

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

**MEDIACAP
SA**

SPIS TREŚCI:

I.	LIST OD ZARZĄDU	3
II.	SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI GRUPY KAPITAŁOWEJ MEDIACAP, OBEJMUJĄCE SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MEDIACAP SA ZA 2019	6
	1. Dane ewidencyjne	7
	2. Wybrane dane finansowe Grupy MEDIACAP	12
	3. Oświadczenia	13
	4. Owiadczenie o stosowaniu ładu korporacyjnego	17
	5. Zarząd Grupy MEDIACAP	20
	6. Rada Nadzorcza MEDIACAP SA	25
	7. Zasady zmiany statutu Spółki	29
	8. Sposób działania WZA, jego zasadnicze uprawnienia oraz opis praw akcjonariuszy i sposobu ich wykonywania	29
	9. Komitet Audytu	30
	10. Akcje i struktura akcjonariatu	35
	11. Analiza wyników finansowych Grupy MEDIACAP	37
	12. Pozostałe istotne informacje	41
	13. Opis działalności	43
	14. Istotne wydarzenia	54
	15. Opis podstawowych zagrożeń i ryzyk	56
III.	DANE KONTAKTOWE	76



LIST
OD
ZARZĄDU

Szanowni Państwo,

Składamy na Państwa ręce sprawozdanie za bardzo ważny dla grupy MEDIACAP rok. W 2019 staliśmy się liderem na rynku influencer marketingu i osiągnęliśmy rekordowy przychód 133,9 mln PLN (+41,9% r/r).

Wzrost skali działalności nastąpił w wyniku przejęcia przez nas w marcu LifeTube - największego gracza na Polskim rynku Youtuberów. Transakcja ta zdefiniowała cały rok, który w rezultacie był okresem intensywnej pracy strategicznej dotyczącej akwizycji, a następnie integracji nowej struktury grupy LTTM, która działa pod markami: LifeTube, TalentMedia, Gamellon i Mellon Media. Przychody LTTM za 2019 rok to 48,6mln PLN – ponad dwukrotnie więcej niż w 2018 zanotowała sama TalentMedia. Przychody proforma połączonego podmiotu wyniosły 61,8 mln PLN wobec 55,9 mln PLN w 2018 (+10,5 % r/r). Wyniki wskazują, że LTTM generuje największy przychód w grupie, ale nie kontrybuuje dotychczas znacząco do wyniku finansowego, między innymi ze względu na dokonany odpis należności w wysokości 0,8M. Zysk EBITDA za cały 2019 rok wyniósł 1,71mln PLN. Ponadto podmiot dotąd był skupiony głównie na przychodach – jesteśmy przekonani, że osiągnięcie lepszej rentowności nastąpi w kolejnych latach, z zastrzeżeniem przejściowych wyzwań związanych z Covid 19. Obecny kształt LTTM, w tym zarówno akwizycje jak stopniowe zwiększenie naszego zaangażowania z 51% do 77%, finansowane były głównie nowym zadłużeniem zarówno w samym LTTM (6,8mln PLN) jak na poziomie Grupy (2,4mln PLN) – uważamy influencer marketing za motor przyszłego rozwoju, stąd chęć jak największego udziału w przyszłych zyskach z tej części biznesu.

Drugi największy biznes to reklamowa Grupa S/F, która w 2019 roku wypracowała 59,1 mln PLN przychodu o 22% więcej r/r. Rekordowy przychód zyskaliśmy dzięki realizacji szeregu ciekawych i kreatywnych projektów reklamowych dla blue-chipowych klientów takich jak Plus, Plush czy Aldi. Kreatywność zespołów przełożyła się wzrost zysku EBITDA o 61% wobec 2018r. Niestety w obrębie tej działalności zanotowaliśmy też odpis należności od klienta oraz odpisy aktualizujące o łącznej wartości -5,3 mln PLN – należy jednak pamiętać, że w znacznym stopniu są to odpisy niegotówkowe, które wynikają z dużej ostrożności Zarządu w kontekście Covid 19.

Grupa badań marketingowych, IQS, to jak dotąd najstabilniejszy element MEDIACAP. IQS w 2019 roku wypracował przychody na zbliżonym poziomie do zeszłorocznego (25mln PLN). Grupa wciąż rozwija sprzedaż bardziej marżowych produktów realizowanych online w ramach platformy Opinie.pl, co przekłada się na stosunkowo wysoką rentowność EBITDA która wyniosła 3,7 mln PLN (+5% r/r). Jednocześnie, ponieważ udział Grupy w IQS to 60%, udział naszych partnerów w wyniku netto to 0,7mln co przyczyniło się do zmniejszenia zysku przypadającego akcjonariuszom podmiotu dominującego.

Bilans zeszłego roku nie był niestety pozytywny dla Plastream. Ta spółka na stosunkowo najwcześniejszym etapie rozwoju kontynuowała prace, czerpiąc przychody z testów u klientów.

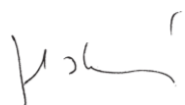
Ponieważ komercjalizacja projektu pochłonęła jednak więcej nakładów niż początkowo zakładaliśmy, byliśmy zmuszeni dokonać odpisu aktualizującego wartość projektu na 2,3 mln PLN. Poszukiwania zewnętrznego finansowania już teraz częściowo się powiodły, ponieważ nasz projekt został wybrany do programu szybkiej ścieżki NCBiR. Covid-19 znacznie uszczuplił gotówkę jaką będziemy w stanie przeznaczyć na długoterminowe projekty, w których przychody jeszcze nie pokrywają kosztów działalności. Obecnie naszym priorytetem pod kątem budowy wartości na przyszłość jest inwestowanie w rozwój LTTM. W rezultacie, dla Plastream szukamy partnera zewnętrznego, który będzie finansował projekty rozwojowe, komercjalizację projektu, a także zapewni pokrycie kosztów bieżącej działalności.

Rekordowy przychód MEDIACAP, przełożył się na 12,5 mln PLN wyniku EBITDA (+68,3% r/r), oraz 6,7mln PLN zysku operacyjnego. Po eliminacji korzystnego efektu MSSF16, zysk EBITDA wyniósł 9,7 mln PLN (+34% r/r). Wynik netto grupy był obciążony licznymi efektami jednorazowymi takimi jak koszty transakcyjne, finansowe i odpisy w łącznej kwocie 8,5 mln PLN. To przełożyło się na 3,2mln PLN straty na poziomie netto.

W 2020 rok weszliśmy jako prawie dwukrotnie większy podmiot niż jeszcze kilka lat temu, gotowi do intensywnej pracy nad poprawą rentowności. Niestety wybuch pandemii Covid 19 i ograniczenie funkcjonowania gospodarki, był dla naszej organizacji mocnym ciosem. Choć większość zespołu może pracować zdalnie, w niektórych obszarach takich jak eventy czy badania jakościowe, straciliśmy perspektywę na uzyskiwanie przychodów przez wiele miesięcy i byliśmy zmuszeni podjąć trudne decyzje ograniczające koszty działalności. W efekcie z częścią zespołu musieliśmy się rozstać a większość wynagrodzeń skorygować. W kryzysowym 2020 roku spodziewamy się spadku całego rynku o co najmniej 20% a co zatem idzie również spadku własnych przychodów rok do roku. Będziemy w pełni skoncentrowani na tym, aby obronić dodatnią rentowność działalności operacyjnej poszczególnych elementów Grupy, kładąc w tym czasie jednak główny nacisk na ochronę naszych pracowników. W dłuższej perspektywie mamy jednak nadzieję na zwiększenie zasięgów działalności wirtualnej takiej jak influencer marketing i badania rynku online co po pandemii powinno przełożyć się na wzmocnienie pozycji rynkowej Grupy w czasach gdy gospodarka wejdzie w tryb wznoszący.

Covid 19 pokrzyżował dużo naszych planów, ale szybkość naszych reakcji, duża dyscyplina i pokora wobec rzeczywistości sprawiły, że wierzymy, iż pandemia nie stworzy dla nas strukturalnych zagrożeń. Równocześnie, dzięki temu, że jesteśmy dziś jednym z najbardziej innowacyjnych dostawców na polskim rynku marketingowym mamy przekonanie, że w dłuższym okresie obecny kryzys uczyni nas jeszcze bardziej nowoczesnym i silnym podmiotem, skupionym na najszybciej rosnących segmentach wydatków takich jak influencer i gaming marketing.

Z wyrazami szacunku,



Jacek Olechowski
Prezes Zarządu



Edyta Gurazdowska
Wiceprezes Zarządu



Marcin Jeziorski
Wiceprezes



SPRAWOZDANIE
ZARZĄDU Z
DZIAŁALNOŚCI GRUPY
KAPITAŁOWEJ
MEDIACAP ZA 2019,
OBEJMUĄCE
SPRAWOZDANIE Z
DZIAŁALNOŚCI
MEDIACAP SA

1. Dane ewidencyjne

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

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

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

Nazwa Jednostki	LTTM Sp. z o.o.	Lifetube Sp. z o.o.
Adres e-mail:	kontakt@lttm.pl	kontakt@lifetube.pl
Strona internetowa:	www.lttm.pl	www.lifetube.pl
KRS:	0000576937	0000505344
Numer REGON:	362397570	147188395
NIP:	527-27-44-071	522-30-14-622

Nazwa Jednostki	TalentMedia Bulgaria EOOD	Boost Sp. z o.o.
Adres e-mail:	marin@talentmedia.tv	office@boost.pl
Strona internetowa:	www.talentmedia.tv	www.boost.pl
KRS:	BG100850049	0000606756
Numer REGON:		363929588
NIP:		113-290-49-86

Nazwa Jednostki	TalentMedia Balcans Sp. z o.o.	Gamellon Sp. o.z o.
Adres e-mail:	kontakt@talentmedia.tv	box@gamellon.com
Strona internetowa:	www.talentmedia.tv	www.gamellon.com
KRS:	0000627980	0000615435
Numer REGON:	0000627980	364382301
NIP:	526-124-42-93	525-26-58-138

Nazwa Jednostki	Gamset Sp. z o.o.
Adres e-mail:	contact@gameset.co
Strona internetowa:	www.gameset.co
KRS:	0000662411
Numer REGON:	366533537
NIP:	701-06-63-941

Spółka MEDIACAP S.A. nie jest powiązana z innymi podmiotami organizacyjnie lub kapitałowo, poza spółkami Grupy oraz poza spółką Posella IF1 Limited, która posiada 50,85% akcji Spółki i spółką Posella Limited, która posiada pośrednio 52,56% akcji Spółki (w tym bezpośrednio 1,73%).

Spółka nie dokonywała inwestycji w papiery wartościowe, instrumenty finansowe, wartości niematerialne oraz nieruchomości.

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

Podstawowym przedmiotem działalności jednostek Grupy Kapitałowej MEDIACAP jest:

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

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

Czas trwania Jednostki Dominującej i jednostek Grupy jest nieoznaczony.

Skład Grupy Kapitałowej MEDIACAP na dzień 31 grudnia 2019

Na dzień 31 grudnia 2019 Jednostka Dominująca posiadała bezpośrednio lub pośrednio udziały w 12 jednostkach zależnych objętych skonsolidowanym sprawozdaniem finansowym.

Nazwa spółki	Przedmiot działalności	Procent posiadanych udziałów	Procent w całkowitej liczbie głosów	Inne
The Digitals Sp. z o.o.	działalność agencji reklamowych	100%	100%	
Scholz&Friends Warszawa Sp. z o.o.	działalność agencji reklamowych	75%*	75%	Kontrola przez Spółkę The Digitals Sp. z o.o.
Booost sp. z o.o.	działalność portali internetowych	100%*	100%	Kontrola przez Spółkę The Digitals Sp. z o.o.
LTTM Sp. z o.o.	działalność agencji reklamowych	77,21%	77,21%	
Lifetube Sp. z o.o.	działalność agencji reklamowych	61,03%**	61,03%	Kontrola przez Spółkę LTTM Sp. z o.o.
TalentMedia Balcans Sp. z o.o.	działalność agencji reklamowych	69,49%**	69,49%	Kontrola przez Spółkę LTTM Sp. z o.o.
TalentMedia Bulgaria EOOD	działalność agencji reklamowych	69,49%**	69,49%	Kontrola przez Spółkę TalentMedia Balcans Sp. z o.o.
Gamellon sp. z o.o.	działalność agencji reklamowych	77,21%**	77,21%	Kontrola przez Spółkę LTTM 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	63,57%	63,57%	
Gameset Sp. z o.o.	działalność agencji reklamowych	27,78%	27,78%	

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

** Grupa posiada 77,21% udziałów w Spółce LTTM Sp. z o.o., która posiada
a) 79,05% udziałów w Spółce Lifetube sp. z o.o. W związku z tym udział Grupy w Lifetube sp. z o.o. wynosi 61,03%
b) 90% udziałów w Spółce TalentMedia Balcans Sp. z o.o. W związku z tym, udział Grupy w TalentMedia Balcans Sp. z o.o. wynosi 69,49%.
c) 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 69,49%.
d) posiada 100% udziałów w Spółce Gamellon sp. z o.o. W związku z tym udział Grupy w Galemmon sp.z. o.o. wynosi 77,21%

*** 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%

Ponadto na dzień 31 grudnia 2019 Grupa posiada spółkę stowarzyszoną – Gameset sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie w której Jednostka Dominująca objęła 27,78% udziału w kapitale zakładowym Gameset oraz ogólnej liczbie głosów na zgromadzeniu wspólników Gameset. Zgodnie z polityką rachunkowości Grupy, spółka stowarzyszona jest ujmowana w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym metodą praw własności.

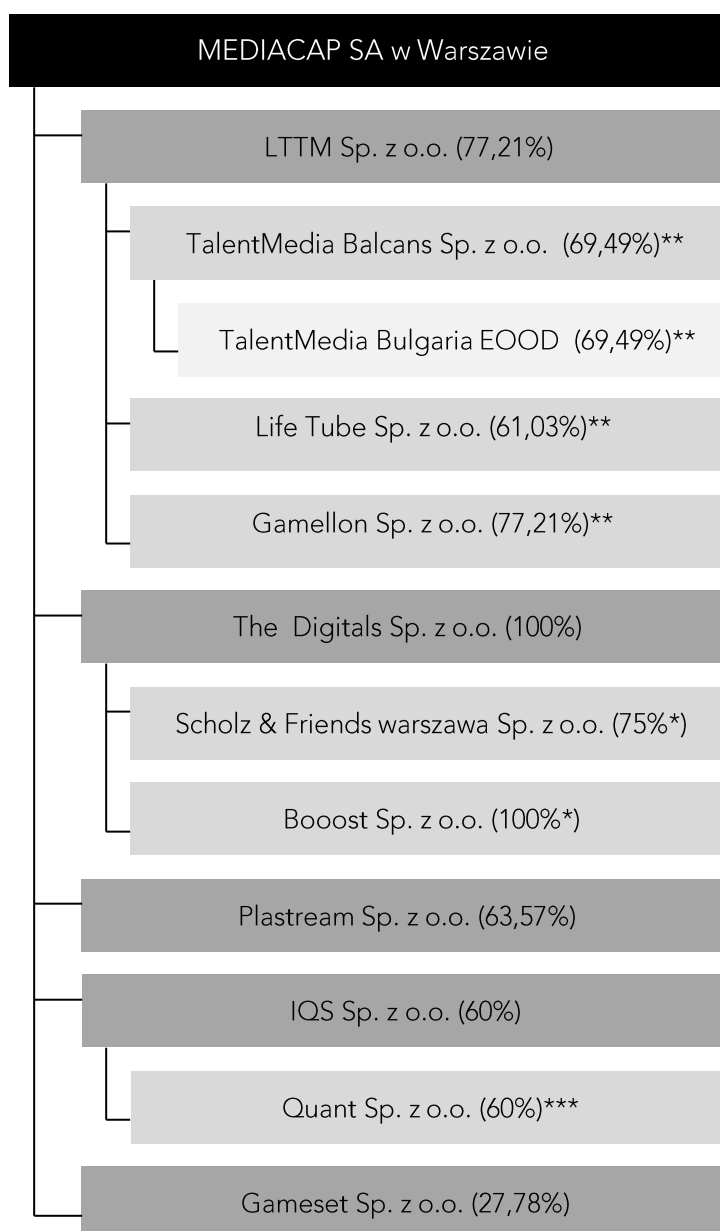
Dodatkowo w IV kwartale 2019 została zawiązana spółka Mellon Media sp. z o.o. w której MEDIACAP SA posiada kontrolę poprzez LTTM sp. z o.o. i pośrednio posiada 40,15% udziału w kapitale. Wyniki Spółki Mellon Media Sp. z o.o. nie zostały ujęte w skonsolidowanym sprawozdaniu Grupy Mediacap ponieważ księgi zostały założone z dniem 1 stycznia 2020. Ze względu na posiadanie większości głosów na zgromadzeniu wspólników spółki LTTM Sp. z o.o., MEDIACAP SA sprawuje pośrednio kontrolę nad Mellon Media sp. z o.o. i będzie konsolidowana od 1 stycznia 2020 metodą pełną.

