



SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI W ROKU 2025

**SPÓŁKI
EKIPA HOLDING S.A.
ORAZ
GRUPA KAPITAŁOWA EKIPA HOLDING S.A.**

KRAKÓW, DN. 20 MARCA 2026 R.

Spis treści

I.	Podstawowe informacje o emitencie	05
II.	Zdarzenia istotnie wpływające na działalność Grupy Kapitałowej jakie nastąpiły w roku obrotowym, a także po jego zakończeniu, do dnia zatwierdzenia sprawozdania finansowego	17
III.	Przewidywany rozwój	27
IV.	Ważniejsze osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju	28
V.	Wpływ działalności Grupy Kapitałowej na środowisko naturalne	28
VI.	Informacje na temat działalności Grupy Kapitałowej, branży i czynników makroekonomicznych	29
VII.	Informacje o segmentach działalności oraz sezonowości	57
VIII.	Aktualna sytuacja finansowa Grupy Kapitałowej i Jednostki Dominującej na koniec 2025 roku	58
IX.	Komentarz na temat okoliczności i zdarzeń istotnie wpływających na działalność Spółki, jej sytuację finansową i wyniki osiągnięte w kwartale sprawozdawczym	62
X.	Informacje na temat kluczowych zasobów niematerialnych	68
XI.	Wyjaśnienie w jaki sposób model biznesowy Spółki zależy od kluczowych zasobów niematerialnych oraz w jaki sposób zasoby te stanowią źródło tworzenia wartości dla Spółki	69
XII.	Posiadane przez Spółkę oddziały (zakłady)	69
XIII.	Ryzyka związane z instrumentami finansowymi oraz działalnością	69
XIV.	Stwierdzone przez organy nadzoru lub organy kontrolne naruszenia prawa oraz postępowania sądowe toczące się przeciwko Spółce	92
XV.	Informacja na temat stosowania przez Emitenta zasad ładu korporacyjnego w 2025 r.	92

Zarząd EKIPA Holding S.A.



Łukasz Wojtyca

Prezes Zarządu EKIPY. Pełni również funkcję Prezesa w Spółkach EKIPATONOSI oraz GGBAY, a także Członka Zarządu w LANIAKEA PICTURES.

Jest jednym z głównych założycieli EKIPY, znany również pod pseudonimem "Wujek Łuki". Polski biznesmen i influencer – jego celem był dynamiczny rozwój EKIPY w nowych branżach czego efektem było powstanie Spółki EKIPA Holding, przeniesienie działalności operacyjnej do EKIPA Management i EKIPATONOSI oraz rozbudowa o dwa nowe segmenty (LANIAKEA PICTURES i GGBAY) wyspecjalizowane w poszczególnych branżach. Jest także inicjatorem wejścia EKIPY Holding na NewConnect oraz pomysłodawcą kinowej produkcji "100 dni do matury".

Łukasz Górski

Wiceprezes Zarządu EKIPY. Pełni również funkcję Prezesa w Spółce EKIPA Investments.

Jest jednym z głównych architektów wprowadzenia EKIPY na giełdę. Od wielu lat Członek Zarządu publicznych Spółek akcyjnych, uczestnik rynku kapitałowego od 2009 roku. Doświadczenie zawodowe i profesjonalne kwalifikacje zdobywał w Spółkach różnych grup inwestycyjnych, których zalety wdrażał w uniwersum EKIPY. Posiada tytuł magistra zdobyty na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie, Wydziału Ekonomii na kierunku Strategie Rozwoju i Doradztwo Ekonomiczne. Ponadto ukończył studia podyplomowe w Krakowskiej Szkole Biznesu Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie na kierunku Handel Międzynarodowy.



Wybrane skonsolidowane dane finansowe w ujęciu narastającym za 2025 r.



9 081 324, 82 PLN
EBITDA



3 550 544, 41 PLN
Zysk brutto



14 754 072, 19 PLN
Zapasy



3 383 206, 20 PLN
Zysk netto



10 528 206, 28 PLN
Inwestycje
długoterminowe



14 131 461, 89 PLN
Krótkoterminowe
aktywa finansowe



Ilość wyświetleń wszystkich twórców
z grupy EKIPA na kanałach YouTube
w 2025 roku

1108 974 151

I. Podstawowe informacje o emitencie

Dane teleadresowe

EKIPA HOLDING SPÓŁKA AKCYJNA („EKIPA”, „EKIPA HOLDING”, „Emitent”, „Spółka”, „Jednostka Dominująca”)	
ADRES SIEDZIBY	ul. Pod Sikornikiem 27A, 30-216 Kraków
NUMER TELEFONU	+48 577 776 465
ADRES POCZTY ELEKTRONICZNEJ	hello@ekipasa.pl
ADRES STRONY INTERNETOWEJ	www.ekipaholding.pl
SĄD REJESTROWY	Sąd Rejonowy dla Krakowa-Śródmieścia w Krakowie, XI Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru
DATA REJESTRACJI	30 marca 2010 r.
NUMER KRS	0000352910
REGON	241302763
NIP	9372604213

Przedmiot działalności

EKIPA Holding S.A. jest Spółką dominującą Grupy Kapitałowej, w skład której wchodzi obecnie 12 Spółek zależnych: EKIPA Management Sp. z o.o., EKIPATONOSI Sp. z o.o., Laniakea Pictures Sp. z o.o., GGBAY Sp. z o.o., Brainchild Sp. z o.o., Direct by Ekipa Sp. z o.o. (poprzednio Kraków Kings Sp. z o.o.), EKIPA Investments ASI Sp. z o.o., EKIPA Music Entertainment Sp. z o.o., ESSA Co Sp. z o.o., Laniakea Pictures LLC, PORTALL Sp. z o.o. oraz INFLUCENTER Sp. z o.o.

EKIPA Holding jako Spółka matka, wspiera w rozwoju Spółki Grupy Kapitałowej, które zajmują się działalnością operacyjną, każda wyspecjalizowana w swojej branży. Jako ogół jesteśmy grupą, której podstawowym celem jest dostarczanie szeroko rozumianej rozrywki na różnych płaszczyznach. Podstawą działalności EKIPA Holding jest akumulowanie, zarządzanie i komercjalizacja bezpośrednio lub przez Spółki celowe wytwarzanych w grupie praw autorskich, brandów i marek.

EKIPA Holding, wraz ze swoimi Spółkami zależnymi, tworzy dynamiczną grupę kapitałową działającą kompleksowo na rynku rozrywki, marketingu oraz budowania marek. Główną osią działalności Grupy pozostaje twórczość internetowa oraz influencer marketing. Jednocześnie, wraz z rozwojem, EKIPA systematycznie rozszerzała swoje portfolio o nowe segmenty, takie jak:

- e-commerce,
- produkcja muzyczna,
- tworzenie gier,
- organizacja wydarzeń,
- inwestycje.

EKIPA Holding, jako Spółka dominująca pełni rolę strategiczną i wspierającą wobec Spółek operacyjnych wchodzących w skład Grupy Kapitałowej. Każda z tych Spółek specjalizuje się w konkretnej dziedzinie, co pozwala na efektywne wykorzystanie kompetencji i synergii wewnątrz Grupy.

Organy Spółki

Zarząd

W okresie sprawozdawczym nie doszło do zmian w składzie Zarządu Spółki.

Na dzień sporządzenia niniejszego raportu skład Zarządu Spółki przedstawia się następująco:



Łukasz Wojtyca
Prezes Zarządu



Łukasz Górski
Wiceprezes Zarządu

Rada nadzorcza

Zwyczajne Walne Zgromadzenie, które odbyło się w dniu 27 maja 2025 r. odwołało ze składu Rady Nadzorczej Pana Tomasza Wykurza. Jednocześnie Zgromadzenie powołało do składu Rady Nadzorczej na okres pięcioletniej kadencji Pana Vincenta Deniera.

Na dzień sporządzenia raportu skład Rady Nadzorczej Spółki przedstawiał się następująco:

- Kamil Gemra – Członek Rady Nadzorczej
- Vincent Denier – Członek Rady Nadzorczej
- Piotr Krupa – Członek Rady Nadzorczej
- Justyna Łukawska – Członek Rady Nadzorczej
- Patrycja Ignacy – Członek Rady Nadzorczej

Kapitał zakładowy

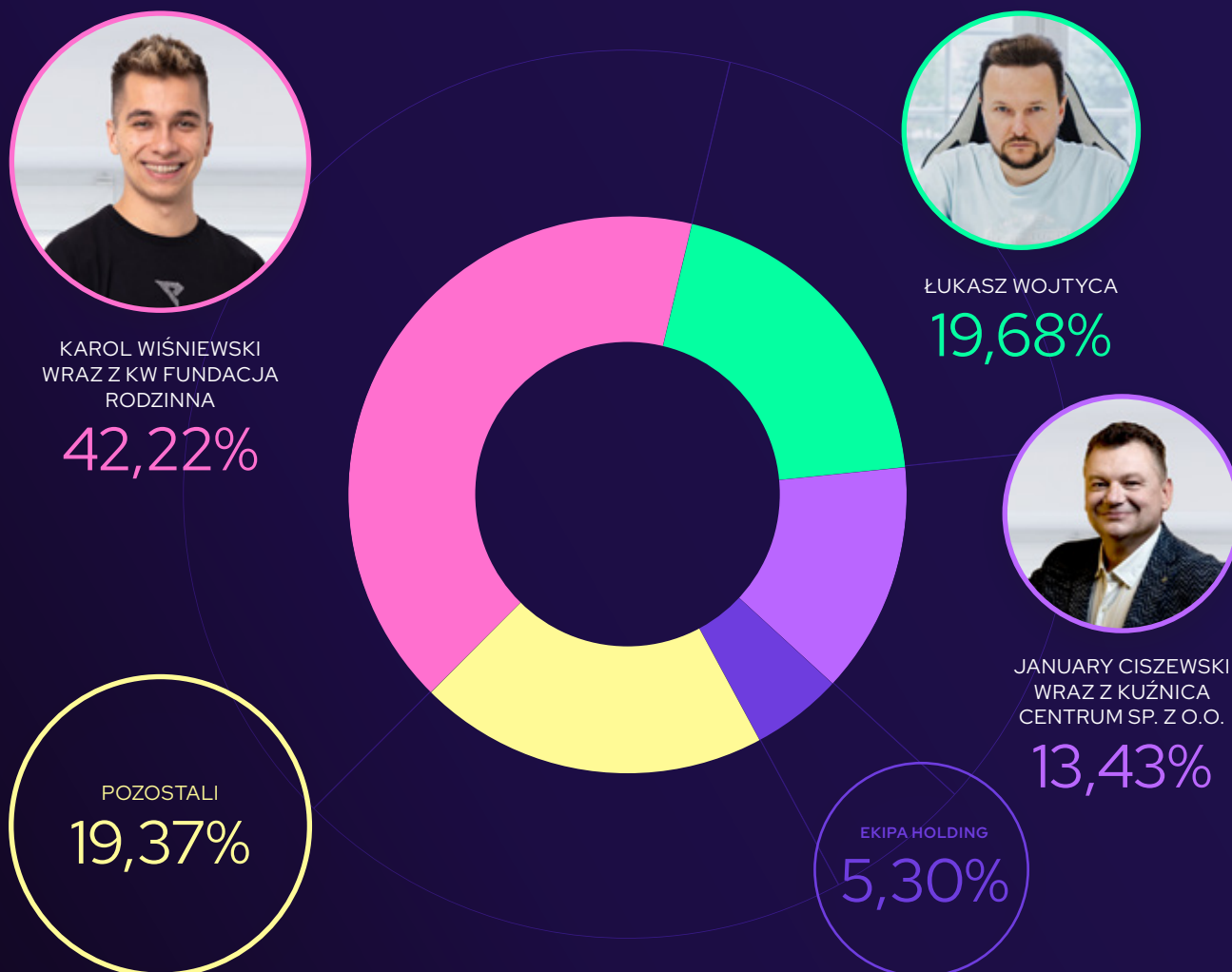
W okresie sprawozdawczym nie doszło do zmian w kapitale zakładowym Spółki.

Na dzień 31 grudnia 2025 r. kapitał zakładowy Spółki wynosił 4 080 696,00 zł (opłacony w całości) i dzielił się na 40.806.960 akcji zwykłych na okaziciela o wartości nominalnej 0,10 zł każda akcja, w tym:

- 2.500.000 akcji zwykłych na okaziciela serii A,
- 1.175.000 akcji zwykłych na okaziciela serii B,
- 260.000 akcji zwykłych na okaziciela serii C,
- 70.000 akcji zwykłych na okaziciela serii D,
- 94.500 akcji zwykłych na okaziciela serii E,
- 36.707.460 akcji zwykłych na okaziciela serii F.

Akcjonariat

Wykaz akcjonariuszy posiadających co najmniej 5% głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki na dzień 31 grudnia 2025 r. oraz na dzień przekazania niniejszego sprawozdania przedstawia się następująco:



AKCJONARIUSZ	LICZBA AKCJI	% AKCJI	LICZBA GŁOSÓW	% GŁOSÓW
KAROL WIŚNIEWSKI WRAZ Z KW FUNDACJA RODZINNA	17 228 563	42,22	17 228 563	42,22
ŁUKASZ WOJTYCA	8 032 596	19,68	8 032 596	19,68
JANUARY CISZEWSKI WRAZ Z KUŹNICA CENTRUM SP. Z O.O.	5 480 135	13,43	5 480 135	13,43
EKIPA HOLDING S.A. ¹	2 163 042	5,30	2 163 042	5,30
POZOSTALI	7 902 624	19,37	7 902 624	19,37

¹ Spółka nie może wykonywać prawa głosu

Posiadane akcje własne

W 2024 r. Spółka przeprowadziła skup akcji własnych za pośrednictwem Domu Maklerskiego BOŚ S.A. Przyjmowanie ofert trwało od 30 kwietnia do 13 maja 2024 r., a akcjonariusze złożyli 6 ofert sprzedaży na łącznie 2.049.751 akcji (5,02% wszystkich akcji Spółki). Cena nabycia wyniosła 0,10 zł za akcję, co dało łączny koszt 204.975,10 zł.

Akcje zostały nabyte w celu ich wykorzystania w programie motywacyjnym dla osób mających istotny wpływ na działalność Spółki.

Na dzień 31 grudnia 2025 r. Spółka posiada łącznie 2 163 042 akcje własne, co stanowi 5,30% kapitału zakładowym Spółki oraz 5,30% w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu Spółki, o wartości bilansowej 652 469,12 PLN. W okresie sprawozdawczym Spółka nie dokonywała skupu akcji własnych.

Umowa lock-up akcjonariuszy

W dniu 13 marca 2023 r. Zarząd Spółki zawarł umowę lock-up z Panem Karolem Wiśniewskim, Panem Łukaszem Wojtycą oraz JRH ASI S.A. (dalej: Akcjonariusze), na podstawie której Akcjonariusze zobowiązali się względem Spółki, przez okres 120 miesięcy, do niedokonywania jakichkolwiek czynności zobowiązujących lub rozporządzających, których przedmiotem będą posiadane przez nich nienotowane Akcje na okaziciela Serii F Spółki.

Przedmiotem zobowiązania jest 16.816.813 Akcji Serii F posiadanych przez Pana Karola Wiśniewskiego, które stanowią 41,21% udziału w kapitale zakładowym i w głosach Spółki, 8.032.596 Akcji Serii F posiadanych przez Pana Łukasza Wojtycę, które stanowią 19,68% udziału w kapitale zakładowym i w głosach Spółki oraz 4.099.500 Akcji Serii F posiadanych przez JRH ASI S.A., które stanowią 10,04% udziału w kapitale zakładowym i w głosach Spółki. Zobowiązanie to będzie podlegało stopniowej redukcji od 13.03.2023 r. do 12.03.2029 r. będzie obejmowało 100% ww. akcji, od 13.03.2029 r. do 12.03.2030 r. będzie obejmowało 80% ww. akcji, od 13.03.2030 r. do 12.03.2031 r. będzie obejmowało 60% ww. akcji, od 13.03.2031 r. do 12.03.2032 r. będzie obejmowało 40% ww. akcji, a od 13.03.2032 r. do 12.03.2033 r. będzie obejmowało 20% ww. akcji.

Ponadto, JRH ASI S.A. zobowiązała się dodatkowo, w terminie do dnia 29 września 2025 r., do niedokonywania jakichkolwiek czynności zobowiązujących lub rozporządzających, których przedmiotem są posiadane przez nią 1.380.635 akcje notowane, które stanowią 3,39% udziału w kapitale zakładowym i w głosach Spółki. Zobowiązanie to podlegało stopniowej redukcji – od 13.03.2023 r. do 29.09.2023 r. obejmowało 1.380.635 akcji, od 30.09.2023 r. do 29.09.2024 r. obejmowało 1.000.000 akcji, a do 29.09.2025 r. obejmowało 500.000 akcji.

Tym samym, łącznie zobowiązanie lock-up objęło akcje stanowiące 74,32% udziału w kapitale zakładowym i w głosach Spółki. Umowa wygasa w przypadku braku wprowadzenia Akcji Serii F do obrotu na rynku NewConnect lub upłynięcia terminów okresu lock-up w zależności, które zdarzenie wystąpi pierwsze.

W dniu 25 września 2024 r. Spółka zawarła porozumienie do umowy lock-up z dnia 13 marca 2023 r. ze stronami Umowy tj. Panem Karolem Wiśniewskim, Panem Łukaszem Wojtycą oraz JRH ASI S.A. z siedzibą w Krakowie, a także z dwoma dodatkowymi podmiotami, tj. Panem Januarym Ciszewskim oraz Kuźnica Centrum sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie, działającymi w charakterze przystępujących do umowy.

Na mocy porozumienia strony wyraziły zgodę na zbycie przez JRH ASI S.A.: 2.053.155 akcji serii F Spółki oraz 1.380.635 akcji notowanych Spółki na rzecz Pana Januarygo Ciszewskiego, 2.046.345 akcji serii F Spółki na rzecz Kuźnica Centrum Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie, pod warunkiem zobowiązania się przez Pana Januarygo Ciszewskiego oraz Kuźnica Centrum sp. z o.o. wobec Spółki do przestrzegania analogicznych ograniczeń, jak określone w Umowie.

Zobowiązania takie zostały przez Pana Januarego Ciszewskiego oraz Kuźnica Centrum sp. z o.o. złożone w ramach zawartego porozumienia. Ilość zbywanych przez JRH ASI S.A. akcji jest tożsama z ilością z dnia Umowy, pomimo częściowej redukcji w czasie lockup-u dla akcji notowanych.

Grupa Kapitałowa

Zmiany w organizacji Grupy Kapitałowej w okresie sprawozdawczym:

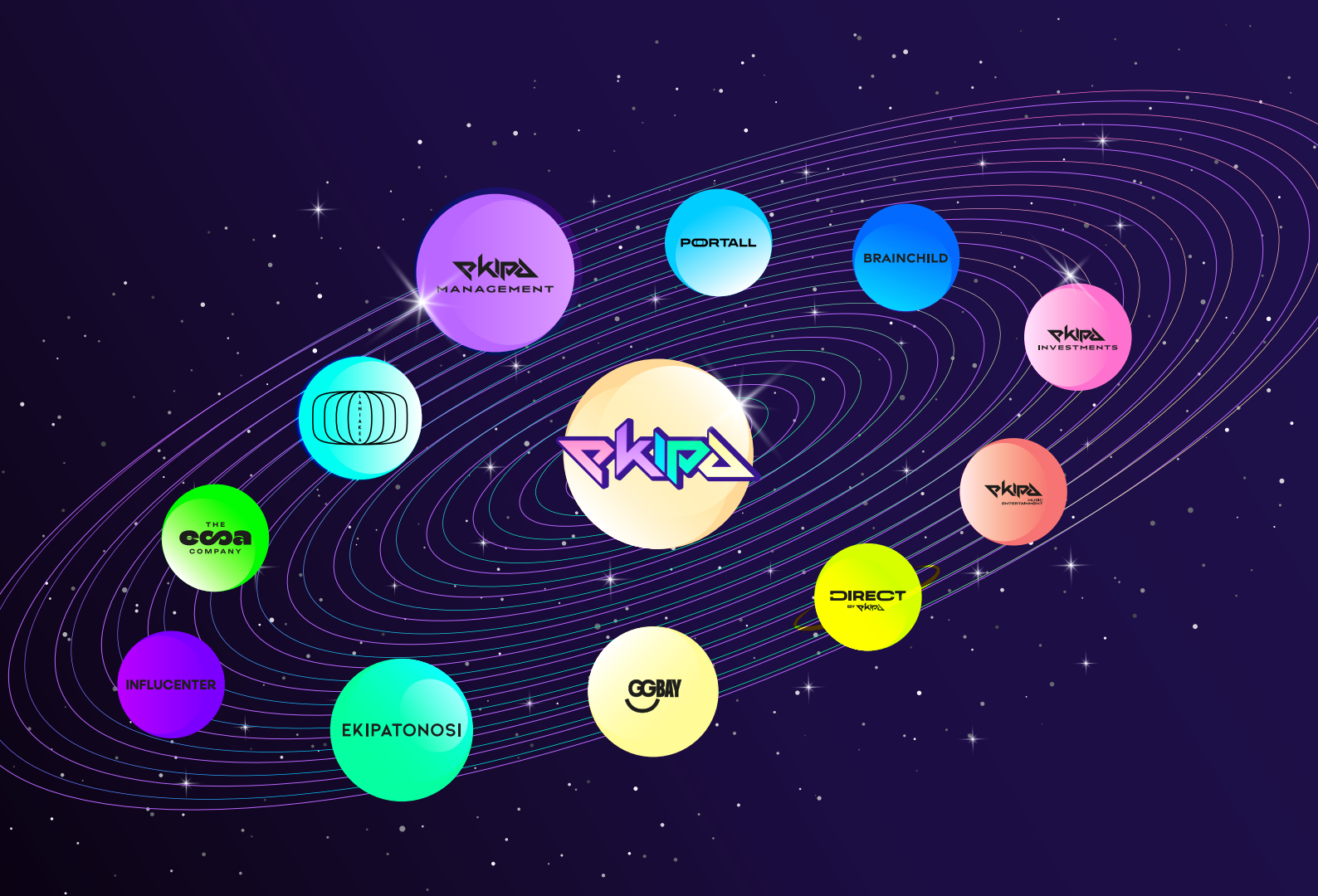
- W dniu 26 września 2025 r. Sąd Rejonowy dla Krakowa Śródmieścia w Krakowie, XI Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego („Sąd”) zarejestrował nową Spółkę zależną, pod firmą PORTALL sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie, o kapitale zakładowym wynoszącym 5.000,00 zł. Spółka objęła 99 udziałów o wartości nominalnej 50,00 zł każdy, to jest o łącznej wartości 4.950,00 zł, a Spółka zależna Ekipa Management sp. z o.o., objęła 1 udział o wartości nominalnej 50,00 zł, to jest o łącznej wartości 50,00 zł. Wspólnicy pokryli wkłady w formie pieniężnej.
- W dniu 7 października 2025 r. Sąd zarejestrował Spółkę zależną od EKIPATONOSI Sp. z o.o., pod firmą INFLUCENTER Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie, o kapitale zakładowym wynoszącym 50.000,00 zł. EKIPATONOSI Sp. z o.o. objęła 999 udziałów o wartości nominalnej 50,00 zł każdy, to jest o łącznej wartości 49.950,00 zł, stanowiących 99,9% kapitału zakładowego, z kolei Ekipa Holding S.A. objęła 1 udział o wartości nominalnej 50,00 zł, stanowiący 0,1% kapitału zakładowego. Kapitał zakładowy INFLUCENTER Sp. z o.o. został pokryty w formie pieniężnej.
- W dniu 17 grudnia 2025 r. Sąd zarejestrował zmiany w Spółce zależnej Kraków Kings sp. z o.o. Zmianie uległa firma Spółki z "Kraków Kings sp. z o.o." na "Direct by Ekipa sp. z o.o." (dalej: DIRECT) oraz zarejestrowano podwyższenie kapitału zakładowego DIRECT z kwoty 5.000,00 zł do 9.950,00 zł. Nowe udziały zostały objęte w całości przez Spółkę zależną Ekipa Management sp. z o.o. (dalej: EKM) i pokryte zostały wkładem niepieniężnym w postaci zorganizowanej części przedsiębiorstwa, stanowiącym wyodrębniony organizacyjnie i funkcjonalnie zespół składników materialnych i niematerialnych, potrzebnych do prowadzenia domu produkcyjnego (produkcja i postprodukcja utworów wideo) o wartości 1.180.569,49 zł. Obecna struktura własnościowa DIRECT to 50,25% w posiadaniu Spółki i 49,75% w posiadaniu EKM.



Wobec powyższych zmian, na dzień 31 grudnia 2025 r. EKIPA Holding S.A. nie jest podmiotem zależnym od innego podmiotu, natomiast tworzy Grupę Kapitałową jako podmiot dominujący z dwunastoma Spółkami zależnymi: EKIPA Management Sp. z o.o., EKIPATONOSI Sp. z o.o., Laniakea Pictures Sp. z o.o., GGBAY Sp. z o.o., Brainchild Sp. z o.o., Direct by Ekipa Sp. z o.o. (poprzednio Kraków Kings Sp. z o.o.), EKIPA Investments ASI Sp. z o.o., EKIPA Music Entertainment Sp. z o.o., ESSA Co Sp. z o.o., Laniakea Pictures LLC, PORTALL Sp. z o.o. oraz INFLUCENTER Sp. z o.o.

Spółka jest 100% udziałowcem Spółek zależnych, za wyjątkiem: ESSA Co Sp. z o.o., z udziałem w wysokości 89,29%, EKIPA Investments ASI Sp. z o.o., z udziałem 52,40%, PORTALL Sp. z o.o. z udziałem 99,00% oraz Direct by Ekipa Sp. z o.o. z udziałem 50,25%.

INFLUCENTER Sp. z o.o. jest Spółką zależną od EKIPATONOSI Sp. z o.o. która posiada udziały stanowiące 99,9% jej kapitału zakładowego, z kolei Ekipa Holding S.A. posiada 1 udział stanowiący 0,1% kapitału zakładowego.



Dane Spółek zależnych:



EKIPA MANAGEMENT Sp. z o.o.

Podmiot przeważającej działalności EKIPA Management Sp. z o.o. – pośrednictwo w sprzedaży miejsca na cele reklamowe w mediach elektronicznych (internet). Firma zajmuje się kompleksowym zarządzaniem talentami. Spółka zapewnia swoim twórcom pełną opiekę, obejmującą wsparcie operacyjne, projektowe oraz produkcyjne. W ramach swojej struktury EKIPA Management Sp. z o.o. rozwija kariery internetowych twórców, oferując im dedykowanych menedżerów i specjalistów od tworzenia contentu, a także realizuje kampanie reklamowe we współpracy ze Spółką PORTALL – wewnętrzną agencją influencer marketingu. Firma na bieżąco analizuje trendy w branży influencerskiej i elastycznie dostosowuje swoje działania do dynamicznie zmieniającego się rynku social mediów.

- Adres: ul. Pod Sikornikiem 27A, 30-216 Kraków
- KRS: 0000873292
- NIP: 6772459115
- REGON: 387678707
- Data rejestracji: 09.12.2020
- Kapitał zakładowy: 500 000,00 zł
- Liczba posiadanych udziałów przez Spółkę: 10 000
- Procent posiadanych udziałów przez Spółkę: 100%

Brainchild Sp. z o.o.

Spółka powstała na potrzeby obsługi księgowej całej Grupy Kapitałowej. Celem Spółki jest profesjonalizacja w obsłudze rachunkowej podmiotów z EKIPA HOLDING.

- Adres: ul. Pod Sikornikiem 27A, 30-216 Kraków
- KRS: 0000951205
- NIP: 6772473931
- REGON: 521127830
- Data rejestracji: 03.02.2022
- Kapitał zakładowy: 50 000,00 zł
- Liczba posiadanych udziałów przez Spółkę: 1 000
- Procent posiadanych udziałów przez Spółkę: 100%



BRAINCHILD



EKIPATONOSI

EKIPATONOSI Sp. z o.o.

Zajmuje się konfekcją odzieży oraz akcesoriów. Firma projektuje i sprzedaje produkty z brandami Influencerów należących do EKIPY. Posiada lojalną i zaangażowaną grupę odbiorców, którymi są fani Twórców. Firma odpowiada za projektowanie, konfekcję i wysyłkę odzieży oraz akcesoriów dystrybuowanych w oparciu o domeny: ekipatonosi.pl, genzie.store oraz krakowkings.store. Od sierpnia 2023 r. również influcenter.pl. Posiada jeden stacjonarny punkt sprzedaży w Parku Rozrywki ENERGYLANDIA, który jest jej strategicznym partnerem. Ponadto produkuje asortyment dla wielu Twórców internetowych, co owocuje współpracą z jednymi z największych polskich influencerów. Od 7 października 2025 r. w ramach EKIPATONOSI Sp. z o.o., działa Spółka zależna INFLUCENTER Sp. z o.o., która uruchomiła sklep stacjonarny w Galerii Bonarka w Krakowie.

- Adres: **ul. Pod Sikornikiem 27A, 30-216 Kraków**
- KRS: **0000873703**
- NIP: **6772459173**
- REGON: **387693747**
- Data rejestracji: **11.12.2020**
- Kapitał zakładowy: **1 000 000,00 zł**
- Liczba posiadanych udziałów przez Spółkę: **20 000**
- Procent posiadanych udziałów przez Spółkę: **100%**

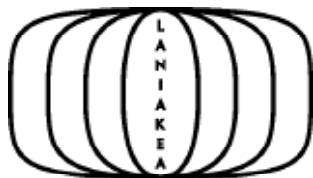
EKIPA Investments ASI Sp. z o.o.

Spółka wspiera młodych przedsiębiorców poprzez dostarczanie kapitału oraz wsparcie w wyborze najlepszej możliwej ścieżki rozwoju. Inwestuje w firmy na etapie PRE-SEED oraz SEED, głównie w podmioty z branży nowych technologii, mediów, szeroko pojętej rozrywki oraz e-commerce. Wartość pojedynczej inwestycji to od 250 tys. zł do 1 mln zł.

- Adres: **ul. Pod Sikornikiem 27A, 30-216 Kraków**
- KRS: **0000876831**
- NIP: **7011022233**
- REGON: **388265605**
- Data rejestracji: **23.02.2021**
- Kapitał zakładowy: **200 000,00 zł**
- Liczba posiadanych udziałów przez Spółkę: **2 096**
- Procent posiadanych udziałów przez Spółkę: **52,40%**



ekipa
INVESTMENTS



Laniakea Pictures Sp. z o.o.

Spółka medialno-rozrywkowa odpowiedzialna za development i produkcję treści audiowizualnych i wydawniczych. Prowadzi działalność w obrębie produkcji filmowej (filmy pełnometrażowe, serie, animacje) oraz wydawniczej (komiksy, książki, gry planszowe i RPG). Głównym celem działalności jest wytwarzanie nowych uniwersów i ich bohaterów. Firma działa w oparciu o wewnętrzne jak i zewnętrzne zespoły kreatywne i produkcyjne. Współpracuje ze światowymi ekspertami w dziedzinie kinematografii, literatury gatunkowej, komiksu, animacji i game-devu. Największymi realizowanymi przez Spółkę projektami są: film fabularny "100 DNI DO MATURY" który miał premierę w I kwartale 2025 roku oraz IP Mechozaury, w którego skład wchodzi serial, gry i książki wykorzystujące motyw dinozaurów w ujęciu fantasy i sci-fi.

- Adres: **ul. Pod Sikornikiem 27A, 30-216 Kraków**
- KRS: **0000875220**
- NIP: **6772459598**
- REGON: **387758783**
- Data rejestracji: **22.12.2020**
- Kapitał zakładowy: **1 000 000,00 zł**
- Liczba posiadanych udziałów przez Spółkę: **20 000**
- Procent posiadanych udziałów przez Spółkę: **100%**

ESSA Co Sp. z o.o.

Spółka działa w branży FMCG, a jej celem jest wykorzystywanie globalnych trendów i olbrzymiego potencjału brandów wspieranych przez influencerów. ESSA będzie wprowadzała na rynek marki i produkty w różnych kategoriach FMCG z podmiotami z branży influencerskiej.

- Adres: **ul. Pod Sikornikiem 27A, 30-216 Kraków**
- KRS: **0001034998**
- NIP: **6772494175**
- REGON: **525261263**
- Data rejestracji: **09.05.2023**
- Kapitał zakładowy: **700 000,00 zł**
- Liczba posiadanych udziałów przez Spółkę: **1250**
- Procent posiadanych udziałów przez Spółkę: **89,29%**



THE
essa
COMPANY



DIRECT
BY **EKIPA**

DIRECT by EKIPA Sp. z o.o.

(dawniej **KRAKÓW KINGS Sp z o.o.**)

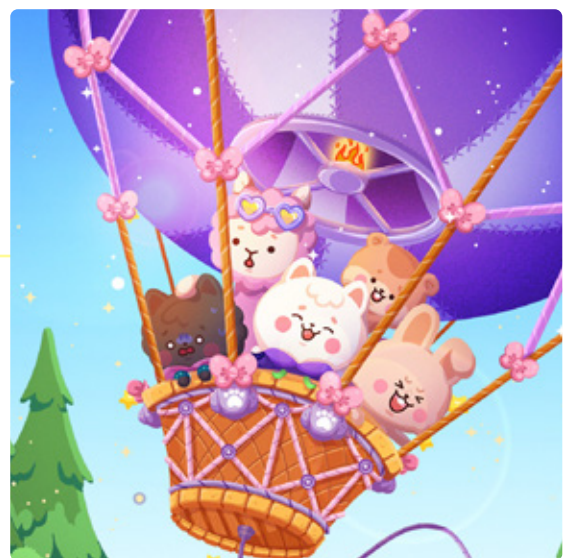
W III kwartale 2025 r. zmianie uległa nazwa oraz zakres działalności Spółki Kraków Kings sp. z o.o. Przedmiot przeważającej działalności Spółki został zmieniony na działania związane z produkcją filmów, nagrań wideo i programów telewizyjnych. Pod nową nazwą DIRECT by Ekipa sp. z o.o. Spółka będzie działała jako dom produkcyjny, zatrudniając operatorów, montażyстів oraz specjalistów od treści audiowizualnych, kontynuując działalność prowadzoną dotychczas w ramach struktur Ekipa Management. Obecna struktura własnościowa DIRECT to 50,25% w posiadaniu Spółki i 49,75% w posiadaniu Ekipa Management.

