

RAPORT PIERWSZY KWARTAŁ 2019

MEDIACAP
SA

SPIS TREŚCI:

I.	LIST OD ZARZĄDU	3
II.	WYBRANE DANE FINANSOWE	6
III.	SKRÓCONE SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE FINANSOWE GRUPY KAPITAŁOWEJ MEDIACAP SPORZĄDZONE NA DZIEŃ 31 MARCA 2019	10
IV.	INFORMACJA DODATKOWA DO SKRÓCONEGO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO SPORZĄDZONEGO NA DZIEŃ 31 MARCA 2019	17
V.	KWARTALNE SKRÓCONE SPRAWOZDANIE FINANSOWE MEDIACAP SA	36
VI.	INFORMACJA DODATKOWA DO KWARTALNEGO SKRÓCONEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO	42
VII.	SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI GRUPY MEDIACAP W I KWARTALE 2019 ROKU	49
VIII.	ZARZADZANIE RYZYKIEM W GRUPIE– OPIS PODSTAWOWYCH ZAGROŻEŃ I RYZYK	63
IX.	DANE KONTAKTOWE	74



LIST OD ZARZĄDU



Szanowni Państwo,

W pierwszym kwartale wypracowaliśmy 19,20 mln zł przychodów, co oznacza wzrost o 17% w stosunku do Q1 2018. Skonsolidowana EBITDA wypracowana w tym okresie wyniosła -0,14 mln złotych (wobec -0,13 w Q1 2018), a bez uwzględnienia efektu MSSF 16 wyniosłaby -0,72 mln PLN. Wynik ten nie odzwierciedla jednak bardzo dobrej kondycji biznesu, a jedynie pokazuje nierównomierne rozłożenie rozliczenia projektów w ciągu roku obrotowego.

W marcu zamknęliśmy transakcję, która zasadniczo wpłynęła na charakter Grupy – przejęliśmy większościowy pakiet udziałów pierwszej i największej w Polsce firmy influencer marketingu LT Group Sp. z o.o. (LifeTube). Staliśmy się liderem polskiego rynku influencer marketingu i liczącym się graczem w Europie. Co miesiąc nasze kanały generują prawie miliard obejrzeń i cztery miliardy minut watchtime. Do wspólnej siedziby dołączyło blisko pięćdziesięciu pracowników LifeTube. Integracja operacyjna LifeTube i TalentMedia już trwa i choć na poziomie zysku będziemy musieli poczekać na jej wyraźny efekt do drugiej połowy roku, to już w kolejnym kwartale widoczny będzie skokowy wzrost przychodów. Ze względu na nabycie w drugiej połowie marca br. przez spółkę TalentMedia udziałów w LT Group Sp. z o.o., wyniki tej ostatniej będą konsolidowane już od Q2. LTTM (LifeTube – TalentMedia) to obecnie największy podmiot w naszej Grupie.

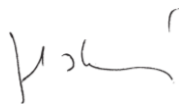
Grupa S/F zanotowała w Q1 około 16% wzrost przychodów, dzięki realizacji kolejnych kampanii dla wiodących klientów, między innymi Plus, Plush czy Aldi. Niższa EBITDA (-0,02 mln PLN) nie odzwierciedla doskonałej kondycji tego biznesu. W skali całego roku spodziewamy się dwucyfrowego wzrostu biznesu i zysków. Przejściowo, do straty przyczyniła się działalność Booost, w której jednak jesteśmy już bardzo blisko przejścia do pozytywnej rentowności.

Przychody w segmencie badań utrzymały się na poziomie zbliżonym do zeszłorocznego (4,5 mln), ale EBITDA znacznie wzrosła (0,17 mln vs -0,58 mln w Q1 2018). Poprawa wyniku to efekt m.in. większej sprzedaży bardziej marżowych produktów Opinie.pl względem mniej rentownych rozwiązań konsultingowych. Nowe technologie ważą w tym obszarze coraz więcej, a do technologicznej oferty Opinie.pl dołączył Netdive - zaawansowane narzędzie do analizy treści w internecie. Użycie sieci neuronowych, BIG DATA i machine learning przez naszych analityków stwarza nowe możliwości połączenia danych z ekspertyzą specjalistów od interpretacji wyników badań.

Plastream jest coraz bliżej wprowadzenia automatycznej kasy w sieci Żabka. Stała umowa jeszcze przed nami, ale współpraca z siecią przekłada się już na pozytywny wynik EBITDA, a pierwsze urządzenie ma stanąć w sieci jeszcze w tym roku. To bezpośrednio przełoży się na wzrost wartości Plastream.

Postępy robimy również w Gameset – agencji marketingu gamingowego, w którą zainwestowaliśmy na przełomie roku. Udało nam się m.in. podpisać list intencyjny z dwoma podmiotami zagranicznymi pod kątem utworzenia międzynarodowej sieci. Obecnie negocjujemy term-sheet pierwszych przejęć, których chcielibyśmy dokonać jeszcze w 2019. MEDIACAP SA posiada od kwietnia 28,57 % udziałów w Gameset Sp. z o.o. więc konsoliduje jej wyniki metodą praw własności, w pozycji „Udział w wynikach jednostek stowarzyszonych”.

Z wyrazami szacunku,



Jacek Olechowski
Prezes Zarządu



Edyta Gurazdowska
Wiceprezes Zarządu



Marcin Jeziorski
Wiceprezes Zarządu



WYBRANE DANE FINANSOWE

Wybrane dane finansowe

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

	w tys. PLN		w tys. EUR	
	Okres 3 miesiące zakończony 31 marca 2019 (niebadane)	Okres 3 miesiące zakończony 31 marca 2018 (niebadane)	Okres 3 miesiące zakończony 31 marca 2019 (niebadane)	Okres 3 miesiące zakończony 31 marca 2018 (niebadane)
Przychody ze sprzedaży	19 200	16 466	4 462	3 941
Zysk (strata) na działalności operacyjnej	(1 350)	(839)	(314)	(201)
Zysk (strata) brutto	(1 518)	(886)	(353)	(212)
Zysk (strata) netto z działalności kontynuowanej	(1 252)	(701)	(291)	(168)
Zysk (strata) netto z działalności zaniechanej	-	-	-	-
Zysk (strata) netto	(1 252)	(701)	(291)	(168)
Zysk (strata) netto przypadający akcjonariuszom Jednostki Dominującej	(1 065)	(408)	(247)	(98)
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	5 782	1 700	1344	407
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(2 629)	(816)	(611)	(195)
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	195	917	45	219
Przepływy pieniężne netto, razem	3 348	1 801	778	431
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	(0,06)	(0,02)	(0,01)	(0,00)
	31.03.2019	31.12.2018	31.03.2019	31.12.2018
Aktywa obrotowe	27 410	33 544	6 372	7 801
Aktywa trwałe	42 713	25 108	9 930	5 839
Aktywa razem	70 123	58 652	16 303	13 640
Zobowiązania krótkoterminowe	32 983	27 303	7 668	6 350
Zobowiązania długoterminowe	10 212	3 304	2374	768
Kapitał własny przypadający akcjonariuszom Jednostki Dominującej	21 759	22 825	5 059	5 308
Udziały niekontrolujące	5 169	5 220	1 202	1 214
Liczba akcji	18 419 368	18 419 368	18 419 368	18 419 368

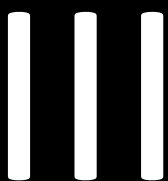
Wybrane dane finansowe

zawierające podstawowe pozycje kwartalnego skróconego jednostkowego sprawozdania finansowego
MEDIACAP SA (również przeliczone na euro)

	w tys. PLN		w tys. EUR	
	Okres 3 miesiące zakończony 31 marca 2019	Okres 3 miesiące zakończony 31 marca 2018	Okres 3 miesiące zakończony 31 marca 2019	Okres 3 miesiące zakończony 31 marca 2018
Przychody ze sprzedaży	2 379	3 104	553	743
Koszty działalności operacyjnej	3 185	3 230	740	773
Zysk (strata) na działalności operacyjnej	(765)	(68)	(178)	(16)
Zysk (strata) brutto	(796)	(77)	(185)	(18)
Zysk (strata) netto z działalności kontynuowanej	(705)	(45)	(164)	(11)
Zysk (strata) netto ogółem	(705)	(45)	(164)	(11)
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	808	(679)	188	(163)
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(2 313)	(1 314)	(537)	(314)
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	1 480	1 704	344	(408)
Przepływy pieniężne netto, razem	(25)	(289)	(6)	(69)
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)	(0,04)	0,00	(0,01)	0,00
	31.03.2019	31.12.2018	31.03.2019	31.12.2018
Aktywa trwałe	30 543	27 994	7 101	6 140
Aktywa obrotowe	8 898	8 173	2069	1 296
Aktywa razem	39 441	36 167	9 170	7 436
Zobowiązania długoterminowe	8 029	2 238	1867	445
Zobowiązania krótkoterminowe	8 834	10 647	2 054	1 763
Kapitał własny	22 577	23 282	5 249	5 227
Liczba akcji	18 419 368	18 419 368	18 419 368	18 419 368
Rozwodniona liczba akcji	18 419 368	18 419 368	18 419 368	18 419 368
Wartość księgowa na jedną akcję (w PLN/EUR)	1,23	1,26	0,28	0,29
Rozwodniona wartość księgowa na jedną akcję (w PLN/EUR)	1,23	1,26	0,28	0,29

ZASOBY LUDZKIE

	Jednostkowe		Skonsolidowane	
	01.01.2019 - 31.03.2019	01.01.2018 - 31.03.2018	01.01.2019 - 31.03.2019	01.01.2018 - 31.03.2018
Liczba zatrudnionych w przeliczeniu na pełne etaty	5,50	4,50	117,17	86,21
płeć:				
- kobiety	73%	67%	71%	68%
- mężczyźni	27%	33%	29%	32%
wykształcenie:				
- średnie	9%	33%	11%	33%
- wyższe	91%	67%	89%	67%



SKRÓCONE
SKONSOLIDOWANE
SPRAWOZDANIE
FINANSOWE
GRUPY KAPITAŁOWEJ
MEDIACAP SPORZĄDZONE
NA DZIEŃ 31 MARCA 2019

SKONSOLIDOWANY RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT

	Okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2019	Okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2018
DZIAŁALNOŚĆ KONTYNUOWANA		
Przychody ze sprzedaży i zrównane z nimi	19 200	16 466
Przychody netto ze sprzedaży produktów i usług	19 200	16 466
Koszty działalności operacyjnej	20 722	17 495
Amortyzacja	1 211	711
Zużycie materiałów i energii	450	658
Usługi obce	14 268	12 109
Podatki i opłaty	103	87
Wynagrodzenia	4 006	3 489
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	428	321
Pozostałe koszty rodzajowe	256	120
Zysk ze sprzedaży	(1 522)	(1 029)
Pozostałe przychody operacyjne	200	199
Pozostałe koszty operacyjne	28	9
Zysk na działalności operacyjnej	(1 350)	(839)
Przychody finansowe	12	8
Koszty finansowe	180	55
Zysk brutto	(1 518)	(886)
Udział w wynikach jednostek stowarzyszonych	(25)	-
Podatek dochodowy	291	185
Zysk netto z działalności kontynuowanej	(1 252)	(701)
Zysk netto ogółem	(1 252)	(701)
Przypadający:		
Akcjonariuszom podmiotu dominującego	(1 065)	(408)
Akcjonariuszom niekontrolującym	(187)	(291)
Średnia ważona liczba akcji zwykłych	18 419 368	18 275 230
Średnia ważona rozwodniona liczba akcji zwykłych	18 419 368	18 419 368
Działalność kontynuowana		
Zysk netto na jedną akcję zwykłą (w PLN) przypadający akcjonariuszom podmiotu dominującego		
- podstawowy/rozwodniony	(0,06)	(0,02)

SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z CAŁKOWITYCH DOCHODÓW

	Okres 3 miesiące zakończony 31 marca 2019	Okres 3 miesiące zakończony 31 marca 2018
Wynik netto	(1 252)	(701)
Inne całkowite dochody netto		-
Różnice kursowe z przeliczenia jednostki zależnej	(1)	-
Całkowite dochody netto	(1 253)	(701)
Całkowite dochody przypadające:		
Akcjonariuszom podmiotu dominującego	(1 066)	(408)
Akcjonariuszom niekontrolującym	(187)	(291)

SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z SYTUACJI FINANSOWEJ

AKTYWA	31.03.2019	31.12.2018
I. AKTYWA TRWAŁE	42 713	25 108
Rzeczowe aktywa trwałe	11 412	3 088
Wartości niematerialne	5 256	5 517
Wartość firmy	21 057	12 350
Inwestycje w spółce stowarzyszonej rozliczane zgodnie z metodą praw własności	1 775	1 800
Pozostałe aktywa finansowe długoterminowe	-	-
Należności długoterminowe	171	15
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	3 022	2 321
Pozostałe aktywa trwałe	20	17
II. AKTYWA OBROTOWE	27 410	33 544
Zapasy	15	1
Należności krótkoterminowe	19 926	30 920
Należności z tytułu dostaw i usług	16 910	29 745
Należności z tytułu podatku dochodowego	296	116
Pozostałe należności	2 720	1 059
Pozostałe aktywa finansowe	45	-
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	5 463	2 115
Pozostałe aktywa obrotowe	1 961	508
III. AKTYWA TRWAŁE ZAKWALIFIKOWANE JAKO PRZEZNACZONE DO SPRZEDAŻY	-	-
AKTYWA RAZEM	70 123	58 652

