.	20.11.2012	31.05.2014	4 000	Zabezpieczenie spłaty wierzytelności przysługujących Bankowi Handlowemu w Warszawie S.A. z tytułu kredytu udzielonego K2 Internet S.A. w kwocie 4 000 tys. zł

8.6 Opis wykorzystania wpływów z emisji

Środki pozyskane z emisji akcji serii I zostały w znacznej części wykorzystywane na rozwój chmury obliczeniowej Oktawave w spółce K2 Internet S.A. oraz na działania marketingowe i intensyfikujące sprzedaż usług Oktawave. Środki z emisji będą również wykorzystywane na dalsze prace nad platformą Oktawave. Środki z emisji zostaną uzupełnione kwotą blisko 2 mln zł pozyskaną ze środków Unii Europejskiej w ramach Działania 8.2 Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka na realizację projektu "Optymalizacja działalności K2 i Partnerów dzięki automatyzacji procesów zarządzania usługami, aplikacjami, interfejsem i dokumentacją finansową" w ramach Działania 8.2 PO IG "Wspieranie wdrażania elektronicznego biznesu typu B2B".

8.7 Prognozy wyników

K2 Internet S.A. nie publikowała żadnych prognoz wyników na 2012 r.

8.8 Ocena zarządzania zasobami finansowymi

Własne zasoby pieniężne oraz kredyt w rachunku bieżącym posiadany przez K2 Internet S.A. pozwalają na bezpieczne zarządzanie zasobami finansowymi i pełne wywiązywanie się z zaciągniętych zobowiązań. K2 aktywnie monitoruje poziom należności i w uzasadnionych przypadkach podejmuje działania windykacyjne. Sytuacja finansowa Spółki pozwala na finansowanie inwestycji ze środków własnych.

8.9 Ocenę możliwości realizacji zamierzeń inwestycyjnych

Bieżące inwestycje będą finansowane z środków własnych oraz pozyskanych ze środków Unii Europejskiej w ramach Działania 8.2 Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka na realizację projektu "Optymalizacja działalności K2 i Partnerów dzięki automatyzacji procesów zarządzania usługami, aplikacjami, interfejsem i dokumentacją finansową" w ramach Działania 8.2 PO IG "Wspieranie wdrażania elektronicznego biznesu typu B2B".

8.10 Ocena czynników i nietypowych zdarzeń mających wpływ na wynik z działalności za rok obrotowy

Dnia 24 października 2012 roku, Spółka zawarła z K2 Agencja Good Sp. z o.o. S.K.A. zwaną dalej K2 Agencja Good, umowę przeniesienia oddziału stanowiącego zorganizowaną część przedsiębiorstwa tytułem wkładu niepieniężnego. Zorganizowana część przedsiębiorstwa jest agencją interaktywną świadczącą usługi reklamowe i promocyjne, jak również usługi kreowania wizerunku, za pośrednictwem środków masowej komunikacji elektronicznej. W zamian za wniesienie aportem zorganizowanej części przedsiębiorstwa do K2 Agencja Good, Spółka K2 Internet S.A. objęła 2.725.960 (dwa miliony siedemset dwadzieścia pięć tysięcy dziewięćset sześćdziesiąt) nowo wyemitowanych akcji zwykłych o wartości nominalnej 1 złoty.

W konsekwencji wniesienia do K2 Agencja Good aportu w formie zorganizowanej części przedsiębiorstwa i oceną treści ekonomicznej tej transakcji przez zarząd K2 Internet S.A., ujęto w sprawozdaniu z całkowitych dochodów, w pozycji pozostałe przychody operacyjne kwotę 22.214 tys. PLN. Kwota ta stanowi różnicę pomiędzy wartością godziwą wkładu niepieniężnego wynoszącą 27.259 tys. PLN i wartością księgową aktywów netto wynoszącą 5.045 tys. PLN. Wynik tej operacji znacząco wpłynął na podstawowe wielkości ekonomiczno-finansowe oraz strukturę aktywów i pasywów K2 Internet S.A.

8.11 Zmiany w podstawowych zasadach zarządzania

W okresie sprawozdawczym w żaden istotny sposób nie zmieniono przyjętych zasad zarządzania w K2.

8.12 System kontroli programów akcji pracowniczych

K2 nie realizuje programów akcji pracowniczych i w związku z tym nie prowadzi systemu kontroli tych programów. Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy w dniu 28 czerwca 2012 r. Uchwałą nr 23 przyjęło Program Motywacyjny, celem którego jest stworzenie w Spółce dodatkowych mechanizmów motywujących Członków Zarządu Spółki oraz jej kluczowych pracowników i współpracowników do pracy i działań na rzecz Spółki, które zapewnią w długoterminowej perspektywie stabilny wzrost wartości Spółki, ustabilizują kadre menedżerską a także zapewnią silniejsze związanie ze Spółką, dzięki czemu możliwe będzie osiągnięcie przez Spółkę, z korzyścią dla akcjonariuszy, konkurencyjnych na rynku wyników finansowych. Przyjęty Program Motywacyjny zostanie uruchomiony o ile Spółka w roku 2014 zrealizuje plan osiągnięcia 4 zł zysku na jedną akcję (nie uwzględniając ew. zdarzeń jednorazowych). Do dnia zatwierdzenia niniejszego sprawozdania nie wystąpiły okoliczności pozwalające na wycenę kosztów programu zgodnie z MSSF 2.

8.13 Udziały oraz akcje emitenta i jednostek powiązanych emitenta, będących w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących emitenta

Udziały oraz akcje emitenta i jednostek powiązanych Emitenta, będących w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących Emitenta na dzień 31.12.2012 r.