- Adres: **ul. Pod Sikornikiem 27A, 30-216 Kraków**
- KRS: **0000953132**
- NIP: **6772474296**
- REGON: **521191755**
- Data rejestracji: **10.02.2022**
- Kapitał zakładowy: **9 950,00 zł**
- Liczba posiadanych udziałów przez Spółkę: **100**
- Procent posiadanych udziałów przez Spółkę: **50,25%**

GGBAY Sp. z o.o.

GGBay jest producentem oraz wydawcą gier mobilnych. Nasze zaangażowanie w branżę gier to pasja, którą chcemy przenosić na ekrany graczy na całym świecie. Dążymy do tworzenia gier, które nie tylko bawią, ale także inspirują i oddziałują na społeczeństwo. Spółka posiada akcelerator dla twórców gier mobilnych, którzy chcą przekształcić swoje pomysły w udane produkty.

- Adres: **ul. Pod Sikornikiem 27A, 30-216 Kraków**
- KRS: **0000875246**
- NIP: **6772459500**
- REGON: **387754928**
- Data rejestracji: **21.12.2020**
- Kapitał zakładowy: **500 000,00 zł**
- Liczba posiadanych udziałów przez Spółkę: **10 000**
- Procent posiadanych udziałów przez Spółkę: **100%**



GGBAY



EKIPA MUSIC ENTERTAINMENT Sp. z o.o. (dawniej EKIPA Events Sp. z o.o.)

Spółka odpowiedzialna za organizację eventów oraz koncertów. Jej celem jest profesjonalizacja obszaru związanego z organizacją wydarzeń. Oferuje swoje usługi dla szerokiej gamy twórców i firm pragnących wnieść coś wyjątkowego do swoich uroczystości.

- Adres: **ul. Pod Sikornikiem 27A, 30-216 Kraków**
- KRS: **0001103786**
- NIP: **6772510052**
- REGON: **528551665**
- Data rejestracji: **07.05.2024**
- Kapitał zakładowy: **5 000,00 zł**
- Liczba posiadanych udziałów przez Spółkę: **100**
- Procent posiadanych udziałów przez Spółkę: **100%**

PORTALL Sp. z o.o.

Celem założenia PORTALL było wyodrębnienie do podmiotu celowego części działalności prowadzonej dotychczas w ramach Ekipa Management Sp. z o.o., w związku z jej dynamicznym rozwojem. PORTALL to agencja influencerska specjalizująca się w tworzeniu kampanii z udziałem twórców internetowych, dopasowanych do potrzeb marek i oczekiwani współczesnych odbiorców. Dzięki strategicznemu podejściu i wieloletniemu doświadczeniu w pracy z influencerami, będzie skutecznie wspierać marki w budowaniu naturalnych i angażujących relacji z ich społecznościami.

- Adres: **ul. Pod Sikornikiem 27A, 30-216 Kraków**
- KRS: **0001196554**
- NIP: **6772531060**
- REGON: **542818494**
- Data rejestracji: **26.09.2025**
- Kapitał zakładowy: **5 000,00 zł**
- Liczba posiadanych udziałów przez Spółkę: **99**
- Procent posiadanych udziałów przez Spółkę: **99%**



PORTALL



INFLUCENTER

INFLUCENTER Sp. z o.o.

INFLUCENTER to nowoczesny punkt sprzedaży detalicznej, w którym znajdują się kolekcje i produkty marek powiązanych z influencerami, nie tylko z grupy EKIPA, ale również twórców spoza tej społeczności. Projekt zakłada stworzenie unikalnego miejsca łączącego świat mediów społecznościowych z fizyczną obecnością w przestrzeni handlowej. Spółka przewiduje, że koncept przyciągnie zarówno fanów poszczególnych influencerów, jak i klientów poszukujących limitowanych edycji produktów oraz nowoczesnego doświadczenia zakupowego.

- Adres: ul. Pod Sikornikiem 27A, 30-216 Kraków
- KRS: 0001198545
- NIP: 6772531686
- REGON: 542937879
- Data rejestracji: 07.10.2025
- Kapitał zakładowy: 50 000,00 zł
- Liczba posiadanych udziałów przez Spółkę: 1 (ponadto Spółka posiada 99 udziałów pośrednio przez Ekipatonosi Sp. z o.o.)
- Procent posiadanych udziałów przez Spółkę: 0,1% (ponadto Spółka posiada 99,9% udziałów pośrednio przez Ekipatonosi Sp. z o.o.)

Spółka nieskonsolidowana:

Laniakea Pictures LLC

- z siedzibą w Delaware, 3500 S DuPont Autostrada, Dover, Delaware 19901, hrabstwo Kent
- podstawa wyłączenia: **Nie konsolidujemy ze względu na istotność. Jednostka jest uśpiona, nie posiada majątku ani żadnych zobowiązań o wartości przekraczającej 1000 USD**
- udział w kapitale: 100%

Wybrane dane finansowe wszystkich jednostek zależnych emitenta nieobjętych konsolidacją, zawierające podstawowe pozycje rocznego sprawozdania finansowego:

Dane bilansowe (aktywa/pasywa)	01.01.2025 - 31.12.2025	01.01.2024 - 31.12.2024
Aktywa ogółem	0 \$	0 \$
Pasywa ogółem	0 \$	0 \$
Kapitał własny	0 \$	0 \$
Kapitał podstawowy	390 \$	390 \$
Zysk/Strata z lat ubiegłych:	-390 \$	-390 \$
Dane wynikowe (rachunek zysków i strat)		
Przychody ze sprzedaży	0 \$	0 \$
Koszty działalności operacyjnej	0 \$	0 \$
Zysk/strata netto	0 \$	0 \$

II. Zdarzenia istotnie wpływające na działalność Grupy Kapitałowej jakie nastąpiły w roku obrotowym, a także po jego zakończeniu, do dnia zatwierdzenia sprawozdania finansowego

Istotne wydarzenia w Spółce i Grupie Kapitałowej w 2025 roku:

- » Najważniejszym wydarzeniem początku 2025 roku był debiut filmu „100 dni do matury”, którego premierowy pokaz odbył się 26 lutego w kinie Cinema City Bemowo. Oficjalny singiel do filmu został stworzony przez grupę „Trzech Króli”, a teledysk do singla promował film zrealizowany przez Laniakea Pictures Sp. z o. o. Premiera filmu zgromadziła blisko dwa tysiące gości, w tym aktorów, twórców, influencerów i przedstawicieli mediów. Produkcja, objęta honorowym patronatem Minister Edukacji Narodowej, już w pierwszy weekend przyciągnęła ponad 320 tysięcy widzów, a łączna liczba widzów przekroczyła 1 milion. Tak znakomite przyjęcie przez publiczność i media potwierdza naszą zdolność do tworzenia angażujących, wysokiej jakości treści filmowych.



- » Ekipa Management Sp. z o.o. podjęła decyzję o rozpoczęciu realizacji projektu badawczo-rozwojowego pn. „Opracowanie i wdrożenie nowej technologii syntezy głosu w języku obcym z wykorzystaniem sztucznej inteligencji”. Projekt uzyskał dofinansowanie z programu Fundusze Europejskie dla Małopolski 2021-2027 i będzie realizowany we współpracy z Małopolskim Centrum Przedsiębiorczości.

- » Na platformie YouTube swoją premierę miał program „Między nami”, realizowany na kanale Genzie. To interaktywny format z udziałem influencerów, celebrytów i widzów, który cieszy się dużym zainteresowaniem społeczności. Grupa Genzie zrealizowała także trasę koncertową „OFFLINE”, której zwieńczeniem był koncert w warszawskiej Hali



Torwar w kwietniu br. W marcu ruszyła sprzedaż kolekcji koncertowego merchu, dostępna zarówno online, jak i na miejscu wydarzeń.

- » Drugi kwartał rozpoczęliśmy od inauguracji niezależnego brandu PORTALL – kreatywnej agencji influencer marketingu, która przez lata funkcjonowała jako część EKIPA Management.

- » W dniach 20–21 czerwca w TAURON Arena Kraków zorganizowaliśmy EKIPA FESTIWAL '25, wydarzenie skierowane do szerokiej publiczności, skupione wokół twórców internetowych, muzyki i rozrywki. Festiwal połączył koncerty oraz liczne atrakcje, w tym strefy Content Creation, spotkania meet & greet, warsztaty taneczne oraz strefy partnerów. Wśród wykonawców pojawili się artyści z EKIPY, a także zaproszeni goście, m.in. Roxie Węgiel, Mr. Polska, Julia Żugaj czy Kacper Błoński. Podczas wydarzenia ogłosiliśmy dołączenie Daniela Koszczuka do projektu Genzie, co spotkało się z entuzjastycznym odbiorem społeczności.

- » Po imponującym debiucie kinowym i przekroczeniu progu miliona widzów, nasz film „100 dni do matury” trafił 23 maja 2025 r. na platformę streamingową Amazon Prime Video. To pierwsza polska teen heist comedy, która z powodzeniem połączyła świat influencerów z pełnometrażowym kinem, zdobywając uznanie młodej widowni i krytyków.

- » Spółka ESSA Co Sp. z o.o. w ramach realizacji projektu dla „Teenz” – popularnej grupy polskich youtuberów – wypuściła na rynek dwa smaki lemoniady: „lemon-lime” oraz „lemon-mango”. Lemoniady dostępne są obecnie w sieci sklepów Żabka, co zapewnia szeroką dystrybucję i łatwy dostęp dla odbiorców w całej Polsce.

ESSA CO sp. z o.o. wprowadziła także na rynek nowy produkt w segmencie przekąsek – chrupki kukurydziane inspirowane bohaterami animowanej bajki „Cloudy & Stormy”, w dwóch smakach: jogurtowym oraz czekoladowym.



- » W maju wraz z marką Lipton wprowadziliśmy na rynek limitowaną edycję herbat stworzonych we współpracy z influencerkami Weroniką "Wersow" Wiśniewską oraz Faustyną "Fausti" Fugińską. Projekt koordynowany był przez agencję PORTALL.



- » W dniu 26 maja 2025 r. zawarliśmy z Santander Bank Polska S.A. aneks do umowy o kredyt obrotowy w kwocie 5 mln zł, na mocy którego zmieniony został termin spłaty kredytu z ustalonego w całości na dzień 30 maja 2025 r. w ten sposób, że kwota kapitału 1 mln zł została spłacona do dnia 30 czerwca 2025 r., a kwota kapitału 4 mln zł została spłacona do dnia 30 września 2025 r.

Środki z kredytu zostały wykorzystane na sfinansowanie części kosztów filmu "100 dni do matury", a z uwagi na komercyjny sukces filmu, przewidywane wpływy z tego tytułu w całości pokrywają spłatę kredytu.

- » Kluczowym wydarzeniem III kwartału była emisja projektu „Twoje 5 Minut 3”, internetowego talent show realizowanego przez Spółkę Ekipa Management, którego celem jest wyłonienie nowych influencerów. Zwycięzcą programu został Zbigniew „Zbychu” Król. W wyniku „Twoje 5 Minut 3” Ekipa znacząco rozszerzyła swoje portfolio o łącznie 11 nowych osób.

Po zakończeniu programu Oliwia „Crazy Oliwka” Wawrzyniuk otrzymała indywidualny kontrakt z Ekipą, obejmujący wsparcie w rozwoju kariery muzycznej. Konsekwencją sukcesu „Twoje 5 Minut 3” było utworzenie nowych, wyspecjalizowanych grup influencerów, które codziennie publikują filmy na swoich kanałach YouTube, a ich aktywność można śledzić także na Instagramie i TikToku.

Uczestnicy zostali podzieleni na dwie grupy: „FAZA” – format rozrywkowy dla starszych odbiorców, oparty na dynamicznych wyzwaniach, mocnym humorze i bezpośrednim stylu, oraz „BAZA” – format family friendly, skierowany do pokolenia Alpha, skupiający się na bezpiecznych, pozytywnych treściach, wspólnej zabawie i budowaniu relacji.



- » 18 sierpnia 2025 r. Karol "Friz" Wiśniewski i Weronika "Wersow" Wiśniewska ogłosili zawarcie związku małżeńskiego. Równolegle zapowiedziano film dokumentalny poświęcony ich miłości, którego premiera kinowa odbyła się 3 października. Film ukazuje ich codzienność, wyzwania zawodowe oraz relację, która przetrwała próbę czasu i presję mediów. W weekend otwarcia film wyładował na pierwszym miejscu polskiego box office.



- » Grupa Genzie, we współpracy z marką Deichmann, wprowadziła na rynek własny model buta, dostępny w sprzedaży stacjonarnej oraz online. Projekt jest efektem kilkunastomiesięcznej współpracy twórców z marką, co potwierdza długofalowy charakter partnerstwa.



- » Wiktoria „Kartonii” Bochnak we współpracy z marką Bell zaprezentowała kolekcję kosmetyków „Cherry on Top”, inspirowaną motywem wiśni. Kosmetyki dostępne są w Biedronce oraz online. Ponadto Wiktoria „Kartonii” Bochnak w ramach projektu współpracy z marką Lipton, przygotowała dedykowaną mieszankę – czarną herbatę o smaku wiśniowym, nawiązującą do charakterystycznego motywu twórczyni. Jest to kolejna realizacja z marką Lipton, a za koordynację współpracy odpowiadała agencja PORTALL.

- » Lód „Gengarek” o smaku toffi w polewie, z cukrem strzelającym zdobył tytuł „Hit Handlu 2025”, umacniając pozycję marki wśród młodszych konsumentów.



- » Grupa Genzie wypuściła swoje Dooti Minis – przekąski wypełnione nadzieniem o cytrusowym smaku yuzu, będącym egzotycznym miksem mandarynki i cytryny. Minis są dostępne w sieci sklepów Biedronka. To już kolejny wspólny produkt twórców z marką Dooti Donuts.

- » W dniu 26 września 2025 r. założyliśmy nową Spółkę zależną: PORTALL Sp. z o.o. Celem utworzenia PORTALL jest wyodrębnienie i profesjonalizacja dynamicznie rozwijającej się działalności agencji influencerskiej. Ponadto podjęto decyzję w przedmiocie zmian w Spółce zależnej Kraków Kings sp. z o.o. W związku z ograniczonym zakresem prowadzonej działalności postanowiono o zaprzestaniu przez nią dotychczasowej działalności i uruchomieniu nowej, obecnie prowadzonej w ramach Spółki zależnej Ekipa Management sp. z o.o., jako dom produkcyjny pod nazwą Direct by EKIPA, w którego portfolio znajdują się takie produkcje jak teledyski do utworów m.in. Genzie, Mortala, Fusialki, programy Twoje 5 Minut, Monopoly IRL, dokument „Wersow On Tour”, Mafia IRL, spoty reklamowe, a także pionowe formaty do social mediów.

- » W dniu 7 października 2025 r. sąd zarejestrował Spółkę zależną od EKIPATONOSI Sp. z o.o. pod nazwą INFLUCENTER Sp. z o.o. INFLUCENTER będzie nowoczesnym punktem sprzedaży detalicznej oferującym kolekcje i produkty marek powiązanych z influencerami. Pierwszym kluczowym projektem INFLUCENTER było otwarcie w dniu 6 grudnia sklepu stacjonarnego w Galerii Bonarka w Krakowie. Wydarzenie uświetnili swoją obecnością influencerzy z grup BAZA i FAZA, którzy prowadzili mikołajkową zabawę i spotkania z fanami. Otwarcie sklepu to kolejny krok w działaniach offline, który pozwala na jeszcze większą interakcję z fanami. Oprócz hucznego otwarcia w sklepie odbywały się także spotkania z Twórcami takimi jak Hania "HiHania" Puchalska, Faustyna "Fausti" Fugińska czy Patryk "Mortalcio" Baran.

- » W październiku 2025 r. uruchomiono kanał „DIRECT by EKIPA” na platformie YouTube. Projekt ma na celu pokazanie kulis pracy operatorów i zespołu produkcyjnego podczas realizacji planów filmowych. Kanał będzie promował działalność domu produkcyjnego oraz prezentował widzom ciekawostki i treści edukacyjne związane z procesem tworzenia materiałów wideo.



- » 28 października 2025 r. miał miejsce pierwszy dzień notowań Akcji Serii F na rynku NewConnect. Był to efekt uchwały Zarządu Giełdy Papierów Wartościowych z dnia 14 października 2025 r., która dopuściła te akcje do obrotu w alternatywnym systemie. Tego samego dnia Krajowy Depozyt Papierów Wartościowych przeprowadził asymilację Akcji Serii F z innymi akcjami Spółki już notowanymi na rynku.

- » W listopadzie uruchomiliśmy sklepy: Bazy - SKLEPBAZY.PL oraz Fazy - SKLEPFAZY.PL, w których znalazły się kolekcje stworzone z myślą o fanach, inspirowane twórczością influencerów.

- » W dniu 20 listopada odbył się finał 4. sezonu projektu „Genzie”. Produkcja została zrealizowana na Filipinach i połączona z intensywnym tworzeniem materiałów dla widzów. Z tej okazji twórcy wydali wspólny utwór „Cały Świat”, a na oficjalnym kanale regularnie pojawiają się filmy dokumentujące finałowy wyjazd. Wraz z zakończeniem sezonu w sklepie genzie.store udostępniliśmy również kolekcję merchu inspirowaną podróżą – ubrania i gadżety, które fani mogą zamawiać online.

- » W połowie grudnia sąd zarejestrował zmiany w Spółce zależnej Kraków Kings sp. z o.o. Zmianie uległa firma Spółki z "Kraków Kings sp. z o.o." na "Direct by Ekipa sp. z o.o." oraz zarejestrowano podwyższenie kapitału zakładowego DIRECT z kwoty 5.000,00 zł do 9.950,00 zł. Nowe udziały zostały objęte w całości przez Spółkę zależną Ekipa Management sp. z o.o. i pokryte zostały wkładem niepieniężnym w postaci zorganizowanej części przedsiębiorstwa, stanowiącym wyodrębniony organizacyjny i funkcjonalnie zespół składników materialnych i niematerialnych, potrzebnych do prowadzenia domu produkcyjnego (produkcja i postprodukcja utworów wideo) o wartości 1.180.569,49 zł. DIRECT będzie działał jako dom produkcyjny, zatrudniając operatorów, montażystów oraz specjalistów od treści audiowizualnych, kontynuując dotychczasową działalność prowadzoną w ramach

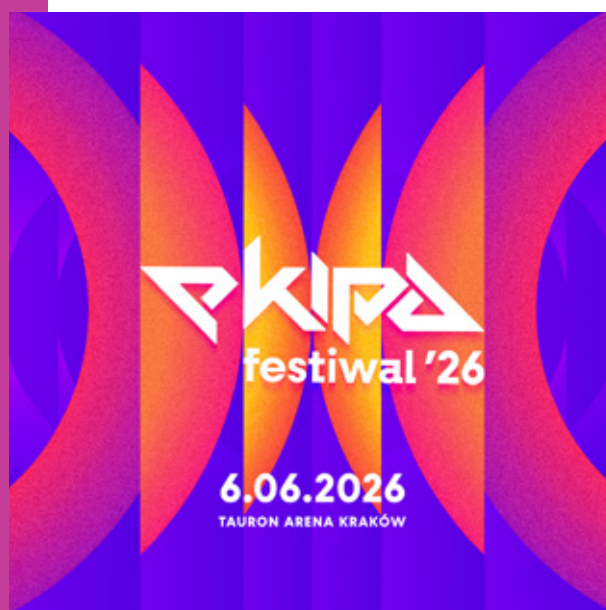


struktur Ekipa Management.

- » Agencja PORTALL otworzyła swój kanał na YouTube, na którym zamierza publikować podcasty branżowe poruszające tematykę influencer marketingu. Gośćmi będą zarówno influencerzy, którzy opowiedzą o tym ze swojej perspektywy, jak i specjaliści związani z branżą.
- » W grudniu ogłosiliśmy kolejną edycję EKIPA FESTIWAL, która odbędzie się 6 czerwca 2026 roku oraz rozpoczęliśmy sprzedaż biletów na to wydarzenie. Już po raz trzeci w krakowskiej TAURON Arena zabrzmia utwory EKIPY na żywo. Festiwal to wydarzenie, które pozwala na spotkanie z idolami i przeżycie wielu atrakcji związanych z koncertami oraz strefami sponsorskimi.

Wydarzenia w Spółce i Grupie Kapitałowej mające miejsce po dniu bilansowym:

- » W styczniu 2026 r. ogłosiliśmy pierwszych artystów, którzy wystąpią na EKIPA FESTIWAL. Wśród zapowiedzianych gości znaleźli się grupa "Genzie" oraz "BAZA", a także "Hi Hania" i "Crazy Oliwka", które zaprezentują swoje solowe kawałki, zapowiadając mocny i różnorodny line-up festiwalu.
- » 20 stycznia 2026 r. wystartowała przedsprzedaż drugiego albumu studyjnego Wersow „Matka Idolka”. Nowa płyta, jej wersje specjalne w boxach oraz dedykowany merch są dostępne w formie preorderu na platformie influencer.pl. Spółka EKIPATONOSI odpowiada za kompleksową obsługę preorderu na własnej platformie, od produkcji dedykowanego merchu po finalną wysyłkę zamówień.
- » W dniu 26 stycznia EKIPA zorganizowała dla swoich twórców wyjazd pod nazwą "MULTIVERSE EKIPA CAMP". Podczas wspólnego pobytu influencerzy nie



tylko spędzali razem czas, ale również tworzyli nowe utwory muzyczne, z których powstanie płyta EKIPY. Odcinki dokumentujące to wydarzenie pojawiały się codziennie na kanale Karola „Friza” Wiśniewskiego, natomiast na kanale EKIPA opublikowano single powstałe podczas wyjazdu wraz z teledyskami. Cała inicjatywa to nie tylko dobra zabawa, lecz także element promocji nadchodzącego FESTIWALU EKIPY, który odbędzie się 6 czerwca w krakowskiej TAURON Arena.

- » Podczas wydarzenia „MULTIVERSE EKIPA CAMP” ogłosiliśmy premierę dwóch nowych lodów stworzonych we współpracy z marką Koral. Do oferty dołączają: BAZA o smaku marshmallow oraz EKIPA MULTIVERSE o smaku waniliowo-truskawkowym. To zupełnie nowy format lodów, a za kreację kampanii „WKREĆ SIĘ” odpowiadała nasza Spółka PORTALL sp. z o.o.

- » Spółka ESSA stworzyła markę „OWN LAB”, oferującą suplementy do włosów o dopracowanej recepturze zawierającej 21 składników. Ambasadorką marki jest Olga Nijaki. Produkty dostępne są na stronie ownlab.pl, a dystrybucją kosmetyków zajmuje się nasza Spółka EKIPATONOSI sp. z o.o.

- » Pod koniec stycznia br. projekt „FAZA” przeszedł rebranding i grupa zmieniła nazwę na „SZPONT”, której członkowie naturalnie używali od początku istnienia grupy. Na kanale pojawia się odświeżony content, a wraz z rebrandingiem zmieniła się również identyfikacja wizualna, w której dominującym kolorem jest czerwień. Odcinki będą publikowane 2-3 razy w tygodniu i przyjmą formę vlogowo-dokumentalnych materiałów z wyjazdów, imprez i nocowanek.



- » 8 lutego 2026 r. na genzie.store swoją premierę miał drop Poodle Lovers autorstwa Julity z Genzie. W skład kolekcji weszły bluzy, koszulki oraz gadżety inspirowane pudlami, ukochanymi pupilami influencerki. Dzień wcześniej, 7 lutego, w sklepie stacjonarnym INFLUCENTER odbyła się oficjalna premiera, podczas której fani mogli osobiście spotkać się z Julitą.



- » 11 lutego ofertę sklepu grupy BAZA wzbogaciła nowa linia LOVE GAMES. Oprócz kompletnego zestawu dresowego, kolekcja obejmuje crop top, różnorodne wzory koszulek oraz akcesoria. To już druga seria produktów tej grupy, której debiutowi w INFLUCENTER towarzyszyło specjalne spotkanie promocyjne z udziałem twórców.

- » 28 lutego INFLUCENTER stał się centrum wydarzeń dla fanów Wersow. Weronika Wiśniewska gościła w naszym punkcie promując swoją najnowszą płytę oraz premierową kolekcję merchu. Podczas tego dwugodzinnego spotkania tłumnie zgromadzeni fani mogli nie tylko nabyć nowości sygnowane jej nazwiskiem, ale przede wszystkim osobiście porozmawiać z artystką, otrzymać autograf i uwiecznić te chwile na wspólnych zdjęciach.



- » Pod koniec lutego premierę miał nowy produkt Patryka "Mortalcia" Barana we współpracy z marką GBS. Influencer od pięciu lat rozwija współpracę z marką, a najnowsza odsłona była już czwartym wspólnym produktem. Tym razem wprowadzono napój mleczno-kawowy w formie „to-go”, „o smaku pewnej czekoladowej kulki xd”. Produkt został wprowadzony do sprzedaży w ogólnopolskiej sieci sklepów Żabka. Dodatkowym wyróżnikiem współpracy jest fakt, że sam Patryk zaprojektował etykietę produktu. Za kompleksową opiekę nad twórcą, koordynację działań komunikacyjnych oraz wsparcie w zakresie realizacji projektu odpowiadała Spółka PORTALL.



- » W lutym br. wprowadziliśmy na rynek nowy produkt grupy BAZA – chrupki dostępne w dwóch wariantach smakowych: serowym oraz orzechowym. Za proces produkcyjny odpowiadała Spółka ESSA, natomiast działania marketingowe – od etapu kreacji, przez przygotowanie strategii, aż po pełną

realizację kampanii – prowadziła Spółka PORTALL. Produkt został wprowadzony do ogólnopolskiej sieci sklepów Żabka, co stanowi ważny krok w dalszym rozwoju segmentu rynku FMCG.



III. Przewidywany rozwój

Rozwój Grupy następować będzie przy uwzględnieniu następujących założeń:

Dywersyfikacja działalności

Grupa dąży do rozbudowy portfela marek oraz poszerzania oferty w kolejnych sektorach rozrywkowo-mediowych.

Optymalizacja produkcji i monetyzacji

Wzmacnianie kompetencji produkcyjnych oraz rozwijanie sposobów monetyzacji treści (m.in. reklamy, sponsorzy, pay-per-view, e-commerce).

Ekspansja międzynarodowa

W dłuższej perspektywie rozważana jest możliwość rozszerzenia działalności na rynki zagraniczne – zarówno w zakresie produkcji kontentu, jak i sprzedaży produktów.

Wzmacnianie wizerunku marki

Priorytetem pozostaje utrzymanie pozycji lidera w obszarze influencer marketingu w Polsce oraz dalsza profesjonalizacja struktur odpowiedzialnych za negocjacje i obsługę klientów biznesowych.

W 2026 roku Grupa zamierza kontynuować dynamiczny rozwój w kilku kluczowych obszarach:

Innowacyjne projekty technologiczne

Ekipa Management sp. z o.o. będzie kontynuować prace nad projektem syntezy głosu w języku obcym wykorzystującym sztuczną inteligencję. Wdrożenie tej technologii pozwoli na automatyzację procesu dubbingu, a tym samym na znaczące skrócenie czasu i redukcję kosztów dubbingu w produkcjach filmowych.

Współpraca z influencerami

Ekipa Management sp. z o.o. nadal będzie zarządzać wizerunkami twórców internetowych oraz prowadzić kampanie reklamowe, co jest istotnym elementem działalności grupy. Ekipa Management sp. z o.o. rozwinie się w ramach zarządzania wizerunkiem twórców o managerów i asystentów dedykowanych twórcom, aby jeszcze lepiej zadbać o influencerów. Spółka dąży do zbudowania odpowiednich narzędzi i procedur, aby zoptymalizować proces zarządzania karierami twórców. Ponadto Spółka pozyskiwać będzie nowych influencerów budując ich kariery od podstaw oraz rozwijać obecne. Spółka będzie odgrywać także kluczową rolę dla twórców dotyczącą prowadzenia kampanii reklamowych.

Produkcja filmowa i wydawnicza

Laniakea Pictures sp. z o.o. kontynuuje rozwój działalności produkcyjnej, kierując do realizacji kolejne projekty filmowe i animowane.

Rozwój sektora gier mobilnych

Spółka GGBay rozwijać będzie gry w uniwersum „Cloudy & Stormy”. Spółka planuje ekspansję na rynek globalny gry wydanej na platformy mobilne „Cloudy & Stormy: Merge Game, a także wydanej w kwietniu 2025 r. na PC gry „Cloudy & Stormy: Pawtastic Adventure”, która docelowo będzie dostępna również na platformy mobilne oraz w przyszłości na nintendo switch.

Ekspansja w branży FMCG

Ekipa Holding planuje dalsze rozszerzanie swojego portfolio produktów FMCG, w tym lodów, napojów i innych produktów spożywczych sygnowanych markami EKIPA.

Produkcja muzyczna i eventowa

Powołana Spółka Ekipa Music Entertainment sp. z o.o. będzie rozwijać działalność w zakresie muzyki oraz organizacji wydarzeń. Planowane działania obejmą: premiery nagrań i albumów kilku wiodących artystów EKIPY oraz merytoryczne wsparcie w organizacji planowanych tras koncertowych oraz festiwali EKIPY.

IV. Ważniejsze osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju

W 2025 roku Spółka Ekipa Management rozpoczęła realizację projektu pn. „Opracowanie i wdrożenie nowej technologii syntezy głosu w języku obcym z wykorzystaniem sztucznej inteligencji”, współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach programu Fundusze Europejskie dla Małopolski 2021–2027 (umowa nr FEMP.01.01-IP.01-0262/23). Całkowita wartość projektu wynosi 8 026 727,62 zł, w tym dofinansowanie w kwocie do 3 921 113,71 zł przy wydatkach kwalifikowanych 7 842 227,62 zł.

Celem projektu jest opracowanie zaawansowanego modelu syntezy mowy opartego na architekturze Neural Text-to-Speech, zdolnego do automatycznego generowania dubbingu do treści wideo z odwzorowaniem indywidualnych cech głosu, takich jak prozodia, tembr i emocje, w jakości zbliżonej do rodzimego użytkownika języka angielskiego.

W okresie od kwietnia do grudnia 2025 roku zrealizowano zadanie nr 1 obejmujące eksperymentalne prace rozwojowe: opracowano narzędzia do automatycznej ekstrakcji danych treningowych, przeprowadzono testy systemów diaryzacji i segmentacji nagrań, dostrojono hiperparametry modelu oraz stworzono początkowy zestaw danych treningowych z wykorzystaniem publicznie dostępnych nagrań i materiałów wideo. Przeprowadzono również systematyczny przegląd literatury naukowej. Osiągnięto zakładany kamień milowy, którego wynikiem jest przegląd literatury służący do porównania metod syntezy, narzędzia CLI do przetwarzania danych treningowych, przetworzone przykładowe dane treningowe oraz testy narzędzi.

Na dzień bilansowy komponent badawczo-rozwojowy projektu pozostaje w trakcie realizacji. Nie zidentyfikowano zagrożeń dla dalszej realizacji projektu. Zakończenie całości projektu planowane jest na 31 marca 2027 roku.

V. Wpływ działalności Grupy Kapitałowej na środowisko naturalne

Działalność Grupy Kapitałowej nie wpływa negatywnie na środowisko naturalne. Spółka nie prowadzi działalności, której charakter nakładałby na Spółkę szczególne obowiązki, dotyczące warunków korzystania ze środowiska naturalnego. Wszelkie rozwiązania racjonalizatorskie w zakresie ochrony środowiska są uwzględniane w zakresie optymalnej organizacji prowadzonej przez Spółkę działalności.

VI. Informacje na temat działalności Grupy Kapitałowej, branży i czynnikach makroekonomicznych.

Marki osobiste i indywidualne projekty Influencerów.

W 2025 r. w naszym portfolio znajdowało się 45 influencerów, a na dzień publikacji raportu ich liczba wynosi 39.



KAROL
'FRIZ'
WIŚNIEWSKI



HANIA
'HI HANIA'
PUCHALSKA



BARTEK
KUBICKI



BARTEK
'ŚWIEŻY'
LASKOWSKI



JULITA
RÓŻALSKA



DANIEL
KOSZCZUK



WIKTORIA
'KARTONII'
BOCHNAK



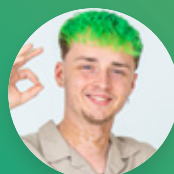
FAUSTYNA
'FAUSTI'
FUGIŃSKA



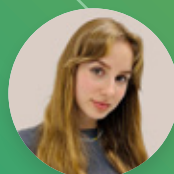
PRZEMEK
'PRO'
LEJOWSKI



MICHU
'KONTRABAS'
WERMIŃSKI



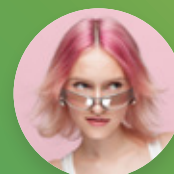
PATRYK
'QRY'
LUBAŚ



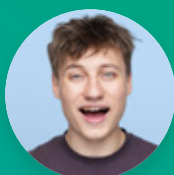
JOANNA
MARCINIAK



POLA
SŁOPECKA



MARTA
RÓŻAŃSKA



KAROL
MIKOŁAJCZYK



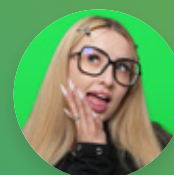
ALAN
BUKOWIŃSKI



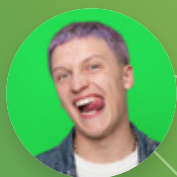
MICHAŁ
'KUZYN MICHU'
POPIOŁEK



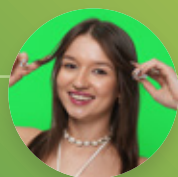
ZBYCHU
KRÓL



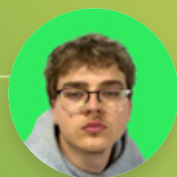
MALWINA
KAJZEREK



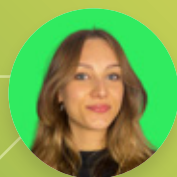
JAKUB
JUREK



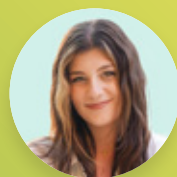
WIKTORIA
NIEKAŁO



RADEK
GDULA



ZUZANNA
CISZEWSKA



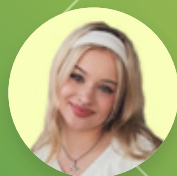
KATARZYNA
'FUSIAŁKA'
BOŻEK



PATRYK
'MORTALCIO'
BARAN



ALAN
'POSTI'
KOWALCZEWSKI



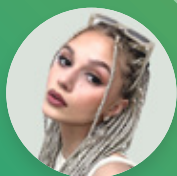
OLIWIA
'CRAZY OLIWKA'
WAWRZYNIUK



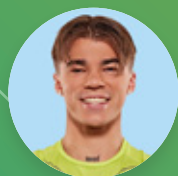
KINGA
BANAŚ



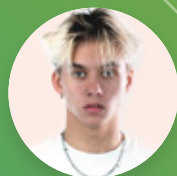
POLA
SIECZKO



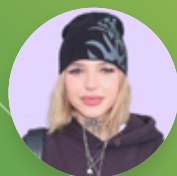
MAJA
FIREK



DOMINIK
'KWOLCZI'
KWOLCZAK



OLIWIER
'KOSTEK'
KAŁUŻNY



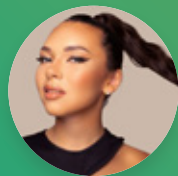
MATYŁDA
PODOBIŃSKA



ŁUKASZ
'WUJEK ŁUKI'
WOJTYCA



NATALIA
SOKOŁOWSKA



PAULINA
KOZŁOWSKA



DAWID
KOWOLIK



PATRYK
'LOKU'
KOSAKIEWICZ



SYLWESTER
IRZYK

Poniżej przedstawiamy najważniejsze realizowane projekty oraz wybrane marki osobiste influencerów



Grupa influencerów, która wspólnie tworzy content na kanał EKIPA na YouTube. Projekt rozpoczął się kilka lat temu od realizacji projektu "Dom Ekipy", następnie ewoluował, a do grupy dołączali kolejni influencerzy, część z nich wyłoniona z programu "Twoje 5 Minut".



