

K2 INTERNET S.A.

SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI GRUPY KAPITAŁOWEJ w 2013 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 20 marca 2014 r.

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

Początek 2013 roku nie okazał się łaskawy zarówno dla K2 jak i całego rynku usług marketingowych. Mimo dalszego wzrostu wydatków reklamowych na Internet, Klienci wykazywali się dość dużą ostrożnością w podejmowaniu decyzji o starcie projektów marketingowych. Dopiero druga połowa roku przyniosła zdecydowaną poprawę nastrojów, co przełożyło się zarówno na wyniki Grupy K2 jak i zmianę trendu na pozytywny. Cały rok 2013 powinniśmy jednak określić jako niełatwy w historii firmy, szczególnie biorąc pod uwagę fakt, że w okresie tym w dalszym ciągu wspieraliśmy kapitałochłonne inwestycje takie jak Oktawave, co w znaczący sposób przełożyło się na zanotowane wyniki finansowe.

W ostatnim roku zakończył się również proces zmian w zakresie oferty produktów i usług oferowanych przez Grupę K2 Internet S.A. W myśl przyjętej wcześniej strategii, po teście rynkowym, do oferty trafiły usługi oferowane przez nową markę S3, wyspecjalizowaną w obsłudze małych i średnich przedsiębiorstw. Grupa K2 uzupełniła w ten sposób brakujące ogniwo strategii dywersyfikacji portfela klientów. Ten element, w połączeniu z innymi biznesami opartymi o automatyzację i portfel ww. klientów, stanowi obok podstawowej oferty kierowanej do wąskiego grona największych polskich i zagranicznych marek, silny filar działalności firmy.

W tym samym okresie Audioteka rozszerzyła swoją działalność na nowe rynki, dzięki czemu jest aktualnie dostępna w 9 językach, odnotowując dalsze dynamiczne wzrosty sprzedaży oraz podejmując kolejne inwestycje rozwojowe. Z kolei Oktawave, po tym jak zajęła drugie miejsce w globalnym konkursie dla najbardziej obiecujących startupów technologicznych Global Webit StartUP, pokonała takich światowych konkurentów jak Amazon Web Services czy Microsoft Azure w testach na najbardziej wydajną chmurę obliczeniową, przeprowadzonych przez niezależną organizację CloudHarmony. Spółka po nieco ponad 12 miesiącach działalności rynkowej stała się samodzielną finansowo, a wykorzystanie kolejnych dotacji unijnych pozwoli jej na dalsze rozszerzenie aktywności, ze szczególnym uwzględnieniem rynków zagranicznych.

W obszarze głównej aktywności biznesowej Grupy K2, opartej o Agencję Interaktywną K2, Dom Mediowy K2 Media oraz spółkę technologiczną K2 Web Systems, działania skupione były na poprawie efektywności i rentowności prowadzonej działalności. Efekty zmian widoczne były już od początku drugiej połowy 2013 roku i wszystko wskazuje na to, że będą się one wzmacniać w 2014 roku. Większość ze spółek powiększyła swój portfel Klientów, wzmocniła merytorycznie zespół i przygotowała nowe produkty i usługi, w oparciu o lokalne i światowe trendy rynkowe. Całość w połączeniu z poprawą nastrojów Klientów w zakresie prowadzonej działalności marketingowej i inwestycji w rozwój technologii, powinna się przełożyć na wyraźną poprawę wyników Grupy K2 w bieżącym roku.

Pod koniec 2013 roku doszło również do zmiany w składzie zarządu Grupy K2. Z końcem października rezygnację z funkcji Prezesa Zarządu złożył Janusz Żebrowski. Zarząd Grupy w składzie Tomasz Tomczyk – Prezes Zarządu, Rafał Ciszewski – Wiceprezes, Łukasz Lewandowski – Wiceprezes przejął odpowiedzialność za dalsze kierownictwo Grupy K2. W tym miejscu chciałbym również podziękować Januszowi, za ogromny długoletni wkład w rozwój Grupy.

Wierzę, że utrzymanie przyjętego kierunku rozwoju Grupy K2 w oparciu o zmiany wprowadzone w latach 2012-2013 stanowi dobry punkt wyjścia do zapewnienia satysfakcjonujących wyników finansowych w roku 2014 oraz stabilnego wzrostu wartości w dłuższym okresie.

Nasza siła płynie ze stabilnego zespołu kluczowych pracowników i partnerów biznesowych oraz zaufania jakim darzą nas dłuгоletni Klienci i Inwestorzy. Utrzymanie współpracy z Klientem przez wiele lat to nie lada wyzwanie. Motywacja zespołu do myślenia przez innowacje produktowe – również. Jednakże połączenie tych dwóch elementów jest możliwe tylko w stabilnej, elastycznej i konsekwentnie podążającej za swoją strategią organizacji. Za taką zawsze uważałem i nadal uważam Grupę K2.

Ostatnie dwa lata nie były łatwe, szczególnie analizując nasze wyniki finansowe. Myślę jednak, że najtrudniejszy okres mamy już za sobą, a stabilny wzrost będzie możliwy w oparciu o posiadane i przebudowane aktywa. Biorąc pod uwagę aktualną sytuację w branży, kontynuację pozytywnego trendu zaobserwowanego w drugiej połowie 2013 oraz zmiany w Grupie dokonane w minionym roku, oczekuję wyraźnej poprawy wyników finansowych w roku 2014.

Tomasz Tomczyk
Prezes Zarządu

SPIS TREŚCI

1	WSTĘP	5
2	PODSTAWOWE WIELKOŚCI EKONOMICZNO – FINANSOWE, CHARAKTERYSTYKA STRUKTURY AKTYWÓW I PASYWÓW GRUPY	6
3	CHARAKTERYSTYKA ZEWNĘTRZNYCH I WEWNĘTRZNYCH ZDARZEŃ I CZYNNIKÓW ISTOTNYCH DLA ROZWOJU GRUPY W ROKU 2013 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 jednostki dominującej K2 Internet S.A.....	18
4.4	Organy jednostki dominującej 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.....	29
5	ZASADY ŁADU KORPORACYJNEGO	32
6	PODSTAWOWE USŁUGI, DOSTAWCY, ODBIORCY, GŁÓWNE RYNKI ZBYTU	32
7	ZNACZĄCE UMOWY DLA DZIAŁALNOŚCI EMITENTA ZAWARTE W OKRESIE SPRAWOZDAWCZYM.....	34
8	POZOSTAŁE DANE.....	36
8.1	Powiązania organizacyjne i kapitałowe.....	36
8.2	Znaczące transakcje z podmiotami powiązanymi (w tym wynagrodzenia osób zarządzających i nadzorujących)	36
8.3	Zaciągnięte kredyty.....	37
8.4	Udzielone pożyczki	37
8.5	Prognozy wyników	37
8.6	Ocena zarządzania zasobami finansowymi.....	37
8.7	Ocena możliwości realizacji zamierzeń inwestycyjnych	38
8.8	Ocena czynników i nietypowych zdarzeń mających wpływ na wynik z działalności za rok obrotowy.....	38
8.9	Zmiany w podstawowych zasadach zarządzania.....	38
8.10	System kontroli programów akcji pracowniczych.....	38
8.11	Udziały oraz akcje emitenta i jednostek powiązanych emitenta, będących w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących emitenta.....	39
9	OPIS STRUKTURY GŁÓWNYCH LOKAT KAPITAŁOWYCH LUB GŁÓWNYCH INWESTYCJI KAPITAŁOWYCH DOKONANYCH W RAMACH GRUPY KAPITAŁOWEJ K2 INTERNET S.A. W DANYM ROKU OBROTOWYM.....	39
10	OPIS ORGANIZACJI GRUPY KAPITAŁOWEJ K2 INTERNET S.A. ZE WSKAZANIEM JEDNOSTEK PODLEGAJĄCYCH KONSOLIDACJI ORAZ OPIS ZMIAN	40
11	POLITYKA W ZAKRESIE KIERUNKÓW ROZWOJU GRUPY KAPITAŁOWEJ K2 INTERNET S.A.....	45
12	OPIS ISTOTNYCH POZYCJI POZABILANSOWYCH W UJĘCIU PODMIOTOWYM, PRZEDMIOTOWYM I WARTOŚCIOWYM W TYM GWARANCJE I PORĘCZENIA	45
13	KAPITAŁ PODSTAWOWY, ZMIANY W KAPITALE	46
14	SYSTEM KONTROLI WEWNĘTRZNEJ I ZARZĄDZANIA RYZYKIEM W ODNIESIENIU DO PROCESU SPORZĄDZANIA SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH I SKONSOLIDOWANYCH SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH	47
15	INFORMACJE O ZAWARTEJ UMOWIE Z PODMIOTEM UPRAWNIONYM DO BADANIA SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO	47

1 WSTĘP

W imieniu Zarządu K2 Internet S.A. („K2”, „Emitent”) pragniemy przedstawić Państwu szczegółowy opis działalności gospodarczej Grupy Kapitałowej K2 Internet S.A. („Grupa”, „Grupa K2”) w 2013 roku.

Niniejsze sprawozdanie obejmuje zdarzenia gospodarcze mające wpływ na osiągnięte wyniki finansowe, przedstawione w załączonym rocznym skonsolidowanym 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 Komisję 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 skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym, w szczególności czynników i zdarzeń (w tym o nietypowym charakterze) mających znaczący wpływ na działalność spółek Grupy K2 i osiąganego wyniku w roku obrotowym. Ponadto poniższe sprawozdanie z działalności Grupy K2 zawiera opis istotnych czynników i zagrożeń, na które spółki Grupy są narażone, a także perspektyw rozwoju działalności w najbliższej przyszłości.

Informacje w poniższym sprawozdaniu odzwierciedlają rzeczywistą sytuację spółek Grupy K2 Internet S.A.

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

Grupa Kapitałowa K2 Internet S.A. uzyskała w okresie 12 miesięcy zakończonych 31 grudnia 2013 roku przychody ze sprzedaży produktów i usług w wysokości 59.606 tys. PLN i wzrosły one w stosunku do okresu 12 miesięcy zakończonych 31 grudnia 2012 r. o 8,7%. Wartość EBITDA za rok 2013 wyniosła 3.054 tys. PLN w porównaniu do -102 tys. PLN w roku 2012. Wartość EBIT i zysku netto wyniosły odpowiednio: -1.194 tys. PLN i -1.169 tys. PLN w porównaniu do -2.745 tys. PLN i 172 tys. PLN w roku 2012.

Suma bilansowa na dzień 31 grudnia 2013 r. zamknęła się kwotą 47.831 tys. PLN i zmniejszyła się o 3,3% w stosunku do stanu na dzień 31 grudnia 2012 r., w tym wartość majątku trwałego wzrosła w stosunku do poprzedniego okresu o 5,4%, a wartość majątku obrotowego spadła o 10,6%. Wartość kapitału własnego spadła o 4,7% z poziomu 25.009 tys. PLN na dzień 31.12.2012 r. do 23.840 tys. PLN na dzień 31.12.2013 r. Zobowiązania ogółem spadły o 1,9% do poziomu 23.991 tys. PLN na koniec 2013 r. Poziom zobowiązań długoterminowych spadł na koniec 2013 r. o 9% do poziomu 3.819 tys. PLN. Zobowiązania krótkoterminowe w tym samym okresie spadły o 0,4% do poziomu 20.172 tys. PLN.