KAPITAŁ WŁASNY I ZOBOWIĄZANIA	31.03.2018	31.12.2018
I. KAPITAŁ WŁASNY RAZEM	26 928	28 045
1. Kapitał własny przypadający akcjonariuszom Jednostki Dominującej	21 759	22 825
Kapitał zakładowy	921	921
Kapitał zapasowy	8 212	8 212
Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej ceny nominalnej	14 822	14 822
Akcje własne	(103)	(103)
Kapitał rezerwowy	3 367	3 367
Zyski zatrzymane	(5 459)	(4 394)
- zysk (strata) z lat ubiegłych	(4 394)	(6 508)
- zysk (strata) netto	(1 065)	2 114
Różnice kursowe z przeliczenia jednostek zależnych	(1)	-
2. Udziały niekontrolujące	5 169	5 220
II. ZOBOWIĄZANIA DŁUGOTERMINOWE	10 212	3 304
1. Zobowiązania i rezerwy długoterminowe	8 173	1 959
Kredyty i pożyczki	1 108	1 267
Pozostałe zobowiązania finansowe	6 605	229
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	460	463
2. Rozliczenia międzyokresowe	2 039	1 345
III. ZOBOWIĄZANIA KRÓTKOTERMINOWE	32 983	27 303
1. Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe	29 065	25 230
Kredyty i pożyczki	2 405	3 214
Pozostałe zobowiązania finansowe	13 993	1 913
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług	4 802	10 348
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego	412	884
Zobowiązania pozostałe	1 939	2 627
Rezerwy na świadczenia emerytalne i podobne	1 823	1 020
Pozostałe rezerwy	3 691	5 224
2. Przychody przyszłych okresów oraz rozliczenia międzyokresowe	3 918	2 073
KAPITAŁ WŁASNY I ZOBOWIĄZANIA RAZEM	70 123	58 652

SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH

	Okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2019	Okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2018
Przepływy środków pieniężnych z działalności operacyjnej (metoda pośrednia)		
Zysk (strata) brutto	(1 518)	(886)
Korekty razem	7 300	2 586
Amortyzacja	1 211	711
Odsetki i udziały w zyskach (dywidendy)	179	38
(Zysk) strata z działalności inwestycyjnej	-	-
Zmiana stanu należności	14 058	4 878
Zmiana stanu zobowiązań krótkoterminowych, z wyjątkiem pożyczek i kredytów	(7 697)	(2 408)
Podatek dochodowy (zapłacony) / zwrócony	(451)	(658)
Inne korekty	-	25
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	5 782	1 700
Przepływy środków pieniężnych z działalności inwestycyjnej		
Wpływy	-	12
Zbycie wartości niematerialnych oraz rzeczowych aktywów trwałych	-	-
Spłata udzielonych pożyczek	-	-
Odsetki	-	12
Wydatki	(2 629)	(828)
Nabycie wartości niematerialnych oraz rzeczowych aktywów trwałych	(340)	(828)
Nabycie jednostek zależnych pomniejszone o środki pieniężne tych jednostek	(489)	-
Nabycie udziałów w jednostkach stowarzyszonych	(1 800)	-
Udzielone pożyczki	-	-
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(2 629)	(816)
Przepływy środków pieniężnych z działalności finansowej		
Wpływy	1 751	1 170
Wpływy netto z emisji akcji i innych instrumentów kapitałowych oraz dopłat do kapitału	-	52
Kredyty i pożyczki, emisja dłużnych papierów wartościowych	1 751	1 118
Wydatki	(1 556)	(253)
Spłaty kredytów i pożyczek, wykup dłużnych papierów wartościowych	(974)	(173)
Z tytułu innych zobowiązań finansowych - płatność za zobowiązania leasingowe ujęte zgodnie z MSSF 16	(524)	-
Z tytułu innych zobowiązań finansowych	-	(25)
Odsetki	(58)	(55)
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	195	917
Przepływy pieniężne netto, razem	3 348	1 801
Bilansowa zmiana stanu środków pieniężnych	3 348	1 801
Środki pieniężne na początek okresu	2 115	3 889
Środki pieniężne na koniec okresu	5 463	5 690

SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE ZE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM

	Kapitał własny razem	Kapitał własny przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej	Kapitał zakładowy	Kapitał zapasowy	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej ceny nominalnej	Akcje własne	Kapitał rezerwowy	Różnice kursowe z przeliczenia jednostek zależnych	Zyski (straty) zatrzymane	Niepodzielony zysk (strata) z lat ubiegłych	Zysk (strata) netto	Udziały niekontrolujące
Stan na początek okresu 01.01.2019	28 045	22 825	921	8 212	14 822	(103)	3 367	-	(4 394)	(4 394)	-	5 220
Stan na początek okresu, po uzgodnieniu do danych porównywalnych	28 045	22 825	921	8 212	14 822	(103)	3 367	-	(4 394)	(4 394)	-	5 220
Całkowite dochody netto	(1 253)	(1 066)	-	-	-	-	-	(1)	(1 065)	-	(1 065)	(187)
- wynik netto za okres	(1 252)	(1 065)	-	-	-	-	-	-	(1 065)	-	(1 065)	(187)
- różnice kursowe z przeliczenia jednostek zależnych	(1)	(1)	-	-	-	-	-	(1)	-	-	-	-
Pozostałe zwiększenia kapitału własnego	136	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	136
- zakup / włączenie spółki do konsolidacji	136	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	136
Pozostałe zmniejszenia kapitału własnego	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Stan na koniec okresu 31.03.2019	26 928	21 759	921	8 212	14 822	(103)	3 367	(1)	(5 459)	(4 394)	(1 065)	5 169

	Kapitał własny razem	Kapitał własny przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej	Kapitał zakładowy	Kapitał zapasowy	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej ceny nominalnej	Akcje w łasne	Kapitał rezerwowy	Zyski zatrzymane	Niepodzielony zysk (strata) z lat ubiegłych	Zysk (strata) netto	Udziały niekontrolujące
Stan na początek okresu 01.01.2018	27 013	21 971	921	7 468	14 822	(103)	3 054	(4 191)	(4 191)	-	5 042
Stan na początek okresu, po uzgodnie-niu do danych porównywalnych	27 013	21 971	921	7 468	14 822	(103)	3 054	(4 191)	(4 191)	-	5 042
Całkowite dochody netto	(699)	(408)	-	-	-	-	-	(408)	-	(408)	(291)
- wynik netto za okres	(699)	(408)	-	-	-	-	-	(408)	-	(408)	(291)
Pozostałe zwiększenia kapitału własnego	78	26	-	-	-	-	26	-	-	-	52
- nadwyżka wartości emisyjnej nad nominalną	52	-	-	-	-	-	-	-	-	-	52
- opcje menadżerskie	26	26	-	-	-	-	26	-	-	-	-
Pozostałe zmniejszenia kapitału własnego	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Stan na koniec okresu 31.03.2018	26 392	21 589	921	7 468	14 822	(103)	3 080	(4 599)	(4 191)	(408)	4 803

IV

INFORMACJA DODATKOWA
DO KWARTALNEGO
SKRÓCONEGO
SKONSOLIDOWANEGO
SPRAWOZDANIA
FINANSOWEGO
SPORZĄDZONEGO NA DZIEŃ
31 MARCA 2018

1. Informacje ogólne

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

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

Podstawowym przedmiotem działalności jednostek Grupy Kapitałowej MEDIACAP jest:

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

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

Czas trwania Jednostki Dominującej i jednostek Grupy jest nieoznaczony.

W okresie sprawozdawczym i do dnia zatwierdzenia niniejszego skróconego kwartalnego skonsolidowanego sprawozdania finansowego Zarząd MEDIACAP SA sprawowali:

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

Radę Nadzorczą MEDIACAP SA stanowili:

Hubert Janiszewski	Przewodniczący Rady Nadzorczej
Jacek Welc	Wiceprzewodniczący i Sekretarz Rady Nadzorczej
Julian Kozankiewicz	Członek Rady Nadzorczej
Artur Osuchowski	Członek Rady Nadzorczej
Marcin Olechowski	Członek Rady Nadzorczej
Artur Czerwoński	Członek Rady Nadzorczej (od 26 czerwca 2018)

Skrócone kwartalne skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy (skonsolidowane sprawozdanie finansowe) obejmuje okres 3 miesięcy zakończony dnia 31 marca 2019 oraz zawiera dane porównywalne za okres 3 miesięcy zakończony dnia 31 marca 2018 oraz na dzień 31 grudnia 2018.

Skrócone kwartalne skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy na dzień 31 marca 2019 oraz skrócone kwartalne jednostkowe sprawozdanie finansowe sporządzone na dzień 31 marca 2018 nie podlegały badaniu ani przeglądowi przez biegłego rewidenta.

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

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

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

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

2. Skład Grupy Kapitałowej MEDIACAP na dzień 31 marca 2019

Na koniec pierwszego kwartału 2019 Jednostka Dominująca posiadała bezpośrednio lub pośrednio udziały w 11 jednostkach zależnych, z których 10 zostało objętych skonsolidowanym sprawozdaniem finansowym.

Nazwa spółki	Przedmiot działalności	Procent posiadanych udziałów	Procent w całkowitej liczbie głosów	Metoda konsolidacji	Inne
Scholz&Friends Warszawa Sp. z o.o.	działalność agencji reklamowych	75%*	75%*	Pełna	Kontrola przez Spółkę The Digitalis Sp. z o.o.
IQS Sp. z o.o.	działalność agencji badawczych	60%	60%	Pełna	
The Digitalis Sp. z o.o.	komunikacja marketingowa	100%	100%	Pełna	

Quant Sp. z o.o.	działalność agencji badawczych	60%	60%	Pełna	Kontrola przez Spółkę IQS Sp. z o.o.
Plastream Sp. z o.o. (d.EDGE Technology Sp. z o.o.)	działalność związana z oprogramowaniem	63,57%	63,57%	Pełna	
Booost sp. z o.o. (d. MCP Publica Sp. z o.o.)	działalność portali internetowych	65%***	65%***	Pełna	Kontrola przez Spółkę The Digitals Sp. z o.o.
TalentMedia Sp. z o.o.	działalność agencji reklamowych	51,11%	51,11%	Pełna	
TalentMedia Balcans Sp. z o.o.	działalność agencji reklamowych	46%**	46%**	Pełna	Kontrola przez Spółkę TalentMedia Sp. z o.o.
TalentMedia Bulgaria EOOD	działalność agencji reklamowych	46%****	46%****	Pełna	Kontrola przez Spółkę TalentMedia Balcans Sp. z o.o.
Gameset Sp. z o.o.	działalność agencji reklamowych	19,1%	19,1%	Metoda praw własności	
LT Group Sp. z o.o.	działalność agencji reklamowych	40,4%*****	40,4%*****		Kontrola przez Spółkę TalentMedia Sp. z o.o.

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

** Grupa posiada 51,11% udziałów w Spółce TalentMedia Sp. z o.o., która posiada 90% udziałów w Spółce TalentMedia Balcans Sp. z o.o. W związku z tym, udział Grupy w TalentMedia Balcans Sp. z o.o. wynosi 46%. Ze względu na posiadanie większości głosów na walnym zgromadzeniu wspólników, MEDIACAP SA sprawuje kontrolę nad TalentMedia Balcans Sp. z o.o.

*** Grupa posiada 100% udziałów w Spółce The Digitals Sp. z o.o., która posiada 65% udziałów w Spółce Booost sp. z o.o. (d. MCP PUBLICA Sp. z o.o.). W związku z tym, udział Grupy w Booost sp. z o.o. wynosi 65%.

**** Grupa posiada 51,11% udziałów w Spółce TalentMedia Sp. z o.o., która posiada 90% udziałów w Spółce TalentMedia Balcans Sp. z o.o. Spółka TalentMedia Balcans zaś posiada 100% udziałów w spółce TalentMedia Bulgaria EOOD. W związku z tym, udział Grupy w TalentMedia Bulgaria EOOD wynosi 46%. Ze względu na posiadanie większości głosów na walnym zgromadzeniu wspólników spółki TalentMedia Sp. z o.o., MEDIACAP SA sprawuje pośrednio kontrolę nad TalentMedia Bulgaria EOOD.

***** Grupa posiada 51,11% udziałów w Spółce TalentMedia Sp. z o.o., która posiada 79,05% udziałów w Spółce LT Group sp. z o.o. W związku z tym, udział Grupy w LT Group sp. z o.o. wynosi 40,4%.

Na dzień 31 marca 2019 Grupa posiada spółkę stowarzyszoną – Gameset sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie w której Jednostka Dominująca objęła 19,1% udziału w kapitale zakładowym Gameset oraz ogólnej liczbie głosów na zgromadzeniu wspólników Gameset.