EKIPA dostarcza swoim odbiorcom
kontent "family friendly".

Kanał ma **2,4 mln** subskrybentów
i ponad **761 mln** wyświetleń.

Influencerzy EKIPY i największe projekty:

Karol *Friz* Wiśniewski

Najpopularniejszy polski youtuber. Od lipca 2025 r. mąż Weroniki "Wersow" Sowcy Pierwszy film udostępnił w tym serwisie już w 2010 r. Jest pomysłodawcą grupy influencerskiej EKIPA. W lutym 2020 roku wspólnie z pozostałymi członkami EKIPY zadebiutował muzycznie wydając swój pierwszy utwór pt. „Przejmujemy jutuby”.

Aktualnie jego kanał na YouTube ma ponad **5,36 mln subskrybentów** i **2,85 mld wyświetleń** swoich filmów. Na Instagramie obserwuje go ponad **4,1 mln fanów**.

Karol to kreatywny Twórca, odpowiedzialny za powstanie takich projektów jak Twoje 5 Minut, Mafia IRL i Genzie. Uwielbia próbować nowych rzeczy, przełamywać schematy i realizować innowacyjne pomysły, uwieczniając efekty na swoim kanale. Karol „Friz” Wiśniewski jest od lat jednym z najbardziej popularnych influencerów. **Wciąż zaskakuje kolejnymi pomysłami i formatami odcinków.**



"Mafia IRL" to internetowy projekt rozrywkowy, rozgrywka, w której znani influencerzy przenoszą się do luksusowego miejsca i muszą ze sobą współpracować, aby ukończyć serię wymagających misji, nie wiedząc jednak, że wśród nich są zdrajcy z mafii, którzy mają własną, ukrytą agendę. Rozgrywka jest oparta na popularnej grze „Mafia”, przeniesiona do świata rzeczywistego i przedstawiona w formie dynamicznego reality-show.

Poza influencerami z EKIPY w projekcie biorą udział inni polscy twórcy. Pierwszy odcinek został wyemitowany 14 października 2023 r. Format cieszył się dużą oglądalnością. W czerwcu 2024 r. została wyemitowana 2 edycja, a w październiku 2024 r. ukazała się 3 edycja tego formatu. W 2025 r. została nagrana 4 edycja programu, która emitowana jest w pierwszym kwartale 2026 r.



Wraz z odsłoną 4. edycji MAFII IRL do restauracji KFC trafiło **limitowane menu**. To wyjątkowa kolaboracja pod hasłem „Tu gra nabiera smaku”. Dzięki tej współpracy fani mogą poczuć się jak uczestnicy rozgrywki – do zestawów dodawane są limitowane karty mafii, które urozmaicają grę dostępną na stronie influencer.pl.

To pierwsza w Polsce współpraca KFC z influencerem w takim formacie.



Innowacyjny projekt EKIPA Management na kanale YouTube skierowany do młodych influencerów.

„Twoje 5 Minut” to internetowy talent-show, którego celem jest zdobycie kontraktu z EKIPĄ i dołączenie do Genzie. Pierwsza edycja wystartowała we wrześniu 2021 r. Druga edycja ruszyła na początku 2023 r. W pierwszym kwartale 2025 r. wystartowały castingi do 3 edycji programu „Twoje 5 Minut”, który

zakończył się w lipcu. Efektem było wyłonienie nowych twarzy do współpracy z EKIPĄ oraz przyznanie zwycięzcy kontraktu reklamowego o wartości 250 tys. złotych. Zwycięzcą programu został Zbigniew „Zbychu” Król, który zdobył największe uznanie jurorów.



Genzie to grupa młodych Twórców, wyłonionych z pierwszej edycji programu „**Twoje 5 Minut**” realizowanego przez EKIPE w 2021 roku. Pierwszy skład stanowili: Mortalcio, Kartonii, Hi Hania, Faustyna, Bartek oraz Świeży. Mieszkali oni razem przez rok, tworząc różnego rodzaju treści na swój kanał na YouTube, jak np. pranki, wyzwania czy konkursy kulinarne. Dostarczała przez swoje media społecznościowe rozrywki szczególnie młodszej grupie odbiorców.

Ich przygody na YouTube śledzą miliony dzieci w Polsce.

W marcu 2023 r. do Genzie dołączyło dwóch nowych członków Julita i Oliwier, którzy zostali wyłonieni z 2 edycji programu **Twoje 5 Minut**.

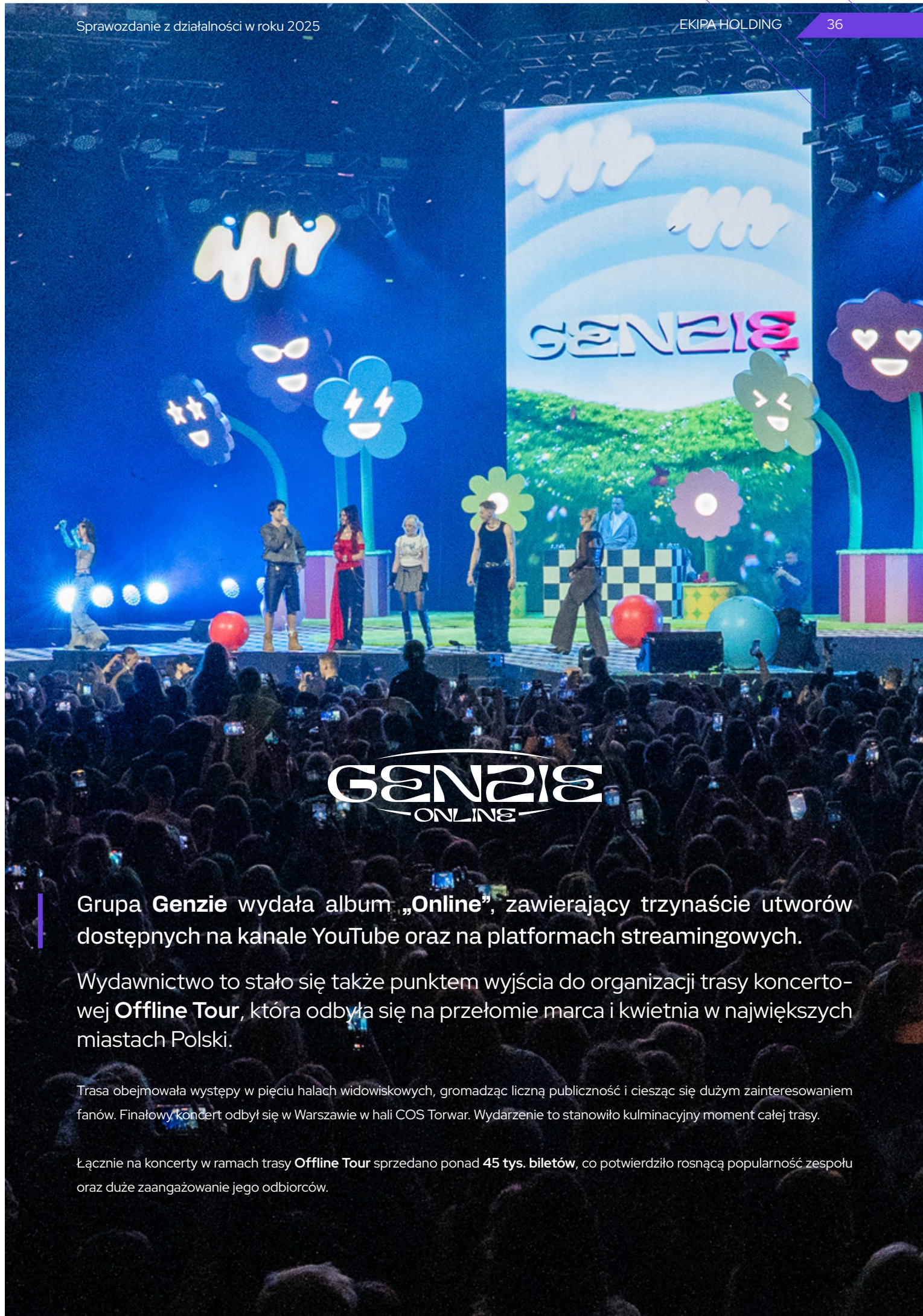
Artyści zagraли w sumie kilka tras koncertowych, na które bilety wyprzedawały się w ciągu kilku dni. Koncerty odbyły się w Poznaniu, Łodzi, Gdańsku, Wrocławiu, Krakowie, Katowicach oraz w Warszawie. Dwukrotnie wystąpili w TAURON Arenie podczas Festiwalu EKIPY w 2024 r. i 2025 r. Pod koniec 2023 r. roku Mortalcio rozpoczął solową karierę muzyczną, a podczas EKIPA Festiwal '25 ogłosiliśmy dołączenie Daniela Koszczuka do projektu Genzie.



20 listopada 2025 r. odbył się finał 4. sezonu projektu „Genzie”. Produkcja została zrealizowana na Filipinach i połączona z intensywnym tworzeniem materiałów dla widzów. Z tej okazji twórcy wydali wspólny utwór „Cały Świat”, a na oficjalnym kanale regularnie ukazywały się filmy dokumentujące finałowy wyjazd.

Projekt Genzie ma także własny sklep internetowy z odzieżą i akcesoriami brandowanymi własną marką, obsługiwany przez **EKIPATONOSI**.

Kanał Genzie na YouTube ma **2,41 mln subskrybentów** i ponad **2,37 mld wyświetleń** swoich filmów.



GENZIE ONLINE

Grupa **Genzie** wydała album „**Online**”, zawierający trzynaście utworów dostępnych na kanale YouTube oraz na platformach streamingowych.

Wydawnictwo to stało się także punktem wyjścia do organizacji trasy koncertowej **Offline Tour**, która odbyła się na przełomie marca i kwietnia w największych miastach Polski.

Trasa obejmowała występy w pięciu halach widowiskowych, gromadząc liczną publiczność i ciesząc się dużym zainteresowaniem fanów. Finałowy koncert odbył się w Warszawie w hali COS Torwar. Wydarzenie to stanowiło kulminacyjny moment całej trasy.

Łącznie na koncerty w ramach trasy **Offline Tour** sprzedano ponad **45 tys. biletów**, co potwierdziło rosnącą popularność zespołu oraz duże zaangażowanie jego odbiorców.



FAZA i BAZA zostały zaprojektowane z myślą o różnorodnych grupach odbiorców, oferując świeże podejście do tworzenia treści i budowania relacji z widzami.

FAZA to dynamiczny format rozrywkowy, skierowany do starszych odbiorców – przede wszystkim przedstawicieli pokolenia Z. Projekt opierał się na intensywnych emocjach, wyrazistym humorze, bezpośrednim stylu komunikacji oraz elementach rywalizacji. To propozycja dla tych, którzy poszukiwali treści autentycznych, swobodnych i nieszablonowych.

Pod koniec stycznia 2026 r. projekt „FAZA” przeszedł rebranding i grupa zmieniła nazwę na „SZPONT”, której członkowie naturalnie używali od początku istnienia grupy. Na kanale pojawia się odświeżony content, a wraz z rebrandingiem zmieniła się również identyfikacja wizualna, w której dominującym kolorem jest czerwień. Odcinki będą publikowane 2–3 razy w tygodniu i przyjmą formę vlogowo-dokumentalnych materiałów z wyjazdów, imprez i nocowanek.

BAZA to format family friendly, skierowany do młodszych widzów – głównie z pokolenia Alpha. Projekt został stworzony jako bezpieczna i przyjazna przestrzeń, promująca pozytywne. W obu projektach biorą udział zarówno znani twórcy związani z EKIPĄ, jak i nowe talenty, wyłonione w ramach programu „Twoje 5 Minut 3”. Takie połączenie doświadczenia z nową energią i różnorodnymi osobowościami pozwala nam dotrzeć do jeszcze szerszego grona odbiorców. To kolejne ambitne wyzwanie i naturalne rozszerzenie portfolio. Dla naszej społeczności – to nowa jakość, świeże formaty oraz inspirujące doświadczenia, które warto śledzić na bieżąco.

Kanał BAZA na YouTube ma 485 tys. subskrybentów i ponad 178 mln wyświetleń swoich filmów. Kanał SZPONT na YouTube ma 558 tys. subskrybentów i ponad 145 mln wyświetleń swoich filmów.

Katarzyna Fusia Bożek

To charyzmatyczna twórczyni, która z pasją łączy światy motoryzacji i gamingu. Przełamuje stereotypy, udowadniając, że kobieca siła może objawiać się za kierownicą. Jej pewność siebie i zaangażowanie inspirują młodych do podążania własną drogą, bez kompromisów. Tworzy społeczność złożoną z ludzi, którzy cenią autentyczność, pasję i nieustanny rozwój.

Coraz częściej można oglądać jej treningi i zmagania na torach wyścigowych. Kasia, wspólnie z innymi Twórcami EKIPY, nagrywa odcinki na swój kanał „Fusialka” na YouTube. Od wiosny 2023 r. „Fusialka” jeździ w Driftingowych Mistrzostwach Polski w klasie speed games. 13 czerwca 2024 r. miała miejsce premiera kolekcji kosmetyków do pielęgnacji i makijażu twarzy Bell HYPOAllergenic x BESTIES autorstwa Kasi „Fusialki” Bożek oraz Kingi Banaś. W styczniu 2025 r. Kasia została ambasadorką ogólnopolskiej kampanii EURO RTV AGD.

„Fusialka” posiada ponad **1,4 mln obserwujących** na Instagramie, **1,8 mln** na TikToku oraz ponad **810 tysięcy subskrypcji** na YouTube.



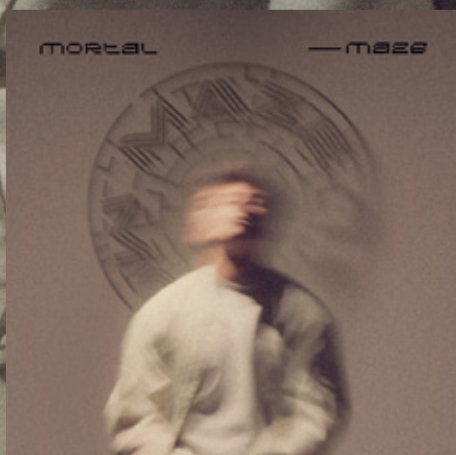
Patryk *Mortal* Baran

Influencer swoją karierę rozpoczął biorąc udział w Projekcie Genzie. Na początku 2024 r. nagrał płytę i wyruszył w trasę koncertową promującą swój debiutancki album **"MAZE"**. Trasa objęła miasta takie jak Łódź, Katowice, Wrocław, Poznań, Gdańsk oraz Warszawa.

Dwukrotnie wystąpił w TAURON Arenie podczas Festiwalu EKIPY w 2024 r. i 2025 r.

We współpracy z firmą Golden Bow Solutions Mortal wprowadził do sieci Biedronka sezonową edycję napoju frappe o smaku batonika mlecznego – smaku kojarzonego bezpośrednio z twórczością Patryka.

Patryk posiada ponad **959 tysięcy obserwujących** na Instagramie, **958 tysięcy** na Tik Toku oraz **1,71 mln subskrypcji** na głównym kanale YouTube.



PRZEMEK. PRO · QRY · BARTEK KUBICKI TRZECH KRÓLI

Projekt Trzech Króli został powołany na początku 2023 roku, kiedy to trójka młodych przyjaciół postanowiła wyruszyć do Afryki. Nie była to zwykła podróż gdyż w wyprawę wyruszyli "najbrzydszym samochodem świata", który obkleili na kolorowo. Wszystkie swoje przygody z podróży nagrywali po to, żeby stworzyć całą serię odcinków. W trakcie tej podróży powstała również piosenka, która szybko stała się hitem niedawno wydanego albumu, zatytułowanego "Afryka".

W maju 2024 r. twórcy wydali swoją drugą płytę pod tytułem "Ameryka". Album zawiera utwory, które zabierają w muzyczną podróż pełną emocji i energii. Inspiracją dla drugiej płyty stał się wyjazd "Trzech Króli" do Stanów Zjednoczonych. Ta podróż zaowocowała niezapomnianymi przeżyciami, które usłyszymy w ich muzyce.

Influencerzy zagrali liczne koncerty w różnych miastach w Polsce. Dwukrotnie wystąpili w TAURON Arenie podczas Festiwalu EKIPY w 2024 r. i 2025 r.

Wydali również pierwszy produkt FMCG we współpracy z Dooti Donuts. Motywem przewodnim jest kolor zielony, charakterystyczny dla twórców. Donut jest wypełniony nadzieniem o smaku jabłka, kiwi i marakui.



DIRECT

BY **ekipa**

To dom produkcyjny EKIPY, który specjalizuje się w filmach promocyjnych, teledyskach, kampaniach w social mediach.

Zespół Direct by Ekipa **posiada wieloletnie doświadczenie w profesjonalnej kreacji oraz produkcji materiałów filmowych**. Współpracuje z najbardziej znanymi polskimi influencerami. W portfolio Spółki są takie produkcje jak teledyski do utworów m.in. Genzie, Mortala, Fusialki, programy Twoje 5 Minut, Mafia IRL, spoty reklamowe, a także pionowe formaty do social media.

W październiku 2025 r. wystartował kanał „DIRECT by EKIPA” na platformie YouTube. Projekt ma na celu pokazanie kulisy pracy operatorów i zespołu produkcyjnego podczas realizacji planów filmowych.

Kanał promuje działalność domu produkcyjnego oraz prezentuje widzom ciekawostki i treści edukacyjne związane z procesem tworzenia materiałów wideo.

Ostatnie projekty



FORTZIOMAL



MAFIA IRL IV



REKLAMA KFC x MAFIA



MULTIVERSE CAMP

PORTALL

Prowadzimy kreatywną **agencję influencerską PORTALL**, która specjalizuje się w tworzeniu kampanii z udziałem twórców internetowych, dopasowanych do potrzeb marek i oczekiwań współczesnych odbiorców. Dzięki strategicznemu podejściu i wieloletniemu doświadczeniu w pracy z influencerami, skutecznie wspieramy marki w budowaniu naturalnych i angażujących relacji z ich społecznościami.

Reprezentujemy twórców z EKIPY, a nasze kampanie **docierają do milionowych grup odbiorców w social mediach**. Współpracujemy zarówno z dynamicznie rozwijającymi się brandami, jak i największymi graczami na rynku.

W portfolio agencji znajdują się kampania reklamowa dla Tymbarku, a także szereg aktywacji z udziałem najpopularniejszych influencerów młodego pokolenia.



INFLUCENTER



Nowoczesny punkt sprzedaży detalicznej w centrum handlowym Bonarka w Krakowie. W sklepie znajdują się kolekcje i produkty marek powiązanych z influencerami nie tylko z grupy EKIPA, ale również z Twórcami spoza tej społeczności. Wielkie otwarcie, które zgromadziło tysiące uczestników odbyło się 6 grudnia 2025 r. Wydarzenie uświetnili swoją obecnością influencerzy z grup BAZA i FAZA, którzy prowadzili mikołajkową zabawę i spotkania z fanami.

INFLUCENTER to unikalne miejsce łączące świat mediów społecznościowych z fizyczną obecnością twórców. W sklepie odbywały się spotkania z Twórcami takimi jak Hania "HiHania" Puchalska, Faustyna "Fausti", Julita czy Patryk "Mortalcio" Baran.

W dniach 15-21 grudnia 2025 roku w sklepie stacjonarnym INFLUCENTER dostępna była wyjątkowa okazja dla fanów, do sprzedaży trafiły koszulki GENZIE z finałowego dropu, opatrzone autentycznymi podpisami twórców. Sympatycy grupy mieli unikalną szansę na zdobycie limitowanego t-shirtu z autografami swoich idolów.

28 lutego INFLUCENTER stał się centrum wydarzeń dla fanów Wersow. Weronika Wiśniewska gościła w naszym sklepie, promując swoją najnowszą płytę "Matka Idolka" oraz premierową kolekcję merchu.

Koncept przyciąga zarówno fanów influencerów, jak i klientów poszukujących limitowanych edycji produktów oraz nowoczesnego doświadczenia zakupowego.



Ponadto Grupa Kapitałowa realizuje poniższe projekty

Produkcje Laniakea Pictures

Rok 2025 był dla Laniakea Pictures przełomowym momentem w rozwoju Spółki. Po latach konsekwentnego rozwijania projektów i własnych marek – firma weszła w etap intensywnej komercjalizacji swoich produkcji, stając się jedną z najbardziej dynamicznych i rozpoznawalnych firm producenckich w Polsce. W ciągu dwunastu miesięcy zrealizowaliśmy dwie premiery kinowe, rozpoczęliśmy przygotowania do kolejnych produkcji oraz znacząco rozwinęliśmy nasze autorskie IP i współpracę międzynarodowe.

Najważniejszym wydarzeniem roku był spektakularny sukces filmu „100 dni do matury”. Produkcja osiągnęła 324 tysiące widzów w weekend otwarcia, notując najlepszy start polskiego filmu w 2025 roku, a następnie przekroczyła **1 milion widzów w kinach**. Film przez trzy kolejne weekendy utrzymywał się na szczycie box office i znalazł się w gronie najchętniej oglądanych polskich produkcji roku.



Film stał się także branżowym punktem odniesienia i był prezentowany jako case study podczas wydarzeń branżowych w Polsce i Niemczech – poświęconym nowym strategiom docierania do młodej widowni.

Po sukcesie kinowym film osiągnął również bardzo dobre wyniki na platformach streamingowych – przez miesiąc pozostawał w TOP10 Amazon Prime Video, a po premierze na Netflixie zadebiutował na pozycji TOP1 i przez dwa tygodnie utrzymywał się w ścisłej czołówce najchętniej oglądanych tytułów. Produkcja zdobyła także sześć nominacji na Breaking TV Film Festival, w tym nagrodę w kategorii Best Comedy.

Na sukces filmu złożyła się również innowacyjna strategia marketingowa łącząca klasyczne działania dystrybucyjne z szerokim wykorzystaniem influencerów. Kampania wygenerowała bardzo duże zasięgi medialne i stała się w branży ważnym przykładem skuteczności marketingu influencerskiego w kinie. Uniwersalność konceptu wzbudziła także zainteresowanie partnerów zagranicznych – trwają rozmowy dotyczące sprzedaży praw remake'owych na kilku rynkach europejskich (Włochy, Niemcy, Skandynawia).

L
A
N
I
A
K
E
A

Sukces pierwszej części przełożył się na **rozpoczęcie prac nad kontynuacją** filmu. Produkcja znajduje się obecnie w fazie intensywnej preprodukcji, a rozpoczęcie zdjęć zaplanowano na **marzec 2026 roku**, z planowaną premierą kinową jeszcze w tym samym roku. Projekt rozwijany jest jako kolejny etap budowy silnej franczyzy skierowanej do młodej widowni.

Jesienią 2025 roku premierę miał kolejny projekt Spółki – film dokumentalny „Friz & Wersow. Miłość w czasach online” w reżyserii Krystiana Kuczkowskiego. Produkcja osiągnęła bardzo dobry wynik w weekendzie otwarcia, została sprzedana do Amazon Prime Video i potwierdziła skuteczność modelu łączącego profesjonalną produkcję filmową z ogromnym potencjałem zasięgowym twórców internetowych. Projekt okazał się zarówno sukcesem marketingowym, jak i finansowym.

Oba dystrybuowane filmy osiągnęły oczekiwane wyniki finansowe, zwróciły koszty produkcji i dystrybucji oraz wygenerowały pierwsze zyski, potwierdzając skuteczność przyjętego modelu produkcyjnego i marketingowego.

Równolegle Spółka rozwija swój kluczowy projekt dla młodszej widowni – „Chmurka i Burza” (Cloudy & Stormy). Serial animowany osiąga bardzo dobre wyniki oglądalności w MiniMini+ (Canal+), a projekt rozwijany jest w modelu IP 360°, obejmującym produkcje audiowizualne, publikacje książkowe oraz szeroki zakres produktów licencyjnych.

W 2026 roku bohaterki zawitają do kin w całej Polsce. Pod koniec roku planowana jest dystrybucja kinowa specjalnego seansu złożonego z zestawu aktualnie produkowanych odcinków serialu, przygotowanych z myślą o najmłodszych widzach i ich pierwszym kinowym doświadczeniu. Model dystrybucyjny oparty na kompilacji odcinków sprawdził się już na polskim rynku przy takich tytułach jak „Kicia Kocia” czy „Niezwykłe przygody skarpetek”, które odniosły znaczący sukces frekwencyjny wśród rodzimej publiczności. Seansom towarzyszyć będą dodatkowe atrakcje oraz specjalnie przygotowane warsztaty dla najmłodszych widzów, łączące elementy zabawy i edukacji emocjonalnej. Projekt zakłada szeroką dystrybucję we wszystkich sieciach kinowych, tworząc dla dzieci bezpieczną i atrakcyjną przestrzeń do pierwszego kontaktu z kinem.

Docelowo planowana jest produkcja 52 odcinków serialu „Chmurka i Burza”, które będą rozwijać świat bohaterek i stanowić fundament długofalowego rozwoju marki. Obecnie trwają intensywne prace reżyserskie i scenariuszowe nad kolejnymi historiami, przygotowując projekt do kolejnych etapów produkcji. Pierwsza partia odcinków zostanie zaprezentowana w kinach w formie specjalnej kompilacji, a realizacja następnych planowana jest sukcesywnie w ko-





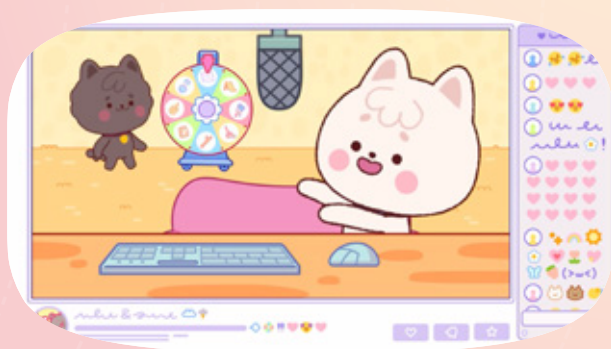
lejszych latach, wraz z dalszą emisją telewizyjną i dystrybucją w innych kanałach.

Spółka kontynuuje starania o pozyskanie wsparcia finansowego dla projektu w Polskim Instytucie Sztuki Filmowej oraz planuje ponowne złożenie wniosku o tzw. zachęty produkcyjne. Poprzednia aplikacja została odrzucona z przyczyn formalnych, związanych z koniecznością dostosowania dokumentacji do polskich regulacji prawnych w zakresie współpracy międzynarodowej oraz przeniesienia praw scenariuszowych wynikających z amerykańskiego modelu kontraktowego. Wprowadzone zmiany umożliwiają ponowne ubieganie się o wsparcie w kolejnej procedurze.

Równolegle, wdrażając kolejne elementy aktywacji marki – kluczowym krokiem było rozpoczęcie współpracy z wydawnictwem Agora dla Dzieci, jednym z najsilniejszych partnerów na polskim rynku książek dla najmłodszych. W ramach tej współpracy powstaje sześciotomowa seria, która rozwija świat bohaterek i stanowi rozszerzenie fabularne marki poza dotychczas publikowane treści na YouTube. Publikacje

zostały przygotowane z myślą o dzieciach w wieku przedszkolnym, we współpracy z psychologami oraz z naciskiem na bezpieczeństwo treści i edukację emocjonalną. Książki budują świat pełen ciepła, radości i wspólnej zabawy, którego mottem jest hasło „Małe pieski – wielkie przygody”. Premiera pierwszych dwóch tomów: „Chmurka i Burza chcą się bawić” oraz „Chmurka i Burza pieką ciasto” – zaplanowano na 25 marca, a tytuły są już dostępne w przedsprzedaży, zapowiadając dalszy rozwój serii wydawniczej.

Na początku 2026 roku Spółka zawarła strategiczną umowę z międzynarodowym partnerem DeAPlaneta, który będzie wspierał rozwój marki w obszarze globalnego licencjonowania i consumer products. Współpraca ta otwiera nowy etap komercjalizacji świata „Chmurki i Burzy”, obejmujący rozwój szerokiego portfolio produktów w takich kategoriach jak FMCG, apparel, zabawki oraz gry planszowe. Pierwsze projekty produktowe są już w przygotowaniu, a kolejne inicjatywy związane z rozwojem marki będą sukcesywnie prezentowane w następnych raportach Spółki.



[Cloudy and Stormy na YouTube >](#)

Strategicznym projektem Spółki pozostaje projekt „Age of Mechozaur” – ambitne uniwersum science-fantasy rozwijane z myślą o rynku globalnym. W 2025 roku projekt był prezentowany podczas najważniejszych wydarzeń branżowych gdzie zawsze spotyka się z bardzo pozytywnym odbiorem branży. Obecnie rozwój prac jest ukierunkowany na współpracę z partnerami z rynku azjatyckiego, w szczególności w obszarze animacji i produkcji gier wideo. Równolegle przygotowywane są kolejne elementy uniwersum – w tym publikacje literackie i komiksowe, które mają wprowadzać świat „Mechozaurów” na rynek jeszcze przed realizacją produkcji audiowizualnej.

Równolegle Laniakea Pictures prowadzi intensywne prace developmentowe nad kolejnymi projektami, angażując uznanych i doświadczonych twórców oraz talenty zapewniające realny potencjał zasięgowy i zainteresowanie przyszłej widowni. Rozwijane przedsięwzięcia projektowane są ze świadomością tzw. audience design – z uwzględnieniem badań, analizy trendów rynkowych oraz precyzyjnego definiowania grup docelowych już na etapie koncepcji. Portfolio rozwijanych projektów obejmuje m.in. reality shows, seriale gatunkowe, filmy doku-

mentalne, projekty familijne i young adults, a także produkcje IP-driven i talent-driven, budowane z myślą o silnym potencjale komercyjnym, marketingowym i wielokanałowym rozwoju.

Perspektywy rozwoju Spółki na lata 2026–2027 pozostają bardzo obiecujące. Kluczowe przedsięwzięcia planowane na najbliższy okres obejmują realizację sequela „100 dni do matury”, kinową premierę projektu „Chmurka i Burza”, rozwinięcie prac scenariuszowych wewnętrznych projektów oraz kolejne etapy rozwoju uniwersum „Mechozaurów”.

Strategia Laniakea Pictures opiera się na budowie silnych własnych marek oraz projektów funkcjonujących równolegle w wielu mediach – od kina po streaming, przez wydawnictwa i komiksy, do gier i produktów licencyjnych. Sukcesy roku 2025 potwierdzają skuteczność tego modelu i wzmacniają pozycję Spółki jako producenta nowoczesnych treści rozrywkowych o potencjale międzynarodowym.



L
A
N
I
A
K
E
A

BARTOSZ
LASKOWSKI

JACEK
KOMAN

MAŁGORZATA
FOREMNIAK

PIOTR
GŁOWACKI

POLA
SIECZKO

BARTOSZ
KUBICKI

KINGA
BANAŚ

PATRYK
BARAN

100 DNI DO MATURY



POŁONEZA CZAS ZACZAĆ!
TYLKO W KINACH - OD 28 LUTEGO

WYPRODUKOWAŁ BARTOSZ LASKOWSKI, JACEK KOMAN, MAŁGORZATA FOREMNIAK, PIOTR GŁOWACKI, POLA SIECZKO, BARTOSZ KUBICKI, KINGA BANAŚ, PATRYK BARAN, HANNA PUCHAŁSKA, JULIA RÓŻAŁSKA, ALAN KOŹŁAŃSKI, DOMINIK KWOLCZAK, JOWITA BUONIK, RADOŚLAW KRZYŻOWSKI
WYKONAŁ MIKŁAJ PUŚCZAN WYPRODUKOWAŁ ŁUKASZ ZDANOWSKI WYKONAŁ CZARZY STOLICKI WYKONAŁ MIŁOŚ SAWICKI WYKONAŁ EWA HRUCZKOWSKA WYKONAŁ MAŁGORZATA FURALA WYKONAŁ WERONIKA JELIŃSKA WYKONAŁ MARCIN KASIEŃSKI, KACPER BABISIAK, JAROSŁAW HAJDOWSKI
WYKONAŁ ANTONI WOLJAN WYKONAŁ HELENA WIECZOREK, FILIP WOJCIECHOWSKI WYKONAŁ ALEKSANDRA HUSIAŁ WYKONAŁ KONRAD BUZIŃSKI, SACHARA BACHNICKA, KRYSZTOF TIRJA (WATCHOUT STUDIO)
WYKONAŁ EKIPA HOLDING - ŁUKASZ WOJTYCA WYKONAŁ BLAŻA PIĘCZONKA WYKONAŁ LANIAKA PICTURES WYKONAŁ MATEROSZ KOŹŁAŃCZYK, ANNA ZYCHOWICZ WYKONAŁ NEXT FILM WYKONAŁ POLSKI INSTYTUT SZTUKI FILMOWEJ



"Cloudy and Stormy: Merge Game"

to gra mobilna, która została stworzona przez Spółkę GGBay we współpracy z Simplicity Games.