	WYBRANE DANE FINANSOWE	w tys. PLN		w tys. EUR		dynamika
		2013	2012	2013	2012	
I.	Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów	59 606	54 843	14 155	13 140	8,7%
II.	Zysk (strata) na działalności operacyjnej (EBIT)	- 1 194	- 2 745	- 284	- 658	- 56,5%
III.	EBITDA	3 054	- 102	725	- 24	- 3094,1%
IV.	Zysk (strata) brutto	- 1 680	- 339	- 399	- 81	395,6%
V.	Zysk (strata) netto	- 1 169	172	- 278	41	- 779,7%
VI.	Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	4 183	- 3 265	993	- 782	- 228,1%
VII.	Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	- 3 108	- 3 603	- 738	- 863	- 13,7%
VIII.	Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	- 30	6 991	- 7	1 675	- 100,4%
IX.	Przepływy pieniężne netto razem	1 045	123	248	29	749,6%
X.	Aktywa razem	47 831	49 461	11 533	12 098	- 3,3%
XI.	Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	23 991	24 452	5 785	5 981	- 1,9%
XII.	Zobowiązania długoterminowe	3 819	4 197	921	1 027	- 9,0%
XIII.	Zobowiązania krótkoterminowe	20 172	20 255	4 864	4 955	- 0,4%
XIV.	Kapitał własny	23 840	25 009	5 748	6 117	- 4,7%
XV.	Kapitał podstawowy	2 485	2 485	599	608	0,0%
XVI.	Średnioważona liczba akcji	2 485 032	2 199 078	2 485 032	2 199 078	
XVII.	Zysk/strata przypadający na akcjonariuszy jednostki dominującej	- 1 169	172	- 278	41	- 779,7%
XVIII.	Zysk na akcję (PLN / EUR)	- 0,47	0,08	- 0,11	0,02	- 687,5%

Wybrane dane finansowe oraz wskaźniki ekonomiczno-finansowe za rok 2012 zostały skorygowane do wartości porównywalnych do roku 2013 w związku ze zmianą sposobu konsolidacji spółek Grupy Audioteka S.A.

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

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

- na dzień 31.12.2013 r. 1 EUR = 4,1472 PLN.

Do przeliczenia danych pochodzących ze 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 wyliczenia na 2012 r. przyjęto kurs 1 EUR = 4,1736 PLN.

- z wyliczenia na 2013 r. przyjęto kurs 1 EUR = 4,2110 PLN.

Średnia ważona liczba akcji w okresie

	01.01.2013 - 31.12.2013	01.01.2012 - 31.12.2012
Liczba akcji na początek okresu	2 485 032	2 026 000
Liczba akcji na koniec okresu	2 485 032	2 485 032
Średnia ważona liczba akcji	2 485 032	2 199 078

Zysk netto za dany okres

	01.01.2013 - 31.12.2013	01.01.2012 - 31.12.2012
Zysk netto	- 1 169	172
Zysk na jedną akcję (w zł)	-0,47	0,08
Rozwodniony zysk na jedną akcję (w zł)	-0,47	0,08

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 S.A. 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		2013 r.	2012 r.
Rentowność sprzedaży brutto	wynik brutto na sprzedaży / przychody netto ze sprzedaży produktów i towarów	15,54%	13,01%
Rentowność sprzedaży netto	wynik ze sprzedaży / przychody netto ze sprzedaży produktów i towarów	-0,45%	-7,36%
Rentowność działalności operacyjnej	wynik na działalności operacyjnej / przychody netto ze sprzedaży produktów i towarów	-2,00%	-5,01%
Rentowność brutto	wynik brutto / przychody netto ze sprzedaży produktów i towarów	-2,82%	-0,62%
Rentowność netto	wynik netto / przychody netto ze sprzedaży produktów i towarów	-1,96%	0,31%
Zyskowność kapitału własnego	wynik netto / kapitał własny	-4,90%	0,69%
Zyskowność aktywów	wynik netto / aktywa razem	-2,44%	0,35%
Wskaźnik płynności bieżący	aktywa obrotowe / (zobowiązania krótkoterm. + krótkoterm. rozliczenia międzyokresowe)	1,20	1,33
Wskaźnik płynności szybki	(aktywa obrotowe - zapasy) / (zobowiązania krótkoterm. + krótkoterm. rozlicz. międzyokr.)	1,20	1,33
Pokrycie majątku kapitałami własnymi	kapitały własne / majątek ogółem	49,84%	50,56%

3 CHARAKTERYSTYKA ZEWNĘTRZNYCH I WEWNĘTRZNYCH ZDARZEŃ I CZYNNIKÓW ISTOTNYCH DLA ROZWOJU GRUPY W ROKU 2013 ORAZ PERSPEKTYWY ROZWOJU DZIAŁALNOŚCI

Podstawowym rynkiem, na którym funkcjonują spółki Grupy Kapitałowej K2 Internet S.A. jest rynek komunikacji marketingowej. Po chwilowym spowolnieniu jakie odnotowaliśmy w roku 2009 (jako skutek światowego kryzysu finansowego) Grupa w kolejnych dwóch latach (2010-2011) skutecznie wykorzystała dobrą koniunkturę szybko rozwijając zespół notując jednocześnie rekordowe wyniki finansowe. W 2012 roku rynek odnotował jednak poważne spadki, a kluczowa z punktu widzenia całego rynku branża FMCG, mocno ograniczyła nakłady na reklamę i marketing. Dopiero w drugiej połowie roku 2013 zaobserwowaliśmy zwiększone zainteresowanie klientów usługami Grupy K2, owocujące wyraźnie lepszymi wynikami sprzedaży w porównaniu do dwóch pierwszych kwartałów tego roku.

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

W roku 2013 nastąpiły również ważne zmiany w kierownictwie. 31 października 2013 r. Janusz Żebrowski, po 10 latach kierowania Grupą zrezygnował z pełnienia funkcji Prezesa Zarządu. Aktualny Zarząd w składzie: Łukasz Lewandowski, Rafał Ciszewski i Tomasz Tomczyk przejął obowiązki Janusza Żebrowskiego, a Funkcję Prezesa Zarządu objął Tomasz Tomczyk.

Agencja K2.pl i Good

Trudniejsze warunki rynkowe nie zmieniły potencjału rynkowego Agencji K2, który wyznaczają obsługiwani klienci, kompetencje zespołu i wypracowane doświadczenia. Potwierdza to fakt, że w styczniu 2014 r. uhonorowano nas tytułem Created in Poland Business Superbrands 2013/2014 w kategorii usługi marketingowe. The Superbrands Ltd. - międzynarodowa organizacja, działająca obecnie w 87 krajach, przyznająca od ponad 19 lat tytuły Superbrands i Business Superbrands, doceniła to, że powstaaliśmy w Polsce i wypracowaliśmy ponadprzeciętny wizerunek w swojej kategorii, dzięki czemu możemy skutecznie konkurować z zagranicznymi markami w kategorii interactive.

Ponadto rok 2013 przyniósł Spółce kilka kolejnych nagród branżowych i wyróżnień, w tym brązową nagrodę KTR za projekt video promujący Miasto Łódź, nagrodę Złoty Spinacz za projekt realizowany dla Coca-Cola oraz wyróżnienia w konkursie Media Trendy za realizacje dla Grupy PZU, marek Heineken i Coca-Cola jak również 2 wyróżnienia w konkursie Employer Branding Stars w kategorii „Najlepsza wewnętrzna kampania employer branding”, za akcję „Święta na kartonach” komunikującą zmianę biura oraz „Człowiek roku 2014”, w której doceniono naszą facebookową kampanię rekrutacyjną.

K2 kontynuowała współpracę ze wszystkimi ważnymi klientami, w tym Grupą PZU, z którą w marcu 2013 r. zawarła umowę współpracy dotyczącą świadczenia usług w zakresie aktywności reklamowej w internecie jak również Grupą Coca-Cola oraz Play, w przypadku których nastąpiła zmiana zakresu współpracy. Spółka Zależna od K2 Internet S.A. - Good Sp. z o.o. wykonuje usługi z zakresu reklamy ATL dla Play, natomiast Agencja K2.pl zakończyła współpracę w zakresie usług digital dla tej marki. W przypadku Grupy Coca-Cola nastąpiło przedłużenie umowy współpracy. W 2014

roku Agencja K2.pl działa m.in dla marki Sprite, na rzecz projektu Coca-Cola Cup 2014, w ramach projektów e-commerce dla całego portfolio marek koncernu, jak również w zakresie projektów międzynarodowych. Dzięki przetargom wygranym na przełomie roku 2012 i 2013, do grona klientów dołączyły takie firmy jak Carrefour Polska Sp. z o.o., Fluegger Sp. z o.o., Poczta Polska S.A., KIA Motors Polska Sp. z o.o. oraz Teatr Wielki. Pod koniec 2013 roku Grupa K2 rozpoczęła współpracę z Janssen-Cilag i Stock Spirits oraz rozszerzyła zakres projektów z Grupą Żywiec o kolejną markę premium – Desperados, w dalszym ciągu obsługując Heineken. Największym kontraktem pozyskanym w 2013 okazała się 3 letnia umowa obsługi Volkswagen Polska obejmująca zarówno samochody osobowe jak i użytkowe.

Good Sp. z o.o., oprócz stałej obsługi projektów dla PZU i Volvo, może pochwalić się wygranym przetargiem Play w zakresie ATL i działań niestandardowych, natomiast z początkiem roku 2014 w portfolio spółki znalazł się Getin Bank, dla którego spółka przeprowadzi w tym roku 3 duże kampanie multimedialne.

K2 Media

W strukturze Grupy pojawiła się w pierwszym kwartale 2013 r. nowa marka – K2 Media, a 28 października 2013 r. nastąpił oficjalny start marki **S3** – marki aktywnej w sektorze usług dla MSP, w którym Grupa K2 nie była wcześniej obecna. Wydarzenia te zakończyły zapoczątkowany jeszcze w roku 2011 proces zmian w wewnętrznej organizacji Grupy K2, skupiając swoją działalność na dwóch głównych obszarach: profesjonalnych usługach w zakresie komunikacji marketingowej i technologii kierowanych do największych polskich i światowych marek oraz segmencie wysokiej jakości usług reklamowych i technologicznych opartych o automatyzację procesów i dużą skalę dla małych i średnich przedsiębiorstw.

W ramach K2 Media oferowane są wszechstronne usługi związane z planowaniem i zakupem mediów w internecie, ze szczególnym naciskiem na rozwiązania efektywnościowe (w tym SEM/SEO, RTB), kampanie VIDEO i social media, natomiast w ofercie S3 znajduje się kompleksowy asortyment usług mediowych, poczynwszy od pozycjonowania w wynikach organicznych wyszukiwarki Google, reklamy płatnej w wyszukiwarce, e-mail marketingu, programów afiliacyjnych, reklamy płatnej w Facebooku po projektowanie komunikacji w social media i tworzenie stron www. W portfolio usług znajdzie się również doradztwo dla firm, które dopiero zamierzają rozpocząć działania marketingowe w sieci.

Tegoroczne sukcesy K2 Media docenił w czwartym kwartale 2013 r. magazyn „PRESS” przyznając w swoim prestiżowym dodatku „Panorama Reklamy”, stanowiącym ważne źródło informacji o rynku, wyróżnienie - DEBIUT ROKU w kategorii Domy Mediowe, m.in. za pozyskanie ponad 30 klientów od czasu powstania wiosną 2013. Do głównych klientów, którzy dołączyli do portfela K2 Media należą m.in. Ministerstwo Środowiska, Fundacja Rozwoju Wolontariatu, Atlas Sp. z o.o., Polpharma S.A. (Metafen) i Grupa Pracuj S.A. (pracuj.pl), jak również Carrefour Polska, WITTCHEN S.A., Storck Sp. z o.o. (MERCY), iBillboard Poland Sp. z o.o. oraz Amway Polska, dla którego K2 Media prowadzi działania na Facebooku. W czwartym kwartale portfel został dodatkowo poszerzony o Meritum Bank, Edom Sp. z o.o. (edom.pl), Pierre Rene Sp. z o.o., Sobiesław Zasada S.A., Studio Moderna Fashion Group Sp. z o.o. (www.dormeo.pl), Wydawnictwo Otwarte Sp. z o.o. (www.woblink.com), Stock Polska Sp. z o.o. czy Yonelle Beauty Concept Zwolińska Chełkowska sp.j. Do ważnych projektów K2 Media zrealizowanych w minionym roku należy zaliczyć kampanię launchującą nową markę Coca-Coli o nazwie glaceau vitamin water oraz uruchomienie dla klienta

Omega Pharma Poland Sp. z o.o., dla marki Xylorin, autorskiego skryptu optymalizującego emisję reklamy w google w zależności od intensyfikacji zapytań w danym regionie Polski.

Z kolei K2 Search Sp. z o.o. prowadziła w 2013 r. prace nad rozbudową sieci sprzedaży oraz rozpoczęła działania nad projektem oprogramowania wspierającego zarządzanie kampaniami marketingowymi w ramach projektu unijnego 8.2, PO Innowacyjna Gospodarka - Wspieranie wdrażania elektronicznego biznesu typu B2B.

