



JEDNOSTKOWE SPRAWOZDANIE ZARZĄDU  
Z DZIAŁALNOŚCI COMPERIA.PL S.A. ZA ROK 2013

30 KWIETNIA  
**2014**

## Spis treści

1.	Informacje podstawowe .....	7
1..1	Historia Spółki .....	7
1..2	Charakterystyka działalności Spółki .....	8
2.	Podstawowe dane i wskaźniki finansowe i omówienie sytuacji finansowej .....	8
2..1	Wybrane dane jednostkowe dane finansowe za rok 2013 i 2012 (w tys. zł)....	8
2..2	Analiza podstawowych punktów rachunku zysków i strat .....	9
3.	Objaśnienie różnic pomiędzy wynikami finansowymi a publikowanymi prognozami wyników .....	17
4.	Istotne pozycje pozabilansowe .....	18
5.	Inwestycje.....	18
5..1	Inwestycje Spółki zakończone w 2013 roku .....	19
5..2	Poza tym Spółka zakończyła w 2013 roku prace inwestycyjne w następujących projektach: .....	20
5..1	Ocena możliwości realizacji zdarzeń inwestycyjnych, w porównaniu do wielkości środków .....	21
6.	Zdarzenia istotnie wpływające na działalność jednostki, jakie wystąpiły w roku obrotowym, a także po jego zakończeniu, w tym istotne zawarte umowy .....	21
6..1	Rozwój „ComperiaLead” .....	21
6..2	Dotacje unijne .....	21
6..3	Zakończenie prac rozwojowy i oddanie do użytku Comperia Agent.....	22
6..4	Sytuacja na rynku reklamy internetowej .....	22

6..5	Optymalizacja kosztowa prowadząca do zahamowania wzrostu kosztów usług świadczonych przez Google dla Spółki .....	22
6..6	Przeniesienie notowań akcji Spółki na główny parkiet GPW .....	23
7.	Istotne umowy .....	23
7..1	Powołanie Comperia Ubezpieczenia Sp. z o.o. ....	23
7..2	Umowa z portalem Onet.pl. ....	23
7..3	Umowa najmu powierzchni biurowej .....	23
7..4	Umowy z PARP na dofinansowanie .....	24
8.	Czynniki mogące mieć wpływ na wyniki osiągane w roku 2014 .....	24
8..1	Wdrożenie nowych porównywarek .....	24
8..2	Wzrost skali działania .....	24
8..3	Rozwój działalności ubezpieczeniowej .....	25
8..4	Rozwój „ComperiaLead” .....	25
8..5	Poprawiająca się sytuacja makro i na rynku reklamy internetowej .....	25
8..6	Pozyskanie środków z emisji akcji serii F .....	25
9.	Działalność Comperia.pl S.A. ....	25
9..1	Główne rynki działalności, główni odbiorcy i dostawcy .....	25
9..2	Główni klienci .....	27
9..3	Główni dostawcy .....	28
9..4	Klienci i dostawcy, których udział w obrotach Spółki przekroczył 10 proc. przychodów .....	29
10.	Strategia i perspektywy rozwoju Comperia.pl S.A. ....	29
10..1	Zwiększanie pozyskiwanego ruchu internetowego oraz maksymalizacja wskaźnika konwersji .....	29
10..2	Stworzenie ogólnopolskiej multiagencji ubezpieczeniowej .....	30
10..3	Rozszerzenie portfela oferowanych usług .....	31
10..4	Rozwój programu partnerskiego „ComperiaLead” .....	32
11.	Transakcje z jednostkami powiązanymi .....	33

