

ROZSZERZONY
SKONSOLIDOWANY
RAPORT PÓŁROCZNY
GRUPY MEDIACAP ZA I
PÓŁROCZE 2019 ROKU

SPIS TREŚCI:

I.	LIST OD ZARZĄDU	3
II.	WYBRANE DANE FINANSOWE	6
III.	PÓŁROCZNE SKRÓCONE SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE FINANSOWE GRUPY KAPITAŁOWEJ MEDIACAP	10
IV.	INFORMACJA DODATKOWA DO PÓŁROCZNEGO SKRÓCONEGO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO SPORZĄDZONEGO NA DZIEŃ 30 CZERWCA 2018	17
V.	PÓŁROCZNE SKRÓCONE SPRAWOZDANIE FINANSOWE MEDIACAP SA	37
VI.	INFORMACJA DODATKOWA DO PÓŁROCZNEGO SKRÓCONEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO SPORZĄDZONEGO NA DZIEŃ CZERWCA 2018	43
VII.	SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI GRUPY MEDIACAP SA W I PÓŁROCZU 2018 ROKU	51
VIII.	ZARZĄDZANIE RYZYKIEM W GRUPIE – OPIS PODSTAWOWYCH ZAGROŻEŃ I RYZYK	63
IX.	DANE KONTAKTOWE	73



LIST
OD
ZARZĄDU

Szanowni Państwo,

W drugim kwartale 2019 r. uzyskaliśmy 31,3 mln PLN skonsolidowanych przychodów, co oznacza wzrost o 48% wobec zeszłego roku. Wysoka sprzedaż przełożyła się na 3,3 mln PLN skonsolidowanego zysku EBITDA wobec 1,3 mln PLN w 2018, a bez uwzględnienia efektu MSSF 16 wyniosłaby 2,5 mln PLN (wzrost o 96% r/r).

Skokowy wzrost sprzedaży wynika głównie z konsolidacji 8,0 mln PLN przychodów przejętego w marcu LifeTube, pierwszej i największej w Polsce firmy influencer marketingu. Połączenie biur, integracja operacyjna LifeTube i TalentMedia oraz inne prace związane z transakcją, pochłonęły dużo uwagi i zasobów. Ten wysiłek ze strony zarządu TalentMedia, osłabił nieco jej wynik w Q1, ale w Q2 spółka wróciła na ścieżkę dynamicznego wzrostu i organicznie wypracowała 6,0 mln PLN przychodów (+51% r/r) oraz 0,4mln PLN zysku EBITDA (+170% r/r). Kontrybucja LifeTube do zysku EBITDA wyniosła w Q2 niespełna 0,2mln PLN, co wskazuje na potencjał do wzrostu rentowności –będziemy na nim bardzo mocno skupieni w 2020. Od teraz influencer marketing stanowi największy strumień przychodów Mediacap, a monetyzacja uzyskanej pozycji lidera polskiego rynku influencer marketingu i liczącego się gracza w Europie, przełoży się na wzrost rentowności i dynamiki całej Grupy.

Wyniki Grupy S/F w Q2 były stabilne – grupa wypracowała zbliżony do zeszłorocznego poziom przychodów i EBITDA. Realizujemy duże, ciekawe projekty między innymi dla takich graczy jak Plus, Plush czy Aldi, co w skali całego roku ma przełożyć się na dwucyfrowy wzrost przychodów i zysków, ze świadomością, iż kluczowy będzie największy sezonowo czwarty kwartał.

Przychody IQS utrzymały się na poziomie zbliżonym do zeszłorocznego (6,0 mln PLN). Większa sprzedaż bardziej marżowych produktów Opinie.pl przełożyła się jednak na wzrost EBITDA (0,9 mln PLN vs 0,7 mln PLN w Q2 2018). Nowe technologie ważą w tym obszarze coraz więcej, a Netdive – w innowacyjny sposób wykorzystujący AI do analizy treści, staje się platformą łączącą IQS ze światem narzędzi data marketingu.

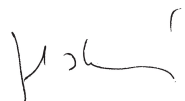
W Plastream zaawansowany moduł Plastream Retail dedykowany dla sieci Żabka przyczynił się do uzyskania pozytywnego wyniku EBITDA. Jednocześnie widać, że komercjalizacja zajmie więcej czasu niż nasze pierwotne założenia. Zanim to nastąpi – konieczne będą dalsze nakłady na inwestycje rozwojowe, w związku z tym rozważamy pozyskanie dla projektu zewnętrznych inwestorów – finansowych lub branżowych oraz udział w programie szybkiej ścieżki NCBiR.

W Gameset rozpoczęliśmy aktywne działania w zakresie pozyskania klientów międzynarodowych i kontynuujemy pace nad zagranicznymi przejściami. Równolegle uruchamiamy własne formaty z partnerami medialnymi – jak choćby Cyfrowi Atleci, wspólnie ze sport.pl (Agora).

Miniony kwartał napawa optymizmem na drugą połowę roku. Przychody rosną skokowo, a w skali całego roku po raz pierwszy przekroczymy próg 140 mln zł. Większa skala to pochodna nowych modeli biznesowych i innowacyjnych rozwiązań. Równocześnie zdajemy sobie sprawę z wyzwań: Grupa powiększyła zadłużenie, nadal ponosimy znaczne nakłady na rozwój, a najdynamiczniej rosną spółki, w

których Mediacap ma mniej udziałów. To dlatego wzrost przychodów i rentowności EBITDA nie przełożył się na EPS w tym kwartale. Wewnątrz prognozy wskazują jednak na poprawę w tym zakresie w kolejnych kwartałach, pracujemy też nad rozwiązaniami nakierowanymi na strukturalną poprawę zysków.

Z wyrazami szacunku,



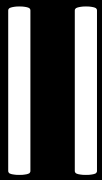
Jacek Olechowski
Prezes Zarządu



Edyta Gurazdowska
Wiceprezes Zarządu



Marcin Jeziorski
Wiceprezes Zarządu



WYBRANE DANE FINANSOWE

Wybrane dane finansowe

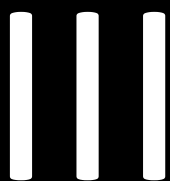
zawierające podstawowe pozycje skróconego skonsolidowanego półrocznego sprawozdania finansowego (również przeliczone na euro)

	w tys. PLN		w tys. EUR	
	Okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2019	Okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2018	Okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2019	Okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2018
Przychody ze sprzedaży	50 507	37 644	11 878	8 879
Zysk (strata) na działalności operacyjnej	483	(258)	114	(61)
Zysk (strata) brutto	194	(303)	46	(71)
Zysk (strata) netto z działalności kontynuowanej	78	(444)	18	(105)
Zysk (strata) netto z działalności zaniechanej	-	-	-	-
Zysk (strata) netto	78	(444)	18	(105)
Zysk (strata) netto przypadający akcjonariuszom Jednostki Dominującej	(296)	(375)	(70)	(88)
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	6 072	676	1 414	159
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(3 758)	(2 770)	(875)	(653)
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	(657)	469	(153)	111
Przepływy pieniężne netto, razem	1 657	(1 625)	386	(383)
Średnia ważona liczba akcji	18 419 368	18 275 230	18 419 368	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)	(0)	(0)	(0)

	30.06.2019	31.12.2018	30.06.2019	31.12.2018
Aktywa obrotowe	29 564	33 544	6 885	7 801
Aktywa trwałe	44 127	25 108	10 276	5 839
Aktywa razem	73 692	58 652	17 162	13 640
Zobowiązania krótkoterminowe	36 020	27 303	8 388	6 350
Zobowiązania długoterminowe	10 446	3 304	2 433	768
Kapitał własny przypadający akcjonariuszom Jednostki Dominującej	22 309	22 825	5 195	5 308
Udziały niekontrolujące	4 916	5 220	1 156	1 214
Liczba akcji	18 419 368	18 419 368	18 419 368	18 419 368

ZASOBY LUDZKIE

	Jednostkowe		Skonsolidowane	
	01.01.2019 - 30.06.2019	01.01.2018 - 30.06.2018	01.01.2019 - 30.06.2019	01.01.2018 - 30.06.2018
Liczba zatrudnionych w przeliczeniu na pełne etaty	5,50	5,0	124,40	91,85
płeć:				
- kobiety	91%	60%	69%	68%
- mężczyźni	9%	40%	31%	32%
wykształcenie:				
- średnie	9%	10%	13%	4%
- wyższe	91%	90%	90%	96%



PÓŁROCZNE SKRÓCONE
SKONSOLIDOWANE
SPRAWOZDANIE
FINANSOWE
GRUPY KAPITAŁOWEJ
MEDIACAP

SKONSOLIDOWANY RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT

	Okres 3 miesiące zakończony 30 czerwca 2019	Okres 3 miesiące zakończony 30 czerwca 2018	Okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2019	Okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2018
DZIAŁALNOŚĆ KONTYNUOWANA				
Przychody ze sprzedaży i zrównane z nimi	31 307	21 178	50 507	37 644
Przychody netto ze sprzedaży produktów i usług	31 307	21 178	50 507	37 644
Koszty działalności operacyjnej	29 625	20 881	50 347	38 373
Amortyzacja	1 462	696	2 673	1 407
Zużycie materiałów i energii	986	814	1 436	1 471
Usługi obce	15 512	14 636	29 780	26 745
Podatki i opłaty	101	143	204	230
Wynagrodzenia	7 044	4 085	11 050	7 573
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	579	419	1 007	740
Pozostałe koszty rodzajowe	3 942	88	4 198	207
Zysk ze sprzedaży	1 681	297	159	(729)
Pozostałe przychody operacyjne	269	327	469	527
Pozostałe koszty operacyjne	118	47	146	56
Zysk na działalności operacyjnej	1 833	577	483	(258)
Przychody finansowe	103	44	115	50
Koszty finansowe	224	41	404	95
Zysk brutto	1 712	580	194	(303)
Podatek dochodowy	(145)	327	146	141
Udziały w zyskach jednostek stowarzyszonych	55		30	
Zysk netto z działalności kontynuowanej	1 330	253	78	(444)
Zysk netto ogółem	1 330	253	78	(444)
Przypadający:				
Akcjonariuszom podmiotu dominującego	769	33	(296)	(375)
Akcjonariuszom niekontrolującym	561	222	374	(69)
Średnia ważona liczba akcji zwykłych	18 419 368	18 275 230	18 419 368	18 275 230
Średnia ważona rozwodniona liczba akcji zwykłych	18 419 368	18 419 368	18 419 368	18 419 368
Działalność kontynuowana				
Zysk netto na jedną akcję zwykłą (w PLN) przypadający akcjonariuszom podmiotu dominującego				
- podstawowy/rozwodniony	0	0	0	0

SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z CAŁKOWITYCH DOCHODÓW

	Okres 3 miesiące zakończony 30 czerwca 2019	Okres 3 miesiące zakończony 30 czerwca 2018	Okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2019	Okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2018
Wynik netto	1 330	253	78	(444)
Inne całkowite dochody netto	-	-	-	-
Całkowite dochody netto	1 330	253	78	(444)
Całkowite dochody przypadające:				
Akcjonariuszom podmiotu dominującego	770	33	(296)	(375)
Akcjonariuszom niekontrolującym	561	222	374	(69)

SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z SYTUACJI FINANSOWEJ

AKTYWA	30.06.2019	31.12.2018
I. AKTYWA TRWAŁE	44 127	25 108
Rzeczowe aktywa trwałe	12 517	3 088
Wartości niematerialne	5 152	5 517
Wartość firmy	21 211	12 350
Inwestycje w spółce stowarzyszonej rozliczanej zgodnie z metodą parw własności	2 449	1 800
Pozostałe aktywa finansowe długoterminowe	-	-
Należności długoterminowe	130	15
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	2 658	2 321
Pozostałe aktywa trwałe	10	17
II. AKTYWA OBROTOWE	29 564	33 544
Zapasy	18	1
Należności krótkoterminowe	23 889	30 920
Należności z tytułu dostaw i usług	21 253	29 745
Należności z tytułu podatku dochodowego	375	116
Pozostałe należności	2 261	1 059
Pozostałe aktywa finansowe	-	-
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	3 772	2 115
Pozostałe aktywa obrotowe	1 886	508
III. AKTYWA TRWAŁE ZAKWALIFIKOWANE JAKO PRZEZNACZONE DO SPRZEDAŻY	-	-
AKTYWA RAZEM	73 692	58 652

KAPITAŁ WŁASNY I ZOBOWIĄZANIA	30.06.2019	31.12.2018
I. KAPITAŁ WŁASNY RAZEM	27 226	28 045
1. Kapitał własny przypadający akcjonariuszom Jednostki Dominującej	22 309	22 825
Kapitał zakładowy	921	921
Kapitał zapasowy	10 353	8 212
Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej ceny nominalnej	14 822	14 822
Akcje własne	-	(103)
Kapitał rezerwowy	3 264	3 367
Zyski zatrzymane	(7 049)	(4 394)
- zysk (strata) z lat ubiegłych	(6 753)	(6 508)
- zysk (strata) netto	(296)	2 114
Różnice kursowe z przeliczenia jednostek zależnych	-1	-
2. Udziały niekontrolujące	4 916	5 220
II. ZOBOWIĄZANIA DŁUGOTERMINOWE	10 446	3 304
1. Zobowiązania i rezerwy długoterminowe	8 758	1 959
Kredyty i pożyczki	885	1 267
Pozostałe zobowiązania finansowe	7 449	229
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	425	463
Pozostałe rezerwy	-	-
2. Rozliczenia międzyokresowe	1 688	1 345
III. ZOBOWIĄZANIA KRÓTKOTERMINOWE	36 020	27 303
1. Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe	34 825	25 230
Kredyty i pożyczki	3 662	3 214
Pozostałe zobowiązania finansowe	4 677	1 913
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług	8 217	10 348
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego	126	884
Zobowiązania pozostałe	10 413	2 627
Rezerwy na świadczenia emerytalne i podobne	729	1 020
Pozostałe rezerwy	7 000	5 224
2. Przychody przyszłych okresów oraz rozliczenia międzyokresowe	1 195	2 073
KAPITAŁ WŁASNY I ZOBOWIĄZANIA RAZEM	73 692	58 652

SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z PRZEPLÝWÓW PIENIĘŻNYCH

	Okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2019	Okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2018
Przeplýwy środków pieniężnych z działalności operacyjnej (metoda pośrednia)		
Zysk (strata) brutto	224	(303)
Zysk (strata) brutto z działalności kontynuowanej	194	(303)
Udziały w zyskach jednostek stowarzyszonych	(30)	
Korekty razem	5 848	979
Amortyzacja	2 672	1 407
Odsetki i udziały w zyskach (dywidendy)	404	70
(Zysk) strata z działalności inwestycyjnej	-	6
Zmiana stanu należności i innych aktywów	8 042	1 277
Zmiana stanu zobowiązań krótkoterminowych, z wyjątkiem pożyczek i kredytów	(3 390)	(1 049)
Podatek dochodowy (zapłacony) / zwrócony	(1 888)	(890)
Inne korekty	8	158
Przeplýwy pieniężne netto z działalności operacyjnej	6 072	676
Przeplýwy środków pieniężnych z działalności inwestycyjnej		
Wpływy	0	175
Zbycie wartości niematerialnych oraz rzeczowych aktywów trwałych	-	78
Spłata udzielonych pożyczek	-	-
Odsetki	-	97
Wydatki	(3 758)	(2 945)
Nabycie wartości niematerialnych oraz rzeczowych aktywów trwałych	(850)	(1 484)
Nabycie jednostek zależnych pomniejszone o środki pieniężne tych jednostek	(489)	-
Nabycie udziałów w jednostkach stowarzyszonych oraz pozostałych jednostkach	(2 419)	
Udzielone pożyczki	-	(1 461)
Przeplýwy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(3 758)	(2 770)
Przeplýwy środków pieniężnych z działalności finansowej		
Wpływy	1 650	1 967
Wpływy netto z emisji akcji i innych instrumentów kapitałowych oraz dopłat do kapitału	-	52
Kredyty i pożyczki, emisja dłużnych papierów wartościowych	1 650	1 915
Wydatki	(2 157)	(1 498)
Dywidendy i inne udziały w zyskach wypłacone przez spółki zależne	-	-
udziałowcom niekontrolującym		
Spłaty kredytów i pożyczek, wykup dłużnych papierów wartościowych	(745)	(1 268)
Z tytułu innych zobowiązań finansowych- MSSF 16	(1 259)	
Z tytułu innych zobowiązań finansowych	-	(48)
Odsetki	(153)	(182)
Przeplýwy pieniężne netto z działalności finansowej	(657)	469
Przeplýwy pieniężne netto, razem	1 657	(1 625)
Bilansowa zmiana stanu środków pieniężnych	1 657	(1 625)
Środki pieniężne na początek okresu	2 115	3 889
Środki pieniężne na koniec okresu	3 772	2 264

SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE ZE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM

	Kapitał własny razem	Kapitał własny przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej	Kapitał zakładowy	Kapitał zapasowy	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej ceny nominalnej	Akcje własne	Kapitał rezerwowy	Różnice kursowe z przeliczenia jednostek zależnych	Zyski zatrzymane	Niepodzielony zysk (strata) z lat ubiegłych	Zysk (strata) netto	Udziały niekontrolujące
Stan na początek okresu 01.01.2019	28 045	22 825	921	8 212	14 822	(103)	3 367	-	(4 394)	(4 394)	-	5 220
Stan na początek okresu, po uzgodnieniu do danych porównywalnych	28 045	22 825	921	8 212	14 822	(103)	3 367	-	(4 394)	(4 394)	-	5 220
Całkowite dochody netto	77	(297)	-	-	-	-	-	(1)	(296)	-	(296)	374
- wynik netto za okres	78	(296)	-	-	-	-	-	-	(296)	-	(296)	374
- różnice kursowe z przeliczenia jednostek zależnych	(1)	(1)	-	-	-	-	-	(1)	-	-	-	-
Pozostałe zwiększenia kapitału własnego	(896)	(217)	-	2 141	-	103	(103)	-	(2 358)	(2 358)	-	(678)
- emija akcji	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- zakup / włączenie spółki do konsolidacji	31	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	31
- podział zysku / pokrycie straty	-	-	-	2 141	-	-	-	-	(2 141)	(2 141)	-	-
- transakcje na udziałach niekontrolujących	(35)	(217)	-	-	-	-	-	-	(217)	(217)	-	182
- rozliczenie akcji własnych	-	-	-	-	-	103	(103)	-	-	-	-	-
- wypłata dwidendy dla udziałowców niekontrolujących	(891)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(891)
Stan na koniec okresu 30.06.2019	27 226	22 309	921	10 353	14 822	0	3 264	(1)	(7 049)	(6 752)	(296)	4 916

	Kapitał własny razem	Kapitał własny przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej	Kapitał zakładowy	Kapitał zapasowy	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej ceny nominalnej	Akcje własne	Kapitał rezerwowy	Zyski zatrzymane	Niepodzielony zysk (strata) z lat ubiegłych	Zysk (strata) netto	Udziały niekontrolujące
Stan na początek okresu 01.01.2018	27 013	21 971	921	7 468	14 822	(103)	3 054	(4 191)	(4 191)	-	5 042
Stan na początek okresu, po uzgodnie-niu do danych porównywalnych	27 013	21 971	921	7 468	14 822	(103)	3 054	(4 191)	(4 191)	-	5 042
Całkowite dochody netto	(444)	(375)	-	-	-	-	-	(375)	-	(375)	(69)
- wynik netto za okres	(444)	(375)	-	-	-	-	-	(375)	-	(375)	(69)
Pozostałe zwiększenia kapitału własnego	1 062	605	-	743	-	-	231	(369)	(369)	-	457
- emija akcji	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- podział zysku / pokrycie straty	816	816	-	743	-	-	73	-	-	-	-
- nadwyżka wartości emisyjnej nad nominalną	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- zmiana struktury udziałowej	88	(369)	-	-	-	-	-	(369)	(369)	-	457
- korekta błędu poprzedniego okresu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- opcje menadżerskie	158	158	-	-	-	-	158	-	-	-	-
- inne zwiększenia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pozostałe zmniejszenia kapitału własnego	2 672	1 914	-	-	-	-	-	1 914	1 914	-	758
- wypłata dywidendy	1 855	1 097	-	-	-	-	-	1 097	1 097	-	758
- podział zysku / pokrycie straty	817	817	-	-	-	-	-	817	817	-	-
Stan na koniec okresu 30.06.2018	24 959	20 287	921	8 211	14 822	(103)	3 285	(6 849)	(6 474)	(375)	4 672

IV

INFORMACJA DODATKOWA
DO PÓŁROCZNEGO
SKRÓCONEGO
SKONSOLIDOWANEGO
SPRAWOZDANIA
FINANSOWEGO
SPORZĄDZONEGO NA DZIEŃ
30 CZERWCA 2019

1. Informacje ogólne

Nazwa Jednostki Dominującej:	MEDIACAP SA
Forma prawna:	spółka akcyjna
Siedziba:	ul. Mangalia 2A, 02-758 Warszawa
Kraj rejestracji:	Polska
Podstawowy przedmiot działalności:	Zasadniczym przedmiotem działalności Jednostki Dominującej jest kompleksowa realizacja imprez masowych i promocyjnych (event marketing) oraz realizacja działań z zakresu niestandardowej reklamy zewnętrznej (tzw. ambient media) oraz usługi z zakresu marketingu zintegrowanego.
Organ prowadzący rejestr:	Sąd Rejonowy dla miasta stołecznego warszawy w warszawie, XIII wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego – KRS nr 0000302232
Numer statystyczny REGON:	012976217
NIP:	521-279-33-67

Spółka MEDIACAP SA 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.

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

Zarząd MEDIACAP SA sprawowali:

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

Radę Nadzorczą MEDIACAP SA stanowili:

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
Artur Czerwoński	Członek Rady Nadzorczej (od 26 czerwca 2018)

Skrócone półroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy (skonsolidowane sprawozdanie finansowe) obejmuje okres 6 miesięcy zakończony dnia 30 czerwca 2019 oraz zawiera dane porównywalne za okres 6 miesięcy zakończony dnia 30 czerwca 2018 oraz na dzień 31 grudnia 2018. Skonsolidowany rachunek zysków i strat oraz skonsolidowane sprawozdanie z całkowitych dochodów obejmują również dane za okres 3 miesięcy zakończony 30 czerwca 2019 r. oraz dane porównywalne za okres 3 miesięcy, zakończony dnia 30 czerwca 2018 r.

Skrócone półroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy na dzień 30 czerwca 2019 oraz skrócone półroczne jednostkowe sprawozdanie finansowe sporządzone na dzień 30 czerwca 2019 podlegały przeglądowi przez biegłego rewidenta.

Jako dane porównywalne zaprezentowano dane z zatwierdzonych i opublikowanych skonsolidowanych sprawozdań finansowych na dzień 30 czerwca 2018 oraz na dzień 31 grudnia 2018.

Skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy MEDIACAP za pierwsze półrocze 2019 zostało sporządzone przy założeniu kontynuacji działalności w dającej się przewidzieć przyszłości przez jednostki objęte tym sprawozdaniem, tj. w okresie co najmniej 12 miesięcy po dniu bilansowym. W opinii Zarządu Jednostki Dominującej nie istnieją okoliczności wskazujące na zagrożenie kontynuowania działalności przez Jednostkę Dominującą i jednostki zależne.

Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za pierwsze półrocze 2019 winno być czytane razem ze skonsolidowanym sprawozdaniem finansowym za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2018, zatwierdzonym przez Zarząd Jednostki Dominującej i opublikowanym dnia 20 marca 2019.

Niniejsze skrócone półroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe zostało zatwierdzone przez Zarząd Jednostki Dominującej w dniu 30 września 2019.

2. Skład Grupy Kapitałowej MEDIACAP na dzień 30 czerwca 2019

Na koniec pierwszego półrocza 2019 Jednostka Dominująca posiadała bezpośrednio lub pośrednio udziały w 12 jednostkach zależnych, z których 11 zostało objętych skonsolidowanym sprawozdaniem finansowym.

Nazwa spółki	Przedmiot działalności	Procent posiadanych udziałów	Procent w całkowitej liczbie głosów	Inne
The Digitalis Sp. z o.o.	komunikacja marketingowa	100%	100%	
Scholz&Friends Warszawa Sp. z o.o.	działalność agencji reklamowych	75%*	75%	Kontrola przez Spółkę The Digitalis Sp. z o.o.

Boost sp. z o.o. (d.MCP PUBLICA Sp. z o.o.)	działalność portali internetowych	100%*	100%	Kontrola przez Spółkę The Digitals Sp. z o.o.
IQS Sp. z o.o.	działalność agencji badawczych	60%	60%	
Quant Sp. z o.o.	działalność agencji badawczych	60%**	60%	Kontrola przez Spółkę IQS Sp. z o.o.
Plastream Sp. z o.o.	działalność związana z oprogramowaniem	64%	64%	
TalentMedia Sp. z o.o.	działalność agencji reklamowych	51%	51%	
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.
Lifetube Sp. z o.o. (dawniej LT Group Sp. z o.o.)	działalność agencji reklamowych	40%****	40%	Kontrola przez Spółkę TalentMedia Sp. z o.o.
Gameset Sp. z o.o.	Działalność agencji reklamowych	28%	28%	

*Grupa posiada 100% udziałów w Spółce The Digitals Sp. z o.o., która posiada 75% udziałów w Spółce Scholz&Firends Warszawa Sp. z o.o. W związku z tym, udział Grupy w Scholz&Friends Warszawa Sp. z o.o. wynosi 75%.

Grupa posiada 100% udziałów w Spółce Boost Sp. z o.o., która posiada 100% udziałów w Spółce Boost Sp. z o.o. W związku z tym, udział Grupy w Boost Sp. z o.o. wynosi 100%.

** Grupa posiada 60% udziałów w Spółce IQS Sp. z o.o., która posiada 100% udziałów w Spółce Quant Sp. z o.o. W związku z tym, udział Grupy w Quant Sp. z o.o. wynosi 60%.

***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 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. Ze względu na niewielką skalę działalności spółki na tym etapie jej rozwoju dane finansowe nie są konsolidowane.

****Grupa posiada 51,11% udziałów w Spółce TalentMedia Sp. z o.o., która posiada 79,05% udziałów w Spółce Lifetube Sp. z o.o. W związku z tym, udział Grupy w Lifetube Sp. z o.o. wynosi 40,40%. Ze względu na posiadanie większości głosów na walnym zgromadzeniu wspólników, MEDIACAP SA sprawuje kontrolę nad Lifetube Sp. z o.o.

Emitent posiada udziały w spółce stowarzyszonej Gameset Sp. z o.o. W dniu 5 kwietnia 2019 r. nastąpił wpis do KRS podwyższenia kapitału zakładowego w Gameset Sp. z o.o. W podwyższonym kapitale zakładowym Emitent objął 60 udziałów w spółce o łącznej wartości nominalnej 3.000 zł, za łączną kwotę w wysokości 1.800.000 zł, co stanowiło 19,1% udziałów w kapitale zakładowym. Na dzień 30 czerwca 2019 roku, po umorzeniu udziałów jednego z dotychczasowych wspólników, bez obniżenia kapitału zakładowego Emitent posiada udział Emitenta w Gameset sp. z o.o. wynosi 27,78% w kapitale zakładowym.

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

W dniu 8 maja 2019 r. spółka zależna Emitenta, The Digitals sp. z o.o. objęła 10 udziałów w podwyższonym kapitale zakładowym spółki Genzet sp. z o.o., co stanowi 9,09% kapitału zakładowego tej spółki. Wpis podwyższenia kapitału zakładowego do KRS nastąpił w dniu 4 lipca 2019 r.

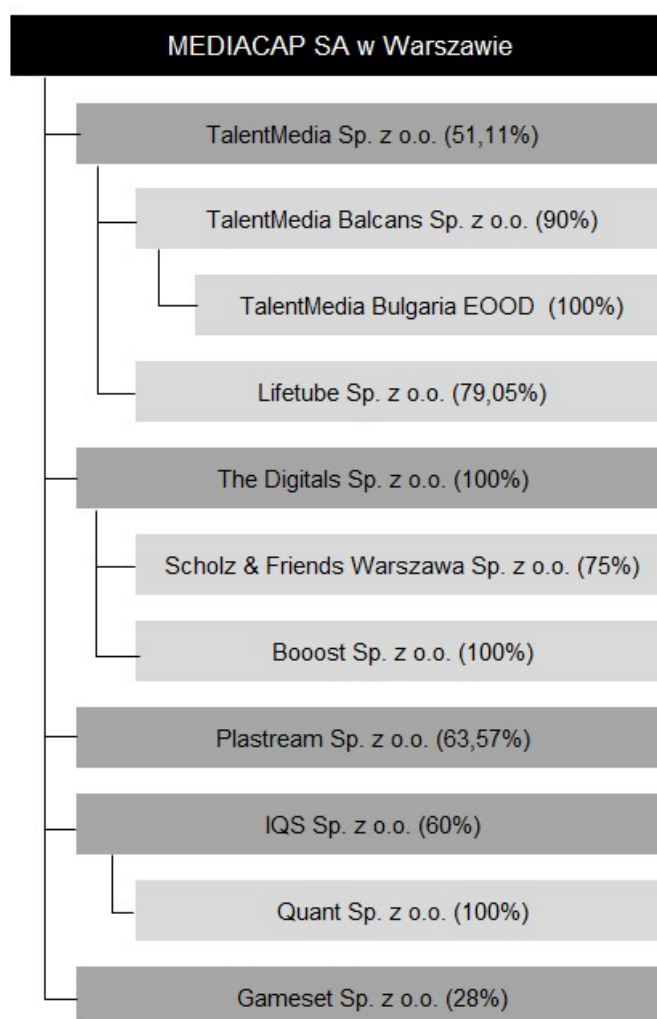
Siedziba wszystkich polskich spółek znajduje się przy ul. Mangalia 2A w Warszawie. Siedziba spółki TalentMedia Bulgaria EOOD znajduje się w Plodiv przy Sankt Petersburg blv w Bułgarii.

Spółki są konsolidowane metodą pełną z wyjątkiem jednostki stowarzyszonej- Gameset Sp. z o.o., która zgodnie z polityką rachunkowości Grupy jest konsolidowana metodą praw własności.

