

**SPRAWOZDANIE  
Z DZIAŁALNOŚCI  
GRUPY  
KAPITAŁOWEJ  
MEDIACAP  
OBEJMUJĄCE  
SPRAWOZDANIE Z  
DZIAŁALNOŚCI  
MEDIACAP SA**

**MEDIACAP  
SA**

## SPIS TREŚCI:

I.	LIST OD ZARZĄDU	3
II.	SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI GRUPY KAPITAŁOWEJ MEDIACAP, OBEJMUJĄCE SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MEDIACAP SA ZA 2018	6
	1. Dane ewidencyjne	7
	2. Wybrane dane finansowe Grupy MEDIACAP	12
	3. Oświadczenia	14
	4. Wskazanie stosowanego zbioru zasad ładu korporacyjnego	15
	5. Wskazanie zbioru zasad ładu korporacyjnego, od których odstąpiono	15
	6. Opis głównych cech systemów kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem w odniesieniu do procesów sporządzania sprawozdań finansowych i skonsolidowanych sprawozdań finansowych	16
	7. Zarząd Grupy MEDIACAP	17
	8. Rada Nadzorcza MEDIACAP SA	21
	9. Zasady zmiany statutu Spółki	26
	10. Sposób działania WZA, jego zasadnicze uprawnienia oraz opis praw akcjonariuszy i sposobu ich wykonywania	26
	11. Komitet Audytu	27
	12. Akcje i struktura akcjonariatu	31
	13. Analiza wyników finansowych Grupy MEDIACAP	33
	14. Pozostałe istotne informacje	36
	15. Opis działalności	38
	16. Istotne wydarzenia	48
	17. Opis podstawowych zagrożeń i ryzyk	53
III.	DANE KONTAKTOWE	68



---

# LIST OD ZARZĄDU

## Szanowni Państwo,

Zamknęliśmy kolejny rok rekordowego rozwoju grupy MEDIACAP. Wypracowaliśmy 94,4 mln zł przychodów, co oznacza wzrost o 26% r/r. Wynik EBITDA wypracowany w 2018 roku wyniósł 7,3 mln złotych (wzrost o 35% r/r). Dynamika naszego biznesu byłaby jeszcze wyższa, gdyby nie fakt, że w pierwszej połowie roku zmagaliśmy się z negatywnym wpływem implementacji regulacji RODO na biznes badawczy – z tego tytułu koszty prowadzenia biznesu badawczego wzrosły, a jednocześnie zrealizowana sprzedaż była niższa od oczekiwań. Najbardziej spektakularne wzrosty zanotowała platforma TalentMedia, która osiągnęła 1,1mln złotych zysku EBITDA. Kolejnym krokiem w dynamicznym rozwoju TalentMedia było przejęcie największego konkurenta LT Group (LifeTube), dzięki czemu jesteśmy absolutnym liderem polskiego rynku influencer marketingu i liczącym się graczem w Europie.

## Biznesy konsultingowe: stabilna podstawa dla nowych technologii

Grupa S/F przyniosła w skali roku 23% wzrostu przychodów, dzięki realizacji kolejnych głośnych kampanii dla bluechipowych klientów między innymi takich jak pracuj.pl, Plush, Aldi i Wirtualna Polska. W szczególności cieszy wysoki poziom rentowności tego biznesu, pomimo, że wynik obciążony był kosztami uruchomienia platformy performance marketingowej Booost. W drugiej połowie roku projekt zanotował przychody, ale obniżył całoroczny wynik Grupy S/F na poziomie 0,5 mln zł.

Przychody w konsultingowej części IQS były o 10% niższe niż rok wcześniej, a osiągnięta rentowność EBITDA oscylowała na podobnym poziomie. Erozję dynamiki tego biznesu częściowo przypisujemy większej koncentracji zespołu na sprzedaży wyżej marżowych produktów platformy Opinie.pl.

## Nowe modele: +57% wzrostu r/r

Łączne jednostkowe przychody z naszych trzech platform technologicznych (TalentMedia, Opinie.pl i Plastream) wyniosły w całym 2018 roku 34,3 mln zł, co oznacza wzrost o 57% w stosunku do zeszłego roku. Stanowią one już blisko 35% naszego biznesu, a po przejęciu Lifetube staną się wiodącym obszarem działalności Grupy.

Pomimo spadku przychodów na początku roku oraz jednorazowych kosztów poniesionych z powodu RODO, platforma Opinie.pl, zanotowała w całym 2018 roku o 15% wyższe przychody niż przed rokiem (13,1 mln zł) - co przełożyło się na zbliżony do zeszłego roku poziom zysku EBITDA. Na koniec 2018 roku na platformie zalogowanych było 108 tys. użytkowników, którzy wypełnili w skali całego roku 511 tys. ankiet. W końcówce roku intensyfikowaliśmy prace nad komercjalizacją technologii analitycznej platformy socialmedia – BrandSpy, która umożliwia analizę social media pod kątem wzmianek na dowolny, wybrany przez klienta temat w prostej formie plików ppt i excel – to przełoży się na dalszy wzrost skali Opinii.pl. Pracujemy też nad kolejnymi produktami technologicznymi, w ramach IQS.

Plastream w drugiej połowie 2018 notował rekordowe poziomy sprzedaży dzięki rozbudowanym płatnym testom technologii Plastream Retail, wprowadzającym automatyczny check-out przy

kasie w sieci Żabka, co przełożyło się na pozytywny wynik EBITDA. Zakładamy, że jeszcze w 2019 nasza technologia wejdzie do komercyjnego wykorzystania w ramach tej sieci, co będzie przełomem w budowie jej wartości.

TalentMedia kolejny rok z rzędu niemal podwoiła skalę działalności i wraz ze spółkami zależnymi zanotowała przychody na poziomie 20,1 mln zł. Średniomiesięczny watchtime sięgnął 570 mln minut a liczba subskrypcji 28,1 mln. Uruchomiona w czerwcu TalentTube – pierwsza w Polsce aplikacja automatycznie kontaktująca influencerów Youtube z reklamodawcami będzie motorem jej rozwoju w przyszłości, a transakcja przejęcia Lifetube w marcu 2019 uczyniła z TalentMedia absolutnego lidera polskiego rynku.

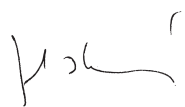
## Podsumowanie

Cały rok 2018 był dla MEDIACAP mocno rozwojowy. Przychody zwiększyły się o niemal 26% i wypracowaliśmy solidny wynik EBITDA. Przede wszystkim jednak rok ten upłynął pod hasłem rozwoju nowych technologii: zaawansowanych procesów AI dla retailu w ramach Plastream; rozwiązań performance media w ramach Boost; stworzenia automatycznej platformy influencer marketingu TalentTube oraz technologii monitorowania socialmedia na użytek marek w ramach BrandSpy. W naszych biznesach technologicznych jesteśmy już bardzo blisko momentu, w którym skokowo wzrośnie ich rentowność.

Dodatkowo, oprócz transakcji Lifetube, na przełomie roku do Grupy dołączyła spółka Gameset, która działa w bardzo przyszłościowym obszarze gier wideo i e-sportu. Już po zakończeniu roku w pierwszym kwartale 2019, zespół Gameset przeprowadził się do siedziby MEDIACAP SA, co będzie sprzyjało owocnej współpracy i realizacji synergii w obrębie Grupy.

W efekcie w 2019 roku kolejny raz skokowo zwiększymy przychody grupy, a biznes influencerski stanie się największym podmiotem w grupie, nieznacznie większym pod kątem przychodów do naszego dotychczasowego lidera - Grupy S/F. W tym kontekście jesteśmy już bardzo blisko końca procesu transformacji z biznesu konsultingowego w biznes technologiczny.


Z wyrazami szacunku,



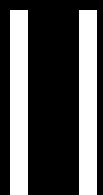
Jacek Olechowski  
Prezes Zarządu



Edyta Gurazdowska  
Wiceprezes Zarządu



Marcin Jeziorski  
Wiceprezes Zarządu



---

SPRAWOZDANIE  
ZARZĄDU Z  
DZIAŁALNOŚCI GRUPY  
KAPITAŁOWEJ  
MEDIACAP ZA 2018,  
OBEJMUĄCE  
SPRAWOZDANIE Z  
DZIAŁALNOŚCI  
MEDIACAP SA

## 1. Dane ewidencyjne

Nazwa Jednostki	MEDIACAP SA	Scholz & Friends Warszawa Sp. z o.o.
Adres e-mail:	office@mediacap.pl	biuro@scholz-and-friends.pl
Strona internetowa:	www.mediacap.pl	www.scholz-and-friends.pl
KRS:	0000302232	0000031134
Numer REGON:	012976217	11177017
NIP:	521-279-33-67	527-103-17-13

Nazwa Jednostki	The Digitals Sp. z o.o.	Plastream Sp. z o.o.
Adres e-mail:	biuro@thedigitals.pl	biuro@plastream.net
Strona internetowa:	www.thedigitals.pl	www.plastream.net
KRS:	0000280647	0000263727
Numer REGON:	140767291	140701174
NIP:	521-34-38-349	521-34-07-633

Nazwa Jednostki	IQS Sp. z o.o.	Quant Sp. z o.o.
Adres e-mail:	kontakt@grupaiqs.pl	kontakt@grupaiqs.pl
Strona internetowa:	www.grupaiqs.pl	www.grupaiqs.pl
KRS:	0000041388	0000072929
Numer REGON:	10763240	011853056
NIP:	526-10-05-418	526-124-42-93

Nazwa Jednostki	TalentMedia Sp. z o.o.	TalentMedia Balcans Sp. z o.o.
Adres e-mail:	kontakt@talentmedia.tv	kontakt@talentmedia.tv
Strona internetowa:	www.talentmedia.tv	www.talentmedia.tv
KRS:	0000576937	0000627980
Numer REGON:	362397570	0000627980
NIP:	527-27-44-071	526-124-42-93

Nazwa Jednostki	TalentMedia Bulgaria EOOD	Boost Sp. z o.o.
Adres e-mail:	kontakt@talentmedia.tv	office@boost.pl
Strona internetowa:	www.talentmedia.tv	www.boost.pl
KRS:	0000576937	0000606756
Numer REGON:	362397570	363929588
NIP:	527-27-44-071	113-290-49-86

Jednostka Dominująca MEDIACAP SA (Spółka) powstała w wyniku przekształcenia Spółki EM LAB Sp. z o.o. wpisanej do Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000133305, powstałej zgodnie z aktem notarialnym Rep. a nr 1697/98 z 5 marca 1998 roku. Przekształcenie nastąpiło zgodnie z przepisami Kodeksu spółek handlowych, na podstawie uchwały Zgromadzenia wspólników EM LAB Sp. z o.o. z dnia 12 lutego 2008 roku. Data rejestracji w KRS nazwy MEDIACAP SA nastąpiło 30 sierpnia 2010 roku.

Podstawowym przedmiotem działalności jednostek Grupy Kapitałowej MEDIACAP jest:

- działalność agencji reklamowych,
- pośrednictwo w sprzedaży czasu i miejsca na reklamę,
- działalność związana z oprogramowaniem,
- działalność związana z produkcją filmów, nagrań wideo, programów telewizyjnych, nagrań dźwiękowych i muzycznych,
- badanie rynku i opinii publicznej,
- doradztwo w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej i zarządzania oraz,
- przetwarzanie danych osobowych.

W okresie objętym raportem zakres działalności Grupy Kapitałowej nie uległ zmianie.

Czas trwania Jednostki Dominującej i jednostek Grupy jest nieoznaczony.

#### Skład Grupy Kapitałowej MEDIACAP na dzień 31 grudnia 2018

Na dzień 31 grudnia 2018 Jednostka Dominująca posiadała bezpośrednio lub pośrednio udziały w 10 jednostkach zależnych objętych skonsolidowanym sprawozdaniem finansowym.

Nazwa spółki	Przedmiot działalności	Procent posiadanych udziałów	Procent w całkowitej liczbie głosów	Inne
Scholz&Friends Warszawa Sp. z o.o.	działalność agencji reklamowych	75%*	75%*	Kontrola przez Spółkę The Digitals Sp. z o.o.
IQS Sp. z o.o.	działalność agencji badawczych	60%	60%	
The Digitals Sp. z o.o.	komunikacja marketingowa	100%	100%	
Quant Sp. z o.o.	działalność agencji badawczych	60%	60%	Kontrola przez Spółkę IQS Sp. z o.o.
Plastream Sp. z o.o. (d.EDGE Technology Sp. z o.o.)	działalność związana z oprogramowaniem	63,57%	63,57%	
Booost sp. z o.o. (d. MCP Publica Sp. z o.o.)	działalność portali internetowych	65%***	65%***	Kontrola przez Spółkę The Digitals Sp. z o.o.
TalentMedia Sp. z o.o.	działalność agencji reklamowych	51,11%	51,11%	
TalentMedia Balcans Sp. z o.o.	działalność agencji reklamowych	46%**	46%**	Kontrola przez Spółkę TalentMedia Sp. z o.o.



TalentMedia Bulgaria EOOD	Działalność agencji reklamowych	46%****	46%****	Kontrola przez Spółkę TalentMedia Balcans Sp. z o.o.
---------------------------	---------------------------------	---------	---------	--

Ponadto na dzień 31 grudnia 2018r. Grupa posiada spółkę stowarzyszoną – Gameset sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie w której Jednostka Dominująca objęła 19,1% udziału w kapitale zakładowym Gameset oraz ogólnej liczbie głosów na zgromadzeniu wspólników Gameset.

Zgodnie z polityką rachunkowości Grupy, spółka stowarzyszona ujmowana w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym metodą praw własności.

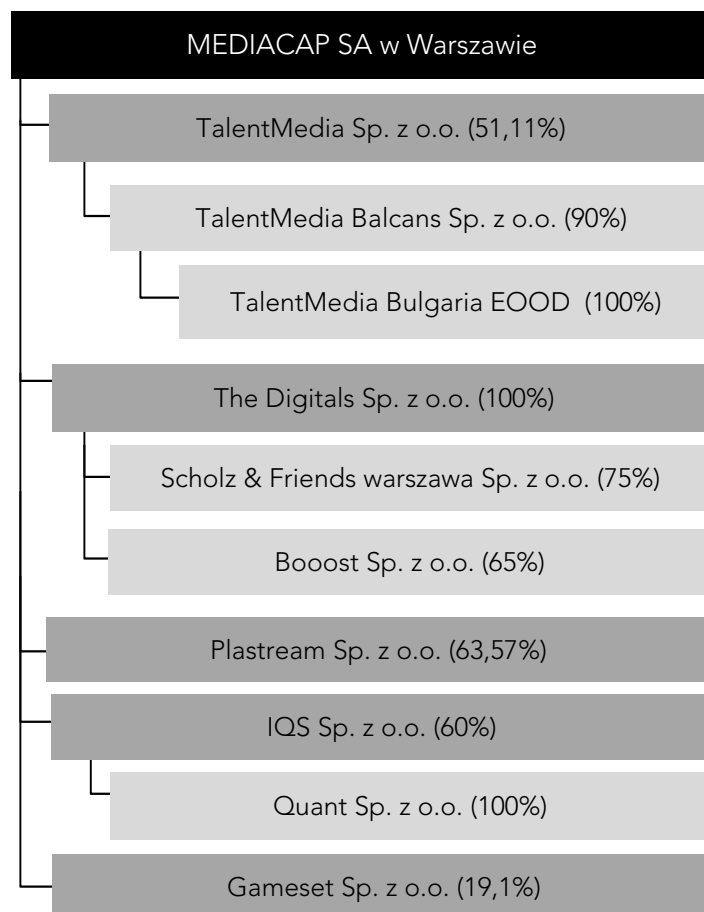
W związku z tym, że Jednostka Dominująca nabyła udziały spółki w grudniu 2018 roku, wyniki Spółki Gameset nie zostały ujęte w skonsolidowanym sprawozdaniu Grupy MEDIACAP. Szczegółowe informacje na temat zakupu Spółki Gameset Sp. z o.o. zawarto w nocie 12.

- \* Grupa posiada 100% udziałów w Spółce The Digitals Sp. z o.o., która posiada 75% udziałów w Spółce Scholz&Friends Warszawa Sp. z o.o. W związku z tym, udział Grupy w Scholz&Friends Warszawa Sp. z o.o. wynosi 75%.
- \*\* Grupa posiada 51,11% udziałów w Spółce TalentMedia Sp. z o.o., która posiada 90% udziałów w Spółce TalentMedia Balcans Sp. z o.o. W związku z tym, udział Grupy w TalentMedia Balcans Sp. z o.o. wynosi 46%. Ze względu na posiadanie większości głosów na walnym zgromadzeniu wspólników, MEDIACAP SA sprawuje kontrolę nad TalentMedia Balcans Sp. z o.o.
- \*\*\* Grupa posiada 100% udziałów w Spółce The Digitals Sp. z o.o., która posiada 65% udziałów w Spółce Booost sp. z o.o. (d. MCP PUBLICA Sp. z o.o.). W związku z tym, udział Grupy w Booost sp. z o.o. wynosi 65%.
- \*\*\*\* Grupa posiada 51,11% udziałów w Spółce TalentMedia Sp. z o.o., która posiada 90% udziałów w Spółce TalentMedia Balcans Sp. z o.o. Spółka TalentMedia Balcans zaś posiada 100% udziałów w spółce TalentMedia Bulgaria EOOD. W związku z tym, udział Grupy w TalentMedia Bulgaria EOOD wynosi 46%. Ze względu na posiadanie większości głosów na walnym zgromadzeniu wspólników spółki TalentMedia Sp. z o.o., MEDIACAP SA sprawuje pośrednio kontrolę nad TalentMedia Bulgaria EOOD.

Na dzień 31 grudnia 2018 r. oraz na dzień 31 grudnia 2017 r. udział w ogólnej liczbie głosów posiadany przez Grupę w podmiotach zależnych jest równy udziałowi Grupy w kapitałach tych jednostek.

Siedziba wszystkich polskich spółek znajduje się przy ul. Mangalia 2A w Warszawie. Siedziba spółki TalentMedia Bulgaria EOOD znajduje się w Plodiv przy Sankt Petersburg blv w Bułgarii.

Strukturę organizacyjną jednostek powiązanych w Grupie Kapitałowej MEDIACAP przedstawia poniższy schemat:



W dniu 7 marca 2017 r. Jednostka Dominująca MEDIACAP SA oraz spółka zależna The Digitals Sp. z o.o., zawarły ze Spółką TalentMedia Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie oraz jej udziałowcami, umowę inwestycyjną dotyczącą inwestycji The Digitals w Spółce. Cena nabycia pakietu 34% udziałów od dotychczasowych właścicieli TalentMedia wyniosła 1,66 mln zł. Część ceny nabycia została rozliczona z pożyczką udzieloną udziałowcom TalentMedia przez The Digitals. Pozostała część ceny została zapłacona w terminie 3 miesięcy od dnia zawarcia umowy. Jednocześnie spółka The Digitals objęła nowo utworzone udziały w podwyższonym kapitale zakładowym TalentMedia, w zamian za wkład pieniężny w wysokości 1,12 mln zł.

Umowa Inwestycyjna przewiduje możliwość zwiększenia ceny sprzedaży o wartość premii nieprzekraczającej kwoty 1,5 mln zł, której wysokość uzależniona będzie od wyników osiągniętych przez TalentMedia w latach 2017 i 2018.

W dniu 20 marca 2017 r. Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy KRS wydał postanowienie, na mocy którego w Rejestrze Przedsiębiorców prowadzonego dla spółki TalentMedia Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie dokonano wpisu podwyższenia kapitału zakładowego Spółki. Po rejestracji podwyższenia kapitału zakładowego Grupa MEDIACAP posiada 51,11% udziałów w kapitale zakładowym TalentMedia Sp. z o.o. Pozostałe udziały TalentMedia pozostają w rękach kadry zarządzającej i kluczowych pracowników.

W dniu 18 maja 2017 r. MEDIACAP SA nabyła od spółki zależnej The Digitals Sp. z o.o. 561 udziałów w spółce EDGE Technology Sp. z o.o. o wartości nominalnej 50,00 zł każdy udział, tj. o łącznej wartości nominalnej 28 050,00 zł, które stanowią 51% udziału w kapitale zakładowym oraz reprezentują taki sam udział w ogólnej liczbie głosów na zgromadzeniu wspólników.

Dodatkowo dokonano także zmiany firmy spółki EDGE Technology Sp. z o.o. na Plastream Sp. z o.o. Transakcja została zrealizowana w celu uproszczenia struktury właścicielskiej. Zmiana firmy natomiast podyktowana była koniecznością uporządkowania nazewnictwa spółki, która obecnie skupia się na rozwoju platformy do analizy i monetyzacji contentu wideo funkcjonującej pod nazwą Plastream.

W dniu 23 czerwca 2017 r. TalentMedia Sp. z o.o., spółka zależna MEDIACAP SA, przejęła 90% udziałów w TalentMedia Balcans Sp. z o.o.

W dniu 15 grudnia 2017 roku Nadzwyczajne Zgromadzenie Wspólników Spółki The Digitals Spółka z o.o. postanowiło o podwyższeniu kapitału zakładowego Spółki z kwoty 120 000,00 zł, o kwotę 37 500,00 zł tj. do kwoty 157 500,00 zł poprzez ustanowienie 750 udziałów o wartości nominalnej 50,00 zł każdy, o łącznej wartości nominalnej 37 500,00 zł. W związku z tym Spółka Dominująca MEDIACAP SA objęła wyemitowane udziały Spółki. Kapitał został pokryty w całości wkładem niepieniężnym w postaci 75 udziałów w kapitale zakładowym Spółki Scholz & Friends Warszawa sp. z o.o. o wartości 7 300 000,00 zł. Nadwyżka ponad wartość nominalną obejmowanych udziałów w łącznej kwocie 7 262 500,00 zł została przeznaczona na kapitał zapasowy (agio) spółki The Digitals Sp. z o.o.

W dniu 15 grudnia 2017 roku Spółka The Digitals Spółka z o.o. sprzedała 138 udziałów reprezentujących 51,11% kapitału zakładowego spółki TalentMedia Sp. z o.o. spółce dominującej MEDIACAP SA. Po zarejestrowaniu transakcji w Krajowym Rejestrze Sądowym liczba posiadanych przez MEDIACAP udziałów uległa zmianie z 138 udziałów na 1 380 z uwagi na zmniejszenie wartości nominalnej każdego udziału z 500 zł do 50 zł. Udział % w kapitale nie uległ zmianie. Opłacenie kapitału nastąpiło do dnia 15 lipca 2018 roku.

W dniu 25 stycznia 2018 roku podpisana została umowa inwestycyjna pomiędzy Spółkami MEDIACAP S.A. a Plastream Sp. z o.o., w której Strony postanowiły o podwyższeniu kapitału zakładowego Spółki zależnej z kwoty 55 000 PLN, o kwotę 20 900 PLN tj. do kwoty 75 900 poprzez ustanowienie 418 udziałów uprzywilejowanych, o wartości nominalnej 50,00 PLN każdy, o łącznej wartości nominalnej 20 900 PLN. W związku z tym Spółka Dominująca MEDIACAP SA objęła 404 wyemitowane udziały Spółki, zaś pozostałe 14 udziały objął członek Zarządu Spółki. Kapitał został pokryty w całości wkładem pieniężnym w kapitale zakładowym Spółki Plastream Sp. z o.o. w kwocie 1 551 979,66 PLN. Nadwyżka ponad wartość nominalną obejmowanych udziałów w łącznej kwocie 1 531 079,66 PLN została przeznaczona na kapitał zapasowy (agio) spółki Plastream Sp. z o.o. W związku z powyższym nastąpiło zwiększenie udziałów Spółki Dominującej w spółce zależnej do 63,57 %.

W dniu 29 marca 2018 Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy, XIII Wydział Gospodarczy KRS dokonał wpisu do rejestru połączenia spółek zależnych Grupy MEDIACAP - IQS sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie jako spółki przejmującej z IQS Data sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie jako spółką przejmowaną. Połączenie nastąpiło poprzez przeniesienie na spółkę przejmującą, jako jedyne go wspólnika spółki przejmowanej, całego majątku spółki przejmowanej w drodze sukcesji uniwersalnej oraz rozwiązanie spółki przejmowanej bez przeprowadzania jej likwidacji. Połączenie nastąpiło bez podwyższania kapitału zakładowego spółki przejmującej. Zgodnie z polityką rachunkowości Grupy dotyczącą transakcji pod wspólną kontrolą, połączenie zostało rozliczone

metodą analogiczną do metody łączenia udziałów i nie miało wpływu na skonsolidowane sprawozdanie Grupy MEDIACAP.

W dniu 13 czerwca 2018 r. Zarząd Spółki MEDIACAP S.A. w związku z wejściem spółki zależnej, Booost Sp. z o.o. (dawniej MCP Publica sp. z o.o.) w nowy obszar działalności, zdecydował o przeniesieniu własności jej udziałów na The Digitals sp. z o.o. Jednostka dominująca zbyła 100% udziałów w Spółce Booost Sp. z o.o., The Digitals sp. z o.o. nabył 1 300 udziałów Booost Sp. z o.o. (65% udziałów), a udziałowcy mniejszościowi 700 udziałów (35%).

Spółka prowadzić będzie obecnie działalność w zakresie produktów i usług big data oraz performance marketing.

Jednostka Dominująca objęła kontrolę nad jednostką zależną – TalentMedia Bulgaria EOOD, od 1 października 2018 roku. Ze względu na dynamiczne rozpoczęcie działalności z klientem lokalnym, w modelu wypracowanym wcześniej przez Grupę na rynku polskim, Jednostka Dominująca podlega ekspozycji na zmienne wyniki finansowe, mając jednocześnie możliwość kształtowania strategii sprzedażowej TalentMedia Bulgaria.

W dniu 20 grudnia 2018 roku MEDIACAP SA zawarł ze spółką Gameset sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie oraz udziałowcami Spółki, umowę inwestycyjną dotyczącą inwestycji MEDIACAP SA w Spółce, która pozwoli MEDIACAP SA na osiągnięcie 27,8% udziału w kapitale zakładowym Gameset oraz ogólnej liczbie głosów na zgromadzeniu wspólników Gameset.

W przypadku osiągnięcia przez Gameset wyników w 2019 r. istotnie niższych od zakładanych w jej planie finansowym, Umowa Inwestycyjna przewiduje możliwość objęcia przez MEDIACAP SA dodatkowych udziałów, które pozwolą MEDIACAP SA na osiągnięcie poziomu 33,6% udziału w kapitale zakładowym Gameset oraz ogólnej liczbie głosów na zgromadzeniu wspólników Gameset.

W wykonaniu Umowy Inwestycyjnej MEDIACAP objął 60 nowoutworzonych udziałów w podwyższonym kapitale zakładowym Gameset, w zamian za wkład pieniężny w wysokości 1,8 mln zł. Z chwilą ich rejestracji, nowoutworzone udziały pozwolą MEDIACAP SA na uzyskanie udziału 19,1% w kapitale zakładowym Gameset i ogólnej liczby głosów na jej zgromadzeniach wspólników. Osiągnięcie docelowego udziału 27,8% w Gameset nastąpi po zatwierdzeniu sprawozdania finansowego Spółki za rok 2018 r. i umorzeniu udziałów jednego z dotychczasowych wspólników, bez obniżenia kapitału zakładowego. W wykonaniu Umowy, Członek Zarządu MEDIACAP SA również objął nowoutworzone udziały w podwyższonym kapitale zakładowym Gameset.

## 2. Wybrane dane finansowe Grupy MEDIACAP

Do przeliczenia podstawowych pozycji skonsolidowanego sprawozdania finansowego zastosowano kursy:

- średni kurs EURO obowiązujący na koniec każdego okresu - dla danych wynikających ze skonsolidowanego sprawozdania z sytuacji finansowej,
- średni kurs EURO danego okresu, obliczony jako średnia arytmetyczna kursów obowiązujących na ostatni dzień każdego miesiąca w danym okresie - dla danych wynikających ze skonsolidowanego rachunku zysków i strat, skonsolidowanego sprawozdania z całkowitych dochodów oraz skonsolidowanego sprawozdania z przepływów pieniężnych.