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

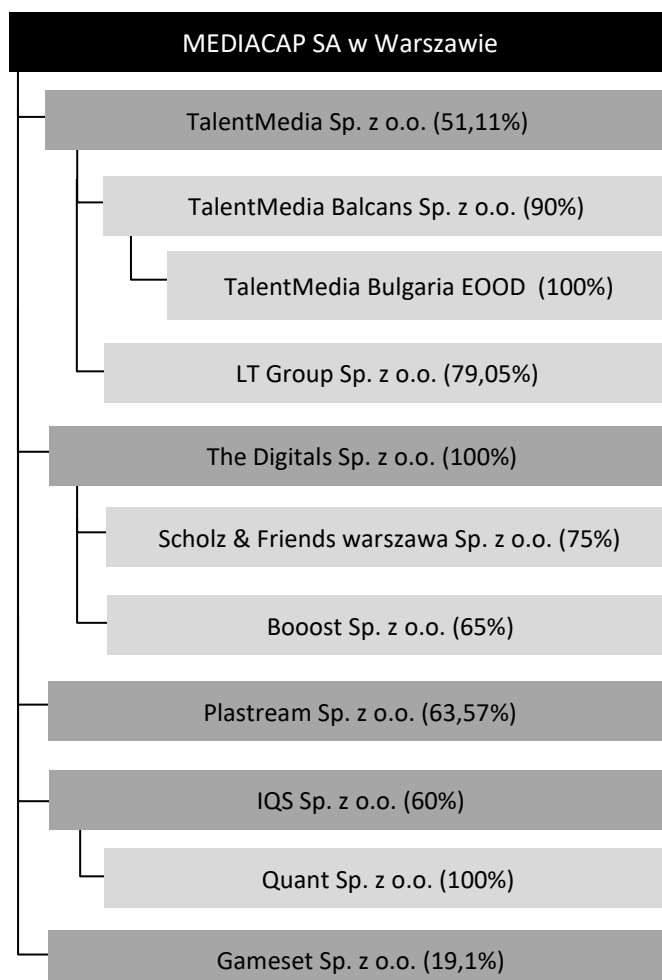
W dniu 18 marca 2019 Grupa MEDIACAP poprzez spółkę Talent Media Sp. z o.o. zakupiła od NGU Funduszu Inwestycyjnego Zamkniętego z siedzibą w Warszawie 1.660 udziałów spółki LT Group sp. z o.o. o wartości nominalnej 50 zł każdy udział, stanowiących 79,05% udziałów w kapitale zakładowym spółki za cenę 9.235.000 zł. Spółka będzie konsolidowana metodą pełną od Q2 2019.

Na dzień 31 marca 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 Plodiv przy Sankt Petersburg blv w Bułgarii.

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

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



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

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

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

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

Zastosowane kursy walut

Do przeliczenia podstawowych pozycji skonsolidowanego sprawozdania finansowego zastosowano kursy:

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

Treść	Okres sprawozdawczy 01.01 - 31.03.2019	Okres porównywalny 01.01 - 31.12.2018	01.01 - 31.03.2018
średni kurs na koniec okresu	4,3013	4,3000	4,2085
średni kurs okresu	4,3033	4,2617	4,1784
najwyższy średni kurs w okresie	4,3402	4,3978	4,1423
najniższy średni kurs w okresie	4,2706	4,1423	4,2416

4. Podstawa sporządzenia skonsolidowanego sprawozdania finansowego

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

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

Podstawę sporządzenia skonsolidowanego sprawozdania finansowego stanowiły:

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

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

5. Oświadczenia

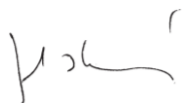
Oświadczenie o zgodności

Skrócone kwartalne skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy Kapitałowej MEDIACAP za okres 3 miesięcy zakończonych 31 marca 2019 zostało sporządzone zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej oraz związanymi z nimi interpretacjami przyjętymi do stosowania przez Unię Europejską.

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

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

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



Jacek Olechowski
Prezes Zarządu



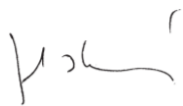
Edyta Gurazdowska
Wiceprezes Zarządu



Marcin Jeziorski
Wiceprezes Zarządu

Oświadczenie o rzetelności

Zgodnie z wymogami Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 29 marca 2018 w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim, Zarząd Spółki MEDIACAP SA oświadcza, że wedle jego najlepszej wiedzy, kwartalne skrócone skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy Kapitałowej Mediacap i skrócone kwartalne sprawozdanie finansowe MEDIACAP SA wraz z danymi porównywalnymi wykazanymi w tych sprawozdaniach, sporządzone zostały zgodnie z obowiązującymi Grupę Kapitałową MEDIACAP i Spółkę MEDIACAP SA zasadami rachunkowości oraz odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową Grupy Kapitałowej MEDIACAP oraz Spółki MEDIACAP SA oraz jej wynik finansowy zarówno jednostkowy, jak i skonsolidowany. Sprawozdanie z działalności Grupy Kapitałowej MEDIACAP zawiera prawdziwy obraz rozwoju i osiągnięć oraz sytuacji Grupy Kapitałowej MEDIACAP, w tym opis podstawowych zagrożeń i ryzyka.



Jacek Olechowski
Prezes Zarządu



Edyta Gurazdowska
Wiceprezes Zarządu



Marcin Jeziorski
Wiceprezes Zarządu

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

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

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

- MSSF 16 Leasing (opublikowano dnia 13 stycznia 2016 roku),
- KIMSF 23 Niepewność związana z ujmowaniem podatku dochodowego (opublikowano dnia 7 czerwca 2017 roku),
- Zmiany do MSSF 9 Kontrakty z cechami przedpłat z ujemną rekompensatą (opublikowano dnia 12 października 2017 roku),
- Zmiany do MSR 28 Udziały długoterminowe w jednostkach stowarzyszonych i wspólnych przedsięwzięciach (opublikowano dnia 12 października 2017 roku)

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

Zastosowanie MSSF 16 Leasing po raz pierwszy

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

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

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

Stosując niniejszy standard retrospektywnie Spółka skorzystała z poniższych zwolnień :

- Spółka nie stosuje niniejszego standardu do umów, które wcześniej nie zostały zidentyfikowane jako umowy zawierające leasing zgodnie z MSR 17 oraz KIMSF 4,

- Spółka zastosuje pojedynczą stopę dyskontową do portfela leasingów o podobnym charakterze,
- Umowy leasingu operacyjnego, z pozostałym okresem leasingu krótszym niż 12 miesięcy na dzień 1 stycznia 2019 roku potraktowane zostały jako leasing krótkoterminowy i tym samym ujęcie tych umów nie ulegnie zmianie,
- Umowy leasingu operacyjnego, w przypadku których bazowy składnik aktywów ma niską wartość (np. wyposażenie biurowe) nie zostały przeliczone i ich ujęcie nie uległo zmianie,
- Spółka nie wydzieliła elementów leasingowych i nie leasingowych.

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

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

Wpływ wdrożenia MSSF 16 od 1 stycznia 2019 roku skutkowało rozpoznaniem aktywa z tytułu prawa do użytkowania, prezentowanego w linii środki trwałe w wysokości 8 866 tysięcy złotych oraz zobowiązania leasingowego prezentowanego w zobowiązaniach finansowych w tej samej wysokości. Skonsolidowana EBITDA wypracowana w tym okresie wyniosła -0,14 mln złotych, a bez uwzględnienia efektu MSSF 16 wyniosłaby -0,72 mln PLN.

7. Segmenty działalności

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

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

Data - np. 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 NP.IACAP 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 np. z cyklicznych ankiet zarejestrowanych panelistów, badań deklaratywnych oraz danych pozyskiwanych w ramach partnerstw.

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

Aktywa operacyjne Grupy zlokalizowane są na terytorium Polski.

Głównym organem podejmującym decyzje w zakresie np. okacji zasobów oraz dokonującym oceny wyników działalności segmentów jest Zarząd NP.IACAP SA.

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

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

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

Dane za okres bieżący 01.01.2019 – 31.03.2019		Działalność kontynuowana		Wyłączenia konsolidacyjne	Ogółem
		Marketing	Data		
Przychody ze sprzedaży	Sprzedaż na zewnątrz	14 272	4 928	-	19 200
	Sprzedaż między segmentami	455	63	(519)	-
Koszty segmentu	Koszty sprzedaży zewnętrznej	15 656	5 066	-	20 722
	Koszty sprzedaży między segmentami	63	455	(519)	-
Zysk (strata) segmentu		(993)	(530)	-	(1 522)
Przychody z tytułu odsetek		3	17	(8)	12
Koszty z tytułu odsetek		107	79	(8)	179
Istotne pozycje przychodów ujawnione zgodnie z pkt.86 MSSF 8 (np. pozostałe przychody operacyjne, pozostałe koszty finansowe poza odsetkami)		183	51	(34)	200
Istotne pozycje kosztów ujawnione zgodnie z pkt.86 MSSF 8 (np. pozostałe koszty operacyjne, koszty finansowe poza odsetkami)		57	5	(34)	28
Zysk / (strata) przed opodatkowaniem		(971)	(546)	-	(1 518)
Udział w zyskach jednostek stowarzyszonych		(25)	0	-	(25)
Podatek dochodowy		206	84	-	290
Zysk (strata) netto z działalności kontynuowanej		(790)	(462)	-	(1 252)
Amortyzacja		441	770	-	(1 211)
EBITDA		(425)	286		(139)
Aktywa segmentu		56 249	19 672	(5 797)	70 123

Dane za okres 01.01.2018 - 31.03.2018		Działalność kontynuowana		Wyłączenia konsolidacyjne	Ogółem
		Marketing	Data		
Przychody ze sprzedaży	Sprzedaż na zewnątrz	11 899	4 567	-	16 466
	Sprzedaż między segmentami	497	117	(614)	-
Koszty segmentu	Koszty sprzedaży zewnętrznej	11 935	5 560	-	17 495
	Koszty sprzedaży między segmentami	117	497	(614)	-
Zysk (strata) segmentu		344	(1 373)	-	(1 029)
Przychody z tytułu odsetek		8	14	(14)	8
Koszty z tytułu odsetek		33	14	(14)	33
Istotne pozycje przychodów ujawnione zgodnie z pkt.86 MSSF 8 (np. pozostałe przychody operacyjne, pozostałe koszty finansowe poza odsetkami)		130	97	(21)	206
Istotne pozycje kosztów ujawnione zgodnie z pkt.86 MSSF 8 (np. pozostałe koszty operacyjne, koszty finansowe poza odsetkami)		47	12	(21)	38
Zysk / (strata) przed opodatkowaniem		402	(1 288)	-	(886)
Podatek dochodowy		13	(198)	-	(185)
Zysk (strata) netto z działalności kontynuowanej		389	(1 090)	-	(701)
Amortyzacja		324	387	-	711
EBITDA		777	(905)	-	(128)
Aktywa segmentu		36 134	16 349	(6 422)	46 061

8. Informacja o istotnych zmianach wielkości szacunkowych

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

W bieżącym okresie nastąpiło zwiększenie aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego o kwotę 701 tys. zł, rozliczone na zwiększenie wyniku finansowego oraz zmniejszenie rezerwy z tytułu odroczonego podatku dochodowego o kwotę 3 tys. zł, rozliczone na zwiększenie wyniku finansowego.

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

	01.01.2019	Zmiany			31.03.2019
		Utworzenie	Rozwiązanie	Wykorzystanie	
Odpisów aktualizujących:					
- należności	443	-	-	-	443
Rezerw z tytułu:					
- przyszłych kosztów	1 984	1 078	276	987	1 799
- niewypłaconych umów cyw.-prawnych związanych z zakończonymi projektami	238	-	-	238	-
- kosztów projektów	945	544	-	554	936

- kosztów sporządzenia i badania sprawozdania	11	4	-	8	6
- pozostałych rezerw	2 124	371	-	527	1 968
Rozliczeń międzyokresowych z tytułu:					
- kosztów niewykorzystanych urlopów wypoczynkowych	340	36	-	-	375
- kosztów wynagrodzeń premiowych	680	-	-	250	430
Razem	6 765	2 033	276	2 565	5 957

W Grupie Kapitałowej MEDIACAP nie występują odpisy aktualizujące wartość zapasów.

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

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

10. Objasnienia dotyczące cykliczności lub sezonowości działalności

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

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

W okresie 3 m-cy zakończonym 31 marca 2019 Grupa:

- poniosła nakłady inwestycyjne na nabycie rzeczowych aktywów trwałych o wartości: 102 tys. zł,
- poniosła nakłady inwestycyjne na nabycie wartości niematerialnych o wartości: 238 tys. zł,

Grupa nie sprzedała, ani nie likwidowała składników rzeczowych aktywów trwałych.

Na dzień 31 marca 2019 zobowiązania Grupy z tytułu nabycia rzeczowych aktywów trwałych oraz wartości niematerialnych wynoszą 40 tys. zł (na dzień 31 grudnia 2018 r. 52 tys. zł).

12. Informacje o istotnych rozliczeniach z tytułu spraw sądowych

W okresie od 1 stycznia 2019 do 31 marca 2019 w Grupie nie wystąpiły istotne rozliczenia z tytułu spraw sądowych.

13. Korekty błędów poprzednich okresów

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

W okresie pierwszych trzech miesięcy 2019 Spółka Dominująca nie dokonała wykupu obligacji, spłaty dłużnych i kapitałowych papierów wartościowych.

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

W wykonaniu Umowy Inwestycyjnej w dniu 20 grudnia 2018 r. Spółka Dominująca podjęła uchwałę w sprawie emisji 29 obligacji imiennych serii B o wartości nominalnej 50.000 zł każda o łącznej wartości 1,45 mln zł, oprocentowanych według stopy procentowej równej 6% w skali roku. Termin wykupu obligacji został ustalony na 30 czerwca 2019 r., z możliwością przedterminowego wykupu 14 Obligacji o łącznej wartości 0,7 mln zł po 30 kwietnia 2019 r.

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

20. Informacje dotyczące wypłaconej lub zadeklarowanej dywidendy

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

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

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

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

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

Osoby objęte Programem Motywacyjnym zostały wskazane w uchwale Zgromadzenia Wspólników Spółki zależnej z dnia 18 kwietnia 2019 r. w sprawie ustanowienia Programu Motywacyjnego.

Program Motywacyjny będzie realizowany w latach 2019 - 2021.