Lifetube Sp. z o.o. jest konsolidowany od Q2 2019 ponieważ nabycie 79,05% udziałów w kapitale zakładowym nastąpiło na podstawie umowy z dnia 18 marca 2019.

Na dzień 30 czerwca 2019 r. oraz na dzień 31 grudnia 2018 r. udział w ogólnej liczbie głosów posiadany przez Grupę w podmiotach zależnych jest równy udziałowi Grupy w kapitałach tych jednostek.

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



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, Boost 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 Boost Sp. z o.o., The Digitals sp. z o.o. nabył 1 300 udziałów Boost Sp. z o.o. (65% udziałów), a udziałowcy mniejszościowi 700 udziałów (35%).

W dniu 19 czerwca 2019 The Digitals Sp. z o.o. odkupił udziały od odziałowców mniejszościowych i w związku z tym posiada 100% udziałów.

3. Waluta funkcjonalna, waluta prezentacji sprawozdań finansowych oraz kursy przyjęte do przeliczenia danych finansowych

Pozycje zawarte w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym wycenia się w walucie podstawowego środowiska gospodarczego, w którym Grupa prowadzi działalność („waluta funkcjonalna”). Sprawozdanie finansowe prezentowane jest w polskich złotych (PLN), który jest walutą funkcjonalną i walutą prezentacji Grupy.

Wszystkie wartości, o ile nie wskazano inaczej, podane są w tysiącach PLN.

Transakcje wyrażone w walutach obcych przelicza się na walutę funkcjonalną według kursu obowiązującego w dniu transakcji. Zyski i straty kursowe z rozliczenia tych transakcji oraz wyceny bilansowej aktywów i zobowiązań pieniężnych wyrażonych w walutach obcych ujmuje się w rachunku zysków i strat.

Zastosowane kursy walut

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.

Treść	Okres	Okres	
	sprawozdawczy	porównywalny	
	01.01 - 30.06.2019	01.01 - 31.12.2018	01.01 - 30.06.2018
średni kurs na koniec okresu	4,2520	4,3000	4,3616
średni kurs okresu	4,2940	4,2617	4,2395
najwyższy średni kurs w okresie	4,2520	4,3978	4,3616
najniższy średni kurs w okresie	4,3402	4,1423	4,1423

4. Podstawa sporządzenia skonsolidowanego sprawozdania finansowego

Niniejsze skonsolidowane sprawozdanie finansowe zostało sporządzone zgodnie z zasadą kosztu historycznego.

W dniu 2 lutego 2015 walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Jednostki Dominującej podjęło, na mocy art. 45 Ustawy uchwałę o sporządzaniu od dnia 1 stycznia 2015 roku jednostkowych sprawozdań Spółki zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Rachunkowości, Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej oraz związanymi z nimi interpretacjami ogłoszonymi w formie rozporządzeń Komisji Europejskiej.

Podstawę sporządzenia skonsolidowanego sprawozdania finansowego stanowią:

- sprawozdanie jednostkowe Jednostki Dominującej sporządzone zgodnie z MSSF,
- sprawozdania jednostkowe Spółek Grupy, sporządzone w oparciu o księgi rachunkowe prowadzone zgodnie z polityką (zasadami) rachunkowości określoną przez Ustawę z dnia 29 września 1994 roku o rachunkowości („Ustawa”) z późniejszymi zmianami i wydanymi na jej podstawie przepisami („polskie standardy rachunkowości”).

Skonsolidowane sprawozdanie finansowe zawiera przekształcenia wprowadzone w celu doprowadzenia sprawozdań finansowych spółek prowadzących księgi wg krajowych zasad rachunkowości do zgodności z przyjętą polityką rachunkowości wg MSSF

5. Oświadczenia

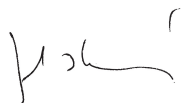
Oświadczenie o zgodności

Skrócone półroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy Kapitałowej MEDIACAP za okres 6 miesięcy zakończonych 30 czerwca 2019 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, 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”).

Skrócone półroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe zostało zaprezentowane zgodnie z MSR 34 „Śródroczna sprawozdawczość finansowa” z zastosowaniem zasad wyceny aktywów i pasywów oraz pomiaru wyniku finansowego netto określonych na koniec okresu sprawozdawczego.



Jacek Olechowski
Prezes Zarządu



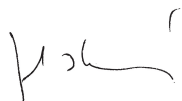
Edyta Gurazdowska
Wiceprezes Zarządu



Marcin Jeziorski
Wiceprezes Zarządu

Oświadczenie o rzetelności

Zgodnie z wymogami Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 29 marca 2018 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, półroczne skrócone skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy Kapitałowej Mediacap i skrócone półroczne sprawozdanie finansowe MEDIACAP SA wraz z danymi porównywalnymi wykazanymi w tych sprawozdaniach, sporządzone zostały zgodnie z obowiązującymi Grupę Kapitałową MEDIACAP i Spółkę MEDIACAP SA zasadami rachunkowości oraz odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową Grupy Kapitałowej MEDIACAP oraz Spółki MEDIACAP SA oraz jej wynik finansowy zarówno jednostkowy, jak i skonsolidowany. Sprawozdanie z działalności Grupy Kapitałowej MEDIACAP zawiera prawdziwy obraz rozwoju i osiągnięć oraz sytuacji Grupy Kapitałowej MEDIACAP, w tym opis podstawowych zagrożeń i ryzyka.



Jacek Olechowski
Prezes Zarządu



Edyta Gurazdowska
Wiceprezes Zarządu



Marcin Jeziorski
Wiceprezes Zarządu

6. Zasady rachunkowości, metody wyceny, zasady konsolidacji oraz porównywalność sprawozdań finansowych

Zasady rachunkowości, w tym metody wyceny aktywów i pasywów, przychodów i kosztów zastosowane do sporządzenia niniejszego skonsolidowanego sprawozdania finansowego są spójne z zastosowanymi przy sporządzaniu skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy za rok zakończony 31 grudnia 2018 roku za wyjątkiem zastosowania nowych standardów, zmian do standardów i interpretacji wydanych przez Komitet ds. IMSF, mających zastosowanie w przypadku Grupy dla okresu sprawozdawczego rozpoczynającego się 1 stycznia 2019r. Grupa zamierza przyjąć opublikowane, lecz nie obowiązujące do dnia publikacji niniejszego skonsolidowanego sprawozdania finansowego zmiany MSSF, zgodnie z datą ich wejścia w życie.

Następujące standardy i zmiany standardów stały się obowiązujące od 1 stycznia 2019r:

- MSSF 16 Leasing (opublikowano dnia 13 stycznia 2016 r),
- KIMSF 23 Niepewność związana z ujmowaniem podatku dochodowego (opublikowano dnia 7 czerwca 2017),
- Zmiany do MSSF 9 Kontrakty z cechami przedpłat z ujemną rekompensatą (opublikowano dnia 12 października 2017),

- Zmiany do MSR 28 Udziały długoterminowe w jednostkach stowarzyszonych i wspólnych przedsięwzięciach (opublikowano dnia 12 października 2017)

Wprowadzone wszystkie ww. zmiany zostały przeanalizowane przez Zarząd Spółki. Poza wprowadzeniem zmian wynikających z zastosowania MSSF 16 Leasing , który Spółka wdrożyła od 1 stycznia 2019 r., Zarząd Spółki uważa że pozostałe ww. zmiany nie mają istotnego wpływu na sytuację finansową, wyniki działalności Grupy, ani też na zakres informacji prezentowanych w niniejszym śródrocznym skróconym skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym.

Zastosowanie MSSF 16 Leasing po raz pierwszy

MSSF 16 Leasing Grupa wdrożyła z dniem 1 stycznia 2019 roku. Standard wprowadził jeden model ujęcia leasingu w księgach rachunkowych leasingobiorcy -w ogólności MSSF 16 zakłada ujęcie wszystkich umów leasingu w modelu podobnym do modelu ujęcia leasingu finansowego zgodnie z MSR 17. Nowy standard MSSF 16 Leasing zastępuje dotychczas obowiązujący standard MSR 17 oraz interpretacje KIMSF 4, SKI 15 oraz SKI 27. Grupa zastosowała MSSF 16 retrospektywnie z odniesieniem skumulowanego efektu pierwszego zastosowania niniejszego standardu jako korektę bilansu otwarcia zysków zatrzymanych na dzień 1 stycznia 2019 roku.

Zgodnie z MSSF 16 umowa jest leasingiem lub zawiera leasing, jeżeli przekazuje prawo do kontroli zidentyfikowanego składnika aktywów na dany okres czasu w zamian za wynagrodzenie.

Na dzień przejścia na MSSF 16 Spółka ujęła składnik aktywów z tytułu prawa do użytkowania oraz zobowiązania z tytułu leasingu. Spółka oddzielnie ujmuje koszt odsetek i amortyzację.

Stosując niniejszy standard retrospektywnie Spółka skorzystała z poniższych zwolnień:

- Spółka nie stosuje niniejszego standardu do umów, które wcześniej nie zostały zidentyfikowane jako umowy zawierające leasing zgodnie z MSR 17 oraz KIMSF 4,
- Spółka zastosuje pojedynczą stopę dyskontową do portfela leasingów o podobnym charakterze, - Umowy leasingu operacyjnego, z pozostałym okresem leasingu krótszym niż 12 miesięcy na dzień 1 stycznia 2019 roku potraktowane zostały jako leasing krótkoterminowy i tym samym ujęcie tych umów nie ulegnie zmianie,
- Umowy leasingu operacyjnego, w przypadku których bazy składnik aktywów ma niską wartość (np. wyposażenie biurowe) nie zostały przeliczone i ich ujęcie nie uległo zmianie,
- Spółka nie wydzieliła elementów leasingowych i nie leasingowych.

Na dzień 1 stycznia 2019 r. Grupa jako leasingobiorca ujęła zobowiązania z tytułu leasingu wycenione w wartości bieżącej pozostałych opłat leasingowych, zdyskontowanych według krańcowych stóp procentowych Grupy oraz ujęła składniki aktywów z tytułu prawa do użytkowania w kwocie równej zobowiązaniom z tytułu leasingu.

Grupa podjęła decyzję o prezentacji aktywów z tytułu prawa do użytkowania w ramach tej samej pozycji, w ramach której przedstawione zostałyby odpowiednie bazowe składniki aktywów, gdyby były własnością Grupy (leasingobiorcy).

Wpływ wdrożenia MSSF 16 od 1 stycznia 2019 roku skutkowało rozpoznaniem aktywa z tytułu prawa do użytkowania, prezentowanego w linii środka trwałe w wysokości 9 639 tysięcy złotych oraz zobowiązania leasingowego prezentowanego w zobowiązaniach finansowych w tej samej wysokości. Skonsolidowana EBITDA wypracowana w tym okresie wyniosła 1,79 mln PLN, a bez uwzględnienia efektu MSSF 16 wyniosłaby 3,13 mln PLN.

7. Segmenty działalności

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, eventów, marketingu w mediach społecznościowych, marketingu z wykorzystaniem influencerów i wideo oraz performance media w internecie. Usługi te realizowane są pod markami handlowymi MEDIACAP, The Digitals, Scholz & Friends Warszawa, EM LAB, Boost, Lifetube, TalentMedia, HubYT wraz ze spółkami zależnymi oraz Gameset, w zależności od wiodącej charakterystyki realizowanego zlecenia. Grupa jest obecnie jednym z największych niezależnych dostawców tego typu usług. Kluczową wartością dodaną jaką MEDIACAP zapewnia w tym segmencie 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 dzięki inwestycji w TalentMedia (i Lifetube) oferta rozszerzona została o działalność w zakresie influencer marketingu. W tym segmencie Grupa jest liderem rynkowym.

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, opinie.pl, netdive 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 deklaratywnych 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 porównywalny 01.01.2019 – 30.06.2019		Działalność kontynuowana		Wyłączenia konsolidacyjne	Ogółem
		Marketing	Data		
Przychody ze sprzedaży	Sprzedaż na zewnątrz	39 161	11 346	-	50 507
	Sprzedaż między segmentami	905	245	(1 150)	-
Koszty segmentu	Koszty sprzedaży zewnętrznej	(39 995)	(10 352)	-	(50 347)
	Koszty sprzedaży między segmentami	(245)	(905)	1 150	-
Zysk (strata) segmentu		(175)	334	-	159
Przychody z tytułu odsetek		64	28	(81)	10
Koszty z tytułu odsetek		(183)	(66)	81	(167)
Istotne pozycje przychodów ujawnione zgodnie z pkt.86 MSSF 8 (np. pozostałe przychody operacyjne, pozostałe koszty finansowe poza odsetkami)		1 296	210	(957)	549
Istotne pozycje kosztów ujawnione zgodnie z pkt.86 MSSF 8 (np. pozostałe koszty operacyjne, koszty finansowe poza odsetkami)		(302)	(137)	81	(357)
Zysk / (strata) przed opodatkowaniem		699	370	(875)	194
Udział w zyskach (stratach) jednostek stowarzyszonych i wspólnych przedsięwzięć wycenianych metodą praw własności		30	-	-	30
Podatek dochodowy		123	23	-	146
Zysk (strata) netto z działalności kontynuowanej		606	347	(875)	78
Amortyzacja		(1 199)	(1 474)	-	(2 673)
EBITDA		2 017	1 881	-	3 024
Aktywa segmentu		59 676	20 868	(6 853)	73 692

Dane za okres bieżący 01.01.2018 – 30.06.2018		Działalność kontynuowana		Wyłączenia konsolidacyjne	Ogółem
		Marketing	Data		
Przychody ze sprzedaży	Sprzedaż na zewnątrz	26 839	10 805	-	37 644
	Sprzedaż między segmentami	947	294	(1 241)	-
Koszty segmentu	Koszty sprzedaży zewnętrznej	27 109	11 264	-	38 373
	Koszty sprzedaży między segmentami	294	947	(1 241)	-
Zysk (strata) segmentu		383	(1 112)	-	(729)
Przychody z tytułu odsetek		15	28	(21)	22
Koszty z tytułu odsetek		75	26	(21)	80
Istotne pozycje przychodów ujawnione zgodnie z pkt.86 MSSF 8 (np. pozostałe przychody operacyjne, pozostałe koszty finansowe poza odsetkami)		349	274	(42)	581
Istotne pozycje kosztów ujawnione zgodnie z pkt.86 MSSF 8 (np. pozostałe		118	21	(42)	97

koszty operacyjne, koszty finansowe
poza odsetkami)

Udział w zyskach (stratach) jednostek stowarzyszonych i wspólnych przedsięwzięć wycenianych metodą praw własności	-	-	-	-
Zysk / (strata) przed opodatkowaniem	554	(857)	-	(303)
Podatek dochodowy	225	(84)	-	141
Zysk (strata) netto z działalności kontynuowanej	329	(773)	-	(444)
Amortyzacja	612	795	-	1 407
EBITDA	1 261	(112)	-	1 149
Aktywa segmentu	36 840	16 211	(5 811)	47 240

8. Informacja o istotnych zmianach wielkości szacunkowych

W wyniku finansowym bieżącego okresu rozliczono skutki aktualizacji lub tworzenia szacunków przyszłych zobowiązań (rezerw) w szczególności z tytułu odpisów aktualizujących wartość aktywów oraz rezerw, biernych rozliczeń międzyokresowych oraz rozliczeń międzyokresowych przychodów. Ujęte kwoty odzwierciedlają najbardziej właściwy szacunek nakładów pieniężnych, niezbędnych do wypełnienia w przyszłości obecnego obowiązku istniejącego na dzień bilansowy.