	Okres sprawozdawczy	Okres porównywalny
	01.01- 31.12.2018	01.01- 31.12.2017
średni kurs na koniec okresu	4,3000	4,1709
średni kurs okresu	4,2617	4,2447
najwyższy średni kurs w okresie	4,3978	4,4157
najniższy średni kurs w okresie	4,1423	4,1709

Poniżej zaprezentowano wybrane dane finansowe Grupy MED.IACAP zawierające podstawowe pozycje skonsolidowanego rocznego sprawozdania finansowego (również przeliczone na euro)

	w tys. PLN		w tys. EUR	
	Okres 12 miesięcy zakończony 31 grudnia 2018	Okres 12 miesięcy zakończony 31 grudnia 2018	Okres 12 miesięcy zakończony 31 grudnia 2018	Okres 12 miesięcy zakończony 31 grudnia 2018
Przychody ze sprzedaży	94 355	75 037	22 140	17 678
Zysk (strata) na działalności operacyjnej	4 322	3 756	1 014	885
Zysk (strata) brutto	4 113	3 429	965	808
Zysk (strata) netto z działalności kontynuowanej	3 244	2 663	761	627
Zysk (strata) netto z działalności zaniechanej	-	-	-	-
Zysk (strata) netto	3 244	2 663	761	627
Zysk (strata) netto przypadający akcjonariuszom Jednostki Dominującej	2 114	1 599	496	377
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	2 333	5 563	547	1 311
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(3 298)	(6 304)	(774)	(1 485)
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	(808)	900	(190)	212
Przepływy pieniężne netto, razem	(1 773)	159	(416)	37
Średnia ważona liczba akcji	18 275 230	18 275 230	18 275 230	18 275 230
Średnia ważona rozwodniona liczba akcji	18 419 368	18 419 368	18 419 368	18 419 368
Zysk podstawowy/rozwodniony netto z działalności kontynuowanej na jedną akcję zwykłą (w PLN/EUR) przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej	0,12	0,09	0,03	0,02

	31.12.2018	31.12.2017 (przekształcone)	31.12.2018	31.12.2017 (przekształcone)
Aktywa obrotowe	33 544	26 297	7 801	6 305
Aktywa trwałe	25 108	22 682	5 839	5 438
Aktywa razem	58 652	48 979	13 640	11 743
Zobowiązania krótkoterminowe	27 303	19 741	6 350	4 733
Zobowiązania długoterminowe	3 304	2 926	768	702

Kapitał własny przypadający akcjonariuszom Jednostki Dominującej	22 825	21 818	5 308	5 231
Udziały niekontrolujące	5 220	4 494	1 214	1 077
Liczba akcji	18 419 368	18 419 368	18 419 368	18 419 368

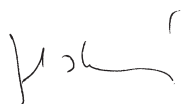
### 3. Oświadczenia

#### a. Oświadczenie o zgodności

Skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy Kapitałowej MEDIACAP za okres 12 miesięcy zakończonych 31 grudnia 2018 r. zostało sporządzone zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej oraz związanymi z nimi Interpretacjami przyjętymi do stosowania przez Unię Europejską.

MSSF przyjęte przez Radę Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej, a niezatwierdzone przez Unię Europejską nie miałyby wpływu na niniejsze sprawozdanie finansowe, jeżeli zostałyby zastosowane przez Grupę Kapitałową na koniec okresu sprawozdawczego.

Na dzień zatwierdzenia niniejszego sprawozdania finansowego do publikacji, biorąc pod uwagę toczący się w UE proces wprowadzania standardów MSSF oraz prowadzoną przez Grupę działalność, w zakresie stosowanych przez Grupę zasad rachunkowości nie ma różnicy między standardami MSSF, które weszły w życie, a standardami MSSF zatwierdzonymi przez UE. MSSF obejmują standardy i interpretacje zaakceptowane przez Radę Międzynarodowych Standardów Rachunkowości („RMSR”) oraz Komitet ds. Interpretacji Międzynarodowej Sprawozdawczości Finansowej („KIMSF”).



Jacek Olechowski  
Prezes Zarządu



Edyta Gurazdowska  
Wiceprezes Zarządu



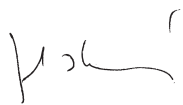
Marcin Jeziorski  
Wiceprezes Zarządu

#### b. Oświadczenie w sprawie zgodności sprawozdania finansowego z obowiązującymi zasadami rachunkowości oraz podmiocie uprawnionym do badania sprawozdań finansowych

Zgodnie z wymogami Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 29 marca 2018 r. (tj. Dz.U. z 2018 poz. 757 z późn. zm. w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim, Zarząd Spółki MEDIACAP SA oświadcza że:

- wedle jego najlepszej wiedzy roczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy Kapitałowej MEDIACAP wraz z danymi porównywalnymi wykazanymi w tym sprawozdaniu, sporządzone zostały zgodnie z obowiązującymi zasadami rachunkowości oraz odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową Grupy MEDIACAP oraz jej wynik finansowy. Sprawozdanie z działalności Grupy Kapitałowej MEDIACAP zawiera prawdziwy obraz rozwoju i osiągnięć oraz sytuacji Grupy Kapitałowej MEDIACAP, w tym opis podstawowych zagrożeń i ryzyka,
- Moore Stephens Central Audit Sp. z o.o. podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych dokonujący badania rocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej MEDIACAP został wybrany zgodnie z przepisami prawa oraz, że podmiot ten oraz biegli rewidenci dokonujący badania tego sprawozdania

spełniali warunki do wyrażenia bezstronnej i niezależnej opinii o badanym rocznym sprawozdaniu finansowym, zgodnie z obowiązującymi przepisami i normami zawodowymi.



Jacek Olechowski  
Prezes Zarządu



Edyta Gurazdowska  
Wiceprezes Zarządu



Marcin Jeziorski  
Wiceprezes Zarządu

#### c. Oświadczenia i ocena Rady Nadzorczej

Oświadczenia Rady Nadzorczej potwierdzające, że

a) są przestrzegane przepisy dotyczące powołania, składu i funkcjonowania komitetu audytu, w tym dotyczące spełnienia przez jego członków kryteriów niezależności oraz wymagań odnośnie do posiadania wiedzy i umiejętności z zakresu branży, w której działa emitent, oraz w zakresie rachunkowości lub badania sprawozdań finansowych,

b) zostały spełnione warunki określone w obowiązujących przepisach umożliwiające powierzenie funkcji komitetu audytu radzie nadzorczej, a członkowie tego organu spełniają wymagania przepisów odnośnie do niezależności oraz posiadania wiedzy i umiejętności z zakresu branży, w której działa emitent, oraz w zakresie rachunkowości lub badania sprawozdań finansowych, a ponadto że są przestrzegane przepisy dotyczące funkcjonowania rady nadzorczej w roli komitetu audytu

c) rada nadzorcza której powierzono pełnienie funkcji komitetu audytu, wykonywała zadania przewidziane w obowiązujących przepisach;

oraz ocenę dokonaną przez radę nadzorczą wraz z uzasadnieniem, dotyczącą sprawozdania z działalności grupy kapitałowej i skonsolidowanego sprawozdania finansowego w zakresie ich zgodności z księgami i dokumentami, jak i ze stanem faktycznym

zostaną uwzględnione w Sprawozdaniu z Działalności Rady Nadzorczej grupy MEDIACAP w 2018 roku.

#### 4. Wskazanie stosowanego zbioru zasad ładu korporacyjnego

Zarząd MEDIACAP SA oświadcza, że stosuje zasady ładu korporacyjnego określone w zbiorze „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2016”. Działając na podstawie par. 29 ust. 3 Regulaminu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. Zarząd przekazał poprzez Elektroniczną Bazę Informacji (EBI) w dniu 10 lutego 2017 roku raport dotyczący niestosowania zasad szczegółowych zawartych w zbiorze „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2016”. Raport został także opublikowany na stronie internetowej spółki.

#### 5. Wskazanie zbioru zasad ładu korporacyjnego od których odstąpiono

**Zasady, które nie są stosowane:**

I.Z.1.16. Spółka prowadzi korporacyjną stronę internetową i zamieszcza na niej, w czytelnej formie i wyodrębnionym miejscu, oprócz informacji wymaganych przepisami prawa: informację na temat planowanej transmisji obrad walnego zgromadzenia – nie później niż w terminie 7 dni przed datą walnego zgromadzenia.

IV.R.2. Jeżeli jest to uzasadnione z uwagi na strukturę akcjonariatu lub zgłaszane spółce oczekiwania akcjonariuszy, o ile spółka jest w stanie zapewnić infrastrukturę techniczną niezbędną dla sprawnego przeprowadzenia walnego zgromadzenia przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej, powinna umożliwić akcjonariuszom udział w walnym zgromadzeniu przy wykorzystaniu takich środków, w szczególności poprzez:

- 1) transmisję obrad walnego zgromadzenia w czasie rzeczywistym,
- 2) dwustronną komunikację w czasie rzeczywistym, w ramach której akcjonariusze mogą wypowiadać się w toku obrad walnego zgromadzenia, przebywając w miejscu innym niż miejsce obrad walnego zgromadzenia,
- 3) wykonywanie, osobiście lub przez pełnomocnika, prawa głosu w toku walnego zgromadzenia

IV.Z.2. Jeżeli jest to uzasadnione z uwagi na strukturę akcjonariatu spółki, spółka zapewnia powszechnie dostępną transmisję obrad walnego zgromadzenia w czasie rzeczywistym.

**Komentarz:** Spółka, mając na uwadze konieczność przeprowadzenia wielu czynności techniczno-organizacyjnych, związane z nimi koszty i ryzyka oraz małe doświadczenie rynku w tym zakresie, nie decyduje się na chwilę obecną na transmisję obrad Walnego Zgromadzenia w czasie rzeczywistym oraz na zapewnienie akcjonariuszom możliwości dwustronnej komunikacji w czasie rzeczywistym oraz na wykonywanie prawa głosu w toku Walnego Zgromadzenia. Doświadczenie rynkowe z wykorzystaniem tego środka komunikacji, mierzone dotychczasową oceną sposobu udziału akcjonariuszy w walnym zgromadzeniu, prowadzi do oceny o nieadekwatności funkcjonalnej i kosztowej tego środka komunikacji dla przebiegu obrad walnego zgromadzenia. W miarę upowszechniania się stosowania tego rozwiązania technicznego oraz zapewnienia odpowiedniego bezpieczeństwa jego stosowania, Spółka rozważy wprowadzenie tej zasady w życie. W ocenie Spółki, za przestrzeganiem powyższych zasad nie przemawia również struktura akcjonariatu.

#### Zasady, które nie dotyczą spółki:

I.Z.1.10. Spółka prowadzi korporacyjną stronę internetową i zamieszcza na niej, w czytelnej formie i wyodrębnionym miejscu, oprócz informacji wymaganych przepisami prawa: prognozy finansowe – jeżeli spółka podjęła decyzję o ich publikacji – opublikowane w okresie co najmniej ostatnich 5 lat, wraz z informacją o stopniu ich realizacji.

**Komentarz:** Spółka podjęła decyzję o nie publikowaniu prognoz finansowych.

I.Z.2. Spółka, której akcje zakwalifikowane są do indeksów giełdowych WIG20 lub mWIG40, zapewnia dostępność swojej strony internetowej również w języku angielskim, przynajmniej w zakresie wskazanym w zasadzie I.Z.1. Niniejszą zasadę powinny stosować również spółki spoza powyższych indeksów, jeżeli przemawia za tym struktura ich akcjonariatu lub charakter i zakres prowadzonej działalności.

**Komentarz:** Akcje Spółki nie są zakwalifikowane do indeksów giełdowych WIG20 lub mWIG40. Za prowadzeniem strony języku angielskim nie przemawia również struktura akcjonariatu, ani zakres czy charakter prowadzonej działalności.

IV.R.3. Spółka dąży do tego, aby w sytuacji gdy papiery wartościowe wyemitowane przez spółkę są przedmiotem obrotu w różnych krajach (lub na różnych rynkach) i w ramach różnych systemów prawnych, realizacja zdarzeń korporacyjnych związanych z nabyciem praw po stronie



akcjonariusza następowała w tych samych terminach we wszystkich krajach, w których są one notowane.

**Komentarz:** Akcje spółki są emitowane jedynie na rynku regulowanym Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie SA

VI.R.3. Jeżeli w radzie nadzorczej funkcjonuje komitet do spraw wynagrodzeń, w zakresie jego funkcjonowania ma zastosowanie zasada II.Z.7.

**Komentarz:** W Radzie Nadzorczej Spółki nie został wyodrębniony komitet do spraw wynagrodzeń.

## 6. Opis głównych cech systemów kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem w odniesieniu do procesów sporządzania sprawozdań finansowych i skonsolidowanych sprawozdań finansowych

Systemy kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem w odniesieniu do procesu sporządzania sprawozdań finansowych i skonsolidowanych sprawozdań finansowych w Grupie MEDIACAP realizowany jest poprzez:

1. Stosowanie jednolitych zasad rachunkowości przez spółki Grupy MEDIACAP przy sporządzaniu pakietów sprawozdawczych przy sporządzaniu skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy MEDIACAP.

W celu zapewnienia jednolitych zasad rachunkowości, w oparciu o MSSF zatwierdzone przez UE, w Grupie MEDIACAP zostały opracowane i wdrożone Zasady (polityka) rachunkowości MEDIACAP SA. Dokument ten jest odpowiednio aktualizowany w przypadku wystąpienia zmian w regulacjach. Zasady zawarte w Zasadach (polityce) rachunkowości mają zastosowanie do jednostkowych sprawozdań finansowych spółek Grupy i skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy MEDIACAP. Spółki należące do Grupy MEDIACAP są zobowiązane do stosowania Zasad (polityki) rachunkowości przy sporządzaniu pakietów sprawozdawczych, które są podstawą sporządzenia skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy MEDIACAP. Pakiety sprawozdawcze są weryfikowane przez niezależnego biegłego rewidenta w trakcie przeprowadzania badania lub przeglądu audytowego skonsolidowanych sprawozdań finansowych Grupy MEDIACAP.

2. Autoryzację sprawozdań finansowych Spółki oraz skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Medicap.

Procedura autoryzacji polega na zatwierdzeniu przez Zarząd przed publikacją kwartalnych, półrocznych oraz rocznych sprawozdań finansowych Spółki oraz sprawozdania skonsolidowanego Grupy MEDIACAP.

3. Prowadzenie ksiąg rachunkowych stanowiących podstawę do sporządzania sprawozdań finansowych w komputerowym systemie finansowo-księgowym klasy ERP. Przygotowanie skonsolidowanego sprawozdania finansowego następuje przy wykorzystaniu narzędzia informatycznego dla celów konsolidacji sprawozdań finansowych.

W spółkach należących do Grupy występują rozwiązania informatyczne i organizacyjne zabezpieczające kontrolę dostępu do systemu finansowo-księgowego oraz zapewniające należytą ochronę i archiwizację ksiąg rachunkowych. Dostęp do systemów informatycznych ograniczony jest odpowiednimi uprawnieniami dla upoważnionych pracowników.

4. Powołanie Komitetu Audytu w obrębie Rady Nadzorczej, składającego się z niezależnych członków Rady. Funkcję Komitetu Audytu pełni Rada Nadzorcza. Podczas posiedzenia Rady Nadzorczej w dniu 5 grudnia 2016 roku takie rozwiązanie (skład komitetu) zostało utrzymane.
5. Poddawanie sprawozdań finansowych Spółki oraz skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy MEDIACAP badaniu i przeglądowi przez niezależnego biegłego rewidenta.

Roczne sprawozdania finansowe Spółki oraz roczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy MEDIACAP podlegają badaniu przez niezależnego biegłego rewidenta. Półroczne sprawozdania finansowe Spółki oraz sprawozdanie skonsolidowane finansowe Grupy MEDIACAP podlegają przeglądowi przez biegłego rewidenta. Spółka wybrała podmiot uprawniony do badania i przeglądu sprawozdań finansowych dla spółek Grupy oraz skonsolidowanego sprawozdania Grupy MEDIACAP w 2018 i 2019 roku uchwałą Rady Nadzorczej z dnia 29 maja 2018. Przegląd i badanie wyżej wymienionych sprawozdań zgodnie z uchwałą został przeprowadzony przez firmę Moore Stephens Central Audit Sp. z o.o. na podstawie umowy zawartej 16 lipca 2018 r.

## 7. Zarząd Grupy MEDIACAP SA

### a) Składy Zarządu i zmiany w składzie

W okresie sprawozdawczym i do dnia zatwierdzenia niniejszego skonsolidowanego sprawozdania finansowego:

Zarząd MEDIACAP SA sprawowali:

Jacek Olechowski	Prezes Zarządu
Edyta Gurazdowska	Wiceprezes Zarządu
Marcin Jeziorski	Wiceprezes Zarządu

Dnia 22 czerwca 2016 r. Rada Nadzorcza MEDIACAP SA podjęła uchwałę w sprawie powołania w skład Zarządu Spółki, na kolejną trzyletnią kadencję:

- Pana Jacka Olechowskiego, powierzając funkcję Prezesa Zarządu Spółki,
- Panią Edytę Gurazdowską, powierzając funkcję Wiceprezesa Zarządu Spółki.

Pan Marcin Jeziorski został powołany na stanowisko Wiceprezesa Zarządu uchwałą Rady Nadzorczej z dnia 20 października 2015r.

### b) Zasady powoływania i odwoływania członków Zarządu

1. Zarząd składa się z od 2 (dwóch) do 5 (pięciu) członków powoływanych i odwoływanych uchwałą Rady Nadzorczej na samodzielną 3 letnią kadencję. Z zastrzeżeniem ust. 4. Rada Nadzorcza w drodze uchwały określa liczbę członków Zarządu oraz wskazuje Prezesa Zarządu.
2. Mandat członka Zarządu wygasa najpóźniej z dniem odbycia Walnego Zgromadzenia, zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za ostatni pełny rok obrotowy pełnienia funkcji oraz z chwilą jego odwołania, rezygnacji lub śmierci.
3. Członkowie Zarządu otrzymują wynagrodzenie na zasadach i w wysokości określonej uchwałą Rady Nadzorczej.
4. Pierwszy Zarząd Spółki powołany został uchwałą zgromadzenia wspólników EM Lab spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z dnia 12 lutego 2008 roku, o przekształceniu tej spółki w spółkę akcyjną. Członkowie powołanego w ten sposób Zarządu mogą być odwołani przez

Radę Nadzorczą zgodnie z § 12.1 powyżej, zaś ich mandat wygaś z dniem odbycia Walnego Zgromadzenia zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za rok obrotowy 2011.

#### c) Kompetencje i zasady pracy Zarządu

Kompetencje i zasady pracy Zarządu MEDIACAP SA zostały określone w następujących dokumentach:

Statut Spółki MEDIACAP SA

Obowiązujące przepisy prawne

##### **Kompetencje Zarządu:**

1. Zarząd prowadzi sprawy Spółki i reprezentuje Spółkę. Wszyscy członkowie Zarządu są zobowiązani i uprawnieni do wspólnego prowadzenia spraw Spółki.
2. Wszelkie sprawy związane z prowadzeniem przedsiębiorstwa Spółki, nie zastrzeżone ustawą lub niniejszym Statutem do kompetencji Walnego Zgromadzenia lub Rady Nadzorczej, należą do kompetencji Zarządu. Przed podjęciem działań, które z mocy Kodeksu spółek handlowych lub niniejszego Statutu wymagają uchwały Walnego Zgromadzenia lub Rady Nadzorczej, Zarząd zwróci się o podjęcie takiej uchwały, odpowiednio, do Walnego Zgromadzenia lub Rady Nadzorczej.
3. Walne Zgromadzenie i Rada Nadzorcza nie mogą wydawać Zarządowi wiążących poleceń dotyczących prowadzenia spraw Spółki.
4. Uchwały Zarządu są podejmowane bezwzględną większością głosów.
5. Zasady funkcjonowania Zarządu może określić regulamin Zarządu, uchwalony przez Zarząd.

Do składania oświadczeń woli oraz podpisywania w imieniu Spółki upoważnionych jest dwóch członków Zarządu działających łącznie albo jeden członek Zarządu działający z prokurentem. .

#### d) Doświadczenie i kompetencje członków Zarządu

##### **Jacek Olechowski- Prezes Zarządu**

Jacek Olechowski jest prywatnym inwestorem, który działa na rynku mediów i marketingu od 20 lat. Jest prezesem zarządu i głównym akcjonariuszem MEDIACAP SA - jednej z największych grup marketingowych w Polsce.

Olechowski jest prezesem polskiego oddziału Międzynarodowego Stowarzyszenia Reklamy IAA. W 2005 roku został jednym z Young Global Leaders przez World Economic Forum z Davos. W 2006 roku dołączył do polskiego oddziału Young Presidents Organization, a w 2009 do Polskiej Rady Biznesu, jako jej najmłodszy członek. Jest laureatem nagrody „Keep Walking” przyznanej przez Newsweek Polska (2007). W 2008 został wybrany do grona European Young Leaders przez niemiecką fundację BMW Stiftung. Magazyn Brief zaliczył go w 2010 roku do „50 najbardziej kreatywnych w biznesie”.

Olechowski urodzony w 1977 roku, jest magistrem Finansów i Bankowości Szkoły Głównej Handlowej, absolwentem programu Global Leadership and Public Policy for the 21st Century Kennedy School of Government (Harvard University) oraz Georgetown Leadership Seminar 2010.

Jacek Olechowski poza przedsiębiorstwem MEDIACAP działa jako inwestor w branży ubezpieczeń oraz nieruchomości.

### **Edyta Gurazdowska- Wiceprezes Zarządu**

Edyta Gurazdowska zaczęła swoją karierę zawodową od pracy w księgowości w Ster Projekt Sp. z o.o. Bardzo szybko awansowała w kolejnych firmach: Urban Design Sp. z o.o. i Decathlon Sp. z o.o. W 2004 roku mając 27 lat podjęła pracę jako dyrektor finansowy w spółce wchodzącej w skład Change Integrated. Obejmowała kolejno obowiązki dyrektora finansowego w nowotworzonych podmiotach i w wielu z nich wchodziła w skład zarządu. Od 2008 była Członkiem Zarządu MEDIACAP SA, a od 2015 sprawuje stanowisko Wiceprezesa Zarządu. W spółce od samego początku odpowiadała za księgowość i finanse oraz nadzorując działalność operacyjną.

Gurazdowska urodzona w 1977 jest magistrem Finansów i Bankowości na Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu. Dodatkowo ukończyła studia podyplomowe z rachunkowości w Wyższej Szkole Finansów i Zarządzania w Warszawie. W 2004 roku ukończyła studia w zakresie międzynarodowych finansów ACCA (Association of Chartered Certified Accountants).

### **Marcin Jeziorski- Wiceprezes Zarządu**

Marcin Jeziorski jest managerem i konsultantem marketingowym. Od ponad 17 lat w komunikacji marketingowej, pracował w agencjach D'Arcy/G7, Saatchi&Saatchi/Team One, Y&R/303. Tej ostatniej był założycielem i pierwszym dyrektorem zarządzającym. Po stronie agencji odpowiadał za wprowadzenie na rynek marek, odświeżenie lub repositionowanie wielu marek (m.in. Plush, 36.6, Kaufland, Wirtualna Polska, Era, Simplus, Plus, Dziennik, Opel).

We wrześniu 2011, jako Chief Executive Officer, rozpoczął wraz z Józefem Dutkiewiczem przebudowę agencji Scholz & Friends Warszawa. W latach 2013, 2014, 2015, 2016, 2017 Agencja notuje najwyższe oceny w badaniu satysfakcji klientów Millward Brown SMG. Jednocześnie zostaje nagrodzona tytułami Faworyt Klientów (MMP 2014), Powrót Roku (Press 2014), Agencja Roku (MMP 2015), Sukces Roku (Press 2015), Nadal na podium (MMP 2016), Sukces po raz czwarty (MMP 2017). Wysoka jakość świadczonych przez Agencję usług zostaje doceniona rok do roku na najbardziej prestiżowym festiwalu reklamy Effie. Scholz & Friends Warszawa zdobywa statuetki Effie za prace dla Opla, Getin Holding, Pracuj.pl oraz najważniejszą Grand Prix Effie 2015 za kampanię #dziejesiewpolsce relańczującą markę Wirtualna Polska.

Od 2015 roku Jeziorski sprawuje funkcję Wiceprezesa Zarządu MEDIACAP SA, gdzie jest odpowiedzialny za prowadzenie strategii spółek oraz nadzór nad operacjami w segmencie marketing (Scholz&Friends Warszawa, The Digitalis, Emlab, TalentMedia, Gameset).

Od 2018 roku jest członkiem zarządu Stowarzyszenia Komunikacji Marketingowej SAR.