11..1	Umowa ramowej współpracy zawarta pomiędzy Spółką a Bartoszem Michałkiem .....	33
11..2	Umowa ramowej współpracy zawarta pomiędzy Spółką a Karolem Wilczko	33
11..3	Umowa o współpracy pomiędzy Spółką a Comperia Ubezpieczenia .....	34
11..4	Umowa podnajmu z dnia 16 października 2013 roku pomiędzy Spółką a Comperia Ubezpieczenia .....	34
11..5	Umowa o wykonanie stron internetowych i przeniesienia autorskich prawa majątkowych pomiędzy Spółką a Comperia Ubezpieczenia .....	34
11..6	Umowa Pożyczki z Comperia Ubezpieczenia Sp. z o.o. ....	35
11..7	Zlecenia reklamowe realizowane na rzecz Alertfinansowy.pl.....	35
12.	Wybrane zdarzenia korporacyjne w 2013 oraz w 2014 roku do dnia sporządzenia sprawozdania.....	35
12..1	Emisja akcji serii E .....	35
12..2	Rejestracja przez sąd podwyższenia kapitału zakładowego Comperia.pl S.A. i zmian w statucie.....	36
12..3	Udzielenie prokury łącznej.....	36
12..4	Przyznanie dofinansowania na integrację systemu Comperia.pl S.A. z systemami Partnerów .....	36
12..5	Powołanie nowej spółki zależnej Comperia Ubezpieczenia Sp. z o.o. ....	36
12..6	Złożenie do KNF wniosku o zatwierdzenie Prospektu Emisyjnego .....	36
12..7	Zmiana w składzie Rady Nadzorczej .....	37
13.	Nagrody i wyróżnienia.....	37
14.	Badania i rozwój.....	37
15.	Zmiany podstawowych zasad zarządzania .....	38
16.	Wypłacone dywidendy.....	38
17.	Kapitał i akcjonariat Comperia.pl S.A. ....	38
17..1	Zmiana wysokości kapitału zakładowego Comperia.pl S.A. ....	38
17..2	Akcjonariat Comperia.pl S.A. ....	38
17..3	Nabycie akcji własnych .....	39
17..4	Informacja o systemie kontroli programów akcji pracowniczych .....	39

18.	Posiadane oddziały .....	39
19.	Informacje dotyczące osób zarządzających i nadzorujących .....	39
19..1	Tabela wynagrodzenia osób wchodzących w skład Zarządu Spółki: .....	39
19..2	Rada Nadzorcza Comperia.pl: .....	40
19..3	Liczba akcji posiadanych przez osoby zarządzające lub nadzorujące Comperia.pl S.A. na dzień 31 grudnia 2013r.: .....	40
20.	Postępowania sądowe .....	41
21.	Umowy kredytowe, poręczenia, gwarancje i inne umowy .....	41
21..1	Umowy kredytowe .....	41
21..2	Umowy zawierane w normalnym toku działalności .....	41
21..3	Pożyczki, gwarancje i poręczenia .....	44
21..4	Umowy zawierane pomiędzy akcjonariuszami .....	44
22.	Czynniki ryzyka i zagrożenia .....	44
23.	Informacje o podmiocie badającym sprawozdania finansowe .....	51
24.	Oświadczenie o stosowaniu ładu korporacyjnego .....	51
24..1	Wskazanie zbioru zasad ładu korporacyjnego, któremu podlega Emitent ...	51
25.	Wskazanie akcjonariuszy posiadających znaczące pakiety akcji .....	53
26.	Wskazanie posiadaczy wszelkich papierów wartościowych, które dają specjalne uprawnienia kontrolne .....	53
27.	Wskazanie wszelkich ograniczeń odnośnie do wykonywania prawa głosu .....	53
28.	Wskazanie wszelkich ograniczeń dotyczących przenoszenia prawa własności papierów wartościowych Emitenta .....	53
29.	Opis zasad dotyczących powoływania i odwoływania osób zarządzających oraz ich uprawnień, w szczególności prawo do podjęcia decyzji o emisji lub wykupie akcji .....	54
30.	Opis zasad zmiany statutu Emitenta .....	54
31.	Sposób działania Walnego Zgromadzenia i jego zasadnicze uprawnienia oraz opis praw akcjonariuszy i sposobu ich wykonywania .....	54
32.	Skład osobowy i zmiany, które w nim zaszły w ciągu ostatniego roku obrotowego, oraz opis działania organów zarządzających, nadzorujących lub administrujących Emitenta oraz ich komitetów .....	54
32..1	Zarząd Comperia.pl: .....	55

32..2	Rada Nadzorcza Comperia.pl: .....	55
-------	-----------------------------------	----

## **Sprawozdanie Zarządu z działalności Comperia.pl S.A. za rok 2013**

Poniżej przedstawiamy Sprawozdanie Zarządu z działalności spółki Comperia.pl S.A. za rok 2013. Zostało ono przygotowane zgodnie z Rozporządzeniem Ministra Finansów w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych.