Pozostałe spółki Grupy MEDIACAP są konsolidowane metodą pełną.

Na dzień 31 grudnia 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.

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

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



W dniu 18 marca 2019 r. spółka zależna Emitenta - LTTM sp. z o.o. (dawniej: TalentMedia sp. z o.o.) na podstawie umowy sprzedaży udziałów, zakupiła od NGU Funduszu Inwestycyjnego Zamkniętego z siedzibą w Warszawie 1.660 udziałów spółki Lifetube Sp. z o.o. (dawniej: LT Group sp. z o.o.) o wartości nominalnej 50 zł każdy udział, stanowiących 79,05% udziałów w kapitale zakładowym Lifetube Sp. z o.o. za cenę 9.235.000 zł. Zgodnie z porozumieniem podpisanym w dniu 4 lipca 2019 r, cena ta została skorygowana do 9.000.000 zł.

Zgodnie z zawartą umową sprzedaży udziałów zapłata ceny została rozłożona na dwie transze, a własność Udziałów przeszła na LTTM sp. z o.o. w dniu zapłaty pierwszej transzy w wysokości 500.000 zł, tj. w dniu 20.03.2019 r. Zapłata pozostałej części ceny nastąpiła w dniu 18.07.2019 r.

W dniu 27 czerwca 2019 r. Emitent podpisał aneks do umowy inwestycyjnej z dnia 7 marca 2017 r. zawartej pomiędzy Emitentem, spółką zależną LTTM sp. z o.o., a także współnikami LTTM sp. z o.o. W aneksie Strony postanowiły m.in. o podwyższeniu kapitału zakładowego LTTM sp. o.o. o kwotę 30.650 zł, poprzez utworzenie 613 nowych udziałów, z których Emitent objął 576 udziałów o łącznej wartości nominalnej 28.800 zł, za łączną kwotę w wysokości 2.290.239,36 zł. Po rejestracji zmian w umowie Spółki kapitał zakładowy wynosił 165.650 zł i dzielił się na 3.313 udziałów, wobec 2.700 udziałów przed podniesieniem kapitału. Transakcja spowodowała, że Emitent posiadał wówczas 59,04% udziałów w kapitale zakładowym Spółki, wobec 51,11% udziałów przed podniesieniem kapitału.

W dniu 7 października 2019 r. spółka zależna Emitenta- LTTM sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie zawarła ze współnikami spółki Gamellon sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie umowę inwestycyjną dotyczącą nabycia 100% udziałów Gamellon sp. z o.o. W ramach transakcji LTTM sp. z o.o. nabyła 225 udziałów Gamellon sp. z o.o., które stanowią 100% kapitału zakładowego Spółki za łączną cenę 3.000.000 zł. Zapłata ceny została rozłożona na trzy raty, a własność Udziałów przeszła na LTTM sp. z o.o. w dniu zapłaty pierwszej transzy w wysokości 1.000.000 zł co nastąpiło w dniu 31.10.2019 r. Zapłata drugiej raty w wysokości 500.000 zł nastąpi do 1 lipca 2020 r. a trzeciej raty do 30 lipca 2021 r. Wysokość trzeciej raty jest uzależniona od realizacji określonych KPI dotyczących przychodów oraz inventory.

W dniu 7 października powołano nową spółkę Mellon Media sp. z o.o., w której LTTM sp. z o.o. objęła 52% udziałów w kapitale zakładowym, a dotychczasowi współnicy Gamellon sp. z o.o., resztę udziałów w kapitale zakładowym.

Tego samego dnia Zgromadzenie Wspólników LTTM sp. z o.o. zdecydowało o podwyższeniu kapitału zakładowego LTTM sp. z o.o. o kwotę 10.300 zł, poprzez utworzenie 206 nowych udziałów, o łącznej wartości nominalnej 10.300 zł, które zostały objęte przez Emitenta za łączną kwotę w wysokości 1.000.000,22 zł (4.854 zł/udział). Od dnia rejestracji zmian w umowie spółki LTTM sp. z o.o., tj. od 29.11.2019 r. kapitał zakładowy wynosi 175.950 zł i dzieli się na 3.519 udziałów, wobec 3.313 udziałów przed podniesieniem kapitału. Emitent posiadał wówczas 61,44% udziałów w kapitale zakładowym LTTM sp. z o.o., wobec 59,04% udziałów przed podniesieniem kapitału.

W dniu 5 listopada 2019 r. Emitent nabył 555 udziałów w spółce zależnej LTTM sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie od dotychczasowych współników na podstawie 4 umów sprzedaży udziałów wg których łączna cena wyniosła 3.274.870,35 zł (trzy miliony dwieście siedemdziesiąt cztery tysiące osiemset siedemdziesiąt złotych 35/100). Nabycie udziałów zostało sfinansowane ze środków własnych Emitenta oraz kredytu bankowego. Łączna Cena sprzedaży zostanie zapłacona maksymalnie do dnia 30 czerwca 2020 r.

Własność nabywanych udziałów przeszła na Emitenta z chwilą podpisania umów sprzedaży, z wyjątkiem 30 udziałów nabytych od Pana Maksymiliana Makowskiego, które przeszły z chwilą zapłaty całej ceny za zakupione od niego udziały, co nastąpiło w dniu 18.12.2019 r.

Po uwzględnieniu podwyższenia kapitału zakładowego LTTM sp. z o.o. z 7 października 2019 r. Emitent posiada obecnie w LTTM sp. z o.o. 2717 udziałów, stanowiących 77,21% udziałów w jej kapitale zakładowym, wobec 61,44% przed transakcją.

2. Wybrane dane finansowe Grupy MEDIACAP

Do przeliczenia podstawowych pozycji skonsolidowanego sprawozdania finansowego zastosowano kursy:

- średni kurs EURO obowiązujący na koniec każdego okresu - dla danych wynikających ze skonsolidowanego sprawozdania z sytuacji finansowej,

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

	Okres sprawozdawczy	Okres porównywalny
	01.01- 31.12.2019	01.01- 31.12.2018
średni kurs na koniec okresu	4,2585	4,3000
średni kurs okresu	4,2992	4,2617
najwyższy średni kurs w okresie	4,2406	4,3978
najniższy średni kurs w okresie	4,3891	4,1423

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

	w tys. PLN		w tys. EUR	
	Okres 12 miesiący zakończony 31 grudnia 2019	Okres 12 miesiący zakończony 31 grudnia 2018	Okres 12 miesiący zakończony 31 grudnia 2019	Okres 12 miesiący zakończony 31 grudnia 2018
Przychody ze sprzedaży	133 891	94 355	31 143	22 140
Zysk (strata) na działalności operacyjnej	6 699	4 322	1 558	1 014
Zysk (strata) brutto	(2 464)	4 113	(573)	965
Zysk (strata) netto z działalności kontynuowanej	(3 216)	3 244	(748)	761
Zysk (strata) netto z działalności zaniechanej	-	-	-	-
Zysk (strata) netto	(3 216)	3 244	(748)	761
Zysk (strata) netto przypadający akcjonariuszom Jednostki Dominującej	(4 725)	2 114	(1 099)	496
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	19 515	2 333	4 539	547
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(14 283)	(3 298)	(3 322)	(774)
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	(143)	(808)	(33)	(190)
Przepływy pieniężne netto, razem	5 089	(1 773)	1 184	(416)
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	(0,17)	0,12	(0,04)	0,03
	31.12.2019	31.12.2018	31.12.2019	31.12.2018
Aktywa obrotowe	42 886	33 544	10 071	7 801
Aktywa trwałe	39 524	25 108	9 281	5 839
Aktywa razem	82 410	58 652	19 352	13 640

Zobowiązania krótkoterminowe	45 034	27 303	10 575	6 350
Zobowiązania długoterminowe	16 713	3 304	3 925	768
Kapitał własny przypadający akcjonariuszom Jednostki Dominującej	14 147	22 825	3 322	5 308
Udziały niekontrolujące	6 517	5 220	1 530	1 214
Liczba akcji	18 419 368	18 419 368	18 419 368	18 419 368

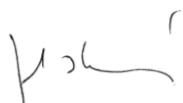
3. Oświadczenia

a. Oświadczenie o zgodności

Skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy Kapitałowej MEDIACAP za okres 12 miesięcy zakończonych 31 grudnia 2019 r. zostało sporządzone zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej oraz związanymi z nimi Interpretacjami przyjętymi do stosowania przez Unię Europejską.

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

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



Jacek Olechowski
Prezes Zarządu



Edyta Guradzowska
Wiceprezes Zarządu



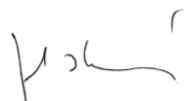
Marcin Jeziorski
Wiceprezes Zarządu

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

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

- wedle jego najlepszej wiedzy roczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy Kapitałowej MEDIACAP wraz z danymi porównywalnymi wykazanymi w tym sprawozdaniu, sporządzone zostały zgodnie z obowiązującymi zasadami rachunkowości oraz odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową Grupy MEDIACAP oraz jej wynik finansowy. Sprawozdanie z działalności Grupy Kapitałowej MEDIACAP zawiera prawdziwy obraz rozwoju i osiągnięć oraz sytuacji Grupy Kapitałowej MEDIACAP, w tym opis podstawowych zagrożeń i ryzyka,

- DB Audyt Sp. z o.o. podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych dokonujący badania rocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej MEDIACAP został wybrany zgodnie z przepisami prawa oraz, że podmiot ten oraz biegli rewidenci dokonujący badania tego sprawozdania spełniali warunki do wyrażenia bezstronnej i niezależnej opinii o badanym rocznym sprawozdaniu finansowym, zgodnie z obowiązującymi przepisami i normami zawodowymi.



Jacek Olechowski
Prezes Zarządu



Edyta Guradzowska
Wiceprezes Zarządu



Marcin Jeziorski
Wiceprezes Zarządu

c. Oświadczenia i ocena Rady Nadzorczej

Oświadczenie Rady Nadzorczej MEDIACAP SA

w zakresie funkcjonowania Komitetu Audytu w roku obrotowym 2019

Rada Nadzorcza MEDIACAP S.A. z siedzibą w Warszawie (dalej: „Spółka”), działając na podstawie § 70 ust. 1 pkt 8) oraz § 71 ust. 1 pkt 8) rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 29 marca 2018 r. w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim (Dz. U. z 2018 r. poz. 757) (dalej „Rozporządzenie”), oświadcza, że w Spółce w roku obrotowym 2019:

- zostały spełnione warunki określone w obowiązujących przepisach umożliwiające powierzenie funkcji Komitetu Audytu Radzie Nadzorczej, a członkowie tego organu spełniają wymagania przepisów odnośnie do niezależności oraz posiadania wiedzy i umiejętności z zakresu branży, w której działa MEDIACAP S.A. oraz w zakresie rachunkowości lub badania sprawozdań finansowych, a ponadto że są przestrzegane przepisy dotyczące funkcjonowania Rady Nadzorczej w roli Komitetu Audytu;
- Rada Nadzorcza wykonywała w 2019 r. zadania Komitetu Audytu przewidziane w obowiązujących przepisach.

Hubert Janiszewski
Przewodniczący Rady Nadzorczej

Artur Czerwoński
Członek Rady Nadzorczej

Julian Kozankiewicz
Członek Rady Nadzorczej

Jacek Welc
Członek Rady Nadzorczej

Marcin Olechowski
Członek Rady Nadzorczej

Artur Osuchowski
Członek Rady Nadzorczej

**Ocena Rady Nadzorczej MEDIACAP SA
wraz z uzasadnieniem, dotycząca sprawozdania z działalności MEDIACAP SA i sprawozdania
finansowego MEDIACAP SA w zakresie ich zgodności z księgami, dokumentami oraz ze
stanem faktycznym**

Rada Nadzorcza na podstawie §70 ust. 1 pkt 14) oraz §71 ust. 1 pkt 12) rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 29 marca 2018 r. w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim (Dz. U. z 2018 r. poz. 757) (dalej „Rozporządzenie”), dokonała oceny przedłożonego przez Zarząd sprawozdania Zarządu z działalności Grupy Kapitałowej Mediacap S.A., zawierającego sprawozdanie z działalności Spółki za okres od 1 stycznia 2019 roku do 31 grudnia 2019 roku, jednostkowego sprawozdania finansowego Spółki za okres od 1 stycznia 2019 roku do 31 grudnia 2019 roku oraz skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej Mediacap S.A. za okres od 1 stycznia 2019 roku do 31 grudnia 2019 roku, stwierdzając co następuje:

1. W okresie sprawozdawczym Zarząd Spółki działał w granicach prawa określonych przez ustawę z dnia 15 września 2000 r. Kodeks spółek handlowych i Statut Spółki, kierował działalnością Spółki, zarządzał jej majątkiem, reprezentował spółkę na zewnątrz wobec sądów, władz i osób trzecich, zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa. Zarząd w swej działalności kierował się również przyjętymi zasadami ładu korporacyjnego.
2. Rada Nadzorcza stwierdza, że sprawozdanie z działalności Grupy Kapitałowej za 2019 r., zawierające sprawozdanie z działalności Spółki, zawiera dane zgodne z dokumentacją finansową i prawną, zweryfikowaną przez biegłego rewidenta.
3. W przedmiocie oceny jednostkowego sprawozdania finansowego Mediacap S.A. Rada Nadzorcza stwierdza, co następuje:
 - Badanie jednostkowego sprawozdania finansowego przeprowadzono zgodnie z obowiązującymi przepisami,
 - Zgodnie z opinią biegłego rewidenta, firmy DB Audyt Sp. z o.o., na temat jednostkowego sprawozdania finansowego za rok 2019, stwierdza, że jednostkowe sprawozdanie finansowe przedstawia rzetelny i jasny obraz sytuacji majątkowej i finansowej Spółki na dzień 31 grudnia 2019 roku (jak również jej wyniku finansowego za rok obrotowy) oraz jest zgodne, co do formy i treści, z obowiązującymi Spółkę przepisami prawa oraz statutem, a także właściwie odzwierciedla stan faktyczny.
4. W przedmiocie oceny skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej Mediacap S.A. Rada Nadzorcza stwierdza, co następuje:
 - Badanie skonsolidowanego sprawozdania finansowego przeprowadzono zgodnie z obowiązującymi przepisami,
 - Zgodnie z opinią biegłego rewidenta, firmy DB Audyt Sp. z o.o., na temat skonsolidowanego sprawozdania finansowego za rok 2019, stwierdza, że skonsolidowane sprawozdanie finansowe przedstawia rzetelny i jasny obraz sytuacji majątkowej i finansowej Grupy na dzień 31 grudnia 2019 roku (jak również jej skonsolidowanego wyniku finansowego za rok obrotowy) oraz jest zgodne, co do formy i treści, z obowiązującymi Grupę przepisami prawa oraz statutem jednostki dominującej, a także właściwie odzwierciedla stan faktyczny.

Hubert Janiszewski
Przewodniczący Rady Nadzorczej

Artur Czerwoński
Członek Rady Nadzorczej

Julian Kozankiewicz
Członek Rady Nadzorczej

Jacek Welc
Członek Rady Nadzorczej

Marcin Olechowski
Członek Rady Nadzorczej

Artur Osuchowski
Członek Rady Nadzorczej

4. Oświadczenie o stosowaniu ładu korporacyjnego

4.1. Wskazanie stosowanego zbioru zasad ładu korporacyjnego

Zarząd MEDIACAP SA oświadcza, że stosuje zasady ładu korporacyjnego określone w zbiorze „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2016”. Działając na podstawie par. 29 ust. 3 Regulaminu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. Zarząd przekazał poprzez Elektroniczną Bazę Informacji (EBI) w dniu 29 kwietnia 2020 roku raport dotyczący niestosowania zasad szczegółowych zawartych w zbiorze „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2016”. Raport został także opublikowany na stronie internetowej Spółki.

W odniesieniu do zasady V.Z.6. Spółka informuje, że jest w trakcie wdrażania wewnętrznych regulacji w zakresie kryteriów, okoliczności i zasad postępowania w obliczu konfliktu interesów lub możliwości jego zaistnienia.

4.2. Wskazanie zbioru zasad ładu korporacyjnego od których odstąpiono

IV.Z.11. Członkowie zarządu i rady nadzorczej uczestniczą w obradach walnego zgromadzenia w składzie umożliwiającym udzielenie merytorycznej odpowiedzi na pytania zadawane w trakcie walnego zgromadzenia.

Komentarz: Członkowie zarządu i rady nadzorczej dokładają starań, aby uczestniczyć w obradach walnego zgromadzenia, jednak nie mogą zadeklarować uczestnictwa we wszystkich obradach walnego zgromadzenia w składzie umożliwiającym udzielenie merytorycznej odpowiedzi na pytania zadawane w trakcie walnego zgromadzenia.

4.3. Wskazanie zbioru zasad ładu korporacyjnego, które nie mają zastosowania

I.R.2. Jeżeli spółka prowadzi działalność sponsoringową, charytatywną lub inną o zbliżonym charakterze, zamieszcza w rocznym sprawozdaniu z działalności informację na temat prowadzonej polityki w tym zakresie.