Jeziorski, urodzony w 1978 roku jest magistrem Zarządzania na AGH w Krakowie.

e) Skład Zarządów poszczególnych spółek Grupy

Skład Zarządów w poszczególnych Spółkach Grupy w 2018:

Zarząd Spółki Scholz & Friends Warszawa Sp. z o.o. w 2018 składał się z 1 osoby:

Marcin Jeziorski - Prezes Zarządu

Zarząd Spółki Grupa IQS Sp. z o.o. w 2018 składał się z jednej osoby:

Alina Lempa - Prezes Zarządu

Zarząd Spółki IQS Data Sp. z o.o. w 2018 składał się z jednej osoby:

Alina Lempa - Prezes Zarządu

Zarząd Spółki Quant Sp. z o.o. w 2018 składał się z jednej osoby:

Mieczysław Wójcik - Prezes Zarządu

Zarząd Spółki The Digitals Sp. z o.o. w 2018 składał się z następujących osób:

Marcin Jeziorski - Prezes Zarządu

Piotr Hassine - Członek Zarządu

Zarząd Spółki Plastream Sp. z o.o. w 2018 składał się z następujących osób:

Bartosz Aninowski - Prezes Zarządu

Rafał Wyderka - Wiceprezes Zarządu

Zarząd Booost Sp. z o.o. 2018 składał się z następujących osób:

od 1 stycznia 2018 do 13 czerwca 2018

Anna Korsak - Członek Zarządu

od 13 czerwca 2018 do 31 grudnia 2018

Łucja Gdala - Członek Zarządu

Sławomir Kornicki - Członek Zarządu

Zarząd TalentMedia Sp. z o.o. w 2018 składał się z:

Krzysztof Botko - Członek Zarządu

Piotr Tytyk - Członek Zarządu

Lidija Vukić - Członek Zarządu

Zarząd TalentMedia Balcans Sp. z o.o. w 2017 składał się z jednej osoby:

Lidija Vukić - Członek Zarządu

Zarząd TalentMedia Bulgaria EOOD

Marin Aganderov – Członek Zarządu

## 8. Rada Nadzorcza MEDIACAP SA

a) Składy Rady Nadzorczej i zmiany w składzie

Od dnia 20 października 2014 do 17 lutego 2017 Rada Nadzorcza składała się z:

Hubert Janiszewski - Przewodniczący Rady Nadzorczej

Jacek Welc - Członek Rady Nadzorczej

Filip Friedmann - Członek Rady Nadzorczej

Julian Kozankiewicz - Członek Rady Nadzorczej

Artur Osuchowski - Członek Rady Nadzorczej

Od dnia 17 lutego 2017 do 27 lutego 2017 Rada Nadzorcza składała się z:

Hubert Janiszewski - Przewodniczący Rady Nadzorczej

Jacek Welc - Członek Rady Nadzorczej  
 Julian Kozankiewicz - Członek Rady Nadzorczej  
 Artur Osuchowski - Członek Rady Nadzorczej

Od dnia 27 lutego 2017 Rada Nadzorcza składała się z:  
 Hubert Janiszewski - Przewodniczący Rady Nadzorczej  
 Jacek Welc - Członek Rady Nadzorczej  
 Julian Kozankiewicz - Członek Rady Nadzorczej  
 Artur Osuchowski - Członek Rady Nadzorczej  
 Marcin Olechowski - Członek Rady Nadzorczej

Od dnia 26 czerwca 2018 Rada Nadzorcza składa się z:  
 Hubert Janiszewski - Przewodniczący Rady Nadzorczej  
 Artur Czerwoński - Członek Rady Nadzorczej  
 Jacek Welc - Członek Rady Nadzorczej  
 Julian Kozankiewicz - Członek Rady Nadzorczej  
 Artur Osuchowski - Członek Rady Nadzorczej  
 Marcin Olechowski - Członek Rady Nadzorczej

#### b). Zasady powoływania i odwoływania członków Rady Nadzorczej

1. Rada Nadzorcza składa się z 5 (pięciu) do maksymalnie 7 (siedmiu) członków, powoływanych i odwoływanych przez Walne Zgromadzenie. Z zastrzeżeniem postanowień ust. 2. Walne Zgromadzenie każdorazowo określa liczbę członków Rady Nadzorczej.
2. W przypadku ustania członkostwa w Radzie Nadzorczej na skutek rezygnacji lub z przyczyn losowych, pozostali członkowie Rady Nadzorczej mogą dokooptować w to miejsce nowego członka Rady, informując o tym Spółkę w terminie siedmiu dni. Dokooptowany członek Rady powinien być przedstawiony przez Radę do zatwierdzenia na najbliższym Walnym Zgromadzeniu.
3. Przewodniczący Rady Nadzorczej będzie powoływany uchwałą Rady Nadzorczej spośród jej członków.
4. Członek Rady Nadzorczej powinien posiadać należyłą wiedzę i doświadczenie oraz być w stanie poświęcić niezbędną ilość czasu na wykonywanie swoich obowiązków.
5. Członek Rady Nadzorczej, przed jego powołaniem powinien złożyć oświadczenie zapewniające, iż spełnia kryteria niezależności od Spółki i podmiotów pozostających w istotnym powiązaniu ze Spółką zawarte w załączniku II do Zalecenia Komisji Europejskiej z dnia 15 lutego 2005 r. dotyczącego roli dyrektorów nie wykonawczych lub będących członkami rady nadzorczej spółek giełdowych i komisji rady (nadzorczej).
6. Osoba będąca pracownikiem spółki, podmiotu zależnego lub podmiotu stowarzyszonego nie może być uznana za spełniającą kryteria niezależności. Ponadto za powiązanie z akcjonariuszem wykluczające przymiot niezależności członka Rady Nadzorczej rozumie się rzeczywiste i istotne powiązanie z akcjonariuszem mającym prawo wykonywania 5% i więcej ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu.
7. Członkowie Rady Nadzorczej są powoływani na wspólną 5-letnią kadencję, z zastrzeżeniem, że pierwsza wspólna kadencja Rady Nadzorczej jest 3-letnia, zaś mandat członków Rady Nadzorczej pierwszej kadencji wygaśnie z dniem odbycia Walnego Zgromadzenia zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za rok obrotowy 2011. W przypadku śmierci, odwołania lub rezygnacji z mandatu przed, odpowiednio, upływem powołanego 5-letniego okresu lub przed dniem odbycia Walnego Zgromadzenia zatwierdzającego sprawozdanie finansowe, mandat członka Rady Nadzorczej powołanego w miejsce członka Rady Nadzorczej, który zmarł, został odwołany lub zrezygnował z mandatu wygaśnie wraz z upływem kadencji pozostałych członków Rady Nadzorczej.

8. Odwołanie członka Rady Nadzorczej przez osobę uprawnioną lub Walne Zgromadzenie jest skuteczne tylko wówczas, gdy równocześnie z odwołaniem następuje powołanie nowego członka Rady Nadzorczej.
9. Każdy członek Rady Nadzorczej może złożyć rezygnację z Rady Nadzorczej za pisemnym powiadomieniem Spółki dokonany z sześciotygodniowym (6) wyprzedzeniem. Jeżeli przed upływem powyższego okresu wypowiedzenia, osoby do tego uprawnione nie powołają członka Rady Nadzorczej na miejsce osoby, która złożyła rezygnację, prawo do powołania brakujących członków Rady Nadzorczej przysługiwać będzie Walnemu Zgromadzeniu.
10. Zasady funkcjonowania Rady Nadzorczej może określić regulamin Rady Nadzorczej, uchwalony przez Radę Nadzorczą.

#### c). Kompetencje i zasady pracy

Kompetencje i zasady pracy Rady Nadzorczej MEDIACAP SA zostały określone w następujących dokumentach:

- Statut Spółki MEDIACAP SA
- Regulamin Rady Nadzorczej
- Obowiązujące przepisy prawne

#### Kompetencje Rady Nadzorczej:

1. Rada Nadzorcza sprawuje stały nadzór nad działalnością Spółki we wszystkich dziedzinach jej działalności.
2. Do szczególnych obowiązków Rady Nadzorczej należy:
  - a. ocena sprawozdania Zarządu z działalności Spółki oraz sprawozdania finansowego Spółki, w zakresie ich zgodności z księgami i dokumentami, jak i ze stanem faktycznym,
  - b. ocena wniosków Zarządu dotyczących podziału zysku albo pokrycia straty,
  - c. składanie Walnemu Zgromadzeniu corocznego pisemnego sprawozdania z wyników ocen, o których mowa powyżej,
  - d. powoływanie i odwoływanie, a także zawieszanie z ważnych powodów członków Zarządu,
  - e. wybór biegłego rewidenta dla przeprowadzenia badania sprawozdania finansowego Spółki,
  - f. ustalanie i zmiana wynagrodzenia lub warunków zatrudnienia członków Zarządu,
  - g. ustalanie jednolitego tekstu zmienionego Statutu lub wprowadzanie innych zmian o charakterze redakcyjnym określonych w uchwale Walnego Zgromadzenia w sprawie zmian w Statucie,
  - h. inne sprawy, które na mocy obowiązujących przepisów prawa lub innych postanowień niniejszego Statutu wymagają uchwały Rady Nadzorczej.
3. Dokonywanie przez Zarząd następujących czynności wymaga uprzedniej zgody Rady Nadzorczej w formie uchwały Rady Nadzorczej:
  - a. wnioskowanie do Walnego Zgromadzenia o zmiany Statutu Spółki,
  - b. wnioskowanie do Walnego Zgromadzenia o umorzenie akcji Spółki,
  - c. wnioskowanie do Walnego Zgromadzenia o rozwiązanie lub likwidację Spółki,
  - d. przyjmowanie długoterminowych planów strategicznych Spółki,
  - e. zatwierdzanie budżetu Spółki na kolejny rok obrotowy – do dnia 30 grudnia roku poprzedzającego,
  - f. nabycie oraz zbycie przez Spółkę nieruchomości, użytkowania wieczystego lub udziału w nieruchomości lub w użytkowaniu wieczystym,



- g. zaciąganie, poza tokiem zwykłej działalności gospodarczej Spółki, zobowiązań o jednostkowej wartości lub łącznej wartości powiązanych ze sobą transakcji przekraczającej kwotę 1.000.000 (milion) złotych oraz obciążenie majątku Spółki, w ramach jednej lub kilku powiązanych ze sobą transakcji, o wartości przekraczającej kwotę 1.000.000 (milion) złotych, jeżeli nie zostało to przewidziane w rocznym budżecie,
  - h. sprzedaż, najem lub przeniesienie majątku Spółki o jednostkowej wartości lub łącznej wartości w powiązanych ze sobą transakcjach, przekraczającej kwotę 250.000 (dwustu pięćdziesięciu tysięcy) złotych, jeżeli nie zostało to przewidziane w rocznym budżecie,
  - i. nabywanie przez Spółkę środków trwałych o jednostkowej wartości lub łącznej wartości w powiązanych ze sobą transakcjach, przekraczającej kwotę 250.000 (dwustu pięćdziesięciu tysięcy) złotych, jeżeli nie zostało to przewidziane w rocznym budżecie,
  - j. podejmowanie decyzji o połączeniach z innymi podmiotami oraz nabywaniu innych podmiotów lub przedsiębiorstw,
  - k. tworzenie, emisja, wydanie, nabywanie lub zbywanie akcji lub udziałów w podmiocie zależnym Spółki,
  - l. dokonywanie przez Spółkę i jakiejkolwiek podmioty powiązane ze Spółką świadczeń z jakiegokolwiek tytułu na rzecz członków Zarządu,
  - ł. zawarcie przez Spółkę lub podmiot od niej zależny istotnej umowy z podmiotem powiązanym ze Spółką, członkiem Rady Nadzorczej albo Zarządu oraz z podmiotami z nimi powiązanymi,
  - m. udzielanie pożyczki lub przyznanie pomocy finansowej lub zawarcie umowy poza zakresem zwykłych czynności Spółki z członkami Zarządu,
4. Czynności nadzoru Rada Nadzorcza wykonuje kolegalnie. Rada Nadzorcza może, w drodze uchwały podjętej zwykłą większością głosów, wyznaczać poszczególnych członków do indywidualnego wykonywania określonych czynności nadzoru.
  5. Członkowie Rady Nadzorczej mogą otrzymywać wynagrodzenie na zasadach i w wysokości określonej uchwałą Walnego Zgromadzenia.

d). Doświadczenie i kompetencje członków Rady Nadzorczej

#### **Dr Hubert Janiszewski, Przewodniczący Rady Nadzorczej**

Działa na rynku kapitałowym od 1991 roku, kiedy jako szef oddziału Samuel Montagu z Londynu był zaangażowany w prywatyzację szeregu polskich przedsiębiorstw oraz instytucji finansowych. W przeszłości był szefem HSBC Financial Services w Warszawie, był też szefem Bankers Trust Company, pracował dla Deutsche Bank AG w Londynie i Warszawie. Był członkiem Zarządu Deutsche Bank Polska SA, gdzie obecnie pełni funkcję Wiceprzewodniczącego Rady Nadzorczej. Jest przewodniczącym rad nadzorczych w DB Securities SA i Cognor SA oraz wiceprzewodniczącym Rady Nadzorczej w Pelion SA. W przeszłości pełnił funkcje przewodniczącego Rady Nadzorczej m.in. w Netia SA, Unimil SA i innych.

Jako doradca strategiczny z ramienia agend ONZ pracował m.in. w Turcji, Algierii, Portugalii, Tajlandii, Malezji, CHRL, Etiopii, Nigerii i innych krajach Azji i Ameryki Półd. W latach 1993-1997 był członkiem Rady Ekonomicznej przy Lechu Wałęsie, ówczesnym Prezydencie RP. Od roku 1997 członek Polskiej Rady Biznesu, przez dwie kadencje pełniący funkcje wiceprezesa PRB a przez jedną kadencję Przewodniczącego Rady Przedsiębiorczości.

Absolwent Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Pradze; posiada dyplom mgr ekonomii z SGPiS (obecnie SGH) oraz doktorat z nauk ekonomicznych uzyskany w Instytucie Nauk Ekonomiczno-Społecznych Politechniki Warszawskiej z 1982. Zna biegle: angielski, niemiecki, czeski i rosyjski.

W radach nadzorczych spółek jest w większości przypadków członkiem niezależnym.

Złożył oświadczenie o niezależności wobec MEDIACAP S.A.



**Dr Jacek Welc, Członek Rady Nadzorczej**

Specjalista w zakresie wyceny przedsiębiorstw oraz rachunkowości finansowej. W ramach działalności akademickiej prowadzi badania w obszarach finansów przedsiębiorstw oraz wykrywania „kreatywnej księgowości”. Wyniki tych badań prezentował na licznych konferencjach naukowych w kraju i za granicą (m.in. w USA, Australii, Nowej Zelandii, Tajlandii, Malezji oraz Kostaryce). Za swoje prace naukowe był pięciokrotnie wyróżniany przez amerykańskie instytucje badawcze. Jako *“visiting lecturer”* wykladał na uczelniach w szesnastu krajach. W latach 2003-2007 prowadził własną działalność doradczą w zakresie wycen przedsiębiorstw, rachunkowości zarządczej oraz rachunkowości finansowej. W latach 2007-2008 był Dyrektorem Działu Analiz i Wycen Dexus Partners Sp. z o.o., a następnie Członkiem Zarządu w Grupie Konsultingowej PKF Sp. z o.o. Był również członkiem rad nadzorczych Polcolorit SA oraz Grupy Kościuszek Polskie Jadło SA.

Wykładowca Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu oraz SRH University Berlin. Posiada dyplom London Chamber of Commerce and Industry z zarządzania (Level 3 Diploma in Managerial Principles) oraz otrzymany z wyróżnieniem międzynarodowy certyfikat tej instytucji z zakresu Level 4 Financial Accounting IAS. Jako niezależny członek RN reprezentuje drobnych akcjonariuszy.

Złożył oświadczenie o niezależności wobec MEDIACAP SA.

**Julian Kozankiewicz, Członek Rady Nadzorczej**

Przedsiębiorca, obecnie Prezes Zarządu NT Sp. z o.o. Jeden z założycieli MEDIACAP S.A., w latach 2004 – 2010 piastujący stanowisko Dyrektora Zarządzającego oraz Prezesa Zarządu Spółki. Od roku 2010 skupiony na branży IT oraz technologii. W latach 2012 – 2015 dyrektor operacyjny COMP Centrum Innowacje, wchodzącej w skład grupy kapitałowej COMP SA.

Wspiera szereg inicjatyw opartych na idei partnerstwa oraz dzielenia się wiedzą i doświadczeniami takich jak konferencje TEDx ([www.tedxwarsaw.com](http://www.tedxwarsaw.com)) oraz stowarzyszenie i plebiscyt Mediators ([www.mediators.pl](http://www.mediators.pl)).

Złożył oświadczenie o niezależności wobec MEDIACAP S.A.

**Dr Marcin Olechowski, Członek Rady Nadzorczej**

Adwokat, partner w kancelarii Sołtysiński Kawecki & Szlęzak (SK&S), gdzie kieruje praktyką bankowości i finansów oraz regulacji finansowych. Doradza w złożonych kwestiach regulacyjnych w zakresie prawa bankowego, instytucji finansowych i rynku publicznego oraz reprezentuje klientów w postępowaniach przed KNF. Doradzał w licznych transakcjach finansowania oraz M&A, w tym na rynku publicznym. Występował jako pełnomocnik w wielu międzynarodowych postępowaniach arbitrażowych w Wiedniu, Londynie, Hadze i Genewie pod regułami wiedeńskimi, LCIA, UNCITRAL i ICC oraz jako pełnomocnik przed Sądem Pierwszej Instancji Wspólnot Europejskich. Pracownik naukowy w Instytucie Prawa Cywilnego Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego. Autor licznych publikacji z zakresu prawa cywilnego i bankowego oraz w zakresie arbitrażu. Absolwent Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego (mgr – 1996; dr – 2001) oraz Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie (licencjat handlu zagranicznego – 1994). Stypendysta Rządu Francuskiego na Uniwersytecie Paris II (Pantheon-Assas) oraz Max-Planck-Institut für Ausländisches und Internationales Privatrecht w Hamburgu.

**Artur Osuchowski, Członek Rady Nadzorczej**

Członek Zarządu Ciech SA od 2 kwietnia 2008 r. odpowiedzialny za sprzedaż. Członek Rady Nadzorczej Mediacap od października 2014 roku oraz Benefit Systems od czerwca 2013r roku. W latach 2003-2008 pracował w KPMG w Departamencie Doradztwa Gospodarczego. W latach 2001-2003 był zatrudniony na stanowisku starszego konsultanta w departamencie Corporate Finance w Cap Gemini Ernst & Young. W latach poprzednich pracował w Ernst&Young na stanowisku starszego konsultanta oraz Raiffeisen Bank Polska jako analityk w departamencie rachunkowości zarządczej.

Absolwent Prywatnej Wyższej Szkoły Biznesu i Administracji w Warszawie, Wydziału Ekonomia o Kierunku Finanse i Bankowość. Stypendysta Tygodnika Die Zeit, American Council on Germany, Dreager Foundation.

Złożył oświadczenie o niezależności wobec MEDIACAP S.A.

### **Andrzej Czerwoński, Członek Rady Nadzorczej**

Jest absolwentem Wydziału Fizyki Technicznej i Matematyki Stosowanej Politechniki Warszawskiej. Z rynkiem finansowym związany od ponad dwudziestu lat, w którym to czasie uzyskał szerokie kompetencje w zakresie m.in.: nadzorowania i bezpośredniego zarządzania aktywami, kontroli ryzyka inwestycyjnego i operacyjnego oraz monitorowania i oceny jakości procesu inwestycyjnego.

W latach 1994-2003 pracował w spółkach wchodzących w skład Grupy Pekao, gdzie zajmował się wdrożeniami i zarządzaniem produktami inwestycyjnymi o charakterze ilościowym. W tym okresie pracował również na stanowisku dyrektora ds. kontroli ryzyka odpowiedzialnego za wdrażanie systemu zarządzania ryzykiem operacyjnym w podmiotach wchodzących w skład tzw. New Europe Division – globalnych struktur Pioneer.

W latach 2003-2014 związany był z BPH TFI gdzie zajmował kolejno stanowiska zarządzającego funduszami dłużnymi, dyrektora zarządzania ryzykiem, dyrektora departamentu zarządzania aktywami i ostatecznie przez siedem lat piastował stanowisku prezesa Zarządu. W tym czasie uczestniczył w pracach związanych z wdrożeniem efektywnego procesu inwestycyjnego, który przyczynił się do pozyskania wielu renomowanych klientów instytucjonalnych.

Od grudnia 2017 r. zatrudniony w TFI ENERGIA S.A. na stanowisku Dyrektora Biura Zarządzania Aktywami Publicznymi. Posiada certyfikaty CFA i FRM. W latach 2009-2013 piastował funkcję Członka Rady Izby Zarządzającej Funduszami i Aktywami.

Złożył oświadczenie o niezależności wobec MEDIACAP S.A.

## **9. Zasady zmiany statutu Spółki**

Zmiany Statutu Spółki dokonywane są zgodnie z postanowieniami Ksh. Zmiana Statutu Spółki następuje w drodze uchwały WZ powziętej większością trzech czwartych głosów, a następnie wymaga wydania przez właściwy sąd postanowienia o wpisie zmiany do rejestru przedsiębiorców. Tekst jednolity Statutu Spółki, obejmujący zmiany uchwalone przez Walne Zgromadzenia, przyjmuje Rada Nadzorcza w drodze uchwały.

## **10. Sposoby działania WZA, jego zasadnicze uprawnienia oraz opis praw akcjonariuszy i sposobu ich wykonywania**

Sposoby funkcjonowania Walnego Zgromadzenia Spółki oraz jego uprawnienia zawarte są w Statucie Spółki.

Sposób działania WZA:

- Walne Zgromadzenie może być zwyczajne lub nadzwyczajne.
- Walne Zgromadzenia odbywać się będą w Warszawie.
- Zasady funkcjonowania Walnego Zgromadzenia może określić regulamin Walnego Zgromadzenia, uchwalony przez Walne Zgromadzenie.

### Kompetencje WZA

1. Do kompetencji Walnego Zgromadzenia należy podejmowanie decyzji we wszystkich sprawach, które zgodnie z przepisami prawa oraz z postanowieniami niniejszego Statutu należą do wyłącznej kompetencji Walnego Zgromadzenia. Walne Zgromadzenie rozpatruje również inne sprawy wniesione pod jego obrady przez Zarząd lub Radę Nadzorczą.
2. Nabycie oraz zbycie nieruchomości, użytkowania wieczystego lub udziału w nieruchomości nie wymaga uchwały Walnego Zgromadzenia.
3. Uchwały Walnego Zgromadzenia zapadają bezwzględną większością (ponad 50%) głosów oddanych, chyba że przepisy prawa lub Statut wymagają większości kwalifikowanej.
4. Uchwały dotyczące istotnej zmiany przedmiotu działalności Spółki bez wymogu wykupienia akcji tych akcjonariuszy, którzy nie zgadzają się na zmianę, podejmowane są większością 2/3 (dwóch trzecich) głosów oddanych w obecności akcjonariuszy reprezentujących co najmniej połowę kapitału zakładowego Spółki.
5. Uchwały dotyczące zdjęcia z porządku obrad bądź zaniechania rozpatrywania sprawy umieszczonej w porządku obrad na wniosek akcjonariuszy podejmowane są większością 3/4 (trzech czwartych) głosów oddanych, po uprzednio wyrażonej zgodzie przez wszystkich obecnych akcjonariuszy, którzy zgłosili taki wniosek.

### Prawa Akcjonariuszy

1. Każda akcja daje prawo do jednego głosu na Walnym Zgromadzeniu. Zastawnikowi i użytkownikowi nie przysługuje prawo głosu na Walnym Zgromadzeniu Spółki
2. Akcjonariusze mają prawo do udziału w zysku wykazanym w sprawozdaniu finansowym, zbadanym przez biegłego rewidenta, który został przeznaczony przez Walne Zgromadzenie do wypłaty akcjonariuszom.
3. Uprawnionymi do dywidendy za dany rok obrotowy są akcjonariusze, którym przysługiwały akcje w dniu powzięcia uchwały o podziale zysku. Walne Zgromadzenie może określić dzień, według którego ustala się listę akcjonariuszy uprawnionych do dywidendy za dany rok obrotowy (dzień dywidendy). Dzień dywidendy nie może być wyznaczony później niż w terminie dwóch miesięcy, licząc od dnia powzięcia uchwały w przedmiocie przeznaczenia zysku do wypłaty akcjonariuszom. Uchwałę o przesunięciu dnia dywidendy podejmuje się na Zwyczajnym Walnym Zgromadzeniu.
4. Zarząd może wypłacić akcjonariuszom zaliczki na poczet przewidywanej dywidendy na koniec roku obrotowego, jeżeli Spółka posiada środki wystarczające na wypłatę. Wypłata zaliczki wymaga zgody Rady Nadzorczej.
5. Każda akcja daje prawo do proporcjonalnego uczestnictwa w podziale majątku Spółki pozostałym po jej likwidacji.

## 11. Komitet Audytu

Komitet Audytu został powołany uchwałą Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia spółki Mediacap SA z dnia 2 lutego 2015 r. Funkcja Komitetu Audytu została powierzona Radzie Nadzorczej.

Członkami Komitetu Audytu są członkowie Rady Nadzorczej (skład RN został opisany powyżej).

Kompetencje i zasady pracy Rady Nadzorczej MEDIACAP SA zostały określone w następujących dokumentach:

- a) Ustawa z dnia 1 maja 2017 r. o biegłych rewidentach, firmach audytorskich oraz nadzorze publicznym
- b) Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW
- c) Regulamin Komitetu Audytu (uchwalony przez NWZ, również w dniu 2 lutego 2015 r., zmienionej uchwałą z dnia 27 czerwca 2017 r.)
- d) Polityka i procedura wyboru firmy audytorskiej oraz świadczenia dodatkowych usług przez firmę audytorską, podmiot powiązany z firmą audytorską oraz przez członka sieci firmy audytorskiej dozwolonych usług niebędących badaniem

### **Członkowie Komitetu Audytu**

Co najmniej jeden z członków Komitetu Audytu powinien posiadać wiedzę i umiejętności w zakresie rachunkowości lub badania sprawozdań finansowych.

Członkowie Komitetu Audytu powinni posiadać wiedzę i umiejętności z zakresu branży w której działa Spółka. Warunek jest spełniony, gdy przynajmniej jeden członek Komitetu Audytu posiada wiedzę i umiejętności z zakresu branży lub poszczególni członkowie w określonych zakresach posiadają wiedzę i umiejętności z zakresu tej branży.

Większość członków w Komitecie Audytu, w tym jego przewodniczący powinni być niezależni od Spółki.

### **Uznaje się, że członek Komitetu Audytu jest niezależny od Spółki, jeżeli spełnia następujące kryteria:**

- nie należy, ani w ciągu ostatnich 5 lat nie należał do kadry kierowniczej wysokiego szczebla, w tym nie jest ani nie był członkiem zarządu lub innego organu zarządzającego Spółki lub jednostki z nią powiązanej;
- nie jest ani nie był w ciągu ostatnich 3 lat pracownikiem Spółki lub spółki z nią powiązanej z wyjątkiem sytuacji gdy członkiem Komitetu Audytu jest pracownik nienależący do kadry kierowniczej wysokiego szczebla, który został wybrany do rady nadzorczej lub innego organu nadzorczego Spółki jako przedstawiciel pracowników;
- nie sprawuje kontroli w rozumieniu art. 3 ust. 1 pkt. 37 lit. a-e ustawy o rachunkowości lub nie reprezentuje osób lub podmiotów sprawujących kontrolę nad Spółką;
- nie otrzymuje lub nie otrzymywał dodatkowego wynagrodzenia, w znacznej wysokości, od Spółki lub jednostki z nią powiązanej, z wyjątkiem wynagrodzenia, jakie otrzymał jako członek rady nadzorczej lub innego organu nadzorczego, w tym Komitetu Audytu;
- nie utrzymuje ani w ciągu ostatniego roku nie utrzymywał istotnych stosunków gospodarczych ze Spółką lub z jednostką z nim powiązaną, bezpośrednio lub będąc właścicielem, współnikiem, akcjonariuszem, członkiem Rady Nadzorczej lub innego organu nadzorczego lub osobą należącą do kadry kierowniczej wyższego szczebla, w tym członkiem zarządu lub innego organu zarządzającego podmiotu utrzymującego takie stosunki,
- nie jest i w ciągu ostatnich 2 lat nie był:
  - a) właścicielem współnikiem akcjonariuszem obecnej lub poprzedniej firmy audytorskiej przeprowadzającej badanie sprawozdania finansowego Spółki lub jednostki z nią powiązanej;
  - b) członkiem rady nadzorczej lub innego organu nadzorczego obecnej lub poprzedniej firmy audytorskiej przeprowadzającej badanie sprawozdania finansowego Spółki;
  - c) pracownikiem lub osobą należącą do kadry kierowniczej wyższego szczebla, w tym członkiem zarządu lub innego organu zarządzającego w obecnej lub poprzedniej firmie audytorskiej przeprowadzającej badanie sprawozdania finansowego Spółki lub jednostki z nim powiązanej;

d) inną osobą fizyczną z której usług korzysta lub którą nadzorowała obecna lub poprzednia firma audytorska lub biegły rewident działający w jego imieniu;

- nie jest członkiem zarządu lub innego organu zarządzającego jednostki, w której członkiem rady nadzorczej lub innego organu nadzorczego jest członek zarządu lub innego organu zarządzającego Spółki;
- nie jest członkiem rady nadzorczej lub innego organu nadzorczego Spółki dłużej niż 12 lat;
- nie jest małżonkiem, osobą pozostającą we wspólnym pożyciu, krewnym lub powinowatym w linii prostej, a linii bocznej do czwartego stopnia- członka zarządu lub innego organu zarządzającego Spółki lub osoby o której mowa w pkt. 1-8;
- nie pozostaje w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli z członkiem zarządu lub innego organu zarządzającego Spółki lub z osobą o kt.rej mowa w pkt. 1-8.

Członek Komitetu Audytu zobowiązany jest do złożenia oświadczenia iż jest niezależny od Spółki. W przypadku niezłożenia oświadczenia w terminie 14 dni kalendarzowych od dnia powołania mandat Członka wygasa

### Zadania Komitetu Audytu

Podstawowym zadaniem Rady Nadzorczej w kwestiach właściwych dla realizacji zadań Komitetu Audytu jest kontrola procesów sprawozdawczości finansowej w spółce MEDIACAP SA, zapewnienie skuteczności kontroli wewnętrznej i systemów zarządzania ryzykiem oraz współpraca z biegłym rewidentem.