### **1. Informacje podstawowe**

Comperia.pl jest porównywarką produktów finansowych.

Spółka została zarejestrowana w dniu 8 maja 2007 roku jako Serwisy Finansowe Online przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 280165. Po przekształceniu ze spółki z o.o. w spółkę akcyjną, Spółka figuruje w rejestrze przedsiębiorców pod numerem KRS 390656.

Spółka została utworzona na czas nieokreślony.

#### **1.1 Historia Spółki**

Spółka zajmuje się prowadzeniem portali internetowych o tematyce finansowej, zaś flagowym produktem spółki jest porównywarka instrumentów finansowych dostępna pod adresem comperia.pl. Spółka została założona w maju 2007 roku przez Bartosza Michałka (w Zarządzie Spółki do dnia dzisiejszego), Karola Wilczko (w Zarządzie Spółki do dnia dzisiejszego) jako Serwisy Finansowe Online. W tym samym roku, po zaangażowaniu inwestorów finansowych, nazwa firmy została zmieniona na Comperia.pl Sp. z o.o.

W lipcu 2007 roku nastąpiło uruchomienie eHipoteka.com, pierwszej w Polsce porównywarki produktów hipotecznych. Strona ta funkcjonuje do dzisiaj jako element portfela Spółki. Następnie w październiku 2007 roku miało miejsce pozyskanie nowych inwestorów finansowych dla Spółki. W marcu 2008 roku Spółka uruchomiła Comperia.pl, pierwszą porównywarkę finansową w Polsce, a w listopadzie tego samego roku - program afiliacyjny Comperia.pl. W lipcu 2009 roku strona Comperia.pl została odświeżona - wprowadzono w szczególności zmiany funkcjonalne oraz graficzne.

W czerwcu 2011 roku nastąpiło przekształcenie formy prawnej Spółki ze spółki z ograniczoną odpowiedzialnością na spółkę akcyjną na podstawie Uchwały Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Wspólników Comperia.pl Sp. z o. o., w związku z czym w dniu 4 lipca 2011 roku Spółka została wpisana do rejestru przedsiębiorców KRS jako Spółka utworzona na czas nieoznaczony.

W grudniu 2011 roku miał miejsce debiut Spółki w alternatywnym systemie obrotu na rynku NewConnect.

## 1..2 Charakterystyka działalności Spółki

Działalność Spółki polega na prowadzeniu portali internetowych o tematyce finansowej, które umożliwiają internautom porównywanie produktów finansowych (produkty kredytowe, lokacyjne i ubezpieczeniowe) oferowanych w danej chwili przez instytucje finansowe i wybór najkorzystniejszej oferty. Najpopularniejsze portale należące do Spółki to „Comperia.pl” (pierwsza w Polsce porównywarka produktów finansowych), „eHipoteka.com” (internetowa wyszukiwarka kredytów hipotecznych), „Autoa.pl” (portal poświęcony rynkowi motoryzacyjnemu i kredytom samochodowym), „Kontoteka.pl” (portal finansowy poświęcony rachunkom bankowym), „ComperiaLead.pl” (strona programu partnerskiego Spółki). W przypadku zainteresowania internauty danym produktem finansowym oferowanym przez konkretną instytucję finansową, internauta poprzez formularz ma możliwość pozostawienia swoich danych kontaktowych, co umożliwi instytucji finansowej kontakt z internautą i sfinalizowanie transakcji (tzw. „lead”). Instytucje finansowe, bezpośrednio lub za pośrednictwem domów mediowych, za otrzymywanie „leadów” płać Spółce prowizje wynoszącą zazwyczaj kilkadziesiąt złotych. Prowizja płacona Spółce nie zależy od tego czy po kontakcie instytucji finansowej z internautą zdecyduje się on na sfinalizowanie transakcji, ani też nie ma charakteru procentowego. Działalność Spółki polegająca na generowaniu „leadów” związana jest z rynkiem internetowej reklamy efektywnościowej. Spółka osiąga również przychody z umieszczania na swoich portalach reklam wizerunkowych instytucji finansowych.