I.Z.1.10. Spółka prowadzi korporacyjną stronę internetową i zamieszcza na niej, w czytelnej formie i wyodrębnionym miejscu, oprócz informacji wymaganych przepisami prawa: prognozy finansowe

– jeżeli spółka podjęła decyzję o ich publikacji – opublikowane w okresie co najmniej ostatnich 5 lat, wraz z informacją o stopniu ich realizacji.

Komentarz: Spółka podjęła decyzję o nie publikowaniu prognoz finansowych.

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

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

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

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

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

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

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

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

Komentarz: Spółka, mając na uwadze konieczność przeprowadzenia wielu czynności techniczno-organizacyjnych, związane z nimi koszty i ryzyka oraz małe doświadczenie rynku w tym zakresie, nie decyduje się na chwilę obecną na transmisję obrad Walnego Zgromadzenia w rzeczywistym

czasie oraz na zapewnienie akcjonariuszom możliwości dwustronnej komunikacji w czasie rzeczywistym oraz na wykonywanie prawa głosu w toku Walnego Zgromadzenia. Doświadczenie rynkowe z wykorzystaniem tego środka komunikacji, mierzone dotychczasową oceną sposobu udziału akcjonariuszy w walnym zgromadzeniu, prowadzi do oceny o nieadekwatności funkcjonalnej i kosztowej tego środka komunikacji dla przebiegu obrad walnego zgromadzenia. W miarę upowszechniania się stosowania tego rozwiązania technicznego oraz zapewnienia odpowiedniego bezpieczeństwa jego stosowania, Spółka rozważy wprowadzenie tej zasady w życie. W ocenie Spółki, za przestrzeganiem powyższych zasad nie przemawia również struktura akcjonariatu.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

4. Powołanie Komitetu Audytu w obrębie Rady Nadzorczej, składającego się z niezależnych członków Rady. Funkcję Komitetu Audytu pełni Rada Nadzorcza.
5. Poddawanie sprawozdań finansowych Spółki oraz skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy MEDIACAP badaniu i przeglądom przez niezależnego biegłego rewidenta.

Roczne sprawozdania finansowe Spółki oraz roczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy MEDIACAP podlegają badaniu przez niezależnego biegłego rewidenta. Półroczne sprawozdania finansowe Spółki oraz sprawozdanie skonsolidowane finansowe Grupy MEDIACAP podlegają przeglądowi przez biegłego rewidenta. Spółka wybrała podmiot uprawniony do badania i przeglądu sprawozdań finansowych dla spółek Grupy oraz skonsolidowanego sprawozdania Grupy MEDIACAP za lata 2019 i 2020 roku uchwałą Rady Nadzorczej z dnia 24 lipca 2019 r. Przegląd i badanie wyżej wymienionych sprawozdań zgodnie z uchwałą został przeprowadzony przez firmę DB Audyt Sp. z o.o. na podstawie umowy zawartej 23 sierpnia 2019r.

5. Zarząd Grupy MEDIACAP SA

a) Składy Zarządu i zmiany w składzie

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

Zarząd MEDIACAP SA sprawowali:

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

Dnia 18 marca 2019 r. Rada Nadzorcza MEDIACAP SA podjęła uchwałę w sprawie powołania w skład Zarządu Spółki, na kolejną samodzielną, trzyletnią kadencję:

- Pana Jacka Olechowskiego, powierzając mu funkcję Prezesa Zarządu Spółki,
- Panią Edytę Gurazdowską, powierzając jej funkcję Wiceprezesa Zarządu Spółki,
- Pana Marcina Jeziorskiego, powierzając mu funkcję Wiceprezesa Zarządu Spółki

b) Zasady powoływania i odwoływania członków Zarządu

1. Zarząd składa się z od 2 (dwóch) do 5 (pięciu) członków powoływanych i odwoływanych uchwałą Rady Nadzorczej na samodzielną 3 letnią kadencję. Z zastrzeżeniem ust. 4. Rada Nadzorcza w drodze uchwały określa liczbę członków Zarządu oraz wskazuje Prezesa Zarządu.
2. Mandat członka Zarządu wygasa najpóźniej z dniem odbycia Walnego Zgromadzenia, zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za ostatni pełny rok obrotowy pełnienia funkcji oraz z chwilą jego odwołania, rezygnacji lub śmierci.

3. Członkowie Zarządu otrzymują wynagrodzenie na zasadach i w wysokości określonej uchwałą Rady Nadzorczej.
4. Pierwszy Zarząd Spółki powołany został uchwałą zgromadzenia wspólników EM Lab spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z dnia 12 lutego 2008 roku, o przekształceniu tej spółki w spółkę akcyjną. Członkowie powołanego w ten sposób Zarządu mogą być odwołani przez Radę Nadzorczą zgodnie z § 12.1 powyżej, zaś ich mandat wygaś z dniem odbycia Walnego Zgromadzenia zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za rok obrotowy 2011.

c) Kompetencje i zasady pracy Zarządu

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

Statut Spółki MEDIACAP SA

Obowiązujące przepisy prawne

Kompetencje Zarządu:

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

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

d) Doświadczenie i kompetencje członków Zarządu

Jacek Olechowski- Prezes Zarządu

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

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

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

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

Edyta Gurazdowska- Wiceprezes Zarządu

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

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

Marcin Jeziorski- Wiceprezes Zarządu

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

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

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

Od 2018 roku jest członkiem zarządu Stowarzyszenia Komunikacji Marketingowej SAR.

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

e) Skład Zarządów poszczególnych spółek Grupy w 2019 r.

Zarząd Spółki **Scholz & Friends Warszawa Sp. z o.o.** w 2019 składał się z następujących osób:

od 1 stycznia 2019 do 28 czerwca 2019:

Marcin Jeziorski - Prezes Zarządu

od 28 czerwca 2019 do 31 grudnia 2019:

Marcin Jeziorski - Prezes Zarządu

Anna Arkuszewska – Członek Zarządu

Zarząd Spółki **Grupa IQS Sp. z o.o.** w 2019 składał się z jednej osoby:

Alina Lempa - Prezes Zarządu

Zarząd Spółki **Quant Sp. z o.o.** w 2019 składał się z następujących osób:

od 1 stycznia 2019 do 27 maja 2019:

Mieczysław Wójcik - Prezes Zarządu

Od 27 maja 2019 do 31 grudnia 2019:

Mieczysław Wójcik - Prezes Zarządu

Grzegorz Giza - Członek Zarządu

Zarząd Spółki **The Digitals Sp. z o.o.** w 2019 składał się z następujących osób:

Marcin Jeziorski - Prezes Zarządu

Piotr Hassine - Członek Zarządu

Zarząd Spółki **Plastream Sp. z o.o.** w 2019 składał się z następujących osób:

Bartosz Aninowski - Prezes Zarządu

Rafał Wyderka - Wiceprezes Zarządu

Zarząd **Boost Sp. z o.o.** 2019 składał się z następujących osób:

od 1 stycznia 2019 do 19 czerwca 2019:

Łucja Gdala - Członek Zarządu

Sławomir Kornicki - Członek Zarządu

od 19 czerwca 2019 do 31 grudnia 2019:

Piotr Hassine – Członek Zarządu

Zarząd **LTTM Sp. z o.o.** w 2019 składał się z następujących osób:

Od 1 stycznia 2019 do 26 marca 2019:

Krystian Botko - Członek Zarządu

Piotr Tytyk - Członek Zarządu

Lidija Vukić - Członek Zarządu

Od 26 marca 2019 do 27 czerwca 2019:

Krystian Botko - Członek Zarządu

Piotr Tytyk - Członek Zarządu

Lidija Vukić - Członek Zarządu

Piotr Łuczak - Członek Zarządu

Od 27 czerwca 2019 do 20 września 2019:

Krystian Botko -	Członek Zarządu
Lidija Vukić -	Członek Zarządu
Piotr Łuczak -	Członek Zarządu
Paweł Stano -	Członek Zarządu

Od 20 września 2019 do 31 grudnia 2019:

Krystian Botko -	Prezes Zarządu
Paweł Stano -	Wiceprezes Zarządu
Lidija Vukić -	Członek Zarządu
Piotr Łuczak -	Członek Zarządu
Kamil Bolek -	Członek Zarządu

Zarząd **TalentMedia Balcans Sp. z o.o.** w 2019 składał się z jednej osoby:

Lidija Vukić -	Członek Zarządu
----------------	-----------------

Zarząd **TalentMedia Bulgaria EOOD** w 2019 składał się z jednej osoby:

Marin Aganderov –	Członek Zarządu
-------------------	-----------------

Zarząd **LifeTube sp. z o.o.** w 2019 r. składał się z następujących osób:

Paweł Stano –	Prezes Zarządu
Kamil Bolek –	Członek Zarządu

Zarząd **Gamellon sp. z o.o.** w 2019 r. składał się z następujących osób:

Od 1 stycznia 2019 do 5 listopada 2019 r.:

Adam Semik –	Prezes Zarządu
Daniel Szefera –	Członek Zarządu
Maciej Czerwiński –	Członek Zarządu

Od 5 listopada 2019 r. do 31 grudnia 2019 r.

Paweł Stano –	Prezes Zarządu
---------------	----------------

Zarząd **Mellon Media sp. z o.o.** w 2019 r. składał się z następujących osób:

Adam Semik –	Prezes Zarządu
Daniel Szefera –	Członek Zarządu
Maciej Czerwiński –	Członek Zarządu
Paweł Stano –	Członek Zarządu

Zarząd **Gameset sp. z o.o.** w 2019 r. składał się z następujących osób:

Piotr Bombol –	Prezes Zarządu
Łukasz Turkowski –	Wiceprezes Zarządu

6. Rada Nadzorcza MEDIACAP SA

a) Składy Rady Nadzorczej i zmiany w składzie:

Hubert Janiszewski - Przewodniczący Rady Nadzorczej
Artur Czerwoński - Członek Rady Nadzorczej
Jacek Welc - Członek Rady Nadzorczej
Julian Kozankiewicz - Członek Rady Nadzorczej
Artur Osuchowski - Członek Rady Nadzorczej
Marcin Olechowski - Członek Rady Nadzorczej

b). Zasady powoływania i odwoływania członków Rady Nadzorczej

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

Rady Nadzorczej na miejsce osoby, która złożyła rezygnację, prawo do powołania brakujących członków Rady Nadzorczej przysługiwać będzie Walnemu Zgromadzeniu.

10. Zasady funkcjonowania Rady Nadzorczej może określić regulamin Rady Nadzorczej, uchwalony przez Radę Nadzorczą.

c). Kompetencje i zasady pracy

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

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

Kompetencje Rady Nadzorczej:

1. Rada Nadzorcza sprawuje stały nadzór nad działalnością Spółki we wszystkich dziedzinach jej działalności.
2. Do szczególnych obowiązków Rady Nadzorczej należy:
 - a. ocena sprawozdania Zarządu z działalności Spółki oraz sprawozdania finansowego Spółki, w zakresie ich zgodności z księgami i dokumentami, jak i ze stanem faktycznym,
 - b. ocena wniosków Zarządu dotyczących podziału zysku albo pokrycia straty,
 - c. składanie Walnemu Zgromadzeniu corocznego pisemnego sprawozdania z wyników ocen, o których mowa powyżej,
 - d. powoływanie i odwoływanie, a także zawieszanie z ważnych powodów członków Zarządu,
 - e. wybór biegłego rewidenta dla przeprowadzenia badania sprawozdania finansowego Spółki,
 - f. ustalanie i zmiana wynagrodzenia lub warunków zatrudnienia członków Zarządu,
 - g. ustalanie jednolitego tekstu zmienionego Statutu lub wprowadzanie innych zmian o charakterze redakcyjnym określonych w uchwale Walnego Zgromadzenia w sprawie zmian w Statucie,
 - h. inne sprawy, które na mocy obowiązujących przepisów prawa lub innych postanowień niniejszego Statutu wymagają uchwały Rady Nadzorczej.
3. Dokonywanie przez Zarząd następujących czynności wymaga uprzedniej zgody Rady Nadzorczej w formie uchwały Rady Nadzorczej:
 - a. wnioskowanie do Walnego Zgromadzenia o zmiany Statutu Spółki,
 - b. wnioskowanie do Walnego Zgromadzenia o umorzenie akcji Spółki,
 - c. wnioskowanie do Walnego Zgromadzenia o rozwiązanie lub likwidację Spółki,
 - d. przyjmowanie długoterminowych planów strategicznych Spółki,
 - e. zatwierdzanie budżetu Spółki na kolejny rok obrotowy – do dnia 30 grudnia roku poprzedzającego,
 - f. nabycie oraz zbycie przez Spółkę nieruchomości, użytkowania wieczystego lub udziału w nieruchomości lub w użytkowaniu wieczystym,
 - g. zaciąganie, poza tokiem zwykłej działalności gospodarczej Spółki, zobowiązań o jednostkowej wartości lub łącznej wartości powiązanych ze sobą transakcji przekraczającej kwotę 1.000.000 (milion) złotych oraz obciążenie majątku Spółki, w ramach jednej lub kilku powiązanych ze sobą transakcji, o wartości przekraczającej kwotę 1.000.000 (milion) złotych, jeżeli nie zostało to przewidziane w rocznym budżecie,

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

d). Doświadczenie i kompetencje członków Rady Nadzorczej

Dr Hubert Janiszewski, Przewodniczący Rady Nadzorczej

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

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

Absolwent Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Pradze; posiada dyplom mgr ekonomii z SGPiS (obecnie SGH) oraz doktorat z nauk ekonomicznych uzyskany w Instytucie Nauk Ekonomiczno-Społecznych Politechniki Warszawskiej z 1982. Zna biegle: angielski, niemiecki, czeski i rosyjski. W radach nadzorczych spółek jest w większości przypadków członkiem niezależnym. Złożył oświadczenie o niezależności wobec MEDIACAP S.A.

Dr Jacek Welc, Członek Rady Nadzorczej

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

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

Julian Kozankiewicz, Członek Rady Nadzorczej

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

Wspiera szereg inicjatyw opartych na idei partnerstwa oraz dzielenia się wiedzą i doświadczeniami takich jak konferencje TEDx (www.tedxwarsaw.com) oraz stowarzyszenie i plebiscyt Mediatory (www.mediator.pl).

Złożył oświadczenie o niezależności wobec MEDIACAP S.A.

Dr Marcin Olechowski, Członek Rady Nadzorczej

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

Artur Osuchowski, Członek Rady Nadzorczej

Członek Zarządu Ciech SA od 2 kwietnia 2008 r. do 25 października 2019 r., odpowiedzialny za sprzedaż. Członek Rady Nadzorczej Mediacap od października 2014 roku oraz Benefit Systems od czerwca 2013r roku. W latach 2003-2008 pracował w KPMG w Departamencie Doradztwa

Gospodarczego. W latach 2001-2003 był zatrudniony na stanowisku starszego konsultanta w departamencie Corporate Finance w Cap Gemini Ernst & Young. W latach poprzednich pracował w Ernst&Young na stanowisku starszego konsultanta oraz Raiffeisen Bank Polska jako analityk w departamencie rachunkowości zarządczej.

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

Złożył oświadczenie o niezależności wobec MEDIACAP S.A.

Artur Czerwoński, Członek Rady Nadzorczej

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

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

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

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

Złożył oświadczenie o niezależności wobec MEDIACAP SA.

7. Zasady zmiany statutu Spółki

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

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

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

Sposób działania WZA:

- Walne Zgromadzenie może być zwyczajne lub nadzwyczajne.
- Walne Zgromadzenia odbywać się będą w Warszawie.

- Zasady funkcjonowania Walnego Zgromadzenia określa regulamin Walnego Zgromadzenia, przyjęty uchwałą Walnego Zgromadzenia nr 6/2015 z dnia 2 lutego 2015 r.

Kompetencje WZA

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

Prawa Akcjonariuszy

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

9. Komitet Audytu

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

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

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

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

Członkowie Komitetu Audytu

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

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

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

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

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

- a) właścicielem wspólnikiem akcjonariuszem obecnej lub poprzedniej firmy audytorskiej przeprowadzającej badanie sprawozdania finansowego Spółki lub jednostki z nią powiązanej;
 - b) członkiem rady nadzorczej lub innego organu nadzorczego obecnej lub poprzedniej firmy audytorskiej przeprowadzającej badanie sprawozdania finansowego Spółki;
 - c) pracownikiem lub osobą należącą do kadry kierowniczej wyższego szczebla, w tym członkiem zarządu lub innego organu zarządzającego w obecnej lub poprzedniej firmie audytorskiej przeprowadzającej badanie sprawozdania finansowego Spółki lub jednostki z nim powiązanej;
 - d) inną osobą fizyczną z której usług korzysta lub którą nadzorowała obecna lub poprzednia firma audytorska lub biegły rewident działający w jego imieniu;
- nie jest członkiem zarządu lub innego organu zarządzającego jednostki, w której członkiem rady nadzorczej lub innego organu nadzorczego jest członek zarządu lub innego organu zarządzającego Spółki;
 - nie jest członkiem rady nadzorczej lub innego organu nadzorczego Spółki dłużej niż 12 lat;
 - nie jest małżonkiem, osobą pozostającą we wspólnym pożyciu, krewnym lub powinowatym w linii prostej, a linii bocznej do czwartego stopnia- członka zarządu lub innego organu zarządzającego Spółki lub osoby o której mowa w pkt. 1-8;
 - nie pozostaje w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli z członkiem zarządu lub innego organu zarządzającego Spółki lub z osobą o której mowa w pkt. 1-8.