Inspiracją były postaci z popularnego serialu animowanego stworzonego przez Laniakea Pictures "Cloudy & Stormy", w którym poznajemy przygody z jakimi zmagają się w bajkowym świecie postaci Chmurki i Burzy.

Gra jest dostępna w sklepach AppStore oraz Google Play.



Skala działalności EKIPY

W naszym portfolio posiadamy szereg różnych projektów FMCG, a w tym wiele różnych produktów skierowanych do naszych odbiorców. W 2025 r. pojawiły się kolejne nowe produkty. Są to m.in.:

Lody EKIPY

stworzone wspólnie z firmą Koral.

Po spektakularnym sukcesie lodów w 2021 roku, osiągniętym dzięki współpracy z marką Koral, nasza kooperacja rozwijała się w kolejnych latach, wprowadzając na rynek szereg innowacyjnych smaków i produktów. W lutym 2023 roku wprowadziliśmy na rynek lody „Chmurka” i „Burza”. W następnym sezonie poszerzyliśmy naszą ofertę o nowe smaki, w tym popularny „Gengarek”. W lutym 2025 roku do sprzedaży trafiły kolejne nowości. Do kultowych lodów sorbetowych dołączył nowy, smak – ananasa, tropikalny oraz ciemnego winogrona. Ponadto, wprowadziliśmy trójsmakową kanapkę lodową, lody „Genziara” oraz rożek „Chmurka i Burza”.



Nowe smaki lodów



Genziara – smak śmietankowy z szerbetem truskawkowym w polewie o smaku gumy balonowej z cukrem strzelającym

Różek śmietankowo-czekoladowy – klasyczne lody Chmurka i Burza w zupełnie nowej wersji, wzbogacone o wafelek, zamknięte w jednym opakowaniu.



Kanapka lodowa w trzech smakach: śmietanka, truskawka, cytryna. Orzeźwiająca kombinacja zamknięta w nowoczesnym opakowaniu.

Kultowy lód ekipy w nowej odsłonie – smak ananas tropik, ciemne winogrona w polewie o smaku gumy balonowej, z cukrem strzelającym! To połączenie idealne w upalne dni.

Kolekcja kosmetyków Bell x Kartonii

“Kartonii” we współpracy z marką Bell wypuściła autorską kolekcję kosmetyków pod nazwą **“Cherry on Top”**. Kolekcja inspirowana jest motywem wiśni – charakterystycznym dla twórczyni.

W linii produktów znalazły się m.in. błyszczki, pomadki oraz cienie do powiek o wiśniowym zapachu, wykończone starannie dopracowanymi detalami.



Herbaty Lipton z Wersow, Faustii i Kartonii

W maju 2025 r. wraz z marką Lipton wprowadziliśmy na rynek edycję herbat stworzonych we współpracy z influencerkami **Weroniką "Wersow" Wiśniewską** oraz **Faustyną "Fausti" Fugińską**.

Każda z twórczyń zaproponowała swój smak: Weronika postawiła na klasyczną czarną herbatę z nutą borówki, natomiast Faustyna wybrała połączenie czarnej herbaty z orzeźwiającą pomarańczą.

W sierpniu 2025 r. **Wiktoria „Kartonii” Bochank** oficjalnie ogłosiła premierę swojego produktu powstałego we współpracy z marką Lipton. To wyjątkowa, limitowana mieszanka – czarna herbata o smaku wiśniowym, inspirowana charakterystycznym motywem twórczyni.



Lemoniady w 2 smakach stworzone dla popularnej grupy polskich youtuberów "Teenz".



Chrupki kukurydziane inspirowane bohaterami animowanej bajki „Cloudy & Stormy”. Dostępne są w dwóch smakach: jogurtowym oraz czekoladowym.

Za wprowadzenie produktów "Cloudy & Stormy" oraz Lemoniad "Teenz" odpowiada ESSA Co.

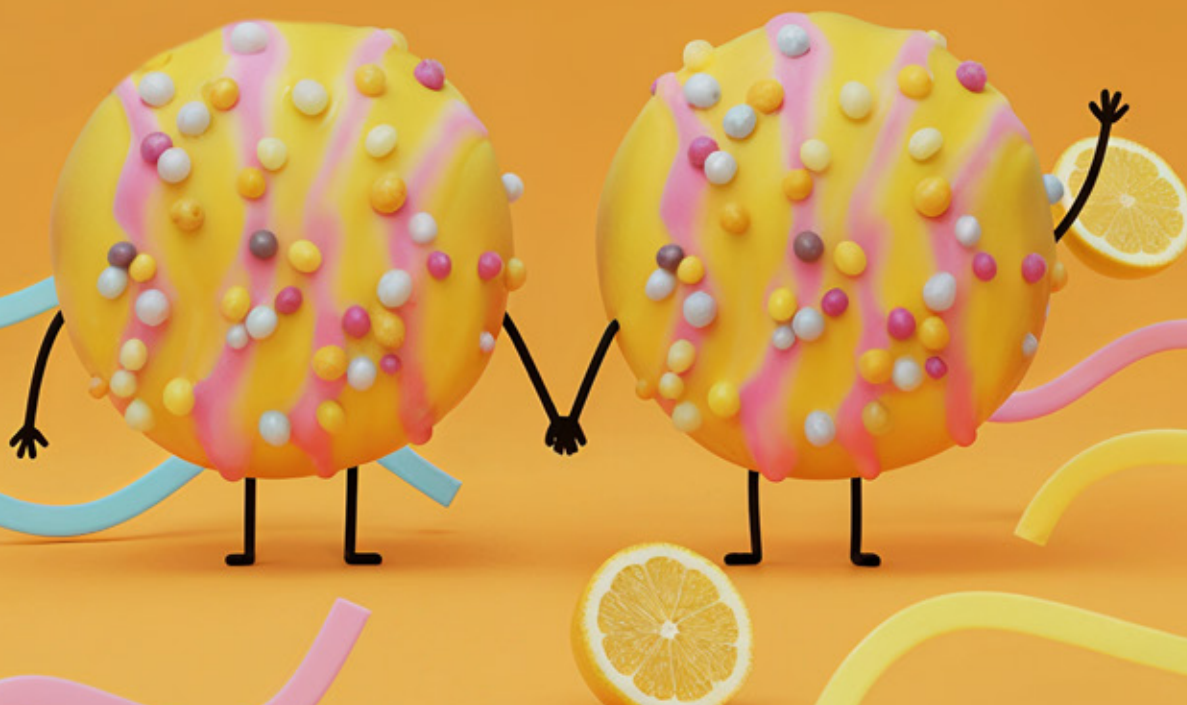
THE
essa
COMPANY



22 sierpnia Grupa Genzie, we współpracy z marką Deichmann, zaprezentowała własny model buta. To nowoczesny styl odpowiadający na potrzeby młodego pokolenia.



Przekąski wypełnione nadzieniem o cytrusowym smaku yuzu, będącym egzotycznym miksem mandarynki i cytryny. To już kolejny wspólny produkt twórców z marką Dooti Donuts.



Czynniki makroekonomiczne

Rynek marketingu influencerskiego w Polsce cechuje się bardzo dynamicznym wzrostem, napędzanym popularyzacją platform społecznościowych, takich jak YouTube, TikTok, Instagram czy Twitch. Wartość tego sektora rośnie z roku na rok o kilkadziesiąt procent i jest coraz mocniej uwzględniana w strategiach marketingowych dużych marek.

Rynek influencerski w Polsce w ostatnich latach staje się jednym z kluczowych elementów strategii marketingowych wielu firm. Wraz z rosnącą liczbą użytkowników mediów społecznościowych oraz wzrostem znaczenia digital marketingu, influencerzy odgrywają coraz większą rolę w kształtowaniu opinii konsumentów.

Obecnie największym zainteresowaniem w Polsce cieszą się trzy główne platformy: Instagram, TikTok oraz YouTube. Instagram pozostaje najczęściej wybieranym medium dla kampanii influencerskich, głównie dzięki atrakcyjnym wizualnie treściom oraz szerokiemu gronu aktywnych użytkowników. TikTok, który w ostatnich latach odnotował dynamiczny wzrost, stał się kluczowym kanałem dla marek chcących dotrzeć do młodszej grupy odbiorców. YouTube, choć mniej dynamiczny niż TikTok, nadal jest ważnym medium dla dłuższych i bardziej angażujących treści.

Z każdym rokiem rośnie liczba marek inwestujących w influencer marketing. Firmy dostrzegają, że dobrze dobrane kampanie influencerskie generują nie tylko zasięg, ale także wpływają na decyzje zakupowe odbiorców. W rezultacie obserwuje się profesjonalizację tego segmentu – influencerzy coraz częściej szkolą się w zakresie marketingu, analityki i strategii komunikacyjnej, a agencje specjalizujące się w influencer marketingu zyskują na znaczeniu.

Przewiduje się, że w nadchodzących latach influencer marketing w Polsce będzie coraz bardziej oparty na technologii. Wzrost znaczenia sztucznej inteligencji oraz narzędzi do analizy danych pozwoli markom jeszcze lepiej dobrać influencerów i optymalizować kampanie pod kątem skuteczności. Automatyzacja procesów współpracy, np. poprzez platformy łączące influencerów z markami, zwiększy przejrzystość i efektywność działań.

W ostatnich latach pojawiło się wiele dyskusji na temat konieczności wprowadzenia regulacji dotyczących oznaczania współprac komercyjnych. Podjęte zostały kroki w celu zwiększenia przejrzystości rynku, co spowoduje, że influencerzy i marki będą musieli bardziej odpowiednio oznaczać treści sponsorowane. To z kolei może przyczynić się do wzrostu zaufania konsumentów do influencerów i ich rekomendacji.

TikTok, jako platforma o wyjątkowej dynamice i wysokim poziomie zaangażowania użytkowników, będzie nadal przyciągał marki. Krótkie, angażujące filmy, często oparte na storytellingu lub trendach wiralowych, będą odgrywać kluczową rolę w strategiach marketingowych. Dodatkowo rozwój formatów opartych na technologii AR (Augmented Reality) i VR (Virtual Reality) może przynieść nowe możliwości interakcji z odbiorcami.

Marki coraz częściej stawiają na długoterminowe relacje z influencerami zamiast jednorazowych kampanii. Budowanie długofalowej współpracy pozwala na bardziej autentyczne przekazy, które zwiększają skuteczność kampanii. Autentyczność i wiarygodność influencerów będzie kluczowym czynnikiem decydującym o ich wartości na rynku.

Rynek influencerski w Polsce nadal dynamicznie się rozwija, zyskując na znaczeniu w strategiach marketingowych firm. Wzrost inwestycji w ten sektor, profesjonalizacja influencerów oraz rozwój technologii przyczyniają się do jego stabilizacji i dojrzenia. W nadchodzących latach możemy spodziewać się dalszej automatyzacji działań, większej transparentności oraz wzrostu znaczenia platform takich jak TikTok. Kluczowym wyzwaniem będzie utrzymanie autentyczności i zaufania odbiorców, co stanie się głównym wyznacznikiem sukcesu influencerów oraz marek współpracujących z nimi.

VII. Informacje o segmentach działalności oraz sezonowości

Grupa Kapitałowa Ekipa Holding bezpośrednio oraz poprzez swoje wyspecjalizowane Spółki zależne prowadzi działalność w następujących segmentach:

Produkcja i dystrybucja treści wideo

- Grupa koncentruje się na tworzeniu materiałów wideo przeznaczonych głównie do emisji w mediach społecznościowych (YouTube, TikTok, Instagram).
- Rozbudowane zaplecze produkcyjne (sprzęt, studia, wykwalifikowane zespoły) umożliwia realizację projektów komercyjnych (reklamy, teledyski, krótkie formy fabularne).
- Dodatkowo Grupa angażuje się w produkcję własnych formatów, które stanowią źródło monetyzacji przez emisję reklam i współpracę sponsorsko-partnerskie.

Influencer marketing i zarządzanie wizerunkiem

- Kluczowym filarem jest współpraca ze znanymi Twórcami i influencerami, co pozwala na generowanie szerokich zasięgów w internecie.
- EKIPA Holding, poprzez Spółki zależne, negocjuje i koordynuje kontrakty reklamowe, kreuje kampanie marketingowe oraz dba o rozwój wizerunku reprezentowanych twórców.
- Równolegle prowadzony jest scouting nowych talentów, dzięki czemu Grupa poszerza portfolio twórców i zwiększa swój potencjał promocyjny.

E-commerce i merchandising

- Grupa rozwija autorskie marki produktowe (odzież, akcesoria, gadżety) sprzedawane w ramach własnych platform e-commerce.
- Emitent współpracuje z zewnętrznymi producentami i dystrybutorami w zakresie tworzenia produktów sygnowanych marką „EKIPA” (m.in. napoje, słodczyce, kosmetyki).
- Intensywne kampanie marketingowe prowadzone w mediach społecznościowych i we współpracy z partnerami handlowymi umożliwiają systematyczne zwiększanie sprzedaży.

Projekty muzyczne i medialne

- Działalność muzyczna obejmuje produkcję i wydawanie utworów stworzonych przez członków EKIPY oraz zaprzyjaźnionych artystów.
- Rozbudowa oferty obejmuje także projekty filmowe, eventy i przedsięwzięcia kulturalne, które zwiększają rozpoznawalność marki EKIPA poza internetem.

Inwestycje w startupy i nowe technologie

- W ramach strategii Grupy przewidziane są inwestycje w innowacyjne projekty z obszaru e-sportu, gaming’u, fintech czy szeroko pojętych mediów cyfrowych.
- Spółka poszukuje synergii z własnym obszarem działania, rozszerzając działalność na rynki dynamicznie rozwijające się i potencjalnie dochodowe.

Działalność Emitenta oraz jego Spółek zależnych nie jest uzależniona od sezonowości, co oznacza, że funkcjonowanie Grupy nie podlega istotnym wahaniom wynikającym z cyklicznych zmian rynkowych ani pór roku. Z uwagi na dywersyfikację produktową w ramach Grupy, przychody, poziom sprzedaży oraz zapotrzebowanie na oferowane produkty i usługi utrzymują się na relatywnie stabilnym poziomie przez cały rok.

VIII. Aktualna sytuacja finansowa Grupy Kapitałowej i Jednostki Dominującej na koniec 2025 roku

Dane finansowe skonsolidowane Grupy Kapitałowej Ekipa Holding S.A.

Skonsolidowany rachunek zysków i strat

Wyszczególnienie	01.01.2025 - 31.12.2025	01.01.2024 - 31.12.2024
Przychody netto ze sprzedaży	83 978 871,27	74 226 010,02
Koszty działalności operacyjnej	77 918 501,16	60 899 589,22
Zysk (strata) ze sprzedaży	6 060 370,11	13 326 420,80
Pozostałe przychody operacyjne	2 209 107,98	957 017,35
Pozostałe koszty operacyjne	3 122 024,95	3 303 268,95
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	5 147 453,14	10 980 169,20
Przychody finansowe	864 173,80	1 118 688,32
Koszty finansowe	2 461 082,53	1 389 882,41
Zysk (strata) brutto	3 550 544,41	10 708 975,11
Zysk (strata) netto	3 383 206,20	8 507 227,84



Skonsolidowany bilans - aktywa

Wyszczególnienie	31.12.2025	31.12.2024
Aktywa trwałe	40 400 239,55	35 272 687,67
Wartości niematerialne i prawne	11 889 014,17	14 418 268,88
Rzeczowe aktywa trwałe	16 568 476,70	8 224 462,52
Należności długoterminowe	0,00	0,00
Inwestycje długoterminowe	10 528 206,28	11 590 056,13
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	1 414 542,40	1 039 900,14
Aktywa obrotowe	47 711 343,49	52 475 226,01
Zapasy	14 754 072,19	22 429 813,50
Należności krótkoterminowe	14 574 400,00	6 126 998,91
Inwestycje krótkoterminowe	14 131 461,89	21 793 300,98
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	4 251 409,41	2 125 112,62
Należne wpłaty na kapitał (fundusz) podstawowy	0,00	0,00
Udziały (akcje) własne	652 469,12	652 469,12
Aktywa razem	88 764 052,16	88 400 382,80

Skonsolidowany bilans - pasywa

Wyszczególnienie	31.12.2025	31.12.2024
Kapitał (fundusz) własny	67 392 356,92	64 207 710,63
Kapitał (fundusz) podstawowy	4 080 696,00	4 080 696,00
Kapitał (fundusz) zapasowy, w tym:	64 186 359,13	53 703 516,25
- nadwyżka wartości sprzedaży (wartości emisyjnej) nad wartością nominalną	31 972 274,69	33 298 502,33
Kapitał (fundusz) z aktualizacji wyceny, w tym:	0,00	0,00
- z tytułu aktualizacji wartości godziwej	0,00	0,00
Pozostałe kapitały (fundusze) rezerwowe, w tym:	2 347 530,88	2 347 530,88
- tworzone zgodnie z umową/statutem spółki	0,00	0,00
- na udziały (akcje) własne	2 347 530,88	2 347 530,88
Zysk (strata) z lat ubiegłych	-6 605 435,29	-4 431 260,34
Zysk (strata) netto	3 383 206,20	8 507 227,84
Odpisy z zysku netto w ciągu roku obrotowego (wielkości ujemna)	0,00	0,00
Kapitał mniejszości	6 586 652,12	7 469 208,75
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	14 785 043,12	16 723 463,42
Rezerwy na zobowiązania	963 138,31	773 674,16
Zobowiązania długoterminowe	0,00	0,00
Zobowiązania krótkoterminowe	10 955 500,84	15 164 603,95
Rozliczenia międzyokresowe	2 866 403,97	785 185,31
Pasywa razem	88 764 052,16	88 400 382,80

Dane finansowe jednostkowe Spółki Ekipa Holding S.A.

Jednostkowy rachunek zysków i strat

Wyszczególnienie	01.01.2025 - 31.12.2025	01.01.2024 - 31.12.2024
Przychody netto ze sprzedaży	13 517 352,50	4 701 479,34
Koszty działalności operacyjnej	12 584 962,16	3 074 123,65
Zysk (strata) ze sprzedaży	932 390,34	1 627 355,69
Pozostałe przychody operacyjne	20 524,09	362 222,63
Pozostałe koszty operacyjne	2 699 058,50	2 845 455,80
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	-1 746 144,07	-855 877,48
Przychody finansowe	613 992,70	504 804,33
Koszty finansowe	792 264,52	147 475,80
Zysk (strata) brutto	-1 924 415,89	-498 548,95
Zysk (strata) netto	-2 162 387,89	-824 005,95

Jednostkowy bilans - aktywa

Wyszczególnienie	31.12.2025	31.12.2024
Aktywa trwałe	20 478 236,97	23 215 673,64
Wartości niematerialne i prawne	11 691 632,53	14 418 268,88
Rzeczowe aktywa trwałe	36 907,44	47 720,76
Należności długoterminowe	0,00	0,00
Inwestycje długoterminowe	8 665 400,00	8 660 400,00
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	84 297,00	89 284,00
Aktywa obrotowe	18 881 425,34	25 179 831,87
Zapasy	17 024,58	9 155 000,47
Należności krótkoterminowe	3 698 268,21	1 885 154,01
Inwestycje krótkoterminowe	15 115 186,96	14 091 046,96
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	50 945,59	48 630,43
Należne wpłaty na kapitał (fundusz) podstawowy	0,00	0,00
Udziały (akcje) własne	652 469,12	652 469,12
Aktywa razem	40 012 131,43	49 047 974,63

Jednostkowy bilans – pasywa

Wyszczególnienie	31.12.2025	31.12.2024
Kapitał (fundusz) własny	37 392 804,29	39 555 192,18
Kapitał (fundusz) podstawowy	4 080 696,00	4 080 696,00
Kapitał (fundusz) zapasowy, w tym:	33 126 965,30	33 950 971,45
- nadwyżka wartości sprzedaży (wartości emisyjnej) nad wartością nominalną	31 972 274,69	33 298 502,33
Kapitał (fundusz) z aktualizacji wyceny, w tym:	0,00	0,00
- z tytułu aktualizacji wartości godziwej	0,00	0,00
Pozostałe kapitały (fundusze) rezerwowe, w tym:	2 347 530,88	2 347 530,88
- tworzone zgodnie z umową/statutem spółki	0,00	0,00
- na udziały (akcje) własne	2 347 530,88	2 347 530,88
Zysk (strata) z lat ubiegłych	0,00	-0,20
Zysk (strata) netto	-2 162 387,89	-824 005,95
Odpisy z zysku netto w ciągu roku obrotowego (wielkości ujemna)	0,00	0,00
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	2 619 327,14	9 492 782,45
Rezerwy na zobowiązania	374 843,60	279 852,32
Zobowiązania długoterminowe	0,00	0,00
Zobowiązania krótkoterminowe	2 244 483,54	9 212 930,13
Rozliczenia międzyokresowe	0,00	0,00
Pasywa razem	40 012 131,43	49 047 974,63

Zasoby: ludzkie, rzeczowe oraz niematerialne i prawne

Stan zatrudnienia w Spółce w okresie od 1 stycznia 2025 r. do 31 grudnia 2025 r. w przeliczeniu na pełny wymiar czasu pracy, na podstawie art. 2 pkt 13 Rozporządzenia Komisji (WE) nr 800/2008 oraz art. 5 Załącznika 1 do tego rozporządzenia, wynosił 0 w etatach i 6 w osobach zatrudnionych na podstawie umów cywilnoprawnych i umów B2B.

Stan zatrudnienia w Grupie Kapitałowej w okresie od 1 stycznia 2025 r. do 31 grudnia 2025 r. w przeliczeniu na pełny wymiar czasu pracy, na podstawie art. 2 pkt 13 Rozporządzenia Komisji (WE) nr 800/2008 oraz art. 5 Załącznika 1 do tego rozporządzenia, wynosił 23 w etatach i 229 w osobach zatrudnionych na podstawie umów cywilnoprawnych i umów B2B.

IX. Komentarz na temat okoliczności i zdarzeń istotnie wpływających na działalność Spółki i Grupy Kapitałowej, jej sytuację finansową i wyniki osiągnięte w okresie sprawozdawczym

Przychody ogółem

W 2025 roku, Grupa Kapitałowa osiągnęła skonsolidowane przychody netto ze sprzedaży na poziomie 83 978 871,27 zł, co stanowi wzrost o 9 752 861,25 zł (13,14%) w stosunku do 74 226 010,02 zł osiągniętych w tym samym okresie w 2024 roku. Główne źródła przychodów w Grupie Kapitałowej EKIPA Holding to współprace z markami, reklamy wyświetlane w materiałach wideo, produkcja filmów pełnometrażowych, udzielone licencje na używanie znaków towarowych, sprzedaż produktów takich jak odzież, napoje czy słodczyce oraz organizacja eventów i spotkań z fanami.

Największym kontrybutorem w przychodach w 2025 roku była Ekipa Management Sp. z o.o., której skonsolidowane przychody osiągnęły 43 361 091,87 zł, co stanowi spadek o -853 291,47 zł (-1,93%) względem tego samego okresu w 2024 roku. W głównej mierze są to przychody z reklam wyświetlanych w serwisie YouTube oraz współpracy reklamowej z podmiotami zewnętrznymi.

Drugim z kolei wynikiem jest 19 226 476,37 zł osiągnięte przez Laniakea Pictures Sp. z o.o., co stanowi wzrost o 19 090 321,29 zł (14 021,01%) względem tego samego okresu w 2024 roku. Wysoki wynik w analizowanym okresie był w głównej mierze rezultatem sukcesu produkcji „100 dni do matury”. Film osiągnął ponadprzeciętne wyniki frekwencyjne oraz wysoką sprzedaż, co było efektem dobrze zaplanowanej kampanii marketingowej i efektywnej współpracy z influencerami. Istotną rolę odegrały także strategiczne partnerstwa oraz trafne dotarcie do młodszej grupy odbiorców, dzięki czemu produkcja zyskała dużą widoczność w mediach społecznościowych i większą rozpoznawalność.

Na trzecim miejscu uplasowała się Spółka EKIPATONOSI Sp. z o.o., której przychody były równe 7 941 578,75 zł, co stanowi spadek o 6 953 737,68 zł (-46,68%) w porównaniu do 14 895 316,43 zł w 2024 roku. Na wynik przede wszystkim miała wpływ sprzedaż asortymentu z GenZie store oraz sprzedaż stacjonarna podczas trasy koncertowej oraz festiwalu.

Na czwartym miejscu uplasowała się Spółka Ekipa Music Entertainment Sp. z o.o., której przychody w tym roku były równe 4 684 352,25 zł, co stanowi spadek o 2 795 137,30 zł (-37,37%) w porównaniu do 2024 roku. Główną przyczyną spadku przychodów była zmiana modelu rozliczeń z agencją odpowiedzialną za organizację trasy koncertowej GenZie oraz Festiwalu Ekipy. W 2024 roku, przy współpracy z agencją Re-volume, stosowano model, w którym Ekipa Music Entertainment wystawiała fakturę na pełną wartość sprzedaży biletów, a następnie otrzymywała fakturę od agencji obejmującą koszty oraz prowizję. W 2025 roku, we współpracy z agencją Sold Out, wprowadzono model rozliczeń oparty wyłącznie na ostatecznej różnicy pomiędzy przychodami, a kosztami trasy (tj. przepływach gotówkowych), co istotnie wpłynęło na raportowany poziom przychodów. Zgodnie z umową z Sold Out rozliczenie trasy miało charakter całościowy.

W EKIPA Holding S.A., w 2025 roku przychody wyniosły 1 648 105,89 zł, co stanowi spadek o 384 880,75 zł (-18,93%) w porównaniu do 2024 roku. W ujęciu jednostkowym Spółka osiągnęła przychody netto ze sprzedaży w kwocie 13 517 352,50 zł co stanowi wzrost o 8 815 873,16 zł (187,51%). Wzrost przychodów jest w głównej mierze spowodowany sukcesem filmu pt. „100 dni do matury” którego to EKIPA Holding S.A. była współproducentem wraz z Laniakea Pictures Sp. z o.o.

Różnice pomiędzy wartościami jednostkowymi, a skonsolidowanymi wynikają z wyłączeń w Grupie Kapitałowej (ang. intercompany eliminations lub interCo eliminations), a są one kluczowym elementem procesu konsolidacji sprawozdań finansowych w grupach kapitałowych. Kiedy Holding składa się ze Spółki dominującej i wielu Spółek zależnych, musi on przygotować skonsolidowane sprawozdanie finansowe, które prezentuje sytuację finansową i wyniki całej grupy jako jednej jednostki gospodarczej. Aby to osiągnąć, konieczne jest wyeliminowanie transakcji między Spółkami wchodzącymi w skład grupy, co zapobiega podwójnemu liczeniu tych transakcji.

Różnice pomiędzy wartościami jednostkowymi, a skonsolidowanymi wynikają z wyłączeń w Grupie Kapitałowej (ang. intercompany eliminations lub interCo eliminations), a są one kluczowym elementem procesu konsolidacji sprawozdań finansowych w grupach kapitałowych. Kiedy Holding składa się ze Spółki dominującej i wielu Spółek zależnych, musi on przygotować skonsolidowane sprawozdanie finansowe, które prezentuje sytuację finansową i wyniki całej grupy jako jednej jednostki gospodarczej. Aby to osiągnąć, konieczne jest wyeliminowanie transakcji między Spółkami wchodzącymi w skład grupy, co zapobiega podwójnemu liczeniu tych transakcji.

Podsumowując, powyższe pięć Spółek z Grupy Kapitałowej, odpowiadały za 91,52% skonsolidowanych przychodów ze sprzedaży.



Koszty działalności operacyjnej

W 2025 roku Grupa Kapitałowa poniosła koszty w wysokości 77 918 501,16 zł, co przekłada się na wzrost o 17 018 911,94 zł (27,95%) względem tego samego okresu 2024 roku. Głównym składnikiem tej pozycji były usługi obce, które wyniosły 53 707 561,43 zł. Wzrost kosztów jest skorelowany z poczynionymi inwestycjami w nowe projekty oraz całościowym rozliczeniem kosztów poniesionych na produkcję filmu pt. "100 dni do matury".

Największym kontrybutorem w kosztach w 2025 roku była Ekipa Management Sp. z o.o., której koszty działalności operacyjnej osiągnęły 41 800 509,61 zł, co stanowi wzrost o 7 475 621,65 zł (21,78%) względem tego samego okresu w 2024 roku. Na tę pozycję głównie składają się koszty usług obcych oraz wynagrodzenia.

Drugim z kolei, z kwotą 12 406 204,45 zł jest Laniakea Pictures Sp. z o.o., co stanowi wzrost o 11 753 083,50 zł (1 799,53%) względem 2024 roku. Na tę pozycję składa się rozliczenie kosztów poniesionych na produkcję filmową, które do tej pory były pozycją bilansową (produkcja w toku).

Na trzecim miejscu uplasowała się Spółka EKIPATONOSI Sp. z o.o., której koszty były równe 7 446 645,84 zł co przekłada się na spadek o 2 912 535,29 zł (-28,12%) względem 2024 roku. Głównym składnikiem jest wartość sprzedanych towarów i materiałów oraz usługi obce.

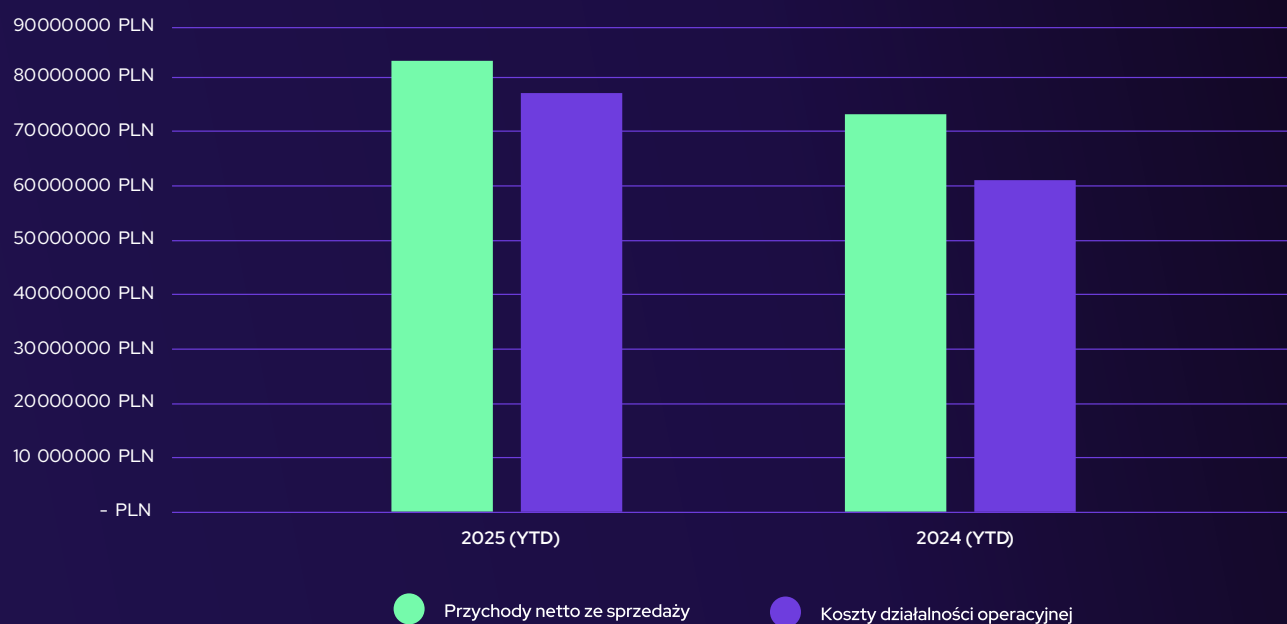
Na czwartym miejscu znajduje się Ekipa Music Entertainment Sp. z o.o., której koszty były na poziomie 5 277 375,93 zł, co stanowi spadek o 764 700,54 zł (-12,66%). Na tę pozycję głównie składają się koszty związane z Usługami obcymi w kwocie 4 658 572,47 zł.

W EKIPA Holding S.A., koszty wyniosły 2 689 434,05 zł, które porównując do 2024 roku wynosiły 1 891 990,99 zł, tj. nastąpił wzrost o 797 443,06 zł (42,15%). W ujęciu jednostkowym Spółka poniosła koszty w wysokości 12 584 962,16 zł co stanowi wzrost o 9 510 838,51 zł (309,38%) i jest skorelowane z rozliczeniem kosztów filmu pt. "100 dni do matury".

Podsumowując, powyższe pięć Spółek z Grupy Kapitałowej, odpowiadały za 89,35% skonsolidowanych kosztów operacyjnych.

Pozycja Wynagrodzenia w 2025 roku wynosiła 10 117 109,79 zł, a w 2024 roku było to 5 698 299,22 zł, tj. nastąpił wzrost o 4 418 810,57 zł (77,55%), jest to spowodowane zwiększeniem zatrudnienia w całej Grupie Kapitałowej.

Pozycja Wartość sprzedanych towarów i materiałów w 2025 roku wynosiła 6 983 488,30 zł, a rok temu w tym samym okresie wynosiła 8 217 728,05 zł, co stanowi spadek o -1 234 239,75 zł (-15,02%). Są to koszty wytworzenia sprzedanych towarów i materiałów przede wszystkim w EKIPATONOSI Sp. z o.o. oraz ESSA Co Sp. z o.o.



Zysk (strata) ze sprzedaży: w 2025 roku Grupa Kapitałowa osiągnęła zysk ze sprzedaży na poziomie 6 060 370,11 zł, a w tym samym okresie 2024 roku wyniósł on 13 326 420,80 zł, tj. nastąpił spadek o -7 266 050,69 zł (-54,52%).

Pozostałe koszty operacyjne: w 2025 roku w Grupie Kapitałowej poniesione zostały koszty w kwocie 3 445 635,49 zł, a w 2024 roku wynosiły one 3 303 268,95 zł, tj. nastąpił spadek o 181 244,00 zł (5,49%).

W tej pozycji głównie znajdują się niepodatkowe koszty związane z amortyzacją wartości firmy EKIPA Holding S.A. jako Spółki dominującej, w wyniku procesu połączenia, tj. nie stanowią kosztu pieniężnego lecz są one ujmowane zarówno na poziomie sprawozdania jednostkowego, jak i skonsolidowanego. Dodatkowo, kwota ta obniża zysk w Spółce i Grupie Kapitałowej ale jest kosztem niepodatkowym.