Akcjonariusze	Liczba posiadanych akcji	Udział % w kapitale zakładowym	Wartość nominalna (PLN)
Janusz Żebrowski – Prezes Zarządu	298 809	12,02%	298 809
Andrzej Kosiński – Członek Rady Nadzorczej K2 Internet SA	125 000	5,03%	125 000
Tomasz Tomczyk – Wiceprezes Zarządu	95 000	3,82%	95 000

Udziały oraz akcje emitenta i jednostek powiązanych Emitenta, będących w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących Emitenta na dzień zatwierdzenia niniejszego sprawozdania.

Akcjonariusze	Liczba posiadanych akcji	Udział % w kapitale zakładowym	Wartość nominalna (PLN)
Janusz Żebrowski – Prezes Zarządu	298 809	12,02%	298 809
Andrzej Kosiński – Członek Rady Nadzorczej K2 Internet SA	125 000	5,03%	125 000
Tomasz Tomczyk – Wiceprezes Zarządu	95 000	3,82%	95 000
Łukasz Lewandowski – Wiceprezes Zarządu	4 000	0,16%	4 000

W chwili obecnej nie są znane Zarządowi informacje o umowach lub zdarzeniach, w wyniku których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy.

8.14 Kapitał podstawowy, zmiany w kapitale

Kapitał zakładowy K2 Internet S.A. tworzony jest zgodnie z przepisami Ksh oraz postanowieniami Statutu.

Na dzień 31.12.2011 r. kapitał zakładowy K2 Internet S.A. wynosił: 2.026.000,00 PLN i dzielił się na:

- 30.000 akcji serii A o wartości nominalnej 1,00 PLN każda,
- 277.530 akcji serii B o wartości nominalnej 1,00 PLN każda,
- 870.000 akcji serii C o wartości nominalnej 1,00 PLN każda,
- 60.000 akcji serii D o wartości nominalnej 1,00 PLN każda,
- 219.537 akcji serii G o wartości nominalnej 1,00 PLN każda,
- 92.940 akcji serii F o wartości nominalnej 1,00 PLN każda,
- 145.993 akcji serii G o wartości nominalnej 1,00 PLN każda,
- 330.000 akcji serii H o wartości nominalnej 1,00 PLN każda.

Na dzień 31.12.2012 r. kapitał zakładowy K2 Internet S.A. wynosił: 2.485.032,00 PLN i dzielił się na:

- 30.000 akcji serii A o wartości nominalnej 1,00 PLN każda,
- 277.530 akcji serii B o wartości nominalnej 1,00 PLN każda,
- 870.000 akcji serii C o wartości nominalnej 1,00 PLN każda,
- 60.000 akcji serii D o wartości nominalnej 1,00 PLN każda,
- 219.537 akcji serii G o wartości nominalnej 1,00 PLN każda,
- 92.940 akcji serii F o wartości nominalnej 1,00 PLN każda,
- 145.993 akcji serii G o wartości nominalnej 1,00 PLN każda,
- 330.000 akcji serii H o wartości nominalnej 1,00 PLN każda,
- 459.032 akcji serii I o wartości nominalnej 1,00 PLN każda.

8.15 System kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem w odniesieniu do procesu sporządzania sprawozdań finansowych i skonsolidowanych sprawozdań finansowych

Sprawozdania finansowe Spółki zostały opracowane zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej („MSSF”) w zakresie przyjętym przez Komisję Europejską. MSSF obejmują standardy i interpretacje zaakceptowane przez Radę Międzynarodowych Standardów Rachunkowości („RMSR”) oraz Komisje ds. Interpretacji Międzynarodowej Sprawozdawczości Finansowej („KIMSF”) oraz Rozporządzenia Ministra Finansów w zakresie regulacji dotyczących emitentów papierów wartościowych dopuszczonych do publicznego obrotu tj.: „w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim” z dnia 19 lutego 2009 roku z późn. zm.

W procesie sporządzania sprawozdań finansowych Spółki, dzięki odpowiedniej komunikacji wewnętrznej, zapewniana jest rzetelność, kompletność i prawidłowość ich sporządzenia. Za funkcjonowanie i skuteczność systemu kontroli wewnętrznej w zakresie sporządzania sprawozdań finansowych odpowiada Zarząd Spółki. Dyrektor Finansowy sprawuje merytoryczny nadzór nad przygotowaniem sprawozdań finansowych. Weryfikacją sprawozdań zajmuje się Zarząd, a następnie wybrany przez Radę Nadzorczą niezależny biegły rewident, który dokonuje przeglądu i badania sprawozdań. Do zadań biegłego rewidenta należy przede wszystkim przegląd półrocznego jednostkowego i skonsolidowanego sprawozdania finansowego oraz badanie rocznego jednostkowego i skonsolidowanego sprawozdania finansowego Spółki i Grupy Kapitałowej. Audytor sporządza raport i opinię z dokonanych przeglądów i badań. Z dokumentacją tą zapoznaje się Rada Nadzorcza, która dokonuje oceny sprawozdania finansowego Spółki i Grupy Kapitałowej i sporządza sprawozdanie z tej oceny, które podawane jest do wiadomości publicznej przed odbyciem się Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy.

8.16 Informacje o zawartej umowie z podmiotem uprawnionym do badania sprawozdania finansowego

Informację podano w *Jednostkowym rocznym sprawozdaniu finansowym za okres 12 miesięcy zakończony 31 grudnia 2012 r.* w Nocie 30. „Wynagrodzenie związane z usługami audytora i usługami pokrewnymi”.

Podpisy

Data: 19 marca 2013 r.

Podpisy Członków Zarządu K2 Internet S.A.

Janusz Żebrowski
Prezes Zarządu

Tomasz Tomczyk
Wiceprezes Zarządu

Rafał Ciszewski
Wiceprezes Zarządu

Łukasz Lewandowski
Wiceprezes Zarządu