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

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

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

Zmiany stanu aktywów warunkowych	01.01.2019	Zmiany		31.03.2019
		Zwiększenia	Zmniejszenia	
- otrzymane gwarancje	2 386	-	-	2 386

Zmiany stanu zobowiązań warunkowych	01.01.2019	Zmiany		31.03.2019
		Zwiększenia	Zmniejszenia	
- gwarancja "zabezpieczenie umowy najmu"	1 681	25	-	1 706
- weksel in blanco do umowy kredytowej	2 614	-	-	2 614

Ponadto zabezpieczeniem umowy leasingu jest jeden weksel in blanco wystawiony przez Jednostkę Dominującą.

23. Transakcje z podmiotami powiązanymi

Transakcje pomiędzy Jednostką Dominującą a jej spółkami zależnymi podlegały eliminacji w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym. Transakcje pomiędzy Grupą a spółkami powiązanymi i członkami kluczowej kadry zarządzającej i nadzorującej oraz bliskimi członkami rodzin w okresie 3 miesięcy zakończonym 31 marca 2019 zaprezentowano poniżej:

	Okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2019				Okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2018			
			31.03.2019				31.12.2018	
	Sprzedaż	Zakupy	Należności	Zobowiązania	Sprzedaż	Zakupy	Należności	Zobowiązania
Ze spółkami powiązanymi	25	127	21	62	3	724	-	145
Z członkami Rady Nadzorczej	286	4	-	2	-	2	-	-
Z członkami Zarządu	-	256	-	52	-	93	619	163
Razem	311	387	21	116	3	819	619	308

Wynagrodzenia osób wchodzących w skład organów zarządzających, kluczowego personelu kierowniczego oraz organów nadzorujących	31.03.2019	31.03.2018
1. wynagrodzenia członków Zarządu i kluczowego personelu kierowniczego	63	63
a) krótkoterminowe świadczenia pracownicze (wynagrodzenia i narzuty)	63	63
b) świadczenia z tytułu rozwiązania stosunku pracy	-	-
c) płatność w formie akcji własnych	-	-
2. wynagrodzenia członków Rady Nadzorczej (wynagrodzenia i narzuty) oraz z tyt. umów o współpracę	33	10

24. Akcjonariat

a) Struktura akcyjna kapitału zakładowego

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

- 10.000.000 (dziesięć milionów) niepodzielnych akcji zwykłych na okaziciela serii A o kolejnych numerach 0000001 do 10.000.000 o równej wartości nominalnej po 5 (pięć) groszy każda;

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

Struktura kapitału zakładowego na dzień sporządzenia raportu:

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

b) Struktura akcjonariatu

Akcjonariusze posiadający co najmniej 5% (bezpośrednio i pośrednio) ogólnej liczby głosów na walnym Zgromadzeniu na dzień 30 maja 2019 (według informacji posiadanych przez Spółkę):

Akcjonariusz	Liczba posiadanych akcji	Wartość akcji (w PLN)	Udział w kapitale akcyjnym (%)
Posella IF1 Limited	9 361 820	468 091,00	50,83%
Posella Limited	319 216	15 960,80	1,73%
Jacek Olechowski	60 000	3 000,00	0,33%
Edyta Gurazdowska	1 321 589	66 079	7,17%
Pozostali (poniżej 5% ogólnej liczby głosów na WZA)	7 356 743	367 837	39,94%
RAZEM	18 419 368	920 968,40	100,00%

W tabeli pokazano podmioty (osoby) posiadające mniej niż 5 % akcji w kapitale zakładowym, lecz powiązane z podmiotami (osobami), które posiadają powyżej 5 % akcji.

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

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

Zmiany w strukturze własności znacznych pakietów akcji Emitenta od dnia, na który został sporządzony raport roczny za 2018.

Imię i nazwisko (lub Nazwa)	Liczba posiadanych akcji stan na dzień 20.03.2019	Wartość akcji w PLN	Zmiany w stanie posiadania akcji	Liczba posiadanych akcji stan na 30.05.2019	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	827 451	41 372,55	494 138	1 321 589	7,17%	7,17%
Marcin Jaziorski	105 000	5 250,00	350 000	455 000	2,47%	2,47%
Pozostali	7 805 881	390 294,05	-844 138	6 961 743	37,80%	37,80%
razem	18 419 368	920 968,40	-	18 419 368	100%	100%

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

Imię i nazwisko (lub Nazwa)	Liczba akcji stan na dzień 20.03.2019	Wartość akcji w PLN	Zmiany w stanie posiadania akcji	Liczba akcji stan na dzień 30.05.2019	Procentowy udział akcji w kapitale zakładowym	Procentowy udział akcji na WZA
osoby zarządzające						
Jacek Olechowski	60 000	3 000	-	-	0,33%	0,33%
Edyta Gurazdowska	827 451	41 372,55	494 138	1 321 589	7,17%	7,17%
Marcin Jeziorski	105 000	5 250,00	350 000	455 000	2,47%	2,47%
osoby nadzorujące						
Hubert Janiszewski	25 000	1 250,00	-	25 000	0,14%	0,14%
Julian Kozankiewicz	33 698	1 684,90	-	33 698	0,18%	0,18%
Artur Osuchowski	80 000	4 000,00	-	80 000	0,22%	0,43%

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

W Q1 2019 osiągnęliśmy prawie 17% wzrost przychodów r/r. Głównym motorem wzrostu przychodów jest sprzedaż w Grupie S/F, która w raportowanym kwartale wyniosła 10,1 mln PLN (+16% r/r).

Największym sukcesem Q1 2019 dla segmentu Marketing było dokonanie transakcji nabycia pakietu kontrolnego udziałów w LT Group Sp. z o.o. (właściciel marki LifeTube).

Większa skala naszych biznesów marketingowych przełożyła się na wyższe koszty stałe, które chociaż obciążały nas mocno budżetowo na początku roku to przełożą się całościowo na lepsze przychody i marże w skali całego 2019.

W segmencie Data warto zwrócić uwagę na istotne postępy w rozwoju naszych technologii: po pierwsze Netdive (dawniej BrandSpy), czy rozwiązanie do zaawansowanego data mining, którego IQS zaczął komercjalizować na przełomie roku, po ponad 1,5 roku przygotowań oraz Plastream, gdzie trwały prace nad przygotowaniem automatycznej kasy do testów konsumenckich w sieci Żabka, w wakacje 2019.

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

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

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

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

Zgodnie z zawartą umową sprzedaży udziałów, zapłata ceny została rozłożona na dwie transze. Własność udziałów przejdzie na Grupę w dniu zapłaty pierwszej transzy w wysokości 500 tys. zł, co nastąpiło w terminie 7 dni od dnia zawarcia umowy sprzedaży udziałów. Zapłata pozostałej części ceny nastąpi w terminie do dnia 18 lipca 2019 r. i została zabezpieczona poprzez złożenie przez Grupę oświadczenia o dobrowolnym poddaniu się egzekucji. Nabycie udziałów zostanie sfinansowane ze środków własnych Grupy oraz finansowania dłużnego.

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

Prognoza wyników za rok 2019 nie była publikowana.

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

Na dzień 31 marca 2019 nie występują postępowania w zakresie wierzytelności oraz zobowiązań toczących się przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej (którego stroną są spółki Grupy Mediacap), których wartość stanowi co najmniej 10% kapitałów własnych Spółki Mediacap SA.

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

W okresie od 1 stycznia 2019 do 31 marca 2019 MEDIACAP SA oraz jednostki od niej zależne nie udzieliły poręczeń kredytu lub pożyczki, a także nie udzieliły gwarancji na rzecz jednego podmiotu lub jednostki zależnej od tego podmiotu, których łączna wartość byłaby znacząca.

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

W okresie od 1 stycznia 2019 do 31 marca 2019 w Grupie nie wystąpiły inne istotne zdarzenia mające wpływ na ocenę sytuacji kadrowej, majątkowej, finansowej, wyniku finansowego i ich zmian oraz nie wystąpiły zdarzenia istotne dla oceny możliwości realizacji zobowiązań.

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

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

Czynnik ryzyka: opóźnienie i/lub konieczność wprowadzenia zmian w planie komercjalizacji platformy Plastream: projekt znajduje się w fazie komercjalizacji, podczas której może się okazać, że przyjęte założenia co do modelu sprzedaży, liczby spodziewanych klientów oraz przychodów i marż ze sprzedaży usług do nich wymagają korekt. Zmiany te mogą mieć ujemny wpływ na wyniki platformy w bieżącym roku oraz jej perspektywy finansowe na przyszłość.

Czynnik ryzyka: opóźnienie i/lub konieczność wprowadzenia zmian w planie komercjalizacji usług spółki zależnej Booost: projekt znajduje się w pierwszej fazie komercjalizacji, podczas której może się okazać, że przyjęte założenia co do modelu sprzedaży, liczby spodziewanych klientów oraz przychodów i marż ze sprzedaży usług do nich wymagają korekt. Zmiany te mogą mieć ujemny wpływ na wyniki spółki w bieżącym roku oraz jej perspektywy finansowe na przyszłość, a także powodować konieczność aktualizacji wyceny udziałów w księgach MEDIACAP SA.

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

V

KWARTALNE SKRÓCONE
SPRAWOZDANIE
FINANSOWE MEDIACAP SA

RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT

	Okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2019	Okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2018
DZIAŁALNOŚĆ KONTYNUOWANA		
Przychody ze sprzedaży i zrównane z nimi	2 379	3 104
Przychody netto ze sprzedaży usług i produktów	2 379	3 104
Koszty działalności operacyjnej	3 185	3 230
Amortyzacja	187	120
Zużycie materiałów i energii	56	64
Usługi obce	2 507	2 681
Podatki i opłaty	1	25
Wynagrodzenia	379	302
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	39	22
Pozostałe koszty rodzajowe	17	16
Zysk (strata) ze sprzedaży	(806)	(126)
Pozostałe przychody operacyjne	42	103
Pozostałe koszty operacyjne	1	45
Zysk (strata) na działalności operacyjnej	(765)	(68)
Przychody finansowe	0	7
Koszty finansowe	30	16
Zysk (strata) brutto	(796)	(77)
Podatek dochodowy	(91)	(32)
Zysk (strata) netto z działalności kontynuowanej	(705)	(45)
Zysk (strata) netto ogółem	(705)	(45)
 Zysk (strata) za okres sprawozdawczy	 (705)	 (45)
Średnia ważona liczba akcji zwykłych	18 419 368	18 275 230
Średnia ważona rozwodniona liczba akcji zwykłych	18 419 368	18 419 368
Działalność kontynuowana		
Zysk na jedną akcję zwykłą (w PLN)		
- podstawowy	(0,04)	(0,00)
- rozwodniony	(0,04)	(0,00)

SPRAWOZDANIE Z CAŁKOWITYCH DOCHODÓW

	Okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2019	Okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2018
Wynik netto	(705)	(45)
Inne całkowite dochody netto	-	-
Całkowite dochody netto	(705)	(45)

SPRAWOZDANIE Z SYTUACJI FINANSOWEJ

AKTYWA	31.03.2019	31.12.2018
I. AKTYWA TRWAŁE	30 543	27 994
Rzeczowe aktywa trwałe	1 669	622
Wartości niematerialne	562	658
Pozostałe aktywa finansowe długoterminowe	26 294	24 659
Należności długoterminowe	41	-
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	664	664
Pozostałe aktywa trwałe	1 312	1 390
II. AKTYWA OBROTOWE	8 898	8 173
Należności krótkoterminowe	2 642	7 753
Należności z tytułu dostaw i usług	2 279	7 270
Należności z tytułu podatku dochodowego	226	78
Pozostałe należności	137	405
Pozostałe aktywa finansowe	5 617	-
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	8	33
Pozostałe aktywa obrotowe	631	388
III. AKTYWA TRWAŁE ZAKWALIFIKOWANE JAKO PRZEZNACZONE DO SPRZEDAŻY	-	-
Aktywa razem	39 441	36 167

KAPITAŁ WŁASNY I ZOBOWIĄZANIA	31.03.2019	31.12.2018
I. KAPITAŁ WŁASNY RAZEM	22 577	23 282
Kapitał zakładowy	921	921
Kapitał zapasowy	5 760	5 760
Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej ceny nominalnej	14 822	14 822
Akcje własne	(103)	(103)
Kapitał rezerwowy	239	239
Zyski zatrzymane	938	1 643
- zysk (strata) z lat ubiegłych	1 643	(88)
- zysk netto	(705)	1 731
II. ZOBOWIĄZANIA DŁUGOTERMINOWE	8 029	2 238
1. Zobowiązania i rezerwy długoterminowe	6 238	305
Pozostałe zobowiązania finansowe	5 995	61
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	243	243
2. Rozliczenia międzyokresowe	1 791	1 933
III. ZOBOWIĄZANIA KRÓTKOTERMINOWE	8 834	10 647
1. Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe	8 299	10 112
Kredyty i pożyczki	981	2 010
Pozostałe zobowiązania finansowe	5 289	2 869
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług	848	3 829
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego	-	28
Zobowiązania pozostałe	115	536
Rezerwy na świadczenia emerytalne i podobne	28	-
Pozostałe rezerwy	1 038	840
2. Przychody przyszłych okresów oraz rozliczenia międzyokresowe	535	535
IV. ZOBOWIĄZANIA BEZPOŚREDNIO ZWIĄZANE Z AKTYWAMI KLASYFIKOWANYMI JAKO PRZEZNACZONE DO SPRZEDAŻY	-	-
Kapitał własny i zobowiązania razem	39 441	36 167