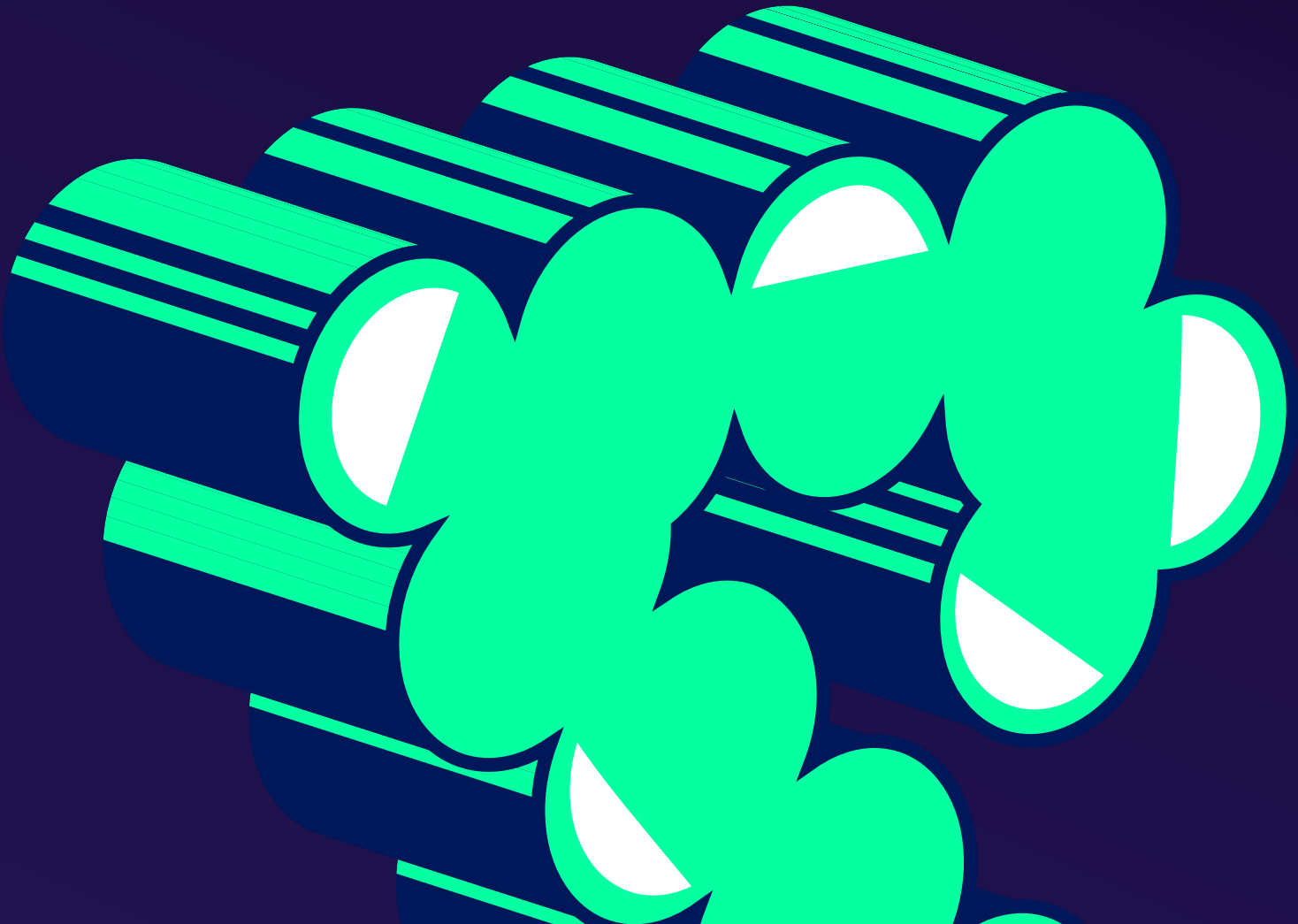
Zysk (strata) netto: w 2025 roku w Grupie Kapitałowej zysk netto wynosił 3 390 239,53 zł, a w tym samym okresie 2024 roku 8 507 227,84 zł, tj. nastąpił spadek o 5 116 988,31 zł. Największy zysk netto w całej Grupie osiągnęła Laniakea Pictures Sp. z o.o., tj. 6 642 194,84 zł.

Spółka EKIPA Holding S.A., zanotowała stratę w wysokości -4 727 081,94 zł (w tym księgowy odpis wartości firmy), a w 2024 roku Spółka miała stratę na poziomie 2 720 071,21 zł, tj. niższą o 2 007 010,73 zł. W ujęciu jednostkowym Spółka w 2025 zanotowała stratę w wysokości -2 162 387,89 zł, wobec -824 005,95 zł straty w 2024 roku.

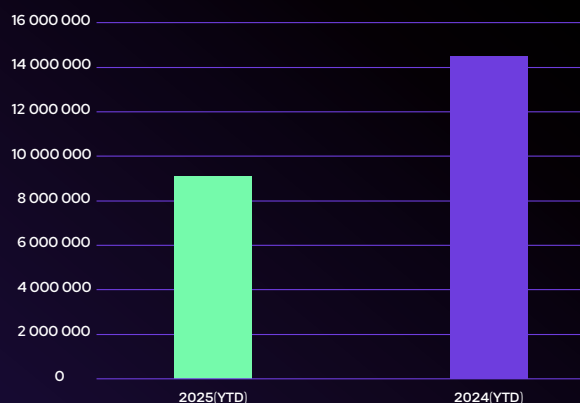
Wszystkie powyższe dane skonsolidowane uwzględniają korekty konsolidacyjne, co oznacza, że dane na poziomie jednostkowym każdej ze Spółek mogą być odmienne.

Analiza wskaźnikowa:

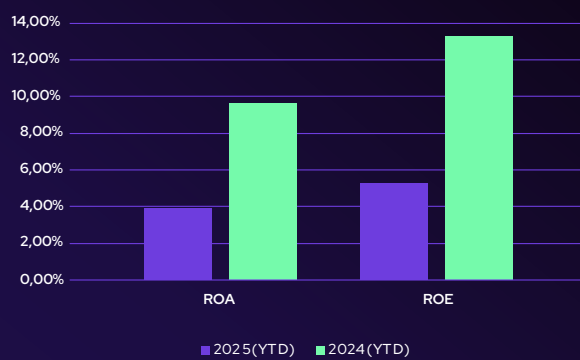
WSKAŹNIK / ROK	2025(YTD)	2024(YTD)	↑	% ↑
EBITDA	9 088 358	14 483 409	(5 395 051)	-37,25%
ROA	3,94%	9,62%	-5,68%	-59,04%
ROE	5,27%	13,25%	-7,98%	-60,23%
Current ratio	4,02	3,46	0,560	16,18%
Jaws Ratio	-14,81%	3,46%	-18,27%	-528,03%
OCR	92,78%	82,05%	10,73%	13,08%
P/BV (C/WK)	0,81	2,51	(1,70)	-67,73%
P/E (C/Z)	15,36	18,95	(3,59)	-18,94%
Wskaźnik ogólnego zadłużenia	0,17	0,19	(0,02)	-10,53%
Wskaźnik zadłużenia kapitału własnego	0,23	0,26	(0,03)	-11,54%



EBITDA daje obraz zysków firmy przed odjęciem kosztów finansowych, podatków, amortyzacji i deprecjacji. W 2025 roku w Grupie Kapitałowej wskaźnik ten wynosił 9 088 358,15 zł, a w tym samym okresie w 2024 roku był on na poziomie 14 483 409,09 zł, co przekłada się na spadek o 5 395 051,94 zł (-51,30%).

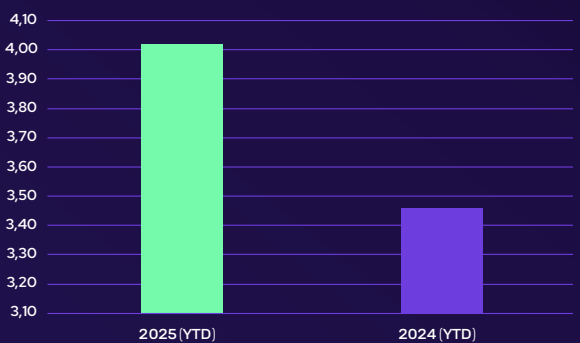


Wskaźnik ROA określa, jak efektywnie firma zarządza swoimi aktywami w celu generowania zysku, a jego wzrost mówi o lepszym wykorzystaniu aktywów firmy w generowaniu zysków.

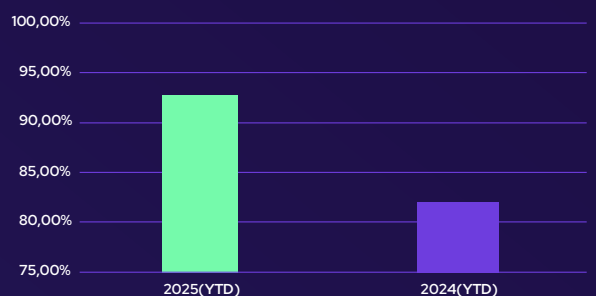


Wskaźnik ROE mierzy zdolność firmy do generowania zysku z inwestowanego kapitału własnego, a jego wzrost wskazuje na lepszą efektywność wykorzystania kapitału własnego przez firmę.

Wskaźnik Current ratio opisuje zdolność firmy do spłaty krótkoterminowych zobowiązań za pomocą krótkoterminowych aktywów. W 2025 roku wskaźnik ten wzrósł do poziomu 4,02 względem 3,46 w 2024 roku, czyli o 0,56 (16,18%).



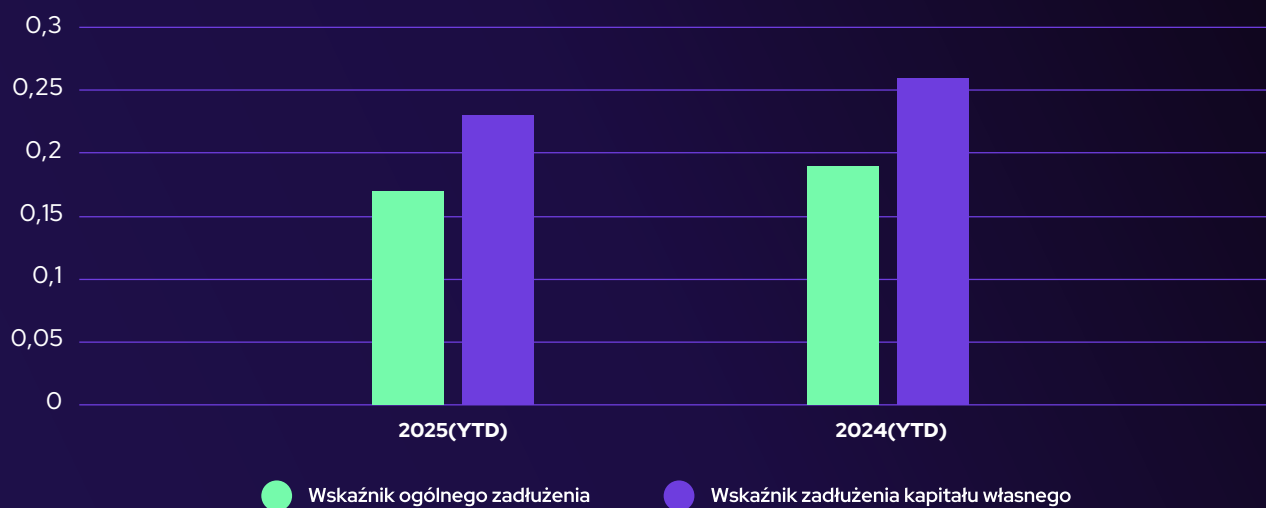
Operating Cost Ratio (OCR) pisuje efektywność kosztową Spółki względem osiągniętych przychodów. Wartość 92,78% mówi, że w Grupie Kapitałowej za każdą 1 zł przychodu poniesiony jest koszt operacyjny w wysokości 0,9278 zł. Wzrost wartości w 2025 roku względem poprzedniego 2024 roku mówi o spadku rentowności Grupy Kapitałowej w głównej mierze spowodowany nakładami inwestycyjnymi na produkcję



Kolejnym użytecznym narzędziem finansowym do analizy tempa wzrostu przychodów w stosunku do tempa wzrostu kosztów w danym okresie jest wskaźnik **Szczęk (Jaws Ratio)**. Wartość tego wskaźnika, odnosi się do różnicy procentowej pomiędzy wzrostem przychodów, a wzrostem kosztów. Wartość -14,81% wskazuje, że przychody w Grupie Kapitałowej rosły wolniej o wskazany procent niż koszty.

Wskaźnik ogólnego zadłużenia wynosi 0,17, co oznacza, że za każdy jeden złoty aktywów przypada tylko 17 groszy długu. Z kolei wskaźnik zadłużenia kapitału własnego na poziomie 0,23 mówi, że na każdy jeden złoty kapitału własnego przypada 23 groszy długu. Oba te wskaźniki wskazują na konserwatywną strukturę finansowania i niski poziom ryzyka finansowego.

Zadłużenie



X. Informacje na temat kluczowych zasobów niematerialnych

Główną wartością Spółki są marki:

- Ekipa
- Genzie
- Marki osobiste poszczególnych Twórców Ekipy, w tym Genzie i Twoje 5 Minut (Karol "Friz" Wiśniewski, Hanna "Hi Hania" Puchalska, Bartek Kubicki, Bartek "Świeży" Laskowski, Julita Różalska, Daniel Koszczuk, Wiktoria "Kartonii" Bochnak, Faustyna "Fausti" Fugińska, Przemek "Pro" Lejowski, Michu "Kontrabas" Werminiński, Patryk "Qry" Lubaś, Joanna Marciniak, Pola Słopecka, Marta Różańska, Karol Mikołajczyk, Alan Bukowiński, Michał "Kuzyn Michu" Popiołek, Zbychu Król, Malwina Kajzerek, Jakub Jurek, Wiktoria Niekąło, Radek Gdula, Zuzanna Ciszewska, Katarzyna "Fusialka" Bożek, Patryk "Mortalcio" Baran, Alan "Posti" Kowalczewski, Oliwia "Crazy Oliwka" Wawrzyniuk, Kinga Banaś, Pola Sieczko, Maja Firek, Dominik "Kwolczy" Kwolczak, Oliwier "Kostek" Kałużny, Matylda Podobińska, Łukasz "Wujek Łuki" Wojtyca, Natalia Sokołowska, Paulina Kozłowska, Dawid Kowolik, Patryk "Loku" Kosakiewicz, Sylwester Irzyk.)
- Twoje 5 Minut
- Mafia IRL

oraz autorskie Uniwersa:

- Mechozaury
- Ninja & Bibby
- Grimmsonowie
- Opowieści z kraju
- Chmurka i Burza
- Cloudy & Stormy
- Influencerzy - historie prawdziwe
- Cymbergajsta
- Modern Witch
- Pichon
- Jest tam kto?
- Malleus Maleficarum
- Tajemnica Lasu Duchów
- Farm Town Heroes
- 100 dni do matury
- Friz & Wersow. Miłość w czasach online

XI. Wyjaśnienie, w jaki sposób model biznesowy Spółki zależy od kluczowych zasobów niematerialnych oraz w jaki sposób zasoby te stanowią źródło tworzenia wartości dla Spółki

Działalność Spółki skupia się na tworzeniu unikatowych treści i produktów głównie w branży rozrywkowej i medialnej, co wiąże się z posiadaniem szeregu zasobów niematerialnych, które mają kluczowe znaczenie dla utrzymania konkurencyjności oraz rozwoju firmy. Do najważniejszych należą:

Prawa autorskie i własność intelektualna

Spółka posiada prawa autorskie do opracowanych tytułów, grafik, scenariuszy, muzyki oraz innych elementów wykorzystywanych przez Grupę. Zabezpieczenie tych praw stanowi podstawę ochrony unikalnych treści.

Unikalne know-how i doświadczenie zespołu

Kluczowym atutem jest doświadczony zespół influencerów, który dzięki zdobytej wiedzy technicznej i artystycznej potrafi tworzyć innowacyjne treści i wyróżniające produkty Grupy na rynku.

Marka i reputacja

Dotychczasowe sukcesy oraz pozytywne opinie społeczności budują silną markę, co wpływa na lojalność klientów oraz ułatwia wprowadzenie kolejnych treści i produktów na rynek.

Systemy ochrony własności intelektualnej

Wdrożone mechanizmy prawne i techniczne chronią przed nieautoryzowanym kopiowaniem i naruszeniami praw autorskich, co pozwala zabezpieczyć inwestycje w rozwój produktów.

XII. Posiadane przez Spółkę oddziały (zakłady)

Ekipa Holding S.A. nie posiada oddziałów ani zakładów.

XIII. Ryzyka związane z instrumentami finansowymi oraz działalnością

Czynniki ryzyka związane z działalnością Emitenta i Spółek z Grupy Kapitałowej

Ogólne ryzyko operacyjne i logistyczne

Działalność Emitenta oraz jego Spółek zależnych wiąże się z wieloma wyzwaniami operacyjnymi i logistycznymi. Efektywne zarządzanie procesami wewnętrznymi, produkcją, dystrybucją oraz logistyką ma kluczowe znaczenie dla stabilnego funkcjonowania każdej z tych Spółek. Nieprawidłowości na poziomie operacyjnym mogą prowadzić do opóźnień w realizacji projektów, zwiększenia

kosztów działalności oraz obniżenia jakości oferowanych produktów i usług. Jednym z głównych ryzyk operacyjnych jest zarządzanie dużymi i wieloetapowymi procesami produkcyjnymi, szczególnie w przypadku Spółek zajmujących się produkcją treści audiowizualnych, odzieży czy eventów. Nieefektywność w zarządzaniu projektami może skutkować opóźnieniami, a w skrajnych przypadkach – koniecznością odwołania planowanych przedsięwzięć.

W kontekście kluczowych Spółek wchodzących w skład Grupy EKIPA Holding, ryzyka operacyjne i logistyczne obejmują różne aspekty działalności:

- EKIPA Holding S.A. – jako podmiot dominujący w Grupie, odpowiada za koordynację działań Spółek zależnych. Nieefektywne zarządzanie strukturą Grupy, brak odpowiedniego nadzoru operacyjnego oraz błędy w koordynacji mogą prowadzić do problemów we wszystkich Spółkach zależnych, co wpłynie na kondycję finansową całej Grupy;
- Ekipa Management sp. z o.o. – produkcja treści audiowizualnych wymaga efektywnej organizacji pracy zespołu operatorów, montażyстів, scenarzystów oraz menedżerów projektu. Problemy związane z harmonogramem nagrań, awarie sprzętowe, błędy w postprodukcji czy opóźnienia w publikacji materiałów mogą obniżyć zasięgi treści i skuteczność kampanii marketingowych;
- Laniakea Pictures sp. z o.o. – branża filmowa i wydawnicza charakteryzuje się skomplikowanym procesem produkcyjnym, wymagającym precyzyjnej koordynacji pracy scenarzystów, reżyserów, aktorów, grafików oraz montażyстів. Każde opóźnienie na którymkolwiek z etapów produkcji może wpłynąć na harmonogram premier, co może prowadzić do wzrostu kosztów i problemów z dystrybucją. Dodatkowo, rynek filmowy podlega sezonowości – opóźnienia mogą skutkować utratą najlepszych okien premierowych;
- Ekipa Music Entertainment sp. z o.o. – organizacja eventów i koncertów jest obciążona znacznym ryzykiem operacyjnym, związanym z logistyką, dostępnością artystów, koordynacją dostawców oraz spełnianiem wymogów prawnych i bezpieczeństwa. Nieprzewidziane problemy, takie jak opóźnienia w dostawie sprzętu, problemy techniczne, niekorzystne warunki atmosferyczne (w przypadku wydarzeń plenerowych) czy niewystarczające zabezpieczenie wydarzenia mogą skutkować jego odwołaniem lub negatywnymi konsekwencjami finansowymi i wizerunkowymi;
- EKIPATONOSI sp. z o.o. – produkcja i sprzedaż odzieży, wymaga sprawnego zarządzania łańcuchem dostaw, magazynowaniem oraz dystrybucją produktów. Istnieje ryzyko związane z opóźnieniami w dostawach tkanin i surowców, problemami z jakością produktów, a także wydłużonym czasem realizacji zamówień, co może wpłynąć na poziom satysfakcji klientów i liczbę zwrotów. Ponadto, niewłaściwa prognoza popytu może prowadzić do nadprodukcji i zalegania towaru w magazynach lub przeciwnie – do braków produktowych i utraty potencjalnych klientów;
- ESSA Co sp. z o.o. – działalność w sektorze FMCG wiąże się z koniecznością zapewnienia sprawnej logistyki i dostępności produktów na rynku. Opóźnienia w produkcji, niewłaściwa dystrybucja oraz błędy w zarządzaniu zapasami mogą prowadzić do utraty zaufania klientów oraz problemów z rentownością działalności. Ponadto, w branży FMCG kluczowe jest spełnianie wysokich norm jakości – problemy w tym zakresie mogą prowadzić do wycofania produktów z rynku, a w konsekwencji – strat finansowych i reputacyjnych.

Aby ograniczyć ryzyko operacyjne i logistyczne, Emitent oraz jego Spółki zależne wdrażają strategiczne rozwiązania mające na celu optymalizację procesów:

- wdrożenie zaawansowanych narzędzi do zarządzania projektami i produkcją – Spółki wykorzystują nowoczesne systemy do planowania i monitorowania postępów realizowanych projektów, co pozwala na efektywne zarządzanie harmonogramem oraz minimalizację opóźnień;
- dywersyfikację dostawców i kontrahentów – EKIPATONOSI sp. z o.o. oraz ESSA Co Sp. z o.o. współpracują z kilkoma dostawcami, co zmniejsza ryzyko opóźnień i braków magazynowych;
- automatyzację procesów logistycznych – w celu poprawy efektywności operacyjnej i ograniczenia kosztów, Spółki wdrażają nowoczesne rozwiązania w zakresie logistyki i dystrybucji;
- zarządzanie ryzykiem operacyjnym w eventach i produkcji filmowej – Ekipa Music Entertainment sp. z o.o. oraz Laniakea Pictures sp. z o.o. stosują strategie zarządzania ryzykiem, w tym plany awaryjne na wypadek problemów logistycznych, pogodowych czy technicznych.

Pomimo wdrażania skutecznych mechanizmów zarządzania, ryzyko operacyjne i logistyczne pozostaje jednym z kluczowych wyzwań dla Grupy EKIPA Holding S.A. Większość działalności wchodzących w skład Grupy opiera się na efektywnej produkcji, dystrybucji oraz logistyce, co oznacza, że każde zakłócenie w tych procesach może negatywnie wpłynąć na działalność i wyniki finansowe całej Grupy. Dlatego też EKIPA Holding S.A. oraz jej Spółki zależne konsekwentnie inwestują w optymalizację operacyjną i rozwój technologiczny, aby minimalizować ryzyko i utrzymać wysoką jakość usług i produktów.

Ryzyko związane z dywersyfikacją działalności i zarządzaniem Spółkami zależnymi

EKIPA Holding S.A. pełni funkcję podmiotu nadrzędnego dla Grupy Kapitałowej, z portfelem Spółek zależnych, które działają w różnych sektorach – od produkcji treści dla mediów społecznościowych, poprzez sprzedaż odzieży i produktów FMCG, po produkcję gier mobilnych i animacji, czy działalność inwestycyjną. Tak duże zróżnicowanie działalności niesie ze sobą wyzwania związane z efektywnym zarządzaniem, koordynacją działań oraz zapewnieniem jednolitej strategii dla całej Grupy. Każdy sektor działalności wymaga innej strategii operacyjnej i marketingowej, co może prowadzić do rozbieżności w sposobie zarządzania oraz podejmowania decyzji biznesowych. Niewystarczająca kontrola nad Spółkami zależnymi, ich wynikami finansowymi oraz strategią operacyjną może wpłynąć na kondycję całej Grupy i utrudnić osiąganie zakładanych wyników.

W celu minimalizacji tego ryzyka, EKIPA Holding S.A. wdraża skuteczne mechanizmy nadzoru korporacyjnego, w tym systemy raportowania wyników oraz audyty. Spółka stosuje strategię synergii w ramach Grupy, dzięki czemu Spółki zależne mogą efektywnie wykorzystywać wspólne zasoby, technologie oraz strategie promocyjne, co optymalizuje koszty i zwiększa efektywność operacyjną.

Ryzyko związane z zarządzaniem i komercjalizacją praw autorskich

EKIPA Holding S.A. koncentruje swoją działalność na akumulacji oraz komercjalizacji praw autorskich w ramach Grupy Kapitałowej, które następnie są wykorzystywane przez Spółki zależne w ich obszarach działalności. Skuteczne zarządzanie tymi aktywami wymaga precyzyjnej ochrony prawnej, właściwego modelu licencyjnego oraz strategii, która pozwoli na efektywne wdrażanie i monetyzację poszczególnych projektów. Istnieje ryzyko, że niewłaściwe zarządzanie portfelem praw autorskich, nieodpowiednie planowanie strategii komercjalizacyjnej lub opóźnienia w implementacji mogą prowadzić do utraty potencjalnych przychodów. W szczególności należy zwrócić uwagę na ochronę przed naruszeniami praw autorskich, kopiowaniem treści przez konkurencję oraz na możliwość niewystarczającej adaptacji do zmieniających się trendów w branży rozrywkowej.

Aby minimalizować to ryzyko, EKIPA Holding S.A. stosuje kompleksowy system ochrony własności intelektualnej, w tym rejestrację znaków towarowych i praw autorskich w odpowiednich urzędach oraz bieżące monitorowanie rynku pod kątem naruszeń. Spółka współpracuje także z kancelariami prawnymi wyspecjalizowanymi w ochronie własności intelektualnej oraz rozwija strategię dywersyfikacji wykorzystania posiadanych aktywów poprzez różne kanały dystrybucji i nowe modele licencyjne.

Ryzyko związane z ochroną własności intelektualnej

EKIPA Holding S.A., Ekipa Management sp. z o.o., GGBay sp. z o.o. oraz Laniakea Pictures sp. z o.o. opierają swoją działalność na tworzeniu i zarządzaniu treściami audiowizualnymi, filmami, komiksami oraz gramami, co wiąże się z koniecznością ochrony własności intelektualnej i praw autorskich. Istnieje ryzyko naruszenia praw autorskich, zarówno przez Spółki Grupy (np. przypadkowe wykorzystanie materiałów bez odpowiednich licencji), jak i przez podmioty zewnętrzne, które mogą bezprawnie wykorzystywać treści należące do EKIPA Holding. W przypadku sporów dotyczących praw do treści audiowizualnych, Grupa może zostać zmuszona do

prowadzenia kosztownych postępowań sądowych, co może wpłynąć na jej wyniki finansowe i reputację. Wprowadzane w Unii Europejskiej zmiany w prawie autorskim mogą wpłynąć na sposób monetyzacji treści na platformach społecznościowych, ograniczając przychody Spółek z reklam i współpracy z markami.

Aby minimalizować te ryzyka, Grupa wdraża procedury ochrony własności intelektualnej, rejestruje znaki towarowe oraz współpracuje z kancelariami prawnymi specjalizującymi się w prawie autorskim.

Zarząd wskazuje, że niniejsze ryzyko do tej pory zmaterializowało się w przypadku projektu lody EKIPY, gdzie po rozpoczęciu dystrybucji tych lodów, osoba zewnętrzna podjęła próbę dokonania zgłoszenia praw do znaku towarowego „LODY EKIPA”. Po wniesieniu przez Emitenta sprzeciwu, sprawa od kilku lat jest w toku. Po tym zdarzeniu zabezpieczono prawa do innych znaków towarowych, zarówno po stronie Emitenta jak i Przedsiębiorstwa Produkcji Lodów KORAL sp. j.

Ryzyko związane z wizerunkiem i zależnością od influencerów

Działalność Emitenta oraz jego kluczowych Spółek zależnych – Ekipa Management sp. z o.o., Laniakea Pictures sp. z o.o., Ekipa Music Entertainment sp. z o.o., EKIPATONOSI sp. z o.o. oraz ESSA Co Sp. z o.o. – opiera się w dużej mierze na wizerunku i popularności influencerów. Współpraca z Twórcami internetowymi stanowi istotny element strategii biznesowej Grupy, wpływając na rozpoznawalność marek, zainteresowanie odbiorców oraz skuteczność kampanii marketingowych i sprzedażowych. Współpraca z influencerami niesie jednak istotne ryzyko związane z ich reputacją, zmiennością trendów oraz niezależnymi decyzjami twórców, które mogą wpłynąć na całą Grupę Kapitałową. Jednym z kluczowych zagrożeń jest ryzyko kryzysu wizerunkowego związanego z nieprzewidywanymi sytuacjami dotyczącymi poszczególnych twórców. Influencerzy to osoby publiczne, których działalność jest stale monitorowana przez media oraz społeczność internetową. Nieodpowiednie zachowanie, kontrowersyjne wypowiedzi, konflikty z innymi Twórcami lub negatywne opinie na temat ich działalności mogą wpłynąć na postrzeganie marek należących do Grupy EKIPA Holding, a w konsekwencji – na ich wyniki finansowe. W dobie szybkiego przepływu informacji i dominacji mediów społecznościowych, nawet pojedyncze negatywne wydarzenie może wywołać lawinę nieprzychylnych reakcji, prowadząc do utraty zaufania klientów i partnerów biznesowych. Ponadto, branża influencerska charakteryzuje się dużą zmiennością trendów i rotacją popularnych Twórców. Istnieje ryzyko, że influencerzy, którzy obecnie cieszą się dużą popularnością, z czasem stracą zainteresowanie odbiorców, co wpłynie na skuteczność prowadzonych działań marketingowych oraz sprzedażowych. Spadek zaangażowania społeczności wokół kluczowych twórców może skutkować niższą oglądalnością produkowanych treści, spadkiem sprzedaży odzieży i akcesoriów, mniejszym zainteresowaniem eventami oraz ograniczeniem możliwości pozyskiwania nowych kontraktów reklamowych.

Ryzyko to jest szczególnie istotne dla poszczególnych Spółek wchodzących w skład Grupy:

- EKIPA Holding S.A. jako podmiot dominujący odpowiada za całościową strategię i wizerunek Grupy. Każdy kryzys wizerunkowy związany z influencerami może mieć negatywny wpływ na percepcję całej organizacji i wartość jej aktywów;
- Ekipa Management sp. z o.o., jako Spółka odpowiedzialna za produkcję treści i zarządzanie influencerami, jest szczególnie narażona na skutki zmian w popularności twórców oraz potencjalne problemy wynikające z ich aktywności;
- Laniakea Pictures sp. z o.o., produkująca filmy, serie i komiksy tylko w ograniczonym zakresie opiera się na współpracy z influencerami – dotyczącej wybranych projektów. Kryzys wizerunkowy któregoś z twórców może wpłynąć na odbiór realizowanych projektów;
- Ekipa Music Entertainment sp. z o.o., zajmująca się organizacją eventów, jest zależna od zainteresowania publiczności koncertami i wydarzeniami z udziałem influencerów. Spadek popularności twórców lub kontrowersje z nimi związane mogą prowadzić do niższej frekwencji i problemów z rentownością organizowanych wydarzeń;
- EKIPATONOSI sp. z o.o., prowadząca sprzedaż odzieży i akcesoriów sygnowanych markami influencerów jest silnie zależna od ich rozpoznawalności i zaangażowania fanów. Zmniejszone zainteresowanie danym twórcą lub jego potencjalny kryzys wizerunkowy mogą wpłynąć na sprzedaż kolekcji, a w skrajnych przypadkach – doprowadzić do konieczności wycofania produktów z rynku;

- ESSA Co sp. z o.o., zajmująca się sprzedażą produktów FMCG opartych na markach influencerów również jest narażona na skutki zmieniających się trendów oraz reputacji twórców. Zmniejszenie zainteresowania danym influencerem może obniżyć sprzedaż produktów sygnowanych jego marką i wpłynąć na rentowność działalności.

Aby ograniczyć to ryzyko, EKIPA Holding oraz jej Spółki zależne stosują strategię dywersyfikacji influencerów, unikając nadmiernego uzależnienia od pojedynczych Twórców. Ponadto, aby zminimalizować ryzyko wizerunkowe Laniakea Pictures sp. z o.o. i jej projektów, jednym z filarów działalności tej Spółki jest rozwój niezależnych projektów animowanych oraz fabularnych produkcji premium, w których influencer marketing pełni wyłącznie rolę wspierającą i jest stosowany selektywnie na etapie promocji.

Spółki nieustannie monitorują rynek i starają się wprowadzać do współpracy nowe osoby. Dodatkowo, EKIPA Holding buduje niezależne marki, które mogą funkcjonować autonomicznie względem poszczególnych Twórców. Rozwój marek EKIPATONOSI, ESSA Co czy Laniakea Pictures w sposób, który nie jest całkowicie zależny od popularności konkretnych influencerów, pozwala zmniejszyć ryzyko w długoterminowej perspektywie. Niemniej jednak, całkowite wyeliminowanie tego ryzyka jest niemożliwe, gdyż działalność Grupy EKIPA Holding S.A. opiera się na relacjach z influencerami i ich społecznościami. Spółki muszą stale monitorować rynek, dbać o rozwój własnych marek oraz wdrażać strategię zarządzania kryzysowego, aby w jak największym stopniu minimalizować skutki ewentualnych problemów wizerunkowych.

Niniejsze ryzyko zmaterializowało się we wrześniu 2022 r., kiedy to rozpoczął się spór na gruncie dalszej współpracy z popularnymi Twórcami, silnie kojarzonymi z marką EKIPA, tj. Marią Ryskała, Martą Błoch, Mateuszem Trąbką, Jakubem Pateckim, Mateuszem Krzyżanowskim oraz Kamilem Chwastkiem, co wzbudziło zaniepokojenie części odbiorców w zakresie dalszego funkcjonowania. Upływ czasu i dalszy dynamiczny rozwój pokazał, że Grupa prawidłowo zarządza tym ryzykiem.

Ryzyko nałożenia blokad lub ograniczeń na konta Twórców w mediach społecznościowych

Znacząca część działalności Grupy EKIPA Holding, w szczególności w zakresie marketingu, budowania wizerunku marek oraz monetyzacji treści, opiera się na obecności Twórców w mediach społecznościowych, takich jak YouTube, TikTok czy Instagram. Kanały i konta społecznościowe stanowią podstawowe narzędzie komunikacji z odbiorcami oraz źródło przychodów z reklam, współprac komercyjnych i sprzedaży produktów. Istnieje ryzyko, że podmioty prowadzące te platformy nałożą oficjalne lub niejawne ograniczenia na konta Twórców, w tym tzw. shadowbany, a w skrajnych przypadkach – mogą doprowadzić do ich całkowitego usunięcia.