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

Na dzień sporządzenia raportu ustawowe kryteria niezależności spełniają: Pan Hubert Janiszewski, Pan Artur Osuchowski, Pan Julian Kozankiewicz, Pan Artur Czerwoński.

Osobami posiadającymi wiedzę i umiejętności w zakresie rachunkowości lub badania sprawozdań finansowych są Pan Hubert Janiszewski oraz Pan Jacek Welc, natomiast osobą posiadającą wiedzę i umiejętności z zakresu branży, w której działa Spółka jest Pan Julian Kozankiewicz.

Sposób nabycia tych umiejętności jest wskazany powyżej, w opisie doświadczenia i kompetencji członków Rady Nadzorczej.

Zadania Komitetu Audytu

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

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

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

Zgodnie z art. 128 ust. 4 pkt. 4) ustawy z dnia 11 maja 2017 r. o biegłych rewidentach, firmach audytorskich oraz nadzorze publicznym w spółkach, które na koniec danego roku obrotowego oraz na koniec roku obrotowego poprzedzającego dany rok obrotowy nie przekroczyły co najmniej dwóch z następujących trzech wielkości:

- a. 17 000 000 zł – w przypadku sumy aktywów bilansu na koniec roku obrotowego,
- b. 34 000 000 zł – w przypadku przychodów netto ze sprzedaży towarów i produktów za rok obrotowy,
- c. 50 osób – w przypadku średniorocznego zatrudnienia w przeliczeniu na pełne etaty, pełnienie funkcji komitetu audytu może być powierzone radzie nadzorczej

MEDIACAP S.A. nie przekroczyła w roku 2018 jak i 2019 przynajmniej dwóch z ww. wielkości.

Przychody netto ze sprzedaży towarów i produktów za rok obrotowy 2019 wynosiły 18 176 tys. zł., natomiast za rok 2018 18.416 tys. zł. Średnioroczne zatrudnienie w MEDIACAP S.A. w przeliczeniu na pełne etaty wynosiło w 2019 r. 6,58 natomiast w 2018 r. 4.

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

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

Wyboru firmy audytorskiej dokonuje Rada Nadzorcza Spółki.

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

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

Wyboru firmy audytorskiej Rada Nadzorcza dokonuje z uwzględnieniem zasady rotacji firmy audytorskiej i kluczowego biegłego rewidenta.

Biegły rewident lub firma audytorska przeprowadzająca ustawowe badania Spółki ani żaden z członków sieci, do której należy biegły rewident lub firma audytorska, nie świadczą bezpośrednio ani pośrednio na rzecz Spółki ani jednostek przez nią kontrolowanych żadnych zabronionych usług niebędących badaniem sprawozdań finansowych w następujących okresach:

- a. od rozpoczęcia badanego okresu do wydania sprawozdania z badania; oraz
- b. w roku obrotowym bezpośrednio poprzedzającym okres, o którym mowa w lit. a) powyżej w odniesieniu do usług w zakresie opracowywania i wdrażania procedur kontroli wewnętrznej lub procedur zarządzania ryzykiem związanych z przygotowywaniem lub kontrolowaniem informacji finansowych lub opracowywaniem i wdrażaniem technologicznych systemów dotyczących informacji finansowej.

Usługami zabronionymi nie są usługi wskazane w art. 136 ust. 2 ustawy z dnia 11 maja 2017 roku o biegłych rewidentach, firmach audytorskich oraz nadzorze publicznym („Usługi dozwolone”). Świadczenie Usług dozwolonych, możliwe jest jedynie w zakresie niezwiązanym z polityką podatkową badanej jednostki, po przeprowadzeniu przez Radę Nadzorczą pełniącą obowiązki Komitetu Audytu oceny zagrożeń i zabezpieczeń niezależności.

Firma audytorska nie świadczyła na rzecz Spółki dozwolonych usług niebędących badaniem.

Rekomendacja dotycząca wyboru firmy audytorskiej do przeprowadzenia badania spełniała obowiązujące warunki i została sporządzona w następstwie przyjętej w uchwale nr 1/10/2017 z dnia 11.10.2017 r. przez Radę Nadzorczą Spółki procedury wyboru spełniającej obowiązujące kryteria. Przy czym wybór obecnej firmy audytorskiej, tj. DB Audyt sp. z o.o., został dokonany z powodu rozwiązania w dniu 23 lipca 2019 r. za porozumieniem stron umowy z dotychczasową firmą audytorską, tj. Moore Stephens Central Audit sp. z o.o. Rozwiązanie umowy zostało zainicjowane przez firmę audytorską z powodu daleko idących zmian organizacyjnych po stronie firmy audytorskiej, uniemożliwiających prawidłowe wykonanie umowy o badanie.

Spółka wybrała podmiot uprawniony do badania i przeglądu sprawozdań finansowych dla spółek Grupy oraz skonsolidowanego sprawozdania Grupy MEDIACAP za lata 2019 i 2020 roku uchwałą Rady Nadzorczej z dnia 24 lipca 2019 r. W następstwie podjęcia ww. uchwały w dniu 23 sierpnia 2019 r. została zawarta umowa o badanie i przegląd sprawozdań finansowych. Przed zawarciem ww. umowy Spółka nie korzystała z usług firmy audytorskiej DB Audyt sp. z o.o. Umowa jest zawarta do zakończenia czynności badania sprawozdań za rok 2020.

Pozostałe informacje dotyczące audytora oraz wynagrodzenia zawarte są w nocie 43 do jednostkowego sprawozdania finansowego Spółki za rok 2019.

W ciągu roku obrotowego 2019 odbyły się 4 posiedzenia Rady Nadzorczej, na których poruszane były kwestie dotyczące Komitetu Audytu.

Informacja dotycząca wyboru firmy audytorskiej przeprowadzającej badanie jednostkowego i skonsolidowanego sprawozdania finansowego MEDIACAP S.A. za rok obrotowy 2019 na podstawie oświadczeń Rady Nadzorczej o dokonaniu wyboru:

Działając na podstawie §70 ust. 1 pkt 7 oraz §71 ust. 1 pkt 7 Rozporządzenia Ministra Finansów z 29 marca 2018 r. w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim na podstawie oświadczeń otrzymanych od Rady Nadzorczej Zarząd informuje, że:

1. firma audytorska oraz członkowie zespołu wykonującego badanie jednostkowego i skonsolidowanego sprawozdania finansowego Spółki za rok obrotowy 2019 spełniali warunki do sporządzenia bezstronnego i niezależnego sprawozdania z badania rocznego sprawozdania finansowego zgodnie z obowiązującymi przepisami, standardami wykonywania zawodu i zasadami etyki zawodowej,
2. w spółce MEDIACAP S.A. są przestrzegane obowiązujące przepisy związane z rotacją firmy audytorskiej i kluczowego biegłego rewidenta oraz obowiązkowymi okresami karencji,

3. spółka MEDIACAP S.A. posiada politykę w zakresie wyboru firmy audytorskiej oraz politykę w zakresie świadczenia na rzecz Spółki przez firmę audytorską, podmiot powiązany z firmą audytorską lub członka jego sieci dodatkowych usług niebędących badaniem, w tym usług warunkowo zwolnionych z zakazu świadczenia przez firmę audytorską.

10. Akcje i struktura akcjonariatu

Struktura akcyjna kapitału zakładowego

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

Kapitał zakładowy dzieli się na:

- a. 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;
- b. 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.
- c. 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.
- d. 2.291.826 (dwa miliony dwieście dziewięćdziesiąt jeden tysięcy osiemset dwadzieścia sześć) akcji serii D o kolejnych numerach od 16.127.542 do 18.419.368 o równej wartości nominalnej po 5 (pięć) groszy każda.

Struktura kapitału zakładowego na dzień sporządzenia raportu:

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

Struktura akcjonariatu

Akcjonariusze posiadający co najmniej 5% (bezpośrednio i pośrednio) ogólnej liczby głosów na walnym Zgromadzeniu na dzień 4 maja 2020 (wg informacji posiadanych przez Spółkę):

Akcjonariusz	Liczba posiadanych akcji	Wartość akcji (w PLN)	Udział w kapitale akcyjnym (%)
Posella IF1 Limited	9 361 820	468 091,00	50,83%
Posella Limited	319 216	15 960,80	1,73%
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%

W tabeli pokazano także akcje posiadane przez Posella Limited, ponieważ jest to spółka dominująca wobec Posella IF1 Limited oraz Jacka Olechowskiego ponieważ jest właścicielem Posella Limited.

Zmiany w strukturze własności znacznych pakietów akcji Spółki od dnia, na który został sporządzony raport roczny za 2019.

Imię i nazwisko (lub Nazwa)	Liczba posiadanych akcji stan na dzień 28.04.2020	Wartość akcji w PLN	Zmiany w stanie posiadania akcji	Liczba posiadanych akcji stan na 20.03.2019	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	+494 138	827 451	7,17%	7,17%
Pozostali	7 416 743	370 837,15	-494 138	7 910 881	40,27%	40,27%
RAZEM	18 419 368	920 968,40	-	18 419 368	100%	100%

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

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

Zestawienie zmian w stanie posiadania akcji Spółki lub uprawnień do nich (opcji) przez osoby zarządzające i nadzorujące Spółkę (na dzień 4 maja 2020), zgodnie z posiadanymi przez Spółkę informacjami w okresie od dnia na który został sporządzony raport roczny za 2018:

Imię i nazwisko (lub Nazwa)	Liczba akcji stan na dzień 28.04.2020	Wartość akcji w PLN	Zmiany w stanie posiadania akcji	Liczba akcji stan na dzień 20.03.2019	Procentowy udział akcji w kapitale zakładowym	Procentowy udział akcji na WZA
osoby zarządzające:						
Jacek Olechowski	60 000	3 000,000	-	60 000	0,33%	0,33%
Edyta Gurazdowska	1 321 589	66 079,45	+494 138	827 451	7,17%	7,17%

Marcin Jeziorski	455 000	22 750,00	+350 000	105 000	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	0,43%	0,43%

Posiadacze papierów wartościowych dających specjalne uprawnienia kontrolne

Spółka nie wyemitowała papierów wartościowych, które dawałyby specjalne uprawnienia kontrolne wobec spółki.

Ograniczenia w wykonywaniu prawa głosu

Nie istnieją żadne ograniczenia w zakresie wykonywania prawa głosu z akcji Spółki.

Ograniczenia dotyczące przenoszenia prawa własności papierów wartościowych

Na dzień 31 grudnia 2019 oraz na dzień sporządzenia raportu rocznego nie wystąpiły ograniczenia dotyczące przenoszenia prawa własności papierów wartościowych Spółki.

Notowania akcji w okresie 01.01.2019-31.12.2019

MEDIACAP notowania	
Kurs odniesienia (28.12.2018)	1,67zł.
Data początkowa	2019-01-04
Data końcowa	2019-12-30
Zmiana %	28,14%
Zmiana	0,47 zł.
Minimum (15.02.2019)	1,40 zł.
Maximum (01.10.2019)	2,49 zł.
Średni	1,94 zł.
Wolumen obrotu	2 644 182 szt.
Średni wolumen	13 026 szt.
Obroty	4,815 mln
Średnie obroty	0,024 mln

W okresie od 1 stycznia 2019 do 31 grudnia 2019 roku spółka zanotowała wzrost kursu o 28,15% zaczynając rok z kursem 1,67 za akcję a kończąc z kursem 2,14 zł za akcję. Średni kurs w tym okresie wyniósł, 1,94 zł za akcję, zaś średni wolumen 13 026 sztuk. Łączny obrót akcjami spółki wyniósł 2 644 182 sztuk akcji, co przełożyło się na obroty w wysokości 4,815 miliona.

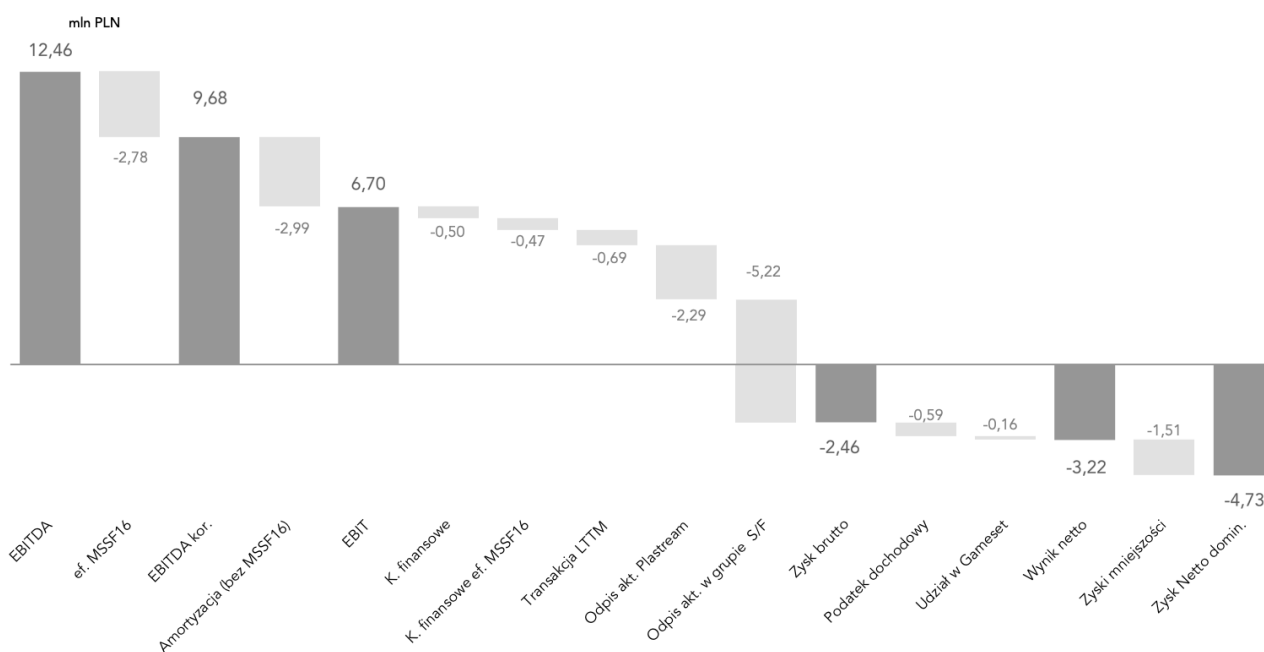
11. Analiza wyników finansowych Grupy MEDIACAP

Wyniki finansowe skonsolidowane w tys. PLN

	Skonsolidowane	
	2019	2018
Przychody ze sprzedaży	133 891	94 355
EBITDA	12 464	7 251
Wynik na sprzedaży	6 853	3 821
Wynik na działalności operacyjnej	6 699	4 322
Wynik finansowy brutto	(2 464)	4 113
Wynik finansowy netto	(3 216)	3 244

Skonsolidowane przychody ze sprzedaży Grupy Kapitałowej MEDIACAP SA za 2019 wyniosły 133 891 tys. PLN i są o 42% wyższe niż w analogicznym okresie 2018. Bardzo duży wzrost przychodów jest związanych z faktem nabycia dwóch spółek: Lifetube Sp. z o.o. oraz Gamellon Sp. z o.o., których przychody, które podlegały konsolidacji wyniosły odpowiednio 26,96 mln (z 34,27mln) oraz 1,24 mln (z 7,1 mln). Wzrost organiczny wyniósł 12 %.

Obserwowany jest 72% wzrost na poziomie EBITDA co jest spowodowane głównie zastosowaniem w 2019 roku po raz pierwszy MSSF16. Po usunięciu wpływu MSSF16 EBITDA w 2019 wyniosła 9 684 tys. (+34%). W 2019 nowe podmioty dodały do EBITDA 840 tys. EBITDA. Natomiast EBITDA została obciążona odpisem aktualizującym należności w wysokości 937 tys.



a) Analiza wskaźników

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

	Skonsolidowane	
	2019	2018
Wskaźnik rentowności sprzedaży (ROS)	(2,40%)	3,44%
Wskaźnik rentowności kapitału własnego (ROE)	(13,20%)	11,57%
Wskaźnik rentowności majątku (ROA)	(4,56%)	6,03%
Wskaźnik rentowności operacyjnej	5,00%	4,58%
Wskaźnik rentowności EBITDA	9,31%	7,68%
Wskaźnik rentowności netto	(2,4%)	3,44%

Wszystkie wskaźniki oparte na wyniku netto uległy znaczeniu pogorszeniu i mają wartość ujemną ponieważ Grupa zakończyła rok stratą na poziomie 3 216 versus zysk 3 244 w 2018. Strata wyniknęła z dokonanych odpisów aktualizujących aktywa:

- a) -odpis aktualizujący wartość firmy The Digitals sp. z o.o. w wysokości 4,6 mln zł,
- b) -odpis aktualizujący wartość udziałów w Genzet sp. z o.o. w wysokości 0,6 mln zł
- c) - odpis aktualizujący wartości firmy w wysokości 30 tys. oraz aktywów netto w wysokości 2,26 mln zł dla Plastream

Odpis aktualizujący wartość firmy The Digitals sp. z o.o. oraz Genzt sp. z o.o. został podjęty w kontekście oceny sytuacji związanej z COVID-19. Bez uwzględnienia tych odpisów wynik spółki byłby o ponad 20% lepszy niż w 2018.