K2 Web Systems

K2 Web Systems – spółka w Grupie K2 dostarczająca biznesowe rozwiązania IT sfinalizowała w roku 2013 kilka istotnych projektów IT, realizowanych dla kluczowych klientów firmy w okresie od drugiego do czwartego kwartału. Do grona klientów dołączyły także dwie firmy z sektora produkcyjnego oraz z branży farmaceutycznej. Ponadto na początku 2014 roku, firma zawarła umowę ramową w zakresie rozwoju oprogramowania z firmą z branży telekomunikacyjnej. W roku 2013 r. spółka nie utraciła również żadnego z dotychczas obsługiwanych klientów i znacząco poszerzyła zakres dostarczanych usług z klientami, z którymi współpraca została nawiązana pod koniec 2012 roku. W minionym roku spółka realizowała również plan wzrostu zatrudnienia, w szczególności skoncentrowany na oddziale w Łodzi, gdzie w ciągu roku zespół powiększony został o przeszło 20 osób.

Najważniejsze plany spółki na 2014 rok obejmują dalszy rozwój kompetencji własnych i wzrost przychodów ze sprzedaży usług. W zakresie oferty spółka będzie się koncentrować na podstawowych obszarach specjalizacji, obejmujących tworzenie rozwiązań IT w obszarach zarządzania procesowego, zarządzania zawartością i obiegiem dokumentów oraz produkcji oprogramowania biznesowego na zamówienie (4. miejsce w aktualnym zestawieniu branżowym „Computerworld Top 200” w dwóch kategoriach odpowiadających tym obszarom). W bieżącym roku większy nacisk zostanie położony na sprzedaż projektów wdrożeniowych w obszarze Business Intelligence oraz tworzenie oprogramowania korporacyjnego na platformy mobilne. Poza tym spółka zamierza położyć nacisk na rozwiązania procesowe i wspierające zarządzanie dokumentami, które oprócz spełnienia potrzeb biznesowych, charakteryzuje dbałość o doświadczenia użytkowników (UX), zgodnie z koncepcją Design Thinking.

Firma nadal skupiać się będzie na obsłudze dużych klientów z branży finansowej, przemysłu, sektora farmaceutycznego, telekomunikacyjnego i energetycznego. W najbliższym czasie Spółka planuje poszerzanie oferty o udostępnianie średnim przedsiębiorstwom własnych rozwiązań biznesowych w modelu Software-as-a-Service (SaaS), bazując na infrastrukturze chmury Oktawave. Na początku w ofercie pojawi się aplikacja wspierająca zarządzanie procesami innowacji oraz rozwiązania z obszaru Human Capital Management.

K2 Web Systems prowadzi stałe inwestycje w rozwój kompetencji zespołu oraz przyjęła plan wzrostu zatrudnienia, w większości w oddziale w Łodzi, który przewiduje wzrost liczby pracowników zaangażowanych w prace projektowe o blisko 20 osób w ujęciu rok do roku (zatrudnienie w grudniu 2013 wynosiło 50 osób).

Na rok 2014 Spółka planuje intensyfikację działań marketingowych, skierowanych zarówno do potencjalnych klientów jak i ukierunkowanych na budowę wizerunku na rynku pracy, których to najważniejszym elementem jest wykreowanie i wprowadzenie własnej marki, pod którą docelowo występować będzie Spółka. Marka pozostanie wciąż związana z Grupą K2 Internet, jednakże podkreślać będzie technologiczny profil firmy skoncentrowanej na produkcji i integracji oprogramowania dla biznesu. Wprowadzenie marki planowane jest na przełom I i II kwartału 2014 roku.

Oktawave

Ubiegły rok był szczególnie udany dla spółki Oktawave Sp. z o.o., która nie tylko może pochwalić się mocno rozbudowanym portfelem klientów, co znajduje odzwierciedlenie w wynikach spółki, ale również swoją pozycją na arenie międzynarodowej.

Wśród klientów Oktawave Sp. z o.o., dostarczającej usługi elastycznej chmury na żądanie (IaaS) znalazły się m.in. takie firmy jak LearnPlace.pl, Softhis, Witchcraft Studios czy Zenbox, a także blisko 200 innych podmiotów działających na rodzimym i zagranicznym rynku. Spółka uruchomiła w czwartym kwartale roku 2013 cztery programy partnerskie - SmartBenefit (program afiliacyjny), Volume (dla partnerów korzystających z dużej infrastruktury), Startup (dla nowych biznesów online) oraz Reseller (dla sprzedawców chmury). Nowością jest także usługa „Zespół Migracyjny Ninja”, w ramach której Oktawave pomaga nowym klientom w migracji ich usług ze środowisk tradycyjnych do środowisk chmurowych. W ramach współpracy partnerskiej, przy kooperacji z firmą Manta, uruchomiony został również projekt Mantabox.com, czyli storage online skierowany do klienta indywidualnego. Wzrost liczby klientów oraz kwestie bezpieczeństwa zaowocowały również utworzeniem drugiego subregionu w Warszawie. W zakresie działań komunikacyjnych firma kontynuowała taktykę pozyskiwania klientów biznesowych poprzez kanały B2B, a także strategię edukacji rynku (8 konferencji branżowych) oraz widoczności wizerunkowej (ponad 62 relacje prasowe).

Oktawave osiągnęła w minionym roku duży sukces w międzynarodowym konkursie Global Webit StartUp Challenge!, w którym zajęła 2 miejsce. W konkursie wystartowało ponad osiemset firm z całego świata, z których do finału zakwalifikowano 21 firm.

Poza tym Oktawave znalazła się w czołówce niezależnego porównania dostawców cloud computingu opracowanego przez CloudHarmony. Testy pokazują, że technologia z Polski jest liderem w zakresie rozwiązań storageowych, pokonując na tym polu takie firmy jak Amazon Web Services czy Microsoft Azure. CloudHarmony testowało polską chmurę obliczeniową Oktawave w okresie od lipca 2013 do stycznia 2014 roku. To były kompleksowe badania, rozłożone w czasie, tak by wyeliminować ryzyko ewentualnych błędów. Finalnie, w styczniu zostały opublikowane wyniki, które okazały się wyjątkowo dobre dla polskiej firmy.

Audioteka

Kolejna spółka spoza głównego obszaru działalności - Audioteka S.A., lider audiobooków w Polsce i Czechach, kontynuowała w 2013 r. ekspansję zagraniczną. W chwili obecnej Audioteka działa w 9 wersjach językowych: polskiej, niemieckiej, czeskiej, francuskiej, hiszpańskiej, szwedzkiej, włoskiej, angielskiej i litewskiej, a sprzedaż prowadzona jest również w Meksyku i całej Ameryce południowej. Kolejne regiony np. kraje arabskie są aktualnie w wersji beta.

Ważnym wydarzeniem dla Audioteki było nawiązanie we wrześniu 2013 r. współpracy z Fordem, w ramach wspólnej promocji i dystrybucji audiobooków w 11 krajach. Audioteka zintegrowała swoje aplikacje mobilne (na systemy Android i iOS) z platformą Ford SYNC AppLink, dzięki czemu można nimi sterować bezpośrednio z deski rozdzielczej samochodu lub komendami głosowymi. To pierwsza taka samochodowa aplikacja audiobookowa w Europie.

Ponadto pod koniec roku 2013 spółka wprowadziła Audiobook+, projekt realizowany we współpracy z Polkomtelem. Użytkownik słuchając wybranego audiobooka+ może jednym kliknięciem przejść do tekstu rozpoczynającego się od fragmentu, w którym zakończył słuchać. Synchronizacja jest błyskawiczna i umożliwia wszystkim użytkownikom

urządzeń Samsung pozostanie w świecie swoich bohaterów bez względu na formę książki. Dodatkowo, dzięki właśnie uruchomionej usłudze płatności w Plus każdy użytkownik sieci Plus może płacić za audiobooki za pomocą swojego rachunku operatorskiego. Jest to nowoczesna i wygodna forma płatności, która pozwala na błyskawiczny dostęp do atrakcyjnych audiobooków. Tym samym Audioteka stała się partnerem firmy Polkomtel, operatora sieci Plus w obszarze usług dodatkowych.

Obok wymienionych wyżej osiągnięć, na szczególną uwagę zasługują poniższe nagrody otrzymane przez K2:

1. **KTR, brązowa nagroda**, spoty Łódź Kreuje, kat. Marketing miejsc



2. **Media Trendy, wyróżnienie**, „Głowy do góry”, kat. Akcje specjalne i eventy/Innowacja w mediach, Grupa PZU



3. **Media Trendy, wyróżnienie**, „Głowy do góry”, kat. Akcje specjalne i eventy/Akcje specjalne, Grupa PZU
4. **Media Trendy, wyróżnienie**, „Heineken Openerowcy”, kat. Wykorzystanie Internetu i mediów interaktywnych/Cyfrowa kampania zintegrowana, Heineken
5. **Media Trendy, wyróżnienie**, „Grasz? Dostaniesz wirtualną Fantę”, kat. Wykorzystanie Internetu i mediów interaktywnych/Wykorzystanie formatów internetowych, Coca-Cola
6. **Złoty Spinacz, nagroda**, projekt Coca-Cola „Podziel się radością! Czyli magia imion”, kat. PR Produktu, Coca-Cola



7. **Złoty Spinacz, nagroda**, projekt Coca-Cola „Podziel się radością! Czyli magia imion”, kat. sektor spożywczy, Coca-Cola
8. **Superbrands, nagroda**, kat. Created in Poland, K2



9. **Shortlista CANNES LIONS INNOVATION** za projekt koncepcyjny PZU Drive, Grupa PZU
10. **Wyróżnienie w konkursie Employer Branding Stars**, w kategorii „Najlepsza wewnętrzna kampania employer branding” wyróżniono naszą akcję „Święta na kartonach” komunikującą zmianę biura
11. **Wyróżnienie w konkursie Employer Branding Stars**, w kategorii „Najlepsze materiały rekrutacyjne” doceniono naszą facebookową kampanię rekrutacyjną „Człowiek roku 2014”.

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 aktualnie realizowane przez należącą do Grupy K2, Spółkę K2 Media 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. 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 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 najwyżej 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, pośród najlepszych i najbardziej kreatywnych realizacji z całego świata prezentujących 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.

W roku 2013 nastąpiły dalsze zmiany w strukturze oraz kierownictwie K2. W pierwszym kwartale w Grupie K2 Internet S.A. pojawiła się nowa Marka – K2 Media, a 28 października nastąpił oficjalny start S3. Wydarzenia te zakończyły zapoczątkowany jeszcze w roku 2011 proces zmian w wewnętrznej organizacji Grupy K2, dzięki czemu jej struktura uzyskuje swój docelowy kształt.

Z kolei 31 października tego samego roku Janusz Żebrowski, po 10 latach kierowania Grupą, zrezygnował z pełnienia funkcji Prezesa Zarządu. Aktualny Zarząd w składzie: Łukasz Lewandowski, Rafał Ciszewski i Tomasz Tomczyk przejął obowiązki Janusza Żebrowskiego, a Funkcję Prezesa Zarządu objął Tomasz Tomczyk.

W 2013 r. zarówno Spółce K2 Internet S.A., jak i jej spółce zależnej K2 Search Sp. z o.o. przyznano dofinansowanie w ramach Działania 8.2 PO IG „Wspieranie wdrażania elektronicznego biznesu typu B2B”.

Pierwsza z nich otrzymała środki w kwocie niespełna 2 mln zł na realizację projektu "Optymalizacja działalności K2 i Partnerów dzięki automatyzacji procesów zarządzania usługami, aplikacjami, interfejsem i dokumentacją finansową", natomiast druga 805.875 zł na projekt „Wdrożenie systemu B2B sposobem na automatyzację świadczenia usług reklamowych i integrację z Partnerami Spółki”.

W czwartym kwartale 2013 r. magazyn „PRESS” docenił ubiegłoroczne sukcesy K2 Media przyznając w swoim prestiżowym dodatku „Panorama Reklamy”, stanowiącym ważne źródło informacji o rynku, wyróżnienie - DEBIUT ROKU w kategorii Domy Mediowe, m.in. za pozyskanie ponad 30 klientów od czasu powstania wiosną 2013, a w styczniu 2014 r. The Superbrands Ltd. uhonorowała K2 tytułem Created in Poland Business Superbrands 2013/2014 w kategorii usługi marketingowe. Międzynarodowa organizacja doceniła to, że powstał w Polsce i wypracowaliśmy ponadprzeciętny wizerunek w swojej kategorii, dzięki czemu możemy skutecznie konkurować z markami z naszej kategorii z zagranicy.