W bieżącym okresie nastąpiło zwiększenie aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego o kwotę 337 tys. zł, rozliczone na zwiększenie wyniku finansowego oraz zmniejszenie rezerwy z tytułu odroczonego podatku dochodowego o kwotę 38 tys. zł, rozliczone na zmniejszenie wyniku finansowego.

W wyniku finansowym brutto bieżącego okresu rozliczono skutki aktualizacji i tworzenia szacunków przyszłych zobowiązań, a w szczególności:

	01.01.2019	Objęcie kontroli nad jednostkami zależnymi	Zmiany			30.06.2019
			Utworzenie	Rozwiązanie	Wykorzystanie	
Odpisów aktualizujących:						
- należności	443				-	443
Rezerw z tytułu:					-	-
- przyszłych kosztów	2 023	2 748	4 949	276	4 639	4 805
- niewypłaconych umów cyw.-prawnych związanych z zakończonymi projektami	238		55	-	238	55
- kosztów projektów	945		1 183	437	884	807
- kosztów sporządzenia i badania sprawozdania	11		53	1	11	52
- pozostałych rezerw	2 846		2 146	1 431	1 393	2 167
Rozliczeń międzyokresowych z tytułu:				-	-	
- kosztów niewykorzystanych urlopów wypoczynkowych	340		11	-	-	351
- kosztów wynagrodzeń premialnych	680		24	-	530	174
Razem	7 526		8 421	2 145	7 696	8 855

W Grupie Kapitałowej MEDIACAP nie występują odpisy aktualizujące wartość zapasów.

9. Kwoty i rodzaj pozycji wpływających na aktywa, zobowiązania, kapitał, wynik finansowy netto lub przepływy środków pieniężnych, które są nietypowe ze względu na ich rodzaj, wartość lub częstotliwość

W okresie pierwszego półrocza 2019 nie wystąpiły inne zdarzenia o nietypowym charakterze, które miałyby znaczący wpływ na aktywa, kapitał i wynik finansowy.

10. Objasnienia dotyczące cykliczności lub sezonowości działalności

Cechą charakterystyczną dla segmentów, w której działają spółki Grupy, jest występowanie sezonowości sprzedaży. Osłabienie popytu występuje w I kwartale, w szczególności w miesiącach styczniu i lutym, natomiast zwiększenie sprzedaży występuje w IV kwartale, w szczególności w miesiącach listopad i grudzień.

11. Informacje o istotnych transakcjach nabycia i sprzedaży rzeczowych aktywów trwałych oraz o istotnym zobowiązaniu z tytułu dokonania zakupu rzeczowych aktywów trwałych

W okresie 6 m-cy zakończonym 30 czerwca 2019 Grupa:

- poniosła nakłady inwestycyjne na nabycie rzeczowych aktywów trwałych o wartości: 850 tys. zł,
- nie poniosła nakładów inwestycyjnych na nabycie wartości niematerialnych,
- nie sprzedała i nie zlikwidowała wartości niematerialnych.

12. Informacje o istotnych rozliczeniach z tytułu spraw sądowych

W okresie od 1 stycznia 2019 do 30 czerwca 2019 w Grupie nie wystąpiły istotne rozliczenia z tytułu spraw sądowych.

13. Korekty błędów poprzednich okresów

Skrócone półroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe nie zawiera korekt błędów poprzednich okresów.

14. Informacje na temat zmian sytuacji gospodarczej i warunków prowadzenia działalności, które mają istotny wpływ na wartość godziwą aktywów finansowych i zobowiązań finansowych jednostki, niezależnie od tego, czy te aktywa i zobowiązania są ujęte w wartości godziwej czy w skorygowanej cenie nabycia (koszcie zamortyzowanym)

Zmiana sytuacji gospodarczej i warunków prowadzenia działalności nie miała istotnego wpływu na wartość godziwą aktywów finansowych i zobowiązań finansowych Grupy.

15. Informacje o niespłaceniu kredytu lub pożyczki lub naruszeniu istotnych postanowień umowy kredytu lub pożyczki, w odniesieniu do których nie podjęto żadnych działań naprawczych do końca okresu sprawozdawczego

W okresie sprawozdawczym nie było przypadków niewywiązania się ze spłaty kapitału, wypłaty odsetek czy innych warunków wykupu zobowiązań. Nie miały miejsca także przypadki naruszenia warunków umów kredytowych lub pożyczek, które skutkowałyby ryzykiem postawienia ich w stan natychmiastowej wymagalności.

16. Zawarcie przez MEDIACAP SA lub jednostkę zależną od MEDIACAP SA jednej lub wielu transakcji z podmiotami powiązаныmi, jeżeli pojedynczo lub łącznie są one istotne i zostały zawarte na innych warunkach niż rynkowe, wraz ze wskazaniem ich wartości

W okresie objętym raportem MEDIACAP SA oraz jednostki Grupy MEDIACAP nie zawierały transakcji z podmiotami powiązаныmi na warunkach innych niż rynkowe.

17. Informacje o zmianie sposobu (metody) ustalenia wartości godziwej instrumentów finansowych wycenianych w wartości godziwej oraz zmiany w klasyfikacji instrumentów finansowych

W okresie sprawozdawczym nie dokonywano zmian w metodzie (sposobie) ustalania wartości godziwej instrumentów finansowych wycenianych w wartości godziwej oraz nie dokonano zmiany klasyfikacji aktywów finansowych na skutek zmiany celu lub sposobu wykorzystania tych aktywów.

18. Informacje dotyczące zmiany klasyfikacji aktywów finansowych w wyniku zmiany celu lub wykorzystania tych aktywów

W okresie objętym raportem nie następowały żadne zmiany w klasyfikacji aktywów finansowych będące następstwem zmiany celu lub wykorzystania tych aktywów.

19. Informacje dotyczące emisji, wykupu spłaty dłużnych i kapitałowych papierów wartościowych

W dniu 20 grudnia 2018 roku Spółka Dominująca zawarła ze spółką **Gameset sp. z o.o.** z siedzibą w Warszawie oraz udziałowcami Spółki, umowę inwestycyjną dotyczącą inwestycji Emitenta w Spółce, która pozwoliła Emitentowi na osiągnięcie 27,78% udziału w kapitale zakładowym Gameset oraz ogólnej liczbie głosów na zgromadzeniu wspólników Gameset.

W wykonaniu Umowy Inwestycyjnej w dniu 20 grudnia 2018 Spółka Dominująca podjęła uchwałę w sprawie emisji 29 obligacji imiennych serii B o wartości nominalnej 50.000 zł każda o łącznej wartości 1,45 mln zł, oprocentowanych według stopy procentowej równej 6% w skali roku.

Termin wykupu obligacji został ustalony na 30 czerwca 2019, z możliwością przedterminowego wykupu 14 Obligacji o łącznej wartości 0,7 mln zł po 30 kwietnia 2019 r. W dniu 27 czerwca 2019 r. Emitent zawarł z Gameset sp. z o.o. porozumienie o zmianie warunków emisji obligacji, na podstawie którego strony określiły termin wykupu obligacji na 30 czerwca 2020.

Gameset w dniu 20 grudnia 2018 przyjął propozycję nabycia wszystkich 29 obligacji. Przydział i wydanie obligacji nastąpiło w dniu 1 lutego 2019, po wpłacie ceny za obligacje przez Gameset. W dniu 1 lutego 2019 Gameset objął 29 obligacji zgodnie z umową. W pierwszym półroczu 2019 roku MEDIACAP dokonał wykupu 3 szt. obligacji serii B na kwotę 150 tys zł.

20. Informacje dotyczące wypłaconej lub zadeklarowanej dywidendy

W okresie objętym sprawozdaniem finansowym dywidenda nie została wypłacona ani zadeklarowana.

21. Zdarzenia po dniu kończącym okres sprawozdawczy, nieuwjęte w sprawozdaniu, które mogą w znaczący sposób wpłynąć na przyszłe wyniki finansowe

W dniu 20 września 2019 nastąpił wpis do KRS podwyższenia kapitału zakładowego w TalentMedia Sp. z o.o. MEDIACAP objął 576 udziałów o łącznej wartości nominalnej 28.800 zł, za łączną kwotę w wysokości 2.290.239,36 zł. Po zmianie zakładowy kapitał wynosi 165.650 zł i dzieli się na 3.313 udziałów, wobec 2.700 udziałów przed podniesieniem kapitału. MEDIACAP posiada 59,04% udziałów w kapitale zakładowym Spółki, wobec 51,11% udziałów przed podniesieniem kapitału.

W dniu 4 lipca 2019 r. Spółka zależna Talentmedia Sp. z o.o. zawarła umowę o kredyt inwestycyjny w wysokości 6.750 tys. z przeznaczeniem na częściowe sfinansowanie zakupu 79,05% udziałów w kapitale zakładowym LifeTube sp. z o.o. Warunki umowy kredytowej przewidują, że kredyt zostanie spłacony w 20 równych ratach kwartalnych, a udział własny spółki wyniesie 2.250 tys. Zabezpieczeniem spłaty Kredytu są: 1) weksel in blanco, wystawiony przez Talentmedia sp. z o.o., poręczenie Emitenta do wysokości 51% kwoty aktualnego zadłużenia z tytułu Kredytu oraz zastaw rejestrowy na 79,05% udziałów LifeTube.

22. Aktywa, zobowiązania warunkowe oraz pozostałe zobowiązania nieujęte w sprawozdaniu z sytuacji finansowej

Wartości pozycji aktywów, zobowiązań warunkowych oraz zobowiązań nieujętych w sprawozdaniu z sytuacji finansowej ustalone zostały na podstawie szacunków.

Zmiany stanu aktywów warunkowych	01.01.2019	Zmiany		30.06.2019
		Zwiększenia	Zmniejszenia	
- otrzymane gwarancje	2 386	109	-	2 495

Zmiany stanu zobowiązań warunkowych	01.01.2019	Zmiany		30.06.2019
		Zwiększenia	Zmniejszenia	
- gwarancja "zabezpieczenie umowy najmu"	1 681	-	-	1 681
- weksel in blanco do umowy kredytowej	2 614	-	-	2 614

Zabezpieczeniem umowy leasingu jest jeden weksel in blanco wystawiony przez Jednostkę Dominującą. Zabezpieczeniem bankowych umów kredytowych występujących w Grupie są weksle in blanco.

23. Transakcje z podmiotami powiązanymi

Transakcje pomiędzy Jednostką Dominującą a jej spółkami zależnymi podlegały eliminacji w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym. Transakcje pomiędzy Grupą a spółkami powiązanymi i członkami kluczowej kadry zarządzającej i nadzorującej oraz bliskimi członkami rodzin w okresie 6 miesięcy zakończonym 30 czerwca 2019 zaprezentowano poniżej:

	Okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2019		30.06.2019		Okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2018		31.12.2018	
	Sprzedaż	Zakupy	Należności	Zobowiązania	Sprzedaż	Zakupy	Należności	Zobowiązania
ADWORKS Jacek Olechowski	0	242	0	18	-	90	-	-
Mediafinancjal Sp. z o.o.	1	0	0	0	1	-	-	-
CLUE GURAZDOWSKI SPÓŁKA JAWNA	-	169	-	15	-	176	-	-
MakeValue.pl Jacek Welc	-	5	-	-	-	4	-	-

UGLY Marcin Jeziorski	0	119	-	36	-	122	-	-
JUST PAUL Juszczyk Grupa Olechowska sp.j.	28	-	-	-	1	-	1	-
IAA Polska. Międzynarodowe Stowarzyszenie Reklamy	-	1	-	-	5	2	1	-
Arkady Sobieskiego sp. z o.o. SKA	-	-	-	-	-	1 220	1	-
Polska Rada Biznesu	-	14	-	10	-	9	-	-
Fundacja Global Dignity Poland	2	-	1	0	1	-	1	-
NT SP. z o.o.					67	-	41	-
Noa tech sp. z o.o.					-	19	-	6
Razem	31	550	1	79	75	1 642	45	6

Transakcje pomiędzy Grupą a spółkami powiązаныmi kapitałowo w okresie 6 miesięcy zakończonym 30 czerwca 2018 zaprezentowano poniżej:

	Okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2019		30.06.2019		Okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2018		31.12.2018	
	Sprzedaż	Zakupy	Należności	Zobowiązania	Sprzedaż	Zakupy	Należności	Zobowiązania
TalentMedia Bulgaria EODD*	-	-	-	-	21	47	21	7
Schol and Friends Group GmbH	-	-	-	-	-	-	-	358
Razem	-	-	-	-	21	47	21	365

* Spółka zależna od konsolidowanej spółki TalentMedia Balcans. Z uwagi na nieistotne wyniki finansowe Spółka bułgarska nie została objęta konsolidacją

Powyższe transakcje z podmiotami powiązаныmi zostały zawarte na warunkach rynkowych.

Wynagrodzenia osób wchodzących w skład organów zarządzających, kluczowego personelu kierowniczego oraz organów nadzorujących	30.06.2019	30.06.2018
1. wynagrodzenia członków Zarządu i kluczowego personelu kierowniczego	534	671
a) krótkoterminowe świadczenia pracownicze (wynagrodzenia i narzuty)	529	513
b) świadczenia z tytułu rozwiązania stosunku pracy	-	-
c) płatność w formie akcji własnych	-	158
2. wynagrodzenia członków Rady Nadzorczej (wynagrodzenia i narzuty) oraz z tyt. umów o współpracę	5	23

24. Akcjonariat

a) Struktura akcyjna kapitału zakładowego

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

- 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%

b) Struktura akcjonariatu

Akcjonariusze posiadający co najmniej 5% (bezpośrednio i pośrednio) ogólnej liczby głosów na walnym Zgromadzeniu na na dzień 30 września 2019 (według 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%
Jacek Olechowski	60 000	3 000,00	0,33%
Edyta Gurazdowska	1 321 589	66 079,45	7,17%
Pozostali (poniżej 5% ogólnej liczby głosów na WZA)	7 356 743	367 837,15	39,94%
RAZEM	18 419 368	920 968,40	100,00%

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 oraz Posella Limited.