Zadaniami wynikającymi z nadzorowania polityki finansowej oraz wewnętrznej Spółki są w szczególności

- a) zapewnienie skuteczności funkcjonowania Spółki przez nadzór nad zmianami personalnymi na znaczących stanowiskach, poprzez regularny kontakt z Zarządem Spółki;
- b) okresowy przegląd systemu kontroli wewnętrznej, oceny ryzyk oraz jego zgodności z przepisami poprzez kontakt z pracownikami Spółki;
- c) przeprowadzanie powyższych kontroli co najmniej dwa razy w roku.

Z uwagi na fakt, że Spółka, zgodnie z art. 128 ust. 4 pkt. 4) ustawy z dnia 11 maja 2017 r. o biegłych rewidentach, firmach audytorskich oraz nadzorze publicznym na koniec 2018 r. oraz na koniec 2019 r., nie przekroczyła następujących wielkości:

- a. przychodów netto ze sprzedaży towarów i produktów za rok obrotowy w wysokości 34.000.000 PLN oraz
- b. średniorocznego zatrudnienia w przeliczeniu na pełne etaty w liczbie 50 osób;

- spełnione zostały przesłanki powierzenia pełnienia funkcji komitetu audytu w celu wykonywania obowiązków komitetu audytu Radzie Nadzorczej Spółki.

Główne założenia polityki opracowanej polityki wyboru firmy audytorskiej firmy audytorskiej do przeprowadzania badania oraz polityki świadczenia przez firmę audytorską przeprowadzającą badanie, przez podmioty powiązane z tą firmą audytorską oraz przez członka sieci firmy audytorskiej dozwolonych usług niebędących badaniem (przyjętej uchwałą Rady Nadzorczej nr 1/10/2017 z dnia 11.10.2017 r.).

Rada Nadzorcza Spółki, dokonując wyboru firmy audytorskiej, kieruje się poniższymi wytycznymi:

- a. monitorowanie bezstronności i niezależności firmy audytorskiej na każdym etapie procedury wyboru firmy audytorskiej do badania i przeglądu wskazanych powyżej sprawozdań finansowych,
- b. uwzględnienie doświadczenia firmy audytorskiej w zakresie ustawowego badania sprawozdań finansowych jednostek zainteresowania publicznego, w tym również spółek notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie SA,
- c. cena zaproponowana przez firmę audytorską,
- d. zakres usług wykonywanych przez firmę audytorską i biegłego rewidenta,
- e. doświadczenie osób zaangażowanych w prowadzone badanie.

Rekomendacja dotycząca wyboru firmy audytorskiej do przeprowadzenia badania spełniała obowiązujące warunki i została sporządzona w następstwie przyjętej w uchwale nr 1/10/2017 z dnia 11.10.2017 r. przez Radę Nadzorczą Spółki procedury wyboru spełniającej obowiązujące kryteria.

W ciągu roku obrotowego 2018 odbyło się 5 posiedzeń Rady Nadzorczej, na których poruszane były kwestie dotyczące Komitetu Audytu.

Informacja Zarządu MEDIACAP S.A. sporządzona na podstawie uchwały Rady Nadzorczej z dnia 29 maja 2018 roku w sprawie wyboru firmy audytorskiej przeprowadzającej badanie rocznego jednostkowego i skonsolidowanego sprawozdania finansowego

(zgodnie z wymogiem § 71 ust. 1 pkt 7 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 29 marca 2018 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)

Zarząd MEDIACAP S.A. na podstawie uchwały Rady Nadzorczej Spółki o dokonaniu wyboru firmy audytorskiej przeprowadzającej badanie rocznego sprawozdania finansowego Spółki z dnia 29 maja 2018 roku informuje, że w Spółce dokonano wyboru firmy audytorskiej przeprowadzającej badanie rocznego sprawozdania finansowego Spółki i skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej MEDIACAP S.A. za 2018 r. zgodnie z przepisami, w tym dotyczącymi wyboru i procedury wyboru firmy audytorskiej.

Dodatkowo Zarząd Spółki wskazuje, że:

- firma audytorska oraz członkowie zespołu wykonującego badanie sprawozdania finansowego Spółki i skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej MEDIACAP S.A. za rok obrotowy 2018 spełniali warunki do sporządzenia bezstronnego i niezależnego sprawozdania z badania rocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego zgodnie z obowiązującymi przepisami, standardami wykonywania zawodu i zasadami etyki zawodowej,
- w spółce MEDIACAP S.A. są przestrzegane obowiązujące przepisy związane z rotacją firmy audytorskiej i kluczowego biegłego rewidenta oraz obowiązkowymi okresami karencji,
- spółka MEDIACAP S.A. posiada politykę w zakresie wyboru firmy audytorskiej oraz politykę w zakresie świadczenia na rzecz Spółki przez firmę audytorską, podmiot powiązany z firmą audytorską lub członka jego sieci dodatkowych usług niebędących badaniem, w tym usług warunkowo zwolnionych z zakazu świadczenia przez firmę audytorską.

## 12. Akcje i struktura akcjonariatu

### Struktura akcyjna kapitału zakładowego

Na dzień sporządzenia raportu kapitał zakładowy MEDIACAP SA wynosił 920 968,40 PLN i dzielił się na 18 419 368 akcje o wartości nominalnej 0,05 zł każda.

Kapitał zakładowu dzieli się na:

- 10.000.000 (dziesięć milionów) niepodzielnych akcji zwykłych na okaziciela serii A o kolejnych numerach 0000001 do 10.000.000 o równej wartości nominalnej po 5 (pięć) groszy każda;
- 1.134.880 (jeden milion sto trzydzieści cztery tysiące osiemset osiemdziesiąt) niepodzielnych akcji zwykłych na okaziciela serii B o kolejnych numerach 10.000.001 do 11.134.880 o równej wartości nominalnej po 5 (pięć) groszy każda.
- 4.992.662 (cztery miliony dziewięćset dziewięćdziesiąt dwa tysiące sześćset sześćdziesiąt dwa) niepodzielnych akcji zwykłych na okaziciela serii C o kolejnych numerach 11.134.881 do 16.127.542 o równej wartości nominalnej po 5 (pięć) groszy każda.
- 2.291.826 (dwa miliony dwieście dziewięćdziesiąt jeden tysięcy osiemset dwadzieścia sześć) akcji serii D o kolejnych numerach od 16.127.542 do 18.419.368 o równej wartości nominalnej po 5 (pięć) groszy każda.

Struktura kapitału zakładowego na dzień sporządzenia raportu:

Seria/emisja rodzaj akcji	Liczba akcji (szt.)	Udział w kapitale zakładowym (%)	Liczba głosów	Udział w ogólnej liczbie głosów (%)
Seria A	10 000 000	54%	10 000 000	54%
Seria B	1 134 880	6%	1 134 880	6%
Seria C	4 992 662	27%	4 992 662	27%
Seria D	2 291 826	13%	2 291 826	13%
RAZEM	18 419 368	100%	18 419 368	100%

### Struktura akcjonariatu

Akcjonariusze posiadający co najmniej 5% (bezpośrednio i pośrednio) ogólnej liczby głosów na walnym Zgromadzeniu na dzień 20 marca 2019 (wg informacji posiadanych przez Spółkę):

Akcjonariusz	Liczba posiadanych akcji	Wartość akcji (w PLN)	Udział w kapitale akcyjnym (%)
Posella IF1 Limited	9 361 820	468 091,00	50,83%
Posella Limited	319 216	15 960,80	1,73%
Pozostali (poniżej 5% ogólnej liczby głosów na WZA)	8 738 332	436 916,60	47,44%
RAZEM	18 419 368	920 968,40	100,00%

W tabeli pokazano także akcje posiadane przez Posella Limited ponieważ jest to spółka dominująca wobec Posella IF1 Limited.

Zmiany w strukturze własności znacznych pakietów akcji Spółki od dnia, na który został sporządzony raport roczny za 2017.



Imię i nazwisko (lub Nazwa)	Liczba posiadanych akcji stan na dzień 20.03.2019	Wartość akcji w PLN	Zmiany w stanie posiadania akcji	Liczba posiadanych akcji stan na 13.03.2018	Procentowy udział posiadanych akcji w kapitale zakładowym	Procentowy udział posiadanych akcji na WZA
Posella iF1 Limited	9 361 820	468 091,00	-	9 361 820	50,83%	50,83%
Posella Limited	319 216	15 960,80	-	319 216	1,73%	1,73%
mBank SA	142 949	7 147,45	- 1 626 686	1 769 635	0,78%	9,61%
Pozostali	8 595 383	429 769,15	+ 1 626 686	6 968 697	46,66%	46,66%
razem	18 419 368	920 968,40	-	18 419 368	100%	100%

Powiązania członków Rady Nadzorczej z akcjonariuszami dysponującymi akcjami reprezentującymi co najmniej 5% ogólnej liczby głosów:

- Jacek Olechowski jest właścicielem bezpośrednio lub pośrednio spółki Posella IF1 Limited oraz Posella Limited.

Spółka na dzień sporządzenia raportu posiadała 144 138 własnych akcji.

Zestawienie zmian w stanie posiadania akcji Spółki lub uprawnień do nich (opcji) przez osoby zarządzające i nadzorujące Spółkę (na dzień 20 marca 2019), zgodnie z posiadanymi przez Spółkę informacjami w okresie od dnia na który został sporządzony raport roczny za 2017:

Imię i nazwisko (lub Nazwa)	Liczba akcji stan na dzień 20.03.2019	Wartość akcji w PLN	Zmiany w stanie posiadania akcji	Liczba akcji stan na dzień 13.03.2018	Procentowy udział akcji w kapitale zakładowym	Procentowy udział akcji na WZA
osoby zarządzające						
Edyta Gurazdowska	827 451	41 372,55	+142 995	684 456	4,49%	4,49%
Marcin Jeziorski	105 000	52 50,00	+105 000	0	0,57%	0,57%
osoby nadzorujące						
Hubert Janiszewski	25 000	1 250,00	-	25 000	0,14%	0,14%
Julian Kozankiewicz	33 698	1 684,90	-	33 698	0,18%	0,18%
Artur Osuchowski	80 000	4 000,00	+80 000	0	0,43%	0,43%

#### Posiadacze papierów wartościowych dających specjalne uprawnienia kontrolne

W roku obrotowym 2018 Spółka nie emitowała papierów wartościowych, które dawałyby specjalne uprawnienia kontrolne wobec spółki.

#### Ograniczenia w wykonywaniu prawa głosu

Ograniczenia w wykonywaniu prawa głosu zostały zawarte w statucie Spółki, który jest dostępny na stronie internetowej Spółki <https://relacjeinwestorskie.mediacap.pl/index.php/statut/>

#### Ograniczenia dotyczące przenoszenia prawa własności papierów wartościowych



Na dzień 31 grudnia 2018 oraz na dzień sporządzenia raportu rocznego nie wystąpiły ograniczenia dotyczące przenoszenia prawa własności papierów wartościowych Spółki.

#### Notowania akcji w okresie 01.01.2018-31.12.2018

MEDIACAP notowania	
Kurs odniesienia (29.12.2017)	2,09 zł.
Data początkowa	2018-01-03
Data końcowa	2018-12-29
Zmiana %	-20,10%
Zmiana	-0,42 zł.
Minimum (14.12.2018)	1,52 zł.
Maximum (30.04.2018)	2,58 zł.
Średni	2,08 zł.
Wolumen obrotu	2 689 121 szt.
Średni wolumen	12 805 szt.
Obroty	5,106 mln
Średnie obroty	0,24 mln

W okresie od 1 stycznia 2018 do 31 grudnia 2018 roku spółka zanotowała spadek kursu o 20,1% zaczynając rok z kursem 2,09 za akcję a kończąc z kursem 1,67 zł za akcję. Średni kurs w tym okresie wyniósł, 2,08 zł za akcję, zaś średni wolumen 12 805 sztuk. Łączny obrót akcjami spółki wyniósł 2 689 121 sztuk akcji, co przełożyło się na obroty w wysokości 5,106 miliona.

### 13. Analiza wyników finansowych Grupy MEDIACAP

#### Wyniki finansowe skonsolidowane w tys. PLN

	Skonsolidowane	
	2018	2017
Przychody ze sprzedaży	94 355	75 037
EBIT	4 322	3 756
EBITDA	7 251	5 376
Wynik na sprzedaży	3 821	3 874
Wynik na działalności operacyjnej	4 322	3 756
Wynik finansowy brutto	4 113	3 429
Wynik finansowy netto	3 244	2 663

Skonsolidowane przychody ze sprzedaży Grupy Kapitałowej MEDIACAP SA za 2018 wyniosły 94 355 tys. PLN i są o 26% wyższe niż w analogicznym okresie 2017. Bardzo duży wzrost przychodów odnotowała spółka zależna TalentMedia, która w 2018 roku zrealizowała 19,5 mln PLN przychodów. Skonsolidowany wynik finansowy netto wyniósł 3 244 tys. PLN i w porównaniu do poprzedniego roku jest wyższy o 22%. W 2018 można zaobserwować ogólną poprawę wyników czego przyczyną jest wzrost przychodów i coraz większy udział w wolumenie sprzedaży platform technologicznych.

## a) Analiza wskaźników

Wybrane skonsolidowane wskaźniki rentowności MEDIACAP za 2018 i wskaźniki porównywalne za 2017

	Skonsolidowane	
	2018	2017
Wskaźnik rentowności sprzedaży (ROS)	3,44%	3,55%
Wskaźnik rentowności kapitału własnego (ROE)	11,57%	10,12%
Wskaźnik rentowności majątku (ROA)	5,53%	5,44%
Wskaźnik rentowności operacyjnej	4,58%	5,01%
Wskaźnik rentowności EBITDA	7,68%	7,16%
Wskaźnik rentowności netto	3,44%	3,55%

W ujęciu skonsolidowanym wskaźniki rentowności charakteryzują się względną stabilnością. Wskaźnik rentowności sprzedaży spadł o 0,11 p.p. Wzrost rentowności kapitału własnego (1,45 p.p.) i stabilny poziom rentowności majątku uwarunkowany jest wzrostem zysku netto w porównaniu do 2017. Przyczyną spadku rentowności operacyjnej jest przede wszystkim niższy wynik na działalności operacyjnej w segmencie DATA, będący pochodną słabego pierwszego kwartału.

Wybrane skonsolidowane wskaźniki kondycji finansowej MEDIACAP za 2018 i wskaźniki porównywalne za 2017.

	Skonsolidowane	
	2018	2017
Wskaźnik ogólnej płynności	1,23	1,33
Wskaźnik ogólnego zadłużenia	0,52	0,46
Wskaźnik zadłużenia kapitałów własnych	1,09	0,86
Wskaźnik relacji długu do EBITDA	4,22	4,22

W 2018 w ujęciu skonsolidowanym odnotowano spadek ogólnego wskaźnika płynności o 0,10 p.p., co spowodowane jest znaczącym wzrostem zobowiązań krótkoterminowych. Na pozostałych wskaźnikach można zaobserwować względnie stabilny poziom w odniesieniu do poprzedniego okresu.

## Rotacja należności i zobowiązań

W ujęciu skonsolidowanym za 2018, wskaźniki te wynoszą odpowiednio: 65 dni dla rotacji należności i 23 dni dla rotacji zobowiązań. Natomiast wskaźniki na koniec 2017 roku wyniosły 68 dni dla należności i 23 dni dla zobowiązań. Jak widać rotacja należności i zobowiązań utrzymuje się na stabilnym poziomie.

Rozbieżność pomiędzy wskaźnikami rotacji należności i zobowiązań jest typowa dla rynku, w którym działają spółki. Wynika to z faktu, że odbiorcami usług są głównie duże koncerny, których praktyką jest maksymalne wydłużanie terminów płatności. Dostawcami usług dla spółek z grupy MEDIACAP SA są natomiast w większości małe i średnie przedsiębiorstwa, których terminy płatności są znacznie krótsze.

#### b) Charakterystyka struktury aktywów i pasywów

##### Struktura aktywów i pasywów w ujęciu skonsolidowanym w tys. PLN

Bilans	2018	Struktura %	2017 (przekształcone)	Struktura %	Dynamika r/r %
<b>AKTYWA TRWAŁE</b>	25 108	43%	22 682	46%	11%
Wartości niematerialne	5 517	9%	5 643	12%	(2%)
Wartość firmy	12 350	21%	12 350	25%	0%
Rzeczowe aktywa trwałe	3 088	5%	2 669	5%	16%
Inwestycje w spółce stowarzyszonej rozliczane zgodnie z metodą praw własności	1 800	3%	-	0%	n/d
Należności długoterminowe	15	0%	32	0%	(53%)
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	2 321	4%	1 957	4%	19%
Pozostałe aktywa trwałe	17	0%	8	0%	113%
Pozostałe aktywa finansowe długoterminowe	-	0%	23	0%	(100%)
<b>AKTYWA OBROTOWE</b>	33 544	57%	26 297	54%	28%
Zapasy	1	0%	-	0%	n/d
Należności krótkoterminowe	30 920	53%	21 842	45%	42%
Pozostałe aktywa finansowe oraz Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	2 115	4%	3 932	8%	(46%)
Pozostałe aktywa obrotowe	508	1%	523	1%	(3%)
<b>AKTYWA RAZEM</b>	58 652	100%	48 979	100%	20%
<b>KAPITAŁ WŁASNY PRZYPADAJĄCY AKCJONARIUSZOM JEDNOSTKI DOMINUJĄCEJ</b>	22 825	39%	21 818	45%	5%
<b>UDZIAŁY NIEKONTROLUJĄCE</b>	5 220	9%	4 494	9%	16%
<b>ZOBOWIĄZANIA DŁUGOTERMINOWE</b>	3 304	6%	2 926	6%	13%
Zobowiązania i rezerwy długoterminowe	1 959	3%	828	2%	137%
Rozliczenia międzyokresowe	1 345	2%	2 098	4%	(36%)
<b>ZOBOWIĄZANIA KRÓTKOTERMINOWE</b>	27 303	47%	19 741	40%	38%
Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe	25 230	43%	18 122	37%	39%
Przychody przyszłych okresów oraz rozliczenia międzyokresowe	2 073	4%	1 619	3%	28%
<b>PASYWA RAZEM</b>	58 652	100%	48 979	100%	20%

Suma bilansowa Grupy Kapitałowej MEDIACAP w za 2018 wyniosła 58 652 tys. PLN, co oznacza 20% wzrost w stosunku do stanu na koniec 2017. W strukturze aktywów znacząco wzrosły pozostałe aktywa trwałe (+113%) oraz należności krótkoterminowe (+42%), zaś największy spadek wystąpił na pozostałych aktywach finansowych długoterminowych (-100%). Największą pozycję aktywów

stanowią należności krótkoterminowe, które wynoszą 30 920 tys. PLN, co stanowi 53% sumy bilansowej (45% na koniec 2017 roku).

Na koniec 2018 Grupa MEDIACAP dysponowała nieco wyższym kapitałem własnym przypadającym akcjonariuszom jednostki dominującej w wysokości 22 826 tys. PLN w porównaniu do stanu na koniec 2017 roku (21 818 tys. PLN). W strukturze pasywów (pomijając kapitał własny i udziały niekontrolujące) największą pozycję (43% pasywów) stanowiły zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe, które w porównaniu do 2017 wzrosły o 39%. Największy wzrost w odniesieniu do danych na koniec 2017 roku zanotowała pozycja zobowiązań i rezerw długoterminowych (+137%), zaś największy spadek dotyczy pozycji rozliczeń międzyokresowych (-36%).

#### c) Przepływy pieniężne

Skonsolidowane przepływy pieniężne MEDIACAP za 2018 oraz dane porównywalne za 2017 w tys. PLN.

	Skonsolidowane	
	2018	2017
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	2 333	5 563
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(3 298)	(6 304)
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	(808)	900
Przepływy pieniężne netto razem	(1 774)	159

W ujęciu skonsolidowanym łączne przepływy pieniężne netto w 2018 wyniosły -1 774 tys. PLN, w porównaniu do -159 tys. PLN w analogicznym okresie roku 2017 (spadek o 1 933 tys. PLN). Wpływ na to miał spadek przepływów pieniężnych netto z działalności operacyjnej z poziomu 5 563 tys. PLN (2017) do wysokości 2 333 tys. PLN (2018), czego przyczyną był znacząca zmiana stanu należności. Zwiększeniu uległy wydatki z działalności inwestycyjnej, które związane były między innymi z niższą wartością nabytych wartości niematerialnych i rzeczowych aktywów trwałych w porównaniu do 2017 roku oraz ze spłatą udzielonych pożyczek. W efekcie przepływy pieniężne z działalności inwestycyjnej wyniosły -3 298 tys. PLN w 2018 w porównaniu do -6 304 tys. PLN w analogicznym okresie. Niższe saldo przepływów netto z działalności finansowej było wynikiem ze spłaty kredytu oraz dywidend i innych wpływów na rzecz właścicieli.

## 14. Pozostałe istotne informacje

### Struktura lokat i inwestycji kapitałowych

W 2018 roku spółka MEDIACAP SA korzystała głównie z lokat kapitałowych:

- overnight,
- lokat terminowych o długości od tygodnia do dwóch miesięcy.

Spółka nie dokonywała w obrębie grupy kapitałowej ani w jednostkach zewnętrznych żadnych lokat ani inwestycji kapitałowych poza wskazanymi powyżej.

Na koniec okresu sprawozdawczego Spółka nie posiadała instrumentów finansowych, innych niż krótkoterminowe aktywa finansowe.

W pierwszym półroczu 2018 Spółka Dominująca wemitowała, wyłącznie w zamian za świadczenia o charakterze pieniężnym, 18 sztuk niezabezpieczonych obligacji serii A o wartości nominalnej 50

000 każda obligacja, o łącznej wartości nominalnej 900 000 zł. Emisja nastąpiła w trybie oferty prywatnej, skierowanej wyłącznie do Spółki zależnej Plastream Sp. z o.o. Spółka zależna przyjęła propozycję nabycia obligacji imiennych, zbywalnych i oprocentowanych. Obligacje zostały wykupione w trakcie I półrocza 2018.

W dniu 20 grudnia 2018 r. podjęto także uchwałę w sprawie emisji 29 obligacji imiennych MEDIACAP S.A. serii B o wartości nominalnej 50 tys. zł każda o łącznej wartości 1 450 tys. zł, oprocentowanych według stopy procentowej równej 6% w skali roku. Termin wykupu obligacji został ustalony na 30 czerwca 2019 r., z możliwością przedterminowego wykupu 14 obligacji o łącznej wartości 700 tys. zł po 30 kwietnia 2019 r. Propozycja nabycia obligacji została skierowana do Gameset Sp. z o.o., który w dniu 20 grudnia 2018 r. przyjął propozycję nabycia wszystkich 29 obligacji. Przydział i wydanie obligacji nastąpiło w dniu 1 lutego 2019 r., po wpłacie ceny za obligację przez Gameset.

### Postępowania sądowe

W 2018 roku wobec spółek Grupy MEDIACAP SA nie toczyły się istotne postępowania sądowe przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej.

### Zawarcie transakcji rynkowych na warunkach innych niż rynkowe

W 2018 roku spółki Grupy MEDIACAP SA nie zawarły transakcji z podmiotami powiązanymi, jeżeli pojedynczo lub łącznie są one istotne i zostały zawarte na innych warunkach niż rynkowe.

### Udzielone poręczenia i/lub gwarancje

W 2018 roku spółki Grupy MEDIACAP nie udzieliła poręczeń kredytu, pożyczki i gwarancji poza:

Wyszczególnienie	Gwarancja / poręczenie dla	Tytułem	Waluta	31.12.2018
Poręczenie wobec mBank S.A. w związku z umową standardową 38/065/17 pomiędzy MCP a mBank	mBank	Poręczenie wobec mBank S.A. w związku z umową standardową 38/065/17 pomiędzy MCP a mBank	PLN	802 902,27
Deklaracja do weksla in blanco poręczonego	ING Bank Śląski S.A.	Zabezpieczenie spłaty kredytu wynikającego z umowy kredytu w rachunku bieżącym FT/877/2018/00001218/00 udzielonego przez ING Bank Śląski S.A.	PLN	990 000,00
Poręczenie dla IQS do weksla In Blanco	ING Bank Śląski S.A.	Zabezpieczenie spłaty kredytu wynikającego z umowy kredytu w rachunku bieżącym FT/877/2018/00001218/00 udzielonego przez ING Bank Śląski S.A. dla IQS Sp. z o.o.	PLN	990 000,00
<b>RAZEM</b>				<b>2 782 902</b>

Wyszczególnienie	Gwarancja / poręczenie dla	Tytułem	Waluta	31.12.2018
IQS Sp. z o.o.	Mbank	Poręczenie wobec mBank S.A. w związku z umową standardową 38/065/17 pomiędzy MCP a mBank	PLN	776 496,12
<b>RAZEM</b>				<b>776 496</b>

W okresie porównywalnym Grupa nie udzieliła pożyczek członkom Zarządu oraz Rady Nadzorczej jednostek Grupy.

W dniu 6 września 2018 r. spółka Scholz & Friends Warszawa sp. z o.o. otrzymała pismo, w którym wskazano podejrzenie naruszenie praw autorskich nadawcy pisma przy realizacji kampanii przygotowanej przez Agencję na rzecz klienta.

W dniu 21 września 2018 r. Scholz & Friends Warszawa sp. z o.o. wystosowała odpowiedź, w której wskazała, że jej zdaniem nie doszło do jakiegokolwiek naruszenia praw autorskich na dowód czego posiada dodatkowe opinie prawne. Do dnia publikacji niniejszego raportu spółka nie otrzymała jakiegokolwiek dalszej korespondencji w tej sprawie. Nie znana jest również kwota potencjalnych roszczeń.

Ze względu na fakt, iż podmiot, którego prawa autorskie mogłyby potencjalnie zostać naruszone nie wskazał kwoty ewentualnego roszczenia, na dzień zatwierdzenia niniejszego sprawozdania do publikacji nie jest możliwe oszacowanie potencjalnych skutków finansowych ww. sprawy.

W opinii Zarządu, wynikającej z analiz przeprowadzonych przez renomowane kancelarie prawne, ryzyko ewentualnego wpływu środków pieniężnych, dotyczących ww. roszczeń jest niskie, w związku z czym Grupa nie utworzyła rezerwy z tego tytułu.

Szczegółowe informacje na temat zawartych umów kredytów i pożyczek znajdują się w Skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym Grupy w nocy 25.

## 15. Opis działalności Grupy MEDIACAP

### a) Określenie segmentów i branż działalności Grupy MEDIACAP

Segmenty operacyjne to elementy składowe jednostki sprawozdawczej, dla których dostępne są oddzielne informacje finansowe regularnie oceniane przez osoby podejmujące kluczowe decyzje odnośnie alokacji zasobów i oceny bieżących wyników. Grupa Kapitałowa w okresie objętym skonsolidowanym sprawozdaniem finansowym wyodrębniła następujące segmenty operacyjne:

**Marketing** - obejmujący planowanie i realizację wielokanałowych strategii reklamowych w mediach tradycyjnych i cyfrowych, w tym realizację projektów z zakresu marketingu zintegrowanego, marketingu eventowego, marketingu społecznościowego, ambient mediów, video marketingu i contentu. Usługi te realizowane są pod markami handlowymi MEDIACAP, The Digitals, Scholz & Friends Warszawa, EM LAB, TalentMedia ze spółkami zależnymi oraz Boost, w zależności od wiodącej charakterystyki realizowanego zlecenia. Grupa jest obecnie jednym z trzech największych niezależnych dostawców tego typu usług. Kluczową wartością dodaną jaką MEDIACAP zapewnia w tym segmencie od początku 2016 r. jest zarządzanie inwestycjami marketingowymi (tzw. marketing investment management) w modelu one-stop-shop, czyli takim, w którym jeden dostawca może zapewnić klientowi pełnozakresową obsługę obejmującą zarówno tradycyjne, jak i cyfrowe kanały komunikacji. Od 2017 r. oferta ta rozszerzona została o działalność nowoczesnego contentowego MCN – TalentMedia, zapewniając tym samym bezpośrednią integrację działań marketingowych z YouTube w ramach video marketingu, tworzenia dedykowanych treści, wspieranych zakupem mediów.