Wskaźnik rentowności operacyjnej uległ polepszeniu o 0,42 p.p. do poziomu 5%. Po eliminacji efektu MSSF 16 rentowność wzrosła do 4,75%. Rentowność EBITDA wzrosła do poziomu 9,31%, ale po eliminacji efektu MSSF 16 spadła do poziomu 7,23%.

Wybrane skonsolidowane wskaźniki kondycji finansowej MEDIACAP za 2019 i wskaźniki porównywalne za 2018.

	Skonsolidowane	
	2019	2018
Wskaźnik ogólnej płynności	0,95	1,23
Wskaźnik ogólnego zadłużenia	0,75	0,52
Wskaźnik zadłużenia kapitałów własnych	2,99	1,09
Wskaźnik relacji długu do EBITDA	0,81	0,62

W 2019 roku nastąpiło pogorszenie wskaźnika płynności o 0,28. Wynika to głównie z faktu, że częściowa zapłata za udziały w LTTM sp. z o.o. nastąpiła w ratach na które finansowanie zostanie uruchomione do końca czerwca 2020. Do momentu uruchomienia kredytu całość wartości jest ujmowana w pozostałych zobowiązaniach.

Zwiększeniu uległ wskaźnik ogólnego zadłużenia, który wzrósł do poziomu 0,75. Duży wpływ na zwiększenie tego wskaźnika mają dokonane odpisy które pomniejszyły sumę aktywów.

Wskaźnik zadłużenia kapitałów własnych uległ znacznemu zwiększeniu. Główne powody to dokonane odpisy aktualizujące, który zmniejszyły kapitały własne oraz poczynione w 2019 roku inwestycje tj. zakup podmiotów Lifetube sp.z. o.o. i Gamellon sp. z o.o. oraz zwiększenie udziałów w LTTM sp. z o. co zwiększyło poziom zobowiązań.

Zwiększeniu uległ także wskaźnik relacji długu do EBITDA z powodu poczynionych inwestycji o których mowa powyżej.

Rotacja należności i zobowiązań

Rotacja należności wynosi 82 dnia a rotacji zobowiązań 94 dni. Rozbieżność pomiędzy wskaźnikami rotacji należności i zobowiązań jest typowa dla rynku, w którym działają spółki. Wynika to z faktu, że odbiorcami usług są głównie duże koncerny, których praktyką jest maksymalne wydłużanie terminów płatności. Dostawcami usług dla spółek z grupy MEDIACAP SA są natomiast w większości małe i średnie przedsiębiorstwa, których terminy płatności są znacznie krótsze.

b) Charakterystyka struktury aktywów i pasywów

Poniższa analiza jest na podstawie danych zaprezentowanych w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym pkt IIa: „Skonsolidowane sprawozdanie z sytuacji finansowej”

Suma bilansowa Grupy Kapitałowej MEDIACAP w za 2019 wyniosła 82 410 tys. PLN, co oznacza ponad 40% wzrost w stosunku do stanu na koniec 2018. Pomimo dokonanych odpisów aktualizujących wartość firmy (odpis dot. Genzet sp. z o.o., The Digitalis Sp. z o.o. oraz Plastream) w strukturze aktywów pozycja ta znacząco wzrosła (+57%). Jest to związane z poczynionymi inwestycjami poprzez zakup spółek Lifetube Sp.z o.o. oraz Gamellon Sp. z o.o. rzeczowe aktywa trwałe. Znacznie wzrosła wartość rzeczowych aktywów trwałych (+ 8,42 mln PLN) co jest związane z zastosowaniem MSSF 16, który spowodował wzrost o 8,96 mln PLN. Gdyby nie wzrost. Grupa na koniec roku posiadała 7,2 mln środków pieniężnych i ich ekwiwalentów w stosunku do 2,1 mln PLN w roku 2018.

Na koniec 2019 zmniejszeniu uległ kapitał własny (-26,3%) a przypadający na jednostkę dominującą -38%. Jest to związane ze stratą, która powstała w wyniku dokonanych odpisów aktualizujących o których mowa powyżej. Bardzo wzrosły pozostałe zobowiązania finansowe długoterminowe (do poziomu 6,18 mln PLN) oraz krótkoterminowe (do poziomu 4,19 mln PLN) z powodu zastosowania MSSF 16 co spowodowało wzrost tych pozycji odpowiednio o 6,05 mln PLN oraz 3,04 mln PLN). O 5,8 mln PLN wzrosła pozycja kredytów i pożyczek długoterminowych w związku z zaciągniętym finansowaniem na zakup Lifetube Sp. z o.o. i Gamellon Sp. z o.o. oraz zwiększeniem zaangażowania kapitałowego MEDIACAP SA w LTTM Sp. z o.o.

c) Przepływy pieniężne

Skonsolidowane przepływy pieniężne MEDIACAP za 2019 oraz dane porównywalne za 2018 w tys. PLN.

	Skonsolidowane	
	2018	2018
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	19 515	2 333
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(14 283)	(3 298)
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	(143)	(808)
Przepływy pieniężne netto razem	5 089	(1 774)

W ujęciu skonsolidowanym łączne przepływy pieniężne netto w 2019 wyniosły 5 089 tys. PLN, w porównaniu do -1 774 tys. PLN w analogicznym okresie roku 2018 (wzrost o 6 863 tys. PLN). Wpływ na to miał wzrost przepływów pieniężnych netto z działalności operacyjnej z poziomu – 2 333 tys. PLN (2018) do wysokości 19 515 tys. PLN (2019), czego główną przyczyną był pozytywna zmiana stanu należności i innych aktywów (+12 305 tys. PLN) oraz zmiana stanu zobowiązań z wyjątkiem pożyczek i kredytów (+ 2 290 tys. PLN). . Zwiększeniu uległy wydatki z działalności inwestycyjnej, które związane były głównie z nabyciem jednostek zależnych i stowarzyszonych odpowiednio - 10 311 tys. PLN oraz – 1 800 tys. PLN. Natomiast zmniejszeniu uległy wydatki na nabycie wartości niematerialnych oraz rzeczowych aktywów trwałych tj spadek o 1 284 tys. PLN. Zwiększeniu uległy wpływy z tyt. kredytów i pożyczek 10 871 tys. PLN w 2019 versus 3 655 tys. w 2018. Środki w działalności finansowej były wydatkowe na wykup udziałów 3 310 tys. PLN, spłatę pożyczek i kredytów 4 149 tys. PLN. Kwotę 2 359 tys. PLN stanowi zmiana z tyt. zobowiązań finansowych jako następstwo zastosowania MSSF- 16. Dywidendy wypłacone na rzecz udziałowców niekontrolujących wyniosły 891 tys. PLN.

12. Pozostałe istotne informacje

Struktura lokat i inwestycji kapitałowych

W 2019 roku spółka MEDIACAP SA korzystała głównie z lokat kapitałowych:

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

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

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

W dniu 20 grudnia 2018 r. podjęto także uchwałę w sprawie emisji 29 obligacji imiennych MEDIACAP S.A. serii B o wartości nominalnej 50 tys. zł każda o łącznej wartości 1 450 tys. zł, oprocentowanych według stopy procentowej równej 6% w skali roku. Na dzień 31 grudnia 2020 Do wykupu zostało 21 obligacji o łącznej wartości 1.050 tys.

Postępowania sądowe

W 2019 roku wobec spółek Grupy MEDIACAP SA nie toczyły się istotne postępowania sądowe przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej.

Zawarcie transakcji rynkowych na warunkach innych niż rynkowe

W 2019 roku spółki Grupy MEDIACAP SA nie zawarły transakcji z podmiotami powiązаныmi, jeżeli pojedynczo lub łącznie są one istotne i zostały zawarte na innych warunkach niż rynkowe.

Udzielone poręczenia i/lub gwarancje

W 2019 roku spółka MEDIACAP udzieliła następujących poręczeń kredytu, pożyczki i gwarancji:

Wyszczególnienie	Gwarancja / poręczenie dla	Tytułem	Waluta	31.12.2019
Poręczenie wekslowe	ING Bank Śląski SA	Do kredytu w rachunku bieżącym Plastream sp. z o.o.	PLN	450 000,00
Poręczenie	mBank SA	Poręczenie do umowy kredytu LTTM sp. z o.o. udzielonego przez mBank SA	PLN	3 270 375,00

Otrzymane poręczenia i/lub gwarancje

Wyszczególnienie	Gwarancja / poręczenie dla	Tytułem	Wartość
IQS Sp. z o.o.	mBank SA	Poręczenie wobec mBank S.A. w związku z umową standardową 38/065/17 pomiędzy MCP a mBank SA	776 496,12
IQS sp. z o.o.	mBank SA	Poręczenie wekslowe w związku z umową o kredyt inwestycyjny 38/120/19/Z/IN pomiędzy Mediacap a mBank SA	3 203 000,00
LTTM sp. z o.o.	mBank SA	Poręczenie wekslowe w związku z umową o kredyt inwestycyjny 38/120/19/Z/IN pomiędzy Mediacap a mBank SA	3 203 000,00
The Digitals sp. z o.o.	mBank SA	Poręczenie wekslowe w związku z umową o kredyt inwestycyjny 38/120/19/Z/IN pomiędzy Mediacap a mBank SA	3 203 000,00
Gwarancja bankowa udzielona przez mBank S.A. w związku z umową standardową 38/065/17 pomiędzy Mediacap a mBank SA	Corum XL Societe Civile de Placement Immobilier a Capital Variable	Gwarancja bankowa udzielona przez mBank S.A. w związku z umową standardową 38/065/17 pomiędzy Mediacap a mBank SA	828 303,02
Gwarancja bankowa udzielona przez mBank SA w związku z umową standardową 38/189/17	Corum XL Societe Civile de Placement Immobilier a	Gwarancja bankowa udzielona przez mBank S.A. w związku z umową standardową 38/189/17 pomiędzy Mediacap a mBank SA	77 055,47

pomiędzy Mediacap a mBank	Capital Variable		
Gwarancja de minimis udzielona przez BGK	mBank SA	Gwarancja kredytu w rachunku bieżącym udzielona przez BGK na rzecz mBank SA	900 000,00

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

Szczegółowe informacje na temat zawartych umów kredytów i pożyczek znajdują się w Skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym Grupy w nocy 24.

13. Opis działalności Grupy MEDIACAP

a) Określenie segmentów i branż działalności Grupy MEDIACAP

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

Marketing - obejmujący planowanie i realizację wielokanałowych strategii reklamowych w mediach tradycyjnych i cyfrowych, w tym realizację projektów z zakresu influencer marketingu, marketingu zintegrowanego, marketingu eventowego, marketingu społecznościowego, ambient mediów, video marketingu i contentu. Usługi te realizowane są pod markami handlowymi MEDIACAP, The Digitals, Scholz & Friends Warszawa, EM LAB, Boost, Gameset, TalentMedia, Lifetube, Mellon Media oraz Gamellon, w zależności od wiodącej charakterystyki realizowanego zlecenia. Grupa jest obecnie jednym z trzech największych niezależnych dostawców tego typu usług. Kluczową wartością dodaną jaką MEDIACAP zapewnia w tym segmencie od początku 2016 r. jest zarządzanie inwestycjami marketingowymi (tzw. marketing investment management) w modelu one-stop-shop, czyli takim, w którym jeden dostawca może zapewnić klientowi pełnozakresową obsługę obejmującą zarówno tradycyjne, jak i cyfrowe kanały komunikacji. Od 2017 r. oferta ta rozszerzona została o działalność w segmencie influencer marketingu, czyli działań z wykorzystaniem twórców contentu na youtube i jest obecnie, dzięki kombinacji wzrostu organicznego i przejęć, największym dostawcą tego typu rozwiązań w regionie – z udziałem rynkowym szacowanym na poziomie ponad 60%.

Data - obejmująca analizę danych marketingowych i sprzedażowych, realizację badań marketingowych oraz budowę i wdrażanie rozwiązań programistycznych wspierających i automatyzujących procesy biznesowe po stronie klientów. Usługi te realizowane są pod markami handlowymi IQS, Quant oraz Plastream, a Grupa Kapitałowa jest wiodącym dostawcą tego typu usług na rynku, w szczególności w rynku badań. Kluczową wartością dodaną jaką MEDIACAP zapewnia w tym segmencie jest połączenie usługi zarządzania inwestycjami w zakresie danych (tzw. data investment management) z rozbudowanym zapleczem programistycznym, które wdraża na rzecz klientów kompleksowe rozwiązania programistyczne, a także z największą platformą wiedzy o konsumentach – Opinie.pl, pozwalającą na analizy danych m.in. z cyklicznych ankiet zarejestrowanych panelistów, badań deklaratywnych oraz danych pozyskiwanych w ramach partnerstw. Elementem strategii w tym segmencie jest rozwój silnika NetDive, który pozwala agregować i analizować różnorodne źródła danych w celu optymalizacji strategii marketingowych.

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 – 31.12.2019		Działalność kontynuowana		Wyłączenia konsolidacyjne	Ogółem
		Marketing	Data		
Przychody ze sprzedaży	Sprzedaż na zewnątrz	107 767	26 124	-	133 891
	Sprzedaż między segmentami	316	398	(714)	-
Koszty segmentu	Koszty sprzedaży zewnętrznej	102 620	24 418	-	127 038
	Koszty sprzedaży między segmentami	398	316	714	-
Zysk (strata) segmentu		5 065	1 788	-	6 853
Przychody finansowe		129	89	(165)	53
Koszty finansowe		6 729	2 652	165	9 216
Istotne pozycje przychodów zgodnie z pkt.88 MSSF 8		646	474	-83	1 037
Istotne pozycje kosztów ujawnione zgodnie z pkt.86 MSSF 8		1 232	42	83	1 191
Zysk / (strata) przed opodatkowaniem		(2 121)	(342)	-	(2 464)
Udział w jedn. stowarzyszonych		(163)			(163)
Podatek dochodowy		116	474	-	590
Zysk (strata) netto		(2 400)	(816)	-	(3 216)
Aktywa segmentu		71 809	18 760	(8 159)	82 410
Amortyzacja		2 638	3 126	-	5 764
EBITDA		7 117	5 347	-	12 464

Dane za okres bieżący 01.01.2018 – 31.12.2018		Działalność kontynuowana		Wyłączenia konsolidacyjne	Ogółem
		Marketing	Data		
Przychody ze sprzedaży	Sprzedaż na zewnątrz	66 877	27 478	-	94 355
	Sprzedaż między segmentami	1 746	494	(2 240)	-
Koszty segmentu	Koszty sprzedaży zewnątrznej	66 047	24 487	-	90 534
	Koszty sprzedaży między segmentami	494	1 746	(2 240)	-
Zysk (strata) segmentu		2 082	1 739	-	3 821
Przychody z tytułu odsetek		24	49	(26)	47
Koszty z tytułu odsetek		177	52	(26)	203
Istotne pozycje przychodów ujawnione zgodnie z pkt. 86 MSSF 8 (np. pozostałe przychody operacyjne, pozostałe koszty finansowe poza odsetkami)		511	421	(83)	849
Istotne pozycje kosztów ujawnione zgodnie z pkt. 86 MSSF 8 (np. pozostałe koszty operacyjne, koszty finansowe poza odsetkami)		407	77	(83)	401
Zysk / (strata) przed opodatkowaniem		2 033	2 080	-	4 113
Podatek dochodowy		417	452	-	869
Zysk (strata) netto z działalności kontynuowanej		1 616	1 628	-	3 244
Aktywa segmentu		45 932	19 609	(6 889)	58 652
Amortyzacja		1 256	1 673	-	2 929
EBITDA		3 510	3 741	-	7 251

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

b) Informacje o rynkach zbytu i dostaw

Spółki Grupy realizują sprzedaż na terenie kraju oraz za granicą, jednak przeważającym rynkiem zbytu jest rynek krajowy. Spółka osiągnęła w 2019r. powyżej 10% przychodów ze sprzedaży z Google Ireland Limited.

W okresie sprawozdawczym dostawcy Spółki pochodzili z rynku krajowego. Z żadnym z dostawców Spółka nie osiągnęła co najmniej 10% przychodów ze sprzedaży ogółem.