Zmiany w strukturze własności znacznych pakietów akcji Emitenta od dnia przekazania poprzedniego raportu kwartalnego:

Imię i nazwisko (lub Nazwa)	Liczba posiadanych akcji stan na dzień 30.05.2019	Wartość akcji w PLN	Zmiany w stanie posiadania akcji	Liczba posiadanych akcji stan na 30.09.2019	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%
Edyta Gurazdowska	1 321 589	66 079,45	-	1 321 589	7,17%	7,17%
Marcin Jeziorski	455 000	22 750,00	-	455 000	2,47%	2,47%
Pozostali	6 961 743	348 087,15	-	6 961 743	37,80%	37,80%
razem	18 419 368	920 968,40	-	18 419 368	100%	100%

Zestawienie zmian w stanie posiadania akcji Spółki lub uprawnień do nich (opcji) przez osoby zarządzające i nadzorujące Spółkę (na dzień 30 września 2019), zgodnie z posiadanymi przez Spółkę informacjami w okresie od przekazania poprzedniego raportu kwartalnego:

Imię i nazwisko (lub Nazwa)	Liczba akcji stan na dzień 20.05.2019	Wartość akcji w PLN	Zmiany w stanie posiadania akcji	Liczba akcji stan na dzień 30.09.2019	Procentowy udział akcji w kapitale zakładowym	Procentowy udział akcji na WZA
osoby zarządzające						
Jacek Olechowski	60 000	3 000,00	-	60 000	0,33%	0,33%
Edyta Gurazdowska	1 321 589	66 079,45	-	1 321 589	7,17%	7,17%
Marcin Jeziorski	455 000	22 750,00	-	455 000	2,47%	2,47%
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	0,22%	0,43%

25. Opis istotnych dokonań lub niepowodzeń w okresie objętym raportem półrocznym wraz z wykazem najważniejszych zdarzeń dotyczących emitenta

W H1 2019, dzięki przejęciu Lifetube osiągnęliśmy 34% wzrost przychodów r/r, ale również bez uwzględnienia przejęcia nasze przychody by znacząco urosły – o około 13%. Podobnie jak w latach poprzednich, w segmencie Marketing większa skala biznesów przekłada się na większą sezonowość: o ile więc pierwsze półrocze charakteryzowały wysokie koszty stałe i niskie marże, to w dalszej części roku spodziewamy się efektu odwrotnego – wyższych zysków niż w roku ubiegłym. W segmencie Data warto zwrócić uwagę na istotne postępy w rozwoju naszych technologii: po pierwsze Netdive (dawniej BrandSpy), czy rozwiązanie do zaawansowanego data mining, którego IQS zaczął komercjalizować na przełomie roku, po ponad 1,5 roku przygotowań oraz Plastream, gdzie kontynuowaliśmy prace nad kasą samoobsługową. W tym wypadku jednak, choć wcześniej mieliśmy nadzieję na wdrożenie komercyjne jeszcze w tym roku, to obecnie szacujemy, że będzie to na przełomie 2020/2021.

26. Wskazanie czynników i zdarzeń, w tym o nietypowym charakterze, mających istotny wpływ na skrócone sprawozdanie finansowe

W okresie I półrocza 2019 nie wystąpiły czynniki i zdarzenia, w tym o nietypowym charakterze, które miałyby istotny wpływ na skrócone skonsolidowane sprawozdanie finansowe.

27. Zmiany w strukturze Grupy w wyniku połączenia jednostek gospodarczych, przejęcia lub sprzedaży jednostek Grupy Kapitałowej, inwestycji długoterminowych, podziału, restrukturyzacji i zaniechania działalności

W dniu 18 marca 2019 r. spółka zależna Grupy -TalentMedia Sp. z o.o., na podstawie umowy sprzedaży udziałów, zakupiła od NGU Funduszu Inwestycyjnego Zamkniętego z siedzibą w Warszawie, 1 660 udziałów spółki LT Group Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie o wartości nominalnej 50 zł każdy udział, stanowiących 79,05% udziałów w kapitale zakładowym Spółki, za cenę 9 235 tys. zł.

Zgodnie z zawartą umową sprzedaży udziałów, zapłata ceny została rozłożona na dwie transze. Własność udziałów przejdzie na Grupę w dniu zapłaty pierwszej transzy w wysokości 500 tys. zł, co nastąpiło w

terminie 7 dni od dnia zawarcia umowy sprzedaży udziałów. Zapłata pozostałej części ceny nastąpiła w terminie do dnia 18 lipca 2019 r. i została zabezpieczona poprzez złożenie przez Grupę oświadczenia o dobrowolnym poddaniu się egzekucji. Nabycie udziałów zostanie sfinansowane ze środków własnych Grupy oraz finansowania dłużnego.

W dniu 19 czerwca 2019 spółka zależna Emitenta The Digitals odkupiła 35% udziałów w spółce Boost Sp. z o.o. osiągając 100% udziałów.

W dniu 27 czerwca 2019 został podwyższony kapitał zakładowy w TalentMedia o kwotę 30.650 zł. Poprzez utworzenie 613 nowych udziałów z czego MEDIACAP SA objął 576 udziałów. Z dniem zatejestrowania zmian w dniu 20 września 2019 MEDIACAP SA posiada 59,04% udziałów w katpiale zakładowym wobec 51,11% udziałów przed podniesieniem kapitału.

28. Stanowisko Zarządu, co do możliwości zrealizowania wcześniej publikowanych prognoz wyników

Prognoza wyników za rok 2019 nie była publikowana.

29. Postępowania toczące się przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej z uwzględnieniem informacji w zakresie postępowania dotyczącego zobowiązań albo wierzytelności Mediacap SA lub jednostki od niej zależnej, których wartość stanowi co najmniej 10% kapitałów własnych Mediacap SA

Na dzień 30 czerwca 2019 nie występują postępowania w zakresie wierzytelności oraz zobowiązań toczących się przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej (którego stroną są spółki Grupy Mediacap), których wartość stanowi co najmniej 10% kapitałów własnych MEDIACAP SA.

30. Informacje o udzieleniu przez MEDIACAP SA lub jednostki zależne poręczeń kredytu lub pożyczki lub udzieleniu gwarancji – łącznie jednemu podmiotowi (lub jednostce zależnej tego podmiotu) jeżeli łączna wartość istniejących poręczeń lub gwarancji jest znacząca

W okresie od 1 stycznia 2019 do 30 czerwca 2019 MEDIACAP SA oraz jednostki od niej zależne nie udzieliły poręczeń kredytu lub pożyczki, a także nie udzieliły gwarancji na rzecz jednego podmiotu lub jednostki zależnej od tego podmiotu, których łączna wartość byłaby znacząca.

31. Inne informacje, które zdaniem MEDIACAP SA są istotne dla oceny sytuacji kadrowej, majątkowej, finansowej, wyniku finansowego i ich zmian, oraz informacje, które są istotne dla oceny możliwości realizacji zobowiązań

W okresie od 1 stycznia 2019 do 30 czerwca 2019 w Grupie nie wystąpiły inne istotne zdarzenia mające wpływ na ocenę sytuacji kadrowej, majątkowej, finansowej, wyniku finansowego i ich zmian oraz nie wystąpiły zdarzenia istotne dla oceny możliwości realizacji zobowiązań.

32. Wskazanie czynników, które w ocenie emitenta będą miały wpływ na osiągnięte wyniki w perspektywie co najmniej kolejnego kwartału

Czynniki, które w ocenie emitenta mogą mieć wpływ na osiągnięte obecnie i w przyszłości wyniki zostały opisane w części dotyczącej zarządzania ryzykiem (czynniki związane z otoczeniem, w jakim Grupa Kapitałowa Emitenta prowadzi działalność).

Czynnik ryzyka: opóźnienie i/lub konieczność wprowadzenia zmian w planie komercjalizacji Plastream: nowatorski charakter tego projektu sprawia że przyjęte założenia co do jego modelu sprzedaży, liczby spodziewanych klientów oraz przychodów i marż ze sprzedaży usług do nich mogą wymagać korekt. Zmiany te mogą mieć ujemny wpływ na wyniki platformy w bieżącym roku oraz jej perspektywy finansowe na przyszłość.

Czynnik ryzyka: trwający proces integracji w grupie kapitałowej Talentmedia, po przejęciu Lifetube sprawia, że realizujemy obecnie pierwszy połączony plan finansowy – co oznacza, że niektóre założenia co do przychodów, marż i kosztów będziemy mogli zweryfikować po raz pierwszy w drugiej połowie roku. Ewentualne zmiany mogą mieć ujemny wpływ na wyniki Mediacap.

Czynnik ryzyka: zmiany w prawodawstwie i/lub polityce Google. Zmiany te mogą mieć ujemny wpływ na poziom przychodów i/lub marż ze sprzedaży usług oferowanych przez niektóre spółki z grupy.

Inne czynniki: W H1 rozpoczęliśmy negocjacje z Wiceprezesem Zarządu Marcinem Jeziorskim pod kątem pakietu motywacyjnego. Wdrożenie programu planowane jest na przełom Q3/Q4, zaś elementem pakietu jest między innymi zamiana udziałów pana Jeziorskiego w TalentMedia (2,7%) i Gameset (2,8 %) na akcje Mediacap. Takie rozwiązanie poprawiłoby udział jednostki dominującej w zysku netto, równocześnie nieznacznie rozładniając akcjonariuszy.

V

PÓŁROCZNE SKRÓCONE
SPRAWOZDANIE
FINANSOWE MEDIACAP
SA

RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT

	Okres 3 miesiące zakończony 30 czerwca 2019	Okres 3 miesiące zakończony 30 czerwca 2018	Okres 6 miesiące zakończony 30 czerwca 2019	Okres 6 miesiące zakończony 30 czerwca 2018
DZIAŁALNOŚĆ KONTYNUOWANA				
Przychody ze sprzedaży i zrównane z nimi	4 334	4 507	6 713	7 611
Przychody netto ze sprzedaży usług i produktów	4 334	4 507	6 713	7 611
Koszty działalności operacyjnej	4 077	4 773	7 262	8 003
Amortyzacja	250	128	437	248
Zużycie materiałów i energii	172	180	228	244
Usługi obce	3 233	3 968	5 740	6 649
Podatki i opłaty	29	6	30	31
Wynagrodzenia	337	453	716	755
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	35	19	74	41
Pozostałe koszty rodzajowe	19	19	36	35
Zysk (strata) ze sprzedaży	257	(266)	(549)	(392)
Pozostałe przychody operacyjne	166	191	208	294
Pozostałe koszty operacyjne	104	80	105	125
Zysk (strata) na działalności operacyjnej	320	(155)	(445)	(223)
Przychody finansowe	939	973	939	980
Koszty finansowe	43	511	73	527
Zysk (strata) brutto	1 215	307	419	230
Podatek dochodowy	158	89	67	57
Zysk (strata) netto z działalności kontynuowanej	1 059	218	354	173
Zysk (strata) netto ogółem	1 059	218	354	173
Zysk (strata) za okres sprawozdawczy	1 059	218	354	173
Średnia ważona liczba akcji zwykłych	18 419 368	18 275 230	18 419 368	18 275 230
Średnia ważona rozwodniona liczba akcji zwykłych	18 419 368	18 419 368	18 419 368	18 419 368
Działalność kontynuowana				
Zysk na jedną akcję zwykłą (w PLN)				
- podstawowy	0,06	0,01	0,02	0,01
- rozwodniony	0,06	0,01	0,02	0,01

SPRAWOZDANIE Z CAŁKOWITYCH DOCHODÓW

	Okres 3 miesiące zakończony 30 czerwca 2019	Okres 3 miesiące zakończony 30 czerwca 2018	Okres 6 miesiące zakończony 30 czerwca 2019	Okres 6 miesiące zakończony 30 czerwca 2018
Wynik netto	1 059	218	354	173
Inne całkowite dochody netto	-	-	-	-
Całkowite dochody netto	1 059	218	354	173

SPRAWOZDANIE Z SYTUACJI FINANSOWEJ

AKTYWA	30.06.2019	31.12.2018
I. AKTYWA TRWAŁE	37 233	27 994
Rzeczowe aktywa trwałe	2 197	622
Wartości niematerialne	465	658
Pozostałe aktywa finansowe długoterminowe	32 787	24 659
Należności długoterminowe	41	-
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	495	664
Pozostałe aktywa trwałe	1 247	1 390
II. AKTYWA OBROTOWE	7 229	8 173
Należności krótkoterminowe	4 530	7 753
Należności z tytułu dostaw i usług	3 235	7 270
Należności z tytułu podatku dochodowego	195	78
Pozostałe należności	1 100	405
Pozostałe aktywa finansowe	2 212	-
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	29	33
Pozostałe aktywa obrotowe	458	388
III. AKTYWA TRWAŁE ZAKWALIFIKOWANE JAKO PRZEZNACZONE DO SPRZEDAŻY	-	-
Aktywa razem	44 462	36 167

KAPITAŁ WŁASNY I ZOBOWIĄZANIA	30.06.2019	31.12.2018
I. KAPITAŁ WŁASNY RAZEM	23 637	23 282
Kapitał zakładowy	921	921
Kapitał zapasowy	7 491	5 760
Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej ceny nominalnej	14 822	14 822
Akcje własne	-	(103)
Kapitał rezerwowy	137	239
Zyski zatrzymane	266	1 643
- zysk (strata) z lat ubiegłych	(88)	(88)
- zysk netto	354	1 731
II. ZOBOWIĄZANIA DŁUGOTERMINOWE	9 042	2 238
1. Zobowiązania i rezerwy długoterminowe	7 376	305
Pozostałe zobowiązania finansowe	7 154	61
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	222	243
2. Rozliczenia międzyokresowe	1 666	1 933
III. ZOBOWIĄZANIA KRÓTKOTERMINOWE	11 784	10 647
1. Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe	11 229	10 112
Kredyty i pożyczki	1 399	2 010
Pozostałe zobowiązania finansowe	7 445	2 869
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług	1 963	3 829
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego	-	28
Zobowiązania pozostałe	168	536
Rezerwy na świadczenia emerytalne i podobne	28	-
Pozostałe rezerwy	226	840
2. Przychody przyszłych okresów oraz rozliczenia międzyokresowe	555	535
IV. ZOBOWIĄZANIA BEZPOŚREDNIO ZWIĄZANE Z AKTYWAMI KLASYFIKOWANYMI JAKO PRZENACZONE DO SPRZEDAŻY	-	-
Kapitał własny i zobowiązania razem	44 462	36 167

SPRAWOZDANIE Z PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH

	Okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2019	Okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2018
Przepływy środków pieniężnych z działalności operacyjnej		
Zysk (strata) brutto	419	230
Korekty razem	126	629
Amortyzacja	437	248
Odsetki i udziały w zyskach (dywidendy)	(894)	(960)
(Zysk) strata z działalności inwestycyjnej	(1)	500
Zmiana stanu rezerw	(635)	(9)
Zmiana stanu należności	4 100	541
Zmiana stanu zobowiązań z wyjątkiem pożyczek i kredytów	(2 638)	191
Zmiana stanu rozliczeń międzyokresowych	(5)	(127)
Podatek dochodowy (zapłacony) / zwrócony	(67)	87
Inne korekty	(171)	158
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	545	859
Przepływy środków pieniężnych z działalności inwestycyjnej		
Wpływy	1	656
Zbycie wartości niematerialnych oraz rzeczowych aktywów trwałych	-	-
Spłata udzielonych pożyczek	-	580
Odsetki	-	76
Inne wpływy inwestycyjne	1	-
Wydatki	(2 321)	(2 226)
Nabycie wartości niematerialnych oraz rzeczowych aktywów trwałych	(21)	(265)
Nabycie pozostałych aktywów finansowych	(1 800)	(1 500)
Udzielone pożyczki	(500)	(461)
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(2 320)	(1 570)
Przepływy środków pieniężnych z działalności finansowej		
Wpływy	1 950	1 342
Kredyty i pożyczki, emisja dłużnych papierów wartościowych	1 950	1 342
Wydatki	(178)	(925)
Spłaty kredytów i pożyczek, wykup dłużnych papierów wartościowych	(155)	(900)
Z tytułu innych zobowiązań finansowych	(6)	(8)
Odsetki zapłacone	(17)	(19)
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	1 772	415
Przepływy pieniężne netto, razem	(4)	(296)
Bilansowa zmiana stanu środków pieniężnych, w tym:	(4)	(296)
Środki pieniężne na początek okresu	33	303
Środki pieniężne na koniec okresu	29	7