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 ponad 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 jedną z najlepiej rozpoznawalnych, największych i najbardziej utytułowanych firm branży interaktywnej komunikacji w Polsce. K2 Media 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.

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, szczerść 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 jednostki dominującej 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 jednostki dominującej K2 Internet S.A.

Zarząd

Na dzień 31 grudnia 2013 r. oraz na dzień zatwierdzenia niniejszego sprawozdania w skład Zarządu K2 Internet S.A. wchodził:

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

W dniu 31 października 2013 Janusz Żebrowski złożył rezygnację ze stanowiska Prezesa Zarządu Emitenta.

Rada Nadzorcza

Na dzień 31.12.2013 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 2013 r. oraz na dzień zatwierdzenia niniejszego sprawozdania znaczącymi akcjonariuszami K2 Internet S.A., tj. posiadającymi co najmniej 5% liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu byli:

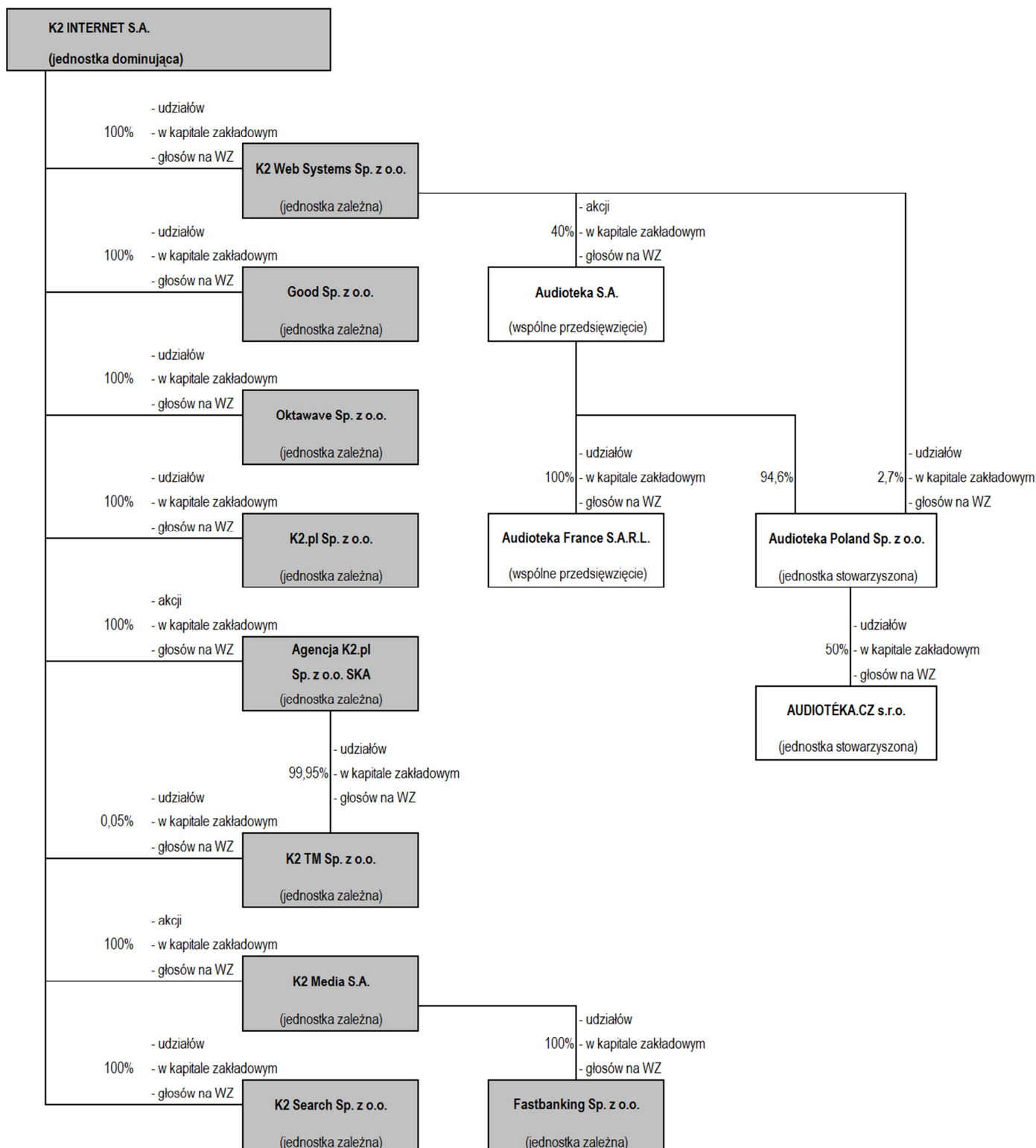
Akcyonariusze	Liczba posiadanych akcji	Udział % w kapitale zakładowym	Udział % w ogólnej liczbie głosów na WZA
bmp Media Investors AG	367 312	14,78%	14,78%
Janusz Żebrowski	266 809	10,74%	10,74%
Michał Lach	163 068	6,56%	6,56%
Bożena i Andrzej Kosińscy	126 790	5,10%	5,10%
IPOPEMA Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A.	125 121	5,04%	5,04%

Zmiany w strukturze własności znacznych pakietów akcji emitenta w okresie od przekazania poprzedniego raportu kwartalnego wśród akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu.

	Liczba akcji na dzień przekazania ostatniego raportu kwartalnego 14.11.2013 r.	Udział % w ogólnej liczbie głosów na WZA	Zmiana stanu posiadania +/-	Liczba akcji na dzień przekazania niniejszego raportu	Udział % w ogólnej liczbie głosów na WZA
bmp Media Investors AG	353 812	14,24%	+13 500	367 312	14,78%
Bożena i Andrzej Kosińscy	125 000	5,03%	+ 1790	126 790	5,10%

4.6 Struktura organizacyjna Grupy Kapitałowej K2 Internet S.A.

GRUPA KAPITAŁOWA K2 INTERNET S.A. na dzień 31.12.2013 r.



Żadna jednostka zależna ani stowarzyszona nie posiada akcji jednostki dominującej.

Agencja K2.PL Sp. z o.o. S.K.A. (dawniej Agencja Good Sp. z o.o. S.K.A.) 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, 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 ma w swoim dorobku ponad 120 polskich i międzynarodowych nagród branżowych. W 2012 roku została wybrana Agencją Roku przez IAB (Związek Pracodawców Branży Internetowej), a z początkiem roku 2014 uhonorowana tytułem Created in Poland Business Superbrands 2013/2014 w kategorii usługi marketingowe.

K2 Media S.A. to spółka posiadająca szerokie kompetencje mediowe. Planuje i realizuje skuteczne kampanie reklamowe. K2 Media 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.

W czwartym kwartale 2013 r. magazyn „PRESS” docenił ubiegłoroczne sukcesy K2 Media przyznając wyróżnienie - DEBIUT ROKU w kategorii Domy Mediowe, m.in. za pozyskanie ponad 30 klientów od czasu powstania wiosną 2013.

K2 Search Sp. z o.o. to spółka wyspecjalizowana w marketingu w wyszukiwarkach, oferująca usługi SEM/SEO pozwalające klientom w pełni wykorzystać potencjał Google do prowadzenia działań marketingowych i sprzedażowych.

W 2013 r. spółka otrzymała dofinansowanie w ramach Działania 8.2 PO IG „Wspieranie wdrażania elektronicznego biznesu typu B2B” w kwocie 805.875 zł na projekt „Wdrożenie systemu B2B sposobem na automatyzację świadczenia usług reklamowych i integrację z Partnerami Spółki”.

Good Sp. z o.o. jest agencją strategiczno-kreatywną, prowadzoną przez osoby, które wniosły kompetencje i wieloletnie doświadczenie z agencji sieciowych. Spółka zatrudnia 9 osób, tworząc zespół doświadczonych i kreatywnych managerów do realizacji działań komunikacyjnych. Obecnie współpracuje z takimi klientami jak Volvo, PZU czy Getin Bank.

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 jest partnerem wdrożeniowym Microsoft, a obecnie jedną 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 oprogramowania 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 przedsięwzięcie K2 Internet S.A., skupione wokół dostarczania usług chmury obliczeniowej dla biznesu. Firma używa obecnie 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 świadczy usługi komercyjne, dziś już dla ponad 200 klientów z całego świata.

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 zakładek (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>). Działa w 9 wersjach językowych: polskiej, niemieckiej, czeskiej, francuskiej, hiszpańskiej, szwedzkiej, włoskiej, angielskiej i litewskiej, a sprzedaż prowadzona jest również w Meksyku i całej Ameryce południowej. Kolejne regiony np. kraje arabskie są aktualnie w wersji beta. 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. 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.

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

K2.pl Sp. z o.o. – spółka prowadzi działalność agencji marketingowej w zakresie obsługi klientów technologicznych, dla których wiodącym składnikiem usługi są produkty IT.

Fastbanking Sp. z o.o. jest pośrednikiem finansowym online oferującym wsparcie użytkowników w podejmowaniu optymalnych decyzji finansowych. Fastbanking to również sieć reklamowa umożliwiająca pełną obsługę kampanii efektywnościowych prowadzonych w modelu afiliacyjnym. Łączy 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. Dnia 19.11.2013 r. opublikowany został plan połączenia spółek K2 Media S.A. i Fastbanking Sp. z o.o. poprzez inkorporację Fastbanking Sp. z o.o. Połączenie zostało zarejestrowane w KRS w dniu 07.03.2014 r.

4.7 Otoczenie rynkowe

Grupa K2 Internet jest jedną z największych, najczęściej nagradzanych i najlepiej rozpoznawalnych firm branży interaktywnej komunikacji w Polsce, która aktywnie działa na rzecz środowiska reklamowego. Jest agencją członkowską SKM SAR (Stowarzyszenia Komunikacji Marketingowej), zrzeszającego firmy, które zajmują się profesjonalną komunikacją marketingową. Grupę tę tworzą obecnie 94 podmioty, a w jej skład wchodzi agencje full service, domy mediowe, agencje brand design, interaktywne i event marketingowe.

Misją SAR jest ułatwianie wymiany informacji i współpracy pomiędzy członkami Stowarzyszenia, reprezentowanie ich interesów w otoczeniu zewnętrznym, a także wzmacnianie dialogu wszystkich uczestników branży komunikacji marketingowej w Polsce. Stowarzyszenie koncentruje się na tworzeniu, wdrażaniu i popularyzowaniu standardów biznesowych, w tym przetargowych i prawnych i jest od wielu lat organizatorem konkursów i konferencji, wyznaczających standardy w branży reklamowej. Najważniejszymi wydarzeniami są: Effie Awards, Media Trendy i Konkurs Twórców Reklamy.

Rynek reklamy cyfrowej

Grupa K2 Internet działa na perspektywnym rynku reklamy cyfrowej. Według ekspertów Domu Mediowego Starlink, rynek reklamy skurczył się w roku 2013 o 4,5%, a jego wartość netto szacowana jest na ponad 6 mld 995 mln zł. Jednocześnie jedynym medium, w przypadku którego w okresie od stycznia do grudnia 2013 r. zaobserwowano dynamikę wzrostową, był internet. Stanowiła ona 7,5% (wzrost o niemal 104,1 mln zł.). Według raportu Starlink „Rynek reklamy w Polsce w 2013” wartość reklamy online szacuje się w tym okresie na ponad 1.496 mln zł., co odpowiada za 1/5 rynku reklamowego w Polsce. Największy wzrost budżetów reklamowych zaobserwowano w sektorach: pozostałe (głównie nieruchomości i edukacja – dynamika + 112,0%) i handel (dynamika + 21,1%, przede wszystkim dzięki aktywności firm z branży e-commerce).