SPRAWOZDANIE Z PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH

	Okres 3 miesiące zakończony 31 marca 2019	Okres 3 miesiące zakończony 31 marca 2018
Przepływy środków pieniężnych z działalności operacyjnej		
Zysk (strata) netto	(705)	(76)
Korekty razem	1 513	(603)
Amortyzacja	186	120
Odsetki i udziały w zyskach (dywidendy)	7	4
(Zysk) strata z działalności inwestycyjnej	-	-
Zmiana stanu rezerw	198	(148)
Zmiana stanu należności	5 070	172
Zmiana stanu zobowiązań z wyjątkiem pożyczek i kredytów	(3 641)	(637)
Zmiana stanu rozliczeń międzyokresowych	(307)	(102)
Podatek dochodowy (zapłacony) / zwrócony	-	(37)
Inne korekty	-	25
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	808	(679)
Przepływy środków pieniężnych z działalności inwestycyjnej		
Wpływy	-	312
Zbycie wartości niematerialnych oraz rzeczowych aktywów trwałych	-	-
Spłata udzielonych pożyczek	-	310
Odsetki	-	2
Otrzymane dywidendy	-	-
Z aktywów finansowych	-	-
Wydatki	(2 313)	(1 626)
Nabycie wartości niematerialnych oraz rzeczowych aktywów trwałych	(13)	(126)
Nabycie pozostałych aktywów finansowych	(2 300)	(1 500)
Udzielone pożyczki	-	-
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(2 313)	(1 314)
Przepływy środków pieniężnych z działalności finansowej		
Wpływy	2 446	1 858
Kredyty i pożyczki, emisja dłużnych papierów wartościowych	500	1 858
Inne wpływy finansowe	1 450	-
Płatności należności leasingowej - MSSF 16	385	-
Odsetki od należności leasingowej	111	-
Wydatki	(966)	(154)
Spłaty kredytów i pożyczek, wykup dłużnych papierów wartościowych	(424)	(150)
Z tytułu innych zobowiązań finansowych	(0)	(3)
Z tytułu innych zobowiązań finansowych – MSSF 16	(446)	-
Odsetki zapłacone	(96)	(1)
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	1 480	1 704
Przepływy pieniężne netto, razem	(25)	(289)
Bilansowa zmiana stanu środków pieniężnych, w tym:	(25)	(289)
Środki pieniężne na początek okresu	33	303
Środki pieniężne na koniec okresu	8	14

SPRAWOZDANIE ZE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM

	Kapitał własny razem	Kapitał zakładowy	Kapitał zapasowy	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej ceny nominalnej	Akcje własne	Kapitał rezerwowy	Zyski zatrzymane	Niepodzielony zysk (strata) z lat ubiegłych	Zysk (strata) netto
Stan na początek okresu 01.01.2019	23 282	921	5 760	14 822	(103)	239	1 643	1 643	-
Stan na początek okresu, po uzgodnieniu do danych porównywalnych	23 282	921	5 760	14 822	(103)	239	1 643	1 643	-
Całkowite dochody netto	(705)	-	-	-	-	-	(705)	-	(705)
- wynik netto za okres	(705)	-	-	-	-	-	(705)	-	(705)
Pozostałe zwiększenia kapitału własnego	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- podział zysku / pokrycie straty	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- opcje menadżerskie	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pozostałe zmniejszenia kapitału własnego	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- podział zysku / pokrycie straty	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- wypłata dywidendy	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Stan na koniec okresu 31.03.2019	22 578	921	5 760	14 822	(103)	239	938	1 643	(705)

	Kapitał własny razem	Kapitał zakładowy	Kapitał zapasowy	Kapitał zapasowy ze sprzedaży akcji powyżej ceny nominalnej	Akcje własne	Kapitał rezerwowy	Zyski zatrzymane
Stan na początek okresu 01.01.2018	22 496	921	5 696	14 822	(103)	-	1 160
Stan na początek okresu, po uzgodnieniu do danych porównywalnych	22 496	921	5 696	14 822	(103)	-	1 160
Całkowite dochody netto	(43)	-	-	-	-	-	(43)
- wynik netto za okres	(43)	-	-	-	-	-	(43)
Pozostałe zwiększenia kapitału własnego	25	-	-	-	-	25	-
- opcje menadżerskie	25	-	-	-	-	25	-
Stan na koniec okresu 31.03.2018	22 478	921	5 696	14 822	(103)	25	1 117

VI

INFORMACJA
DODATKOWA DO
KWARTALNEGO
SKRÓCONEGO
SPRAWOZDANIA
FINANSOWEGO

1. Informacje ogólne

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

Skrócone kwartalne sprawozdanie finansowe (sprawozdanie finansowe) obejmuje okres 3 miesięcy zakończony dnia 31 marca 2019 oraz zawiera dane porównywalne za okres 3 miesięcy zakończony dnia 31 marca 2018 oraz na dzień 31 grudnia 2018.

Skrócone kwartalne sprawozdanie finansowe sporządzone na dzień 31 marca 2019 nie podlegało badaniu ani przeglądowi przez biegłego rewidenta.

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

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

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

Niniejsze skrócone kwartalne sprawozdanie finansowe zostało zatwierdzone przez Zarząd Jednostki Dominującej w dniu 30 maja 2019.

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

2. Informacja o istotnych zmianach szacunkowych

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

	01.01.2019	Zmiany			31.03.2019
		Utworzenie	Rozwiązanie	Wykorzystanie	
Odpisów aktualizujących:	119	-	-	-	119
- należności	119	-	-	-	119
Rezerw z tytułu:	840	524	-	326	1 038
- przyszłych kosztów	-	-	-	-	-
- kosztów projektów	840	524	-	326	1 038

Rozliczeń międzyokresowych z tytułu:	28	-	-	-	28
- kosztów niewykorzystanych urlopów wypoczynkowych	28	-	-	-	28
Razem	987	524	-	326	1 185

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

W Spółce MEDIACAP SA nie występują odpisy aktualizujące wartość zapasów.

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

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

4. Objasnienia dotyczące cykliczności lub sezonowości działalności

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

5. Informacje o rzeczowych aktywach trwałych oraz wartościach niematerialnych

W okresie 3 m-cy zakończonym 31 marca 2019 Spółka:

- poniosła nakłady inwestycyjne na nabycie rzeczowych aktywów trwałych o wartości: 13 tys. PLN,
- nie sprzedała, ani nie likwidowała składników rzeczowych aktywów trwałych.

6. Informacje o istotnych rozliczeniach z tytułu spraw sądowych

W okresie od 1 stycznia 2019 do 31 marca 2019 w Spółce nie wystąpiły istotne rozliczenia z tytułu spraw sądowych.

7. Korekty błędów poprzednich okresów

Skrócone kwartalne sprawozdanie finansowe nie zawiera korekt błędów poprzednich okresów.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

W wykonaniu Umowy Inwestycyjnej w dniu 20 grudnia 2018 r. Spółka Dominująca podjęła uchwałę w sprawie emisji 29 obligacji imiennych serii B o wartości nominalnej 50.000 zł każda o łącznej wartości 1,45 mln zł, oprocentowanych według stopy procentowej równej 6% w skali roku. Termin wykupu Obligacji został ustalony na 30 czerwca 2019 r., z możliwością przedterminowego wykupu 14 Obligacji o łącznej wartości 0,7 mln zł po 30 kwietnia 2019 r.

Gameset w dniu 20 grudnia 2019 r. przyjął propozycję nabycia wszystkich 29 Obligacji. Przydział i wydanie Obligacji nastąpi w dniu 1 lutego 2019 r., po wpłacie ceny za Obligacje przez Gameset. W styczniu 2019 roku Gameset objął 29 obligacji zgodnie z umową. W kwietniu 2019 roku MEDIACAP dokonał wykupu 3 szt. Obligacji serii B na kwotę 151 676,71 zł.

14. Informacje dotyczące wypłaconej lub zadeklarowanej dywidendy

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

15. Zdarzenia po dniu kończącym okres sprawozdawczy

Po dniu kończącym okres sprawozdawczy nie powstały zdarzenia nieuwjęte w sprawozdaniu, które mogą w znaczący sposób wpłynąć na przyszłe wyniki finansowe.

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

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

Zmiany stanu aktywów warunkowych	01.01.2019	Zmiany		31.03.2019
		Zwiększenia	Zmniejszenia	
- otrzymane gwarancje	900	-	-	900

Zmiany stanu zobowiązań warunkowych	01.01.2019	Zmiany		31.03.2019
		Zwiększenia	Zmniejszenia	
- gwarancja "zabezpieczenie umowy najmu"	878	25	-	903
- weksel in blanco do umowy kredytowej	396	-	-	396

17. Transakcje z podmiotami powiązanymi

Transakcje pomiędzy Spółką a spółkami zależnymi i członkami kluczowej kadry zarządzającej i nadzorującej oraz bliskimi członkami rodzin w okresie 3 miesięcy zakończonych 31 marca 2019 zaprezentowano poniżej.

	Okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2019		31.03.2019		Okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2018		31.12.2018	
	Sprzedaż	Zakupy	Należności	Zobowiązania	Sprzedaż	Zakupy	Należności	Zobowiązania
Kluczowy personel kierowniczy:								
Mediafinacial	0,3	-	0,4	-	-	-	0,1	-
MakeValue.pl Jacek Welc	-	3,6	-	2,2	-	2,0	-	-
IAA POLSKA Międzynarodowe Stowarzyszenie Reklamy	-	0,4	-	-	3,0	2,0	1,1	-
Arkady Sobieskiego Sp. z o.o. SKA	-	-	1,0	-	-	722,0	-	162,2
Polska Rada Biznesu	-	-	8,1	-	-	-	-	-
Fundacja „Global Dignity Poland”	1,0	-	0,4	-	-	-	0,5	-
Razem	1,3	4,0	9,9	2,2	3,0	726,0	1,8	162,2
Transakcje z innymi jedn. Powiązanymi:								
The Digitals Sp. z o.o.	90,4	238,1	132,5	830,5	116,0	64,0	334,0	22,0
Plastream Sp. z o.o.	0,1	37,4	1,7	54,0	62,0	37,0	9,0	17,0
Scholz&Friends Warszawa Sp. z o.o.	51,3	0,4	93,5	2,9	197,0	1,0	-	68,0

IQS Sp. z o.o.	96,4	4,3	145,3	5,3	441,0	27,0	23,0	87,0
Quant Sp. z o.o.	-	-	-	-	-	-	-	37,0
IQS Data Sp. z o.o.*	-	-	-	-	-	-	290,0	-
Boost Sp. z o.o. (d. MCP Publica Sp. z o.o.)	45,8	-	98,4	-	1,0	-	64,0	-
TalentMedia Sp. z o.o.	62,7	-	119,3	-	86,0	125,0	-	-
TalentMedia Balcans	-	-	0,3	-	-	-	-	-
Razem	346,6	280,2	590,9	892,6	903,0	254,0	720,0	231,0

Powyższe transakcje z podmiotami powiązanymi zostały zawarte na warunkach rynkowych.

Wynagrodzenia osób wchodzących w skład organów zarządzających, kluczowego personelu kierowniczego oraz organów nadzorujących	31.03. 2019	31.03.2018
1. Wynagrodzenia członków Zarządu i kluczowego personelu kierowniczego	45	45
a) krótkoterminowe świadczenia pracownicze (wynagrodzenia i narzuty)	45	45
b) świadczenia z tytułu rozwiązania stosunku pracy	-	-
c) płatność w formie akcji własnych	-	-
2. Wynagrodzenia członków Rady Nadzorczej (wynagrodzenia i narzuty) oraz z tyt. umów o współpracę	33	10

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

W Q1 2019 osiągnęliśmy prawie 17% wzrost przychodów r/r. Głównym motorem wzrostu przychodów jest sprzedaż w Grupie S/F, która w raportowanym kwartale wyniosła 10,1 mln PLN (+16% r/r).

Największym sukcesem Q1 2019 dla segmentu Marketing było dokonanie transakcji nabycia pakietu kontrolnego udziałów w LT Group Sp. z o.o. (właściciel marki LifeTube).

Większa skala naszych biznesów marketingowych przełożyła się na wyższe koszty stałe, które chociaż obciążyły nas mocno budżetowo na początku roku to przełożą się całościowo na lepsze przychody i marże w skali całego 2019.

W segmencie Data warto zwrócić uwagę na istotne postępy w rozwoju naszych technologii: po pierwsze Netdive (dawniej BrandSpy), czy rozwiązanie do zaawansowanego data mining, którego IQS zaczął komercjalizować na przełomie roku, po ponad 1,5 roku przygotowań oraz Plastream, gdzie trwały prace nad przygotowaniem automatycznej kasy do testów konsumenckich w sieci Żabka, w wakacje 2019.

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

Prognoza wyników za rok 2019 nie była publikowana.

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

Na dzień 31 marca 2019 nie występują postępowania w zakresie wierzytelności oraz zobowiązań toczących się przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem

administracji publicznej (którego stroną są spółki Grupy MEDIACAP), których wartość stanowi co najmniej 10% kapitałów własnych Spółki MEDIACAP SA.

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

W okresie od 1 stycznia 2019 do 31 marca 2019 MEDIACAP SA oraz jednostki od niej zależne nie udzieliły poręczeń kredytu lub pożyczki, a także nie udzieliły gwarancji na rzecz jednego podmiotu lub jednostki zależnej od tego podmiotu, których łączna wartość byłaby znacząca.

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

W okresie od 1 stycznia 2019 do 31 marca 2019 w Spółce nie wystąpiły inne istotne zdarzenia mające wpływ na ocenę sytuacji kadrowej, majątkowej, finansowej, wyniku finansowego i ich zmian oraz nie wystąpiły zdarzenia istotne dla oceny możliwości realizacji zobowiązań.