## 2. Podstawowe dane i wskaźniki finansowe i omówienie sytuacji finansowej

### 2..1 Wybrane dane jednostkowe dane finansowe za rok 2013 i 2012 (w tys. zł)

Wybrane dane finansowe (w złotych) z rachunku zysków i strat	2013	2012	Zmiana r/r
Przychody netto ze sprzedaży	12 855	6 821	+ 88%
Zysk/Strata na działalności operacyjnej	3 687	1 753	+ 110%
Amortyzacja	2 560	879	+ 191%
EBITDA	6 239	2 632	+ 137%
Zysk/Strata brutto	3 690	1 745	+ 111%
Zysk/Strata netto	2 962	1 487	+ 99%



## 2..2 Analiza podstawowych punktów rachunku zysków i strat

### Analiza podstawowych punktów rachunku zysków i strat

#### Przychody ze sprzedaży

Spółka zanotowała w 2013 r. 88 proc. wzrost przychodów ze sprzedaży: z poziomu 6,82 mln do 12,85 mln zł. Taka dynamika sprzedaży była możliwa do osiągnięcia dzięki kilku czynnikom, a mianowicie:

- Poprawiającej się sytuacji na rynku reklamy internetowej i większej skłonności reklamodawców do wydawania budżetów marketingowych.
- Pozytywnym tendencjom na rynku kredytów gotówkowych oraz hipotecznych, zaobserwowanym przez cały 2013 rok, m.in. spadającemu oprocentowaniu kredytów, większej dostępności kredytów.
- Koncentracji Spółki na efektywnych działaniach marketingowych, zmierzających do generowania większej puli „leadów”, przekazywanych następnie do odbiorców.
- Dalszemu, dynamicznemu rozwojowi programu partnerskiego „ComperiaLead” (na koniec 2013 r. liczba partnerów zarejestrowanych w systemie przekroczyła 2,5 tys.), dzięki któremu Spółka mogła generować więcej „leadów” na stronach partnerskich. Wśród partnerów „ComperiaLead” są następujące portale: Onet.pl, Wyborcza.biz, Gratka.pl, Puls Biznesu.

Głównym źródłem sprzedaży Spółki w 2013 roku nadal były przychody na rynku reklamy internetowej, głównie przez tzw. reklamę efektywnościową, a także poprzez reklamę wizerunkową, która na portalach Spółki pełni rolę wspierającą dla reklamy efektywnościowej.

Dodatkowym źródłem przychodów w minionym roku były usługi IT. Już w 2012 roku wartość przychodów z tego tytułu wyniosła 377 tys. zł. W całym roku 2013 wyniosły one 1,25 mln zł.

W ramach usług IT Spółka w szczególności świadczyła usługi polegające na tworzeniu stron www (w tym dla partnerów programu „ComperiaLead”), a także wspierała firmy z branży IT w zakresie prac związanych z realizacją projektów technologicznych.

#### Koszty

W poniższej tabeli przedstawiono kształtowanie się kosztów według rodzaju w analizowanym okresie.

**Tabela. Koszty według rodzaju**

Wybrane dane finansowe (w złotych) z rachunku zysków i strat	2013	2012	Zmiana r/r
Usługi obce	5 875	2 750	2,14
Wynagrodzenia	961	1 450	0,66
Amortyzacja	2 560	879	2,91
Podatki i opłaty	120	137	0,88
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	51	85	0,60
Zużycie materiałów i surowców	106	78	1,36

Ze względu na usługowy charakter prowadzonej działalności największą pozycją kosztów Spółki są usługi obce, wynagrodzenia oraz amortyzacja.