**Data** - obejmująca analizę danych marketingowych i sprzedażowych, realizację badań marketingowych oraz budowę i wdrażanie rozwiązań programistycznych wspierających i automatyzujących procesy biznesowe po stronie klientów. Usługi te realizowane są pod markami

handlowymi IQS, Quant oraz Plastream, a Grupa Kapitałowa jest wiodącym dostawcą tego typu usług na rynku, w szczególności w rynku badań. Kluczową wartością dodaną jaką MEDIACAP zapewnia w tym segmencie jest połączenie usługi zarządzania inwestycjami w zakresie danych (tzw. data investment management) z rozbudowanym zapleczem programistycznym, które wdraża na rzecz klientów kompleksowe rozwiązania programistyczne, a także z największą platformą wiedzy o konsumentach – Opinie.pl, pozwalającą na analizy danych m.in. z cyklicznych ankiet zarejestrowanych panelistów, badań deklaracyjnych oraz danych pozyskiwanych w ramach partnerstw.

Czynnikiem mającym wpływ na wydzielenie segmentów w Grupie jest w szczególności rodzaj świadczonych usług.

Aktywa operacyjne Grupy zlokalizowane są na terytorium Polski.

Głównym organem podejmującym decyzje w zakresie alokacji zasobów oraz dokonującym oceny wyników działalności segmentów jest Zarząd MEDIACAP SA.

Raporty wewnętrzne odnośnie wyników finansowych poszczególnych segmentów są sporządzane w okresach miesięcznych.

Grupa stosuje jednolite zasady rachunkowości dla wszystkich segmentów. Transakcje pomiędzy segmentami dokonywane są na warunkach rynkowych i eliminowane na poziomie danych skonsolidowanych.

Informacje finansowe o wynikach z działalności operacyjnej poszczególnych segmentów działalności zostały zaprezentowane poniżej:

Dane za okres bieżący 01.01.2018 – 31.12.2018		Działalność kontynuowana		Wyłączenia konsolidacyjne	Ogółem
		Marketing	Data		
Przychody ze sprzedaży	Sprzedaż na zewnątrz	66 877	27 478	-	94 355
	Sprzedaż między segmentami	1 746	494	(2 240)	-
Koszty segmentu	Koszty sprzedaży zewnętrznej	66 047	24 487	-	90 534
	Koszty sprzedaży między segmentami	494	1 746	(2 240)	-
<b>Zysk (strata) segmentu</b>		<b>2 082</b>	<b>1 739</b>	<b>-</b>	<b>3 821</b>
Przychody z tytułu odsetek		24	49	(26)	47
Koszty z tytułu odsetek		177	52	(26)	203
Istotne pozycje przychodów ujawnione zgodnie z pkt. 86 MSSF 8 (np. pozostałe przychody operacyjne, pozostałe koszty finansowe poza odsetkami)		511	421	(83)	849
Istotne pozycje kosztów ujawnione zgodnie z pkt. 86 MSSF 8 (np. pozostałe koszty operacyjne, koszty finansowe poza odsetkami)		407	77	(83)	401
<b>Zysk / (strata) przed opodatkowaniem</b>		<b>2 033</b>	<b>2 080</b>	<b>-</b>	<b>4 113</b>
Podatek dochodowy		417	452	-	869
<b>Zysk (strata) netto z działalności kontynuowanej</b>		<b>1 616</b>	<b>1 628</b>	<b>-</b>	<b>3 244</b>

Aktywa segmentu	45 932	19 609	(6 889)	58 652
Amortyzacja	1 256	1 673	-	2 929
EBITDA	3 510	3 741	-	7 251

Dane za okres porównywalny 01.01.2017 – 31.12.2017 (przekształcone)		Działalność kontynuowana		Wyłączenia konsolidacyjne	Ogółem
		Marketing	Data		
Przychody ze sprzedaży	Sprzedaż na zewnątrz	47 882	27 155	-	75 037
	Sprzedaż między segmentami	651	878	(1 529)	-
Koszty segmentu	Koszty sprzedaży zewnętrznej	46 774	24 389	-	71 163
	Koszty sprzedaży między segmentami	878	651	(1 529)	-
<b>Zysk (strata) segmentu</b>		<b>881</b>	<b>2 993</b>	<b>-</b>	<b>3 874</b>
Przychody z tytułu odsetek		21	-	(14)	7
Koszty z tytułu odsetek		122	35	(14)	143
Istotne pozycje przychodów ujawnione zgodnie z pkt.86 MSSF 8 (np. pozostałe przychody operacyjne, pozostałe koszty finansowe poza odsetkami)		340	371	(55)	656
Istotne pozycje kosztów ujawnione zgodnie z pkt.86 MSSF 8 (np. pozostałe koszty operacyjne, koszty finansowe poza odsetkami)		517	503	(55)	965
<b>Zysk / (strata) przed opodatkowaniem</b>		<b>603</b>	<b>2 826</b>	<b>-</b>	<b>3 429</b>
Podatek dochodowy		115	651	-	766
<b>Zysk (strata) netto</b>		<b>488</b>	<b>2 175</b>	<b>-</b>	<b>2 663</b>
Aktywa segmentu		35 041	18 238	(4 300)	48 979
Amortyzacja		766	854	-	1 620
EBITDA		1 565	3 811	-	5376

Grupa definiuje wynik EBITDA jako wynik na działalności operacyjnej wykazany w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym powiększony o koszty amortyzacji majątku trwałego.

## b) Charakterystyka rynku i perspektywy rozwoju

Grupa funkcjonuje na rynkach usług Marketingowych (w tym: doradztwo strategiczne i realizacja kampanii w mediach masowych, w mediach internetowych i w formie wydarzeń masowych oraz rozwiązania wideo w internecie) oraz Data (pozyskiwanie i analiza danych marketingowych i konsumenckich, badania rynku i konsumentów, rozwiązania IT z wykorzystaniem rozwiązań Cloud Computing, Machine Learning i Big Data).

Głównymi graczami w segmencie Marketing są spółki należące do sześciu wiodących holdingów marketingowych: WPP, Publicis Groupe, Omnicom Group, Dentsu Aegis, IPG i Havas – które w Polsce wspólnie obsługują zdecydowaną większość rynku (wg naszych szacunków nawet do 75%) za pośrednictwem należących do nich kilkudziesięciu wyspecjalizowanych agencji reklamowych, domów badawczych i mediowych. Alternatywą do graczy międzynarodowych są firmy lokalne, wśród których panuje silne rozdrobnienie i wyraźna specjalizacja. O ile w poszczególnych podsegmentach rynku można zidentyfikować istotnych lokalnych graczy o tyle w zasadzie żadna



polska grupa spółek nie osiągnęła jeszcze masy krytycznej niezbędnej do bycia całościową alternatywą wobec holdingów, co stanowi szansę rynkową dla MEDIACAP. Dynamikę i perspektywę tego rynku ustala się poprzez monitoring sumy wydatków na reklamy w mediach. Według raportu międzynarodowej grupy mediowej ZenithOptimedia Group (ZOG) w 2018 wydatki netto na media w Polsce wzrosły o 6,6% do około 7,5 mld PLN, zaś w bieżącym roku wzrosną o kolejne 4,2%. Raporty branżowe konsekwentnie wskazują, że najszybciej rosnącą częścią rynku był i będzie w nadchodzącym roku segment wideo w internecie, ze wzrostem przekraczającym 30% rok do roku.

Trudniej określić kontekst rynkowy dla Grupy w segmencie Data. Historycznie naszym podstawowym rynkiem w tym obszarze były badania rynku i opinii publicznej. Rynek ten wzrósł w 2017 o 2,1% do poziomu 0,70 mld PLN, a jego największymi graczami były Grupa Nielsen, Kantar, GfK Polonia, IPSOS i właśnie IQS (+4,1% wzrostu, 3,8% udziału w rynku). Brakuje oficjalnych danych za rok 2018, ale szacujemy, iż dynamika rynku w tym czasie była zbliżona.

Warto podkreślić, że dzięki rozwinięciu produktów z zakresu Data, IT z wykorzystaniem narzędzi Big Data, Cloud Computing i Machine learning, których udział szybko rośnie na naszej sprzedaży, coraz częściej operujemy na rynkach zdecydowanie szybszych i większych niż rynek marketingowy czy badawczy. Ponadto strategia MEDIACAP zakłada skupienie na rozwinięciu właśnie tej części oferty – czyli powtarzalnych, nasyconych technologią, wystandaryzowanych produktów (np. panel badawczy Opinie.pl czy platforma do zarządzania i analizy treści wideo Plastream). Dla przykładu według raportu PMR dynamika samego rynku Cloud wyniosła 30% w 2016, a jego wartość szacowana jest – w zależności od dostępnych źródeł – na 0,5-1,0 mld PLN (wobec ponad 100 mld dla całego rynku IT wg danych IDC).

Podsumowując, wszystkie rynki na których działają obecnie spółki Grupy MEDIACAP wykazały w 2018 tendencję wzrostową oraz według dostępnych prognoz urosną również w 2019. Równocześnie udział Grupy w tych rynkach jest na tyle mały, że ma ona szansę rosnąć znacząco szybciej niż cały rynek, przy czym obecnie rozwijana oferta rynkowa nakierowana jest na rynki o zdecydowanie wyższej – nawet 30% dynamice wzrostu.

### c) Strategia rozwoju

Strategia 2020 zakłada koncentrację Grupy na rozwoju skalowalnych modeli biznesowych adresujących trzy globalne trendy technologiczne: big data, video online i machine learning. Według planu MEDIACAP SA w ciągu najbliższych trzech lat przychody z jej trzech wiodących platform technologicznych: Opinie.pl, TalentMedia i Plastream wzrosną kilkukrotnie. Już w 2019 roku, między innymi dzięki akwizycji pakietu kontrolnego w LT Group Sp. z o.o. (działającej na rynku po marką handlową Lifetube) przez TalentMedia, przychody z tych trzech platform będą stanowić ponad 50% skonsolidowanych przychodów w Grupie.

Silne wykorzystanie nowych technologii, rozszerzenie działalności o zagranicę, oraz wejście w nowe systemy rozliczeń (m.in. SaaS, PaaS, CPC) sprawią, że w najbliższych latach skalowalne modele technologiczne będą odgrywały wiodącą rolę nie tylko w przychodach, ale przede wszystkim w zyskach Grupy. Do 2020 roku Strategia 2020 zakłada koncentrację Grupy na rozwoju skalowalnych modeli biznesowych adresujących trzy globalne trendy technologiczne: big data, video online i machine learning. Warto wspomnieć, iż w grudniu 2018 Grupa weszła również w perspektywiczny segment marketingu gamingowego poprzez objęcie mniejszościowego pakietu udziałów w największej spółce tego rynku – Gameset Sp. z o.o. Do 2020 roku MEDIACAP przekształci się z wiodącej firmy consultingowej działającej na Polskim rynku marketingowym w firmę technologiczną o międzynarodowym zasięgu.

### Zdrowe podstawy wzrostu

W ciągu ostatnich siedmiu lat MEDIACAP z małej firmy reklamowej zmieniła się w liczącego się gracza w branży marketingu i badań rynku w Polsce. Pomimo niskiej dynamiki rynku reklamy w latach 2010-2018, Grupa, dzięki konsekwentnemu rozwojowi organicznemu i przemysłanej polityce M&A, z wielokrotnością swoje przychody. MEDIACAP obsługuje obecnie ponad 350 klientów z segmentu Enterprise, m.in. Polkomtel, Wirtualna Polska, Aldi, OBI, Maspex, Nestle, General Motors, Pracuj.pl, T-Mobile, Maspex, IKEA i AXA.

### Nadciągająca medialna rewolucja

Według danych PwC, polski rynek reklamy online wzrośnie z 0,3 mld PLN w 2010 do 1,0 mld PLN w 2019, a najszybciej rosnącym segmentem będzie video online z CAGR na poziomie 36%. Intensywny wzrost video online przyspieszy kres telewizji linearnej, co doprowadzi do przesunięcia budżetów reklamowych w jego kierunku. Od kilku lat oglądalność telewizji linearnej konsekwentnie spada, podczas gdy globalna oglądalność YouTube tylko w ciągu ostatnich trzech lat wzrosła aż pięciokrotnie. Już teraz YouTube każdego miesiąca dociera do 16 mln Polaków, a video staje się dominującym formatem komunikacji online. Analitycy spodziewają się podwojenia skali segmentu video online w ciągu najbliższych dwóch lat, do poziomu 0,5 mld PLN. Dalsza cyfryzacja marketingu w naturalny sposób pociągnie za sobą inwestycje w analitykę big data, opartą o machine learning i cloud. To właśnie w te trendy wpisuje się nowa strategia MEDIACAP.

### Wiodące platformy technologiczne

Od 2014 MEDIACAP intensywnie rozwija segment Data obejmujący usługi z zakresu analizy danych, realizacji badań rynku i automatyzacji procesów marketingowych. W segmencie Data, oprócz typowych projektów badawczych, Grupa oferuje także portfolio własnych produktów analitycznych opartych o platformę badawczą Opinie.pl, która w najbliższych latach stanie się jednym z kluczowych obszarów wzrostu MEDIACAP.

Drugą platformą, będącą w centrum uwagi MEDIACAP, jest przejęta w marcu 2017 TalentMedia. TalentMedia to Multichannel Network (MCN), certyfikowany przez YouTube – rosnący gracz w obszarze online video i branded content na polskim rynku. Już w 2018 TalentMedia generować będzie ponad 20% przychodów marketingowych Grupy a dzięki przejęciu w marcu 2019 pakietu kontrolnego w Lifetube, jest już największym graczem w swoim segmencie w całym regionie CEE i największą siecią jednojęzyczną w Europie. Trzecia z platform – Plastream – to zautomatyzowane rozwiązanie do analityki i monetyzacji treści video oparte o rozwiązania cloud i machine learning. Wykorzystanie technologii Plastream umożliwi m.in. łączenie video online z konkretnym produktem i automatyczne przekierowanie konsumenta do wskazanej platformy zakupowej ale również na zautomatyzowanie kas w sieciach handlowych. Plastream będzie oferowany klientom na całym świecie w modelu abonentowym SaaS (Software as a Service).

### d) Działania MEDIACAP SA w związku z sytuacją rynkową

W 2018 działania Zarządu skupiły się na następujących kwestiach:

- Wspieraniu dynamicznego wzrostu TalentMedia – spółki zajmującej się online video wraz z przygotowaniem firmy do konsolidacji rynku. W efekcie, po przejęciu Lifetube, TalentMedia będzie w 2019 największym składnikiem Grupy, z przychodami na poziomie około 60 mln złotych.
- Wsparciu zarządu TalentMedia w zakresie uruchomienia nowatorskiej platformy TalentTube, łączącej marki z małymi twórcami (tzw. long-tail). Dzięki bliskiej współpracy technologicznej w ramach grupy kapitałowej udało się znacząco ograniczyć czas i środki niezbędne na projekt.

- Wsparciu zarządu spółki zależnej IQS w integracji operacyjnej marki BrandSpy oraz rozwinięcia współpracy z partnerami w zakresie handlu danymi w celach optymalizacji działań marketingowych oraz do innych celów poza rynkiem badań. W grudniu 2018 rozpoczął się komercyjny proces sprzedaży produktów BrandSpy.
- Wsparciu spółki zależnej Plastream w dotarciu do potencjalnych klientów i nowych segmentów. Obecnie kluczowym rynkiem do którego skierowana jest oferta tej spółki to rynek retail oraz wydawców i e-commerce.
- Kontynuowaniu realizacji ogłoszonej w Q2 2017 strategii rozwoju na lata 2017-2020, która zakłada skokowy wzrost wyników finansowych dzięki skalowaniu platform technologicznych TalentMedia, Opinie.pl i Plastream.

W 2018 w obszarze prowadzonej działalności zostały podjęte następujące inicjatywy nastawione na wprowadzenie rozwiązań innowacyjnych w przedsiębiorstwie:

- Dalszy rozwój oferty produktów BIG DATA w ramach IQS, w szczególności w oparciu o dane gromadzone w ramach realizowanych badań w internecie (tzw. real-timesurveys) oraz w ramach platformy technologicznej Opinie.pl.
- Dalsza integracji platformy Opinie.pl z zasobami technologicznymi Brand Spy.
- Kontynuowanie integracji platform TalentMedia z ofertą pozostałych spółek Grupy w celu dostarczania wszystkim klientom innowacyjnych rozwiązań marketingowych oraz rozpoczęcie wstępnych prac nad rozwinięciem własnych narzędzi technologicznych.
- Uruchomienie platformy TalentTube łączącej reklamodawców z małymi twórcami internetowymi.
- Rozwój platformy Plastream, służącej do zarządzania i analizowania treści wideo, z wykorzystaniem Cloud Computing i Machine Learning, w oparciu o strategiczną współpracę z Microsoft i technologię Azure.
- Rozwój platformy NEX w ramach segmentu Marketing, wspierającego i automatyzującego procesy zarządcze i raportowe.
- Rozwój platformy Feedback w ramach segmentu IQS, automatyzującego zbieranie procesów oceny przez klientów jakości realizowanych usług.
- Kontynuacja prac nad możliwością rozbudowy zaplecza technologicznego w ramach Grupy S/F czyli spółek MEDIACAP SA odpowiedzialnych za usługi konsultingowe w segmencie Marketing. Celem takiej inicjatywy byłoby umożliwienie świadczenia usług optymalizacji targetowania działań w internecie dla obecnych i przyszłych klientów w grupie.

## e) Polityka różnorodności, zasoby ludzkie oraz polityka wynagrodzeń Spółki

### Polityka różnorodności

Zarząd Mediacap SA dokłada starań, aby zapewnić różnorodność pod względem płci, kierunku wykształcenia, wieku, doświadczenia zawodowego w składzie władz spółki oraz jej kluczowych menedżerów, ponieważ docenia wpływ polityki różnorodności doboru kadry kierowniczej na budowanie pozycji spółki oraz jej rozwój gospodarczy. Szeroki zakres działalności spółki wymaga doboru zróżnicowanej kadry, specjalistów z różnych dziedzin, którzy swoją wiedzą i doświadczeniem mogą wspierać bieżącą działalność i wyznaczać nowe kierunki rozwoju.

Zróznicowany dobór kadry pozwala spółce rozwijać się w różnych dziedzinach gospodarki, w szczególności w różnych dziedzinach marketingu, badań rynku i nowych mediach. MEDIACAP SA stawia nie tylko na doświadczenie, ale także na kreatywność, wierząc że dając równe szanse pracownikom, wpływa na pozytywny rozwój całej spółki.

Dobór kluczowych pracowników odbywa się na podstawie obiektywnych kryteriów merytorycznych, w poszanowaniu dla różnorodności. Spółka daje równe szanse rozwoju zawodowego i awansu zawodowego.

### Zasoby Ludzkie

W 2018 roku w Grupie MEDIACAP zatrudnione były średnio 107 osoby.

	Skonsolidowane	
	01.01.2018- 31.12.2018	01.01.2017- 31.12.2017
Średnia liczba zatrudnionych w przeliczeniu na pełne etaty	107	83
Płeć		
- kobiety	69%	66%
- mężczyźni	31%	34%
wykształcenie		
- średnie	11%	2%
- wyższe	89%	98%

### Opis polityki wynagrodzeń Spółki

W związku z profilem działalności Grupy, kluczowymi celami polityki wynagrodzeń Spółki są:

- powiązanie łącznego budżetu na wynagrodzenia z wynikami sprzedaży i zyskami spółek grupy
- maksymalne motywowanie pracowników do realizowania celów finansowych podmiotów w ramach których pracują
- przyciąganie i retencja kapitału ludzkiego dzięki atrakcyjnym warunkom wobec średnich rynkowych
- dopasowanie szczegółowej polityki wynagrodzeń do profilu działalności konkretnych spółki czy wydziałów

W konsekwencji Grupa posiada różne modele wynagrodzeń w poszczególnych swoich wydziałach i spółkach zależnych:

- W segmencie reklama i digital przyjęty jest model wynagradzania bazujący na stałym wynagrodzeniu uzupełnionym o premie uzależnione od osiągniętych wyników przyznawane Ad Hoc kluczowym pracownikom. Warunki przyznawania premii są ustalane co roku w oparciu o zatwierdzony budżet przez zarząd MEDIACAP SA.
- W segmencie data znaczna część wynagrodzenia jest zmienna, uzależniona od realizowanej sprzedaży przez poszczególnych członków zespołu. W tym wypadku premie także są uzależnione od osiągniętych wyników, a ich łączna wartość szacowana jest z góry w ramach rocznego budżetu zatwierdzonego przez zarząd MEDIACAP SA.

3. W większości spółek zależnych MEDIACAP SA członkowie zarządu są również udziałowcami prowadzonych przez siebie podmiotów - co przyczynia się do ich lojalności i skupieniu na długofalowym wzroście wartości. Celem spółki jest aby wszyscy członkowie zarządu docelowo byli bezpośrednio powiązani kapitałowo z prowadzonymi przez siebie podmiotami lub posiadali modele premiowe tworzące takie powiązanie.

W roku 2018 nie nastąpiła zmiana w polityce wynagradzania ale celem Grupy jest dalsze uelastycznianie systemów wynagradzania. W 2019 Grupa kontynuować będzie więc prace nad zwiększeniem stopnia uzależnienia wynagrodzenia od wyników.

#### f) Społeczna odpowiedzialność biznesu

W MEDIACAP SA mocno wierzymy w to, że na przedsiębiorcach spoczywa istotna odpowiedzialność za pomyślność naszego świata. Dlatego spółka od wielu lat angażuje się w szereg inicjatyw o charakterze pro publico bono. Wspieramy między innymi:

**Międzynarodowy Dzień Godności:** światową inicjatywę na rzecz uczenia dzieci poszanowania godności człowieka pod patronatem JW Księcia Haakona, następcy tronu Królestwa Norwegii. Dzięki naszej pomocy już kilka tysięcy uczniów w Polsce uczestniczyło w tzw. Lekcjach Godności. Projekt ten prowadzony jest przez dedykowaną osobę w ramach Grupy, dzięki czemu udało nam się w 2018 m.in przeprowadzić ilościowe badania wśród gimnazjalistów na temat zjawiska hejtu w internecie, zorganizować lekcje godności w ponad 100 gimnazjach (pod patronatem Rzecznika Praw Dziecka), z zaangażowaniem osób publicznych.

Więcej informacji dostępnych jest na [www.dziengodnosci.pl](http://www.dziengodnosci.pl)

**Stypendium z Wyboru:** polski program, który pozwala młodym ludziom uzyskać dofinansowanie na realizację swoich planów rozwoju osobistego. Jesteśmy jego partnerem od pierwszej edycji. Więcej na [www.stypendiumzwyboru.pl](http://www.stypendiumzwyboru.pl)

**Program Kariera:** projekt realizowany pod egidą Polskiej Rady Biznesu. Jest jednym z najbardziej jakościowych programów stażowych w Polsce. Co roku w szeregach spółek Grupy MEDIACAP wspieramy rozwój zawodowy stażystów. W przebieg stażu jest bezpośrednio zaangażowany Prezes Zarządu Spółki, podobnie jak w warsztaty edukacyjne dla laureatów programu.

Więcej na [www.programkariera.pl](http://www.programkariera.pl)

#### g) Nagrody

Scholz & Friends Warszawa Sp. z o.o.

Srebrne Effie 2018 w kategorii Motoryzacja za współrealizację z agencją Carat Polska kampanii Człowiek, który widział nową Insignię.

The Digitalis Sp. Z o.o.

Brązowe Effie 2018 w kategorii Smart budget za współrealizację z agencją Value Media kampanii AXA IKZE (Indywidualne Konto Zabezpieczenia Emerytalnego AXA)

## h) Główni konkurenci Grupy MEDIACAP

Znaczące uzależnienie od kapitału ludzkiego i stosunkowo niska kapitałochłonność wobec powolnie rosnącego sprawiają, że utrzymuje się silna konkurencja rynkowa. Na rynku ścierają się dodatkowo dwa przeciwne trendy: większe firmy poszukują korzyści skali poprzez konsolidację, ale równolegle pojawiają się małe firmy, zakładane przez grupy doświadczonych byłych pracowników dużych firm, które starają się znaleźć dla siebie nisze rynkowe – często w obrębie branż i marek klientów, dla których ich zespoły wcześniej pracowały. Większość tych podmiotów ostatecznie znika z rynku (również poprzez włączenie do większych grup) ale w ich miejsce powstają nowe. Lista największych graczy rynku marketingowego pozostaje jednak stosunkowo stała. Znaczące uzależnienie od kapitału ludzkiego i stosunkowo niska kapitałochłonność wobec powolnie rosnącego rynku (który w latach 2009-2013 zmalał) sprawiają, że utrzymuje się silna konkurencja rynkowa. Na rynku ścierają się dodatkowo dwa przeciwne trendy: większe firmy poszukują korzyści skali poprzez konsolidację, ale równolegle pojawiają się małe firmy, zakładane przez grupy doświadczonych byłych pracowników dużych firm, które starają się znaleźć dla siebie nisze rynkowe – często w obrębie branż i marek klientów, dla których ich zespoły wcześniej pracowały. Większość tych podmiotów ostatecznie znika z rynku (również poprzez włączenie do większych grup) ale w ich miejsce powstają nowe. Lista największych graczy rynku marketingowego pozostaje jednak stosunkowo stała.