<http://www.starlink.pl/>

Agora szacuje wzrost wydatków na reklamę w Polsce w roku 2014 w przedziale od 0% do 2%. Największym beneficjentem poprawy w gospodarce ma być telewizja, z kolei spadek reklam w prasie może przekraczać nawet 20%. W opinii spółki wartość wydatków na reklamę w telewizji wzrośnie o ok. 1-4%. Drugim medium, które najwięcej zyska na poprawie sytuacji na rynku reklamy, będzie internet. Spółka szacuje, że wartość wydatków w tym segmencie rynku może wzrosnąć o ok. 5-8%. Jak podała [Agora](#), w 2013 r. wartość wydatków reklamowych w Polsce skurczyła się o 5,0% i wyniosła około 7,2 mld zł. W tym czasie, reklamodawcy zmniejszyli swoje wydatki we wszystkich mediach z wyjątkiem internetu. Największe spadki były widoczne w dziennikach oraz w reklamie zewnętrznej.

<http://pulsinwestora.pb.pl/3582128,86293,agora-szacuje-dynamike-rynku-reklamy-na-0-2-proc.-w-2014-r>

W swoim najnowszym raporcie eMarketer podaje, że w roku 2018 wydatki na digital w USA będą większe niż na telewizję. Obecnie TV ma ok. 38,1 % tortu reklamowego. Przez najbliższe lata medium to będzie rosło w tempie jednocyfrowym. Udział TV spadnie w roku 2018 do 36,4 %. Z kolei digital ma obecnie 27,0 % udział i odnotuje w ciągu czterech lat wzrost do ponad 36 proc. Raport przewiduje też dalszy spadek nakładów na prasę. Firma zakłada, że udział prasy spadnie z 17,9% w br. do 14,14 % w roku 2018.

<https://www.emarketer.com/go/2013qmisummary>

Z kolei Ericsson ConsumerLab zaprezentował 10 trendów konsumenckich na rok 2014 w obszarze technologii. Zdaniem firmy, smartfony zniwelują cyfrowe wykluczenie, ciało stanie się hasłem, a nasze otoczenie wypełni się czujnikami. Większość z trendów stwarza szanse rozwoju firmom oferującym szerokie usługi technologiczno-digitalowe, łączącym kompetencje zarówno produkcyjne, kreatywne jak i mediowe. Fakty te stawiają K2 w pierwszym szeregu awangardy agencji rynku reklamowego. Obecnie niewiele agencji reklamowych czy domów mediowych dysponuje technologicznym zapleczem, które dawałoby im przewagę konkurencyjną nad K2 w tym zakresie. Międzynarodowe grupy reklamowe zmuszone są inwestować w akwizycje firm specjalistycznych. Większość akwizycji służy zwiększeniu obrotów w zakresie digital.

<http://www.wirtualnemedia.pl/artukul/korzystanie-z-nowych-technologii-10-trendow-na-rok-2014-wideo>

<http://www.ericsson.com/res/docs/2013/consumerlab/10-hot-consumer-trends-report-2014.pdf>

K2 bardzo mocno inwestuje w rozwój kompetencji video i może pochwalić się statusem bliskiego partnera Youtube. Ten kierunek związany jest z najszybciej rozwijającą się kategorią reklamową w inernecie jaką jest reklama wideo. Do popularności tego formatu reklamy przyczyniło się spowolnienie gospodarcze i niestabilna sytuacja na rynku reklamy telewizyjnej. Coraz większy potencjał mają reklamy na YouTube. Chętnie oglądamy już nie tylko teledyski, ale i serie, czy całe produkcje filmowe. Z badań eMarketera wynika, że budżety dotychczas przeznaczane na prasę, telewizję, a nawet internetowy display, przepływają do wideo. Zjawisko to zauważalne jest nie tylko za oceanem. Już prawie każdy z nas korzysta z wielu urządzeń, które mają dostęp do internetu. Oglądamy, przeglądamy i siłą rzeczy jesteśmy doskonałymi odbiorcami komunikatów reklamowych.

<http://interaktywnie.com/biznes/artykuly/trendy/reklama-online-w-2014-roku-rtb-zacznie-dominowac-na-rynku-247605>

W projektach realizowanych przez K2 często wykorzystywany jest komponent mobilny, który w wielu przypadkach jest główną osią np. działań promocyjnych. Związane jest to z naturalnym i już bardzo silnym przenikaniem się kanałów komunikacji. Eksperci IDG w raporcie „Świetlane perspektywy m-reklamy” twierdzą, że rok 2014 r. może okazać się przełomowy dla reklamy mobilnej w Polsce. Wydatki na tę formę reklamy podskoczą nawet o kilkadziesiąt procent, a wszystko to za sprawą rosnącej liczby internautów korzystających z tabletów i smartfonów. Według Adexa, rynek rośnie dynamicznie, co znajdzie swoje odzwierciedlenie w wydatkach na mobile w roku 2014. Wartość rynku może przekroczyć 43 mln zł. Eksperci oceniają, że rosnąca rzesza użytkowników smartfonów i tabletów przełoży się na wzrost odsłon mobilnych i wzrost zainteresowania usługami mobilnymi, np. bankowości. Szybki rozwój internetu mobilnego ma pozytywny wpływ na zainteresowanie wśród marketerów reklamą mobilną, która rośnie niezwykle dynamicznie, choć nie ma na razie dużego udziału w wydatkach online.

<http://interaktywnie.com/biznes/artykuly/biznes/reklama-mobilna-wartosc-rynku-moze-przekroczyc-43-mln-zl-247716>

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, zakładana wartość krajowego rynku outsourcingu IT, obejmującego zarówno chmurę prywatną, jak i publiczną, wyniesie 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.

Rodzimym rynek usług w chmurze, przeznaczonych dla sektora Małych i Średnich Przedsiębiorstw (MŚP) wart jest obecnie 335 mln zł. Według raportu PMR „Rynek przetwarzania danych w chmurze w Polsce 2013. Prognozy rozwoju na lata 2013–2017”³⁾, wartość rynku cloud computingu w Polsce w roku 2012, obejmującego zarówno usługi wdrażane w modelu chmury prywatnej jak i publicznej wyniosła 234 mln zł. Rynek ten odznacza się wysoką dynamiką wzrostową, z roku na rok przekraczającą poziom 30%. Według badania przeprowadzonego przez PMR na próbie 200 największych firm IT w Polsce w maju 2013 r., nadal kluczowym czynnikiem wpływającym na rozwój rynku cloud computingu jest poszukiwanie oszczędności przez firmy. Jako dominujący czynnik właśnie ten wymieniło 34% respondentów. W porównaniu z rokiem 2012 oznacza to wzrost znaczenia tego czynnika o 3 p.p. Na drugim miejscu znalazł się wzrost rynku mobilnego internetu.

Sam sektor małych i średnich przedsiębiorstw rozwija się prężnie¹⁾, zbliżając się do poziomu rynków rozwiniętych, co daje duże możliwości rozwoju 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 ekspansji, 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 niestabilizowany 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/>

3) <http://www.pmrpublications.com/press-releases/426/w-2013-r-rynek-cloud-computingu-w-polsce-bedzie-wart-300-mln-zl>

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 wciąż na wczesnym etapie rozwoju. Wartość rynku audiobooków stanowi w Polsce niewielki procent 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).

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 również 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 2013 r. powinno zostać sprzedanych na naszym rynku 8,6 mln sztuk tabletów i smartfonów. Jest to wynik długotrwałego trendu, który ma się utrzymać przez najbliższe lata⁵). Smartfony są liderem na rynku elektroniki. W roku 2013 ich globalna sprzedaż sięgnie ponad 900 mln sztuk (w Polsce – 6,5 mln). NPD Display Search zakłada, że w 2017 roku na światowy rynek trafi już 1,8 mld takich urządzeń (będą stanowiły 82 proc. wszystkich sprzedanych telefonów komórkowych). W ciągu kolejnych pięciu lat sprzedaż ma rosnąć w średniorocznym tempie 21 proc., podczas gdy tradycyjnych komórek będzie w tym czasie spadać w średniorocznym tempie 16 proc.

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
- 5) <http://www.rp.pl/artukul/1072650.html>

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

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. Obserwowane aktualnie oznaki ożywienia gospodarczego pozwalają mieć nadzieję na poprawę koniunktury jednak znaczne wahania kursów walut, ograniczona dostępność finansowania czy zawirowania geopolityczne mogą mieć niekorzystny wpływ zarówno na klientów indywidualnych, jak i firmy, zmniejszając ich poziom zaufania do gospodarki, wyhamowując konsumpcję prywatną i inwestycje.

Wyniki naszej działalności są w dużej mierze uzależnione od poziomu wydatków reklamowych, a z kolei popyt na reklamę jest zależy od warunków ekonomicznych. Niepewne perspektywy gospodarcze nie dają podstaw do wzrostu polskiego rynku reklamy, a powrót do negatywnej tendencji wpłynąłby niekorzystnie na nasze przychody i wyniki z działalności. Nawet jeśli Polska w wyniku w/w czynników 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 spółek Grupy.

Ocena ryzyka: duże.

Ryzyko związane ze zmianami w otoczeniu prawnym oraz interpretacją przepisów podatkowych

Niekorzystnym czynnikiem mającym potencjalny wpływ na działalność Grupy 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 spółki Grupy K2 Internet S.A.

Ryzyko związane z utratą kluczowych klientów bądź znaczące obniżenie wartości świadczonych 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. Jakkolwiek 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.

Grupa K2 jest jedną z najczęściej nagradzanych organizacji na polskim rynku reklamy. Rokrocznie zdobywa szereg nagród w wielu krajowych i międzynarodowych konkursach. K2 osiąga również wysokie miejsca w rankingach satysfakcji klientów. Ocena ryzyka: średnie.

Ryzyko naruszenia praw z zakresu własności intelektualnej

Podmioty trzecie mogą być w posiadaniu określonych praw własności intelektualnej, w tym prawa własności przemysłowej i praw autorskich, które są podobne bądź takie same jak te stosowane przez K2 w pracy lub polecane przez nią swoim kontrahentom. Osoby trzecie mogą w takiej sytuacji występować z roszczeniami przeciwko K2 bądź jej kontrahentom, argumentując, iż naruszono ich prawa własności intelektualnej. Związane z tym postępowanie sądowe może być kosztowne i absorbujące dla 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 Grupy K2 są zasoby ludzkie. Spółki Grupy K2 działają 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.

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.

K2, 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 2013 r.” z dnia 20 marca 2014 r. Pełne oświadczenie o stosowaniu ładu korporacyjnego stanowi odrębny dokument załączony do niniejszego Sprawozdania.

6 PODSTAWOWE USŁUGI, DOSTAWCY, ODBIORCY, GŁÓWNE RYNKI ZBYTU

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

Grupa świadczy przede wszystkim usługi w obszarze e-marketingu w zakres których wchodzi m.in.:

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

W segmencie media on-line oferowane są następujące usługi:

- planowanie i kreacja mediów on-line,
- marketing afiliacyjny,
- reklama w wyszukiwarkach internetowych („SEM”),
- e-mail marketing.

Grupa 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.

Segmenty geograficzne

Zdaniem kierownictwa Grupy K2 brak jest przesłanek wydzielania w Grupie segmentów geograficznych. Środowiska ekonomiczne, w których działają spółki z Grupy K2, charakteryzują się podobnym ryzykiem i poziomem zwrotu. Wprowadzie sprzedaż prowadzona jest także dla klientów zagranicznych, jednak zdaniem kierownictwa, ryzyko i poziom zwrotu ze sprzedaży krajowej i zagranicznej są zbliżone. W żadnym z prezentowanych lat przychody i zyski ze sprzedaży zagranicznej nie przekroczyły 10% przychodów lub zysków Grupy K2, a aktywa dotyczące tych segmentów nie są możliwe do wydzielenia.

Segmenty branżowe

Zdaniem kierownictwa Grupy K2 działalność spółek należących do grupy należy podzielić na dwa segmenty branżowe: sprzedaż usług e-marketingowych oraz sprzedaż usług mediowych. Segmenty te w znaczącym stopniu różnią się pod względem rodzaju oferowanych usług oraz sposobu ich wytwarzania.