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

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

Czynnik ryzyka: opóźnienie i/lub konieczność wprowadzenia zmian w planie komercjalizacji platformy Plastream: projekt znajduje się w fazie komercjalizacji, podczas której może się okazać, że przyjęte założenia co do modelu sprzedaży, liczby spodziewanych klientów oraz przychodów i marż ze sprzedaży usług do nich wymagają korekt. Zmiany te mogą mieć ujemny wpływ na wyniki platformy w bieżącym roku oraz jej perspektywy finansowe na przyszłość.

Czynnik ryzyka: opóźnienie i/lub konieczność wprowadzenia zmian w planie komercjalizacji usług spółki zależnej Boost: projekt znajduje się w pierwszej fazie komercjalizacji, podczas której może się okazać, że przyjęte założenia co do modelu sprzedaży, liczby spodziewanych klientów oraz przychodów i marż ze sprzedaży usług do nich wymagają korekt. Zmiany te mogą mieć ujemny wpływ na wyniki spółki w bieżącym roku oraz jej perspektywy finansowe na przyszłość, a także powodować konieczność aktualizacji wyceny udziałów w księgach MEDIACAP SA.

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

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

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

VII

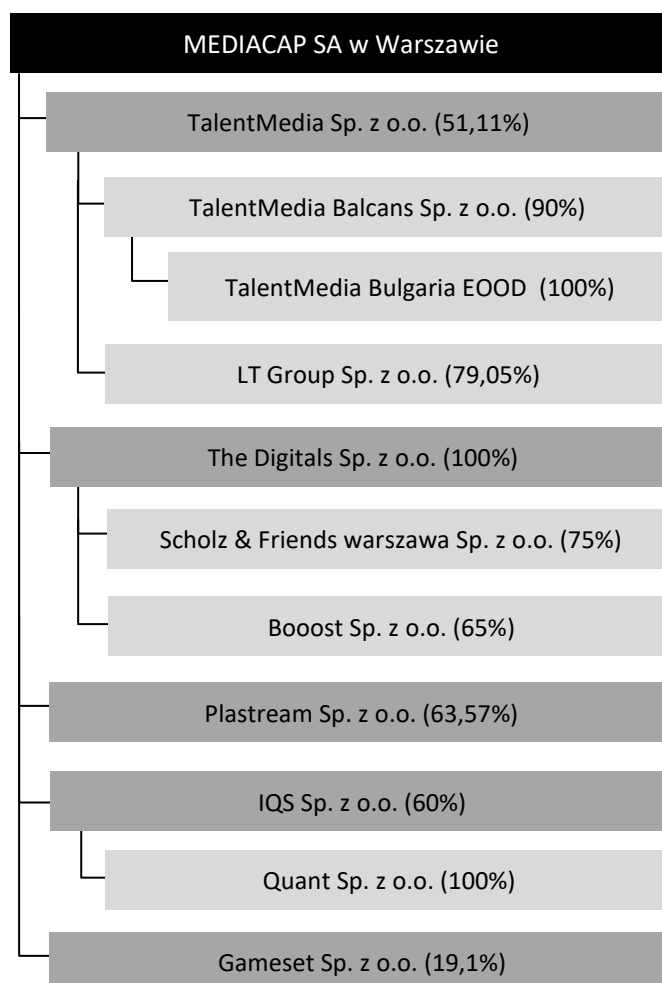
SPRAWOZDANIE ZARZĄDU
Z DZIAŁALNOŚCI GRUPY
MEDIACAP SA W I
KWARTALE 2019 ROKU

INFORMACJE OGÓLNE

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

ORGANIZACJA GRUPY KAPITAŁOWEJ

Strukturę organizacyjną jednostek powiązanych w grupie MEDIACAP przedstawia poniższy schemat:



ISTOTNE WYDARZENIA

W dniu 27 lutego 2019 r. spółka zależna Scholz & Friends Warszawa sp. z o.o. _ zawarła aneks do umowy o współpracy w zakresie reklamy z podmiotem z branży usługowej. Aneksem Strony zmieniły m.in. przedmiot umowy, wysokość wynagrodzenia oraz czas trwania umowy. W tym samym dniu, Spółka zawarła także aneks do umowy z Klientem i jego spółką powiązaną. Aneksem Strony zmieniły m.in. przedmiot umowy oraz czas trwania umowy. Oba aneksy przedłużają współpracę do dnia 31 grudnia 2019 r. Postanowienia umowne, wprowadzone aneksami, nie odbiegają od powszechnie stosowanych dla danego typu.

W dniu 18 marca 2019 roku Rada Nadzorcza MEDIACAP SA podjęła uchwały o powołaniu Członków Zarządu Emitenta, na kolejną, samodzielną trzyletnią kadencję, rozpoczynającą się w dniu następującym po dniu odbycia się Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za 2018 rok.

Rada Nadzorcza powołała w skład Zarządu na kolejną kadencję, następujące osoby:

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

Spółka zależna TalentMedia sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie na podstawie zawartej w dniu 18 marca 2019 r. umowy sprzedaży udziałów, zakupiła od NGU Funduszu Inwestycyjnego Zamkniętego z siedzibą w Warszawie _dalej: "Sprzedający"_ 1.660 udziałów spółki LT Group sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie o wartości nominalnej 50 zł każdy udział, stanowiących 79,05% udziałów w kapitale zakładowym Spółki _dalej: "Udziały"_ , za cenę 9.235.000 zł.

Zgodnie z zawartą umową sprzedaży udziałów zapłata ceny została rozłożona na dwie transze, a własność Udziałów przechodzi na TalentMedia w dniu zapłaty pierwszej transzy w wysokości 500.000 zł, co nastąpiło w terminie 7 dni od dnia zawarcia umowy sprzedaży udziałów. Zapłata pozostałej części ceny nastąpi w terminie do dnia 18 lipca 2019 r. i została zabezpieczona poprzez złożenie przez TalentMedia oświadczenia o dobrowolnym poddaniu się egzekucji. Strategia zakłada, że nabycie udziałów zostanie sfinansowane ze środków własnych TalentMedia oraz finansowania dłużnego.

ANALIZA FINANSOWA

Wyniki finansowe jednostkowe i skonsolidowane w tys. PLN

	Jednostkowe		Skonsolidowane	
	Q1 2019	Q1 2018	Q1 2019	Q1 2018
Przychody ze sprzedaży	2 379	3 104	19 200	16 466
EBIT	(765)	(68)	(1 350)	(839)
EBITDA	(579)	52	(139)	(128)
Wynik na sprzedaży	(806)	(126)	(1 522)	(1 029)
Wynik na działalności operacyjnej	(765)	(68)	(1 350)	(839)
Wynik finansowy brutto	(796)	(77)	(1 518)	(886)
Wynik finansowy netto	(705)	(45)	(1 252)	(701)

Jednostkowe przychody ze sprzedaży w raportowanym okresie 2019 wyniosły 2 379 tys. PLN i są o 23% niższe niż w porównywalnym okresie 2018. Niższa sprzedaż przełożyła się na gorszy wynik na sprzedaży, który zmniejszył się z poziomu -126 tys. PLN do -806 tys. PLN. Pogorszeniu również uległ wynik na działalności operacyjnej, który zmniejszył się z -68 tys. PLN w Q1 2018 do -765 tys. PLN w Q1 2019. Znacząco niższe wyniki finansowe brutto i netto wynikają głównie ze spadku przychodów.

Skonsolidowane przychody ze sprzedaży Grupy Kapitałowej MEDIACAP SA w pierwszym kwartale 2019 wyniosły 19 200 tys. PLN i są o 17% wyższe niż w analogicznym okresie 2018. Duży wzrost przychodów odnotowała spółka zależna TalentMedia, jak również spółki z Grupy S/F. Skonsolidowany wynik finansowy netto wyniósł -1 252 tys. PLN i w porównaniu do poprzedniego roku jest on niższy o 551 tys. PLN. Na spadek wyników mają wpływ wyższe koszty struktury nie pokryte realizacją projektów w pierwszym kwartale co związane jest z sezonowością biznesu marketingowego czy konsultingowego. Skonsolidowana EBITDA wypracowana w tym okresie wyniosła -0,139 mln złotych (wobec -0,128 w Q1 2018), a bez uwzględnienia efektu MSSF 16 wyniosłaby -0,72 mln PLN.

a) Analiza wskaźników

Wybrane jednostkowe i skonsolidowane wskaźniki rentowności MEDIACAP za Q1 2019 i wskaźniki porównywalne za Q1 2018

	Jednostkowe		Skonsolidowane	
	Q1 2019	Q1 2018	Q1 2019	Q1 2018
Wskaźnik rentowności sprzedaży (ROS)	(29,62)%	(1,45)%	(6,52)%	(4,26)%
Wskaźnik rentowności kapitału własnego (ROE)	(3,07)%	(0,20)%	(4,55)%	(2,55)%
Wskaźnik rentowności majątku (ROA)	(1,86)%	(0,13)%	(1,94)%	(1,30)%
Wskaźnik rentowności operacyjnej	(32,17)%	(2,19)%	(7,03)%	(5,10)%
Wskaźnik rentowności EBITDA	(24,33)%	1,68%	(0,72)%	(0,78)%
Wskaźnik rentowności netto	(29,62)%	(1,45)%	(6,52)%	(4,26)%

W ujęciu jednostkowym wskaźnik rentowności sprzedaży zmniejszył się o 28,17 p.p., co spowodowane jest znacząco niższym poziomem przychodów ze sprzedaży. Wskaźnik rentowności kapitału własnego spadł o 2,88 p.p., a wskaźnik majątku o 1,73 p.p. w porównaniu do analogicznego okresu w 2018 roku.

Spadek również odnotował wskaźnik rentowności operacyjnej (o 29,98 p.p.). Jego przyczyną jest znaczący spadek sprzedaży przy nieznacznym spadku kosztów operacyjnych w porównaniu do analogicznego okresu 2018. Wskaźnik rentowności EBITDA spadł o 26,00 p.p.

W ujęciu skonsolidowanym obserwujemy spadki większości wskaźników czego główną przyczyną jest znaczący spadek zysku netto. Wskaźnik rentowności sprzedaży spadł o 2,26 p.p., rentowności kapitału własnego spadł o 2,01 p.p., wskaźnik rentowności majątku spadł o 0,64 p.p., rentowności operacyjnej spadł o -1,94 p.p.. Jedynie wskaźnik rentowności EBITDA wzrósł o 0,05 p.p..

Wybrane jednostkowe i skonsolidowane wskaźniki kondycji finansowej MEDIACAP za Q1 2019 i wskaźniki porównywalne za 2018.

	Jednostkowe		Skonsolidowane	
	Q1 2019	2018	Q1 2019	2018
Wskaźnik ogólnej płynności	1,01	0,77	0,83	1,23
Wskaźnik ogólnego zadłużenia	0,43	0,36	0,62	0,52
Wskaźnik zadłużenia kapitałów własnych	0,75	0,55	1,60	1,09
Wskaźnik relacji długu do EBITDA	(29,14)	247,78	(310,95)	(239,12)

Po pierwszym kwartale 2019 zarówno w ujęciu skonsolidowanym, jak i jednostkowym odnotowano wzrosty wskaźników ogólnego zadłużenia i zadłużenia kapitałów własnych w porównaniu do analogicznego okresu w roku 2018. W ujęciu jednostkowym wskaźnik ogólnej płynności wzrósł, natomiast w ujęciu skonsolidowanym spadł. Ujemna wartość wskaźnika relacji długu do EBITDA w ujęciu jednostkowym wynika ze znaczącego spadku wartości EBITDA rok do roku.

Rotacja należności i zobowiązań

W ujęciu jednostkowym za Q1 2019 wskaźnik szybkości obrotu należności wynosi 67 dni, a wskaźnik szybkości obrotu zobowiązań wynosi 26 dni. Analogiczne wskaźniki na koniec roku wyniosły 61 dni dla należności i 35 dni dla zobowiązań. Natomiast w odniesieniu do danych za Q1 2018 wskaźnik należności spadł o 3 dni, natomiast wskaźnik zobowiązań spadł o 18 dni.

W ujęciu skonsolidowanym za Q1 2018, wskaźniki te wynoszą odpowiednio: 68 dni dla rotacji należności i 19 dni dla rotacji zobowiązań. W ujęciu skonsolidowanym wskaźniki na koniec roku wyniosły 65 dni dla należności i 23 dni dla zobowiązań. Rotacja należności, w odniesieniu do pierwszego kwartału 2018 roku w ujęciu skonsolidowanym spadła o 1 dzień, a rotacja zobowiązań spadła o 2 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

Struktura aktywów i pasywów w ujęciu jednostkowym w tys. PLN

Bilans	Q1 2019	Struktura %	2018	Struktura %	Dynamika r/r %
AKTYWA TRWAŁE	30 543	77%	27 994	77%	9%
Wartości niematerialne	562	1%	658	2%	(15)%
Rzeczowe aktywa trwałe	1 669	4%	622	2%	168%
Należności długoterminowe	41	0%	-	0%	N/D
Pozostałe aktywa finansowe długoterminowe	26 294	67%	24 659	68%	7%
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	664	2%	664	2%	0%
Pozostałe aktywa długoterminowe	1 312	3%	1 390	4%	(6)%
AKTYWA OBROTOWE	8 898	23%	8 173	23%	9%
Zapasy	-	0%	-	0%	0%
Należności krótkoterminowe	2 642	7%	7 753	21%	(66)%
Pozostałe aktywa finansowe oraz środki pieniężne i ich ekwiwalenty	5 625	14%	33	0%	17 108%
Pozostałe aktywa obrotowe	631	2%	388	1%	63%
AKTYWA RAZEM	39 441	100%	36 167	100%	9%
KAPITAŁ WŁASNY	22 577	57%	23 282	64%	(3)%
ZOBOWIĄZANIA DŁUGOTERMINOWE	8 029	20%	2 238	6%	259%
Zobowiązania i rezerwy długoterminowe	6 238	16%	305	1%	1947%
Rozliczenia międzyokresowe	1 791	5%	1 933	5%	(7)%
ZOBOWIĄZANIA KRÓTKOTERMINOWE	8 834	22%	10 647	29%	(17)%
Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe	8 299	21%	10 112	28%	(-18)%
Przychody przyszłych okresów oraz rozliczenia międzyokresowe	535	1%	535	1%	0%
PASYWA RAZEM	39 441	100%	36 167	100%	9%

Suma bilansowa na koniec Q1 2019 dla danych jednostkowych wyniosła 39 441 tys. PLN, co oznacza wzrost (+9%) w stosunku do danych na koniec 2018 roku. W strukturze aktywów największe wzrosty zanotowały pozostałe aktywa finansowe oraz środki pieniężne i ich ekwiwalenty (+17 108%). Największą pozycję aktywów stanowią pozostałe aktywa finansowe długoterminowe, które w Q1 2019 stanowią 67% aktywów, a na 31 grudnia 2018 stanowiły ok. 68% aktywów. Największe spadki wystąpiły na pozycjach: należności krótkoterminowe (-66%) oraz wartości niematerialnych i prawnych (-15%).