### Międzynarodowa konkurencja Grupy Kapitałowej MEDIACAP

Nazwa konkurenta	Skrócony opis
WPP plc	<p>WPP plc („WPP”) jest międzynarodową grupą marketingową z siedzibą w Londynie. Jest największą światową firmą reklamową według przychodów (ponad 15 miliardów GBP w 2017) i posiada biura na terenie 110 państw. Należy do niej szereg wiodących marek rynku marketingowego, między innymi: GroupM, MEC, Mindshare, Maxus, MediaCom, Millward Brown, Grey, Burson-Marsteller, Hill &amp; Knowlton, JWT, Ogilvy Group, TNS, Young &amp; Rubicam czy Cohn &amp; Wolfe. WPP jest notowana na London Stock Exchange i jest częścią FTSE 100 Index. Jest również notowana na rynku NASDAQ.</p> <p>Według szacunków Emitenta grupa jest największym graczem na polskim rynku zarówno w segmencie mediowym jak i contentowym. Dla MEDIACAP stanowi konkurencję w obu segmentach: Marketing i Data, a zarazem jest partnerem w ramach Scholz &amp; Friends Warszawa Group. Sp. z o.o., w której pośrednio posiada 25%. Spółka jest aktywnym graczem w zakresie przejęć. W ostatnich latach przejęła takie polskie marki jak: Lemon Sky, SMG/KRC, OBOP, Heureka.</p>
Publicis Groupe SA	<p>Publicis Groupe („Publicis”) jest międzynarodową grupą marketingową z siedzibą w Paryżu. Stanowi jedną z największych grup reklamowych świata z przychodami na poziomie ponad 9,7 miliarda EUR w 2016 roku i obecnością na terenie 108 państw. Należy do niej szereg wiodących marek rynku marketingowego, między innymi: Publicis Worldwide, Saatchi &amp; Saatchi, Leo Burnett, ZenithOptimedia, StarcomMediavest Group, MSLGROUP. Publicis jest notowana na rynku Euronext. Według szacunków MEDIACAP grupa jest drugim największym graczem na polskim rynku marketingowym. Dla MEDIACAP stanowi konkurencję w segmencie Marketing. Spółka jest aktywnym graczem w zakresie przejęć. W ostatnich latach przejęła m.in. takie marki jak Interactive Solutions czy Ciszewski PR.</p>
Omnicom Group, inc	<p>Omnicom Group, Inc. („Omnicom”) jest amerykańskim holdingiem marketingowym z siedzibą w Nowym Jorku. Grupa działa w ponad 100 krajach, a jej przychody w 2017 roku wyniosły 15,4 miliarda USD. Należą do niej takie marki jak: BBDO, DDB Worldwide, TBWA Worldwide i Omnicom Media Group. Jest notowana na New York Stock Exchange i stanowi część indeksu S&amp;P 500.</p>

	W Polsce należy według szacunków MEDIACAP do grona trzech największych graczy rynkowych i jest kluczowym konkurentem MEDIACAP w segmencie Marketing.
Interpublic Group of Companies, Inc	<p>Interpublic Group of Companies, Inc („IPG”) jest amerykańskim holdingiem marketingowym z siedzibą w Nowym Jorku. Grupa działa w ponad 100 krajach, a jej przychody w 2015 roku wyniosły 7,6 miliarda USD. Należą do niej takie marki jak: FCB (Foote, Cone &amp; Belding), Initiative, Jack Morton Worldwide, Lowe and Partners, McCann i Weber Shandwick. Jest notowana na New York Stock Exchange.</p> <p>W Polsce należy według szacunków MEDIACAP do grona sześciu największych graczy rynkowych i jest kluczowym konkurentem MEDIACAP w segmencie Marketing. Grupa nie dokonała znaczących przejęć w ostatnich latach na polskim rynku.</p>
Dentsu Aegis Network Ltd.	<p>Wiodący międzynarodowy holding reklamowy, należący w całości do światowego potentata mediowego Dentsu. Spółki grupy działają w 145 krajach i przyniosły w 2014 roku łącznie 5,7 miliarda GBP przychodów. Do jego marek należą między innymi takie firmy jak: Carat, Dentsu Media, iProspect, Isobar, Posterscope czy Vizeum.</p> <p>W Polsce należy według szacunków MEDIACAP do grona sześciu największych graczy rynkowych i jest kluczowym konkurentem MEDIACAP w segmencie Marketing. Grupa przejęła w ostatnim czasie publicznie notowaną polską spółkę Socializer SA.</p>
Havas SA	<p>Międzynarodowy holding reklamowy z siedzibą w Paryżu. Spółki grupy działają w ponad 100 krajach i wygenerowały w 2014 roku 2,1 miliarda EUR. Do jego marek należą takie firmy jak: Havas, Havas Media, Arnold Worldwide, Havas Sports &amp; Entertainment czy Arena Media. Spółka jest notowana na rynku Euronext.</p> <p>W Polsce należy według szacunków MEDIACAP do grona sześciu największych graczy rynkowych i jest kluczowym konkurentem MEDIACAP SA w segmencie Marketing. Grupa nie dokonała znaczących przejęć w Polsce w ostatnich latach.</p>

Równocześnie, do konkurentów Grupy Kapitałowej zalicza się spółki obecne na rynku regulowanym GPW w Warszawie, których znaczna część przychodów generowana jest z usług marketingowych. Należy jednak pamiętać, że żaden z tych podmiotów w swojej strategii, czy strukturze nie jest obecnie porównywalny w istotny sposób do Grupy MEDIACAP. Do tej grupy podmiotów zalicza się: K2 Internet SA, LARQ SA, SARE SA i Internet Media Services SA.

Krajowi konkurenci Grupy Kapitałowej MEDIACAP notowani na rynku regulowanym (GPW w Warszawie)

Nazwa konkurenta	Skrócony opis
K2 internet SA	Notowana na GPW grupa świadcząca usługi z zakresu technologii, reklamy i marketingu online (w tym zakupu czasu i przestrzeni w mediach). Spółka jest konkurentem MEDIACAP w segmencie Marketing. Znaczącą część jej przychodów pochodzi jednak z działalności niezwiązanej z rynkiem marketingowym.
LARQ SA	Notowana na GPW grupa świadcząca usługi z zakresu reklamy i niestandardowej reklamy zewnętrznej. Spółka jest konkurentem MEDIACAP w segmencie Reklama jednak przyjęta przez nią strategia inwestycji we własne media, systemy rowerów miejskich i narzędzia pomiaru sprawia, że jej działalność pokrywa się coraz mniej z grupą.
SARE SA	Notowana na GPW. Przedmiotem działalności Spółki jest tworzenie i rozwijanie rozwiązań IT w obszarze komunikacji i marketingu. e-mail marketingu, wsparcia sprzedaży i komunikacji.
Internet Media Services SA	Notowana na GPW spółka świadcząca usługi z zakresu marketing sensorycznego czyli takiego które w miejscach sprzedaży oddziałuje na zmysły: węch, wzrok i słuch.



Choć spółka działa w segmencie pokrewnym do MEDIACAP to charakter świadczonych przez nie usługi (skierowana do działów sprzedaży bardziej niż marketingu) sprawia, że nie jest istotnym konkurentem MEDIACAP pomimo istotnych przychodów i zysków.

### Przewagi konkurencyjne Grupy

Grupa MEDIACAP charakteryzuje się trzema kluczowymi przewagami:

#### Przewaga w zakresie działalności organicznej

Kluczowym wyróżnikiem MEDIACAP jest to, że posiada bazę kosztową i elastyczność działania porównywalną do lokalnych konkurentów, a zarazem w przeciwieństwie do nich, dzięki statusowi spółki publicznej i posiadaniu ugruntowanych marek z rynku marketingowego jest dla kluczowych klientów polskiego rynku marketingowego równie wiarygodnym partnerem jak holdingi. Podobnie jak w usługach prawniczych, na rynku marketingowym wiarygodność jest kluczowym czynnikiem pozyskiwania klientów i barierą wejścia, natomiast elastyczność jest niezbędna do ich rentownej i trwałej obsługi.

#### Przewaga w zakresie przejęć

Na rynku M&A kluczowym wyróżnikiem MEDIACAP jest fakt, iż dzięki odpowiedniej wielkości i giełdowemu charakterowi posiada niezbędne zasoby (w tym dostęp do kapitału), które pozwalają jej na prowadzenie aktywnej strategii przejęć. Takie zasoby są niedostępne dla ogromnej większości krajowych podmiotów i tradycyjnie ta przewaga jest zarezerwowana dla holdingów międzynarodowych.

W stosunku do międzynarodowych holdingów kluczową przewagą MEDIACAP jest szybkość i prostota procesów decyzyjnych, które skoncentrowane są w rękach Zarządu. Konkurenci międzynarodowi, z powodu złożonej struktury organizacyjnej muszą uzyskiwać potwierdzenie decyzji ze strony centrali regionalnych i światowych co sprawia, że wszelkie procesy akwizycyjne, w które są zaangażowani, są zdecydowanie wolniejsze i bardziej skomplikowane. Ten fakt sprawia, iż MEDIACAP jest dla partnerów szybszym i bardziej przewidywalnym, a zarazem elastycznym partnerem.

#### Przewagi w zakresie zarządzania

W przeciwieństwie do holdingów międzynarodowych działalność większości spółek MEDIACAP jest koordynowana w Polsce. Dzięki temu możliwe jest aktywniejsze generowanie synergii pomiędzy podmiotami oraz szybsze reagowanie kadry zarządzającej na zmiany w sytuacji rynkowej oraz szczególne okazje na rynku przejąć.

## 16. Istotne wydarzenia

a) Wydarzenia wpływające na działalność w 2018

### **25 stycznia 2018 - Dokapitalizowanie i zwiększenie udziałów w Plastream do 63,57% poprzez objęcie udziałów uprzywilejowanych.**

Zarząd spółki pod firmą MEDIACAP S.A. zdecydował o dokapitalizowaniu Spółki zależnej Plastream Sp. z o.o., zawarciu z jej kluczowymi współpracownikami umowy inwestycyjnej oraz ustanowieniu programu motywacyjnego. W ramach realizacji strategii 2020\_RB 18/2017 z 24 maja 2017, Spółka zależna wdrożyła testową wersję modułu Plastream Fashion dla kilku wiodących wydawców internetowych, m.in. Agory, WP, Allegro. Potrzeby inwestycyjne to między innymi rozwój kolejnych modułów związanych z detekcją twarzy i emocji oraz nakłady związane z planem akwizycji klientów w regionie EMEA. W dniu 25 stycznia 2018 r. MEDIACAP zawarł ze Spółką zależną oraz członkami jej zarządu, Panem Bartoszem Aninowskim, będącym jednocześnie



wspólnikiem Spółki zależnej oraz Panem Rafałem Wyderką umowę inwestycyjną dalej: "Umowa inwestycyjna".

W Umowie inwestycyjnej Strony postanowiły m.in. o:

- 1 Podwyższeniu kapitału zakładowego Spółki zależnej, o czym mowa poniżej,
- 2 Warunkach dalszego podwyższenia kapitału zakładowego,
- 3 Przeznaczeniu środków uzyskanych z czynności, o której mowa w pkt 1,
- 4 Zasadach rozporządzania udziałami Spółki zależnej,
- 5 Wdrożeniu w Spółce zależnej programu motywacyjnego dla kluczowych pracowników lub współpracowników. W tym samym dniu dokonano podwyższenia kapitału zakładowego Spółki zależnej o kwotę 20.900 zł, tj. do kwoty 75.900 zł. 404 udziały w podwyższonym kapitale zakładowym Spółki objął MEDIACAP w zamian za wkład pieniężny w wysokości 1.499.999,48 zł. Natomiast pozostałych 14 udziałów objął członek zarządu Spółki zależnej, Pan Rafał Wyderka, za wkład pieniężny w wysokości 51.980,18 zł. Cena za jeden udział wyniosła 3.712,87 zł. Nadwyżka ponad wartość nominalną obejmowanych udziałów w łącznej kwocie 1.531.079,66 zł (jeden milion pięćset trzydzieści jeden tysięcy siedemdziesiąt dziewięć złotych 66/100) przelana została na kapitał zapasowy Spółki.

Nowoutworzone udziały w podwyższonym kapitale zakładowym będą udziałami uprzywilejowanymi w ten sposób, że w przypadku:

- i. likwidacji Spółki lub
- ii. sprzedaży 100% udziałów Spółki zależnej na rzecz osoby trzeciej, ustalono pomiędzy wspólnikami następujące zasady podziału majątku pochodzącego z likwidacji Spółki albo kwoty przeznaczonej przez nabywcę na nabycie wszystkich udziałów w Spółce zależnej w wyniku ich sprzedaży lub innych transakcji przeprowadzonych na udziałach Spółki zależnej:
  - a) w pierwszej kolejności zostaną zaspokojeni wspólnicy posiadający nowoutworzone udziały, w kwocie odpowiadającej wartości wkładów na kapitał zakładowy i zapasowy Spółki z tytułu objęcia tych udziałów; jeżeli środki pochodzące z majątku z likwidacji Spółki albo z kwoty przeznaczonej przez nabywcę na nabycie wszystkich udziałów w Spółce zależnej nie wystarczą na zaspokojenie w całości wspólników posiadających nowoutworzone udziały, zgodnie z założeniem, o którym mowa powyżej, kwota ta zostanie podzielona pomiędzy wspólników posiadających te udziały proporcjonalnie do posiadanych przez nich udziałów w kapitale zakładowym Spółki zależnej;
  - b) w drugiej kolejności – jeżeli pozostaną środki po realizacji wypłat o których mowa w punkcie a) powyżej zaspokojeni zostaną wszyscy wspólnicy Spółki zależnej według proporcji udziałów posiadanych przez każdego z nich w kapitale zakładowym. MEDIACAP posiadał 561 udziałów w kapitale zakładowym Spółki zależnej, co stanowi 51% kapitału zakładowego, natomiast po zarejestrowaniu podwyższenia kapitału zakładowego Spółki zależnej MEDIACAP będzie posiadał 965 udziałów w kapitale zakładowym Spółki zależnej 63,57%, o łącznej wartości nominalnej 48.250 zł.

Ponadto w ramach realizacji postanowień Umowy inwestycyjnej w dniu 25 stycznia 2018 r. MEDIACAP oraz Spółka zależna zawarły z Panem Bartoszem Aninowskim oraz Panem Rafałem Wyderką umowy w ramach programu motywacyjnego (dalej: "Umowy ESOP"), wprowadzonego przez Zarząd Spółki zależnej i zatwierdzonego przez Zgromadzenie Wspólników Spółki zależnej. W ramach Umów ESOP Pan Bartosz Aninowski i Pan Rafał Wyderka (dalej: "Uprawnieni") mogą nabyć prawo do objęcia po 56 udziałów w Spółce zależnej w ten sposób, że za rok 2018 mogą nabyć prawo do objęcia 32 udziałów, a za rok 2019 prawo do objęcia 24 udziałów w kapitale zakładowym Spółki zależnej, po ziszczeniu się kryteriów określonych w Umowie inwestycyjnej i

Umowach ESOP. Umowy ESOP przewidują także możliwość rozliczenia pieniężnego zamiast uprawnienia do objęcia udziałów w Spółce zależnej.

Dodatkowo Umowa inwestycyjna przewiduje możliwość nabycia prawa do objęcia 49 udziałów w kapitale zakładowym Spółki zależnej przez innych kluczowych pracowników lub współpracowników Spółki zależnej w ramach programu motywacyjnego, po ziszczeniu się kryteriów, o których mowa powyżej.

### **13 lutego 2018- Rejestracja przez Sąd rejestrowy połączenia spółek zależnych**

W dniu 13 lutego 2018 Zarząd MEDIACAP powziął informację, że Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie w dniu 29 marca 2018 r. dokonał wpisu do rejestru przedsiębiorców połączenia spółek zależnych od MEDIACAP: IQS sp. z o.o. oraz IQS Data sp. z o.o.

Połączenie nastąpiło poprzez przeniesienie na IQS sp. z o.o. - jako jedynego wspólnika IQS Data sp. z o.o., całego majątku IQS Data sp. z o.o. w drodze sukcesji uniwersalnej oraz rozwiązanie IQS Data sp. z o.o. bez przeprowadzania jej likwidacji zgodnie z postanowieniami art. 492 § 1 pkt. 1 k.s.h. Zgodnie z art. 515 § 1 k.s.h. połączenie nastąpiło bez podwyższania kapitału zakładowego IQS sp. z o.o.

### **27 lutego 2018- Rozpoczęcie współpracy z OBI przez spółkę zależną Talentmedia sp. z o.o.**

Rozpoczęcie współpracy z OBI Centrala Systemowa sp. z o.o. oraz Superhobby Market Budowlany sp. z o.o. przez TalentMedia sp. z o.o. w zakresie przygotowania, realizacji i obsługi kampanii marketingowej marki OBI oraz asortymentu dostępnego w marketach Klienta.

W dniu 23 kwietnia 2018r została zawarta Umowa na czas określony do 31 grudnia 2018.

### **7 marca 2018- Zawarcie porozumienia z klientem z branży FinTech przez spółkę zależną Scholz & Friends Warszawa sp. z o.o.**

Podpisanie przez Scholz & Friends Warszawa sp. z o.o. porozumienia z klientem z branży FinTech określającego zasady przyszłej współpracy stron. Intencją Stron było nawiązanie współpracy w zakresie świadczenia usług reklamowych przez Scholz&Friends na rzecz Klienta. Porozumienie obejmowało najistotniejsze postanowienia dotyczące przyszłej współpracy Stron. Według postanowień Porozumienia Umowa miała być zawarta na czas określony 3 lat z możliwością jej rozwiązania wyłącznie w przypadkach określonych w Umowie. Strony niezwłocznie po podpisaniu Porozumienia rozpoczną współpracę w zakresie nim objętym, a także przystąpią do negocjowania postanowień umowy o współpracy.

### **23 kwietnia 2018- Zawarcie istotnej umowy z ALDI Sp. z o.o. przez spółkę zależną Scholz & Friends Warszawa sp. z o.o.**

Spółka Scholz & Friends Warszawa z o.o. zawarła umowę na świadczenie usług promujących ALDI Sp. z o.o. Umowa została zawarta na czas określony, do dnia 31 grudnia 2019 r., z możliwością jej rozwiązania wyłącznie w przypadkach określonych w Umowie. Postanowienia umowne nie odbiegają od powszechnie stosowanych dla danego typu.

## 9 maja 2019- Zlecenia o znacznej wartości

Spółka zależna w segmencie marketingowym otrzymała zlecenia na świadczenie usług reklamowych od klienta z branży FMCG o znacznej wartości tj. planowany skumulowany przychód, ze wskazanych zleceń, ma przekroczyć 3% wartości przychodów ze sprzedaży określonych w opublikowanym skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym za rok poprzedni.

## 13 czerwca 2019- MCP Publica sp. z o.o.: zmiana nazwy na Booost sp. z o.o., wejście w obszar działalności big data i performance marketing oraz zmiany w strukturze udziałowej

Spółka zależna, MCP Publica sp. z o.o. weszła w nowy obszar działalności i w związku z tym MEDIACAP zdecydował o przeniesieniu własności udziałów Spółki zależnej na The Digitals sp. z o.o. Spółka zaczęła prowadzić działalność pod firmą Booost sp. z o.o. w zakresie produktów i usług big data oraz performance marketing.

Została przez MEDIACAP zawarta umowa inwestycyjna z The Digitals sp. z o.o., Panią Łucją Gdala, Panem Sławomirem Kornickim oraz Spółką zależną. W Umowie Strony postanowiły m.in. o:

1. Sprzedaży przez MEDIACAP udziałów w MCP Publica sp. z o.o. spółce The Digitals sp. z o.o., Pani Łucji Gdala oraz Panu Sławomirowi Kornickiemu
2. Dokonaniu zmian umowy Spółki zależnej,
3. Ustaleniu warunków udzielenia pożyczki Spółce zależnej oraz przeznaczeniu tych środków,
4. Zasadach rozporządzania udziałami Spółki zależnej.

W tym samym dniu MEDIACAP zbył 100% udziałów w Spółce zależnej, w ten sposób, że The Digitals sp. z o.o. nabyła 1.300 udziałów Spółki zależnej, a Pani Łucja Gdala i Pan Sławomir Kornicki nabyli po 350 udziałów Spółki zależnej, za cenę nominalną.

Jednocześnie dokonano zmian umowy Spółki zależnej oraz zmian w zarządzie. Z funkcji członka zarządu Spółki zależnej odwołana została Pani Anna Korsak, natomiast Pani Łucja Gdala i Pan Sławomir Kornicki zostali powołani na stanowiska Członków Zarządu.

## 29 czerwca 2018- Zawarcie aneksu do umowy inwestycyjnej dotyczącej inwestycji w TalentMedia sp. z o.o. Ustanowienie programu motywacyjnego.

Spółka MEDIACAP SA podpisała aneks do umowy inwestycyjnej z dnia 8 marca 2017 w ramach którego Strony postanowiły o wdrożeniu w TalentMedia Sp. z o.o. programu motywacyjnego skierowanego do kluczowych pracowników lub współpracowników.

Program Motywacyjny polega na przyznaniu jego uczestnikom prawa do objęcia nie więcej niż 75 udziałów motywacyjnych, z wyłączeniem prawa pierwszeństwa dotychczasowych wspólników. Udziały motywacyjne będą miały postać fantomową, co oznacza, że będą uprawniały wyłącznie do określonych świadczeń pieniężnych od Spółki zależnej, wskazanych w Regulaminie. Z prawem do objęcia udziałów motywacyjnych nie wiąże się prawo objęcia jakichkolwiek udziałów w kapitale zakładowym Spółki zależnej ani prawo do jakichkolwiek głosów na jej zgromadzeniu wspólników. Dla potrzeb ustalenia uprawnień wynikających z posiadania przez uprawnionych udziałów motywacyjnych, całość udziałów motywacyjnych w liczbie 75 stanowiłaby 2,7% procenta, jaki udziały motywacyjne stanowiłyby w kapitale zakładowym Spółki zależnej, gdyby były udziałami w jej kapitale zakładowym.

Program Motywacyjny będzie realizowany w latach 2018 – 2020. Prawo do objęcia udziałów motywacyjnych za każdy rok obrotowy trwania Programu Motywacyjnego przez każdego z uprawnionych powstaje każdorazowo pod warunkiem osiągnięcia przez Spółkę zależną

skonsolidowanych przychodów z działalności operacyjnej oraz skonsolidowanego wyniku zysku brutto na poziomach określonych w Regulaminie dla każdego z lat obrotowych.

Celem Programu Motywacyjnego jest stworzenie dodatkowych bodźców, które zmotywują kluczowych pracowników lub współpracowników Spółki zależnej do osiągnięcia określonych wyników finansowych, wynikających z nowej strategii rozwoju MEDIACAP, opublikowanej w raporcie nr 18/2017 z dnia 24 maja 2017 r.

#### **5 października 2018- Porozumienie w sprawie rozwiązania umowy na wyłączność z Polsat Media**

W dniu 5 października 2018 r. spółka TalentMedia sp. z o.o. rozwiązała za porozumieniem stron wyłączną umowę pozyskiwania reklam do kanałów TalentMedia z Polsat Media Biuro Reklamy spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp.k. Zarząd planuje, że kolejne umowy pozyskania reklam do kanałów TalentMedia będą miały charakter niewyłączny.

#### **20 grudnia 2018- Inwestycja MEDIACAP SA w spółkę gamingową**

20 grudnia 2018 MEDIACAP SA zawarł ze spółką Gameset sp. z o.o. oraz udziałowcami Spółki, umowę inwestycyjną dotyczącą inwestycji MEDIACAP w Spółce, która pozwoli MEDIACAP na osiągnięcie 27,8% udziału w kapitale zakładowym Gameset oraz ogólnej liczbie głosów na zgromadzeniu wspólników Gameset.

Gameset prowadzi działalność polegającą na marketingu gamingowym (działalność reklamowa i promocyjna dotycząca gier komputerowych lub z wykorzystaniem gier komputerowych).

W przypadku osiągnięcia przez Gameset wyników w 2019 r. istotnie niższych od zakładanych w jej planie finansowym, Umowa Inwestycyjna przewiduje możliwość objęcia przez MEDIACAP dodatkowych udziałów, które pozwolą jej na osiągnięcie poziomu 33,6% udziału w kapitale zakładowym Gameset oraz ogólnej liczbie głosów na zgromadzeniu wspólników Gameset. W wykonaniu Umowy Inwestycyjnej MEDIACAP objął 60 nowoutworzonych udziałów w podwyższonym kapitale zakładowym Gameset, w zamian za wkład pieniężny w wysokości 1,8 mln zł. Z chwilą ich rejestracji, nowoutworzone udziały pozwoliły MEDIACAP na uzyskanie udziału 19,1% w kapitale zakładowym Gameset i ogólnej liczby głosów na jej zgromadzeniach wspólników. Osiągnięcie docelowego udziału 27,8% w Gameset nastąpi po zatwierdzeniu sprawozdania finansowego Spółki za rok 2018 r. i umorzeniu udziałów jednego z dotychczasowych wspólników, bez obniżenia kapitału zakładowego.

b) Wydarzenia wpływające na działalność po 31.12.2018

#### **27 lutego 2019- Zawarcie aneksów do istotnych umów o świadczenie usług dla klienta z branży usługowej**

Scholz & Friends Warszawa sp. z o.o. zawarła aneks do umowy o współpracy w zakresie reklamy z podmiotem z branży usługowej. Aneksem Strony zmieniły m.in.

- i przedmiot umowy,
- ii wysokość wynagrodzenia oraz
- iii czas trwania umowy.

W tym samym dniu, Spółka zawarła także aneks do umowy z Klientem i jego spółką powiązaną. Aneksem Strony zmieniły m.in.

- i przedmiot umowy oraz
- ii czas trwania umowy.

Oba aneksy przedłużają współpracę do dnia 31 grudnia 2019. Postanowienia umowne, wprowadzone aneksami, nie odbiegają od powszechnie stosowanych dla danego typu. Wartość obu umów w okresie ich trwania przekracza 3% wartości przychodów ze sprzedaży określonych w opublikowanym skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym za rok poprzedni.

## 17. Opis podstawowych zagrożeń i ryzyk

### CZYNNIKI ZWIĄZANE Z DZIAŁALNOŚCIĄ GRUPY KAPITAŁOWEJ MEDIACAP

Podejmując decyzję inwestycyjną dotyczącą instrumentów finansowych, Inwestor powinien rozważyć ryzyka dotyczące działalności Grupy i rynku na którym ona funkcjonuje. Opisane poniżej czynniki ryzyka nie stanowią zamkniętej listy i nie powinny być w ten sposób postrzegane. Są one najważniejszymi z punktu widzenia Grupy Kapitałowej MEDIACAP elementami, które powinno się rozważyć przed podjęciem decyzji inwestycyjnej. Należy być świadomym, że ze względu na złożoność i zmienność warunków działalności gospodarczej również inne czynniki mogą wpływać na działalność Grupy Kapitałowej MEDIACAP. Inwestor powinien rozumieć, że zrealizowanie ryzyk związanych z działalnością Grupy Kapitałowej MEDIACAP może mieć negatywny wpływ na jej sytuację finansową czy pozycję rynkową i może skutkować utratą części lub całości zainwestowanego kapitału. Przedstawiając czynniki ryzyka w poniższej kolejności, MEDIACAP nie kierował się prawdopodobieństwem ich zaistnienia, ani oceną ich ważności. Każdy z wymienionych poniżej czynników ryzyka może mieć istotny negatywny wpływ na prowadzoną przez Grupę działalność, sytuację finansową oraz perspektywy rozwoju Grupy.

#### 1.1. Ryzyko związane z niepowodzeniem strategii

Ze względu na cele strategiczne Grupa Kapitałowa MEDIACAP identyfikuje następujące czynniki ryzyka:

##### Ryzyko związane z pozyskiwaniem kontraktów

Istnieje ryzyko, że w kolejnych latach Grupa Kapitałowa MEDIACAP może nie być w stanie pozyskać takiej ilości kontraktów, która gwarantowałaby jej poziom przychodów umożliwiający kontynuację dynamicznego rozwoju organicznego, co może negatywnie wpłynąć na wyniki finansowe i sytuację ekonomiczną Grupy Kapitałowej. Ryzyko to jest związane również z niskimi barierami wejścia i atrakcyjnością rynku usług marketingowych, który przyciąga potencjalnych konkurentów. Duży wpływ na ten aspekt będzie miała również koniunktura gospodarcza w kraju.

##### Ryzyko związane z oferowaniem i świadczeniem nowych typów usług

Rozpoczęcie oferowania i świadczenia nowych typów usług, nawet jeśli ich specyfika jest zbliżona do specyfiki usług aktualnie świadczonych przez Grupę Kapitałową, wiąże się z ryzykiem, iż obecne doświadczenie Grupy Kapitałowej okaże się niewystarczające dla należytego wykonywania usług w nowych obszarach działalności. Ewentualne problemy z należytym wykonywaniem usług dotyczących planowanych nowych obszarów działalności Grupy Kapitałowej mogłyby zaszkodzić rynkowemu wizerunkowi Grupy Kapitałowej oraz narazić ją na koszty związane z odszkodowaniami płaconymi na rzecz odbiorców, a tym samym negatywnie wpłynąć na rentowność Grupy Kapitałowej. Istnieje także ryzyko, iż działalność w nowych obszarach może okazać się mniej rentowna, niż dotychczasowa działalność Grupy Kapitałowej, zwłaszcza przy mniejszej (początkowo) skali działalności w nowych obszarach.