Blokady te mogą wynikać z:

- wielokrotnego naruszania wytycznych dla społeczności (np. publikowanie treści uznanych za obraźliwe, nawołujących do nienawiści lub nękania),
- jednorazowego, ale poważnego naruszenia (np. spam, agresywne zachowanie, publikacja materiałów pornograficznych),
- prowadzenia działalności uznanej przez platformę za systemowo niezgodną z regulaminem (np. podszywanie się pod inne osoby, szerzenie dezinformacji).

Media społecznościowe są własnością prywatną, a korzystanie z nich wymaga ścisłego przestrzegania obowiązujących zasad. Regulaminy i wytyczne tych platform nie są stałe – ulegają cyklicznym aktualizacjom, często w kierunku zaostrzenia polityki moderacyjnej, co wymaga ich ciągłego monitorowania i dostosowywania działań Twórców do aktualnych wymogów. Brak świadomości zmian lub ich błędna interpretacja może skutkować nałożeniem sankcji. Shadowban to forma ukrytej blokady, polegającej na ograniczeniu widoczności treści lub interakcji bez wiedzy użytkownika. Taki typ ograniczenia może istotnie obniżyć zasięgi kanału i skuteczność publikowanych materiałów, nie dając przy tym jednoznacznych sygnałów o przyczynie. Co istotne, okres obowiązywania shadowbana rozpoczyna się dopiero w momencie zaprzestania działań uznanych za naruszające zasady platformy, co wydłuża czas ograniczenia widoczności. W najpoważniejszych przypadkach – zamknięcia konta – Twórca może zostać objęty zakazem tworzenia i zarządzania nowymi kontami, co może trwale wykluczyć danego Twórcę z platformy i znacząco ograniczyć działalność operacyjną

Grupy, zwłaszcza w kontekście działań opartych na konkretnym kanale lub zasięgu. W efekcie, Spółki takie jak EKIPA Management sp. z o.o., mogłyby utracić podstawowe narzędzie promocji i sprzedaży, co negatywnie wpłynęłoby na ich wyniki finansowe i pozycję rynkową.

W celu ograniczenia tego ryzyka Grupa prowadzi stały monitoring regulaminów i wytycznych platform, szkoli Twórców i zespoły produkcyjne z zakresu zasad obowiązujących na poszczególnych platformach oraz dywersyfikuje kanały komunikacji poprzez obecność Twórców na wielu platformach równolegle. Mimo podejmowanych działań, ryzyko związane z funkcjonowaniem Twórców w środowisku prywatnych platform pozostaje czynnikiem istotnym, który – w przypadku realizacji – może wpłynąć negatywnie na zdolność Grupy EKIPA Holding S.A. do realizacji procesów marketingowych, promocyjnych i sprzedażowych.

Ryzyko przejęcia kont Twórców w mediach społecznościowych

Konta Twórców na platformach takich jak YouTube, TikTok czy Instagram są coraz częściej celem ataków cyberprzestępców, których działania mogą obejmować przejmowanie haseł dostępowych, phishing, infekowanie urządzeń złośliwym oprogramowaniem, ataki typu ransomware lub bezpośrednio włamania do kont społecznościowych Twórców. Skutki takich incydentów mogą być poważne i długotrwałe – od utraty dostępu do konta, przez zmianę lub usunięcie treści, aż po rozpowszechnienie fałszywych komunikatów, spam lub szkodliwe treści, co w bezpośredni sposób wpływa na reputację Twórcy i całej Grupy. W niektórych przypadkach, przejęcie konta może oznaczać trwałą utratę dostępu do społeczności zbudowanej przez wiele lat. Dodatkowo, przejęcie konta może skutkować nieautoryzowanym dostępem do danych osobowych oraz innych informacji stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa. Naruszenia te mogą również rodzić odpowiedzialność prawną lub roszczenia ze strony klientów, partnerów i widzów. Źródłem zagrożenia są nie tylko działania zewnętrznych przestępców, ale również błędy ludzkie i niewystarczająca ochrona urządzeń i systemów wykorzystywanych przez Twórców. Sprzęt IT oraz nośniki danych mogą ulec kradzieży, zniszczeniu lub być fizycznie przejęte, co zwiększa ryzyko wycieku danych lub dostępu do kont. Choć zgodnie z polskim prawem nielegalne przejęcie konta w mediach społecznościowych jest czynem zabronionym zagrożonym karą do 2 lat pozbawienia wolności, praktyka pokazuje, że ustalenie sprawców tego typu przestępstw bywa trudne, a wyrządzone szkody – szczególnie wizerunkowe – mogą być dla Twórców i Grupy nieodwracalne.

W celu ograniczenia tego ryzyka Grupa EKIPA Holding S.A. wdraża szereg środków ochronnych, w tym stosowanie uwierzytelniania dwuskładnikowego (2FA) na wszystkich kontach Twórców i zespołów produkcyjnych, cykliczne szkolenia z cyberbezpieczeństwa, korzystanie z zaufanych i szyfrowanych kanałów komunikacji oraz monitoring aktywności kont i alertów bezpieczeństwa. Mimo zastosowania tych zabezpieczeń, ryzyko przejęcia kont Twórców w mediach społecznościowych pozostaje realnym zagrożeniem, które w przypadku zaistnienia, może wywołać poważne skutki operacyjne, finansowe i wizerunkowe dla Grupy.

Ryzyko związane z dynamicznymi zmianami trendów w mediach społecznościowych w tym z uzależnieniem od platform dystrybucji treści wideo, w szczególności Youtube

Ekipa Management sp. z o.o. jako podmiot odpowiedzialny za produkcję i dystrybucję influencerskich treści audiowizualnych w Grupie, w znacznym stopniu opiera swoją działalność na platformie YouTube, która stanowi główny kanał dotarcia do odbiorców oraz źródło przychodów z monetyzacji treści. Zależność ta sprawia, że Spółka jest szczególnie narażona na ryzyko wynikające z dynamicznych zmian zarówno w trendach konsumenckich, jak i w algorytmach platformy. YouTube, jako globalna platforma o ogromnym zasięgu, regularnie aktualizuje swoje algorytmy rekomendacji, systemy monetyzacji i polityki dotyczące treści, co bezpośrednio wpływa na widoczność materiałów wideo, liczbę wyświetleń, zaangażowanie widzów, a w konsekwencji – przychody osiągnięte przez Ekipa Management.

Istnieje realne ryzyko, że zmiany w działaniu algorytmu – takie jak mniejszy priorytet dla danej kategorii treści, promowanie krótszych formatów, czy zmiany w zasadach wyświetlania reklam – mogą znacząco obniżyć efektywność wcześniej działających formatów i modeli publikacji. Dodatkowym wyzwaniem jest szybkość, z jaką zmieniają się gusta i oczekiwania społeczności użytkowników YouTube. Treści, które do niedawna generowały milionowe zasięgi, mogą w krótkim czasie utracić popularność, co wymaga od zespołu produkcyjnego ciągłego testowania nowych koncepcji i formatów. Pojawianie się nowych platform lub zmian w sposobie konsumpcji treści przez młodsze pokolenia, może dodatkowo zredukować znaczenie YouTube jako głównego źródła ruchu i monetyzacji. Aby ograniczać to ryzyko, Ekipa Management prowadzi bieżącą analizę danych analitycznych, monitoruje zmiany w algorytmach i wytyczne platformy, a także aktywnie testuje nowe formaty – od dynamicznych vlogów i materiałów z udziałem influencerów, po krótkie formy treści zgodne z najnowszymi trendami. Ekipa Management dąży także do dywersyfikacji kanałów dystrybucji treści, rozwijając obecność również na innych platformach (TikTok, Instagram, serwisy streamingowe), jednak YouTube wciąż pozostaje kluczowym medium w modelu biznesowym Spółki.

Pomimo podejmowanych działań adaptacyjnych, nagłe lub niekorzystne zmiany na platformie YouTube mogą przełożyć się na spadek oglądalności, przychodów z reklam i współprac komercyjnych, co może negatywnie wpłynąć na wyniki finansowe Ekipa Management oraz jej pozycję w strukturze Grupy Kapitałowej.

Ryzyko technologiczne i operacyjne związane z produkcją treści

Produkcja wysokiej jakości treści audiowizualnych, realizowana przez Ekipa Management sp. z o.o. w obszarze mediów społecznościowych oraz przez Laniakea Pictures sp. z o.o. w segmencie filmowym, serialowym i wydawniczym, wymaga wykorzystania zaawansowanego sprzętu, nowoczesnego oprogramowania do montażu i postprodukcji oraz wysoko wykwalifikowanych zespołów produkcyjnych. W obu przypadkach istnieje ryzyko, że awarie techniczne, przeciążenia infrastruktury, błędy ludzkie, braki kadrowe lub zakłócenia logistyczne wpłyną negatywnie na przebieg prac produkcyjnych i harmonogram realizacji projektów. W szczególności w przypadku treści dystrybuowanych w czasie rzeczywistym (YouTube, media społecznościowe) opóźnienia mogą skutkować spadkiem zasięgów, zaangażowania odbiorców oraz utratą wpływów z monetyzacji i współprac komercyjnych. W produkcjach filmowych i serialowych natomiast, każde przesunięcie premiery czy niedotrzymanie terminów wobec partnerów dystrybucyjnych może oznaczać istotne konsekwencje finansowe i wizerunkowe. Dodatkowym wyzwaniem jest konieczność ciągłych inwestycji w nowoczesne technologie, zarówno w zakresie sprzętu nagraniowego, montażowego, dźwiękowego, jak i narzędzi do zarządzania projektami kreatywnymi. Dynamiczny rozwój standardów jakości w mediach cyfrowych oraz rosnące oczekiwania widzów i odbiorców wymagają od obu Spółek ciągłego podnoszenia kompetencji zespołów oraz modernizacji zaplecza produkcyjnego. Niedostosowanie się do tych oczekiwań może skutkować obniżeniem konkurencyjności tworzonych materiałów oraz ograniczeniem potencjału komercyjnego produkcji.

Aby ograniczać to ryzyko, Ekipa Management sp. z o.o. dysponuje własnym, dobrze wyposażonym zapleczem produkcyjnym i stale udoskonala wewnętrzne procesy realizacji treści – szczególnie tych publikowanych regularnie i w wysokim wolumenie, a Laniakea Pictures sp. z o.o. współpracuje z profesjonalnymi partnerami branżowymi oraz zewnętrznymi zespołami produkcyjnymi i kreatywnymi, zapewniając wysokie standardy wykonawcze przy jednoczesnym utrzymaniu kontroli nad jakością artystyczną i organizacyjną projektów. Obie Spółki wdrażają procedury awaryjne i alternatywne harmonogramy działania, umożliwiające elastyczne reagowanie na zakłócenia w procesach produkcyjnych. Inwestują także w rozwój kompetencji pracowników, w tym operatorów, montażystów, dźwiękowców, grafików i producentów, aby zapewnić najwyższą jakość realizowanych projektów. Mimo podejmowanych działań, zakłócenia technologiczne lub operacyjne mogą czasowo wpłynąć na jakość, terminowość lub dostępność tworzonych treści, co może przełożyć się na wyniki finansowe oraz wizerunek Grupy.

Ryzyko finansowe związane z kosztami produkcji wideo i rentownością treści

Działalność Ekipa Management sp. z o.o. oraz Laniakea Pictures sp. z o.o., jako Spółek specjalizujących się w tworzeniu treści audio-wizualnych, wiąże się z koniecznością ponoszenia znacznych nakładów finansowych. Produkcja materiałów wideo – niezależnie od tego, czy są to krótkie formy do mediów społecznościowych, czy filmy pełnometrażowe i seriale – wymaga zaangażowania wykwalifikowanych zespołów, zakupu lub dzierżawy sprzętu, opłat za licencje muzyczne i wizualne, kosztów postprodukcji oraz działań promocyjnych i dystrybucyjnych. W przypadku treści kierowanych na platformy takie jak YouTube, TikTok czy Instagram, dodatkowym czynnikiem ryzyka jest nieprzewidywalność polityk monetyzacyjnych i zmian w algorytmach, które mogą wpływać na liczbę wyświetleń, zasięgi i ostatecznie – poziom dochodów z reklam. Zmiany te mogą spowodować, że nawet wysokiej jakości materiały nie osiągną oczekiwanych wyników finansowych. Podobne ryzyko dotyczy treści tworzonych przez Laniakea Pictures sp. z o.o., w szczególności w przypadku produkcji długometrażowych i seriali, których realizacja rozciąga się w czasie, a zwrot z inwestycji może nastąpić dopiero po wielu miesiącach lub latach od premiery. Jednocześnie, niepowodzenie jednego dużego projektu – np. filmu, który nie spotka się z zainteresowaniem widzów lub dystrybutorów – może mieć negatywny wpływ na płynność finansową Spółki oraz ograniczyć jej zdolność do podejmowania kolejnych przedsięwzięć produkcyjnych. Dodatkowo, zarówno w modelu social mediowym, jak i klasycznym filmowym, istnieje ryzyko niedopasowania treści do oczekiwań odbiorców lub przesycenia rynku podobnymi formatami, co może ograniczyć efektywność komercyjną nawet przy dużym zaangażowaniu zasobów.

Aby minimalizować te ryzyka Ekipa Management sp. z o.o. rozwija zdywersyfikowany model przychodów, obejmujący nie tylko monetyzację treści, ale również kampanie reklamowe i współpracę z markami, a Laniakea Pictures sp. z o.o. pozyskuje środki z różnorodnych źródeł (instytucjonalnych, prywatnych oraz koprodukcyjnych), co pozwala na dywersyfikację ryzyka finansowego i zwiększa odporność projektów na wahania rynkowe – każda z produkcji przechodzi proces pitchingu (wewnętrzny i zewnętrzny) i jest także objęta działaniami mającymi na celu pozyskanie wsparcia ze środków publicznych, w tym grantów Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej. Mimo podejmowanych działań, ryzyko poniesienia wysokich kosztów przy jednoczesnym nieosiągnięciu zakładanych przychodów pozostaje istotnym czynnikiem, który może wpływać na wyniki finansowe oraz możliwości inwestycyjne obu Spółek w ramach Grupy.

Zarząd wskazuje, że pełnometrażowy film pt. „100 dni do matury”, wyprodukowany przez Laniakea Pictures sp. z o.o. w koprodukcji z Emitentem, odnotował znaczący sukces frekwencyjny oraz finansowy. W ciągu pierwszych ośmiu tygodni dystrybucji kinowej film przyciągnął ponad milion widzów do kin, generując spodziewane przychody, na poziomie 110% łącznych kosztów produkcji i marketingu. Wynik ten potwierdza wysoką atrakcyjność produkcji oraz skuteczność działań dystrybucyjnych i promocyjnych realizowanych przez partnerów projektu. Zarząd ocenia te rezultaty jako znaczący sukces i istotny czynnik wspierający rozwój dalszych przedsięwzięć produkcyjnych Emitenta.

Ryzyko związane z wykorzystywaniem środków dotacyjnych, w tym funduszy unijnych oraz środków z Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej

Wybrane Spółki wchodzące w skład Grupy, w szczególności Ekipa Management sp. z o.o., Laniakea Pictures sp. z o.o., GGBAY sp. z o.o. mogą korzystać ze środków publicznych pochodzących z funduszy Unii Europejskiej, krajowych programów dotacyjnych oraz instytucji takich jak Polski Instytut Sztuki Filmowej (PISF). Choć pozyskiwanie środków zewnętrznych stanowi ważne źródło finansowania rozwoju, wiąże się ono z określonymi ryzykami. W szczególności należy wskazać na ryzyko związane z koniecznością precyzyjnego rozliczania wydatków, dotrzymywania harmonogramów i zgodności realizowanych działań z założeniami wniosku dotacyjnego. W przypadku błędów formalnych, niewłaściwego kwalifikowania kosztów, nieosiągnięcia deklarowanych celów projektu lub stwierdzenia niezgodności z zasadami przyznawania wsparcia, istnieje ryzyko cofnięcia lub ograniczenia wysokości przyznanego dofinansowania, a nawet obowiązku zwrotu otrzymanych środków wraz z odsetkami. Dodatkowo, procedury oceny

wniosków i przyznawania wsparcia bywają czasochłonne i nieprzewidywalne, co może wpływać na płynność finansową projektów, szczególnie w fazie realizacyjnej, gdy wydatki muszą być ponoszone z wyprzedzeniem względem momentu refundacji. Nie bez znaczenia jest również ryzyko zmian w dostępności i alokacji funduszy publicznych, wynikających z aktualnej sytuacji makroekonomicznej, polityki rządu lub priorytetów Unii Europejskiej – co może ograniczyć możliwość finansowania kolejnych projektów Grupy ze źródeł zewnętrznych.

W dniu 19 lutego 2025 r. Ekipa Management sp. z o.o. rozpoczęła realizację innowacyjnego projektu pn. „Opracowanie i wdrożenie nowej technologii syntezy głosu w języku obcym z wykorzystaniem sztucznej inteligencji”. W konsekwencji pozytywnej oceny Projektu, Ekipa Management zawarła umowę o dofinansowanie Projektu z Małopolskim Centrum Przedsiębiorczości z siedzibą w Krakowie, jako Instytucją pośredniczącą w ramach programu Fundusze Europejskie dla Małopolski 2021–2027, Priorytet 1. Fundusze europejskie dla badań i rozwoju oraz przedsiębiorczości, Działanie 1.1 Projekty badawczo-rozwojowe przedsiębiorstw typ B Projekty kompleksowe obejmujące prace B+R z wdrożeniem, współfinansowanego z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego. Całkowita wartość projektu wynosi 8 026 727,62 zł, przy czym wydatki kwalifikowane określono w kwocie 7 842 227,62 zł, a całkowita wartość dofinansowania wyniesie nie więcej niż 3 921 113,71 zł. Projekt ten jest obecnie realizowany zgodnie z założeniami i powinien zakończyć się nie później niż 31 marca 2027 r.

W celu ograniczenia tego ryzyka, Grupa EKIPA Holding zapewnia wsparcie prawno-finansowe w zakresie pozyskiwania i rozliczania środków dotacyjnych, współpracuje z doświadczonymi doradcami oraz prowadzi wewnętrzne kontrole zgodności projektów z wymaganiami instytucji finansujących. Pomimo stosowania odpowiednich procedur i zabezpieczeń, korzystanie ze środków publicznych wiąże się z ryzykiem formalnym, finansowym oraz operacyjnym, które w przypadku materializacji może wpłynąć na płynność, reputację oraz dalsze możliwości rozwojowe poszczególnych Spółek Grupy.

Ryzyko związane z dynamicznymi zmianami trendów modowych

Przemysł odzieżowy jest jedną z najbardziej dynamicznych branż, w której trendy zmieniają się niezwykle szybko. Produkty, które w danym sezonie cieszą się ogromnym zainteresowaniem, mogą w krótkim czasie stracić na atrakcyjności, co prowadzi do konieczności wprowadzania nowych kolekcji oraz wyprzedaży starszych modeli. Niezdolność do trafnego przewidywania trendów i odpowiedniego reagowania na zmieniające się preferencje klientów może skutkować spadkiem sprzedaży i nadwyżkami magazynowymi.

Zespół EKIPATONOSI sp. z o.o. na bieżąco monitoruje zmiany na rynku oraz analizuje preferencje konsumentów, aby tworzyć kolekcje zgodne z aktualnymi trendami. Firma regularnie współpracuje z influencerami, którzy jako liderzy opinii pomagają promować nowe produkty i budować ich atrakcyjność wśród odbiorców. Ponadto, Spółka ta stosuje strategie oparte na limitowanych kolekcjach i ekskluzywnych dropach, które wzbudzają poczucie unikalności i ograniczonej dostępności, co zwiększa zainteresowanie klientów.

Ryzyko związane z konkurencją na rynku odzieżowym

Rynek odzieżowy jest silnie nasycony, a konkurencja ze strony zarówno dużych, globalnych marek, jak i mniejszych lokalnych producentów jest bardzo intensywna. Coraz więcej firm decyduje się na współpracę z influencerami w celu promowania swoich produktów, co powoduje, że EKIPATONOSI sp. z o.o. musi konkurować nie tylko pod względem jakości i ceny, ale także w zakresie marketingu, dostępności oraz innowacyjności oferty.

Aby wyróżnić się na tle konkurencji, EKIPATONOSI sp. z o.o. kładzie duży nacisk na unikalność swoich kolekcji i tworzenie produktów premium, które ściśle nawiązują do wizerunku współpracujących influencerów. Firma inwestuje w zaawansowane działania marketin-

gowe, takie jak kampanie w mediach społecznościowych, influencer marketing, a także eventy, które angażują społeczność wokół marki. Ponadto, strategiczne partnerstwo z ENERGYLANDIA oraz szeroka dystrybucja online, pozwalają na dotarcie do różnych grup odbiorców i utrzymanie konkurencyjnej pozycji na rynku.

Ryzyko związane z działalnością w branży filmowej oraz dystrybucją treści

Działalność Laniakea Pictures sp. z o.o. wiąże się z szeregiem specyficznych ryzyk, charakterystycznych dla sektora kreatywnego i branży audiowizualnej. Jednym z kluczowych elementów decydujących o sukcesie komercyjnym projektów realizowanych przez tę Spółkę jest efektywna dystrybucja gotowych treści. Istnieje ryzyko, że Laniakea Pictures sp. z o.o. napotka trudności w nawiązaniu współpracy z kluczowymi partnerami dystrybucyjnymi, takimi jak platformy streamingowe, dystrybutorzy kinowi, wydawcy książek i komiksów, nadawcy telewizyjni czy partnerzy zajmujący się sprzedażą zagraniczną. Ograniczony dostęp do kanałów dystrybucji może skutkować zawężeniem grona odbiorców, opóźnieniem premiery lub brakiem ekspozycji projektów, co przełoży się na ograniczoną rozpoznawalność marki i obniżenie potencjału przychodowego danego tytułu. Dodatkowo, branża filmowa charakteryzuje się wysoką nieprzewidywalnością wyników komercyjnych, które zależą od wielu czynników pozostających poza bezpośrednią kontrolą tej Spółki. Istotnym ryzykiem operacyjnym są również zdarzenia losowe lub organizacyjne, które mogą wpłynąć na ciągłość produkcji. Mowa tu m.in. o niedotrzymaniu warunków umownych przez kluczowych współpracowników, problemach logistycznych (np. z dostępnością lokalizacji zdjęciowych), uszkodzeniach sprzętu, nieprzewidzianych warunkach atmosferycznych, które mogą prowadzić do opóźnień, wzrostu kosztów lub nawet konieczności przerwania realizacji projektu.

Aby ograniczyć te ryzyka, Laniakea Pictures sp. z o.o. aktywnie buduje relacje z partnerami dystrybucyjnymi, uczestniczy w międzynarodowych targach i festiwalach filmowych, prowadzi analizę trendów i oczekiwań widzów oraz stosuje profesjonalne podejście do zarządzania projektami filmowymi. Niemniej jednak, ze względu na specyfikę branży, powyższe czynniki pozostają istotnym zagrożeniem dla skutecznej realizacji strategii rozwoju tej Spółki oraz w konsekwencji Grupy EKIPA Holding oraz wyników ekonomicznych poszczególnych produkcji.

Ryzyko związane z konkurencją na rynku eventowym i koncertowym

Branża eventowa i koncertowa w Polsce rozwija się dynamicznie, ale jednocześnie jest niezwykle konkurencyjna. Na rynku działa wiele firm specjalizujących się w organizacji wydarzeń muzycznych, festiwali, eventów korporacyjnych i imprez okolicznościowych. Wśród kluczowych graczy są zarówno duże, międzynarodowe agencje eventowe, jak i lokalne firmy o ugruntowanej pozycji, które posiadają wieloletnie doświadczenie, sieć kontaktów oraz lojalną bazę klientów. Ekipa Music Entertainment sp. z o.o. jest stosunkowo nowym podmiotem na rynku, co oznacza, że musi konkurować z bardziej doświadczonymi organizatorami wydarzeń, którzy już posiadają relacje z kluczowymi artystami, firmami i sponsorami. Do tej pory Ekipa Music Entertainment sp. z o.o. realizowała projekty na potrzeby Grupy, z uwagi na bardzo duży wewnętrzny potencjał dla prowadzenia tego rodzaju działalności. Istnieje ryzyko, że w przyszłości przy rozszerzaniu skali działania, pozyskanie dużych zleceń spoza Grupy Kapitałowej EKIPA Holding może wymagać większej aktywności. Dodatkowo, konkurencja cenowa może prowadzić do presji na marże, a firmy eventowe mogą obniżać ceny usług w celu przyciągnięcia klientów, co może wpłynąć na rentowność działalności Ekipa Music Entertainment sp. z o.o.

Aby ograniczyć to ryzyko, Spółka stawia na bliską współpracę z influencerami i artystami związanymi z EKIPA Holding, co pozwala jej wyróżnić się na tle konkurencji i oferować unikalne wydarzenia skierowane do lojalnej społeczności fanów. Ponadto, Ekipa Music Entertainment sp. z o.o. koncentruje się na profesjonalizacji swoich usług, dbając o najwyższy poziom organizacji eventów oraz współpracę z renomowanymi dostawcami i partnerami.

Ryzyko operacyjne związane z organizacją dużych wydarzeń

Organizacja koncertów, festiwali i eventów wiąże się z wieloma wyzwaniami logistycznymi i operacyjnymi. Każde wydarzenie wymaga starannego planowania, koordynacji wielu zespołów oraz skutecznego zarządzania ryzykiem, aby zapewnić płynność realizacji i pozytywne doświadczenia uczestników. Istnieje wiele potencjalnych zagrożeń operacyjnych, które mogą wpłynąć na przebieg imprezy, w tym:

- problemy techniczne – awarie sprzętu nagłośnieniowego, oświetleniowego, scenicznego czy transmisyjnego mogą prowadzić do opóźnień lub obniżenia jakości wydarzenia,
- czynniki pogodowe – w przypadku wydarzeń plenerowych nagłe zmiany pogody (burze, ulewne deszcze, silny wiatr) mogą doprowadzić do przeniesienia lub nawet odwołania eventu, co generuje straty finansowe,
- problemy logistyczne – opóźnienia w dostawach sprzętu, błędy w zarządzaniu transportem artystów i ekip technicznych mogą negatywnie wpłynąć na organizację wydarzenia,
- bezpieczeństwo uczestników – każda impreza masowa musi spełniać rygorystyczne normy bezpieczeństwa, a niewystarczające zabezpieczenie może prowadzić do wypadków, zamieszek lub innych sytuacji kryzysowych.

Ekipa Music Entertainment sp. z o.o. minimalizuje te ryzyka poprzez współpracę z doświadczonymi podwykonawcami, wdrażanie procedur awaryjnych oraz stosowanie nowoczesnych narzędzi do zarządzania eventami. Spółka dba również o wysokie standardy bezpieczeństwa, współpracując z firmami ochroniarskimi i służbami porządkowymi, aby zapewnić komfort i bezpieczeństwo uczestników wydarzeń.

Ryzyko finansowe związane z kosztami organizacji dużych wydarzeń

Organizacja eventów i koncertów jest działalnością kapitałochłonną, wymagającą znaczących nakładów finansowych na wynajem obiektów, produkcję scenograficzną, opłaty dla artystów, promocję oraz logistykę. Ponadto, w wielu przypadkach środki muszą być angażowane z dużym wyprzedzeniem, zanim nastąpi zwrot w postaci przychodów ze sprzedaży biletów lub sponsoringu. Istnieje ryzyko, że niektóre wydarzenia mogą nie osiągnąć oczekiwanej frekwencji, co spowoduje, że Ekipa Music Entertainment sp. z o.o. poniesie straty finansowe. Dodatkowo, rosnące koszty usług technicznych i produkcji eventowej mogą wpłynąć na rentowność działalności.

Ekipa Music Entertainment zarządza tym ryzykiem poprzez precyzyjne planowanie budżetowe, prognozowanie wyników finansowych oraz dywersyfikację źródeł przychodów. Spółka prowadzi również aktywne działania w zakresie pozyskiwania sponsorów i partnerów biznesowych, co pozwala na częściowe finansowanie wydarzeń i minimalizację ryzyka finansowego.

Ryzyko związane z wysoką konkurencją na rynku gier mobilnych

Rynek gier mobilnych to jedno z najbardziej konkurencyjnych środowisk w branży technologicznej. Każdego dnia na platformy dystrybucji, takie jak App Store i Google Play, trafia tysiące nowych aplikacji. Gracze mają dostęp do ogromnej liczby darmowych i płatnych tytułów, co sprawia, że rywalizacja o ich uwagę jest niezwykle intensywna. Istnieje ryzyko, że nowe produkcje GGBay sp. z o.o. mogą nie przebić się na rynku, jeśli nie zostaną odpowiednio wyróżnione pod względem mechaniki, oprawy audiowizualnej oraz strategii monetyzacji. Wyzwanie stanowi również konieczność regularnego aktualizowania i ulepszania gier. Produkcje, które nie są dynamicznie rozwijane, szybko tracą zainteresowanie użytkowników, co prowadzi do spadku aktywności i mniejszych przychodów. Dodatkowo, istotni globalni wydawcy dysponują ogromnymi budżetami marketingowymi, co utrudnia mniejszym firmom zaistnienie na rynku.

Aby sprostać tym wyzwaniom, GGBay sp. z o.o. koncentruje się na tworzeniu gier o unikalnym stylu i angażującej rozgrywce, a także związanych z IP tworzonymi w Grupie Kapitałowej. Spółka korzysta także z analiz rynkowych i danych o zachowaniach użytkowników, aby dostosowywać swoje produkcje do aktualnych trendów i oczekiwań graczy. Dodatkowo, uruchomiony akcelerator Holonation umożliwia współpracę z twórcami, którzy mają świeże pomysły na innowacyjne tytuły, co pozwala na różnicowanie portfolio i dostosowywanie strategii wydawniczej do zmieniających się warunków rynkowych.

Ryzyko związane z uzależnieniem od platform dystrybucji gier

Dystrybucja gier mobilnych jest silnie uzależniona od dwóch głównych platform: Google Play i App Store. Ich polityka, algorytmy rankingowe oraz zasady dotyczące publikacji aplikacji mogą ulec zmianie w dowolnym momencie, co bezpośrednio wpływa na wyniki sprzedażowe gier GGBay. Nagłe modyfikacje w regulaminach, np. dotyczące modelu mikropłatności czy reklam, mogą wymusić na Spółce dostosowanie strategii monetyzacji lub ograniczyć widoczność gier w wynikach wyszukiwania. Dodatkowo, platformy te pobierają wysokie prowizje – Apple i Google standardowo wymagają 30% udziału w przychodach z mikropłatności, co znacząco wpływa na rentowność działalności. Spadek widoczności w sklepach z aplikacjami może prowadzić do ograniczenia liczby pobrań, a tym samym do zmniejszenia przychodów i wydłużenia okresu zwrotu z inwestycji.

Aby zminimalizować to ryzyko, GGBay sp. z o.o. dywersyfikuje swoje kanały dystrybucji, badając możliwość wprowadzania gier na alternatywne platformy. Ponadto, Spółka rozwija własne strategie marketingowe, budując społeczność wokół swoich produktów, co pozwala na zwiększenie liczby pobrań niezależnie od rankingów w sklepach z aplikacjami.

Ryzyko związane z monetyzacją gier

Monetyzacja gier mobilnych może odbywać się na kilka sposobów, takich jak model freemium (darmowa gra z opcjonalnymi mikropłatnościami), reklamy, subskrypcje czy model premium (płatne pobranie aplikacji). Wybór strategii monetyzacji jest kluczowy, ponieważ nieprawidłowe podejście może prowadzić do spadku zainteresowania użytkowników, zbyt agresywne mikropłatności mogą zniechęcić graczy, a z kolei brak skutecznego modelu przychodowego może sprawić, że gra nie wygeneruje odpowiednich dochodów. Warto również zauważyć, że w ostatnich latach wzrosła świadomość użytkowników dotycząca mechanizmów hazardowych w grach mobilnych. Regulacje prawne w niektórych krajach (np. w Belgii czy Holandii) zaczęły ograniczać lub zakazywać stosowania tego typu monetyzacji, co może wpłynąć na działalność wydawców, w tym Spółki GGBay.

Spółka testuje różne modele monetyzacji, aby znaleźć optymalne rozwiązania dla swoich gier. Regularnie analizuje dane dotyczące zachowań graczy, prowadzi testy dotyczące mikropłatności i reklam oraz dostosowuje swoje strategie w oparciu o feedback użytkowników. Współpraca z influencerami oraz integracja z innymi podmiotami z Grupy EKIPA Holding umożliwia skuteczniejszą promocję i lepsze wyniki finansowe gier. Obecnie większość przychodów generowanych z produkcji GGBay sp. z o.o. pochodzi z reklam.

Ryzyko związane z dynamicznymi zmianami technologicznymi w branży gier

Postęp technologiczny w branży gier jest niezwykle szybki. Nowe rozwiązania, takie jak rozszerzona rzeczywistość (AR), sztuczna inteligencja (AI) czy chmura obliczeniowa, zmieniają sposób, w jaki tworzone i dystrybuowane są gry. Firmy, które nie nadążają za tymi zmianami, mogą szybko utracić konkurencyjność i pozostawać w tyle za bardziej innowacyjnymi studiami. Dodatkowym wyzwaniem jest konieczność dostosowywania gier do nowych systemów operacyjnych oraz coraz bardziej zaawansowanego sprzętu mo-

bilnego. Zmiany w specyfikacjach urządzeń, w tym aktualizacje mobilnych systemów operacyjnych iOS i Android, mogą wymagać dodatkowych prac programistycznych, co generuje koszty i wydłuża cykl życia projektu.

Aby sprostać tym wyzwaniom, GGBay sp. z o.o. regularnie inwestuje w rozwój technologiczny i doskonalenie kompetencji swojego zespołu, a także współpracuje z zewnętrznymi, profesjonalnymi podmiotami. Spółka uczestniczy w konferencjach branżowych, współpracuje z ekspertami oraz testuje nowe technologie, aby wdrażać je w swoich projektach.

Ryzyko związane z dynamiką rynku FMCG

Branża FMCG charakteryzuje się dużą konkurencyjnością oraz szybkim tempem zmian, co stwarza ryzyko, że produkty wprowadzane przez ESSA Co sp. z o.o. mogą nie znaleźć odpowiedniego odbioru na rynku. Klienci w tej branży wykazują niską lojalność wobec marek, co oznacza, że nowy produkt musi nie tylko spełniać wysokie wymagania jakościowe, ale także wyróżniać się atrakcyjną ceną oraz skuteczną kampanią marketingową. Silna konkurencja ze strony dużych koncernów, które posiadają ugruntowaną pozycję rynkową oraz szerokie sieci dystrybucji, może utrudnić penetrację rynku. Firmy te dysponują znacznymi budżetami marketingowymi oraz długoterminowymi relacjami z sieciami handlowymi, co stanowi wyzwanie dla nowych graczy.