Na koniec Q1 2019 Spółka dysponowała praktycznie takim samym kapitałem własnym w porównaniu do końca 2018 (22 577 tys. w Q1 2019 vs 23 282 tys. PLN). W strukturze pasywów (pomijając kapitał własny) największą pozycją są zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe, które na koniec Q1 2019 wynoszą 8 299 tys. PLN i stanowią 21% sumy bilansowej, a na 31 grudnia 2018 stanowiły ok. 28% pasywów. W odniesieniu do danych z końca 2018 największy wzrost w stosunku do danych na koniec 2018 nastąpił na zobowiązaniach i rezerwach długoterminowych (+1947%).

Struktura aktywów i pasywów w ujęciu skonsolidowanym w tys. PLN

Bilans	Q1 2019	Struktura %	2018	Struktura %	Dynamika r/r %
AKTYWA TRWAŁE	42 713	61%	25 108	43%	70%
Wartości niematerialne	5 256	7%	5 517	9%	(5)%
Wartość firmy	21 057	30%	12 350	21%	70%
Inwestycje w spółce stowarzyszonej rozliczane zgodnie z metodą praw własności	1 775	3%	1 800	3%	(1)%
Rzeczowe aktywa trwałe	11 412	16%	3 088	5%	270%
Należności długoterminowe	171	0%	15	0%	1043%
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	3 022	4%	2 321	4%	30%
Pozostałe aktywa trwałe	20	0%	17	0%	20%
Pozostałe aktywa finansowe długoterminowe	-	0%	-	0%	N/D
AKTYWA OBROTOWE	27 410	39%	33 544	57%	(18)%
Zapasy	15	0%	1	0%	1416%
Należności krótkoterminowe	19 926	28%	30 920	53%	(36)%
Pozostałe aktywa finansowe oraz Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	5 508	8%	2 115	4%	160%
Pozostałe aktywa obrotowe	1 961	3%	508	1%	286%
AKTYWA RAZEM	70 123	100%	58 652	100%	20%
KAPITAŁ WŁASNY PRZYPADAJĄCY AKCJONARIUSZOM JEDNOSTKI DOMINUJĄCEJ	21 759	31%	22 825	39%	(5)%
UDZIAŁY NIEKONTROLUJĄCE	5 169	7%	5 220	9%	(1)%
ZOBOWIĄZANIA DŁUGOTERMINOWE	10 212	15%	3 304	6%	209%
Zobowiązania i rezerwy długoterminowe	8 173	12%	1 959	3%	317%
Rozliczenia międzyokresowe	2 039	3%	1 345	2%	52%
ZOBOWIĄZANIA KRÓTKOTERMINOWE	32 983	47%	27 303	47%	21%
Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe	29 065	41%	25 230	43%	15%
Przychody przyszłych okresów oraz rozliczenia międzyokresowe	3 918	6%	2 073	4%	89%
PASYWA RAZEM	70 123	100%	58 652	100%	20%

Suma bilansowa Grupy Kapitałowej MEDIACAP w za Q1 2019 wyniosła 70 123 tys. PLN, co oznacza 20% spadek w stosunku do stanu na koniec 2018. W strukturze aktywów znacząco wzrosły należności długoterminowe (+1 043%) oraz zapasy (+1 416%), zaś największy spadek wystąpił na należnościach krótkoterminowych (-36%). Największą pozycję aktywów stanowi wartość firmy, która wynosi 21 057 tys. PLN, co stanowi 30% sumy bilansowej (21% na koniec 2018 roku).

Na koniec Q1 2019 Grupa MEDIACAP dysponowała nieco niższym kapitałem własnym przypadającym akcjonariuszom jednostki dominującej w wysokości 21 759 tys. PLN w porównaniu do stanu na koniec 2018 roku (22 825 tys. PLN). W strukturze pasywów (pomijając kapitał własny i udziały niekontrolujące) na koniec pierwszego kwartału największą pozycję (41% pasywów) stanowiły zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe, które w porównaniu do 2018 wzrosły o 15%. Największy wzrost w odniesieniu do danych na koniec 2018 roku zanotowała pozycja zobowiązań i rezerw długoterminowych (+317%), zaś

największy spadek dotyczy kapitału własnego przypadającego akcjonariuszom jednostki dominującej (-5%).

c) Przepływy pieniężne

Jednostkowe i skonsolidowane przepływy pieniężne MEDIACAP za Q1 2019 oraz dane porównywalne za Q1 2018 w tys. PLN.

	Jednostkowe		Skonsolidowane	
	Q1 2019	Q1 2018	Q1 2019	Q1 2018
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	808	(679)	5 782	1 700
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(2 313)	(1 314)	(2 629)	(816)
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	1 480	1 704	195	917
Przepływy pieniężne netto razem	(25)	(289)	3 348	1 801

W ujęciu jednostkowym łączne przepływy pieniężne netto w pierwszym kwartale wyniosły -25 tys. PLN, w porównaniu do -289 tys. PLN w analogicznym okresie roku 2018. Zmiana ta była w głównej mierze spowodowana dodatnimi przepływami z działalności operacyjnej (+1 486,97 tys. PLN), które wynikały ze zmiany stanu należności. Poza tym spadek odnotowały przepływy pieniężne z działalności inwestycyjnej (-998,96 tys. PLN), co jest wynikiem nabycia pozostałych aktywów finansowych oraz z działalności finansowej (-223,98 tys. PLN), co jest wynikiem spłaty zaciągniętego kredytu oraz innych zobowiązań finansowych (wynikających z MSSf 16).

W ujęciu skonsolidowanym łączne przepływy pieniężne netto w pierwszym kwartale 2019 wyniosły 3 348 tys. PLN, w porównaniu do 1 801 tys. PLN w analogicznym okresie roku 2018 (wzrost o 1 547 tys. PLN). Wpływ na to miał wzrost przepływów pieniężnych netto z działalności operacyjnej z poziomu 1 700 tys. PLN (Q1 2018) do wysokości 5 782 tys. PLN (Q1 2019), czego przyczyną był znaczący wzrost amortyzacji oraz zmiana stanu należności. Znaczącoemu zmniejszeniu uległy przepływy z działalności inwestycyjnej, które związane były między innymi z nabyciem udziałów w jednostkach stowarzyszonych. W efekcie przepływy pieniężne z działalności inwestycyjnej wyniosły -2 629 tys. PLN w Q1 2019 w porównaniu do -816 tys. PLN w Q1 2018. Niższe saldo przepływów netto z działalności finansowej było konsekwencją zaciągnięcia wyższego zobowiązania finansowego w raportowanym okresie 2019 w porównaniu do analogicznego okresu w 2018 roku. Spowodowało to łączny spadek przepływów z działalności finansowej o 722 tys. PLN.

CHARAKTERYSTYKA RYNKU I PERSPEKTYWY ROZWOJU

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

Głównymi graczami w segmencie Marketing są spółki należące do sześciu wiodących holdingów marketingowych: WPP, Publicis Groupe, Omnicom Group, Dentsu Aegis, IPG i Havas – które w Polsce wspólnie obsługują zdecydowaną większość rynku (wg naszych szacunków nawet do 75%) za pośrednictwem należących do nich kilkudziesięciu wyspecjalizowanych agencji reklamowych, domów

badawczych i mediowych. Alternatywą do graczy międzynarodowych są firmy lokalne, wśród których panuje silne rozdrobnienie i wyraźna specjalizacja. O ile w poszczególnych podsegmentach rynku można zidentyfikować istotnych lokalnych graczy o tyle w zasadzie żadna polska grupa spółek nie osiągnęła jeszcze masy krytycznej niezbędnej do bycia całościową alternatywą wobec holdingów, co stanowi szansę rynkową dla MEDIACAP. Dynamikę i perspektywę tego rynku ustala się poprzez monitoring sumy wydatków na reklamy w mediach. Według raportu międzynarodowej grupy mediowej ZenithOptimedia Group (ZOG) w 2018 wydatki netto na media w Polsce wzrosły o 6,6% do około 7,5 mld PLN, zaś w bieżącym roku wzrosną o kolejne 4,2%. Raporty branżowe konsekwentnie wskazują, że najszybciej rosnącą częścią rynku był i będzie w nadchodzącym roku segment wideo w internecie, ze wzrostem przekraczającym 30% rok do roku.

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

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

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

STRATEGIA ROZWOJU

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

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

Zdrowe podstawy wzrostu

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

Nadciągająca medialna rewolucja

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

Wiodące platformy technologiczne

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

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

DZIAŁANIA MEDIACAP SA W OBSZARZE ROZWOJU PROWADZONEJ DZIAŁALNOŚCI

W 2018 działania Zarządu skupiły się na następujących kwestiach:

- Wspieraniu dynamicznego wzrostu TalentMedia – spółki zajmującej się online video wraz z przygotowaniem firmy do konsolidacji rynku. W efekcie, po przejęciu Lifetube, TalentMedia będzie w 2019 największym składnikiem Grupy, z przychodami na poziomie około 60 mln złotych.

- Wsparciu zarządu TalentMedia w zakresie uruchomienia nowatorskiej platformy TalentTube, łączącej marki z małymi twórcami (tzw. long-tail). Dzięki bliskiej współpracy technologicznej w ramach grupy kapitałowej udało się znacząco ograniczyć czas i środki niezbędne na projekt.
- Wsparciu zarządu spółki zależnej IQS w integracji operacyjnej marki netdive (wcześniej zwanej BrandSpy oraz rozwinięcia współpracy z partnerami w zakresie handlu danymi w celach optymalizacji działań marketingowych oraz do innych celów poza rynkiem badań. Na przełomie roku rozpoczął się komercyjny proces sprzedaży produktów netdive i jej wariantu netdive predictive.
- Wsparciu spółki zależnej Plastream w dotarciu do potencjalnych klientów i nowych segmentów. Obecnie kluczowym rynkiem do którego skierowana jest oferta tej spółki to rynek retail oraz wydawców i e-commerce. Jeszcze w tym półroczu pierwsza samoobsługowa kasa z wykorzystaniem technologii Plastream ma rozpocząć komercyjne testy w sieci Żabka.
- Kontynuowaniu realizacji ogłoszonej w Q2 2017 strategii rozwoju na lata 2017-2020, która zakłada skokowy wzrost wyników finansowych dzięki skalowaniu platform technologicznych TalentMedia/Lifetube, Opinie.pl i Plastream.

W Q1 2019 w obszarze prowadzonej działalności zostały podjęte lub kontynuowane były następujące inicjatywy nastawione na wprowadzenie rozwiązań innowacyjnych w przedsiębiorstwie:

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

GŁÓWNI KONKURENCI

Znaczące uzależnienie od kapitału ludzkiego i stosunkowo niska kapitałochłonność wobec powolnie rosnącego sprawiają, że utrzymuje się silna konkurencja rynkowa. Na rynku ścierają się dodatkowo dwa przeciwne trendy: większe firmy poszukują korzyści skali poprzez konsolidacje, ale równolegle pojawiają się małe firmy, zakładane przez grupy doświadczonych byłych pracowników dużych firm, które starają się znaleźć dla siebie nisze rynkowe – często w obrębie branż i marek klientów, dla których ich zespoły

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

Międzynarodowa konkurencja Grupy Kapitałowej MEDIACAP

Nazwa konkurenta	Skrócony opis
WPP plc	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. 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.
Publicis Groupe SA	Publicis Groupe („Publicis”) jest międzynarodową grupą marketingową z siedzibą w Paryżu. Stanowi jedną z największych grup reklamowych świata z przychodami na poziomie ponad 9,7 miliarda EUR w 2016 roku i obecnością na terenie 108 państw. Należy do niej szereg wiodących marek rynku marketingowego, między innymi: Publicis Worldwide, Saatchi & Saatchi, Leo Burnett, ZenithOptimedia, StarcomMediavest Group, MSLGROUP. Publicis jest notowana na rynku Euronext. Według szacunków MEDIACAP grupa jest drugim największym graczem na polskim rynku marketingowym. Dla MEDIACAP stanowi konkurencję w segmencie Marketing. Spółka jest aktywnym graczem w zakresie przejęć. W ostatnich latach przejęła m.in. takie marki jak Interactive Solutions czy Ciszewski PR.
Omnicom Group, inc	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	Interpublic Group of Companies, Inc („IPG”) jest amerykańskim holdingiem marketingowym z siedzibą w Nowym Jorku. Grupa działa w ponad 100 krajach, a jej przychody w 2015 roku wyniosły 7,6 miliarda USD. Należą do niej takie marki jak: FCB (Foote, Cone & Belding), Initiative, Jack Morton Worldwide, Lowe and Partners, McCann i Weber Shandwick. Jest notowana na New York Stock Exchange.