	01.01.2013 - 31.12.2013			
	Segment e-marketingowy	Segment mediowy	Wyłączenia	Razem
Przychody od klientów zewnętrznych	40 484	19 122		59 606
Koszt wytworzenia sprzedanych produktów	- 33 352	- 16 989		- 50 341
Wynik brutto ze sprzedaży	7 132	2 133		9 265
Koszty ogólnego zarządu	- 7 700	- 1 832		- 9 532
Wynik ze sprzedaży segmentu	- 568	301		- 267
Pozostałe przychody / koszty operacyjne netto	-816	- 111		-927
Zysk/Strata na działalności operacyjnej	- 1 384	190		- 1 194
Przychody / koszty finansowe netto				-407
Wycena udziałów metoda praw własności				-79
Zysk / Strata przed opodatkowaniem				- 1 680
Podatek dochodowy				511
Zysk / Strata netto				- 1 169
Aktywa przypisane do segmentu	39 819	8 012		47 831
Nakłady inwestycyjne	3 420	651		4 071
Amortyzacja	2 819	857		3 676
Odpis na trwałą utratę wartości aktywów trwałych	572	-		572
EBITDA	2 007	1 047		3 054

*Wartość EBITDA w 2013 r. została powiększona o odpis na trwałą utratę wartości aktywów trwałych

	01.01.2012 - 31.12.2012			
	Segment e-marketingowy	Segment mediowy	Wyłączenia	Razem
Przychody od klientów zewnętrznych	38 209	16 634	-	54 843
Koszt wytworzenia sprzedanych produktów	- 31 228	- 16 479	-	- 47 707
Wynik brutto ze sprzedaży	6 981	155	-	7 136
Koszty ogólnego zarządu	- 8 717	- 2 457	-	- 11 174
Wynik ze sprzedaży segmentu	- 1 736	- 2 302	-	- 4 038
Pozostałe przychody / koszty operacyjne netto	316	977	-	1 293
Zysk/Strata na działalności operacyjnej	- 1 420	- 1 325	-	- 2 745
Przychody / koszty finansowe netto				- 263
Udziały w stratach jednostek stowarzyszonych				2 669
Zysk / Strata przed opodatkowaniem				- 339
Podatek dochodowy				511
Zysk / Strata netto				172
Aktywa przypisane do segmentu	42 885	6 576	-	49 461
Nakłady inwestycyjne	9 301	677	-	9 978
Amortyzacja	2 098	545	-	2 643
EBITDA	678	- 780	-	- 102

Powyższa skorygowana prezentacja segmentów operacyjnych za rok 2012 nie uwzględnia danych działalności Grupy Audioteka S.A., która w roku 2012 była uwzględniona w segmencie operacyjnym e-marketing. Zaprezentowane nakłady inwestycyjne są to inwestycje nabyte, niekoniecznie zapłacone w roku 2013.

7 ZNACZĄCE UMOWY DLA DZIAŁALNOŚCI EMITENTA ZAWARTE W OKRESIE SPRAWOZDAWCZYM

Z punktu widzenia działalności lub rentowności w 2013 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. (obecnie K2 Media 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 K2 Media 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.

8 POZOSTAŁE DANE

8.1 Powiązania organizacyjne i kapitałowe

Jednostkami powiązanymi na dzień 31.12.2013 r. były:

Lp.	Nazwa Spółki	% kapitału / głosów
1	K2 Media S.A.	100%
2	K2 Web Systems Sp. z o. o.	100%
3	K2 Search Sp. z o. o.	100%
4	Agencja K2.PL spółka z ograniczoną odpowiedzialnością S.K.A.	100%
5	Good Sp. z o.o.	100%
6	K2 TM Sp. z o.o.	100%
7	Oktawave Sp z o.o.	100%
8	K2.pl Sp. z o.o.	100%
9	Audioteka Poland Sp. z o. o. - powiązanie pośrednie poprzez Audioteka S.A.	40,54%
10	Audioteka S.A. - powiązanie pośrednie przez K2 Web Systems Sp. z o. o.	40,00%
11	Fastbanking Sp. z o.o. – powiązanie pośrednie poprzez K2 Media S.A.	100%
12	Audioteka.CZ S.R.O. - powiązanie pośrednie poprzez Audioteka Poland Sp. z o. o.	20,00%
13	Podobneo Sp. z o.o.	-
14	bmp Media Investors AG	-
15	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 - znaczący inwestor K2 Internet S.A. Dodatkowo, Pan Jens Spyрка, będący na dzień 31.12.2012 r. Partnerem Spółki bmp AG, będącej 100% udziałowcem bmp Media Investors AG oraz na dzień sporządzenia sprawozdania członkiem zarządu Spółki bmp Media Investors AG, pełni jednocześnie funkcję członka Rady Nadzorczej K2 Internet S.A.
3. 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 powiązanymi (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 powiązanymi podano w *Skonsolidowanym rocznym sprawozdaniu finansowym za okres 12 miesięcy zakończony 31 grudnia 2013 r.* w Nocie 22 „Informacje dotyczące transakcji z jednostkami powiązanymi”.

8.3 Zaciągnięte kredyty

Dnia 12.08.2013 r. została zawarta umowa kredytowa z Bankiem Handlowym w Warszawie S.A. Kredyt w rachunku bieżącym w kwocie 6.500 tys. zł. Limit kredytowy jest wspólny dla wszystkich kredytobiorców tj. dla spółek: K2 Internet S.A., K2 Media S.A., K2 Web Systems Sp. z o.o., K2 Search Sp. z o.o. i Agencja K2.pl Sp. z o.o. S.K.A. Kredyt zabezpieczony jest cesjami wierzytelności o raz poręczeniami cywilno-prawnymi wzajemnymi wszystkich spółek w grupie. Kredyt udzielony jest do dnia 15 kwietnia 2014 r. w którym to Kredytobiorca musi dokonać ostatecznej spłaty Kredytu w całości wraz z należnymi Bankowi odsetkami, prowizjami i kosztami.

8.4 Udzielone pożyczki

Stan pożyczek udzielonych przez spółki Grupy:

	31.12.2013	31.12.2012
Stan początkowy	1 821	2 486
Udzielenie pożyczek	10	526
Naliczenie odsetek	31	99
Spłata pożyczek	- 124	- 141
Spłata odsetek	- 8	- 14
Odpis na trwałą utratę wartości	- 130	-
Zmiana prezentacji związana ze zmianą konsolidacji spółek z grupy K2	- 1 196	- 1 136
Stan końcowy	404	1 820
- w tym część długoterminowa	241	-
- w tym część krótkoterminowa	163	1 820

Pożyczkobiorca	Cel pożyczki	Data umowy pożyczki	Termin wymagalności	Stopa % na 31.12.2013 r.	Podział ze względu na okres zapadalności	Waluta	Saldo na 31.12.2013 r. w tys. PLN
Pracownicy	Inne			5,5%	krótkoterminowe	PLN	404

8.5 Prognozy wyników

Spółki Grupy Kapitałowej K2 Internet S.A. nie publikowały żadnych prognoz wyników na 2013 r.

8.6 Ocena zarządzania zasobami finansowymi

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

8.7 Ocena możliwości realizacji zamierzeń inwestycyjnych

Bieżące inwestycje będą finansowane z środków własnych oraz, w przypadku K2 Internet S.A., z dotacji pozyskanej 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".

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

W dniu 3 grudnia 2013 r. spółka K2 Media S.A. nabyła 751 udziałów w Fastbanking Sp. z o.o., stanowiących 75,1% głosów na zgromadzeniu wspólników. W wyniku powyższego zdarzenia spółka K2 Media S.A. weszła w posiadanie 100% udziałów spółki Fastbanking Sp. z o.o. i objęła nad nią kontrolę. Od tego momentu Fastbanking Sp. z o.o. dotychczas konsolidowana metodą praw własności, podlega konsolidacji metodą pełną. W efekcie zmiany metody konsolidacji, została ujawniona wartość firmy na kwotę 626 tysięcy złotych. Jednocześnie, ze względu na brak możliwości stwierdzenia realności tego aktywa stworzony został odpis na trwałą utratę wartości w kwocie 469 tysięcy złotych, stanowiącą 75% jego wartości. Niniejsza kwota została odniesiona w wynik roku 2013. Wykazana wartość firmy wyniosła 157 tysięcy złotych.

W okresie sprawozdawczym nie wystąpiły inne czynniki lub zdarzenia o nietypowym charakterze, mające znaczący wpływ na działalność Grupy i osiągnięte wyniki w okresie sprawozdawczym.

8.9 Zmiany w podstawowych zasadach zarządzania

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

8.10 System kontroli programów akcji pracowniczych

Spółki Grupy K2 Internet S.A. nie realizują programów akcji pracowniczych i w związku z tym nie prowadzą systemu kontroli tych programów.

8.11 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 31.12.2013 r.

Akcjonariusze	Liczba posiadanych akcji	Udział % w kapitale zakładowym	Wartość nominalna (PLN)
Janusz Żebrowski – Prezes Zarządu do 31.10.2013 r.	266 809	10,74%	266 809
Andrzej Kosiński – Członek Rady Nadzorczej K2 Internet S.A.	126 790	5,10%	126 790
Tomasz Tomczyk – Prezes 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 do 31.10.2013 r.	266 809	10,74%	266 809
Andrzej Kosiński – Członek Rady Nadzorczej K2 Internet S.A.	126 790	5,10%	126 790
Tomasz Tomczyk – Prezes Zarządu	95 000	3,82%	95 000

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.

9 OPIS STRUKTURY GŁÓWNYCH LOKAT KAPITAŁOWYCH LUB GŁÓWNYCH INWESTYCJI KAPITAŁOWYCH DOKONANYCH W RAMACH GRUPY KAPITAŁOWEJ K2 INTERNET S.A. W DANYM ROKU OBROTOWYM

W prezentowanym okresie sprawozdawczym miały miejsce następujące zdarzenia:

Objęcie kontroli nad Fastbanking Sp. z o.o.

Spółka K2 Media S.A. nabyła 751 udziałów w Fastbanking Sp. z o.o., stanowiących 75,1% głosów na zgromadzeniu wspólników. W wyniku powyższego zdarzenia spółka K2 Media S.A. weszła w posiadanie 100% udziałów spółki Fastbanking Sp. z o.o. i objęła nad nią kontrolę. Od tego momentu Fastbanking Sp. z o.o., dotychczas konsolidowana metodą praw własności, podlega konsolidacji metodą pełną. W efekcie zmiany metody konsolidacji, została ujawniona wartość firmy na kwotę 626 tysięcy złotych. Jednocześnie, ze względu na brak możliwości stwierdzenia realności tego aktywa, stworzony został odpis na trwałą utratę wartości w kwocie 469 tysięcy złotych, stanowiącą 75 % jego wartości. Niniejsza kwota została odniesiona w wynik roku 2013. Wykazana wartość firmy wyniosła 157 tysięcy złotych. Dnia 07.03.2014 r. w KRS zostało zarejestrowane połączenie spółek K2 Media S.A. i Fastbanking Sp. z o.o., które o tej dacie funkcjonują pod nazwą K2 Media S.A.

10 OPIS ORGANIZACJI GRUPY KAPITAŁOWEJ K2 INTERNET S.A. ZE WSKAZANIEM JEDNOSTEK PODLEGAJĄCYCH KONSOLIDACJI ORAZ OPIS ZMIAN

Skonsolidowane sprawozdanie finansowe obejmuje:

- jednostkę dominującą K2 Internet S.A.,
- podmioty zależne:
 - K2 Media S.A., w którym jednostka dominująca posiada 100% akcji,
 - K2 Web Systems Sp. z o.o., w którym jednostka dominująca posiada 100% udziałów,
 - Good Sp. z o.o. w którym jednostka dominująca posiada 100% udziałów,
 - K2 Search Sp. z o.o., w którym jednostka dominująca posiada 100% udziałów,
 - Agencja K2.pl Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością S.K.A., w którym jednostka dominująca posiada 100% akcji,
 - Fastbanking Sp. z o.o., w którym jednostka zależna K2 Media S.A. posiada 100% udziałów,
 - K2 TM Sp. z o.o., w którym jednostka zależna Agencja K2.pl Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością S.K.A. posiada 99,95% udziałów, a jednostka dominująca posiada 0,05% udziałów,
 - Oktawave Sp. z o.o., w którym jednostka dominująca posiada 100% udziałów,
 - K2.pl Sp. z o.o., w którym jednostka dominująca posiada 100% udziałów,
- wspólne przedsięwzięcia:
 - Audioteka S.A., w którym jednostka zależna K2 Web Systems Sp. z o.o. posiada 40% akcji,
 - AUDIOTEKA POLAND Sp. z o.o. (wcześniej MDPL Sp. z o.o.), w którym jednostka Audioteka S.A. posiada 94,6% udziałów,
- podmioty stowarzyszone:
 - Audioteka CZ S.R.O., w którym jednostka Audioteka Poland Sp. z o.o. posiada 50% udziałów,
 - AUDIOTEKA FRANCE, w którym jednostka AUDIOTEKA S.A. posiada 100% udziałów.