Najbardziej istotną tendencją w zakresie kosztów występującą w 2013 roku jest wzrost amortyzacji. W całym 2012 roku amortyzacja wyniosła 879 tys. zł (16,1% udział w strukturze kosztów), podczas gdy w 2013 roku koszty amortyzacji wyniosły 2 560 tys. zł (26,3% udział w strukturze kosztów). Dynamiczny wzrost tej pozycji wynika przede wszystkim z amortyzacji znacznych nakładów inwestycyjnych zakończonych w 2012 roku oraz rozpoczęcia amortyzacji kolejnych inwestycji (obejmujących m.in. uruchomienie nowej odsłony portalu Comperia.pl, rozwój i uruchomienie nowych procesów wspierających SEO oraz rozwój modułu ubezpieczeniowego w ramach programu partnerskiego „ComperiaLead”).

Koszty usług obcych w całym 2013 roku wzrosły o 114% w porównaniu do analogicznego okresu 2012 roku, do poziomu 5 875 tys. zł, co było spowodowane przede wszystkim wzrostem kosztów z tytułu barteru (powiązanych ze znacznymi w analizowanym okresie przychodami z tego tytułu) oraz wzrostem kosztów prowizji z tytułu programu partnerskiego „ComperiaLead”.

W analizowanym okresie spadły także koszty wynagrodzeń. W 2013 roku uległ znaczącemu spadkowi o 34% do poziomu 961 tys. zł. Spadek tej pozycji wynikał przede wszystkim z wypłaty w I połowie 2012 roku członkom organów zarządzających premii wynikających z uzyskanego wzrostu przychodów i zysku netto, która wpłynęła na znacząco wyższe koszty wynagrodzeń w pierwszych 9 miesiącach 2012 roku i nie powtórzyła się w 2013 roku.

## Zysk netto

Wynik finansowy netto Spółki osiągnięty w roku 2013 wyniósł 2,96 mln zł i był o 88 proc. wyższy niż rok wcześniej. Czynnikiem decydującym o wzroście zysku netto był znaczący wzrost przychodów netto ze sprzedaży (87%), którego dynamika była wyższa niż dynamika kosztów działalności operacyjnej (79 %).

## Analiza wskaźników rentowności

Wybrane dane finansowe (w tys. złotych) z rachunku zysków i strat	2013	2012	Zmiana r/r
Rentowność sprzedaży brutto	27,5 %	24,2%	1,14
Rentowność na działalności podstawowej	28,7%	20,1%	1,43
Rentowność EBITDA	48,5%	38,6%	1,26
Rentowność na działalności operacyjnej (marża EBIT)	28,7%	25,7%	1,12
Rentowność zysku netto	22,0%	21,8%	1,1
Stopa zwrotu z kapitałów własnych (ROE)	41,9%	59,5%	0,70
Stopa zwrotu z aktywów (ROA)	18,6%	23,2%	0,80

W 2013 roku nastąpiła wyraźna poprawa wskaźników rentowności w stosunku do analogicznego okresu 2012 roku. Spowodowana została przede wszystkim poprawą wyników finansowych (wzrost przychodów netto ze sprzedaży o 88%, przy jednoczesnym wzroście kosztów działalności operacyjnej o 79%). W tym okresie rentowność sprzedaży brutto wzrosła do poziomu 27,5%, tj. o 3,3 p.p., a rentowność na działalności podstawowej wzrosła do poziomu 28,47 % tj. o 8,6 p.p. Największy wzrost dotyczył rentowności EBITDA, która wzrosła do poziomu 48,5 %, tj. o 9,9 p.p. za sprawą wzrostu zysku EBITDA o 38,7% spowodowanego prawie 3-krotnym wzrostem amortyzacji w porównaniu do tego samego okresu 2012 roku. Ponadto w 2013 roku nastąpił wzrost rentowności na działalności operacyjnej do poziomu 28,7%, tj. o 3 p.p. w porównaniu do analogicznego okresu 2012 roku oraz rentowności zysku netto do poziomu 22%, tj. o 0,2 p.p. w porównaniu do analogicznego okresu w roku poprzednim.