W analizowanym okresie nie wystąpiło uzależnienie Spółki od żadnego dostawcy i nabywcy.

c) Znaczące umowy dla działalności Spółki zawarte w okresie sprawozdawczym

W zakresie istotnych umów dla działalności Spółki:

- spółka zależna Scholz & Friends Warszawa sp. z o.o. zawarła w dniu 27 lutego 2019 r. aneksy do umów o współpracy w zakresie reklamy z klientem z branży usługowej (RB 6/2019),
- spółka zależna Scholz & Friends Warszawa sp. z o.o. zawarła w dniu 20 maja 2019 r. aneks do umowy o świadczenie usług z ALDI sp. z o.o. (RB 18/2019).

d) 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 firmy mediowej Publicis Groupe (PG) w 2019 wydatki netto na media w Polsce wzrosły o 3,2% do około 9,8 mld PLN (dla porównania w 2018 wzrósł o 7,6%) a jego najszybciej rosnącą częścią był internet, który wzrósł o 10,1% do 3,5 mld PLN. Dynamika subsegmentu video w internecie była jeszcze lepsza – na poziomie 16,7% i to właśnie na tym rynku skupiona jest obecnie strategia rozwoju MEDIACAP. Należy jednak zastrzec, iż w obecnym roku spodziewamy się głębokiej korekty rynku, o co najmniej 20% w związku z kryzysem Covid 19 i jego skutkami gospodarczymi. Na tym etapie roku nie umiemy jeszcze ocenić jakie będą przepływy wydatków pomiędzy klasami mediów – wydaje się jednak, że wydatki na internet oraz video w internecie powinny zachowywać się lepiej niż pozostałe segmenty z racji cyfryzacji życia codziennego, które przyniósł Covid 19.

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 wg organizacji branży OFBOR, 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 i 2019, ale szacujemy, iż wartość rynku nie zmieniła się istotnie w tym okresie. W 2020 również na ten rynek negatywny wpływ będzie miał Covid 19, który fizycznie uniemożliwia obecnie znaczną część badań jakościowych (m.in. badania focusowe) oraz wobec bardzo dynamiki zdarzeń odbiera sens wielu badaniom preferencji konsumenckich. Istnieje jednak szansa, że od jesieni pojawi się wzmożony popyt badawczy, w ramach którego firmy będą próbowały lepiej zrozumieć nową rzeczywistość, o ile do tego czasu ustabilizuje się kontekst.

Podsumowując, rok 2019 był dobry dla obu rynków, na których działają spółki Grupy, niestety jednak perspektywa na rok 2020 jest już dużo gorsza (rzędu 20% spadku lub więcej) i powrót do wzrostów będzie możliwy dopiero w 2021 o ile uda się opanować Covid 19. W tych okolicznościach należy oczekiwać spadku przychodów również na poziomie Grupy MEDIACAP, przynajmniej w ujęciu pro-forma.

e) Strategia rozwoju

Ogłoszona w maju 2017 roku „Strategia 2020” zakładała koncentrację Grupy na rozwoju skalowalnych modeli biznesowych adresujących trzy globalne trendy technologiczne: big data, video online i machine learning. Według planu MEDIACAP SA w kolejnych czterech lat przychody z jej trzech wiodących platform biznesowych: Opinie.pl, TalentMedia i Plastream miały wzrosnąć kilkukrotnie do ok. 76,5 mln PLN, co przełoży się na skokowy wzrost EBITDA. Na poziomie przychodów efekty tej strategii były mocno widoczne już w 2019 roku, między innymi dzięki akwizycji pakietu kontrolnego w Lifetube Sp. z o.o. (d. LT Group Sp. z o.o.) i Gamellon Sp. z o.o. przez LTTM Sp. z o.o. (d. TalentMedia Sp. z o.o.). Nawet pomimo Covid 19, wygląda na to, że uda nam się zbliżyć do planowanych wówczas przychodów na 2020. Równocześnie, brak sukcesu komercyjnego Plastream oraz negatywne konsekwencje Covid 19 sprawią, że na pewno nie będzie możliwe osiągnięcie planowanego celu EBITDA. Nie umiemy dziś ocenić jaka będzie rentowność naszych nowych platform w 2020. Zakładamy, że w przypadku LTTM i opinie.pl dopiero w roku 2021 będziemy działać w okolicznościach na tyle stabilnych, że pozwolą na optymalizację wyników finansowych. Nie widzimy natomiast szansy realizacji pierwotnego planu przez Plastream ani na rynku marketingowym ani handlowym i dlatego podjęliśmy decyzję o dezinvestycji z tego podmiotu, którą mamy nadzieję sfinalizować w drugim kwartale 2020. Wobec Covid 19 trudno jest nam obecnie planować kolejną perspektywę średnioterminową dla Grupy Kapitałowej – oprócz faktu, iż chcemy rozwinąć nasze usługi influencer marketingowe poza granicami polski – zarówno organicznie jaki i poprzez M&A o ile pozwolą nam na to środki finansowe.

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 umiarkowanej dynamiki rynku reklamy w latach 2010-2018, Grupa, dzięki konsekwentnemu rozwojowi organicznemu i przemyślanej polityce M&A, zwielokrotniła swoje przychody. MEDIACAP obsługuje obecnie ponad 500 klientów z segmentu Entreprise, m.in. Polkomtel, Wirtualna Polska, Aldi, Maspex, Nestle, Pracuj.pl, T-Mobile, Maspex, IKEA i AXA. Covid 19 na pewno negatywnie odbije się na naszym biznesie, w krótkim okresie. Wierzimy jednak, że długofalowo nasza zdolność do adaptacji i ambicje pozwolą wykorzystać też szanse rynkowe które pojawią się w drugiej fali.

f) Działania MEDIACAP SA w związku z sytuacją rynkową

W 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 i Gamellon-TalentMedia będzie w 2020 największym składnikiem Grupy.
- Wsparciu zarządu Grupy S/F w rozwoju nowej oferty w zakresie planowania i zakupu mediów w internecie, pod marką handlową Boost oraz uproszczeniu jej struktury.
- Wsparciu zarządu spółki zależnej IQS w rozwoju portfela usług opartych o BIG DATA oraz rozwinięciu współpracy z partnerami w zakresie handlu danymi w celach optymalizacji działań marketingowych oraz do innych celów poza rynkiem badań.
- Wsparciu spółki zależnej Plastream w znalezieniu inwestora, który pozwoli jej na rozwój poza grupą MEDIACAP

W 2019 w obszarze prowadzonej działalności zostały podjęte następujące inicjatywy nastawione na wprowadzenie rozwiązań innowacyjnych w przedsiębiorstwie:

- Rozwój oferty 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.
- Integracja platformy Opinie.pl z zasobami technologicznymi NetDive.
- Rozwój platformy NEX w ramach segmentu Marketing, wspierającego i automatyzującego procesy zarządcze i raportowe.
- Rozwój platformy Feedback w ramach IQS, automatyzującego zbieranie procesów oceny przez klientów jakości realizowanych usług.

W 2020 należy wyróżnić dwa kluczowe pola działania zarządu MEDIACAP:

- Planowania awaryjnego związanego z Covid 19, które wymusiło rewizję wszystkich budżetów spółek na rok 2020 oraz przejście do zdalnego modelu pracy od 13 marca. Obecna sytuacja Covid 19 sprawia, że wszystkie plany rewidowane są w trybie miesięcznym zarówno na poziomie finansów jak i procesów operacyjnych (m.in. praca zdalna, zarządzanie zasobami, redukcje stanowisk)
- Optymalizacji procesów i finansów spółki w ramach wewnętrznego projektu Horyzont, realizowanego od stycznia we współpracy z wiodącą międzynarodową firmą konsultingową i która ma przynieść poprawę efektywności firmy. Należy jednak mieć na uwadze, że Covid 19 sprawił, iż część pierwotnych planów w tym zakresie musiała zostać zmieniona, a efekty finansowe wielu z nich będą mniejsze lub odłożone w czasie.

g) Polityka różnorodności, zasoby ludzkie oraz polityka wynagrodzeń Spółki

Polityka różnorodności

Zarząd Mediacap SA dokłada starań, aby zapewnić różnorodność pod względem płci, kierunku wykształcenia, wieku, doświadczenia zawodowego w składzie władz spółki oraz jej kluczowych menedżerów, ponieważ docenia wpływ polityki różnorodności doboru kadry kierowniczej na budowanie pozycji spółki oraz jej rozwój gospodarczy. Szeroki zakres działalności spółki wymaga doboru zróżnicowanej kadry, specjalistów z różnych dziedzin, którzy swoją wiedzą i doświadczeniem mogą wspierać bieżącą działalność i wyznaczać nowe kierunki rozwoju. Zróżnicowany dobór kadry pozwala spółce rozwijać się w różnych dziedzinach gospodarki, w szczególności w różnych dziedzinach marketingu, badań rynku i nowych mediach. MEDIACAP SA stawia nie tylko na doświadczenie, ale także na kreatywność, wierząc że dając równe szanse pracownikom, wpływa na pozytywny rozwój całej spółki.

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

Zasoby Ludzkie

W 2019 roku w Grupie MEDIACAP zatrudnionych było średnio 128 osób.

	Skonsolidowane	
	01.01.2019- 31.12.2019	01.01.2018- 31.12.2018
Średnia liczba zatrudnionych w przeliczeniu na pełne etaty	128	107
Płeć		
- kobiety	69%	69%
- mężczyźni	31%	31%
wykształcenie		
- średnie	13%	11%
- wyższe	87%	89%

Opis polityki wynagrodzeń Spółki

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

- Powiązanie łącznego budżetu na wynagrodzenia z wynikami sprzedaży i zyskami spółek grupy;
- Motywowanie pracowników do realizowania celów finansowych podmiotów w ramach których pracują;
- Przyciąganie i retencja kapitału ludzkiego dzięki atrakcyjnym warunkom wobec średnich rynkowych;
- Dopasowanie szczegółowej polityki wynagrodzeń do profilu działalności konkretnych spółki czy wydziałów.

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

- W segmencie reklama przyjęty jest model wynagradzania bazujący na stałym wynagrodzeniu uzupełnionym o premie uzależnione od osiągniętych wyników przyznawane kluczowym pracownikom. Warunki przyznania premii są ustalane co roku w oparciu zatwierdzony budżet przez zarząd MEDIACAP SA.
- W segmencie Data dla wielu stanowisk istotną część wynagrodzenia jest zmienna, uzależniona od realizowanej sprzedaży przez poszczególnych członków zespołu. W tym wypadku premie także są uzależnione od osiągniętych wyników, a ich łączna wartość szacowana jest z góry w ramach rocznego budżetu zatwierzonego przez zarząd MEDIACAP SA.
- W większości spółek zależnych członkowie zarządu są również udziałowcami prowadzonych przez siebie podmiotów - co przyczynia się do ich lojalności i skupieniu na długofalowym wzroście wartości. Celem spółki jest aby wszyscy członkowie zarządu docelowo byli bezpośrednio powiązani kapitałowo z prowadzonymi przez siebie podmiotami lub posiadali modele premiowe tworzące takie powiązanie.

W roku 2019 nie nastąpiła zmiana w polityce wynagradzania, ale celem Grupy jest dalsze uelastycznianie systemów wynagradzania. W 2020 wobec Covid 19 należy spodziewać się istotnych perturbacji w całej relacji na linii pracodawca-pracownik – stąd trudno jest w tej chwili opisać precyzyjnie jakiegokolwiek założenia oprócz chęci maksymalnego uelastycznienia naszych struktur i kosztów.

h) Społeczna odpowiedzialność biznesu

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

Międzynarodowy Dzień Godności: światową inicjatywę na rzecz uczenia dzieci poszanowania godności człowieka pod patronatem JW Księcia Haakona, następcy tronu Królestwa Norwegii. Dzięki naszej pomocy już kilka tysięcy uczniów w Polsce uczestniczyło w tzw. Lekcjach Godności. Projekt ten prowadzony jest przez dedykowaną osobę w ramach Grupy, dzięki czemu udało nam się w 2019 dotrzeć do blisko 5 tysięcy młodych ludzi z przekazem o tolerancji i szacunku do siebie samego i drugiego człowieka. Działania te objęte były patronatem Rzecznika Praw Obywatelskich. Więcej informacji dostępnych jest na www.dziengodnosi.pl

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

Covid 19 nie zmniejszy naszej woli włączania się w inicjatywy pro publico bono, na miarę naszych możliwości.

i) Nagrody

EMLAB

Nominacja w plebiscycie MP Power 12, w kategorii Meeting Planner – Agencja eventowa dla Doroty Wojtczak, Head of B2B w Emlab.

Gameset

Złoto na MIXX Awards 2019 w kategorii "Games&Esport" we współpracy z z Lagardère Sports oraz PKO Ekstraklasa za projekt Ekstraklasa Games. Jest to pierwsze złoto w historii tej kategorii.

Nominacja w konkursie Golden Arrow za projekt realizowany dla Pepsi. Wyróżnienie w kategorii Experiential marketing - event marketing czyli całokształt obecności marki na tegorocznym Intel Extreme Masters w Katowicach.

Srebrne Euro Effie w kategorii "Best of the best - positive change" za kampanię "Do ostatniego drzewa" zrealizowaną dla Greenpeace Polska.

Grupa SF

Wyróżnienie w raporcie „Agencje Reklamowe i Domy Mediowe 2019”, przeprowadzonym przez redakcję Media & Marketing Polska, Grupa S/F za „Wzorową Integrację”.

LTTM Sp. z o.o.

Effie Euro Best: jako współgłaszający w Effie Europe 2019 w kategorii Best of the best – Positive Change, za kampanię "Do ostatniego drzewa" dla Greenpeace'u.

Scholz & Friends Warszawa Sp. z o.o.

Nominacja Effie Poland w kategorii „Long term marketing excellence” za kampanię „Sześć i reszta” zrealizowaną dla pracuj.pl.

The Digitals Sp. z o.o.

Złote Effie Poland w kategorii „napoje alkoholowe” za kampanię „odkrywaj więcej” zrealizowaną dla Amundsen Wódka.

Srebrne Effie Poland w kategorii „napoje alkoholowe” za kampanię „Warka Biało-Czerwona” zrealizowaną dla Amundsen Wódka.

j) Główni konkurenci Grupy MEDIACAP

Znaczące uzależnienie od kapitału ludzkiego i stosunkowo niska kapitałochłonność wobec powolnie rosnącego sprawiają, że utrzymuje się silna konkurencja rynkowa. Na rynku ścierają się dodatkowo dwa przeciwne trendy: większe firmy poszukują korzyści skali poprzez 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 („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.

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.

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 („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, Digitree Group 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.
Digitree Group SA	Notowana na GPW. Przedmiotem działalności Spółki jest tworzenie i rozwijanie rozwiązań IT w obszarze komunikacji i marketingu. e-mail marketingu, wsparcia sprzedaży i komunikacji.
Internet Media Services SA	Notowana na GPW spółka świadcząca usługi z zakresu marketing sensorycznego czyli takiego które w miejscach sprzedaży oddziałuje na zmysły: węch, wzrok i słuch. Choć spółka działa w segmencie pokrewnym do MEDIACAP to charakter świadczonych przez nie usługi (skierowana do działów sprzedaży bardziej niż marketingu) sprawia, że nie jest istotnym konkurentem MEDIACAP pomimo istotnych przychodów i zysków.

Przewagi konkurencyjne Grupy

Grupa MEDIACAP charakteryzuje się trzema kluczowymi przewagami:

Przewaga w zakresie działalności organicznej

Kluczowym wyróżnikiem MEDIACAP jest to, że posiada bazę kosztową i elastyczność działania porównywalną do lokalnych konkurentów, a zarazem w przeciwieństwie do nich, dzięki statusowi spółki publicznej i posiadaniu ugruntowanych marek z rynku marketingowego jest dla kluczowych klientów polskiego rynku marketingowego równie wiarygodnym partnerem jak holdingi. Podobnie jak w usługach prawniczych, na rynku marketingowym wiarygodność jest kluczowym czynnikiem pozyskiwania klientów i barierą wejścia, natomiast elastyczność jest niezbędna do ich rentownej i trwałej obsługi. Należy też podkreślić, iż w segmencie Influencer Marketing grupa jest największym dostawcą w kraju i regionie CEE - z szacowanym udziałem w rynku na poziomie ok. 62%.

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.

W oczywisty sposób Covid 19 utrudni nam pozyskiwanie kapitału na ewentualne M&A w krótkim okresie, równocześnie jednak może stworzyć okazję do przejść na atrakcyjnych warunkach. Per saldo wierzymy, że na przełomie 2020/2021 będziemy w stanie wrócić do działań w zakresie M&A w obszarze influencer marketing i gaming marketing co zaowocuje możliwością transakcji w 2021 lub 2022 roku.

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 przejść. Wierzymy, że nasz prosty model zarządzania da nam przewagę również w okresie Covid 19.

14. Istotne wydarzenia

a) Wydarzenia wpływające na działalność w 2019

18 marzec 2019 - Transakcja przejścia większościowego pakietu udziałów w spółce Lifetube sp. z o.o. (d. LT Group sp. z o.o.) przez LTTM Sp. z o.o. (d. TalentMedia Sp. z o.o.)