##### Ryzyko związane z akwizycjami

Nabywanie udziałów lub akcji innych podmiotów wiąże się z ryzykiem, iż rzeczywista sytuacja finansowa oraz perspektywy rozwojowe tych podmiotów mogą się okazać istotnie gorsze, niż to wynikało z ich oceny dokonanej przed akwizycją. Istnieje ryzyko, iż okres czasu potrzebny do restrukturyzacji przejmowanego podmiotu i uzyskania synergii w związku z jego działalnością w ramach Grupy Kapitałowej może się okazać znacznie dłuższy, niż planowany, co może ograniczyć korzyści wynikające z akwizycji. Może się również okazać, iż ostateczne koszty, poniesione przez Grupę Kapitałową w związku z dokonywanymi akwizycjami, okażą się wyższe od wcześniej planowanych. Pojawienie się takich sytuacji może w przyszłości wywrzeć negatywny wpływ na wyniki finansowe Grupy. MEDIACAP nie może jednak zapewnić, iż strategia oparta została o pełną i trafną analizę obecnych i przyszłych tendencji wpływających na działalność i wyniki jego Grupy Kapitałowej. Nie można także wykluczyć, iż działania podjęte przez Grupę Kapitałową okażą się niewystarczające lub błędne z punktu widzenia realizacji obranych celów strategicznych. Błędna ocena perspektyw rynkowych i wszelkie nietrafne decyzje mogą mieć istotny negatywny wpływ na wyniki finansowe Grupy Kapitałowej MEDIACAP.

### 1.2. Ryzyko związane z kompetencjami i utratą kluczowych pracowników oraz roszczeniami pracowników

Branża usług marketingowych charakteryzuje się zmiennością oczekiwań klientów, silnym postępem technologicznym w zakresie przetwarzania danych, powstawaniem coraz to nowych kanałów dystrybucji informacji, co może spowodować, iż potrzebne będą nowe kompetencje, które obecni współpracownicy będą musieli nabyć. W związku z tym istnieje ryzyko, że współpracownicy nie będą w stanie dostrzec potrzeby pozyskania nowych kompetencji (w porównaniu z konkurencją na rynku), oraz że nie będą w stanie nabyć nowych umiejętności i wykorzystać ich w optymalny sposób.

Sukces w branżach, w których działa Grupa jest uzależniony przede wszystkim od wiedzy, know-how, kreatywności, zaangażowania oraz kompetencji współpracowników. Im firma ma większy potencjał w zakresie zasobów ludzkich, tym silniejsza jest jej pozycja konkurencyjna na rynku. Utrata kluczowych współpracowników może skutkować pogorszeniem się kondycji finansowej, poprzez np. utratę znaczącego klienta związanego relacyjnie lub kompetencyjnie z danym współpracownikiem. Istnieje zatem ryzyko prowadzenia przez współpracowników Grupy działalności konkurencyjnej wobec działalności Grupy w sposób bezpośredni (poprzez prowadzenie konkurencyjnej firmy) bądź pośredni (poprzez świadczenie pracy lub usług na rzecz podmiotów konkurencyjnych wobec Grupy Kapitałowej MEDIACAP).

W celu zminimalizowania ryzyka utraty kluczowych pracowników MEDIACAP stara się stworzyć atrakcyjne i stabilne warunki pracy oraz podpisuje z pracownikami umowy o zakazie konkurencji. Istnieje także ryzyko roszczeń ze strony współpracowników wynikających z przepisów regulujących zasady świadczenia pracy i usług. Ryzyko to nie jest znaczące, gdyż Grupa Kapitałowa MEDIACAP ze względu na specyfikę branż zatrudnia stosunkowo niewielu pracowników. Większość czynności jest realizowana na podstawie umów cywilnoprawnych przez zewnętrznych wykonawców. Nie można jednak wykluczyć, iż pracownicy lub podwykonawcy skierują swoje roszczenia wobec Grupy Kapitałowej MEDIACAP.

### 1.3. Ryzyko związane z terminowością oraz jakością usług świadczonych przez dostawców

W swojej działalności Grupa Kapitałowa MEDIACAP w bardzo szerokim stopniu korzysta z usług świadczonych przez dostawców zewnętrznych oraz podwykonawców. W związku z tym działalność Grupy narażona jest na ryzyko związane z terminowością oraz jakością usług świadczonych przez te podmioty. Ewentualne niewywiązanie lub nienależyte wywiązanie się dostawców z umów



zawartych z Grupą Kapitałową mogłoby uniemożliwić lub znacząco utrudnić Grupie Kapitałowej należyte wywiązanie się z umów zawartych przez Grupę Kapitałową z jej odbiorcami. Sytuacja taka mogłaby zaszkodzić rynkowemu wizerunkowi Grupy Kapitałowej oraz narazić ją na koszty związane z odszkodowaniami płaconymi na rzecz odbiorców, a tym samym negatywnie wpłynąć na sytuację finansową Grupy Kapitałowej.

#### 1.4. Ryzyko kar umownych związanych z realizacją umów

Istnieje ryzyko, iż zawierane przez Grupę Kapitałową MEDIACAP umowy na świadczenie usług zostaną nieterminowo lub nieprawidłowo wykonane i w związku z tym klienci Grupy Kapitałowej mogą żądać zapłaty kar umownych przewidzianych w umowach. Dotyczy to w szczególności umów zawieranych w ramach zamówień publicznych czy też umów na podstawie, których jest rezerwowany czas „reklamowy” w mediach bądź organizowany znaczący event. Ziszczenie się tego ryzyka może wywrzeć negatywny wpływ na wyniki finansowe i sytuację finansową Grupy.

#### 1.5. Ryzyko związane z udziałem kosztów usług obcych w strukturze kosztów operacyjnych Grupy Kapitałowej

W swojej działalności Grupa Kapitałowa MEDIACAP w bardzo szerokim stopniu korzysta z usług świadczonych przez dostawców zewnętrznych oraz podwykonawców. Skutkiem tego jest bardzo wysoki udział kosztów usług obcych w strukturze kosztów operacyjnych Grupy Kapitałowej. Tak istotny udział usług obcych w strukturze kosztów sprawia, iż działalność Grupy Kapitałowej narażona jest na ryzyko związane z możliwym znaczącym wzrostem cen usług świadczonych przez dostawców Grupy Kapitałowej. Sytuacja taka mogłaby znacząco zwiększyć koszty funkcjonowania Grupy Kapitałowej, a tym samym negatywnie wpłynąć na jej wyniki finansowe. W obecnej sytuacji rynkowej wydaje się, że to ryzyko uległo znaczącemu zmniejszeniu. z drugiej jednak strony duży udział usług obcych pozwala na szybkie i elastycznie dostosowanie kosztów działalności do popytu na usługi świadczone przez Grupę Kapitałową.

#### 1.6. Ryzyko związane z utratą informacji poufnych znajdujących się w posiadaniu Grupy Kapitałowej MEDIACAP oraz naruszenia przepisów prawa

Warunki oraz informacje dotyczące działalności Grupy Kapitałowej MEDIACAP mają decydujący wpływ na jego pozycję konkurencyjną. Ewentualne ujawnienie informacji dotyczących aktualnych warunków handlowych oraz bazy obecnych i potencjalnych klientów, stanowiących tajemnicę Grupy Kapitałowej MEDIACAP, może doprowadzić do pogorszenia pozycji konkurencyjnej oraz skutkować niezrealizowaniem planowanego tempa rozwoju działalności.

Ponadto Grupa Kapitałowa MEDIACAP w zakresie prowadzonej działalności w branży marketingowej ma dostęp do informacji poufnych dotyczących tajemnicy handlowej przedsiębiorstw będących klientami Grupy oraz ma dostęp do danych osobowych ich pracowników, kontrahentów. Ewentualne ujawnienie informacji poufnych może spowodować utratę reputacji na rynku, naruszenie praw autorskich lub dóbr osobistych i w konsekwencji wystąpienie roszczeń odszkodowawczych ze strony klientów. W wypadku naruszenia zasad ochrony i przetwarzania danych osobowych, Grupa Kapitałowa lub jej pracownicy mogą podlegać sankcjom wynikającym z przepisów ustawy o ochronie danych osobowych lub innych przepisów prawa powszechnie obowiązującego.

Istnieje również ryzyko naruszenia zabezpieczeń systemów informatycznych Grupy Kapitałowej MEDIACAP, celowego uszkodzenia, zniszczenia lub kradzieży informacji poufnych lub danych osobowych klientów Grupy Kapitałowej MEDIACAP lub ich utraty w inny nieprzewidziany sposób. Może to skutkować dostępem do tych danych osób trzecich i wykorzystania ich w bezprawnych celach, co może negatywnie wpłynąć na ocenę wiarygodności Grupy Kapitałowej MEDIACAP i w konsekwencji spowodować utratę potencjalnych klientów oraz pogorszenie sytuacji finansowej.

W celu ograniczenia powyższych ryzyk w zakresie przetwarzania i ochrony danych osobowych Grupa Kapitałowa MEDIACAP wdrożyła i wykorzystuje adekwatne środki techniczne i organizacyjne zapewniające ochronę danych przed ich nieuprawnionym lub niewłaściwym przetwarzaniem.

Współpracownicy Grupy Kapitałowej MEDIACAP zobowiązani są znać i przestrzegać wdrożone w Spółce procedury postępowania i obowiązujące ich przepisy prawa, w szczególności prawa autorskiego oraz przepisów o zakazie nieuczciwej konkurencji. Nie można jednak wykluczyć, że w toku bieżącej działalności mogą ujawnić się błędy i pomyłki, które w zależności od ich skali mogą mieć wpływ na wizerunek i renomę Grupy Kapitałowej, jej sytuację ekonomiczną i bieżące wyniki finansowe. W szczególności może to dotyczyć naruszenia praw autorskich, dóbr osobistych bądź przepisów o zakazie nieuczciwej konkurencji, co może skutkować przejściową lub trwałą utratą klientów oraz ewentualnymi roszczeniami odszkodowawczymi ze strony klientów.

Ziszczenie powyższych ryzyk jak i ewentualne ujawnienie informacji dotyczących aktualnych warunków handlowych oraz bazy obecnych i potencjalnych klientów, stanowiących tajemnicę Grupy Kapitałowej MEDIACAP, może doprowadzić do pogorszenia pozycji konkurencyjnej oraz skutkować niezrealizowaniem planowanego tempa rozwoju działalności, co w efekcie może wywrzeć negatywny wpływ na wyniki finansowe i sytuację finansową Grupy.

#### 1.7. Ryzyko związane z ograniczonym dostępem do finansowania działalności Grupy

Grupa prowadzi działalność w zakresie usług i w związku z tym posiada aktywa trwałe oraz aktywa obrotowe o stosunkowo nieznacznej wartości w stosunku do skali prowadzonej działalności (mierzonej przychodami ze sprzedaży). Niska wartość majątku trwałego i obrotowego Grupy Kapitałowej wiąże się z ryzykiem dostępu do finansowania ze względu na ograniczoną zdolność zabezpieczenia długu na składnikach majątku Grupy Kapitałowej.

Może to także wpłynąć na ograniczenie dokonywania kolejnych akwizycji, które mogą wymagać pozyskania istotnego poziomu finansowania zewnętrznego. Istnieje bowiem ryzyko niepozyskania finansowania zewnętrznego bądź pozyskania finansowania na gorszych warunkach, co może uniemożliwić dokonanie akwizycji bądź zmniejszyć rentowność działalności Grupy Kapitałowej.

#### 1.8. Ryzyko związane z wykorzystywanymi technologiami

Grupa świadczy usługi z zakresu: mediów, marketingu, reklamy online, usług IT oraz badań rynku i opinii publicznej. Świadczenie tych usług związane jest z koniecznością wykorzystywania wielu narzędzi, urządzeń technicznych oraz oprogramowania. w związku z tym działalność Grupy Kapitałowej narażona jest na ryzyko związane z możliwymi, lecz nieprzewidywalnymi usterkami w funkcjonowaniu tych urządzeń lub oprogramowania. W tym zakresie istniejące ryzyko można podzielić na dwie grupy. Po pierwsze należy mieć na uwadze ryzyko awarii urządzeń, na których zapisywane i przechowywane są dane służące do prowadzenia działalności gospodarczej. Po drugie istnieje ryzyko zaistnienia awarii sprzętu lub oprogramowania uniemożliwiającej przeprowadzenie określonych zaplanowanych wydarzeń. W pierwszym przypadku Grupa Kapitałowa MEDIACAP podejmuje działania mające na celu zminimalizowanie skutków awarii nośników danych poprzez regularne sporządzanie kopii bezpieczeństwa. W drugim przypadku jeżeli awaria uniemożliwia przeprowadzenie określonego wydarzenia należy mieć na uwadze powstanie ewentualnych roszczeń odszkodowawczych kontrahenta oraz wystąpienie po stronie Grupy Kapitałowej MEDIACAP szkody w zakresie utraconych korzyści. Ryzyko związane z odpowiedzialnością odszkodowawczą wobec kontrahenta jest zmniejszane poprzez wykupienie odpowiedniej polisy ubezpieczeniowej.



### 1.9. Ryzyko związane z dotacjami

MEDIACAP SA zawarła w listopadzie 2013 umowę na dofinansowanie projektu w ramach działania 8.2 „Wspieranie wdrażania elektronicznego biznesu typu B2B” w kwocie 733.250,00 PLN. Spółka zależna The Digitals Sp. z o.o. w październiku 2013 podpisała umowę na dofinansowanie projektu w ramach działania 8.2 „Wspieranie wdrażania elektronicznego biznesu typu B2B” w kwocie 543.340,00 PLN oraz spółka zależna iQS Sp. z o.o. w listopadzie 2013 podpisała umowę na dofinansowanie projektu w ramach działania 8.2 „Wspieranie wdrażania elektronicznego biznesu typu B2B” w kwocie 660.982,00 PLN. Spółka zależna EDGE Technology Sp. z o.o. w czerwcu 2014 podpisała umowę na dofinansowanie projektu w ramach działania 8.2 „Wspieranie wdrażania elektronicznego biznesu typu B2B” w kwocie 418.247,20 PLN.

Ze względu na zakończenie okresu trwałości oraz zamknięcie działania 8.2 „Wspieranie wdrażania elektronicznego biznesu typu B2B” spółki grupy oczekują na zwrot lub zniszczenie zabezpieczeń umów dotacyjnych. W związku z powyższym ryzyko związane z dotacjami w 2019 roku nie wystąpi.

### 1.10. Ryzyko utraty płynności

- Związane ze zróżnicowaniem terminów płatności względem dostawców usług oraz klientów

W swojej działalności Grupa Kapitałowa w bardzo szerokim stopniu korzysta z usług świadczonych przez dostawców zewnętrznych oraz podwykonawców. W związku z tym jej działalność narażona jest na ryzyko związane z koniecznością stosowania różnych terminów płatności względem dostawców usług oraz klientów. W tego powodu Grupa Kapitałowa często zmuszona jest do pokrywania kosztów dostawców usług w realizowanych projektach z własnych środków przed uzyskaniem wynagrodzenia od klientów. Opóźnienia w dokonywaniu płatności przez klientów mogą powodować stałą lub czasową niezdolność do terminowego realizowania zobowiązań finansowych na rzecz dostawców usług w innych projektach. Ryzyko to powoduje niebezpieczeństwo powstania obowiązku zapłaty odsetek oraz wytoczenia powództwa o zapłatę przeciwko spółkom należącym do Grupy Kapitałowej. Sytuacja taka mogłaby zaszkodzić rynkowemu wizerunkowi Grupy Kapitałowej oraz narażić ją na poniesienie ewentualnych dodatkowych kosztów procesu, co w efekcie może wywrzeć negatywny wpływ na wyniki finansowe i sytuację finansową Grupy.
- Związane z prefinansowaniem kampanii reklamowych, zleceń i projektów z udziałem środków europejskich angażowanie własnych środków przez Grupę w projekty, w których spółki Grupy występują, jako wykonawca/zleceniobiorca staje się stałą praktyką obowiązującą na rynku mediów i reklamy. Wysokie koszty związane z prowadzeniem kampanii reklamowych oraz agresywne działania konkurencji doprowadziły do sytuacji, w której spółki zajmujące się prowadzeniem kampanii reklamowych, w ramach zawieranych umów celem utrzymania dotychczasowych kontrahentów zobowiązane są do uiszczania przedpłat np. za emisję spotów reklamowych w środkach masowego przekazu.
- Ukształtowana praktyka rynkowa doprowadziła do sytuacji, w której coraz częściej w ramach zawieranych umów, kontrahenci dopiero po zakończeniu danej kampanii/zlecenia zwracają spółce koszty poniesione na przeprowadzenie danej kampanii, w związku z tym może to powodować zagrożenie odmowy zwrotu uiszczenia przez kontrahenta już zapłaconych kosztów związanych z daną kampanią/zleceniem oraz może powodować problemy z cash flow. Obowiązująca dotychczas praktyka uiszczania przez kontrahentów zaliczek na poczet ponoszonych kosztów ewoluowała, co doprowadziło do sytuacji, w której kontrahenci niechętnie wypłacają zaliczki na poczet

ponoszonych przez spółki kosztów, związanych z daną kampanią, a preferują rozliczanie całości kampanii, a nie jej części.

- Jednocześnie MEDIACAP SA i jego spółki zależne realizują projekty z udziałem środków europejskich gdzie muszą prefinansować znaczną część kosztów. Powoduje to ryzyko braku zwrotu poniesionych wydatków w sytuacji, gdy ich część lub całość nie zostanie zakwalifikowana do kosztów.

#### 1.11. Ryzyko związane z największymi odbiorcami usług

Wśród kluczowych Klientów Grupy Kapitałowej znajdują się podmioty, których skala działalności znacząco przekracza skalę działalności Grupy Kapitałowej. Znaczenie tych odbiorców oraz ich udział w strukturze przychodów ze sprzedaży Grupy Kapitałowej są znacząco większe niż znaczenie Grupy Kapitałowej oraz jej udział w strukturze dostaw tychże odbiorców.

W związku z tym Grupa Kapitałowa narażona jest na ryzyko związane z nierówną pozycją negocjacyjną Grupy w stosunku do pozycji negocjacyjnej niektórych jej odbiorców. Może to znacząco utrudnić proces negocjowania oraz zawierania nowych kontraktów lub wpłynąć negatywnie na ceny usług świadczonych przez Grupę Kapitałową, a tym samym negatywnie wpłynąć na przyszłe wyniki finansowe Grupy Kapitałowej.

W przypadku ewentualnego zaprzestania współpracy z jednym z wiodących zleceniodawców, nie ma pewności, że w krótkim czasie Grupa Kapitałowa będzie w stanie pozyskać nowego zleceniodawcę lub odpowiednio zwiększyć przychody generowane przez pozostałych zleceniodawców. W związku z powyższym istnieje ryzyko okresowego obniżenia przychodów ze sprzedaży, co w efekcie może wywrzeć negatywny wpływ na wyniki finansowe i sytuację finansową Grupy.

#### 1.12. Ryzyko związane z konkurencją

Grupa prowadzi działalność na wysoce konkurencyjnym rynku reklamy i usług marketingowych. Największą konkurencję stanowią spółki należące do sześciu wiodących międzynarodowych holdingów marketingowych, których łączny udział w rynku szacuje się na ponad 60%. Oprócz nich działa ogromna liczba małych niezależnych firm (według danych GUS na polskim rynku działa 49 246 podmiotów zaliczanych do sektora „reklama, badanie rynku i opinii publicznej”, w tym 861 podmiotów zatrudniających co najmniej 10 osób - dane na 31.10.2014). Wśród nich można wyróżnić grupę kilku podmiotów, których poszczególne przychody spółka szacuje na przedział 50-100 milionów PLN i które przynajmniej w swoich podsegmentach rynku marketingowego stanowią znaczącą konkurencję. Nasilenie konkurencji cenowej, czy wprowadzenie nieznanych innowacyjnych rozwiązań przez dotychczasową konkurencję może spowodować spadek cen lub marż, lub przychodów Grupy, co w efekcie może wywierać negatywny wpływ na wyniki finansowe i sytuację finansową Grupy.

W branży Grupy Kapitałowej ryzyko związane z pojawieniem się nowej konkurencji jest duże, głównie z powodu atrakcyjności rynku usług marketingowych w Polsce oraz relatywnie niskich barier wejścia (w rozumieniu niezbędnych do poniesienia nakładów inwestycyjnych na majątek trwały i obrotowy) na ten rynek. Ewentualne pojawienie się nowych znaczących konkurentów może w przyszłości wywierać negatywny wpływ na wyniki finansowe Grupy Kapitałowej. MEDIACAP identyfikuje również ryzyko wykorzystywania przez niektórych konkurentów Grupy Kapitałowej (lub inne podmioty zmierzające do osłabienia pozycji konkurencyjnej Grupy Kapitałowej) nieprawdziwych informacji o Grupie Kapitałowej, jej działalności lub osobach powiązanych z Grupą Kapitałową, w celu wywarcia negatywnego wpływu na rynkowy wizerunek Grupy Kapitałowej. Ewentualne rozpowszechnianie nieprawdziwych i negatywnych informacji

dotyczących Grupy Kapitałowej może wywierać przejściowy, lecz niekorzystny wpływ na jej renomę i pozycję negocjacyjną, a tym samym negatywnie wpływać na sytuację finansową Grupy Kapitałowej.

### 1.13. Ryzyko technologiczne

W branży Grupy Kapitałowej istnieje ryzyko związane z zastąpieniem części lub całości modeli biznesowych wykorzystywanych przez Grupę Kapitałową przez nieznane w chwili obecnej rozwiązania automatyczne lub półautomatyczne. Ryzyko to związane jest z dynamicznym rozwojem nowych technologii oraz atrakcyjnością rynku usług marketingowych. Ewentualne pojawienie się nowych rozwiązań technologicznych może spowodować w przyszłości zmniejszenie się popytu na usługi oferowane przez Grupę Kapitałową, a tym samym ograniczyć możliwość jej rozwoju. Nie da się wykluczyć również sytuacji, w której na skutek postępu technologicznego rynek właściwy, na którym działa Grupa Kapitałowa (lub jeden z jego segmentów) zmieni się na tyle, że część lub całość modeli biznesowych przez nią wykorzystywanych straci rację bytu, co w efekcie może wywrzeć istotnie negatywny wpływ na wyniki finansowe i sytuację finansową Grupy.

### 1.14. Ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną w Polsce i regionie oraz z koniunkturą na rynku usług marketingowych

Jednym z największych zagrożeń działalności w sektorze usług marketingowych (mimo dynamicznego rozwoju tego rynku w Polsce) jest jego duża wrażliwość na wahania koniunktury gospodarczej. W sytuacji znaczącego spowolnienia wzrostu gospodarczego wydatki przedsiębiorstw na cele marketingowe ulegają zmniejszeniu, co może pociągnąć za sobą negatywne skutki dla wyników finansowych Grupy. W ostatnich latach szczególnie rok 2009 był trudny dla branży marketingowej – wydatki klientów w segmencie usług eventowych spadły w tym czasie według szacunków nawet o połowę.

Klientami Grupy są również korporacje międzynarodowe, które decyzje o lokowaniu swoich inwestycji (w tym wydatków na reklamę i marketing) podejmują w oparciu o ocenę sytuacji makroekonomicznej całego regionu, do którego należy Polska. W efekcie niekorzystna sytuacja gospodarcza w krajach innych niż Polska może dla Grupy skutkować spadkiem lub brakiem zleceń ze strony korporacji międzynarodowych.

Ewentualne znaczące pogorszenie się sytuacji makroekonomicznej w Polsce lub w regionie mogłoby wywrzeć negatywny wpływ na wyniki finansowe i sytuację finansową Grupy Kapitałowej.

### 1.15. Ryzyko związane z przyszłym rozwojem poszczególnych segmentów rynku usług marketingowych

Rynek usług marketingowych składa się z różnych segmentów. Grupa działa m.in. w obszarze marketingu eventowego, ambient mediów, reklamy zintegrowanej oraz badań marketingowych, jednocześnie rozwijając działalność w obszarze data oraz digital. Zgodnie z przeprowadzonymi badaniami oraz analizami obecnych tendencji na światowym rynku digital jest jednym z najszybciej rozwijających się obszarów rynku marketingowego. Jednak nie jest wykluczone, iż w przyszłości preferencje klientów mogą ulec zmianie, skutkiem czego może być przesunięcie popytu na usługi marketingowe z tych segmentów w kierunku innych rodzajów działań marketingowych.

Zaistnienie takiej sytuacji mogłoby spowodować ograniczenie perspektyw rozwojowych Grupy Kapitałowej, a tym samym negatywnie wpłynąć na jej sytuację finansową.

### 1.16. Ryzyko związane z otoczeniem prawnym

Przepisy prawa, które regulują działalność gospodarczą w Polsce, charakteryzują się znaczną niestabilnością. W szczególności dotyczy to przepisów prawa dotyczących działalności medialnej, prasowej, reklamowej czy lobbingowej, które podlegają częstym nowelizacjom. Wysoka niestabilność dotyczy również regulacji podatkowych oraz prawa pracy. Zmiany w obowiązujących przepisach mogą powodować wzrost obciążeń publicznoprawnych lub wzrost kosztów działalności Grupy, a tym samym mogą wywierać negatywny wpływ na jej wyniki finansowe.

#### 1.17. Ryzyko związane z prawami autorskimi

Grupa świadczy usługi w ramach których zobowiązana jest często do przeniesienia praw autorskich lub udzielenia licencji do przekazywanych utworów na inne podmioty. W związku z tym istnieje ryzyko, że spółki Grupy mogą stać się stroną postępowania o naruszenie praw autorskich, co w konsekwencji może negatywnie wpłynąć na jej sytuację finansową.

#### 1.18. Ryzyko zmian stóp procentowych

Grupa korzysta z kredytów i pożyczek w finansowaniu swojej działalności, których oprocentowanie kalkulowane jest w oparciu o bazowe zmienne stopy procentowe (WIBOR). Pociąga to za sobą konieczność ponoszenia kosztów obsługi zadłużenia z tego tytułu (w tym w szczególności kosztów odsetek). W związku z tym wzrost poziomu rynkowych stóp procentowych w Polsce (WIBOR) może spowodować wzrost oprocentowania kredytów i pożyczek zaciągniętych przez spółki z Grupy, tym samym negatywnie wpłynąć na koszty obsługi zadłużenia, co może mieć negatywny wpływ na wyniki finansowe i sytuację finansową Grupy.

#### 1.19. Ryzyko reputacyjne

Rozwój działalności Grupy w znacznym stopniu zależy od reputacji. Reputacja Grupy jak i poszczególnych spółek wchodzących w jej skład zależy w dużej mierze od zdolności do oferowania wysokiej jakości wyspecjalizowanych usług spełniających oczekiwania klientów. Jednak nastawienie klientów, potencjalnych klientów, czy opinii publicznej może wynikać nie tylko z rzeczywistego sposobu prowadzenia działalności przez Grupę, ale również z praktyk całej branży reklamy i usług marketingowych, jak też ze sposobu, w jaki są one postrzegane. Negatywne nastawienie klientów, potencjalnych klientów, czy opinii publicznej w postaci różnego rodzaju zarzutów, negatywnych relacji prasowych lub generalnie negatywnych opinii w mediach może mieć ujemny wpływ na zdolność utrzymania dotychczasowych lub pozyskiwania nowych klientów przez Grupę. MEDIACAP nie może zagwarantować, że uda mu się skutecznie uniknąć negatywnych konsekwencji dla działalności wynikających z ryzyka związanego z reputacją, co może mieć istotny negatywny wpływ na perspektywy rozwoju, osiąganе wyniki i sytuację finansową Grupy.

#### 1.20. Ryzyko zmienności kursów walut

Spółki Grupy Kapitałowej MEDIACAP zawierają transakcje denominowane w walutach obcych. W związku z tym pojawia się ryzyko wahań kursów walut. W przypadku ponoszenia kosztów i generowania przychodów w różnych walutach, Grupa może być narażona na ryzyko kursowe. Część kosztów, takich jak koszty najmu, są wyrażane lub indeksowane do walut obcych, głównie EUR. Istnieje ryzyko, że niekorzystne zmiany kursu walutowego wpłyną negatywnie na rentowność sprzedaży, a co za tym idzie, na wynik finansowy Grupy. Grupa stara się przy zabezpieczaniu ekspozycji walutowej wykorzystywać w pierwszej kolejności mechanizm hedgingu naturalnego.