Jednostki zależne: K2 Web Systems Sp. z o. o., K2 Media S.A., Good Sp. z o.o., K2 Search Sp. z o.o., Agencja K2.pl Sp. z o.o. S.K.A., Fastbanking Sp. z o.o., K2 TM Sp. z o.o., Oktawave Sp. z o.o., K2.pl Sp. z o.o., podlegają konsolidacji metodą pełną; działalność Grupy Kapitałowej Audioteka S.A. podlega konsolidacji metodą praw własności na podstawie danych skonsolidowanych Grupy Kapitałowej Audioteka S.A.

Zmiany zakresu konsolidacji

Przyjęcie MSSF 11 zmieniło sposób ujęcia udziałów w spółkach AUDIOTEKA POLAND Sp. z o.o. i Audioteka S.A., które na dzień 31 grudnia 2012 roku ujmowane były metodą proporcjonalną. Spółki te stanowią wspólne przedsięwzięcie i były konsolidowane metodą proporcjonalną, a zgodnie z MSSF od 1 kwartału 2013 metodą praw własności.

W dniu 3 grudnia 2013 r. Spółka K2 Media S.A. nabyła 751 udziałów w Fastbanking Sp. z o.o., stanowiących 75,1 % głosów na zgromadzeniu wspólników. W wyniku powyższego zdarzenia spółka K2 Media S.A. weszła w posiadanie 100% udziałów spółki Fastbanking Sp. z o.o. i objęła nad nią kontrolę. Od tego momentu Fastbanking Sp. z o.o. dotychczas konsolidowana metodą praw własności, podlega konsolidacji metodą pełną.

K2 Internet S.A. na dzień 31.12.2013 r. oraz na dzień zatwierdzenia niniejszego sprawozdania była podmiotem dominującym dla 7 spółek z uwagi na fakt posiadania bezpośrednio: 100% ogólnej liczby głosów w spółce K2 Web Systems Sp. z o.o.; 100% ogólnej liczby głosów w spółce K2 Search Sp. z o.o.; 100% ogólnej liczby głosów w spółce Good Sp. z o.o.; 100% w spółce K2 Media S.A.; 100% ogólnej liczby głosów w spółce Agencja K2.pl Sp. z o.o. S.K.A.; 100% ogólnej liczby głosów w spółce Oktawave Sp. z o.o., 100% ogólnej liczby głosów w spółce K2.pl Sp. z o.o. Na dzień 31.12.2013 r. K2 Internet S.A. nie jest w sposób pośredni ani bezpośredni kontrolowana przez inny podmiot.

	Jednostka dominująca	Opis	Siedziba spółki
1	K2 Internet S.A.	Na dzień sporządzenia sprawozdania Spółka K2 Internet S.A. nie jest kontrolowana przez żaden inny podmiot.	Warszawa
	Jednostki zależne	Opis	Siedziba spółki
2	K2 Media S.A.	K2 Internet S.A. posiada 100% akcji i praw głosu	Warszawa
3	K2 Web Systems Sp. z o.o.	K2 Internet S.A. posiada 100% udziałów i praw głosu	Warszawa
4	K2 Search Sp. z o.o.	K2 Internet S.A. posiada 100% udziałów i praw głosu	Warszawa
5	Agencja K2.pl Sp. z o.o. S.K.A.	K2 Internet S.A. posiada 100% akcji i praw głosu	Warszawa
6	Good Sp. z o.o.	K2 Internet S.A. posiada 100% udziałów i praw głosu	Warszawa
7	K2 TM Sp. z o.o.	Agencja K2.pl Sp. z o.o. S.K.A. posiada 99,95% udziałów i praw głosu, K2 Internet S.A. posiada 0,05% udziałów i praw głosu	Warszawa
8	Oktawave Sp. z o.o.	K2 Internet S.A. posiada 100% udziałów i praw głosu	Warszawa
9	K2.pl Sp. z o.o.	K2 Internet S.A. posiada 100% udziałów i praw głosu	Warszawa
10	Fastbanking z o.o.	K2 Media S.A. posiada 100% udziałów i praw głosu	Warszawa
	Wspólne przedsięwzięcia	Opis	Siedziba spółki
11	Audioteka S.A.	K2 Web Systems Sp. z o.o. posiada 40 % akcji i praw głosu	Warszawa
12	AUDIOTEKA POLAND Sp. z o.o.	K2 Web Systems Sp. z o.o. posiada 2,7% udziałów i praw głosu, Audioteka S.A. posiada 94,6% udziałów i praw głosu, łącznie bezpośrednio i pośrednio K2 Web Systems Sp. z o.o. posiada 40,54% udziałów i praw głosu	Warszawa
	Jednostki stowarzyszone	Opis	Siedziba spółki
13	AUDIOTEKA.CZ S.R.O.	AUDIOTEKA POLAND Sp. z o.o. posiada 50% udziałów i praw głosu	Ostrawa, Republika Czeska
14	AUDIOTEKA FRANCE	AUDIOTEKA S.A. posiada 100% udziałów i praw głosu	Paryż, Republika Francuska

K2 Media Spółka Akcyjna (wcześniej ACR S.A.) została utworzona Aktem Notarialnym Nr 6790/2000 z dnia 27.09.2000 r. Spółka jest wpisana do Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy pod numerem KRS 000065596. Spółce nadano numer statystyczny REGON 016617969 oraz numer identyfikacji podatkowej NIP 5272342036.

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 został złożony w dniu 8 marca 2013 r. Wpis potwierdzający zmianę firmy Spółka otrzymała w dniu 15.03.2013 r.

3 grudnia 2013 r. Spółka K2 Media S.A. nabyła 751 udziałów w Fastbanking Sp. z o.o., stanowiących 75,1% głosów na zgromadzeniu wspólników. W wyniku powyższego zdarzenia spółka K2 Media S.A. weszła w posiadanie 100% udziałów spółki Fastbanking Sp. z o.o. i objęła nad nią kontrolę. Dnia 07.03.2014 r. w KRS zostało zarejestrowane połączenie spółek K2 Media S.A. i Fastbanking Sp. z o.o. które o tej daty funkcjonują pod nazwą K2 Media S.A. Na dzień 31.12.2013 r. K2 Internet S.A. posiadała 100% akcji w kapitale zakładowym i odpowiednio 100% głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy K2 Media S.A.

K2 Web Systems Sp. z o.o. została utworzona Aktem Notarialnym Nr 615/2007 z dnia 22.01.2007 r. pod firmą K2 Sp. z o.o. Spółka jest wpisana do Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy pod numerem KRS 0000274076 dnia 12 lutego 2007 roku. Spółce nadano numer statystyczny REGON 140865906 oraz numer identyfikacji podatkowej NIP 5213421691. Dnia 11.01.2010 r. nastąpił wpis do KRS podwyższający kapitał zakładowy Spółki z 1.500 tys. zł do 1.850 tys. zł. Podwyższenie kapitału zostało w pełni opłacone przez K2 Internet S.A. Na dzień 31.12.2013 r. K2 Internet S.A. posiadała 100% udziałów w kapitale zakładowym i odpowiednio 100% głosów na zgromadzeniu wspólników Spółki.

K2 Search Sp. z o.o. została utworzona Aktem Notarialnym Nr 13194/2007 z dnia 20.12.2007 r. pod firmą Komitywa.com Sp. z o.o. Postanowieniem z dnia 22.01.2008 r. Spółka została wpisana do Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie pod numerem KRS 0000296927. Spółce nadano numer statystyczny REGON 141287541 oraz numer identyfikacji podatkowej NIP 5213472381. Na dzień 31.12.2013 r. K2 Internet S.A. posiadała 100% udziałów w kapitale zakładowym i odpowiednio 100% głosów na zgromadzeniu wspólników Spółki.

Good Sp. z o.o. (dawniej Brainshop U-Boot Sp. z o.o.) została utworzona Aktem Notarialnym Rep. A 23783/2002 z dnia 13.12.2002 r. Spółka jest wpisana do Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy pod numerem KRS 0000146194. Spółce nadano numer statystyczny REGON 015306210 oraz numer identyfikacji podatkowej NIP 5252254688. Dnia 9.02.2012 roku Zgromadzenie Wspólników podjęło uchwałę zmieniającą nazwę spółki z na Good Sp. z o.o. Zmiana ta została wpisana do KRS postanowieniem sądu z dnia 27 lutego 2012 roku. Na dzień 31.12.2013 r. K2 Internet S.A. posiadała 100% udziałów w kapitale zakładowym i odpowiednio 100% głosów na zgromadzeniu wspólników Spółki.

Oktawave Sp. z o.o. została nabyta na podstawie umowy sprzedaży udziałów w dniu 7 września 2012 r. Spółka jest wpisana do Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy pod numerem KRS 0000426334. Spółka posiada numer statystyczny REGON 146197794 oraz numer identyfikacji podatkowej NIP 5213633306. Na dzień 31.12.2013 r. K2 Internet S.A. posiadała 100% udziałów w kapitale zakładowym i odpowiednio 100% głosów na zgromadzeniu wspólników Spółki.

K2.pl Sp. z o.o.

K2 Internet S.A. objęła 100% udziałów w kapitale zakładowym i odpowiednio 100% głosów na zgromadzeniu wspólników nowo powstałej K2.pl Sp. z o.o. K2.pl Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością została utworzona Aktem Notarialnym Rep. A Nr 8975/2012 z dnia 17.08.2012 r. Spółka jest wpisana do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy pod numerem KRS 0000435602. Spółce nadano numer statystyczny REGON 146337611 oraz numer identyfikacji podatkowej NIP 5213637936. Na dzień 31.12.2013 r. K2 Internet S.A. posiadała 100% udziałów w kapitale zakładowym i odpowiednio 100% głosów na zgromadzeniu wspólników Spółki.

K2 TM Sp. z o.o.

K2 TM Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością została utworzona Aktem Notarialnym Nr 9489/2012 z dnia 04.09.2012 r. Spółka jest wpisana do Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy pod numerem KRS 0000432861. Spółce nadano numer statystyczny REGON 146295054 oraz numer identyfikacji podatkowej NIP 5213636701. Z chwilą utworzenia Spółki, K2 Internet S.A. objęła 100% udziałów w kapitale zakładowym i odpowiednio 100% głosów na Zgromadzeniu Wspólników K2 TM Sp. z o.o.

W dniu 10 stycznia 2013 r. Zgromadzenie Wspólników pod firmą K2 TM Sp. z o.o. (K2 TM) uchwaliło podwyższenie kapitału zakładowego Spółki, w ramach którego K2 Agencja Good Sp. z o.o. S.K.A. nabyła 200.000 udziałów w K2 TM. Pozostałe 100 udziałów jest w posiadaniu K2 Internet S.A.

Agencja K2.pl Sp. z o.o. S.K.A. została utworzona Aktem Notarialnym Rep. A Nr 7045/2012 z dnia 23.07.2012 r. Spółka jest wpisana do Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy pod numerem KRS 0000435988. Spółce nadano numer statystyczny REGON 146333270 oraz numer identyfikacji podatkowej NIP 5213637793. 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. K2 Internet S.A. na dzień 31 grudnia 2013 r. posiadała 100% udziałów w kapitale zakładowym i odpowiednio 100% głosów na zgromadzeniu akcjonariuszy Agencja K2.pl spółka z ograniczoną odpowiedzialnością S.K.A.

platforma3 Sp. z o.o. została utworzona Aktem Notarialnym Rep. A 6687/2009 z dnia 06.07.2009 r. Postanowieniem z dnia 06.10.2009 r. Spółka została wpisana do Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy pod numerem KRS 0000337045. Spółce nadano numer statystyczny REGON 142025240 oraz numer identyfikacji podatkowej NIP 5213542242.