18 marca 2019 r. spółka LTTM sp. z o.o. na podstawie umowy sprzedaży udziałów, zakupiła od NGU Funduszu Inwestycyjnego Zamkniętego z siedzibą w Warszawie 1.660 udziałów spółki Lifetube Sp. z o.o. (o wartości nominalnej 50 zł każdy udział, stanowiących 79,05% udziałów w kapitale zakładowym Lifetube Sp. z o.o. za cenę 9.235.000 zł. Zgodnie z porozumieniem podpisanym w dniu 4 lipca 2019 r, cena ta została skorygowana do 9.000.000 zł.

Zgodnie z zawartą umową sprzedaży udziałów zapłata ceny została rozłożona na dwie transze, a własność Udziałów przeszła na LTTM sp. z o.o. w dniu zapłaty pierwszej transzy w wysokości 500.000 zł, tj. w dniu 20.03.2019 r. Zapłata pozostałej części ceny nastąpiła w dniu 18.07.2019 r.

27 czerwiec 2019- zwiększenie udziału MEDIACAP SA w kapitale zakładowym LTTM Sp. z o.o. do 59,04%

W dniu 27 czerwca 2019 r. spółka MEDIACAP SA podpisała aneks do umowy inwestycyjnej z dnia 7 marca 2017 r. zawartej pomiędzy Emitentem, spółką zależną LTTM sp. z o.o., a także współnikami LTTM sp. z o.o. W aneksie Strony postanowiły m.in. o podwyższeniu kapitału zakładowego LTTM sp. o.o. o kwotę 30.650 zł, poprzez utworzenie 613 nowych udziałów, z których Emitent objął 576 udziałów o łącznej wartości nominalnej 28.800 zł, za łączną kwotę w wysokości 2.290.239,36 zł. Po rejestracji zmian w umowie Spółki kapitał zakładowy wynosił 165.650 zł i dzielił się na 3.313 udziałów, wobec 2.700 udziałów przed podniesieniem kapitału. Transakcja spowodowała, że Emitent posiadał wówczas 59,04% udziałów w kapitale zakładowym Spółki, wobec 51,11% udziałów przed podniesieniem kapitału.

7 październik 2019- przejście 100% udziałów Gamellon sp.z o. przez LTTM sp. z o.o., zwiększenie udziału MEDIACAP SA w kapitale zakładowym TalentMedia do 61,44%

W dniu 7 października 2019 r. spółka LTTM sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie zawarła ze współnikami spółki Gamellon sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie umowę inwestycyjną dotyczącą

nabycia 100% udziałów Gamellon sp. z o.o. W ramach transakcji LTTM sp. z o.o. nabyła 225 udziałów Gamellon sp. z o.o., które stanowią 100% kapitału zakładowego Spółki za łączną cenę 3.000.000 zł. Zapłata ceny została rozłożona na trzy raty, a własność Udziałów przeszła na LTTM sp. z o.o. w dniu zapłaty pierwszej transzy w wysokości 1.000.000 zł co nastąpiło w dniu 31.10.2019 r. Zapłata drugiej raty w wysokości 500.000 zł nastąpi do 1 lipca 2020 r. a trzeciej raty do 30 lipca 2021 r. Wysokość trzeciej raty jest uzależniona od realizacji określonych KPI dotyczących przychodów oraz inventory.

W dniu 7 października powołano nową spółkę Mellon Media sp. z o.o., w której LTTM sp. z o.o. objęła 52% udziałów w kapitale zakładowym, a dotychczasowi wspólnicy Gamellon sp. z o.o., resztę udziałów w kapitale zakładowym.

Tego samego dnia Zgromadzenie Wspólników LTTM sp. z o.o. zdecydowało o podwyższeniu kapitału zakładowego LTTM sp. z o.o. o kwotę 10.300 zł, poprzez utworzenie 206 nowych udziałów, o łącznej wartości nominalnej 10.300 zł, które zostały objęte przez Emitenta za łączną kwotę w wysokości 1.000.000,22 zł (4.854 zł/udział). Od dnia rejestracji zmian w umowie spółki LTTM sp. z o.o., tj. od 29.11.2019 r. kapitał zakładowy wynosi 175.950 zł i dzielił się na 3.519 udziałów, wobec 3.313 udziałów przed podniesieniem kapitału. Emitent posiadał wówczas 61,44% udziałów w kapitale zakładowym LTTM sp. z o. o. , wobec 59,04% udziałów przed podniesieniem kapitału.

5 listopad 2019- zwiększenie udziału MEDIACAP SA w kapitale zakładowym LTTM sp. z o.o. do 77,21%

W dniu 5 listopada 2019 r. Emitent nabył 555 udziałów w spółce zależnej LTTM sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie od dotychczasowych wspólników na podstawie 4 umów sprzedaży udziałów wg których łączna cena wyniosła 3.274.870,35 zł (trzy miliony dwieście siedemdziesiąt cztery tysiące osiemset siedemdziesiąt złotych 35/100). Nabycie udziałów zostało sfinansowane ze środków własnych Emitenta oraz kredytu bankowego. Łączna Ceny sprzedaży zostanie zapłacona maksymalnie do dnia 30 czerwca 2020 r.

Własność nabywanych udziałów przeszła na Emitenta z chwilą podpisania umów sprzedaży, z wyjątkiem 30 udziałów nabytych od Pana Maksymiliana Makowskiego, które przeszły z chwilą zapłaty całej ceny za zakupione od niego udziały co nastąpiło w dniu 18.12.2019 r.

Po uwzględnieniu podwyższenia kapitału zakładowego LTTM sp. z o.o. z 7 października 2019 r. Emitent posiada obecnie w LTTM sp. z o.o. 2717 udziałów, stanowiących 77,21% udziałów w jej kapitale zakładowym, wobec 61,44% przed transakcją.

b) Wydarzenia wpływające na działalność po 31.12.2019

11 marca 2020 Światowa Organizacja Zdrowia ogłosiła pandemię Covid 19. Ograniczenia wynikające z rozprzestrzeniania się epidemii mają bezpośredni wpływ na działalność wykonywaną pod marką EMLAB w ramach MEDIACAP SA. Przewidywane są zatory płatnicze, a mniejsza ilość zleceń w pierwszym półroczu 2020 r. przełoży się na sytuację finansową oraz wyniki finansowe. Rozważane jest także ograniczenie nowych projektów inwestycyjnych w 2020 r.

W związku z powyższym zmianie uległa także ocena możliwości generowania korzyści ekonomicznych przynoszących przez niektóre spółki zależne. W konsekwencji Zarząd zdecydował się na dokonanie niepieniężnych odpisów aktualizujących związanych z następującymi aktywnościami: Inwestycje w jednostki zależne:

- odpis aktualizujący wartość firmy The Digitals sp. z o.o. w wysokości 4,6 mln zł,

- odpis aktualizujący wartość udziałów w Genzet sp. z o.o. w wysokości 0,6 mln zł, posiadanych przez spółkę zależną - The Digital sp. z o.o.

26 lutego 2020 r. Zarząd podjął decyzję o dokonaniu niepieniężnych odpisów aktualizujących związanych z inwestycją w Plastream sp. z o.o. tj: odpisu wartości firmy w wysokości 30 tys. oraz aktywów netto w wysokości 2 259 tys.

Decyzja odnośnie utworzenia odpisu została podjęta z uwagi na słabsze niż zakładane tempo rozwoju spółki Plastream sp. z o.o. i co za tym idzie duże prawdopodobieństwo, że nie przyniesie w przyszłości przewidywanych korzyści ekonomicznych. Przedłużający się proces komercjalizacji projektów oraz wysoki poziom koniecznych nakładów operacyjnych i inwestycyjnych wynikający z zaawansowania technologicznego projektu stanowił duże obciążenie finansowe i negatywnie wpływał na wynik netto Grupy MEDIACAP.

W dniu 31 marca 2020 r. odbyło się Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki, na którym podjęto m.in. uchwały w sprawie:

- podwyższenia kapitału zakładowego Spółki do kwoty 940.976,95 zł w drodze emisji 400.171 nowych akcji na okaziciela serii E, które zostaną objęte w drodze subskrypcji prywatnej, na podstawie oferty ich objęcia złożonej Panu Marcinowi Jeziorskiemu, Wiceprezesowi Zarządu Spółki. Akcje zostaną objęte w zamian za wkład niepieniężny w postaci 90 udziałów spółki LTTM sp.z o.o. oraz 6 udziałów spółki Gameset sp. z o.o.

- w sprawie przyjęcia programu motywacyjnego na lata 2021-2022 dla Wiceprezesa Zarządu p. Marcina Jeziorskiego, emisji warrantów subskrypcyjnych z wyłączeniem prawa poboru, warunkowego podwyższenia kapitału zakładowego Spółki w drodze emisji nowych akcji z wyłączeniem prawa poboru oraz zmiany statutu Spółki, w wyniku której Panu Marcinowi Jeziorskiemu będzie przysługiwało prawo do objęcia dodatkowych 1.110.562 akcji Spółki, w przypadku spełnienia warunków wskazanych w uchwale Walnego Zgromadzenia.

15. Opis podstawowych zagrożeń i ryzyk

CZYNNIKI ZWIĄZANE Z DZIAŁALNOŚCIĄ GRUPY KAPITAŁOWEJ MEDIACAP

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

1.1. Ryzyko związane z niepowodzeniem strategii

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

Ryzyko związane z pozyskiwaniem kontraktów

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

Ryzyko związane z oferowaniem i świadczeniem nowych typów usług

Rozpoczęcie oferowania i świadczenia nowych typów usług, nawet jeśli ich specyfika jest zbliżona do specyfiki usług aktualnie świadczonych przez Grupę Kapitałową, wiąże się z ryzykiem, iż obecne doświadczenie Grupy Kapitałowej okaże się niewystarczające dla należytego wykonywania usług w nowych obszarach działalności. Ewentualne problemy z należyтым 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 postępowaniem 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 wpływając 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 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.

1.10. 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.

1.11. 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 rozwiązaniami 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.

1.12. 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.

1.13. 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.

1.14. 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.

1.15. 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.

1.16. 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.

1.17. 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.

1.18. Ryzyko reputacyjne

Rozwój działalności Grupy w znacznym stopniu zależy od reputacji. Reputacja Grupy jak i poszczególnych spółek wchodzących w jej skład zależy w dużej mierze od zdolności do oferowania wysokiej jakości wyspecjalizowanych usług spełniających oczekiwania klientów.

Jednak nastawienie klientów, potencjalnych klientów, czy opinii publicznej może wynikać nie tylko z rzeczywistego sposobu prowadzenia działalności przez Grupę, ale również z praktyk całej branży reklamy i usług marketingowych, jak też ze sposobu, w jaki są one postrzegane. Negatywne nastawienie klientów, potencjalnych klientów, czy opinii publicznej w postaci różnego rodzaju zarzutów, negatywnych relacji prasowych lub generalnie negatywnych opinii w mediach może mieć ujemny wpływ na zdolność utrzymania dotychczasowych lub pozyskiwania nowych klientów przez Grupę. MEDIACAP nie może zagwarantować, że uda mu się skutecznie uniknąć negatywnych konsekwencji dla działalności wynikających z ryzyka związanego z reputacją, co może mieć istotny negatywny wpływ na perspektywy rozwoju, osiągnięte wyniki i sytuację finansową Grupy.

1.19. 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.

1.20. Ryzyko związane z pandemią wirusa SARS-CoV-2 wywołującego chorobę COVID-19

W dniu 11 marca 2020 r. Światowa Organizacja Zdrowia (WHO) ogłosiła pandemię koronawirusa Covid 19. Aktualna sytuacja wpływa na dostępność personelu, możliwość wykonywania usług oraz sytuację klientów spółek Grupy MEDIACAP. Jak informowała Spółka w raporcie bieżącym nr 5/2020 z dnia 12 marca 2020 r. Zarząd przewiduje możliwość zatorów płatniczych oraz mniejszą ilość zleceń w pierwszym półroczu 2020 r., co tym samym może przełożyć się na ryzyko istotnie niższych przychodów Emitenta w H1 2020 r., a w konsekwencji także na sytuację finansową i wyniki finansowe zarówno Emitenta, jak i Grupy MEDIACAP SA.

Obecnie Zarząd widzi następujące ryzyka dotyczące prowadzonej działalności:

1. Przychody

Działalność wykonywana pod marką handlową EMLAB, w związku z ograniczeniami nałożonymi przez państwo, została dotknięta w bezpośredni sposób uniemożliwiając świadczenie usług w zakresie wykonywania klasycznych eventów. Zostały podjęte działania zmierzające do stworzenia usług i produktów, które będą odpowiadać obecnej sytuacji rynkowej i co za tym idzie odpowiadać na potrzeby klientów.

Znaczny spadek przychodów został zanotowany także w segmencie data w związku z brakiem możliwości wykonywania badań, które wymagają fizycznej obecności w przestrzeni publicznej (np. sklepy) czy też wielu osób w jednej sali (badania fokusowe).

W pozostałych segmentach prowadzonej działalności także nastąpił spadek przychodów, jednakże w zdecydowanie mniejszej skali – należy jednak podkreślić, że wydatki na reklamę są szczególnie wrażliwe na ogólną koniunkturę gospodarczą i wobec tego spodziewamy się, iż polski rynek reklamowy spadnie w tym roku o co najmniej 20% - co oznacza, że z dużym prawdopodobieństwem przychody Grupy Kapitałowej będą w tym roku mniejsze niż rok temu, przynajmniej w ujęciu pro-forma. Najgorszym kwartałem w tym kontekście będzie zapewne Q2, pamiętając m.in. o tym, że od 13 marca 2020 wszystkie nasze spółki pracują w modelu pracy zdalnej, podobnie jak ogromna większość naszych klientów.

W przypadku przedłużających się restrykcji dot. prowadzenia działalności gospodarczej przewidujemy: m.in. ograniczenia wydatków marketingowych a w konsekwencji:

- a) likwidację niektórych aktywności marketingowych
- b) większą presję cenową
- c) mniejszą liczbę przetargów nowo biznesowych

2. cash flow

Sytuacja rynkowa może spowodować opóźnienia w płatnościach od naszych klientów, którzy w większości są dużymi firmami, ale których działalność także została dotknięta negatywnymi konsekwencjami pandemii. To zjawisko w powiązaniu z niższymi wynikami finansowymi które osiągniemy może spowodować zatory płatnicze. Dodatkowo niższe przychody oraz odpisy za rok 2019 spowodują niedotrzymanie kowenantów bankowych. Po rozmowach z obsługującymi nas bankami, Zarząd nie przewiduje jednak wypowiedzeń umów kredytowych.

3. Pracownicy

Ciągłość pracy spółek Grupy MEDIACAP zależy przede wszystkim od dostępności pracowników i ich stanu zdrowia. Na chwilę obecną działalność spółek opiera się w dominującym stopniu na pracy zdalnej pracowników i świadczenie usług występuje w sposób ciągły. Niewiadomą pozostaje termin, do którego będziemy w taki sposób pracować oraz model, do którego przejdziemy w późniejszej fazie. W obecnej chwili nie przewidujemy abyśmy mogli wrócić do normalnej organizacji pracy z biura przed końcem 2020 roku.

4. Dostawcy

Działalność spółek wchodzących w skład Grupy MEDIACAP oparta jest w dużej mierze na pracownikach oraz rozporoszonych dostawcach. Nie występuje koncentracja. Obecnie Zarząd nie widzi dużego ryzyka po stronie dostawców.

Zarząd na bieżąco monitoruje rozwój sytuacji związanej z utrzymującymi się skutkami rozprzestrzeniania się koronawirusa Covid 19 i wpływ epidemii na działalność spółek w Grupie. Zostało podjętych szereg działań mających na celu zarówno utrzymanie przychodów jak i ograniczenie kosztów stałych.

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

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

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

2.1. Czynniki makroekonomiczne i polityka państwa

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

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

2.2. Czynniki dotyczące bezpośrednio rynku marketingowego

Państwo może mieć wpływ na działalność Grupy poprzez:

- Nałożenie lub ograniczenie częściowych lub całościowych zakazów reklamy dotyczących niektórych klientów, branż lub form promocji (np. zmiany w obowiązującym prawie dotyczącym reklamy produktów farmaceutycznych i suplementów diety). W latach ubiegłych MEDIACAP nie odczuł negatywnych skutków takich ograniczeń (np. zakazu reklamy aptek) z racji braku klientów dotkniętych zmianami, ale nie należy wykluczać możliwości wystąpienia takich ryzyk w przyszłości;

- Wprowadzenie podatku od zakupu czasu antenowego i/lub innych form reklamy (na wzór praktyk i planów rządów Austrii czy Węgier). W chwili obecnej Spółka nie ma wiedzy na temat planów regulatora w tym zakresie w Polsce;
- Zmiana systemu finansowania TVP SA w taki sposób, że ograniczony zostanie udział TVP SA w rynku reklamowym;
- Inne nakazy i zakazy dotyczące form reklamy dotyczących reklamodawców i reklamobiorców – np. dyskutowane obecnie wprowadzenie nowych ograniczeń w zakresie reklamy w szkołach. Z uwagi na brak możliwości przewidzenia przez Zarząd Spółki zmian w polityce gospodarczej i fiskalnej, Zarząd stara się na bieżąco reagować na zmiany w otoczeniu zewnętrznym, tak aby zminimalizować wpływ tych zmian na pozycję i wyniki finansowe Spółki.