SPRAWOZDANIE ZE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM

	Kapitał własny razem	Kapitał zakładowy	Kapitał zapasowy	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej ceny nominalnej	Akcje własne	Kapitał rezerwowy	Zyski zatrzymane	Niepodzielony zysk (strata) z lat ubiegłych	Zysk (strata) netto
Stan na początek okresu 01.01.2019	23 282	921	5 760	14 822	(103)	239	1 643	1 643	-
Stan na początek okresu, po uzgodnieniu do danych porównywalnych	23 282	921	5 760	14 822	(103)	239	1 643	1 643	-
Całkowite dochody netto	354	-	-	-	-	-	354	-	354
- wynik netto za okres	354	-	-	-	-	-	354	-	354
Pozostałe zwiększenia kapitału własnego	103	-	-	-	103	-	-	-	-
- podział zysku / pokrycie straty	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- opcje menadżerskie	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pozostałe zmniejszenia kapitału własnego	(103)	-	-	-	-	(103)	-	-	-
- podział zysku / pokrycie straty	-	-	1 731	-	-	-	(1 731)	-	-
- wypłata dywidendy	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Stan na koniec okresu 30.06.2019	23 637	921	7 491	14 4822	-	137	266	1 643	354

	Kapitał własny razem	Kapitał zakładowy	Kapitał zapasowy	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej ceny nominalnej	Akcje własne	Kapitał rezerwowy	Zyski zatrzymane
Stan na początek okresu 01.01.2018	22 496	921	5 696	14 822	(103)	-	1 160
Stan na początek okresu, po uzgodnieniu do danych porównywalnych	22 496	921	5 696	14 822	(103)	-	1 160
Całkowite dochody netto	173	-	-	-	-	-	173
- wynik netto za okres	173	-	-	-	-	-	173
Pozostałe zwiększenia kapitału własnego	222	-	64	-	-	158	-
- podział zysku / pokrycie straty	64	-	64	-	-	-	-
- opcje mebadżerskie	158	-	-	-	-	158	-
Pozostałe zmniejszenia kapitału własnego	1 160	-	-	-	-	-	1 160
- podział zysku / pokrycie straty	63	-	-	-	-	-	63
- wypłata dywidendy	1 097	-	-	-	-	-	1 097
Stan na koniec okresu 30.06.2018	21 731	921	5 760	14 822	(103)	158	173

VI

INFORMACJA
DODATKOWA DO
PÓŁROCZNEGO
SKRÓCONEGO
SPRAWOZDANIA
FINANSOWEGO
SPORZĄDZONEGO NA
DZIEŃ 30 CZERWCA 2019

1. Informacje ogólne

Nazwa i siedziba, podstawowy przedmiot działalności jednostki, sąd prowadzący rejestr Spółki oraz informacje dotyczące składu Zarządu oraz Rady Nadzorczej zostały przedstawione w dodatkowych notach objaśniających do półrocznego skróconego skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

Skrócone półroczne sprawozdanie finansowe (sprawozdanie finansowe) obejmuje okres 6 miesięcy zakończony dnia 30 czerwca 2019 oraz zawiera dane porównywalne za okres 6 miesięcy zakończony dnia 30 czerwca 2018 oraz na dzień 31 grudnia 2018. Rachunek zysków i strat oraz sprawozdanie z całkowitych dochodów obejmują również dane za okres 3 miesięcy zakończony 30 czerwca 2019 oraz dane porównywalne za okres 3 miesięcy, zakończony dnia 30 czerwca 2018.

Skrócone półroczne sprawozdanie finansowe sporządzone na dzień 30 czerwca 2019 podlegało przeglądowi przez biegłego rewidenta.

Jako dane porównywalne zaprezentowano dane z zatwierdzonych i opublikowanych sprawozdań finansowych na dzień 30 czerwca 2018 oraz na dzień 31 grudnia 2018.

Sprawozdanie finansowe MEDIACAP SA za pierwsze półrocze 2019 zostało sporządzone przy założeniu kontynuacji działalności w dającej się przewidzieć przyszłości, tj. w okresie co najmniej 12 miesięcy po dniu bilansowym. W opinii Zarządu Spółki nie istnieją okoliczności wskazujące na zagrożenie kontynuowania działalności przez MEDIACAP SA.

Sprawozdanie finansowe za pierwsze półrocze 2019 winno być czytane razem ze sprawozdaniem finansowym za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2018, zatwierdzonym przez Zarząd Spółki dnia 20 marca 2019.

Niniejsze skrócone półroczne sprawozdanie finansowe zostało zatwierdzone przez Zarząd Jednostki Dominującej w dniu 30 września 2019.

Informacja dodatkowa dotycząca: waluty funkcjonalnej, podstawy sporządzania sprawozdania finansowego, oświadczenia o zgodności, porównywalności sprawozdań finansowych oraz zasady rachunkowości, została opisana w informacjach dodatkowych Grupy Kapitałowej MEDIACAP.

2. Informacja o istotnych zmianach szacunkowych

W wyniku finansowym bieżącego okresu rozliczono skutki aktualizacji lub tworzenia szacunków przyszłych zobowiązań w szczególności rezerw, biernych rozliczeń międzyokresowych oraz rozliczeń międzyokresowych przychodów. Ujęte kwoty odzwierciedlają najbardziej właściwy szacunek nakładów pieniężnych, niezbędnych do wypełnienia w przyszłości obecnego obowiązku istniejącego na dzień bilansowy.

W bieżącym okresie nastąpiło zmniejszenie aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego o kwotę 168 tys. zł, rozliczone na zmniejszenie wyniku finansowego oraz zmniejszenie rezerwy z tytułu odroczonego podatku dochodowego o kwotę 22 tys. zł, rozliczone na zwiększenie wyniku finansowego.

W wyniku finansowym brutto bieżącego okresu rozliczono skutki aktualizacji i tworzenia szacunków przyszłych zobowiązań, a w szczególności:

	01.01.2019	Zmiany			30.06.2019
		Utworzenie	Rozwiązanie	Wykorzystanie	
Odpisów aktualizujących:	119	-	-	-	119
- należności	119	-	-	-	119
Rezerw z tytułu:	840	216	-	831	226
- przyszłych kosztów	-	96	-	-	96
- kosztów projektów	840	121	-	831	130
Rezerwy z tytułu:	28	-	-	-	28
- kosztów niewykorzystanych urlopów wypoczynkowych	28	-	-	-	28
Razem	987	216	-	831	373

Aktualizacja i tworzenie pozostałych rezerw na zobowiązania nie wpłynęły istotnie na wynik bieżącego okresu.

W Spółce MEDIACAP SA nie występują odpisy aktualizujące wartość zapasów.

3. Kwoty i rodzaj pozycji wpływających na aktywa, zobowiązania, kapitał, wynik finansowy netto lub przepływy środków pieniężnych, które są nietypowe ze względu na ich rodzaj, wartość lub częstotliwość

W okresie pierwszego półrocza 2019 nie wystąpiły inne zdarzenia o nietypowym charakterze, które miałyby znaczący wpływ na aktywa, kapitał i wynik finansowy.

4. Objasnienia dotyczące cykliczności lub sezonowości działalności

Cechą charakterystyczną dla działalności Spółki jest występowanie sezonowości sprzedaży. Osłabienie popytu występuje w I kwartale, w szczególności w miesiącach styczniu i lutym, natomiast zwiększenie sprzedaży występuje w IV kwartale, w szczególności w miesiącach listopad i grudzień.

5. Informacje o rzeczowych aktywach trwałych oraz wartościach niematerialnych

W okresie 6 m-cy zakończonym 30 czerwca 2019 Spółka:

- nie poniosła nakładów inwestycyjnych na nabycie wartości niematerialnych i prawnych;
- poniosła nakłady inwestycyjne na nabycie rzeczowych aktywów trwałych o wartości: 21 tys. PLN,
- nie sprzedała, ani nie likwidowała składników rzeczowych aktywów trwałych.

Na dzień 30 czerwca 2019 zobowiązania Spółki z tytułu nabycia rzeczowych aktywów trwałych oraz wartości niematerialnych wynoszą 21 tys. PLN.

6. Informacje o istotnych rozliczeniach z tytułu spraw sądowych

W okresie od 1 stycznia 2019 do 30 czerwca 2019 w Spółce nie wystąpiły istotne rozliczenia z tytułu spraw sądowych.

7. Korekty błędów poprzednich okresów

Skrócone półroczne sprawozdanie finansowe nie zawiera korekt błędów poprzednich okresów.

8. Informacje na temat zmian sytuacji gospodarczej i warunków prowadzenia działalności, które mają istotny wpływ na wartość godziwą aktywów finansowych i zobowiązań finansowych jednostki, niezależnie od tego, czy te aktywa i zobowiązania są ujęte w wartości godziwej czy w skorygowanej cenie nabycia (koszcie zamortyzowanym)

Zmiana sytuacji gospodarczej i warunków prowadzenia działalności nie miała istotnego wpływu na wartość godziwą aktywów finansowych i zobowiązań finansowych Spółki.

9. Informacje o niespłaceniu kredytu lub pożyczki lub naruszeniu istotnych postanowień umowy kredytu lub pożyczki, w odniesieniu, do których nie podjęto żadnych działań naprawczych do końca okresu sprawozdawczego

W okresie sprawozdawczym nie było przypadków niewywiązania się ze spłaty kapitału, wypłaty odsetek czy innych warunków wykupu zobowiązań. Nie miały miejsca także przypadki naruszenia warunków umów kredytowych lub pożyczek, które skutkowałyby ryzykiem postawienia ich w stan natychmiastowej wymagalności.

10. Zawarcie przez MEDIACAP SA lub jednostkę zależną od MEDIACAP SA jednej lub wielu transakcji z podmiotami powiązаныmi, jeżeli pojedynczo lub łącznie są one istotne i zostały zawarte na innych warunkach niż rynkowe, wraz ze wskazaniem ich wartości

W okresie objętym raportem MEDIACAP SA oraz jednostki Grupy MEDIACAP nie zawierały transakcji z podmiotami powiązаныmi na warunkach innych niż rynkowe.

11. Informacje o zmianie sposobu (metody) ustalenia wartości godziwej instrumentów finansowych wycenianych w wartości godziwej oraz zmian w klasyfikacji instrumentów finansowych

W okresie sprawozdawczym nie dokonywano zmian w metodzie (sposobie) ustalania wartości godziwej instrumentów finansowych wycenianych w wartości godziwej oraz nie dokonano zmiany klasyfikacji aktywów finansowych na skutek zmiany celu lub sposobu wykorzystania tych aktywów.

12. Informacje dotyczące zmiany klasyfikacji aktywów finansowych w wyniku zmiany celu lub wykorzystania tych aktywów

W okresie objętym raportem nie następowały żadne zmiany w klasyfikacji aktywów finansowych będące następstwem zmiany celu lub wykorzystania tych aktywów.

13. Informacje dotyczące emisji, wykupu i spłaty dłużnych i kapitałowych papierów wartościowych

W dniu 20 grudnia 2018 roku Spółka Dominująca zawarła ze spółką Gameset sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie oraz udziałowcami Spółki, umowę inwestycyjną dotyczącą inwestycji Emitenta w Spółce, która pozwoliła Emitentowi na osiągnięcie 27,8% udziału w kapitale zakładowym Gameset oraz ogólnej liczbie głosów na zgromadzeniu wspólników Gameset.

W wykonaniu Umowy Inwestycyjnej w dniu 20 grudnia 2018 Spółka Dominująca podjęła uchwałę w sprawie emisji 29 obligacji imiennych serii B o wartości nominalnej 50.000 zł każda o łącznej wartości 1,45 mln zł, oprocentowanych według stopy procentowej równej 6% w skali roku.

Termin wykupu obligacji został ustalony na 30 czerwca 2019, z możliwością przedterminowego wykupu 14 Obligacji o łącznej wartości 0,7 mln zł po 30 kwietnia 2019 r. W dniu 27 czerwca 2019 r. Emitent zawarł z Gameset sp. z o.o. porozumienie o zmianie warunków emisji obligacji, na podstawie którego strony określiły termin wykupu obligacji na 30 czerwca 2020.

Gameset w dniu 20 grudnia 2018 przyjął propozycję nabycia wszystkich 29 obligacji. Przydział i wydanie obligacji nastąpiło w dniu 1 lutego 2019, po wpłacie ceny za obligacje przez Gameset. W dniu 1 lutego 2019 Gameset objął 29 obligacji zgodnie z umową. W pierwszym półroczu 2019 roku MEDIACAP dokonał wykupu 3 szt. obligacji serii B na kwotę 150 tys. zł.

14. Informacje dotyczące wypłaconej lub zadeklarowanej dywidendy

W okresie objętym sprawozdaniem finansowym dywidenda nie została wypłacona ani zadeklarowana.

15. Zdarzenia po dniu kończącym okres sprawozdawczy

W dniu 20 września 2019 nastąpił wpis do KRS podwyższenia kapitału zakładowego w Talentmedia Sp. z o.o. MEDIACAP objął 576 udziałów o łącznej wartości nominalnej 28.800 zł, za łączną kwotę w wysokości 2.290.239,36 zł. Po zmianie kapitał zakładowy wynosi 165.650 zł i dzieli się na 3.313 udziałów, wobec 2.700 udziałów przed podniesieniem kapitału. MEDIACAP posiada 59,04% udziałów w kapitale zakładowym Spółki, wobec 51,11% udziałów przed podniesieniem kapitału.

W dniu 4 lipca 2019 r. Spółka zależna Emitenta, Talentmedia Sp. z o.o. zawarła umowę o kredyt inwestycyjny w wysokości 6.750.000,00 zł z przeznaczeniem na częściowe sfinansowanie zakupu 79,05% udziałów w kapitale zakładowym LifeTube Sp. z o.o. Warunki umowy kredytowej przewidują, że kredyt zostanie spłacony w 20 równych ratach kwartalnych, a udział własny spółki wyniesie 2.250.000 zł. Zabezpieczeniem spłaty Kredytu są: 1) weksel in blanco, wystawiony przez Talentmedia Sp. z o.o., poręczenie Emitenta do wysokości 51% kwoty aktualnego zadłużenia z tytułu Kredytu oraz zastaw rejestrowy na 79,05% udziałów LifeTube Sp. z o.o.

16. Aktywa, zobowiązania warunkowe oraz pozostałe zobowiązania nieujęte w sprawozdaniu z sytuacji finansowej

Wartości pozycji aktywów, zobowiązań warunkowych oraz zobowiązań nieujętych w sprawozdaniu z sytuacji finansowej ustalone zostały na podstawie szacunków.

Zmiany stanu aktywów warunkowych	01.01.2019	Zmiany		30.06.2019
		Zwiększenia	Zmniejszenia	
- otrzymane gwarancje	900	-	-	900

Zmiany stanu zobowiązań warunkowych	01.01.2019	Zmiany		30.06.2019
		Zwiększenia	Zmniejszenia	
- gwarancja "zabezpieczenie umowy najmu"	878	25	-	903
- weksel in blanco	-	-	-	-

Weksel in blanco mBank S.A.do umowy kredytu w rachunku bieżącym; całkowita kwota kredytu to 1.500.000 PLN

Weksel in balnco Bank Gospodarstwa Krajowego do gwarancji spłaty kredytu w rachunku bieżącym udzielonego przez mBank S.A - całkowita kwota gwarancji to 900.000 PLN.