## Suma bilansowa, aktywa i kapitały własne Spółki

**COMPERIA.PL S.A.**

ul. Konstruktorska 13 (wejście F)

02-673 Warszawa

Tel.: + 48 22 642 91 19, Fax: +48 22 395 52 77

[comperia.pl](http://comperia.pl) | [banki.pl](http://banki.pl) | [ehipoteka.pl](http://ehipoteka.pl) | [autoa.pl](http://autoa.pl) | [kontoteka.pl](http://kontoteka.pl) | [comperialead.pl](http://comperialead.pl) | [comperiaagent.pl](http://comperiaagent.pl)

## Aktywa Spółki (w PLN)

Wybrane dane finansowe (w złotych) z rachunku zysków i strat	2013	% sumy bilanso wej	2012	% sumy bilansowej
Aktywa trwałe	8 463 294	53%	4 462 761	70%
Wartości niematerialne	6 871 359	43%	4 357 612	68%
Rzeczowe aktywa trwałe	172 934	1%	72 481	1%
Udziały w jednostce zależnej	1 400 000	%	0	0%
Aktywa z tytułu podatku odroczonego	19 000	0,12%	32 668	1%
Aktywa obrotowe	7 469 782	47%	1 941 880	30%
Należności handlowe	4 353 458	27%	988 179	15%
Należności pozostałe	88 789	1%	553 395	9%
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	2 381 741	15%	269 664	4%
Aktywa razem	15 933 076	100%	6 404 640,47	100%

Do głównych składników majątku trwałego Spółki ze względu na rodzaj prowadzonej działalności należą wartości niematerialne. Spółka nie posiada istotnych środków trwałych, a posiadane rzeczowe aktywa trwałe to przede wszystkim serwery.

W 2013 roku suma bilansowa Spółki wyniosła 15 933 tys. zł, co stanowiło wzrost o 49% względem wartości osiągniętej na koniec 2012 roku. Aktywa trwałe wzrosły w tym okresie o 90% do poziomu 8 463 tys. zł, co było spowodowane głównie wzrostem wartości niematerialnych o 58% w porównaniu do ich poziomu z końca roku 2012. Na wzrost wartości niematerialnych w 2013 roku wpłynęły m.in. następujące projekty inwestycyjne: uruchomienie nowej odsłony portalu Comperia.pl, rozwój i uruchomienie nowych procesów wspierających SEO, przebudowa witryny [www.comperialead.pl](http://www.comperialead.pl) oraz projekt aplikacji mobilnej „ComperiaLead Mobile” oraz budowa systemu Comperia Agent umożliwiającego rozwój sprzedaży produktów ubezpieczeniowych w formule łączącej sprzedaż przez Internet (online) oraz przez kanał tradycyjny – poprzez agentów (offline), a także rozpoczęcie kolejnych inwestycji, które nie zostały zakończone w analizowanym okresie. Do wzrostu aktywów trwałych w 2013 roku w porównaniu do analogicznego okresu 2012 roku przyczyniło się również pojawienie się kwoty 1 400 tys. zł na pozycji udziały w jednostce zależnej, związanej z założeniem w maju 2013 roku spółki zależnej Comperia Ubezpieczenia Sp. z o.o., w której Spółka jest jedynym udziałowcem.

Drugim źródłem wzrostu sumy bilansowej na koniec grudnia 2013 roku w porównaniu do końca roku 2012 był prawie trzykrotny wzrost aktywów obrotowych z poziomu 1 942 tys. zł odnotowanego w 2012 do poziomu 7 470 tys. zł. Wzrost tej pozycji spowodowany był

przede wszystkim przez prawie ośmiokrotny wzrost środków pieniężnych i ekwiwalentów z poziomu 270 tys. zł w 2012 roku do poziomu 2 381 tys. zł na koniec grudnia 2013 roku wynikający głównie z przeprowadzonej prywatnej emisji akcji oraz przepływów operacyjnych generowanych na działalności Spółki. Wspomniana emisja miała na celu pozyskanie środków na dalszy rozwój portali należących do Spółki (przystosowanie porównywarek do urządzeń mobilnych) oraz prace nad autorską aplikacją skierowaną do agentów ubezpieczeniowych w ramach realizacji przyjętej przez Spółkę strategii sprzedaży polis ubezpieczeniowych w modelu ROPO („research online, purchase offline” – „szukaj w Internecie, kupuj w realnym świecie”). Ponadto wzrost aktywów obrotowych spowodowany był także wzrostem należności handlowych ponad trzykrotnie z poziomu 988 tys. zł na koniec 2012 roku do poziomu 4 353 tys. zł na koniec grudnia 2013 roku. Wzrostowi tej pozycji towarzyszył dalszy wzrost skali działalności i zwiększenie przychodów ze sprzedaży w porównaniu do 2012 roku o 87% oraz niższy w stosunku do lat wcześniejszych poziom wskaźnika inkasa należności w dniach (równy odpowiednio 52 w 2012 roku oraz 122 w 2013 roku).