Dnia 09.10.2012 r. opublikowany został plan połączenia spółek ACR S.A. (obecnie K2 Media S.A.) i platforma3 Sp. z o.o. poprzez inkorporację platforma3 Sp. z o.o. Połączenie zostało zarejestrowane w KRS w dniu 2.01.2013 r.

Fastbanking Sp. z o.o. została utworzona Aktem Notarialnym Rep. A 10147/2008 z dnia 08.08.2008 r. pod firmą system3.pl Sp. z o. o. Postanowieniem z dnia 04.09.2008 r. Spółka została wpisana do Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy pod numerem KRS 0000312986. Spółce nadano numer statystyczny REGON 141574051 oraz numer identyfikacji podatkowej NIP 5213501763. Dnia 20 czerwca 2012 r. Nadzwyczajne Zgromadzenie Wspólników podjęło uchwałę w sprawie zmiany

Aktu Założycielskiego Spółki, w którym to dotychczasowa firma spółki system3.pl Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością została zmieniona na Fastbanking Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością. W dniu 3 grudnia 2013 r. Spółka K2 Media S.A. nabyła 751 udziałów w Fastbanking Sp. z o.o., stanowiących 75,1% głosów na zgromadzeniu wspólników. W wyniku powyższego zdarzenia spółka K2 Media S.A. weszła w posiadanie 100% udziałów spółki Fastbanking Sp. z o.o. i objęła nad nią kontrolę. Dnia 07.03.2014 r. w KRS zostało zarejestrowane połączenie spółek K2 Media S.A. i Fastbanking Sp. z o.o., które o tej dacie funkcjonują pod nazwą K2 Media S.A.

Audioteka S.A. została utworzona Aktem Notarialnym Rep. A 4456/2011 z dnia 13.05.2011 r. Od 21.07.2011 r. Spółka jest wpisana do Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy pod numerem KRS 0000391239. Spółce nadano numer statystyczny REGON 142929237 oraz numer identyfikacji podatkowej NIP 5213618086.

Audioteka S.A. jest jednostką, w której K2 Web Systems Sp. z o.o. posiada 650.000 akcji zwykłych imiennych stanowiących 40% kapitału zakładowego Audioteka S.A. i dających prawo do 40% głosów na Walnym Zgromadzeniu. Według stanu na dzień 31.12.2013 r. Spółka Audioteka S.A. posiadała 94,6% udziałów i praw głosu w Spółce Audioteka Poland Sp. z o.o.

AUDIOTEKA POLAND Sp. z o.o. (wcześniej MDPL Sp. z o.o.) została utworzona Aktem Notarialnym Rep. A 3537/2008 z dnia 22.04.2008 r. W dniu 19 maja 2008 r. Spółka została wpisana do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy pod numerem KRS 0000305704. Spółce nadano numer statystyczny REGON 141438454 oraz numer identyfikacji podatkowej NIP 5213489157. Do dnia 09.06.2011 r. K2 Web Systems Sp. z o.o. posiadała 1.000 udziałów, o wartości nominalnej 50 zł. każdy, stanowiących 50% kapitału zakładowego MDPL Sp. z o.o. i dających prawo do 50% głosów na Zgromadzeniu Wspólników. Dnia 09.06.2011 r. nastąpiło podwyższenie kapitału zakładowego MDPL Sp. z o.o. z kwoty 100.000 zł. do kwoty 1.855.000 zł., tj. o kwotę 1.755.000 zł. Wszystkie nowoutworzone udziały w podwyższonym kapitale zakładowym, w ilości 35.100 o wartości nominalnej 50 zł. każdy, objęła Audioteka S.A. Obecnie K2 Web Systems Sp. z o.o. posiada 1.000 udziałów, o wartości nominalnej 50 zł. każdy, stanowiących 2,70% kapitału zakładowego AUDIOTEKA POLAND Sp. z o.o. i dających prawo do 2,70% głosów na Zgromadzeniu Wspólników. Pozostałe 1.000 udziałów o wartości nominalnej 50 zł. każdy, stanowiących 2,70% kapitału zakładowego AUDIOTEKA POLAND Sp. z o.o. i dających prawo do 2,70% głosów na Zgromadzeniu Wspólników posiada Maxioma Sp. z o.o. Kapitał zakładowy Spółki na dzień 31.12.2013 r. wynosi 1.855 tys. zł. Audioteka S.A. posiada w Spółce 94,6 % udziałów i praw głosu. K2 Web Systems Sp. z o.o. bezpośrednio posiada 2,70% udziałów i praw głosów w AUDIOTEKA POLAND Sp. z o.o. Maxioma Sp. z o.o. posiada 2,70% udziałów i praw głosu w AUDIOTEKA POLAND Sp. z o.o. Łącznie pośrednio i bezpośrednio K2 Web Systems Sp. z o.o. posiada 40,54% udziałów i praw głosu w AUDIOTEKA POLAND Sp. z o.o.

Audioteka.CZ S.R.O. została utworzona Aktem Notarialnym Rep. NZ 128/2011 z dnia 5.05.2011 r. Dnia 9.05.2011 r. Spółka została wpisana do Rejestru Handlowego prowadzonego przez Sąd Okręgowy w Ostrawie - Republika Czeska pod numerem C 37419. Spółka posiada numer identyfikacji podatkowej DIC: CZ28657144.

Audioteka.CZ S.R.O. jest jednostką stowarzyszoną, w której AUDIOTEKA POLAND Sp. z o.o. posiada 50% kapitału zakładowego dającego prawo do 50% głosów na Zgromadzeniu Udziałowców. Pozostałą część, czyli 50% udziałów stanowiących 50% kapitału zakładowego dających prawo do 50% głosów na Zgromadzeniu Udziałowców Audioteka.CZ SRO posiada PEMIC BOOKS A.S.

Audioteka France S.A.R.L. została utworzona umową spółki zawartą dn. 27.12.2012 r., zarejestrowana dn. 3.01.2013 r. pod numerem 790258107 R.C.S. Paris. Audioteka France jest jednostką stowarzyszoną, w której Audioteka S.A. posiada 100% udziałów w kapitale zakładowym dających prawo do 100% głosów na Zgromadzeniu Wspólników.

11 POLITYKA W ZAKRESIE KIERUNKÓW ROZWOJU GRUPY KAPITAŁOWEJ K2 INTERNET S.A.

Zarząd K2 Internet S.A. planuje kontynuować dotychczasową politykę rozwoju Grupy K2 opartej na zrównoważonym rozwoju w ramach Grupy podmiotów świadczących wspólnie szerokie spektrum najwyższej jakości usług w obszarze marketingu, sprzedaży i obsługi klienta oraz rozwoju własnych marek w obszarze usług internetowych i mobilnych.

12 OPIS ISTOTNYCH POZYCJI POZABILANSOWYCH W UJĘCIU PODMIOTOWYM, PRZEDMIOTOWYM I WARTOŚCIOWYM W TYM GWARANCJE I PORĘCZENIA

1. Spółki z Grupy K2 udzielają standardowych gwarancji z tytułu realizowanych kontraktów informatycznych. Ryzyko z nich wynikające jest niewielkie, a ewentualne skutki finansowe niemożliwe do oszacowania. W wyjątkowych przypadkach jednostki Grupy K2 przyjmują 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 jednostki Grupy K2 nie wypełnią tych zobowiązań są zróżnicowane - od kwoty 100.000 zł do 1 mln zł (w kontraktach na utrzymanie i hosting zawarte są także kary bez górnego ograniczenia kwoty). Spółki Grupy K2 podjęły odpowiednie działania od strony organizacji technologii tak, aby zminimalizować ryzyko wystąpienia roszczeń ze strony klientów z tytułu przyjętych dodatkowych zobowiązań.
2. Na zobowiązania warunkowe składają się ponadto weksle in blanco zabezpieczające kwoty płatności rat leasingowych oraz weksle in blanco jako gwarancja zapłaty przyznanego kredytu kupieckiego.
3. Zobowiązania warunkowe obejmują również pięć weksli in blanco wystawionych na rzecz Towarzystwa Ubezpieczeń Euler Hermes S.A. tytułem zabezpieczenia ewentualnych roszczeń wynikających z umowy udzielenia gwarancji kontraktowych. Umowny limit możliwych do otrzymania gwarancji kontraktowych wynosi 1.500.000 złotych. Na dzień 31 grudnia 2013 roku wartość gwarancji kontraktowych udzielonych przez Towarzystwo Ubezpieczeń Euler Hermes spółkom Grupy wynosi 73.467,58 złotych.
4. Otrzymane od Banku Handlowego w Warszawie S.A. przez K2 Internet S.A. gwarancje obowiązujące na dzień 31.12.2013 roku:
 - gwarancja bankowa jako zabezpieczenie umowy najmu z dnia 21.12.2010 r. na kwotę 239.123,23 EUR do dnia 31.12.2014 r.,
 - gwarancja bankowa jako zabezpieczenie umowy najmu z dnia 19.07.2013 r. na kwotę 24.087,87 EUR do dnia 24.09.2014 r.,

- gwarancja bankowa jako zabezpieczenie dla pokrycia wypłaty nagród wynikających z loterii organizowanych w ramach świadczonych usług na rzecz klientów na łączną kwotę 58.300,00 PLN do dnia 28.02.2014 r.,

5. Dnia 12.08.2013 r. została zawarta umowa kredytowa z Bankiem Handlowym w Warszawie S.A. Kredyt w rachunku bieżącym w kwocie 6.500 tys. zł. Limit kredytowy jest wspólny dla wszystkich kredytobiorców tj. dla spółek: K2 Internet S.A., K2 Media S.A., K2 Web Systems Sp. z o.o., K2 Search Sp. z o.o. i Agencja K2.pl Sp. z o.o. S.K.A. Kredyt zabezpieczony jest cesjami wierzytelności oraz poręczeniami cywilno-prawnymi wzajemnymi wszystkich spółek w Grupie (K2 Internet S.A., K2 Media S.A., K2 Search Sp. z o.o., Agencja K2.pl Sp. z o.o. S.K.A., K2 Web Systems Sp. z o.o., K2.pl Sp. z o.o., K2 TM Sp. z o.o., Oktawave Sp. z o.o., Fastbanking Sp. z o.o., Good Sp. z o.o.) dla wszystkich kredytobiorców na kwotę 7.800 tys. PLN. Kredyt udzielony jest do dnia 15 kwietnia 2014 r. w którym to kredytobiorca musi dokonać ostatecznej spłaty kredytu w całości wraz z należnymi Bankowi odsetkami, prowizjami i kosztami.

6. Zobowiązania warunkowe z tytułu weksli

Zobowiązania warunkowe	31.12.2013	31.12.2012
- z tytułu weksli leasingowych (kwota minimalnych opłat leasingowych)	2 569	3 518
- z tytułu weksli będących zabezpieczeniem gwarancji kontraktowych	40	40

Nie są znane okoliczności wskazujące na możliwość wystąpienie wpływu środków z tytułu rozliczenia zobowiązań warunkowego, w związku z tym nie jest możliwe określenie ewentualnego prawdopodobieństwa wystąpienia takiego wpływu. Występujące poręczenia i gwarancje zawarte zostały na warunkach rynkowych.

13 KAPITAŁ PODSTAWOWY, ZMIANY W KAPITALE

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

Na dzień 31.12.2012 i 31.12.2013 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.

14 SYSTEM KONTROLI WEWNĘTRZNEJ I ZARZĄDZANIA RYZYKIEM W ODNIESIENIU DO PROCESU SPORZĄDZANIA SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH I SKONSOLIDOWANYCH SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH

Sprawozdania finansowe Spółki i Grupy Kapitałowej K2 Internet S.A. 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”), 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 i Grupy Kapitałowej K2 Internet S.A., 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 przygotowywaniem 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.

15 INFORMACJE O ZAWARTEJ UMOWIE Z PODMIOTEM UPRAWNIONYM DO BADANIA SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO

Informację podano w *Skonsolidowanym rocznym sprawozdaniu finansowym za okres 12 miesięcy zakończony 31 grudnia 2013 r.* w Nocie 34. „Wynagrodzenie związane z usługami audytora i usługami pokrewnymi”.

Podpisy

Data: 20 marca 2014 r.

Podpisy Członków Zarządu K2 Internet S.A.

Tomasz Tomczyk
Prezes Zarządu

Rafał Ciszewski
Wiceprezes Zarządu

Łukasz Lewandowski
Wiceprezes Zarządu