17. Transakcje z podmiotami powiązanymi

Transakcje pomiędzy Spółką, a spółkami zależnymi i członkami kluczowej kadry zarządzającej i nadzorującej oraz bliskimi członkami rodzin w okresie 6 miesięcy zakończonym 30 czerwca 2019 zaprezentowano poniżej.

	Okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2019				Okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2018			
	Sprzedaż	Zakupy	Należności	Zobowiązania	Sprzedaż	Zakupy	Należności	Zobowiązania
Kluczowy personel kierowniczy:								
Mediafinacial	1	-	-	-	1	-	-	-
MakeValue.pl Jacek Welc	-	5	-	-	-	4	-	-
IAA POLSKA Międzynarodowe Stowarzyszenie Reklamy	-	2	-	-	5	2	1	-
Arkady Sobieskiego Sp. z o.o. SKA	-	-	-	-	-	1 220	1	-
Polska Rada Biznesu	-	29	-	10	-	9	-	-
Fundacja „Global Dignity Poland”	2	-	-	-	1	-	1	-
Razem	3	36	-	10	7	1 235	3	-
Transakcje z innymi jedn. powiązanymi:								
The Digitals Sp. z o.o.	423	388	122	1	253	105	463	2 529
Plastream Sp. z o.o.	21	60	3	35	80	74	2	57
Scholz&Friends Warszawa Sp. z o.o.	461	15	156	-	419	1	65	14
IQS Sp. z o.o.	860	152	68	131	874	33	652	139
Quant Sp. z o.o.	-	-	-	-	-	-	-	-
Boost Sp. z o.o. (d. MCP Publica Sp. z o.o.)	344	881	-	156	3	-	3	-
TalentMedia Sp. z o.o.	268	30	184	-	206	341	56	50
TalentMedia Balcans	1	-	2	-	-	-	-	-
Lifetube Sp. z o.o.	7	-	4	-	-	-	-	-
TalentMedia Bułgaria EOOD	-	-	-	-	-	2	-	2
Razem	2 384	1 526	539	322	1 835	556	1 241	2 791

Powyższe transakcje z podmiotami powiązanymi zostały zawarte na warunkach rynkowych.

Wynagrodzenia osób wchodzących w skład organów zarządzających, kluczowego personelu kierowniczego oraz organów nadzorujących	30.06.2019	30.06.2018
1. Wynagrodzenia członków Zarządu i kluczowego personelu kierowniczego	90	248
a) krótkoterminowe świadczenia pracownicze (wynagrodzenia i narzuty) oraz z tyt. umów o współpracę	90	90

b) świadczenia z tytułu rozwiązania stosunku pracy	-	-
c) płatność w formie akcji własnych	-	158
2. Wynagrodzenia członków Rady Nadzorczej (wynagrodzenia i narzuty) oraz z tyt. umów o współpracę	49	23

18. Opis istotnych dokonań lub niepowodzeń w okresie objętym raportem półrocznym wraz z wykazem najważniejszych zdarzeń dotyczących emitenta

W H1 2019, dzięki przejściu Lifetube Sp. z o.o. osiągnęliśmy 34% wzrost przychodów r/r, ale również bez uwzględnienia przejścia nasze przychody by znacząco urosły – o około 13%. Podobnie jak w latach poprzednich, w segmencie Marketing większa skala biznesów przekłada się na większą sezonowość: o ile więc pierwsze półrocze charakteryzowały wysokie koszty stałe i niskie marże, to w dalszej części roku spodziewamy się efektu odwrotnego – wyższych zysków niż w roku ubiegłym. W segmencie Data warto zwrócić uwagę na istotne postępy w rozwoju naszych technologii: po pierwsze Netdive (dawniej BrandSpy), czy rozwiązanie do zaawansowanego data mining, którego IQS zaczął komercjalizować na przełomie roku, po ponad 1,5 roku przygotowań oraz Plastream, gdzie kontynuowaliśmy prace nad kasą samoobsługową. W tym wypadku jednak, choć wcześniej mieliśmy nadzieję na wdrożenie komercyjne jeszcze w tym roku, to obecnie szacujemy, że będzie to na przełomie 2020/2021.

19. Stanowisko Zarządu, co do możliwości zrealizowania wcześniej publikowanych prognoz wyników

Prognoza wyników za rok 2019 nie była publikowana.

20. Postępowania toczące się przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej z uwzględnieniem informacji w zakresie postępowania dotyczącego zobowiązań albo wierzytelności MEDIACAP SA, których wartość stanowi co najmniej 10% kapitałów własnych MEDIACAP SA

Na dzień 30 czerwca 2019 nie występują postępowania w zakresie wierzytelności oraz zobowiązań toczących się przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej (którego stroną są spółki Grupy MEDIACAP), których wartość stanowi co najmniej 10% kapitałów własnych Spółki MEDIACAP SA.

21. Informacje o udzieleniu przez MEDIACAP SA poręczeń kredytu lub pożyczki lub udzieleniu gwarancji – łącznie jednemu podmiotowi (lub jednostce zależnej tego podmiotu) jeżeli łączna wartość istniejących poręczeń lub gwarancji jest znacząca

W okresie od 1 stycznia 2019 do 30 czerwca 2019 MEDIACAP SA oraz jednostki od niej zależne nie udzieliły poręczeń kredytu lub pożyczki, a także nie udzieliły gwarancji na rzecz jednego podmiotu lub jednostki zależnej od tego podmiotu, których łączna wartość byłaby znacząca.

22. Inne informacje, które zdaniem Spółki są istotne dla oceny sytuacji kadrowej, majątkowej, finansowej, wyniku finansowego i ich zmian, oraz informacje, które są istotne dla oceny możliwości realizacji zobowiązań

W okresie od 1 stycznia 2019 do 30 czerwca 2019 w Spółce nie wystąpiły inne istotne zdarzenia mające wpływ na ocenę sytuacji kadrowej, majątkowej, finansowej, wyniku finansowego i ich zmian oraz nie wystąpiły zdarzenia istotne dla oceny możliwości realizacji zobowiązań.

23. Wskazanie czynników, które w ocenie MEDIACAP SA będą miały wpływ na osiągnięte wyniki w perspektywie co najmniej kolejnego kwartału

Czynniki, które w ocenie emitenta mogą mieć wpływ na osiągnięte obecnie i w przyszłości wyniki zostały opisane w części dotyczącej zarządzania ryzykiem (czynniki związane z otoczeniem, w jakim Grupa Kapitałowa Emitenta prowadzi działalność).

Czynnik ryzyka: opóźnienie i/lub konieczność wprowadzenia zmian w planie komercjalizacji Plastream: nowatorski charakter tego projektu sprawia że przyjęte założenia co do jego modelu sprzedaży, liczby spodziewanych klientów oraz przychodów i marż ze sprzedaży usług do nich mogą wymagać korekt. Zmiany te mogą mieć ujemny wpływ na wyniki platformy w bieżącym roku oraz jej perspektywy finansowe na przyszłość.

Czynnik ryzyka: trwający proces integracji w grupie kapitałowej Talentmedia, po przejęciu Lifetube sprawia, że realizujemy obecnie pierwszy połączony plan finansowy – co oznacza, że niektóre założenia co do przychodów, marż i kosztów będziemy mogli zweryfikować po raz pierwszy w drugiej połowie roku. Ewentualne zmiany mogą mieć ujemny wpływ na wyniki Mediacap.

Czynnik ryzyka: zmiany w prawodawstwie i/lub polityce Google. Zmiany te mogą mieć ujemny wpływ na poziom przychodów i/lub marż ze sprzedaży usług oferowanych przez niektóre spółki z grupy.

Inne czynniki: W H1 rozpoczęliśmy negocjacje z Wiceprezesem Zarządu Marcinem Jeziorskim pod kątem pakietu motywacyjnego. Wdrożenie programu planowane jest na przełom Q3/Q4, zaś elementem pakietu jest między innymi zamiana udziałów pana Jeziorskiego w TalentMedia (2,7%) i Gameset (2,8 %) na akcje Mediacap. Takie rozwiązanie poprawiłoby udział jednostki dominującej w zysku netto, równocześnie nieznacznie rozładniając akcjonariuszy.

24. Zawarte przez MEDIACAP SA jednej lub wielu transakcji z podmiotami powiązаныmi, jeżeli pojedynczo lub łącznie są one istotne i zostały zawarte na innych warunkach niż rynkowe, wraz ze wskazaniem ich wartości

W okresie objętym raportem MEDIACAP SA nie zawierała transakcji z podmiotami powiązаныmi na warunkach innych niż rynkowe.

VII

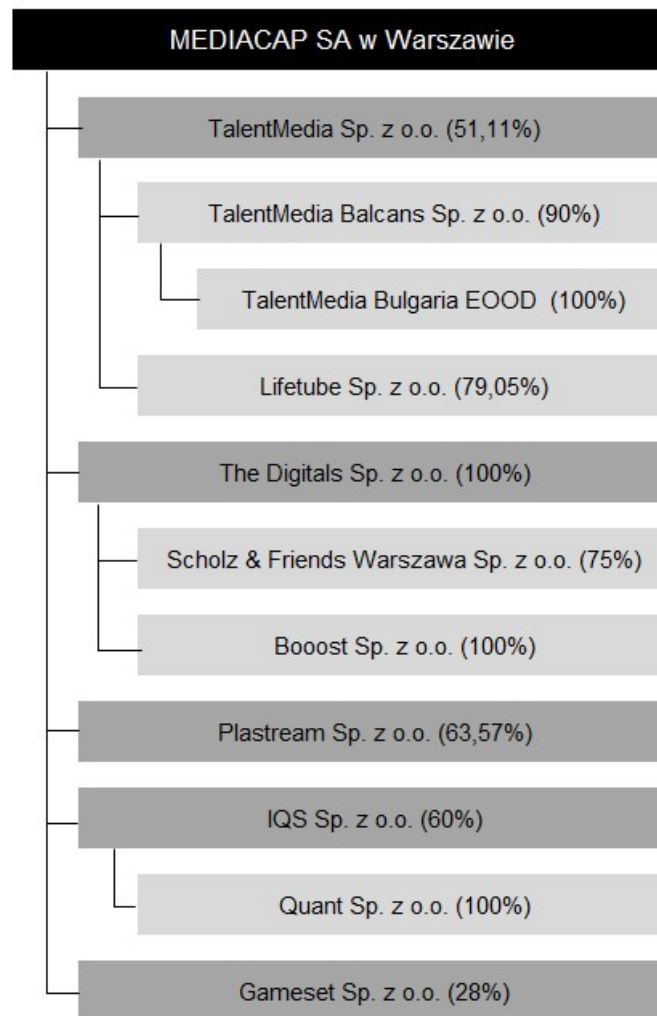
SPRAWOZDANIE ZARZĄDU
Z DZIAŁALNOŚCI GRUPY
MEDIACAP SA W I
PÓŁROCZU 2019 ROKU

INFORMACJE OGÓLNE

Nazwa i siedziba, podstawowy przedmiot działalności jednostki, sąd prowadzący rejestr Spółki oraz informacje dotyczące składu Zarządu oraz Rady Nadzorczej zostały przedstawione w dodatkowych notach objaśniających do półrocznego skróconego skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

ZMIANY W ORGANIZACJI GRUPY KAPITAŁOWEJ

Strukturę organizacyjną jednostek powiązanych w grupie MEDIACAP przedstawia poniższy schemat:



ISTOTNE WYDARZENIA

W dniu 18 marca 2019 r. spółka zależna Grupy -TalentMedia Sp. z o.o., na podstawie umowy sprzedaży udziałów, zakupiła od NGU Funduszu Inwestycyjnego Zamkniętego z siedzibą w Warszawie, 1 660 udziałów spółki LT Group Sp. z o.o. (obecna nazwa Lifetube Sp. z o.o.) z siedzibą w Warszawie o wartości nominalnej 50 zł każdy udział, stanowiących 79,05% udziałów w kapitale zakładowym Spółki, za cenę 9 235 tys. zł.

W dniu 18 kwietnia 2019 r. zgromadzenie wspólników spółki zależnej, Plastream sp. z o.o. postanowiło o wdrożeniu w Spółce zależnej programu motywacyjnego skierowanego do kluczowych pracowników i współpracowników Spółki zależnej.

Program Motywacyjny polega na przyznaniu jego uczestnikom prawa do objęcia łącznie nie więcej niż 100 udziałów motywacyjnych. Udziały motywacyjne będą miały postać fantomową, co oznacza, że będą uprawniały wyłącznie do określonych świadczeń pieniężnych od Spółki zależnej, wskazanych w uchwale zgromadzenia wspólników. 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. Program Motywacyjny może być zrealizowany poprzez objęcie przez uprawnionych rzeczywistych udziałów zamiast udziałów motywacyjnych, jeżeli zgromadzenie wspólników Spółki zależnej, według własnego uznania tak postanowi.

Dla potrzeb ustalenia uprawnień wynikających z posiadania przez uprawnionych udziałów motywacyjnych, Zarząd Emitenta informuje, że całość udziałów motywacyjnych w liczbie 100 stanowiłaby 6,18% procenta, jaki udziały motywacyjne stanowiłyby w kapitale zakładowym Spółki zależnej, gdyby były udziałami w jej kapitale zakładowym.

Osoby objęte Programem Motywacyjnym zostały wskazane w uchwale Zgromadzenia Wspólników Spółki zależnej z dnia 18 kwietnia 2019 r. w sprawie ustanowienia Programu Motywacyjnego. Program Motywacyjny będzie realizowany w latach 2019 -2021.

Prawo do objęcia udziałów motywacyjnych za każdy rok obrotowy trwania Programu Motywacyjnego przez każdego z uprawnionych powstaje każdorazowo pod warunkiem osiągnięcia przez Spółkę zależną wyniku zysku brutto oraz marży: wynik brutto/przychody na poziomach określonych w uchwale zgromadzenia wspólników dla każdego z lat obrotowych.

W dniu 19 czerwca 2019 spółka zależna Emitenta The Digitals odkupiła 35% udziałów w spółce Boost Sp. z o.o. osiągając 100% udziałów.

W dniu 27 czerwca 2019 został podwyższony kapitał zakładowy w TalentMedia Sp. z o.o. o kwotę 30.650 zł. Poprzez utworzenie 613 nowych udziałów z czego MEDIACAP SA objąć 576 udziałów. Z dniem zatejestrowania zmian w dniu 20 września 2019 MEDIACAP SA posiada 59,04% udziałów w kapitale zakładowym wobec 51,11% udziałów przed podniesieniem kapitału.

W dniu 26 czerwca 2019 roku spółka zależna od Emitenta, Talentmedia sp. z o.o. podpisała dokument ustalający wstępne warunki transakcji (dalej: "Term Sheet") ze wspólnikami spółki prowadzącej działalność w zakresie content marketing video (dalej: "Spółka"), dotyczący nabycia udziałów w Spółce, pozwalających Spółce zależnej, na osiągnięcie 100% udziałów oraz ogólnej liczby głosów w Spółce.