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

Można zaobserwować następujące główne tendencje:

W segmencie Marketing:

- ma miejsce zwiększona aktywność przetargowa klientów w porównaniu do poprzedniego okresu w związku z 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.

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

3.1. Ryzyko zawieszenia notowań papierów wartościowych na rynku regulowanym

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

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

3.2. Ryzyko wykluczenia akcji z obrotu na rynku regulowanym

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

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

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

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

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

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

3.3. Ryzyko związane z przyszłym kursem akcji oraz płynnością obrotu

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

Kurs akcji i płynność obrotu akcjami spółek notowanych na GPW zależy od zleceń kupna i sprzedaży składanych przez inwestorów giełdowych i zależy od koniunktury giełdowej. Cena rynkowa akcji może podlegać znacznym wahaniam w wyniku wpływu wielu czynników, na które Spółka nie będzie miała wpływu. Wśród takich czynników należy wymienić m.in. szacunki publikowane przez analityków giełdowych, zmiany koniunktury (w tym koniunktury branżowej), ogólną sytuację na rynku papierów wartościowych, prawo i politykę rządu oraz ogólne tendencje gospodarcze i rynkowe. Cena rynkowa akcji może również ulec zmianie w konsekwencji emisji przez Spółkę nowych akcji, zbycia akcji przez głównych akcjonariuszy Spółki, zmian płynności obrotu, obniżenia kapitału zakładowego, wykupu akcji własnych przez Spółkę i zmiany postrzegania Spółki przez inwestorów. Ponadto ze względu na strukturę akcjonariatu Spółki obrót wtórny akcjami Spółki może charakteryzować się ograniczoną płynnością. W związku z możliwością wystąpienia powyższych lub innych czynników nie można zagwarantować, że inwestor nabywający akcje będzie mógł je zbyć w dowolnym terminie i po satysfakcjonującej go cenie.

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

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

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

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

- oferta publiczna, subskrypcja lub sprzedaż papierów wartościowych, dokonywane na podstawie tej oferty, lub ich dopuszczenie lub wprowadzenie do obrotu na rynku regulowanym w znaczący sposób naruszałyby interesy inwestorów,

- istnieją przesłanki, które w świetle przepisów prawa mogą prowadzić do ustania bytu prawnego spółki,
- działalność spółki była lub jest prowadzona z rażącym naruszeniem przepisów prawa, które to naruszenie może mieć istotny wpływ na ocenę papierów wartościowych spółki lub też w świetle przepisów prawa może prowadzić do ustania bytu prawnego lub upadłości spółki, lub status prawny papierów wartościowych jest niezgodny z przepisami prawa, i w świetle tych przepisów istnieje ryzyko uznania tych papierów wartościowych za nieistniejące lub obciążone wadą prawną mającą istotny wpływ na ich ocenę.

Zgodnie z art. 17a Ustawy o Ofercie Publicznej, w przypadku uzasadnionego podejrzenia naruszenia przepisów rozdziału 1 lub rozdziału 2 tej ustawy lub przepisów rozporządzenia 2017/1129 w związku z:

- 1) ubieganiem się o dopuszczenie lub wprowadzenie papierów wartościowych do obrotu na rynku regulowanym na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej przez Spółkę,
 - 2) ofertą publiczną, subskrypcją lub sprzedażą, dokonywanymi na podstawie tej oferty na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej przez Spółkę
- KNF może zażądać od podmiotu prowadzącego system obrotu instrumentami finansowymi zawieszenia obrotu papierami wartościowymi Spółki na okres umożliwiający przedstawienie stanowiska co do takiego podejrzenia, nie dłuższy jednak niż 10 dni roboczych.

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

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

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

- przekracza określony próg ogólnej liczby głosów bez zachowania warunków, o których mowa w art. 73-74 tej ustawy;
- nie zachowuje warunków o których mowa w art. 76 lub 77 tej ustawy,
- nie ogłasza lub nie przeprowadza w terminie wezwania albo nie zbywa w terminie akcji w przypadkach o których mowa w art. 73 ust. 2 lub 3 oraz art. 74 ust. 2 lub 5, a także 90a ust. 1 tej ustawy;
- wbrew żądaniu, o którym mowa w art. 78 tej ustawy, w określonym w nim terminie, nie wprowadza niezbędnych zmian lub uzupełnień w treści wezwania albo nie przekazuje wyjaśnień dotyczących jego treści;
- nie dokonuje w terminie zapłaty różnicy w cenie akcji w przypadku określonym w art. 74 ust. 3 tej ustawy;
- w wezwaniu, o którym mowa w art. 11a ust. 9, art. 73-74 lub art. 91 ust. 5, proponuje cenę niższą niż określona na podstawie art. 79 tej ustawy, a w przypadku wezwania, o którym mowa w art. 91 ust. 5, dotyczącego akcji spółki publicznej, której akcje zostały wprowadzone wyłącznie do alternatywnego systemu obrotu, proponuje cenę niższą niż określona zgodnie z art. 91 ust. 6-8;
- bezpośrednio lub pośrednio nabywa lub obejmuje akcje z naruszeniem art. 77 ust. 4 pkt 1 lub 3 albo art. 88a;

- nabywa akcje własne z naruszeniem trybu, terminów i warunków określonych w art. 73-74, art. 79 lub art. 91 ust. 5 tej ustawy;
- dokonuje przymusowego wykupu niezgodnie z zasadami, o których mowa w art. 82 tej ustawy;
- nie czyni zadość żądaniu, o którym mowa w art. 83 tej ustawy;
- wbrew obowiązkowi określonymu w art. 86 ust. 1 tej ustawy nie udostępnia dokumentów rewidentowi do spraw szczególnych lub nie udziela mu wyjaśnień;
- nie wykonuje obowiązku, o którym mowa w art. 90a ust. 3 tej ustawy;
- dopuszcza się czynu określonego w pkt 1-11a tej ustawy działając w imieniu lub interesie osoby prawnej lub jednostki organizacyjnej nie posiadającej osobowości prawnej.

KNF może, w drodze decyzji, następującej po przeprowadzeniu rozprawy, nałożyć karę pieniężną do wysokości 10.000.000 złotych.

Na podstawie art. 97 ust. 1a Ustawy o ofercie publicznej na każdego, kto nie dokonuje w terminie zawiadomienia, o którym mowa w art. 69-69b tej ustawy, lub dokonuje takiego zawiadomienia z naruszeniem warunków określonych w tych przepisach, Komisja może nałożyć karę pieniężną:

- 1) w przypadku osób fizycznych - do wysokości 1 000 000 zł;
- 2) w przypadku innych podmiotów - do wysokości 5 000 000 zł albo kwoty stanowiącej równowartość 5% całkowitego rocznego przychodu wykazanego w ostatnim zbadanym sprawozdaniu finansowym za rok obrotowy, jeżeli przekracza ona 5 000 000 zł.

Zgodnie z art. 99 ust. 1 Ustawy o ofercie publicznej, kto dokonuje oferty publicznej papierów wartościowych bez wymaganego ustawą lub rozporządzeniem 2017/1129 zatwierdzenia Prospektu lub jego udostępnienia do publicznej wiadomości, albo zatwierdzenia memorandum informacyjnego lub udostępnienia takiego dokumentu do publicznej wiadomości lub osobom, do których skierowana jest oferta publiczna albo udostępnienia dokumentów, o których mowa w art. 37a ust. 1, art. 38, art. 38a lub art. 39 ust. 1 tej ustawy, do publicznej wiadomości lub osobom, do których skierowana jest oferta publiczna, podlega grzywnie do 10.000.000 złotych albo karze pozbawienia wolności do lat 2, albo obu tym karom łącznie. Tej samej karze podlega kto proponuje publicznie nabycie papierów wartościowych objętych memorandum informacyjnym dotyczącym oferty publicznej, przed upływem terminu do zgłoszenia przez KNF sprzeciwu dotyczącego zawiadomienia, albo mimo zgłoszenia takiego sprzeciwu. W przypadku mniejszej wagi czynu wymiar grzywny wynosi 2.500.000 złotych.

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

W sytuacji, gdy spółki publiczne nie dopełniają określonych obowiązków wymienionych w art. 18 ust. 1-6 Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) NR 596/2014 z dnia 16 kwietnia 2014 r. w sprawie nadużyć na rynku (rozporządzenie w sprawie nadużyć na rynku) oraz uchylające dyrektywę 2003/6/WE Parlamentu Europejskiego i Rady i dyrektywy Komisji 2003/124/WE, 2003/125/WE i 2004/72/WE KNF może nałożyć na podmiot, który nie dopełnił obowiązków, karę pieniężną do wysokości do wysokości 4 145 600 zł lub do kwoty stanowiącej równowartość 2% całkowitego rocznego przychodu wykazanego w ostatnim zbadanym sprawozdaniu finansowym za rok obrotowy, jeżeli przekracza ona 4 145 600 zł.

Ponadto, zgodnie z art. 20 Ustawy o obrocie instrumentami finansowymi, w przypadku, gdy obrót określonymi papierami wartościowymi jest dokonywany w okolicznościach wskazujących na możliwość zagrożenia prawidłowego funkcjonowania rynku regulowanego lub bezpieczeństwa obrotu na tym rynku, albo naruszenia interesów inwestorów, na żądanie KNF Giełda zawiesza

obróć tymi papierami lub instrumentami na okres nie dłuższy niż miesiąc. Na żądanie KNF Giełda wyklucza z obrotu wskazane przez KNF papiery wartościowe, w przypadku, gdy obrót nimi zagraża w sposób istotny prawidłowemu funkcjonowaniu rynku regulowanego lub bezpieczeństwu obrotu na tym rynku, albo powoduje naruszenie interesów inwestorów.

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

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

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

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

takie uprawnienie, co oznacza, że posiadacze Akcji muszą liczyć się z tym, że nie otrzymają żadnej rekompensaty w związku z brakiem możliwości zbycia lub wykonania prawa poboru.

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

Raporty dotyczące Spółki publikowane przez analityków giełdowych mają wpływ na kurs notowań i płynność Akcji. Jeżeli żaden analityk giełdowy nie uwzględni Spółki i nie opublikuje raportu na jego temat, kurs notowań i płynność Akcji może ulec znaczącemu obniżeniu. Ponadto jeżeli jeden lub większa liczba analityków giełdowych przestanie uwzględniać Spółkę lub regularnie publikować raporty dotyczące Spółki, może spaść zainteresowanie Spółką na rynku kapitałowym, co z kolei może powodować spadek kursu notowań i płynności Akcji. Jeżeli jeden lub większa liczba analityków giełdowych zmieni swoje rekomendacje na negatywne, kurs notowań Akcji może ulec znaczącemu spadkowi.

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

16. Pozostałe informacje wymagane rozporządzeniem w sprawie informacji bieżących i okresowych z dnia 29 marca 2018 r. przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim

16.1. Ocena zarządzania zasobami finansowymi

Zasady zarządzania ryzykiem finansowym zostały opisane w notcie 33 Rocznej Jednostkowego Sprawozdania Finansowego MEDIACAP S.A. za 2019 rok.

16.2. Ocena możliwości realizacji zamierzeń inwestycyjnych

Ocena możliwości inwestycji w tym inwestycji kapitałowych została określona w niniejszym dokumencie w sekcji dot. strategii rozwoju

16.3. Ocena czynników i nietypowych zdarzeń mających wpływ na wynik działalności za rok obrotowy 2019

W 2019 roku nie wystąpiły czynniki ani zdarzenia nietypowe z punktu widzenia sepcyfiki działalności gospodarczej Spółek mające wpływ na wynik finansowy.

16.4. Charakterystyka zewnętrznych i wewnętrznych czynników istotnych dla rozwoju przedsiębiorstwa emitenta

Czynniki zewnętrzne i wewnętrzne istotne dla rozwoju Spółki zostały opisane głównie w części raportu dotyczącego strategii rozwoju, ryzyk dotyczących Emitenta oraz także w opisie konkurencji.,

16.5. Umowy zawarte z osobami zarządzającymi, przewidujące rekompensatę w przypadku ich rezygnacji lub zwolnienia z zajmowanego stanowiska bez ważnej przyczyny lub gdy ich odwołanie lub zwolnienie następuje z powodu połączenia emitenta przez przejęcie

Spółka nie zawierała z osobami zarządzającymi umów przewidujących rekompensatę w przypadku ich rezygnacji lub zwolnienia z zajmowanego stanowiska bez ważnej przyczyny lub gdy ich odwołanie jest lub zwolnienie następuje z powodu połączenia Spółki przez przejęcie.

16.6. Wartości wynagrodzeń

Wartość wynagrodzeń, nagród lub korzyści, w tym wynikających z programów motywacyjnych lub premiowych opartych na kapitale emitenta, w szczególności opartych na obligacjach z prawem pierwszeństwa, zamiennych, warrantach subskrypcyjnych, w pieniądzu, naturze lub jakiegokolwiek innej formie, wypłaconych, należnych lub potencjalnie należnych, odrębnie dla każdej z osób zarządzających, nadzorujących albo członków organów administrujących emitenta w przedsiębiorstwie emitenta, bez względu na to, czy odpowiednio były one zaliczane w koszty, czy wynikały z podziału zysku, a w przypadku gdy emitentem jest jednostka dominująca, znaczący inwestor, wspólnik jednostki współzależnej lub odpowiednio jednostka będąca stroną wspólnego ustalenia umownego w rozumieniu obowiązujących emitenta przepisów o rachunkowości. Oddzielnie informacje o wartości wynagrodzeń i nagród otrzymanych z tytułu pełnienia funkcji we władzach jednostek podporządkowanych zamieszczona jest w Skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym Grupy MEDIACAP SA za rok 2019 w Nocie 36, jak również w Jednostkowym sprawozdaniu finansowym MEDIACAP SA za rok 2019 w Nocie 33.

16.7. Informacje o wszelkich zobowiązaniach wynikających z emerytur i świadczeń o podobnym charakterze dla byłych osób zarządzających, nadzorujących albo byłych członków organów administrujących oraz o zobowiązaniach zaciągniętych w związku z tymi emeryturami

Na 31.12.2019 r. Spółka nie posiadała zobowiązań wynikających z emerytur i świadczeń o podobnym charakterze dla byłych członków organów zarządzających, nadzorujących i organów administrujących oraz zobowiązań związanych z tymi emeryturami.

16.8. Określenie łącznej liczby i wartości nominalnej wszystkich akcji (udziałów) emitenta oraz akcji i udziałów odpowiednio w podmiotach powiązanych emitenta, będących w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących emitenta

Na dzień sporządzenia niniejszego raportu Wiceprezes Zarządu Pan Marcin Jeziorski posiada 90 udziałów w kapitale zakładowym LTTM sp. z o.o., które stanowią 2,56% udziałów w kapitale zakładowym spółki LTTM Sp. z o.o. oraz 6 udziałów w kapitale zakładowym Gameset sp. z o.o., które stanowią 2,78% udziałów w kapitale zakładowym spółki Gameset Sp. z o.o.

16.9. Informacje o znanych emitentowi umowach, w tym zawartych po dniu bilansowym, w wyniku których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy i obligatariuszy

Na dzień 31.12.2019 r. oraz po dniu bilansowym do dnia sporządzenia sprawozdania, poza informacjami ujawnionymi w raportach bieżących, Spółka nie miała informacji o zawartych umowach, w wyniku których w przyszłości mogą nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy Spółki.

16.10. Informacje o systemie kontroli programów akcji pracowniczych.

W Spółce programy akcji pracowniczych nie występują, poza programem motywacyjnym ustanowionym dla Wiceprezesa Zarządu, Pana Marcina Jeziorskiego, na podstawie uchwały nr 6 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 31 marca 2020 r.

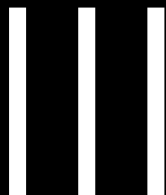
Podpisy Członków Zarządu Jednostki Dominującej

Warszawa, 4 maj 2020

Jacek Olechowski – Prezes Zarządu

Edyta Gurazdowska – Wiceprezes Zarządu

Marcin Jeziorski – Wiceprezes Zarządu



DANE KONTAKTOWE

MEDIACAP SA

Jacek Olechowski
Prezes Zarządu

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

www.mediacap.pl

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.scholz-and-friends.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

LTMM SP. Z O.O.

Krystian Botko
Prezes Zarządu

Tel. 502 058 824
krystian.botko@lttm.pl

www.lttm.pl

THE DIGITALS SP. Z O.O.

Piotr Hassine
Członek Zarządu

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

www.thedigitals.pl

BOOOST SP. Z O.O.

Piotr Hassine
Członek Zarządu

T +48 22 879 69 00
office@booost.pl

www.booost.pl

GAMESET SP. Z O.O.

Piotr Bombol
Prezes Zarządu

T +48 22 463 99 70
piotr.bombol@gameset.co

www.gameset.co

LIFETUBE SP. Z O.O.

Paweł Stano
Prezes Zarządu

Tel. 500 240 318
pawel.stano@lftm.pl

www.lifetube.pl