W Polsce należy według szacunków MEDIACAP do grona sześciu największych graczy rynkowych i jest kluczowym konkurentem MEDIACAP w segmencie Marketing. Grupa nie dokonała znaczących przejęć w ostatnich latach na polskim rynku.

Dentsu Aegis Network Ltd.	Wiodący międzynarodowy holding reklamowy, należący w całości do światowego potentata mediowego Dentsu. Spółki grupy działają w 145 krajach i przyniosły w 2014 roku łącznie 5,7 miliarda GBP przychodów. Do jego marek należą między innymi takie firmy jak: Carat, Dentsu Media, iProspect, Isobar, Posterscope czy Vizeum. W Polsce należy według szacunków MEDIACAP do grona sześciu największych graczy rynkowych i jest kluczowym konkurentem MEDIACAP w segmencie Marketing. Grupa przejęła w ostatnim czasie publicznie notowaną polską spółkę Socializer SA.
---------------------------	--

Havas SA	Międzynarodowy holding reklamowy z siedzibą w Paryżu. Spółki grupy działają w ponad 100 krajach i wygenerowały w 2014 roku 2,1 miliarda EUR. Do jego marek należą takie firmy jak: Havas, Havas Media, Arnold Worldwide, Havas Sports & Entertainment czy Arena Media. Spółka jest notowana na rynku Euronext. W Polsce należy według szacunków MEDIACAP do grona sześciu największych graczy rynkowych i jest kluczowym konkurentem MEDIACAP SA w segmencie Marketing. Grupa nie dokonała znaczących przejęć w Polsce w ostatnich latach.
----------	--

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

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

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

Przewagi konkurencyjne Grupy

Grupa MEDIACAP charakteryzuje się trzema kluczowymi przewagami:

Przewaga w zakresie działalności organicznej

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

Przewaga w zakresie przejęć

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

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

Przewagi w zakresie zarządzania

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

VIII

ZARZĄDZANIE RYZYKIEM W GRUPIE – OPIS PODSTAWOWYCH ZAGROŻEŃ I RYZYK

CZYNNIKI ZWIĄZANE Z DZIAŁALNOŚCIĄ GRUPY KAPITAŁOWEJ MEDIACAP

1.1. Ryzyko związane z niepowodzeniem strategii

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

Ryzyko związane z pozyskiwaniem kontraktów

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

Ryzyko związane z oferowaniem i świadczeniem nowych typów usług

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

Ryzyko związane z akwizycjami

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

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

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

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

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

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

W swojej działalności Grupa Kapitałowa MEDIACAP w bardzo szerokim stopniu korzysta z usług świadczonych przez dostawców zewnętrznych oraz podwykonawców. W związku z tym działalność Grupy narażona jest na ryzyko związane z terminowością oraz jakością usług świadczonych przez te podmioty. Ewentualne niewywiązanie lub nienależyte wywiązanie się dostawców z umów zawartych z Grupą Kapitałową mogłoby uniemożliwić lub znacząco utrudnić Grupie Kapitałowej należyte wywiązanie się z umów zawartych przez Grupę Kapitałową z jej odbiorcami. Sytuacja taka mogłaby zaszkodzić rynkowemu wizerunkowi Grupy Kapitałowej oraz narazić ją na koszty związane z odszkodowaniami płaconymi na rzecz odbiorców, a tym samym negatywnie wpłynąć na sytuację finansową Grupy Kapitałowej.

1.4. Ryzyko kar umownych związanych z realizacją umów

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

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

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

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

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

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

Istnieje również ryzyko naruszenia zabezpieczeń systemów informatycznych Grupy Kapitałowej MEDIACAP, celowego uszkodzenia, zniszczenia lub kradzieży informacji poufnych lub danych osobowych klientów Grupy Kapitałowej MEDIACAP lub ich utraty w inny nieprzewidziany sposób. Może to skutkować dostępem do tych danych osób trzecich i wykorzystania ich w bezprawnych celach, co może negatywnie wpłynąć na ocenę wiarygodności Grupy Kapitałowej MEDIACAP i w konsekwencji spowodować utratę potencjalnych klientów oraz pogorszenie sytuacji finansowej. W celu ograniczenia powyższych ryzyk w zakresie przetwarzania i ochrony danych osobowych Grupa Kapitałowa MEDIACAP wdrożyła i wykorzystuje adekwatne środki techniczne i organizacyjne zapewniające ochronę danych przed ich nieuprawnionym lub niewłaściwym przetwarzaniem.

Współpracownicy Grupy Kapitałowej MEDIACAP zobowiązani są znać i przestrzegać wdrożone w Spółce procedury postępowania i obowiązujące ich przepisy prawa, w szczególności prawa autorskiego oraz przepisów o zakazie nieuczciwej konkurencji. Nie można jednak wykluczyć, że w toku bieżącej działalności mogą ujawnić się błędy i pomyłki, które w zależności od ich skali mogą mieć wpływ na wizerunek i renomę Grupy Kapitałowej, jej sytuację ekonomiczną i bieżące wyniki finansowe.

W szczególności może to dotyczyć naruszenia praw autorskich, dóbr osobistych bądź przepisów o zakazie nieuczciwej konkurencji, co może skutkować przejściową lub trwałą utratą klientów oraz ewentualnymi roszczeniami odszkodowawczymi ze strony klientów.

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

1.7. Ryzyko związane z ograniczonym dostępem do finansowania działalności Grupy

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

z ryzykiem dostępu do finansowania ze względu na ograniczoną zdolność zabezpieczenia długu na składnikach majątku Grupy Kapitałowej.

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

1.8. Ryzyko związane z wykorzystywanymi technologiami

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

1.9. Ryzyko związane z dotacjami

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

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

1.10. Ryzyko utraty płynności

- Związane ze zróżnicowaniem terminów płatności względem dostawców usług oraz klientów. W swojej działalności Grupa Kapitałowa w bardzo szerokim stopniu korzysta z usług świadczonych przez dostawców zewnętrznych oraz podwykonawców. W związku z tym jej działalność narażona jest na ryzyko związane z koniecznością stosowania różnych terminów płatności względem dostawców usług oraz klientów. W tego powodu Grupa Kapitałowa często

zmuszona jest do pokrywania kosztów dostawców usług w realizowanych projektach z własnych środków przed uzyskaniem wynagrodzenia od klientów. Opóźnienia w dokonywaniu płatności przez klientów mogą powodować stałą lub czasową niezdolność do terminowego realizowania zobowiązań finansowych na rzecz dostawców usług w innych projektach. Ryzyko to powoduje niebezpieczeństwo powstania obowiązku zapłaty odsetek oraz wytoczenia powództwa o zapłatę przeciwko spółkom należącym do Grupy Kapitałowej. Sytuacja taka mogłaby zaszkodzić rynkowemu wizerunkowi Grupy Kapitałowej oraz narazić ją na poniesienie ewentualnych dodatkowych kosztów procesu, co w efekcie może wywrzeć negatywny wpływ na wyniki finansowe i sytuację finansową Grupy.

- Związane z prefinansowaniem kampanii reklamowych, zleceń i projektów z udziałem środków europejskich angażowanie własnych środków przez Grupę w projekty, w których spółki Grupy występują, jako wykonawca/zleceniobiorca staje się stałą praktyką obowiązującą na rynku mediów i reklamy. Wysokie koszty związane z prowadzeniem kampanii reklamowych oraz agresywne działania konkurencji doprowadziły do sytuacji, w której spółki zajmujące się prowadzeniem kampanii reklamowych, w ramach zawieranych umów celem utrzymania dotychczasowych kontrahentów zobowiązane są do uiszczania przedpłat np. za emisję spotów reklamowych w środkach masowego przekazu.
- Ukształtowana praktyka rynkowa doprowadziła do sytuacji, w której coraz częściej w ramach zawieranych umów, kontrahenci dopiero po zakończeniu danej kampanii/zlecenia zwracają spółce koszty poniesione na przeprowadzenie danej kampanii, w związku z tym może to powodować zagrożenie odmowy zwrotu uiszczenia przez kontrahenta już zapłaconych kosztów związanych z daną kampanią/zleceniem oraz może powodować problemy z cash flow. Obowiązująca dotychczas praktyka uiszczania przez kontrahentów zaliczek na poczet ponoszonych kosztów ewoluowała, co doprowadziło do sytuacji, w której kontrahenci niechętnie wypłacają zaliczki na poczet ponoszonych przez spółki kosztów, związanych z daną kampanią, a preferują rozliczanie całości kampanii, a nie jej części.
- Jednocześnie MEDIACAP SA i jego spółki zależne realizują projekty z udziałem środków europejskich gdzie muszą prefinansować znaczną część kosztów. Powoduje to ryzyko braku zwrotu poniesionych wydatków w sytuacji, gdy ich część lub całość nie zostanie zakwalifikowana do kosztów.

1.11. Ryzyko związane z największymi odbiorcami usług

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

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

W przypadku ewentualnego zaprzestania współpracy z jednym z wiodących zleceniodawców, nie ma pewności, że w krótkim czasie Grupa Kapitałowa będzie w stanie pozyskać nowego zleceniodawcę lub

odpowiednio zwiększyć przychody generowane przez pozostałych zleceniodawców. w związku z powyższym istnieje ryzyko okresowego obniżenia przychodów ze sprzedaży, co w efekcie może wywrzeć negatywny wpływ na wyniki finansowe i sytuację finansową Grupy.

1.12. Ryzyko związane z konkurencją

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

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

1.13. Ryzyko technologiczne

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

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

Jednym z największych zagrożeń działalności w sektorze usług marketingowych (mimo dynamicznego rozwoju tego rynku w Polsce) jest jego duża wrażliwość na wahania koniunktury gospodarczej. W sytuacji znaczącego spowolnienia wzrostu gospodarczego wydatki przedsiębiorstw na cele marketingowe ulegają zmniejszeniu, co może pociągnąć za sobą negatywne skutki dla wyników finansowych Grupy. W ostatnich

latach szczególnie rok 2009 był trudny dla branży marketingowej – wydatki klientów w segmencie usług eventowych spadły w tym czasie według szacunków nawet o połowę.

Klientami Grupy są również korporacje międzynarodowe, które decyzje o lokowaniu swoich inwestycji (w tym wydatków na reklamę i marketing) podejmują w oparciu o ocenę sytuacji makroekonomicznej całego regionu, do którego należy Polska. W efekcie niekorzystna sytuacja gospodarcza w krajach innych niż Polska może dla Grupy skutkować spadkiem lub brakiem zleceń ze strony korporacji międzynarodowych. Ewentualne znaczące pogorszenie się sytuacji makroekonomicznej w Polsce lub w regionie mogłoby wywrzeć negatywny wpływ na wyniki finansowe i sytuację finansową Grupy Kapitałowej.

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

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

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

1.16. Ryzyko związane z otoczeniem prawnym

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

1.17. Ryzyko związane z prawami autorskimi

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

1.18. Ryzyko zmian stóp procentowych

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

1.19. Ryzyko reputacyjne

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

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

1.20. Ryzyko zmienności kursów walut

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

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

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

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

2.1. Czynniki makroekonomiczne i polityka państwa

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

- Ogólna sytuacja gospodarcza w Polsce i na świecie. Spowolnienie gospodarcze wpływa na wielkość budżetów przeznaczanych na reklamę, w spotęgowany sposób, co było widoczne szczególnie w roku 2009, kiedy według szacunków opublikowanych przez firmę Starlink polski rynek spadł aż o 8,7%. w momentach odbicia gospodarczego występuje opóźnienie pomiędzy odbiciem ogólnogospodarczym a odbiciem rynku marketingowego z racji inercji decyzyjnej głównych graczy. Czynniki te miały wpływ na wyniki grupy w szczególności w latach 2009-2011;
- Polityka podatkowa. Istotne znaczenie dla działalności finansowej Grupy mają przepisy z zakresu opodatkowania, a w szczególności regulacje dotyczące opodatkowania aktywności promocyjnych realizowanych na rzecz klientów Grupy. Czynniki te nie dotknęły jak dotąd bezpośrednio grupy ale może mieć na nią wpływ w przyszłości, szczególnie w przypadku „wrażliwych” branż takich jak: klienci produkujący przekąski, klienci produkujący używki, klienci z branży farmaceutycznej;

- Polityka monetarna prowadzona przez NBP i Radę Polityki Pieniężnej. Nie bez znaczenia jest poziom stóp procentowych, który przekłada się na wysokość kosztów finansowych oraz ma wpływ na zdolność kredytową MEDIACAP SA i jej spółek zależnych. Mając na uwadze planowane 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.



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 WARSAWA SP. Z O.O.

Marcin Jeziorski
Prezes Zarządu

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

www.s-f.com.pl

IQS SP. Z O.O.

Alina Lempa
Prezes Zarządu

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

www.grupaiqs.pl

THE DIGITALS SP. Z O.O.

Piotr Hassine
Członek Zarządu

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

www.thedigitals.pl

PLASTREAM SP. Z O.O.

Bartosz Aninowski
Prezes Zarządu

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

www.edgetechnology.pl

TALENTMEDIA SP. Z O.O.

Krystian Botko
Prezes Zarządu

Tel. 502 058 824
www.talentmedia.tv

MEDIACAP SA

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