## 2. CZYNNIKI ZWIĄZANE Z OTOCZENIEM W JAKIM GRUPA KAPITAŁOWA MEDIACAP PROWADZI DZIAŁALNOŚĆ

Elementy polityki rządowej, gospodarczej, fiskalnej, monetarnej i sytuacji politycznej oraz czynniki, które miały lub które mogłyby mieć bezpośrednio lub pośrednio istotny wpływ na działalność operacyjną Grupy Kapitałowej MEDIACAP.

Na wyniki osiągane przez Grupę Kapitałową MEDIACAP mają wpływ czynniki makroekonomiczne, czynniki dotyczące bezpośrednio rynku reklamy, jak i czynniki wiążące się bezpośrednio z polityką państwa, której odzwierciedleniem są wprowadzane regulacje prawne.

## 2.1. Czynniki makroekonomiczne i polityka państwa

Na działalność Grupy w istotny sposób wpływają czynniki polityki gospodarczej rządu, w szczególności:

- Ogólna sytuacja gospodarcza w Polsce i na świecie. Spowolnienie gospodarcze wpływa na wielkość budżetów przeznaczanych na reklamę, w spotęgowany sposób, co było widoczne szczególnie w roku 2009, kiedy według szacunków opublikowanych przez firmę Starlink polski rynek spadł aż o 8,7%. w momentach odbicia gospodarczego występuje opóźnienie pomiędzy odbiciem ogólnogospodarczym a odbiciem rynku marketingowego z racji inercji decyzyjnej głównych graczy. Czynnikiem ten miał wpływ na wyniki grupy w szczególności w latach 2009-2011;
- Polityka podatkowa. Istotne znaczenie dla działalności finansowej Grupy mają przepisy z zakresu opodatkowania, a w szczególności regulacje dotyczące opodatkowania aktywności promocyjnych realizowanych na rzecz klientów Grupy. Czynnikiem ten nie dotknął jak dotąd bezpośrednio grupy ale może mieć na nią wpływ w przyszłości, szczególnie w przypadku „wrażliwych” branż takich jak: klienci produkujący przekąski, klienci produkujący używki, klienci z branży farmaceutycznej;
- Polityka monetarna prowadzona przez NBP i Radę Polityki Pieniężnej. Nie bez znaczenia jest poziom stóp procentowych, który przekłada się na wysokość kosztów finansowych oraz ma wpływ na zdolność kredytową MEDIACAP SA i jej spółek zależnych. Mając na uwadze planowane przejęcia i zwiększenia zadłużenia Spółki, znaczący wzrost stóp procentowych może mieć istotny wpływ na jego zdolność kredytową i wyniki;
- Polityka państwa w zakresie zatorów płatniczych. Przepisy w tym zakresie mają wpływ na przepływy pieniężne i na możliwość realizacji projektów o dużych budżetach.

## 2.2. Czynniki dotyczące bezpośrednio rynku marketingowego

Państwo może mieć wpływ na działalność Grupy poprzez:

- Nałożenie lub ograniczenie częściowych lub całościowych zakazów reklamy dotyczących niektórych klientów, branż lub form promocji (np. zmiany w obowiązującym prawie dotyczącym reklamy produktów farmaceutycznych i suplementów diety). W latach ubiegłych MEDIACAP nie odczuł negatywnych skutków takich ograniczeń (np. zakazu reklamy aptek) z racji braku klientów dotkniętych zmianami, ale nie należy wykluczać możliwości wystąpienia takich ryzyk w przyszłości;
- Wprowadzenie podatku od zakupu czasu antenowego i/lub innych form reklamy (na wzór praktyk i planów rządów Austrii czy Węgier). W chwili obecnej Spółka nie ma wiedzy na temat planów regulatora w tym zakresie w Polsce;
- Zmiana systemu finansowania TVP SA w taki sposób, że ograniczony zostanie udział TVP SA w rynku reklamowym;
- Inne nakazy i zakazy dotyczące form reklamy dotyczących reklamodawców i reklamobiorców – np. dyskutowane obecnie wprowadzenie nowych ograniczeń w zakresie reklamy w szkołach. Z uwagi na brak możliwości przewidzenia przez Zarząd Spółki zmian w polityce gospodarczej

i fiskalnej, Zarząd stara się na bieżąco reagować na zmiany w otoczeniu zewnętrznym, tak aby zminimalizować wpływ tych zmian na pozycję i wyniki finansowe Spółki.

### 2.3. Najistotniejsze ostatnio występujące tendencje w produkcji, sprzedaży i zapasach oraz w kosztach i cenach sprzedaży

Można zaobserwować następujące główne tendencje:

#### W segmencie Marketing:

- ma miejsce zwiększona aktywność przetargowa klientów w porównaniu do poprzedniego okresu w związku z łagodnymżywieniem rynkowym i uruchomieniem nowych projektów. Równocześnie coraz większa liczba klientów decyduje się na samodzielne zlecenia usług produkcyjnych zlecając Grupie tylko usługi doradztwa strategicznego i koordynacji tych procesów. Zjawisko to z jednej strony negatywnie wpływa na przychody z kontraktów, z drugiej zaś zwiększa strukturalnie procentową marżę ze sprzedaży;
- nie ustępuje wiodąca rola działów zakupu klientów w procesach negocjacyjnych, co sprawia, że presja na niskie ceny stale rośnie – sposobem na obronę przed negatywnymi skutkami takich praktyk jest skupienie się na współpracy tylko z tymi klientami, którzy patrzą szerzej na wartość usług reklamowych. Takie bardziej selektywne podejście do przetargów i zleceń przekłada się na lepszą rentowność biznesu.

#### W segmencie Data:

- można dostrzec rosnące potrzeby po stronie klientów w zakresie analizowania ich własnych źródeł danych (a nie tylko tak jak dotychczas danych zebranych w toku badań marketingowych). Pod tym kątem rozwijana będzie oferta rynkowa Grupy;
- po bardzo silnym udziale w sprzedaży klientów, którzy są bezpośrednimi lub pośrednimi beneficjentami programów dotacyjnych UE w roku 2015 nastąpił znaczący spadek ich istotności z racji oczekiwania na ogłoszenie nowych programów operacyjnych i naborów do nich;
- kluczowym argumentem sprzedażowym pozostaje efektywność i tempo realizacji zleceń oraz doświadczenie w danym typie realizacji. Presja cenowa jest nieco mniejsza niż w pozostałych segmentach choć rośnie wraz ze skalą projektów;
- daje się dostrzec utrzymujące się wysokie znaczenie ceny dla zlecających, stąd Grupa kontynuuje wysiłki na rzecz zwiększenia udziału internetowych źródeł danych w realizowanych projektach, co pozwala na niższe koszty bezpośrednie projektów.

## 3. CZYNNIKI ZWIĄZANE Z OTOCZENIEM W JAKIM GRUPA KAPITAŁOWA MEDIACAP PROWADZI DZIAŁALNOŚĆ

### 3.1. Ryzyko zawieszenia notowań papierów wartościowych na rynku regulowanym

Zgodnie z § 30 ust. 1 Regulaminu GPW na wniosek Spółki lub jeśli Zarząd GPW uzna, że spółka narusza przepisy obowiązujące na GPW, lub jeśli wymaga tego interes i bezpieczeństwo uczestników obrotu, Zarząd GPW może zawiesić obrót akcjami spółki na okres do trzech miesięcy. Zgodnie z art. 20 ust. 2 Ustawy o Obrocie Instrumentami Finansowymi, w przypadku gdyby obrót akcjami spółki był dokonywany w okolicznościach wskazujących na możliwość zagrożenia prawidłowego funkcjonowania rynku regulowanego lub bezpieczeństwa obrotu na tym rynku, albo naruszenia interesów inwestorów, na żądanie KNF, GPW zawiesza obrót tymi papierami na okres nie dłuższy niż miesiąc.



Zgodnie z art. 20 ust. 4b Ustawy o Obrocie Instrumentami Finansowymi GPW może podjąć decyzję o zawieszeniu lub wykluczeniu akcji spółki z obrotu w przypadku, gdyby akcje te przestały spełniać warunki obowiązujące na rynku regulowanym pod warunkiem, że nie spowoduje to znaczącego naruszenia interesów inwestorów lub zagrożenia prawidłowego funkcjonowania rynku.

### 3.2. Ryzyko wykluczenia akcji z obrotu na rynku regulowanym

Zgodnie z § 31 ust. 1 Regulaminu Giełdy, Zarząd Giełdy wyklucza akcje z obrotu giełdowego:

- jeżeli ich zbywalność stała się ograniczona,
- na żądanie KNF zgłoszone zgodnie z przepisami Ustawy o Obrocie Instrumentami Finansowymi,
- w przypadku zniesienia ich dematerializacji,
- w przypadku wykluczenia ich z obrotu na rynku regulowanym przez właściwy organ nadzoru.

Zgodnie z § 31 ust. 2 Regulaminu Giełdy, Zarząd Giełdy może wykluczyć akcje z obrotu giełdowego m.in.:

- jeśli akcje te przestały spełniać warunki określone w Regulaminie Giełdy, z wyjątkiem warunku dot. ograniczonej zbywalności,
- jeśli spółka uporczywie narusza przepisy obowiązujące na Giełdzie,
- na wniosek spółki
- wskutek ogłoszenia upadłości spółki albo w przypadku oddalenia przez sąd wniosku o ogłoszenie upadłości z powodu braku środków w majątku spółki na zaspokojenie kosztów postępowania,
- jeśli uzna, że wymaga tego interes i bezpieczeństwo uczestników obrotu,
- wskutek podjęcia decyzji o połączeniu spółki z innym podmiotem, jego podziale lub przekształceniu,
- jeżeli w ciągu ostatnich 3 miesięcy nie dokonano żadnych transakcji giełdowych na akcjach spółki,
- wskutek podjęcia przez spółkę działalności zakazanej przez obowiązujące przepisy prawa,
- wskutek otwarcia likwidacji spółki.

Zgodnie z art. 20 ust. 3 Ustawy o Obrocie Instrumentami Finansowymi Giełda, na żądanie KNF, wyklucza z obrotu akcje spółki w przypadku, gdyby obrót nimi zagrażał w sposób istotny prawidłowemu funkcjonowaniu rynku regulowanego lub bezpieczeństwu obrotu na tym rynku, albo powodował naruszenie interesów inwestorów.

Zgodnie z art. 96 ust. 1 Ustawy o Ofercie Publicznej prawo do czasowego lub bezterminowego wykluczenia akcji z obrotu giełdowego przysługuje również KNF w przypadku stwierdzenia niewykonywania lub nienależytego wykonywania przez spółkę szeregu obowiązków, do których odwołuje się art. 96 ust. 1 Ustawy o Ofercie Publicznej.

### 3.3. Ryzyko związane z przyszłym kursem akcji oraz płynnością obrotu

Ryzyko bezpośredniego inwestowania w akcje na rynku kapitałowym jest zdecydowanie większe od inwestycji w papiery skarbowe czy też jednostki uczestnictwa w funduszach inwestycyjnych, co związane jest z nieprzewidywalnością zmian kursów akcji, tak w krótkim, jak i w długim okresie. W przypadku polskiego rynku kapitałowego ryzyko to jest relatywnie większe niż na rynkach rozwiniętych, co związane jest z wcześniejszą fazą jego rozwoju, a co za tym idzie – wahaniami cen i stosunkowo niewielką płynnością.

Kurs akcji i płynność obrotu akcjami spółek notowanych na GPW zależy od zleceń kupna i sprzedaży składanych przez inwestorów giełdowych i zależy od koniunktury giełdowej. Cena rynkowa akcji może podlegać znacznym wahaniam w wyniku wpływu wielu czynników, na które Spółka nie będzie miała wpływu. Wśród takich czynników należy wymienić m.in. szacunki

publikowane przez analityków giełdowych, zmiany koniunktury (w tym koniunktury branżowej), ogólną sytuację na rynku papierów wartościowych, prawo i politykę rządu oraz ogólne tendencje gospodarcze i rynkowe. Cena rynkowa akcji może również ulec zmianie w konsekwencji emisji przez Spółkę nowych akcji, zbycia akcji przez głównych akcjonariuszy Spółki, zmian płynności obrotu, obniżenia kapitału zakładowego, wykupu akcji własnych przez Spółkę i zmiany postrzegania Spółki przez inwestorów. Ponadto ze względu na strukturę akcjonariatu Spółki obrót wtórny akcjami Spółki może charakteryzować się ograniczoną płynnością. W związku z możliwością wystąpienia powyższych lub innych czynników nie można zagwarantować, że inwestor nabywający akcje będzie mógł je zbyć w dowolnym terminie i po satysfakcjonującej go cenie.

#### 3.4. Ryzyko związane z naruszeniem lub podejrzeniem naruszenia przepisów prawa w związku z ubieganiem się o dopuszczenie akcji do obrotu na rynku regulowanym

Zgodnie z art. 17 Ustawy o ofercie publicznej w przypadku naruszenia lub uzasadnionego podejrzenia naruszenia przepisów prawa w związku z ubieganiem się o dopuszczenie papierów wartościowych do obrotu na rynku regulowanym na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej przez spółkę, sprzedającego lub inne podmioty występujące w imieniu lub na zlecenie spółki lub sprzedającego, albo uzasadnionego podejrzenia, że takie naruszenie może nastąpić, KNF z zastrzeżeniem art. 19 Ustawy o ofercie publicznej, może:

- nakazać wstrzymanie dopuszczenia papierów wartościowych do obrotu na rynku regulowanym, na okres nie dłuższy niż 10 dni roboczych;
- zakazać dopuszczenia papierów wartościowych do obrotu na rynku regulowanym;
- opublikować na koszt spółki lub sprzedającego, informację o niezgodnym z prawem działaniu w związku z ubieganiem się o dopuszczenie papierów wartościowych do obrotu na rynku regulowanym.

Zgodnie z art. 18 Ustawy o Ofercie Publicznej, KNF może zastosować te same środki, o których mowa powyżej, w przypadku gdy:

- oferta publiczna, subskrypcja lub sprzedaż papierów wartościowych, dokonywane na podstawie tej oferty, lub ich dopuszczenie lub wprowadzenie do obrotu na rynku regulowanym w znaczący sposób naruszałoby interesy inwestorów,
- istnieją przesłanki, które w świetle przepisów prawa mogą prowadzić do ustania bytu prawnego spółki,
- działalność spółki była lub jest prowadzona z rażącym naruszeniem przepisów prawa, które to naruszenie może mieć istotny wpływ na ocenę papierów wartościowych spółki lub też w świetle przepisów prawa może prowadzić do ustania bytu prawnego lub upadłości spółki, lub status prawny papierów wartościowych jest niezgodny z przepisami prawa, i w świetle tych przepisów istnieje ryzyko uznania tych papierów wartościowych za nieistniejące lub obarczone wadą prawną mającą istotny wpływ na ich ocenę.

Spółka nie jest w stanie przewidzieć, czy w przyszłości nie wystąpi którakolwiek z przesłanek stanowiąca dla KNF podstawę do zakazania lub wstrzymania przeprowadzenia Oferty Publicznej, czy ubiegania się o dopuszczenie lub wprowadzenie papierów wartościowych oferowanych, i o których dopuszczenie do obrotu na rynku regulowanym ubiega się Spółka na podstawie Prospektu.

#### 3.5. Ryzyko nałożenia przez KNF kar na inwestorów w przypadku niedopełnienia wymaganych prawem obowiązków

Na podstawie art. 97 ust. 1 Ustawy o ofercie publicznej na każdego, kto:

- nabywa lub zbywa papiery wartościowe z naruszeniem zakazu o którym mowa w art. 67 tej ustawy;



- nie dokonuje w terminie zawiadomienia, o którym mowa w art. 69 tej ustawy, lub dokonuje takiego zawiadomienia z naruszeniem warunków określonych w tych przepisach;
- przekracza określony próg ogólnej liczby głosów bez zachowania warunków, o których mowa w art. 72-74 tej ustawy;
- nie zachowuje warunków o których mowa w art. 76 lub 77 tej ustawy,
- nie ogłasza lub nie przeprowadza w terminie wezwania albo nie zbywa w terminie akcji w przypadkach o których mowa w art. 72 ust. 2, art. 73 ust. 2 i 3 oraz art. 74 ust. 2 i 5 tej ustawy;
- podaje do wiadomości informacje o zamiarze ogłoszenia wezwania przed przekazaniem informacji o tym w trybie, o którym mowa w art. 77 ust. 2 tej ustawy;
- wbrew żądaniu, o którym mowa w art. 78 tej ustawy, w określonym w nim terminie, nie wprowadza niezbędnych zmian lub uzupełnień w treści wezwania albo nie przekazuje wyjaśnień dotyczących jego treści;
- nie dokonuje w terminie zapłaty różnicy w cenie akcji w przypadku określonym w art. 74 ust. 3 tej ustawy;
- w wezwaniu, o którym mowa w art. 72-74 lub art. 91 ust. 6, proponuje cenę niższą niż określona na podstawie art. 79 tej ustawy;
- nabywa akcje własne z naruszeniem trybu, terminów i warunków określonych w art. 72-74, art. 79 lub art. 91 ust. 6 tej ustawy;
- wbrew obowiązkowi określönemu w art. 86 ust. 1 tej ustawy nie udostępnia dokumentów rewidentowi do spraw szczególnych lub nie udziela mu wyjaśnień;
- dopuszcza się czynu określonego w pkt 1-11 działając w imieniu lub interesie osoby prawnej lub jednostki organizacyjnej nie posiadającej osobowości prawnej.

KNF może, w drodze decyzji, następującej po przeprowadzeniu rozprawy, nałożyć karę pieniężną do wysokości 1.000.000 złotych.

Zgodnie z art. 99 ust. 1 Ustawy o ofercie publicznej, kto proponuje publiczne nabycie papierów wartościowych bez wymaganego ustawą zatwierdzenia Prospektu emisyjnego, złożenia zawiadomienia obejmującego memorandum informacyjne albo udostępnienia takiego dokumentu do publicznej wiadomości lub do wiadomości zainteresowanych inwestorów, podlega grzywnie do 1.000.000 złotych albo karze pozbawienia wolności do lat 2, albo obu tym karom łącznie. Tej samej karze podlega kto proponuje publiczne nabycie papierów wartościowych objętych memorandum informacyjnym dotyczącym oferty publicznej, przed upływem terminu do zgłoszenia przez KNF sprzeciwu dotyczącego zawiadomienia, albo mimo zgłoszenia takiego sprzeciwu. W przypadku mniejszej wagi czynu wymiar grzywny wynosi 250.000 złotych.

### 3.6. Ryzyko związane z możliwością niewypełnienia lub naruszenia określonych obowiązków przewidzianych w regulacjach prawnych Rynku regulowanego – uprawnienia KNF

W sytuacji, gdy spółki publiczne nie dopełniają określonych obowiązków wymienionych w art. 157 i 158 Ustawy o obrocie instrumentami finansowymi, KNF może nałożyć na podmiot, który nie dopełnił obowiązków, karę pieniężną do wysokości 1.000.000 złotych albo może wydać decyzję o wykluczeniu akcji z obrotu na rynku regulowanym albo nałożyć dwie kary łącznie.

Ponadto, zgodnie z art. 20 Ustawy o obrocie instrumentami finansowymi, w przypadku, gdy obrót określonymi papierami wartościowymi jest dokonywany w okolicznościach wskazujących na możliwość zagrożenia prawidłowego funkcjonowania rynku regulowanego lub bezpieczeństwa obrotu na tym rynku, albo naruszenia interesów inwestorów, na żądanie KNF Giełda zawiesza obrót tymi papierami lub instrumentami na okres nie dłuższy niż miesiąc. Na żądanie KNF Giełda wyklucza z obrotu wskazane przez KNF papiery wartościowe, w przypadku, gdy obrót nimi zagraża w sposób istotny prawidłowemu funkcjonowaniu rynku regulowanego lub bezpieczeństwu obrotu na tym rynku, albo powoduje naruszenie interesów inwestorów.

### 3.7. Ryzyko, iż realizowane przez spółkę w przyszłości oferty dłużnych lub udziałowych papierów wartościowych mogą wywrzeć negatywny wpływ na cenę rynkową Akcji i doprowadzić do rozwodnienia udziałów akcjonariuszy Spółki

W celu finansowania planów inwestycyjnych, Spółka może pozyskiwać dodatkowy kapitał poprzez oferowanie dłużnych lub udziałowych papierów wartościowych, a w szczególności obligacji zamiennych na akcje, obligacji z prawem pierwszeństwa lub podporządkowanych oraz akcji zwykłych. Emisje akcji lub dłużnych zamiennych papierów wartościowych mogą skutkować rozwodnieniem posiadanych przez akcjonariuszy praw ekonomicznych i praw głosu, jeżeli zostaną przeprowadzone bez przyznania praw poboru lub innych praw subskrypcyjnych, albo skutkować obniżeniem ceny akcji Spółki. Możliwe jest również wystąpienie obu tych skutków jednocześnie. Wykonywanie praw do zamiany albo praw wynikających z opcji przez posiadaczy obligacji zamiennych albo powiązanych z warrantami, jakie spółka może wyemitować w przyszłości, także może spowodować rozwodnienie udziałów akcjonariuszy Spółki. Posiadaczom akcji zwykłych Spółki przysługuje ustawowe prawo poboru uprawniające ich do nabycia określonego procentu każdej emisji akcji zwykłych Spółki, którego na warunkach określonych w art. 433 § 2 k.s.h. może zostać pozbawiony. W przypadku gdy walne zgromadzenie pozbawi inwestorów prawa poboru lub gdy inwestorzy nie skorzystają z prawa poboru, ich udział w kapitale zakładowym zostanie obniżony. Każda decyzja Spółki o emisji dodatkowych papierów wartościowych zależy od warunków rynkowych oraz od innych czynników znajdujących się poza kontrolą Spółki, toteż Spółka nie jest w stanie przewidzieć ani oszacować kwoty, czasu lub charakteru takiej przyszłej emisji. Tym samym, inwestorzy ponoszą ryzyko obniżenia ceny rynkowej Akcji oraz rozwodnienia w wyniku przyszłych emisji realizowanych przez Spółkę.

### 3.8. Ryzyko, że posiadacze Akcji w niektórych jurysdykcjach mogą podlegać ograniczeniom w zakresie wykonania praw poboru w ramach emisji realizowanych w przyszłości

W przypadku podwyższania kapitału zakładowego Spółki, akcjonariuszom Spółki będzie przysługiwać prawo poboru akcji nowej emisji, zgodnie z przepisami Kodeksu Spółek Handlowych, o ile uchwała Walnego Zgromadzenia nie pozbawi dotychczasowych akcjonariuszy prawa poboru w całości. W zakresie, w jakim prawo poboru przysługiwałoby akcjonariuszom Spółki w Stanach Zjednoczonych Ameryki, tacy akcjonariusze mogą nie mieć możliwości wykonania prawa poboru, chyba że zostałoby złożone oświadczenie o rejestracji zgodnie z amerykańską ustawą o papierach wartościowych lub taka rejestracja nie byłaby wymagana na podstawie jednego z wyjątków od obowiązku rejestracji. Akcjonariusze Spółki w innych jurysdykcjach mogą również podlegać ograniczeniom w wykonaniu przez nich prawa poboru. Spółka nie może zapewnić, że w przyszłości dokona rejestracji jakichkolwiek Akcji lub innych papierów wartościowych zgodnie z amerykańską ustawą o papierach wartościowych lub zgodnie z przepisami jakiegokolwiek innej jurysdykcji poza Polską. W wypadku podwyższenia kapitału zakładowego Spółki, akcjonariusze Spółki, którzy nie będą mogli zgodnie z przepisami państwa swojej siedziby wykonać ewentualnego prawa poboru, muszą liczyć się z możliwością rozwodnienia ich udziału w kapitale zakładowym Spółki. Ponadto, chociaż w niektórych jurysdykcjach akcjonariusze, którzy są pozbawieni możliwości wykonania lub zbycia praw poboru, są uprawnieni do rekompensaty odpowiadającej wartości tych praw, w Polsce nie obowiązuje takie uprawnienie, co oznacza, że posiadacze Akcji muszą liczyć się z tym, że nie otrzymają żadnej rekompensaty w związku z brakiem możliwości zbycia lub wykonania prawa poboru.

### 3.9. Ryzyko związane z publikowaniem raportów dotyczących Spółki lub zmianą rekomendacji analityków na negatywną

Raporty dotyczące Spółki publikowane przez analityków giełdowych mają wpływ na kurs notowań i płynność Akcji. Jeżeli żaden analityk giełdowy nie uwzględni Spółki i nie opublikuje raportu na jego temat, kurs notowań i płynność Akcji może ulec znaczącemu obniżeniu. Ponadto jeżeli jeden lub większa liczba analityków giełdowych przestanie uwzględniać Spółkę lub regularnie

publikować raporty dotyczące Spółki, może spaść zainteresowanie Spółką na rynku kapitałowym, co z kolei może powodować spadek kursu notowań i płynności Akcji. Jeżeli jeden lub większa liczba analityków giełdowych zmieni swoje rekomendacje na negatywne, kurs notowań Akcji może ulec znaczącemu spadkowi.

Inwestorzy powinni dokładnie rozważyć, czy inwestycja w akcje Spółki jest dla nich odpowiednia w świetle czynników ryzyka opisanych powyżej oraz informacji zawartych w niniejszym dokumencie, swojej sytuacji osobistej oraz dostępnych im zasobów finansowych.

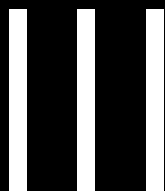
Podpisy Członków Zarządu Jednostki Dominującej

Warszawa, 20 marca 2019

Jacek Olechowski – Prezes Zarządu

Edyta Gurazdowska – Wiceprezes Zarządu

Marcin Jeziorski – Wiceprezes Zarządu



# DANE KONTAKTOWE

## MEDIACAP SA

Jacek Olechowski  
Prezes Zarządu

T +48 22 463 99 70  
F +48 22 463 99 08  
jo@mediacap.pl

[www.mediacap.pl](http://www.mediacap.pl)

## SCHOLZ & FRIENDS WARSZAWA SP. Z O.O.

Marcin Jeziorski  
Prezes Zarządu

T +48 22 463 86 48  
F +48 22 463 99 08  
m.jeziorski@s-f.com.pl

[www.s-f.com.pl](http://www.s-f.com.pl)

## IQS SP. Z O.O.

Alina Lempa  
Prezes Zarządu

T +48 22 592 63 00  
F +48 22 825 48 70  
alina.lempa@iqs-quant.com.pl

[www.grupaiqs.pl](http://www.grupaiqs.pl)

## THE DIGITALS SP. Z O.O.

Piotr Hassine  
Członek Zarządu

T +48 22 879 69 00  
piotr.hassine@thedigitals.pl

[www.thedigitals.pl](http://www.thedigitals.pl)

## PLASTREAM SP. Z O.O.

Bartosz Aninowski  
Prezes Zarządu

T +48 22 879 69 00  
bartosz.aninowski@plastream.net

[www.edgetechnology.pl](http://www.edgetechnology.pl)

## TALENTMEDIA SP. Z O.O.

Krystian Botko  
Prezes Zarządu

Tel. 502 058 824  
[www.talentmedia.tv](http://www.talentmedia.tv)

## MEDIACAP SA

Ul. Mangalia 2A, 02-758 Warszawa  
Kapitał zakładowy Spółki: 920 968,40 PLN, NIP 521 27 93 367  
KRS 0000302232, Sąd Rejonowy dla miasta stołecznego Warszawy XIII Wydział Gospodarczy