ESSA Co sp. z o.o. ogranicza to ryzyko poprzez staranną analizę trendów rynkowych i preferencji konsumentów jeszcze przed wprowadzeniem nowych produktów. Kluczowe znaczenie mają testy konsumenckie, analiza danych sprzedażowych oraz aktywne monitorowanie działań konkurencji. Spółka stosuje elastyczne strategie produktowe, aby sprawdzić zainteresowanie konsumentów przed pełnoskalowym wdrożeniem.

Ryzyko związane z wczesnym etapem inwestycji

Ekipa Investments ASI sp. z o.o. specjalizuje się w inwestowaniu w startupy znajdujące się w fazach PRE-SEED i SEED, co wiąże się z wysokim poziomem ryzyka. Wczesne etapy rozwoju Spółek charakteryzują się brakiem stabilnych przychodów, nieukształtowaną bazą klientów oraz dużą niepewnością co do skalowalności i trwałości modelu biznesowego. Wielu młodych przedsiębiorców nie posiada jeszcze wystarczającego doświadczenia w zarządzaniu firmą, co może prowadzić do błędnych decyzji strategicznych oraz operacyjnych. Statystycznie, duży odsetek startupów nie osiąga zakładanych celów biznesowych i upada w ciągu pierwszych kilku lat działalności. Powody mogą być różne – niewystarczające finansowanie kolejnych rund, trudności w pozyskaniu klientów, nieudane wdrożenie produktu na rynek, czy brak przewagi konkurencyjnej. Obecnie w portfolio inwestycyjnym Ekipa Investments ASI sp. z o.o. znajdują się akcje Spółek Horex.pl S.A., Prime ASI S.A., Plenti S.A. oraz udziały PlugApp sp. z o.o., ESSA Co sp. z o.o., INKSearch sp. z o.o., Closer Music sp. z o.o., Multilango.com sp. z o.o. (poprzednia nazwa Lingua Magister sp. z o.o.), KC SPV sp. z o.o., oraz Polski Instytut Edukacji sp. z o.o. Część z tych podmiotów może wymagać dodatkowych nakładów finansowych na rozwój oferty oraz wdrożenie jej na rynek. Powyższe niesie ryzyko, że nieudana inwestycja, w szczególności w podmioty o nieugruntowanej pozycji rynkowej, może oznaczać całkowitą lub częściową utratę zainwestowanych środków, co może negatywnie wpłynąć na wyniki finansowe Spółki oraz jej zdolność do realizacji kolejnych inwestycji.

Spółka minimalizuje ryzyko poprzez szczegółową analizę due diligence przed podjęciem decyzji inwestycyjnej. Ocenie podlegają m.in. potencjał rynkowy startupu, kompetencje zespołu zarządzającego, unikalność proponowanego rozwiązania oraz możliwości skalowania biznesu.

Ryzyko związane z awariami technicznymi i cyberbezpieczeństwem

Z uwagi na specyfikę prowadzonej działalności Spółki z Grupy narażone są na ryzyko związane zarówno z awariami technicznymi, jak i cyberzagrożeniami. Istnieje ryzyko, że nieprawidłowe działanie sprzętu, awarie systemów IT, przeciążenia serwerów, błędy oprogramowania lub czasowe przerwy w dostępie do narzędzi wykorzystywanych do produkcji, montażu, analityki czy sprzedaży mogą zakłócić bieżącą działalność operacyjną poszczególnych Spółek Grupy. W skrajnych przypadkach może dojść do utraty danych, opóźnień w publikacji materiałów, zakłócenia działania platform sprzedażowych, a także ograniczenia komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej, co negatywnie wpłynie na odbiór usług przez klientów oraz partnerów biznesowych. Szczególnie wrażliwe na tego rodzaju zagrożenia są Spółki takie jak Ekipa Management sp. z o.o. oraz EKIPATONOSI sp. z o.o., których działalność opiera się na sprzedaży internetowej. Również Spółki odpowiedzialne za działalność operacyjną i księgową – m.in. Brainchild sp. z o.o. – przetwarzają dane finansowe i osobowe wymagające szczególnej ochrony. Równolegle rośnie ryzyko ataków hakerskich, wycieków danych oraz działań o charakterze szpiegostwa gospodarczego. W obliczu coraz bardziej zaawansowanych form cyberataków – w tym phishingu, ransomware czy prób nieautoryzowanego dostępu do kont firmowych i baz danych – Grupa musi nieustannie inwestować w bezpieczeństwo systemów, kontrolę dostępu oraz szkolenia zespołów w zakresie cyberbezpieczeństwa. Zarówno ze względu na intensywną obecność w Internecie, jak i otwartość na nowe formy działalności cyfrowej, Grupa jest szczególnie narażona na próby przejęcia kont w mediach społecznościowych, zakłócenia streamów, manipulację danymi lub kradzież materiałów audio-wizualnych jeszcze przed ich premierą. Tego typu incydenty mogą naruszać wizerunek Grupy, powodować straty finansowe oraz skutkować utratą zaufania ze strony widzów i klientów.

W celu ograniczenia omawianych zagrożeń, Grupa wdraża i rozwija polityki bezpieczeństwa informatycznego, korzysta z wyspecjalizowanego wsparcia technicznego, tworzy kopie zapasowe krytycznych danych oraz monitoruje działania w środowisku cyfrowym. W poszczególnych Spółkach podejmowane są również działania w zakresie segmentacji dostępu, szyfrowania danych oraz aktualizacji zabezpieczeń w wykorzystywanym sprzęcie i oprogramowaniu. Mimo stosowanych środków, awarie techniczne oraz naruszenia cyberbezpieczeństwa pozostają realnym zagrożeniem, które w razie materializacji mogą mieć bezpośredni wpływ na zdolność Grupy do realizacji projektów, jakość świadczonych usług oraz osiągnięte wyniki finansowe.

Ryzyko utraty kluczowych współpracowników, w tym Twórców

Działalność Grupy w dużym stopniu opiera się na pracy wysoko wykwalifikowanych specjalistów z obszarów produkcji treści audio-wizualnych, zarządzania projektami kreatywnymi, marketingu, sprzedaży, finansów oraz obsługi technicznej i eventowej, a także – co szczególnie istotne – na współpracy z kluczowymi Twórcami (influencerami), których rozpoznawalność i aktywność w Internecie mają znaczenie dla rozwoju i rozpoznawalności Grupy. Tzw. kapitał intelektualny oraz twórczy jest jednym z głównych aktywów Grupy, a jego utrata – w wyniku odejścia kluczowych pracowników, menedżerów lub Twórców – może skutkować zaburzeniem ciągłości działalności operacyjnej, spadkiem jakości tworzonych treści, utratą lojalnych odbiorców i klientów oraz obniżeniem przychodów w poszczególnych segmentach. W ujęciu bezpośrednim dotyczy to w szczególności Spółki Ekipa Management sp. z o.o., odpowiedzialnej za produkcję i dystrybucję treści z udziałem Twórców, a pośrednio EKIPATONOSI sp. z o.o. oraz Ekipa Music Entertainment sp. z o.o., których oferty sprzedażowe opierają się w dużej mierze na brandach osobistych influencerów, a także pozostałych Spółek, których działalność powiązana jest z rozpoznawalnością i autentycznością Twórców. Istnieje ryzyko, że konkurencyjne podmioty oferujące bardziej atrakcyjne warunki współpracy – zarówno finansowe, jak i organizacyjne – przyciągną kluczowych pracowników lub Twórców Grupy, co może skutkować utratą know-how, spadkiem kreatywności oraz koniecznością poniesienia znacznych kosztów rekrutacyjnych i wdrożeniowych. Ryzyko to dotyczy również utraty stabilności personalnej w zespołach zarządzających Spółkami zależnymi, co może mieć wpływ na tempo realizacji projektów, jakość zarządzania operacyjnego i strategicznego, a w dalszej kolejności – na efektywność funkcjonowania całej Grupy. Zjawisko rosnącej konkurencji na rynku pracy, odpływ specjalistów do innych branż kreatywnych lub do podmiotów zagranicznych (również w związku z otwartym dostępem do rynków UE), a także wypalenie zawodowe lub zmiana priorytetów osobistych współpracujących influencerów – to czynniki, które również mogą pogłębiać skalę ryzyka.

W celu ograniczenia tego zagrożenia, Grupa Kapitałowa EKIPA Holding podejmuje działania mające na celu utrzymanie trwałych relacji z kluczowymi osobami poprzez programy motywacyjne, partnerskie podejście do współpracy, wspieranie rozwoju zawodowego oraz zapewnianie dużej autonomii twórczej. Ponadto Grupa konsekwentnie rozwija także wewnętrzne zespoły produkcyjne i kreatywne, dbając o rozwój kompetencji i atrakcyjne środowisko pracy, a także uczestniczy w rozwoju karier kolejnych Twórców, dywersyfikując swoje portfolio. Mimo wdrażanych środków zaradczych, odejście kluczowych pracowników lub Twórców może w krótkim okresie zakłócić działalność operacyjną Grupy oraz wpłynąć negatywnie na jej wizerunek, pozycję rynkową i wyniki finansowe.

Ryzyko potencjalnych roszczeń klientów oraz możliwych postępowań sądowych oraz pozasądowych

Grupa jest narażona na ryzyko wystąpienia roszczeń ze strony klientów lub konsumentów, będących bezpośrednimi odbiorcami oferowanych produktów i usług. Potencjalne roszczenia mogą dotyczyć m.in.:

- jakości lub bezpieczeństwa produktów odzieżowych i FMCG,
- terminowości lub zgodności realizacji zamówień internetowych,
- organizacji wydarzeń (np. zmiany terminu, odwołania eventu, niedopełnienia obowiązków informacyjnych),
- treści publikowanych w mediach społecznościowych, które mogłyby zostać uznane przez klientów lub partnerów za wprowadzające w błąd, naruszające ich prawa lub niezgodne z przepisami prawa.

Roszczenia mogą mieć charakter reklamacyjny, odszkodowawczy lub wizerunkowy, a ich upublicznienie – zwłaszcza w przestrzeni medialnej lub internetowej – może negatywnie wpłynąć na postrzeganie Grupy przez jej społeczność, partnerów biznesowych oraz inwestorów. Zdarzenia takie mogą mieć szczególne znaczenie w przypadku marek silnie opartych na rozpoznawalności Twórców, gdzie relacja z odbiorcą opiera się na zaufaniu, autentyczności i lojalności. Co więcej, roszczenia mogą skutkować koniecznością wypłaty odszkodowań, zwrotów, poniesienia kosztów postępowań lub zawierania ugód, co w skrajnych przypadkach może wpłynąć na wyniki finansowe Spółek zależnych. W przypadku spornych sytuacji istnieje również ryzyko, że poszczególne Spółki z Grupy zostaną stroną postępowań sądowych lub pozasądowych, w tym mediacyjnych lub arbitrażowych, zainicjowanych przez klientów, konsumentów lub organizacje konsumenckie. Tego rodzaju postępowania mogą generować dodatkowe koszty obsługi prawnej, przedłużać czas rozstrzygania spraw oraz powodować niepewność co do ich ostatecznego wyniku. Nawet jeśli Grupa wygra dane postępowanie, jego sam przebieg – w szczególności medialny – może negatywnie wpłynąć na jej wizerunek, wiarygodność lub relacje handlowe.

W celu ograniczenia omawianego ryzyka, Grupa wdraża procedury kontroli jakości, monitoruje opinie i sygnały od klientów i kontrahentów, zapewnia zgodność działań marketingowych z obowiązującymi przepisami prawa, prowadzi komunikację kryzysową, mającą na celu szybkie reagowanie na sytuacje sporne. Pomimo podejmowanych działań, ryzyko pojawienia się roszczeń klientów nie może zostać całkowicie wyeliminowane. Ich wystąpienie może mieć przejściowy lub trwały wpływ na reputację, pozycję rynkową oraz wyniki finansowe Grupy EKIPA Holding.

Ryzyko związane z przechowywaniem danych osobowych klientów

Działalność Grupy w szczególności w zakresie sprzedaży internetowej, rejestracji uczestników wydarzeń, organizacji kampanii marketingowych, obsługi zamówień, działań promocyjnych oraz prowadzenia komunikacji z odbiorcami – wiąże się z gromadzeniem, przechowywaniem i przetwarzaniem danych osobowych klientów oraz użytkowników końcowych. W związku z tym Grupa narażona jest na ryzyko wycieku, utraty lub nieuprawnionego dostępu do danych osobowych, które mogą zawierać m.in. dane kontaktowe, adresowe, identyfikacyjne, informacje o transakcjach, preferencjach zakupowych lub aktywności online. Zagrożenie to może wynikać zarówno z błędu ludzkiego (np. zagubienia nośników danych, niewłaściwego usunięcia informacji), jak i z działań zewnętrznych,

takich jak ataki hakerskie, kradzież danych, złośliwe oprogramowanie czy włamania do systemów informatycznych. Szczególnie narażone na tego typu ryzyko są Spółki, takie jak EKIPATONOSI sp. z o.o., Ekipa Management sp. z o.o. oraz Ekipa Music Entertainment sp. z o.o. Ryzyko to ma dwojaki wymiar – operacyjny, związany z zakłóceniem funkcjonowania systemów, utratą danych kluczowych dla realizacji usług lub kontaktu z klientami oraz prawny, związany z ewentualnymi naruszeniami przepisów Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 – tzw. RODO – oraz odpowiedzialnością finansową wobec osób, których dane zostały naruszone. W przypadku naruszenia przepisów dotyczących ochrony danych osobowych, Grupa może zostać narażona na postępowania administracyjne, kary pieniężne nałożone przez organy nadzorcze, a także roszczenia cywilne ze strony klientów.

W celu ograniczenia tego ryzyka, Grupa EKIPA Holding wdraża systemy zabezpieczeń informatycznych o wysokim standardzie, stosuje szyfrowanie danych, tworzy kopie zapasowe oraz ogranicza dostęp do danych wyłącznie do upoważnionych osób. Prowadzone są także działania edukacyjne i proceduralne, mające na celu zwiększenie świadomości pracowników i współpracowników w zakresie bezpieczeństwa danych osobowych. Mimo podejmowanych działań, ryzyko związane z przetwarzaniem danych osobowych pozostaje istotnym czynnikiem wpływającym na działalność operacyjną i prawną Grupy, którego materializacja mogłaby prowadzić do negatywnych skutków finansowych i wizerunkowych.

Czynniki ryzyka związane z rynkiem kapitałowym

Ryzyko inwestycji na rynku NewConnect

Inwestorzy rozważający nabycie akcji powinni w swoich decyzjach uwzględniać ryzyko towarzyszące tego typu inwestycjom. Wynika to z faktu, że kształtowanie się cen papierów wartościowych notowanych na giełdach papierów wartościowych jest nieprzewidywalne zarówno w krótkim, jak i długim okresie. Poziom zmienności cen papierów wartościowych, a tym samym ryzyko inwestycji, jest zazwyczaj wyższy niż poziom zmienności cen innych instrumentów finansowych dostępnych na rynku kapitałowym, takich jak papiery skarbowe, jednostki uczestnictwa w funduszach inwestycyjnych otwartych, certyfikaty inwestycyjne wybranych funduszy inwestycyjnych zamkniętych czy zabezpieczone dłużne papiery wartościowe. Kurs giełdowy akcji wprowadzonych do obrotu może podlegać znacznym wahaniom, spowodowanym licznymi czynnikami, do których należy zaliczyć m.in.: zmiany w wynikach operacyjnych Emitenta, rozmiar i płynność rynku, zmianę kursów walut i stopy inflacji, koniunkturę na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A., zmianę faktyczną lub prognozowaną sytuacji polityczno-gospodarczej na świecie, w regionie lub w Polsce, a także koniunktury na giełdach światowych. Inwestowanie w akcje jest związane z ryzykiem wahań kursów i ograniczenia płynności tych instrumentów.

Ponadto podejmujący się inwestycji w alternatywnym systemie obrotu na rynku NewConnect musi liczyć się z faktem, iż rynek ten w porównaniu z rynkiem podstawowym (rynkiem oficjalnych notowań giełdowych) prowadzonym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. charakteryzuje się niższą płynnością akcji. Wobec tego należy brać pod uwagę możliwość wystąpienia trudności ze zbyciem zakupionych przez inwestora papierów wartościowych. Ponieważ rynek ten charakteryzuje się znaczącymi wahaniami cen instrumentów finansowych, decyzje dotyczące inwestycji powinny być rozważane w perspektywie średnio- i długoterminowej. W porównaniu z rynkiem podstawowym Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A., ryzyko inwestycji na rynku NewConnect jest znacznie większe, co zarówno oznacza możliwość osiągnięcia ponadprzeciętnych zysków, ale również dużych strat.

Ryzyko niedostatecznej płynności rynku, dużej podaży akcji i wahań cen akcji

Inwestycje prowadzone w alternatywnym systemie obrotu cechują się znacznie większym ryzykiem niż inwestycje w papiery skarbowe, jednostki uczestnictwa w funduszach inwestycyjnych czy inwestycje w papiery wartościowe notowane na rynku podstawowym.

Ceny akcji notowanych w alternatywnym systemie obrotu, zależą od wzajemnych relacji pomiędzy popytem i podażą. Elementy te wynikają przede wszystkim z osiągniętych przez Emitenta wyników finansowych, sytuacji makroekonomicznej, politycznej oraz innych czynników. Należy zaznaczyć, iż wiele czynników wywierających bezpośredni wpływ na ceny papierów wartościowych, są niezależne od sytuacji i działań Emitenta.

Jednocześnie papiery wartościowe notowane w alternatywnym systemie obrotu podlegają znaczącym wahaniom cen oraz cechują się mniejszą płynnością w stosunku do papierów wartościowych notowanych na rynku podstawowym lub równoległym.

Tym samym mogą występować trudności w sprzedaży dużej ilości akcji w krótkim okresie, co może powodować dodatkowo znaczne obniżenie cen akcji będących przedmiotem obrotu, a nawet czasami brak możliwości ich sprzedaży.

Istnieje ryzyko, iż osoba nabywająca akcje nie będzie mogła ich zbyć w dowolnym, wybranym przez siebie terminie lub ilości oraz po satysfakcjonującej cenie inwestycyjnej.

Istnieje również ryzyko, że na skutek szeregu czynników cena akcji będzie niższa niż ich cena emisyjna. Na tę sytuację mogą mieć wpływ w szczególności:

- pogorszenie sytuacji na rynku,
- zmiany wyników operacyjnych Emitenta,
- poziom inflacji,
- zmiany czynników ekonomicznych krajowych i międzynarodowych,
- sytuacja na światowych rynkach kapitałowych.

Alternatywny system obrotu jest platformą przeznaczoną przede wszystkim dla młodych Spółek o wysokim potencjale wzrostu, oferujących innowacyjne produkty, usługi lub procesy biznesowe. Ze względu na specyfikę rynku, a w szczególności stosunkowo niskie kapitalizacje notowanych Spółek i mniejszą niż w przypadku rynku regulowanego liczbę aktywnych inwestorów, istnieje ryzyko, że akcje Emitenta będą charakteryzowały się niższą płynnością, niż by to miało miejsce na rynku podstawowym.

Inwestor przed podjęciem decyzji o nabyciu instrumentów finansowych Spółki musi brać pod uwagę ryzyko związane z trudnościami w sprzedaży dużej liczby akcji w krótkim okresie czasu, co może powodować dodatkowo obniżenie cen akcji będących przedmiotem obrotu.

Ryzyko obniżenia kursu lub płynności akcji w związku z publikacją niekorzystnych raportów dotyczących tych instrumentów finansowych bądź rynków, na których działa Emitent

Na kształtowanie rynkowej ceny akcji po ich wprowadzeniu do obrotu w alternatywnym systemie obrotu może mieć częściowo wpływ publikowanie rekomendacji inwestycyjnych oraz raportów analitycznych dotyczących Emitenta, jak i rynków, na których działa. Publikacja takiej negatywnej rekomendacji może wywołać niekorzystne reakcje wśród inwestorów, powodując spadek popytu na akcje oraz spadek rynkowego kursu akcji bądź wolumenu ich obrotu.

Ryzyko związane z zawieszeniem notowań lub wykluczeniem instrumentów finansowych Emitenta z obrotu w alternatywnym systemie obrotu

Zgodnie z §11 Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu, Giełda Papierów Wartościowych w Warszawie S.A., jako organizator alternatywnego systemu obrotu może zawiesić obrót instrumentami finansowymi:

- na wniosek emitenta,
- jeżeli uzna, że wymaga tego bezpieczeństwo obrotu lub interes jego uczestników,
- jeżeli emitent narusza przepisy obowiązujące w alternatywnym systemie.

Zawieszając obrót instrumentami finansowymi, Giełda Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. jako organizator alternatywnego systemu może określić termin, do którego zawieszenie obrotu obowiązuje. Termin ten może ulec przedłużeniu, odpowiednio, na wniosek emitenta lub jeżeli w ocenie Giełdy jako organizatora alternatywnego systemu zachodzą uzasadnione obawy, że w dniu upływu tego terminu będą zachodziły przesłanki, o których mowa w § 11 ust. 1 pkt 2) lub 3) Regulaminu ASO.

W przypadkach określonych przepisami prawa, Giełda jako organizator alternatywnego systemu obrotu zawiesza obrót instrumentami finansowymi na okres wynikający z tych przepisów lub określony w decyzji właściwego organu.

Giełda, jako organizator Alternatywnego Systemu zawiesza obrót instrumentami finansowymi niezwłocznie po uzyskaniu informacji o zawieszeniu obrotu danymi instrumentami na rynku regulowanym lub w alternatywnym systemie obrotu prowadzonym przez BondSpot S.A., jeżeli takie zawieszenie jest związane z podejrzeniem wykorzystywania informacji poufnej, bezprawnego ujawnienia informacji poufnej, manipulacji na rynku lub z podejrzeniem naruszenia obowiązku publikacji informacji poufnej o emitencie lub instrumencie finansowym z naruszeniem art. 7 i art. 17 Rozporządzenia MAR, chyba że takie zawieszenie mogłoby spowodować poważną szkodę dla interesów inwestorów lub prawidłowego funkcjonowania rynku.

Zgodnie z §12 ust. 1 Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu, Giełda jako organizator alternatywnego systemu, może wykluczyć instrumenty finansowe z obrotu:

- na wniosek emitenta akcji – w przypadku, gdy wykluczenie danych akcji z obrotu następuje w związku z ich dopuszczeniem do obrotu na rynku regulowanym,
- na wniosek emitenta pozostałych instrumentów finansowych – z zastrzeżeniem możliwości uzależnienia decyzji w tym zakresie od spełnienia przez emitenta dodatkowych warunków,
- jeżeli uzna, że wymaga tego bezpieczeństwo obrotu lub interes jego uczestników,
- jeżeli emitent uporczywie narusza przepisy obowiązujące w alternatywnym systemie,
- wskutek otwarcia likwidacji emitenta,
- wskutek podjęcia decyzji o połączeniu emitenta z innym podmiotem, jego podziale lub przekształceniu, przy czym wykluczenie instrumentów finansowych z obrotu może nastąpić odpowiednio nie wcześniej niż z dniem połączenia, dniem podziału (wydzielenia) albo z dniem przekształcenia.

Zgodnie z §12 ust. 2 Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu, Giełda jako organizator alternatywnego systemu, wyklucza instrumenty finansowe z obrotu w alternatywnym systemie:

- w przypadkach określonych przepisami prawa, w szczególności:
 - » w przypadku udzielania przez KNF zezwolenia na wycofanie akcji z obrotu w Alternatywnym Systemie Obrotu,
 - » po upływie 6 miesięcy od dnia uprawomocnienia się postanowienia o ogłoszeniu upadłości emitenta tych akcji lub postanowienia o oddaleniu przez sąd wniosku o ogłoszenie upadłości akcji ze względu na to, że jego majątek nie wystarcza lub wystarcza jedynie na zaspokojenie tych kosztów,
- jeżeli zbywalność tych instrumentów stała się ograniczona,

- w przypadku zniesienia dematerializacji tych instrumentów.

Przed podjęciem decyzji o wykluczeniu instrumentów finansowych z obrotu oraz do czasu takiego wykluczenia, Giełda jako organizator Alternatywnego Systemu może zawiesić obrót tymi instrumentami finansowymi.

Zgodnie z §12 ust. 4 Regulaminu ASO, Giełda jako organizator alternatywnego systemu wyklucza z obrotu instrumenty finansowe niezwłocznie po uzyskaniu informacji o wykluczeniu z obrotu danych instrumentów na rynku regulowanym lub w alternatywnym systemie obrotu prowadzonym przez BondSpot S.A., jeżeli takie wykluczenie jest związane z podejrzeniem wykorzystywania informacji poufnej, bezprawnego ujawnienia informacji poufnej, manipulacji na rynku lub z podejrzeniem naruszenia obowiązku publikacji informacji poufnej o Emitencie lub instrumencie finansowym z naruszeniem art. 7 i art. 17 Rozporządzenia MAR, chyba że takie wykluczenie z obrotu mogłoby spowodować poważną szkodę dla interesów inwestorów lub prawidłowego funkcjonowania rynku.

Zgodnie z §12a Giełda jako organizator alternatywnego systemu, podejmując decyzję o wykluczeniu instrumentów finansowych z obrotu obowiązany jest ją uzasadnić, a jej kopię wraz z uzasadnieniem przekazać niezwłocznie Emitentowi i jego Autoryzowanemu Doradcy, za pośrednictwem faksu lub elektronicznie na ostatni wskazany Giełdzie, jako organizatorowi alternatywnego systemu adres e-mail tego podmiotu. W terminie 10 dni roboczych od daty przekazania Emitentowi decyzji o wykluczeniu z obrotu emitent może złożyć na piśmie wniosek o ponowne rozpoznanie sprawy. Wniosek uważa się za złożony w dacie wpłynięcia oryginału wniosku do kancelarii Giełdy jako organizatora alternatywnego systemu. Giełda jako organizator alternatywnego systemu zobowiązany jest niezwłocznie rozpatrzyć wniosek o ponowne rozpoznanie sprawy, nie później jednak niż w terminie 30 dni roboczych od dnia jego złożenia, po uprzednim zasięgnięciu opinii Rady Giełdy. W przypadku gdy konieczne jest uzyskanie dodatkowych informacji, oświadczeń lub dokumentów, bieg terminu do rozpoznania tego wniosku, rozpoczyna się od dnia przekazania wymaganych informacji. Jeżeli Giełda, jako organizator alternatywnego systemu uzna, że wniosek o ponowne rozpoznanie sprawy zasługuje w całości na uwzględnienie, może uchylić lub zmienić zaskarżoną uchwałę, bez zasięgnięcia opinii Rady Giełdy. Decyzja o wykluczeniu z obrotu podlega wykonaniu z upływem 5 dni roboczych po upływie terminu do złożenia wniosku o ponowne rozpoznanie sprawy, a w przypadku jego złożenia – z upływem 5 dni roboczych od dnia jego rozpatrzenia i utrzymania w mocy decyzji o wykluczeniu. Do czasu upływu tych terminów obrót danymi instrumentami finansowymi podlega zawieszeniu. Ponowny wniosek o wprowadzenie do obrotu w alternatywnym systemie tych samych instrumentów finansowych może zostać złożony nie wcześniej niż po upływie 12 miesięcy od daty doręczenia uchwały o ich wykluczeniu z obrotu, a w przypadku złożenia wniosku o ponowne rozpoznanie sprawy – nie wcześniej niż po upływie 12 miesięcy od daty doręczenia emitentowi uchwały w sprawie utrzymania w mocy decyzji o wykluczeniu. Przepis ten stosuje się odpowiednio do innych instrumentów finansowych danego emitenta.

Postanowień §12a ust. 1 – 5 Regulaminu ASO (akapit powyżej) nie stosuje w przypadku, wykluczenia instrumentów finansowych z obrotu na wniosek emitent w związku z ich dopuszczeniem do obrotu na rynku regulowanym lub na wniosek emitenta pozostałych instrumentów finansowych z zastrzeżeniem możliwości uzależnienia decyzji w tym zakresie od spełnienia przez Emitenta dodatkowych warunków, chyba że wykluczenie z obrotu uzależnione zostało od spełnienia przez emitenta dodatkowych warunków. Postanowień §12a ust. 2 – 5 Regulaminu ASO nie stosuje się w przypadkach, o których mowa w § 12 ust. 2 pkt 1) – 4) Regulaminu ASO. Giełda przekazuje niezwłocznie KNF informację o zawieszeniu obrotu, wznowieniu obrotu lub wykluczeniu z obrotu instrumentów finansowych. Informacje o zawieszeniu obrotu, wznowieniu obrotu lub wykluczeniu instrumentów finansowych z obrotu podawane są niezwłocznie do wiadomości publicznej w sposób określony w art. 3 ust. 1 Rozporządzenia wykonawczego Komisji (UE) 2017/1005.

Zgodnie z §17b Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu, w przypadku gdy w ocenie Giełdy, jako organizatora alternatywnego systemu obrotu zachodzi konieczność dalszego współdziałania Emitenta przy wykonywaniu obowiązków informacyjnych z podmiotem uprawnionym do wykonywania zadań Autoryzowanego Doradcy, Giełda jako organizator alternatywnego systemu obrotu może zobowiązać emitenta do zawarcia umowy w zakresie określonym w §18 ust. 2 pkt 3) i 4) Regulaminu ASO. Umowa ta powinna zostać zawarta w terminie 20 dni od dnia podjęcia przez Giełdę, jako organizatora alternatywnego systemu decyzji w tym zakresie i obowiązywać przez okres co najmniej jednego roku od dnia jej zawarcia. W przypadku rozwiązania lub wygaśnięcia umowy z Auto-

ryzowanym Doradcą przed upływem okresu wskazanego w decyzji Giełdy jako organizatora alternatywnego systemu podjętej na podstawie §17b ust. 1 (treść powyżej), Emitent zobowiązany jest do zawarcia kolejnej umowy z Autoryzowanym Doradcą w terminie 20 dni roboczych od dnia rozwiązania lub wygaśnięcia poprzedniej umowy. Nowa umowa powinna obowiązywać do końca okresu wskazanego w decyzji Giełdy jako organizatora alternatywnego systemu, z zastrzeżeniem iż okres jej obowiązywania powinien być przedłużony o okres, w którym emitent nie posiadał prawnie wiążącej umowy z Autoryzowanym Doradcą, do której zawarcia zobowiązany był na podstawie decyzji Giełdy jako organizatora alternatywnego systemu, o której mowa w §17b ust. 1. W przypadku niepodpisania przez emitenta umowy z Autoryzowanym Doradcą w terminie, o którym mowa w §17b ust. 1 albo w terminie 20 dni roboczych od dnia rozwiązania lub wygaśnięcia poprzedniej umowy, o którym mowa w §17b ust. 2 Giełda jako organizator alternatywnego systemu może zawiesić obrót instrumentami finansowymi tego Emitenta. Jeżeli przed upływem 3 miesięcy od rozpoczęcia zawieszenia nie zostanie zawarta i nie wejdzie w życie odpowiednia umowa z Autoryzowanym Doradcą, Giełda jako organizator alternatywnego systemu może wykluczyć instrumenty finansowe tego Emitenta z obrotu w alternatywnym systemie. Przepisy §12 ust. 3 i § 12a Regulaminu ASO stosuje się odpowiednio.

Zgodnie z §9 Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu, z zastrzeżeniem wyłączeń przewidzianych na podstawie przedmiotowego paragrafu, warunkiem notowania instrumentów finansowych w alternatywnym systemie obrotu jest istnienie ważnego zobowiązania Animatora Rynku, który w umowie o animowanie zobowiązał się do wypełniania w stosunku do tych instrumentów wymogów animowania w zakresie obecności w arkuszu zleceń, minimalnej wartości zleceń i maksymalnego spreadu, jak również dodatkowych warunków animowania – określonych w Załączniku Nr 6b do Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu. Ponadto Giełda jako organizator alternatywnego systemu może postanowić o notowaniu instrumentów finansowych w alternatywnym systemie obrotu bez konieczności spełnienia warunku, o którym mowa powyżej, w szczególności z uwagi na charakter tych instrumentów finansowych, ich notowanie na rynku regulowanym albo na rynku lub w alternatywnym systemie obrotu innym niż prowadzony przez Giełdę, jako organizatora alternatywnego systemu obrotu. Jednocześnie w takim przypadku Giełda, jako organizator alternatywnego systemu może wezwać Emitenta do spełnienia warunku, o którym mowa powyżej, w terminie 30 dni od tego wezwania, jeżeli uzna to za konieczne dla poprawy płynności obrotu instrumentami finansowymi tego emitenta. W przypadku rozwiązania lub wygaśnięcia umowy z Animatorem Rynku, a także w przypadku zawieszenia prawa do wykonywania zadań Animatora Rynku w alternatywnym systemie, instrumenty finansowe emitenta notowane są w systemie notowań jednolitych z dwukrotnym określaniem kursu jednolitego – począwszy od trzeciego dnia obrotu po dniu rozwiązania lub wygaśnięcia właściwej umowy lub wygaśnięcia tego prawa – o ile Giełda, jako organizator alternatywnego systemu nie postanowi o zawieszeniu obrotu tymi instrumentami lub ich notowaniu w systemie notowań jednolitych z jednokrotnym określaniem kursu jednolitego. W przypadku zawarcia nowej umowy z Animatorem Rynku, Giełda, jako organizator alternatywnego systemu może postanowić o notowaniu instrumentów finansowych danego emitenta w systemie notowań ciągłych lub w systemie notowań jednolitych z dwukrotnym określaniem kursu jednolitego, jednak nie wcześniej niż od dnia wejścia w życie nowej umowy z Animatorem Rynku. Ponadto akcje zakwalifikowane do segmentu NewConnect Alert notowane są w systemie notowań jednolitych z dwukrotnym określaniem kursu jednolitego – począwszy od trzeciego dnia obrotu po dniu podania do wiadomości uczestników obrotu informacji o dokonanej kwalifikacji – o ile Giełda, jako organizator alternatywnego systemu nie postanowi o zawieszeniu obrotu tymi instrumentami lub ich notowaniu w systemie notowań jednolitych z jednokrotnym określaniem kursu jednolitego. Akcje, które przestały być kwalifikowane do segmentu NewConnect Alert, notowane są w systemie notowań ciągłych – począwszy od trzeciego dnia obrotu po dniu podania do wiadomości uczestników obrotu informacji o zaprzestaniu ich kwalifikowania do tego segmentu – o ile Giełda, jako organizator alternatywnego systemu nie postanowi o ich notowaniu w systemie notowań jednolitych z dwukrotnym lub jednokrotnym określaniem kursu jednolitego. W przypadku, gdy zmiana systemu notowań wynika z odrębnej decyzji Giełdy, jako organizatora alternatywnego systemu decyzja w tej sprawie powinna zostać opublikowana na stronie internetowej Giełdy, jako organizatora alternatywnego systemu co najmniej na 2 dni robocze przed dniem jej wejścia w życie.