Term Sheet określa wstępne oczekiwania stron w zakresie harmonogramu transakcji i warunków finansowych, składu organów i sposobu ich powoływania oraz zasad reprezentacji i prowadzenia spraw Spółki, jak również ograniczeń w rozporządzaniu jej udziałami, zakazów konkurencji i zobowiązań do zachowania poufności. Przeprowadzenie transakcji uzależnione jest od satysfakcjonującego zakończenia due diligence Spółki.

ANALIZA FINANSOWA

Wyniki finansowe jednostkowe i skonsolidowane w tys. PLN

	Jednostkowe		Skonsolidowane	
	H1 2019	H1 2018	H1 2019	H1 2018
Przychody ze sprzedaży	6 713	7 611	50 507	37 644
EBIT	(445)	(223)	483	(258)
EBITDA	(7)	25	3 156	1 149
Wynik na sprzedaży	(549)	(392)	159	(729)
Wynik na działalności operacyjnej	(445)	(223)	483	(258)
Wynik finansowy brutto	419	230	194	(303)
Wynik finansowy netto	354	173	78	(444)

Jednostkowe przychody ze sprzedaży w pierwszym półroczu 2019 wyniosły 6 713 tys. i są o 12% niższe niż w pierwszym półroczu 2018. Spadek ten wynika z mniejszej realizacji w H1 2019 projektów na rzecz jednego z klientów. Niższa sprzedaż przełożyła się na osiągnięcie gorszych wyników zarówno na poziomie EBITDA jak i EBIT, które wyniosły odpowiednio (7) tys. oraz (445) tys. Znacząco wzrosła amortyzacja do poziomu 438 tys. z 248 tys. w okresie porównywalnym. Wpływ zastosowania MSSF 16 to 169 tys.

Skonsolidowane przychody ze sprzedaży Grupy Kapitałowej MEDIACAP SA w pierwszym półroczu 2019 wyniosły 50 507 tys. i są o 34% wyższe niż w pierwszym półroczu 2018. Istotny wpływ na wzrost przychodów miała transakcja dokonana w marcu 2019 tj. zakup udziałów w Lifetube Sp. z o.o. Spółka ta w Q2 2019 osiągnęła przychody na poziomie 7,99 mln. Skonsolidowane przychody bez przychodów Lifetube wzrosłyby o prawie 13%.

a) Analiza wskaźników

Wybrane jednostkowe i skonsolidowane wskaźniki rentowności MEDIACAP za H1 2019 i wskaźniki porównywalne za H1 2018

	Jednostkowe		Skonsolidowane	
	H1 2019	H1 2018	H1 2019	H1 2018
Wskaźnik rentowności sprzedaży (ROS)	5,27%	2,27%	0,15%	(1,18)%
Wskaźnik rentowności kapitału własnego (ROE)	1,51%	0,76%	0,28%	(1,63)%
Wskaźnik rentowności majątku (ROA)	0,88%	0,51%	0,12%	(0,83)%
Wskaźnik rentowności operacyjnej	(6,63)%	(2,93)%	0,96%	(0,69)%
Wskaźnik rentowności EBITDA	(0,12)%	0,33%	6,25%	3,05%
Wskaźnik rentowności netto	5,27%	2,27%	0,15%	(1,18)%

W ujęciu jednostkowym wskaźnik rentowności sprzedaży zwiększył się o 3 p.p., wskaźnik rentowności kapitału własnego wzrósł o 0,75 p.p., a wskaźnik majątku o 0,37 p.p. w porównaniu do analogicznego okresu w 2018 roku. Wzrost tych wskaźników jest spowodowany znacząco wyższym wynikiem netto.

Natomiast spadek odnotował wskaźnik rentowności operacyjnej (o 3,70 p.p.). Jego przyczyną jest gorszy wynik na działalności operacyjnej z powodu realizacji niższych przychodów.

Wzrosły wszystkie badane wskaźniki rentowności dla danych skonsolidowanych. Najbardziej wzrost wskaźnik rentowności EBITDA o 3,2 p.p. przy czym należy pamiętać o wpływie MSSF-16 który zawyżył EBITDA w H1 2019 o 1,3 mln.

Wybrane jednostkowe i skonsolidowane wskaźniki kondycji finansowej MEDIACAP za H1 2019 i wskaźniki porównywalne za 2018

	Jednostkowe		Skonsolidowane	
	H1 2019	2018	H1 2019	2018
Wskaźnik ogólnej płynności	0,61	0,77	0,82	1,23
Wskaźnik ogólnego zadłużenia	0,47	0,36	0,63	0,52
Wskaźnik zadłużenia kapitałów własnych	0,88	0,55	1,71	1,09
Wskaźnik relacji długu do EBITDA	N/D*	N/D*	500,38	N/D*

*Wskaźnik nie jest miarodajny ze względu na ujemną wartość mianownika (EBITDA).

W pierwszym półroczu 2019 zarówno w ujęciu skonsolidowanym, jak i jednostkowym odnotowano względnie stabilny poziom wskaźników ogólnej płynności oraz ogólnego zadłużenia w porównaniu do analogicznego okresu w roku 2018. Wzrost zadłużenia kapitałów własnych dla danych skonsolidowanych wynika z faktu, że w marcu została dokonana transakcja zakupu udziałów Lifetube przez TalentMedia. Obecnie wskaźnik tej ma wartość 1,71. Przyjmuje się, że wartość wskaźnika powinna zawierać się w przedziale od 1,0 do 3,0.

b) Charakterystyka struktury aktywów i pasywów

Suma bilansowa na koniec H1 2019 dla danych jednostkowych wyniosła 44 462 tys. co oznacza prawie 23% wzrost w stosunku do danych na koniec 2018. W strukturze aktywów sprawozdania jednostkowego największy spadek zanotowały należności z tytułu dostaw i usług (-55%) a największy wzrost pozostałe należności osiągając poziom 1100 tys. (+172%) oraz należności z tytułu podatku dochodowego (+150%). Największą pozycję aktywów stanowią pozostałe aktywa finansowe długoterminowe, które w H1 2019 stanowią 74% aktywów, a na 31 grudnia 2018 stanowiły niespełna 68% aktywów.

Istotną wartość pojawiła się w pozostałych aktywach finansowych 2,2 mln z czego 1,7 mln wynika z zastosowania MSSF 16.

Na koniec H1 2019 Spółka dysponowała nieco wyższym kapitałem własnym w porównaniu do końca 2018 (23 637 tys. w H1 2019 vs 23 282 tys. PLN). W strukturze pasywów (pomijając kapitał własny) największą pozycją są zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe, które na koniec Q2 2019 wynoszą 11 229 tys. PLN i stanowią ponad 25 % sumy bilansowej, a na 31 grudnia 2018 stanowiły prawie 28% pasywów. W odniesieniu do danych z końca 2018 największy wzrost dotyczący pasywów wystąpił również na zobowiązaniach i rezerwach krótkoterminowych (+11%), zaś największy spadek w stosunku do danych na koniec 2018 nastąpił na pozostałych zobowiązaniach finansowych z 2 869 tys. do poziomu 5 380 tys. co wynika głównie z zastosowania MSSF 16 (ponad 2 mln).

Struktura aktywów i pasywów w ujęciu skonsolidowanym w tys. PLN

Suma bilansowa Grupy Kapitałowej MEDIACAP w za H1 2019 wyniosła 73 692 tys. PLN, co oznacza 25% wzrost w stosunku do stanu na koniec 2018. W strukturze aktywów znacząco wzrosła pozostała pozycja

wartość firmy (+72%) z powodu konsolidacji od Q2 2019 Lifetube. Pozycja ta oraz należności z tytułu dostaw i usług stanowią największą pozycję w strukturze aktywów (po 28,8%).

Na koniec H1 2019 Grupa MEDIACAP dysponowała nieco niższym kapitałem własnym oraz kapitałem własnym przypadającym akcjonariuszom jednostki dominującej. Zmniejszyła się także wartość udziałów niekontrolujących, która na koniec H1 2018 wyniosła 4 916 tys. w stosunku do 5 220 tys. w okresie porównywalnym.

W strukturze pasywów (pomijając kapitał własny i udziały niekontrolujące) na koniec pierwszego półrocza 2019 największą pozycję (43% pasywów) stanowiły zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe, które w porównaniu do 2018 wzrosły o 5 p.p. Największy wzrost w odniesieniu do danych na koniec 2018 zanotowała pozycja zobowiązania pozostałe (+296%) z powodu transakcji zakupu udziałów w Lifetube za które zapłaćta z nastąpiła w połowie lipca 2019.

c) Przepływy pieniężne

Jednostkowe i skonsolidowane przepływy pieniężne MEDIACAP za H1 2019 oraz dane porównywalne za H1 2018 w tys. PLN.

	Jednostkowe		Skonsolidowane	
	H1 2019	H1 2018	H1 2019	H1 2018
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	545	859	6 072	676
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(2 320)	(1 570)	(3 758)	(2 770)
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	1 772	415	(657)	469
Przepływy pieniężne netto razem	(4)	(296)	1 657	(1 625)

W ujęciu jednostkowym łączne przepływy pieniężne netto w pierwszym półroczu 2018 wyniosły (4) tys., w porównaniu do (296) tys. w analogicznym okresie roku 2018. Zmiana ta była w głównej mierze spowodowana dodatnimi przepływami z działalności finansowej tj. w następstwie wpływów z tyt. kredytów i pożyczek. Jednostka miała znaczne przepływy z tytułu działalności inwestycyjnej (2 320) tys. Jednostka poczyniła inwestycję w Gameset, gdzie uzyskała 27,8% za 1 800 tys. Dodatkowo MEDIACAP udzielił pożyczki na 500 tys. spółce TalentMedia, która została wykorzystana na zapłatę pierwszej części ceny za udziały w Lifetube Sp. z o.o.

W ujęciu skonsolidowanym łączne przepływy pieniężne netto w pierwszym półroczu 2019 wyniosły 1 657 tys. W analogicznym okresie wartość ta wyniosła (1 625) tys. Największa zmiana wynika z przepływów z działalności operacyjnej które w H1 2019 wyniosły 6 072 tys. Największy wpływ na dodatnią wartość przepływów z działalności operacyjnej miała pozytywna zmiana w saldzie należności i innych aktywów.

Grupa poczyniła znaczne inwestycje w związku z nabyciem udziałów w Gameset oraz Lifetube. To jest główna przyczyna ujemnej wartości przepływów pieniężnych z działalności inwestycyjnej, które wyniosły 3 758 a w porównywalnym okresie 2 770 tys.

Przepływy pieniężne z działalności finansowej są ujemne (657) tys. Największy wpływ na to miało zastosowanie MSSF 16 które wpłynęło ujemnie w wysokości (1 259).

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. Należy pamiętać, że segment ten jest silnie skorelowany ze wzrostem gospodarczym i sentymentem konsumentów – ewentualny spowolnienie gospodarcze w Polsce w latach 2020-2021 może mieć istotny wpływ na jego dynamikę. Równocześnie nie sposób ustalić jaki będzie wpływ spowolnienia na zmianę struktury rynków (czyli dynamikę jego poszczególnych segmentów).

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, 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 rosnać znacząco szybciej niż cały rynek, przy czym obecnie rozwijana oferta rynkowa nakierowana jest na rynki o zdecydowanie wyższej – nawet 30% dynamicie wzrostu.

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 kilkakrotnie. Już w 2019 roku, 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 stanowiły ponad 50% skonsolidowanych przychodów w Grupie, a Influencer Marketing do końca roku stanie się największym obszarem działalności Grupy.

Silne wykorzystanie nowych technologii, rozszerzenie działalności o zagranicę, oraz wejście w nowe systemy rozliczeń (m.in. SaaS, PaaS, CPC) sprawią, że w najbliższych latach 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.

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 przemyślanej polityce M&A, zwielfokrotniła 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 spółka zależna TalentMedia. TalentMedia, dzięki przejęciu w marcu 2019 swojego konkurenta Lifetube jest dominującym graczem w obszarze influencer marketingu wykorzystania twórców contentu wideo do marketingu. W 2020 TalentMedia będzie największym źródłem przychodów, już teraz jest 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).

DZIAŁANIA MEDIACAP SA W OBSZARZE ROZWOJU PROWADZONEJ DZIAŁALNOŚCI

W H1 2019 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 docelowo największym składnikiem Grupy, z przychodami na poziomie około 60 mln złotych.
- Wsparciu zarządu TalentMedia w zakresie uruchomienia nowatorskiej platformy TalentTube/HubYT, łączącej marki z małymi twórcami (tzw. long-tail).
- Wsparciu zarządu spółki zależnej IQS w integracji operacyjnej marki netdive rozwinięcia współpracy z partnerami w zakresie handlu danymi w celach optymalizacji działań marketingowych oraz do innych celów poza rynkiem badań. Na przełomie roku rozpoczął się komercyjny proces sprzedaży produktów netdive i jej wariantu netdive predictive.
- 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/Lifetube, Opinie.pl i Plastream.

W H1 2019 w obszarze prowadzonej działalności zostały podjęte lub kontynuowane były 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 oraz w oparciu o silnik netdive i jego wariant netdive predictive
- 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 oraz integracja technologii TalentTube z rozwiązaniami podobnej platformy HubYT przejętej wraz z Lifetube
- 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.

GŁÓWNI KONKURENCI

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 konsolidacje, 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 konsolidacje, 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 & Knowlton, JWT, Ogilvy Group, TNS, Young & Rubicam czy Cohn & 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 & 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 & 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&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

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 & Belding), Initiative, Jack Morton Worldwide, Lowe and Partners, McCann i Weber Shandwick. Jest notowana na New York Stock Exchange.

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.

Dentsu Aegis Network Ltd.

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.

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.

Havas SA

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 & Entertainment czy Arena Media. Spółka jest notowana na rynku Euronext.

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.

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 (Digitree Group)	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 działań 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 przejęć.

VIII

ZARZĄDZANIE RYZYKIEM W
GRUPIE – OPIS
PODSTAWOWYCH
ZAGROŻEŃ I RYZYK

CZYNNIKI ZWIĄZANE Z DZIAŁALNOŚCIĄ GRUPY KAPITAŁOWEJ MEDIACAP

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.

W związku z tym istnieje ryzyko związane z prawidłowym wykonaniem umowy o dofinansowanie lub rozliczeniem uzyskanej dotacji. W przypadku zaistnienia nieprawidłowości MEDIACAP SA lub spółka zależna może zostać zobowiązana do zwrotu części lub całości uzyskanej dotacji i pokrycia dodatkowych kosztów z tym związanych. Ponadto nieprawidłowe wykorzystanie dotacji może skutkować utratą możliwości pozyskania w przyszłości kolejnych dotacji.

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 narazić 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 nieznanymi innowacyjnymi 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 nieznaną 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 perspektywę rozwoju, osiągnięte 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 osiągnięte 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. Czynniki te miały 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. Czynniki te nie dotknęły 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 przejścia 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 łagodnym ożywieniem 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.



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

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

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

THE DIGITALS SP. Z O.O.

Piotr Hassine
Członek Zarządu

T +48 22 879 69 00

piotr.hassine@thedigitals.pl

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

TALENTMEDIA SP. Z O.O.

Krystian Botko
Prezes Zarządu

Tel. 502 058 824

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