## Kapitały i pasywa Spółki

Wybrane dane finansowe (w złotych) z rachunku zysków i strat	2013	% sumy bilansowej	2012	% sumy bilansowej
<b>Kapitał własny</b>	10 031 881	63%	3 983 975	62%
<b>Kapitał akcyjny</b>	157 798	1%	135 708	2%
<b>Kapitał zapasowy</b>	6 880 460	43%	2 548 928	40%
<b>Kapitał z wyceny opcji menedżerskich</b>	196 694	1%	164 904	3%
<b>Zyski zatrzymane</b>	2 796 928	18%	1 134 435	18%
<i>w tym: zysk (strata) netto</i>	2 961 832	19%	1 486 944	23%
<b>Zobowiązania długoterminowe</b>	1 533 332	10%	202 775	3%
<b>Rezerwa z tytułu podatku odroczonego</b>	7 686	0,05%	15 728	0,25%
<b>Pozostałe rezerwy</b>	1 047	0,01%	1 047	0%
<b>Dotacje</b>	1 524 599	10%	186 000	3%
<b>Zobowiązania krótkoterminowe</b>	4 367 863	27%	2 217 891	35%
<b>Kredyty bankowe i pożyczki zaciągnięte</b>	0	0	658 154	10%
<b>Zobowiązania handlowe</b>	2 352 091	15%	565 838	9%
<b>Zobowiązania pozostałe</b>	1 104 928	7%	535 761	8%
<b>Zobowiązanie z tytułu podatku dochodowego</b>	462 498	3%	163 807	3%
<b>Dotacje</b>	362 364	2%	173 942	3%
<b>Pozostałe rezerwy</b>	85 982	0,54%	120 389	2%
<b>Pasywa razem</b>	15 933 076	100%	6 404 640	100%

Na koniec 2013 roku kapitał własny Spółki wzrósł ponad półtorakrotnie w porównaniu do wartości na koniec 2012 roku do poziomu 10 031 tys. zł i stanowił 63 % pasywów ogółem. Wzrost tej pozycji spowodowany był głównie ponad 170 procentowym wzrostem kapitału zapasowego (z poziomu 2 549 tys. zł w 2012 roku do poziomu 6 880 tys. zł na koniec grudnia 2013 roku) wynikającym z przeprowadzonej prywatnej emisji akcji celem pozyskania środków na dalszy rozwój portali należących do Spółki oraz stworzenia autorskiej aplikacji skierowanej do agentów ubezpieczeniowych. W analizowanym okresie wartość zobowiązań krótkoterminowych wzrosła o 100% w stosunku do wartości osiągniętej na koniec roku 2012 do poziomu 4 368 tys. zł i stanowiła 27% pasywów

ogółem. Wzrost tej wartości wynikał przede wszystkim ze wzrostu pozycji dotacje o 86 tys. zł w związku z przyznaniem przez PARP dotacji na dofinansowanie projektu integracji systemu informatycznego Spółki z systemami podmiotów współpracujących w ramach sprzedaży produktów ubezpieczeniowych (który wszedł na pozycję wartości niematerialne i prawne na początku IV kwartału 2013 roku - projekt Comperia Agent) oraz ze wzrostu zobowiązań handlowych o 316 tys. zł w porównaniu do wartości osiągniętej na koniec 2012 roku.