Art. 78 ust. 2 Ustawy o obrocie instrumentami finansowymi stanowi, że w przypadku, gdy wymaga tego bezpieczeństwo obrotu w alternatywnym systemie obrotu lub jest zagrożony interes inwestorów, Giełda jako organizator alternatywnego systemu, na żądanie Komisji wstrzymuje wprowadzenie instrumentów finansowych do obrotu w tym alternatywnym systemie obrotu lub wstrzymuje rozpoczęcie obrotu wskazanymi instrumentami finansowymi na okres nie dłuższy niż 10 dni.

Zgodnie z art. 78 ust. 3 Ustawy o obrocie instrumentami finansowymi w przypadku, gdy obrót określonymi instrumentami finansowymi jest dokonywany w okolicznościach wskazujących na możliwość zagrożenia prawidłowego funkcjonowania alternatywnego systemu obrotu lub bezpieczeństwa obrotu dokonywanego w tym alternatywnym systemie obrotu, lub naruszenia interesów inwestorów, Komisja może żądać od Giełdy, jako organizatora alternatywnego systemu zawieszenia obrotu tymi instrumentami finansowymi.

Zgodnie z art. 78 ust. 3a Ustawy o obrocie instrumentami finansowymi, w żądaniu, o którym mowa w art. 78 ust. 3 tej ustawy, Komisja może wskazać termin, do którego zawieszenie obrotu obowiązuje. Termin ten może ulec przedłużeniu, jeżeli zachodzą uzasadnione obawy, że w dniu jego upływu będą zachodziły przesłanki, o których mowa w art. 78 ust. 3 tej ustawy.

Zgodnie z art. 78 ust. 3b Ustawy o obrocie instrumentami finansowymi, Komisja uchyla decyzję zawierającą żądanie, o którym mowa w art. 78 ust. 3 tej ustawy, w przypadku gdy po jej wydaniu stwierdza, że nie zachodzą przesłanki zagrożenia prawidłowego funkcjonowania alternatywnego systemu obrotu lub bezpieczeństwa obrotu dokonywanego w tym alternatywnym systemie obrotu lub naruszenia interesów inwestorów.

Zgodnie z art. 78 ust. 4 Ustawy o obrocie instrumentami finansowymi, na żądanie Komisji, Giełda jako organizator alternatywnego systemu wyklucza z obrotu wskazane przez Komisję instrumenty finansowe, w przypadku gdy obrót nimi zagraża w sposób istotny prawidłowemu funkcjonowaniu alternatywnego systemu obrotu lub bezpieczeństwu obrotu dokonywanego w tym alternatywnym systemie obrotu, albo powoduje naruszenie interesów inwestorów.

Ryzyko dotyczące możliwości nałożenia kary upomnienia lub kary pieniężnej

Zgodnie z §17c Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu, jeżeli emitent nie przestrzega zasad lub przepisów obowiązujących w alternatywnym systemie obrotu lub nie wykonuje lub nienależyście wykonuje obowiązki określone w Rozdziale V Regulaminu ASO, w szczególności obowiązki określone w §15a i 15b lub w §17 – 17b, Giełda jako organizator alternatywnego systemu może, w zależności od stopnia i zakresu powstałego naruszenia lub uchybienia:

- upomnieć emitenta,
- nałożyć na emitenta karę pieniężną w wysokości do 50.000 zł.

Giełda, jako organizator Alternatywnego Systemu, podejmując decyzję o nałożeniu kary upomnienia lub kary pieniężnej może wyznaczyć emitentowi termin na zaniechanie dotychczasowych naruszeń lub podjęcie działań mających na celu zapobieżenie takim naruszeniom w przyszłości, w szczególności może zobowiązać emitenta do opublikowania określonych dokumentów lub informacji w trybie i na warunkach obowiązujących w alternatywnym systemie obrotu.

W przypadku gdy emitent nie wykonuje nałożonej na niego kary lub pomimo jej nałożenia nadal nie przestrzega zasad lub przepisów obowiązujących w alternatywnym systemie obrotu bądź nie wykonuje lub nienależyście wykonuje obowiązki określone w Rozdziale V Regulaminu ASO, lub też nie wykonuje obowiązków nałożonych na niego na podstawie §17c ust. 2 Regulaminu ASO, Giełda, jako organizator alternatywnego systemu może nałożyć na emitenta karę pieniężną, przy czym kara ta łącznie z karą pieniężną nałożoną na podstawie §17c ust. 1 pkt 2) Regulaminu ASO nie może przekraczać 50.000 zł.

W terminie 10 dni roboczych od daty przekazania emitentowi decyzji o nałożeniu kary pieniężnej emitent może złożyć na piśmie wniosek o ponowne rozpoznanie sprawy. Wniosek uważa się za złożony w dacie wpłynięcia oryginału wniosku do kancelarii Giełdy, jako organizatora alternatywnego systemu. Do czasu upływu terminu do złożenia tego wniosku, a w przypadku złożenia wniosku – do czasu jego rozpatrzenia, decyzja o nałożeniu kary pieniężnej nie podlega wykonaniu.

Giełda, jako organizator alternatywnego systemu zobowiązany jest niezwłocznie rozpatrzyć wniosek o ponowne rozpoznanie sprawy, nie później jednak niż w terminie 30 dni roboczych od dnia jego złożenia, po uprzednim zasięgnięciu opinii Rady Giełdy. W przypadku gdy konieczne jest uzyskanie dodatkowych informacji, oświadczeń lub dokumentów, bieg terminu do rozpatrzenia tego wniosku, rozpoczyna się od dnia przekazania wymaganych informacji. Decyzja podjęta na tej podstawie nie może nakładać na emitenta kary pieniężnej wyższej niż określona w decyzji, której dotyczy wniosek o ponowne rozpoznanie sprawy. Jeżeli Giełda, jako organizator alternatywnego systemu uzna, że wniosek o ponowne rozpoznanie sprawy zasługuje w całości na uwzględnienie, może uchylić lub zmienić zaskarżoną uchwałę, bez zasięgnięcia opinii Rady Giełdy.

Zgodnie z §17c ust. 10 Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu emitent zobowiązany jest wpłacić pieniądze z tytułu nałożonej kary pieniężnej na wyodrębnione konto Fundacji GPW (numer KRS: 0000563300), dedykowane finansowaniu prowadzenia przez tę fundację działalności edukacyjnej w zakresie wspierania rozwoju rynku kapitałowego oraz promocji i upowszechniania wiedzy ekonomicznej wśród społeczeństwa. Wpłata powinna nastąpić w terminie 10 dni roboczych od dnia, od którego decyzja o jej nałożeniu podlega wykonaniu. Kopię dowodu wpłaty kwoty, o której mowa w zdaniu pierwszym, Emitent zobowiązany jest niezwłocznie przekazać Giełdzie, jako organizatorowi alternatywnego systemu.

Ryzyko dotyczące możliwości nakładania na Emitenta kar administracyjnych przez Komisję Nadzoru Finansowego za niewykonanie obowiązków wynikających z przepisów prawa

Zgodnie z art. 10 ust. 5 Ustawy o ofercie publicznej, Emitent ma obowiązek w ciągu 14 dni licząc od dnia:

- przydziału akcji, a w przypadku niedokonywania przydziału – od dnia ich wydania,
- dopuszczenia akcji do obrotu na rynku regulowanym lub ich wprowadzenia do alternatywnego systemu obrotu do dokonania wpisu do ewidencji akcji, o której mowa w art. 10 ust. 1 Ustawy o ofercie.

Zgodnie z art. 96 ust. 13 tej ustawy, jeśli Emitent nie dopełni obowiązku wynikającego z art. 10 ust. 4 i 5 tej ustawy, będzie podlegał karze pieniężnej do wysokości 100.000 zł (sto tysięcy złotych), nakładanej przez Komisję Nadzoru Finansowego.

Ponadto Komisja Nadzoru Finansowego może nałożyć na Emitenta inne kary administracyjne za niewykonanie obowiązków wynikających z powołanej powyżej Ustawy o ofercie publicznej oraz Ustawy o obrocie instrumentami finansowymi.

Zgodnie z art. 30 Rozporządzenia w sprawie nadużyć na rynku, Komisja Nadzoru Finansowego posiada uprawnienia do stosowania odpowiednich sankcji administracyjnych i innych środków administracyjnych w związku m.in. z naruszeniami, o których mowa w art. 14 i 15, art. 16 ust. 1 i 2, art. 17 ust. 1, 2, 4, 5 i 8, art. 18 ust. 1–6, art. 19 ust. 1, 2, 3, 5, 6, 7 i 11 oraz art. 20 ust. 1 Rozporządzenia w sprawie nadużyć na rynku (wykorzystywanie i bezprawne ujawnianie informacji poufnych, manipulacje na rynku, nadużycia na rynku, przekazywanie informacji poufnych do publicznej wiadomości, listy osób mające dostęp do informacji poufnych, transakcje wykonywane przez osoby pełniące obowiązki zarządcze, rekomendacje inwestycyjne i statystyki).

Zgodnie z ust. 2 tego artykułu, państwa członkowskie zapewniają, zgodnie z prawem krajowym, by w razie wystąpienia naruszeń, o których mowa w art. 30 ust. 1 akapit pierwszy lit. a), właściwe organy miały uprawnienia do nakładania m.in. następujących sankcji administracyjnych:

- a. w przypadku osoby fizycznej – maksymalnych administracyjnych sankcji pieniężnych w wysokości co najmniej:
 - I. w przypadku naruszeń art. 14 i 15 – 5 000 000 EUR, a w państwie członkowskim, w którym walutą nie jest euro, równowartość tej kwoty w walucie krajowej na dzień 2 lipca 2014 r.;
 - II. w przypadku naruszeń art. 16 i 17 – 1000 000 EUR, a w państwie członkowskim, w którym walutą nie jest euro, równowartość tej kwoty w walucie krajowej na dzień 2 lipca 2014 r.; oraz

- III. w przypadku naruszeń art. 18, 19 i 20 – 500 000 EUR, a w państwie członkowskim, w którym walutą nie jest euro, równowartość tej kwoty w walucie krajowej na dzień 2 lipca 2014 r.; oraz
- b. w przypadku osoby prawnej – maksymalnych administracyjnych sankcji pieniężnych w wysokości co najmniej:
 - I. w przypadku naruszeń art. 14 i 15 – 15 000 000 EUR lub 15 % całkowitych rocznych obrotów osoby prawnej na podstawie ostatniego dostępnego sprawozdania zatwierdzonego przez organ zarządzający, a w państwie członkowskim, w którym walutą nie jest euro, równowartość tej kwoty w walucie krajowej na dzień 2 lipca 2014 r.;
 - II. w przypadku naruszeń art. 16 i 17 – 2 500 000 EUR lub 2 % całkowitych rocznych obrotów na podstawie ostatniego dostępnego sprawozdania zatwierdzonego przez organ zarządzający, a w państwie członkowskim, w którym walutą nie jest euro, równowartość tej kwoty w walucie krajowej na dzień 2 lipca 2014 r.; oraz
 - III. w przypadku naruszeń art. 18, 19 i 20 – 1 000 000 EUR, a w państwie członkowskim, w którym walutą nie jest euro, równowartość tej kwoty w walucie krajowej na dzień 2 lipca 2014 r.

Zgodnie art. 96 Ustawy o ofercie, w przypadku, gdy Emitent nie wykonuje lub nienależyście wykonuje obowiązki wynikające z Ustawy o ofercie oraz z Rozporządzenia MAR, Komisja Nadzoru Finansowego może podjąć decyzję o wykluczeniu akcji z obrotu w Alternatywnym Systemie Obrotu, albo nałożyć karę pieniężną (w zależności od typu i wagi naruszenia):

- w zakresie określonym w art. 96 ust. 1, art. oraz art. 96 ust. 1c. Ustawy o ofercie – do 1.000.000 zł;
- w zakresie określonym w art. 96 ust. 1b. Ustawy o ofercie – do 5.000.000 zł;
- w zakresie określonym w art. 96 ust. 1e. Ustawy o ofercie – do 5.000.000 zł albo kwoty stanowiącej 5% całkowitego przychodu wykazanego w ostatnim zbadanym sprawozdaniu finansowym za rok obrotowy, jeżeli przekracza on ww. kwotę, a w przypadku gdy jest możliwe ustalenie kwoty korzyści osiągniętej lub straty unikniętej przez Emitenta w wyniku naruszenia obowiązków, Komisja może nałożyć karę pieniężną do wysokości dwukrotnej kwoty osiągniętej korzyści lub unikniętej straty albo zastosować wykluczenie z obrotu oraz karę pieniężną łącznie. W decyzji o wykluczeniu papierów wartościowych z obrotu Komisja określa termin, nie krótszy niż 14 dni, po upływie którego następuje wycofanie papierów wartościowych z obrotu.

Ponadto za niewywiązanie się z obowiązków w zakresie określonym w art. 96 ust. 1i. Ustawy o ofercie, tj. za naruszenie przepisu dotyczącego obowiązku niezwłocznego przekazania informacji poufnej do wiadomości publicznej na podstawie art. 17 ust. 1 Rozporządzenia MAR, lub naruszenia trybu i warunków opóźnienia na własną odpowiedzialność publikacji informacji poufnej określonych w art. 17 ust. 4-8 Rozporządzenia MAR, KNF może nałożyć na danego Emitenta karę pieniężną w wysokości do 10.346.000 zł lub kwoty stanowiącej 2% całkowitego przychodu wykazanego w ostatnim zbadanym sprawozdaniu finansowym za rok obrotowy, jeżeli przekracza on ww. kwotę, a w przypadku gdy jest możliwe ustalenie kwoty korzyści osiągniętej lub straty unikniętej przez Emitenta w wyniku naruszenia tych obowiązków – karę pieniężną do wysokości trzykrotnej kwoty osiągniętej korzyści lub unikniętej straty.

Zgodnie z art. 176 ust. 1 Ustawy o obrocie w przypadku, gdy Emitent nie wykonuje lub nienależyście wykonuje obowiązki, o których mowa w art. 18 ust. 1-6 Rozporządzenia MAR, KNF może, w drodze decyzji, nałożyć karę pieniężną do wysokości 4.145.600 zł lub do kwoty stanowiącej równowartość 2% całkowitego rocznego przychodu wykazanego w ostatnim zbadanym sprawozdaniu finansowym za rok obrotowy, jeżeli przekracza ona 4.145.600 zł. W przypadku gdy jest możliwe ustalenie kwoty korzyści osiągniętej lub straty unikniętej przez Emitenta w wyniku naruszeń, o których mowa w art. 176 ust. 1 Ustawy o obrocie przytoczonym powyżej, zamiast kary, o której mowa w art. 176 ust. 1 Ustawy o obrocie, KNF może nałożyć karę pieniężną do wysokości trzykrotnej kwoty osiągniętej korzyści lub unikniętej straty. W przypadku stwierdzenia naruszenia przepisów Rozporządzenia MAR w zakresie wskazanym powyżej (art. 18 ust. 1-6 Rozporządzenia MAR) KNF może nakazać Emitentowi, który dopuścił się naruszenia, zaprzestania dalszego naruszania tych przepisów oraz zobowiązać go do podjęcia we wskazanym terminie działań, które mają zapobiegać naruszaniu tych przepisów w przyszłości. Środek ten może być stosowany bez względu na zastosowanie innych sankcji za naruszenie obowiązków, o których mowa w art. 176 Ustawy o obrocie wskazanych powyżej. Komisja może nałożyć na osobę, która w tym okresie pełniła funkcję członka zarządu emitenta karę pieniężną do wysokości 2 072 800 zł. KNF, nakładając sankcję, o której mowa powyżej, uwzględni okoliczności, o których mowa w art. 31 ust. 1 Rozporządzenia MAR. Ponadto zgodnie z art. 176a Ustawy o obrocie, gdy Emitent lub sprzedający nie wykonuje lub nienależyście wykonuje obowiązki wynikające z art. 5 Ustawy o obrocie, Komisja może nałożyć karę

pieniężną do wysokości 1.000.000 zł. W przypadku nałożenia takiej kary obrót instrumentami finansowymi Emitenta może stać się utrudniony bądź niemożliwy. Ponadto nałożenie kary finansowej na Emitenta przez KNF może mieć istotny wpływ na pogorszenie wyniku finansowego za dany rok obrotowy.

Ryzyko związane z sytuacją polityczno-gospodarczą na Ukrainie i w regionie Bliskiego Wschodu

Toczący się konflikt zbrojny na Ukrainie oraz trwająca sytuacja polityczno-gospodarcza w regionie Bliskiego Wschodu mogą pośrednio oddziaływać na gospodarkę polską i globalną. Spółka nie prowadzi działalności operacyjnej ani nie posiada inwestycji w Rosji, na Ukrainie ani w regionie Bliskiego Wschodu, w związku z czym nie jest narażona na bezpośrednie skutki żadnego z tych konfliktów.

Na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania Zarząd Spółki ocenia, że żadna z ww. sytuacji geopolitycznych nie wywołuje istotnego, bezpośredniego wpływu na działalność, sytuację finansową ani przepływy pieniężne Spółki. Do potencjalnych pośrednich skutków, które Spółka bierze pod uwagę w procesie zarządzania ryzykiem, należą w szczególności: wzrost cen surowców i nośników energii, zaburzenia w globalnych łańcuchach dostaw, wzrost presji inflacyjnej oraz wzrost awersji do ryzyka na rynkach finansowych przekładający się na warunki finansowania.

Zarząd Spółki na bieżąco monitoruje i analizuje wpływ obu sytuacji geopolitycznych na działalność i wyniki finansowe Spółki. W przypadku zidentyfikowania informacji poufnej w rozumieniu art. 7 Rozporządzenia MAR lub istotnej zmiany oceny skutków dla sprawozdań finansowych, Spółka niezwłocznie przekaze stosowny raport za pośrednictwem systemu ESPI.

XIV. Stwierdzone przez organy nadzoru lub organy kontrolne naruszenia prawa oraz postępowania sądowe toczące się przeciwko Spółce

Wobec Emitenta ani żadnej ze Spółek zależnych nie zostało wszczęte żadne inne postępowanie przed organami rządowymi, postępowanie sądowe lub arbitrażowe, które mogły mieć istotny wpływ na jego sytuację finansową. Zarząd Spółki nie posiada wiedzy na temat innych postępowań w toku, postępowań zakończonych ani postępowań, które mogą zostać wszczęte w przyszłości.

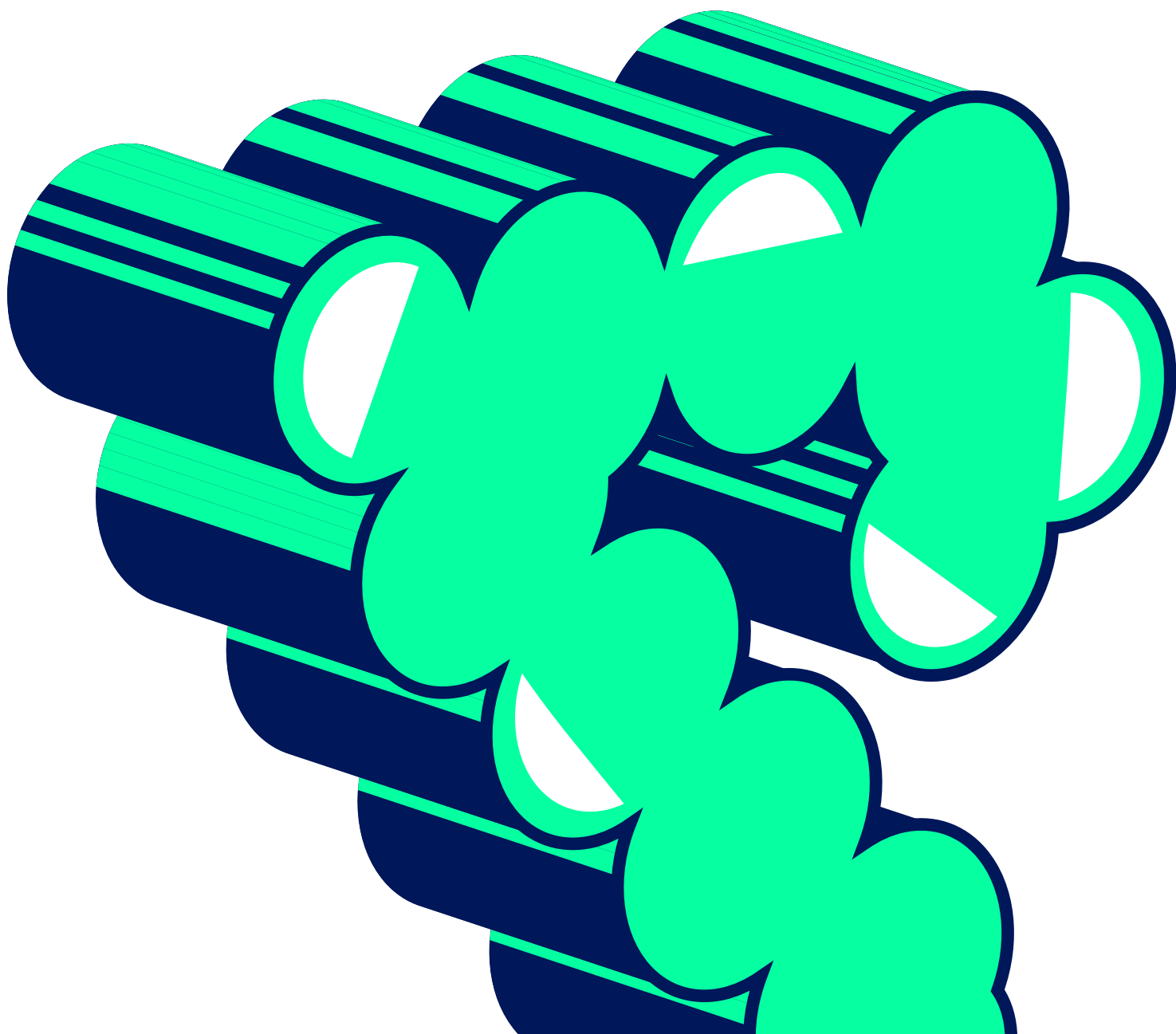
XV. Informacja na temat stosowania przez Emitenta zasad ładu korporacyjnego w 2025 r.

Spółka przyjmuje model biznesowy i strategię biznesową, które powinny brać pod uwagę oczekiwania akcjonariuszy oraz wychodzić naprzeciw potrzebom interesariuszy, w tym także – w zakresie odpowiednim do rodzaju oraz skali prowadzonej działalności – uwzględniać kwestie ESG.

Spółka prowadzi przejrzystą i rzetelną politykę informacyjną oraz dba o systematyczną, należyłą komunikację z inwestorami i analitykami.

Rada Nadzorcza i Zarząd mają decydujące znaczenie dla prawidłowego funkcjonowania Spółki, jej długoterminowego rozwoju, osiągania strategicznych celów i uzyskiwania satysfakcjonujących wyników. Mając na uwadze dbałość o najwyższe standardy w zakresie zarządzania Spółką i sprawowania nad nią nadzoru, osoby podejmujące decyzje w sprawie wyboru członków zarządu lub rady nadzorczej dążą do zapewnienia wszechstronności i różnorodności tych organów, między innymi pod względem wykształcenia, specjalistycznej wiedzy, doświadczenia zawodowego i płci, tak by w skład Zarządu i rady nadzorczej powoływane były osoby posiadające kwalifikacje, kompetencje i doświadczenie niezbędne do prawidłowego wywiązywania się przez te organy z ich obowiązków i zadań. Zachowując niezależność opinii i osądów, członkowie Zarządu i członkowie Rady nadzorczej powinni działać w interesie Spółki.

Skuteczne, odpowiednie do wielkości Spółki i rodzaju oraz skali prowadzonej działalności rozwiązania w zakresie kontroli wewnętrznej, zarządzania ryzykiem, nadzoru zgodności działalności z prawem oraz audytu wewnętrznego stanowią nieodzowne narzędzia faktycznego sprawowania nadzoru nad Spółką.



Informacja o aktualnym stanie stosowania zasad ładu korporacyjnego określonych w dokumencie „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na NewConnect 2024”

Treść zasady	Stosowanie zasady TAK/ NIE	Komentarz Spółki
1. Oprócz realizowania obowiązków informacyjnych określonych we właściwych przepisach prawa i regulacjach alternatywnego systemu obrotu Spółka zamieszcza na swojej stronie internetowej, w czytelnej formie i wyodrębnionym miejscu, oraz niezwłocznie aktualizuje:		
1.1. podstawowe informacje o Spółce, opis jej działalności, a także informację na temat posiadanych Spółek zależnych i przedmiocie ich działalności;	TAK	
1.2. krótki opis modelu biznesowego oraz przyjętej strategii biznesowej, z uwzględnieniem zawartych w strategii obszarów z zakresu ESG;	TAK	
1.3. datę wprowadzenia akcji Spółki do alternatywnego systemu obrotu na rynku NewConnect (datę debiutu) oraz wszystkie wcześniejsze nazwy Spółki, jeżeli od daty debiutu firma Spółki uległa zmianie;	TAK	
1.4. skład zarządu i rady nadzorczej Spółki oraz życiorysy zawodowe osób wchodzących w skład tych organów;	TAK	
1.5. informacje o spełnianiu przez każdego z członków rady nadzorczej kryteriów niezależności, o których mowa w pkt 3, w tym o rzeczywistych i istotnych powiązaniach z akcjonariuszem dysponującym akcjami reprezentującymi nie mniej niż 5% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki;	NIE	Z uwagi na brak posiadania takich informacji. Spółka będzie dążyć do stosowania tej zasady.
1.6. dokumenty korporacyjne Spółki;	TAK	
1.7. udostępniane interesariuszom materiały informacyjne na temat Spółki, przyjętej strategii i jej realizacji;	TAK	
1.8. wybrane dane finansowe i opublikowane prognozy;	TAK	Dane finansowe zawarte są w raportach okresowych zamieszczanych na stronie internetowej Spółki.
1.9. aktualną strukturę akcjonariatu, ze wskazaniem akcjonariuszy posiadających co najmniej 5% ogólnej liczby głosów w Spółce;	TAK	
1.10. dokumenty informacyjne Spółki, prospekty wraz z suplementami oraz inne dokumenty będące podstawą oferty publicznej akcji lub wprowadzenia akcji do alternatywnego systemu obrotu;	TAK	
1.11. raporty bieżące i okresowe opublikowane przez Spółkę w ciągu ostatnich 5 lat;	TAK	
1.12. kalendarium publikacji raportów finansowych, publicznie dostępnych spotkań z inwestorami, analitykami i mediami oraz innych wydarzeń istotnych z punktu widzenia inwestorów;	TAK	
1.13. sekcję pytań zadawanych Spółce zarówno przez akcjonariuszy, jak i osoby niebędące akcjonariuszami, wraz z odpowiedziami udzielonymi przez Spółkę;	TAK	

Treść zasady	Stosowanie zasady TAK/ NIE	Komentarz Spółki
1.14. informację na temat podmiotu, z którym Spółka podpisała umowę o świadczenie usług Autoryzowanego Doradcy;	TAK	
1.15. opublikowane w ostatnim raporcie rocznym oświadczenie o stosowaniu przez Spółkę zasad ładu korporacyjnego zawartych w niniejszym dokumencie;	TAK	Informacja ta jest częścią zamieszczonego na stronie internetowej raportu rocznego.
1.16. dane kontaktowe do osób odpowiedzialnych w Spółce za komunikację z inwestorami, ze wskazaniem dedykowanego adresu e-mail lub numeru telefonu.	TAK	
2. Zakres aktywności zawodowej osób wchodzących w skład zarządu lub rady nadzorczej powinien zapewnić sprawne i wydajne zarządzanie Spółką oraz sprawowanie efektywnego nadzoru w zakresie realizacji celów strategicznych i osiągniętych wyników.	TAK	
3. Co najmniej dwóch członków rady nadzorczej powinno spełniać kryteria niezależności wymienione w ustawie z dnia 11 maja 2017 r. o biegłych rewidentach, firmach audytorskich oraz nadzorze publicznym, a także wykazywać się brakiem rzeczywistych i istotnych powiązań z akcjonariuszem posiadającym co najmniej 5% ogólnej liczby głosów w Spółce.	NIE	Spółka nie analizowała do tej pory niezależności kandydatów do Rady Nadzorczej. Spółka będzie dążyć do stosowania tej zasady w przyszłości.
4. Członek zarządu lub rady nadzorczej powinien unikać podejmowania aktywności zawodowej lub pozazawodowej, która mogłaby prowadzić do powstawania konfliktu interesów lub wpływać negatywnie na jego reputację jako członka organu Spółki. O zaistniałym konflikcie interesów lub możliwości jego powstania członek zarządu lub rady nadzorczej niezwłocznie informuje pozostałych członków właściwego organu Spółki oraz nie bierze udziału w dyskusji i głosowaniu nad uchwałą w sprawie, w której w stosunku do jego osoby może wystąpić konflikt interesów.	TAK	
5. Spółka zapewnia rozwiązania w zakresie kontroli wewnętrznej, zarządzania ryzykiem, w tym ryzykiem dotyczącym sporządzania sprawozdań finansowych, oraz w zakresie nadzoru zgodności działalności z prawem, a także funkcję audytu wewnętrznego. Rozwiązania przyjęte przez Spółkę w tym zakresie powinny być dostosowane do wielkości Spółki oraz rodzaju i skali prowadzonej działalności, jak również do poziomu ryzyka związanego z jej prowadzeniem.	TAK	Z uwagi na płaską strukturę organizacyjną w konsekwencji niewielkiego zatrudnienia w Spółce, czynności te sprawują osoby powołane do organów zarządzających i nadzorczych Spółki, wspierający się zewnętrznymi doradcami i audytorami.
6. Rada nadzorcza w ramach przysługujących jej uprawnień monitoruje proces sporządzania sprawozdań finansowych. W tym celu rada nadzorcza co najmniej zapoznaje się z harmonogramem prac koniecznych dla sporządzenia sprawozdania finansowego zgodnie z obowiązującymi przepisami i omawia ten harmonogram z zarządem Spółki, a także utrzymuje komunikację z biegłym rewidentem wybranym do badania sprawozdania finansowego.	TAK	
7. Rada nadzorcza zapoznaje się z porządkiem obrad walnego zgromadzenia oraz opiniuje materiały, które mają być przedstawione przez Spółkę walnemu zgromadzeniu.	NIE	Z uwagi na brak takich kompetencji Rady Nadzorczej uregulowanych w Statucie Spółki bądź aktach normatywnych.
8. Zarząd Spółki, zwołując walne zgromadzenie, dokonuje wyboru terminu, miejsca i formy walnego zgromadzenia tak, by umożliwić udział w obradach jak największej liczbie akcjonariuszy.	TAK	

Treść zasady	Stosowanie zasady TAK/ NIE	Komentarz Spółki
9. W przypadku otrzymania przez zarząd informacji o zwołaniu walnego zgromadzenia na podstawie art. 399 § 2 – 4 Kodeksu Spółek handlowych zarząd niezwłocznie dokonuje czynności, do których jest zobowiązany w związku z organizacją i przeprowadzeniem walnego zgromadzenia. Zasada ta ma zastosowanie również w przypadku zwołania walnego zgromadzenia na podstawie upoważnienia wydanego przez sąd rejestrowy zgodnie z art. 400 § 3 Kodeksu Spółek handlowych.	TAK	
10. Członkowie zarządu i rady nadzorczej uczestniczą w obradach walnego zgromadzenia, w miejscu obrad lub za pośrednictwem środków dwustronnej komunikacji elektronicznej w czasie rzeczywistym, w składzie umożliwiającym udzielenie merytorycznych odpowiedzi na pytania zadawane w trakcie walnego zgromadzenia.	TAK	
11. Żaden akcjonariusz nie powinien być uprzywilejowany w stosunku do pozostałych akcjonariuszy w zakresie transakcji zawieranych przez Spółkę z akcjonariuszami lub podmiotami z nimi powiązanymi.	TAK	
12. Przed zawarciem przez Spółkę istotnej umowy z akcjonariuszem posiadającym co najmniej 5% ogólnej liczby głosów w Spółce lub podmiotem z nim powiązanym zarząd zwraca się do rady nadzorczej o wyrażenie zgody na taką transakcję. Rada nadzorcza przed wyrażeniem zgody dokonuje oceny wpływu takiej transakcji na interes Spółki, zwracając uwagę, aby interesy różnych grup akcjonariuszy nie przeważały nad interesem Spółki. Powyższemu obowiązki nie podlegają transakcje typowe i zawierane na warunkach rynkowych w ramach prowadzonej działalności operacyjnej przez Spółkę z podmiotami wchodzącymi w skład grupy kapitałowej Spółki, które są objęte konsolidacją. W przypadku gdy decyzję w sprawie zawarcia przez Spółkę istotnej umowy z podmiotem powiązanym podejmuje walne zgromadzenie, przed podjęciem takiej decyzji Spółka zapewnia wszystkim akcjonariuszom dostęp do informacji niezbędnych do dokonania oceny wpływu tej transakcji na interes Spółki.	NIE	Z uwagi na brak takich kompetencji Rady Nadzorczej uregulowanych w Statucie Spółki bądź aktach normatywnych.
13. W przypadku zgłoszenia przez inwestora żądania udzielenia informacji na temat Spółki, Spółka udziela odpowiedzi nie później niż w terminie 14 dni.	TAK	
14. W przypadku naruszenia przez emitenta obowiązku informacyjnego określonego w Załączniku Nr 3 do Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu emitent powinien niezwłocznie opublikować, w trybie właściwym dla przekazywania raportów bieżących na rynku NewConnect, informację wyjaśniającą zaistniałą sytuację.	TAK	

Kraków, dnia 20 marca 2026 r.

Wiceprezes Zarządu
Łukasz Górski

Prezes Zarządu
Łukasz Wojtyca



EKIPA HOLDING S.A.
ORAZ
GRUPA KAPITAŁOWA EKIPA HOLDING