## Zobowiązania

W 2013 roku zobowiązania długoterminowe Spółki uległy wzrostowi siedmiokrotnie w stosunku do wartości osiągniętej na koniec roku 2012 do poziomu 1 533 tys. zł i stanowiły 10 % sumy pasywów. Na wartość tej pozycji miał wpływ wzrost zobowiązań z tytułu dotacji o 1339 tys. zł do poziomu 1 525 tys. PLN, co było związane z przyznaniem przez PARP dotacji na dofinansowanie projektu integracji systemu informatycznego Spółki z systemami podmiotów współpracujących w ramach sprzedaży produktów ubezpieczeniowych.

## Analiza płynności finansowej Spółki

Wybrane dane finansowe (w złotych) z rachunku zysków i strat	2013	2012	Zmiana r/r
Płynność bieżąca	1,7	0,9	1,89
Płynność natychmiastowa	0,54	0,1	5,4
Rotacja należności handlowych w dniach	122	52	2,35
Rotacja zobowiązań handlowych w dniach	38,4	52,9	0,63

Ocena płynności została dokonana w oparciu o niżej zaprezentowane wskaźniki:

- płynność bieżąca: aktywa obrotowe/zobowiązania krótkoterminowe;
- płynność natychmiastowa: środki pieniężne/zobowiązania krótkoterminowe;
- rotacja należności w dniach:  $(\text{średni stan należności handlowych w okresie} / \text{przychody ze sprzedaży}) \times \text{liczba dni w okresie}$ ;
- rotacja zobowiązań handlowych w dniach:  $[(\text{średni stan zobowiązań handlowych w okresie}) / (\text{koszty działalności operacyjnej} - \text{świadczenia pracownicze} - \text{amortyzacja})] \times \text{liczba dni w okresie}$ .

Wskaźniki płynności bieżącej i natychmiastowej uległy w 2013 roku znaczącej poprawie i wynosiły odpowiednio 1,7 oraz 0,54, przewyższając zalecane poziomy. W okresie tym aktywa obrotowe wzrosły prawie 87% w stosunku do stanu na koniec roku 2012 przy j wzroście zobowiązań krótkoterminowych 100 %. Wzrost aktywów obrotowych spowodowany był przede wszystkim niemal dziewięciokrotnym wzrostem środków pieniężnych i ich ekwiwalentów wynikającym z przeprowadzonej prywatnej emisji akcji oraz niespełna wzrostem należności handlowych.

Wartość wskaźnika rotacji należności handlowych obniżyła się (70 dni) na koniec roku 2013 do poziomu 122 (poziom wyższy od wskaźnika rotacji zobowiązań handlowych) przy jednoczesnym niemal pięciokrotnym wzroście należności handlowych do poziomu 4 353 tys. zł w stosunku do roku 2012 oraz dalszym wzroście skali działalności Spółki.



Należy podkreślić, że opóźnienia w regulowaniu należności przez kontrahentów są typowe dla rynku reklamy internetowej.

Wskaźnik rotacji zobowiązań w dniach w 2013 roku wykazał tendencję wzrostową: 52,9 dni w 2012 roku do poziomu 133,3 dni na koniec 2013 roku. Wzrost wspomnianego wskaźnika spowodowany był głównie dynamicznym rozwojem Spółki i wynikającym z niego wzrostem zobowiązań handlowych (wzrost o prawie 2 mln zł na koniec grudnia 2013 roku w stosunku do stanu na koniec roku 2012) a także wzrastającą wiarygodnością i rozpoznawalnością marki w oczach kontrahentów.

### 3. Objaśnienie różnic pomiędzy wynikami finansowymi a publikowanymi prognozami wyników

Spółka w dniu 31 stycznia 2013 roku opublikowała następujące prognozy wyników finansowych na rok 2013:

Przychody netto ze sprzedaży	12 504
Zysk z działalności operacyjnej powiększony o amortyzację (EBITDA)	5 149
Zysk z działalności operacyjnej	3 541
Zysk netto z działalności kontynuowanej	3 053
Zysk netto z działalności kontynuowanej powiększony o amortyzację	4 661

#### Prognozy vs realizacja (w mln zł)

Wybrane dane finansowe (w złotych) z rachunku zysków i strat	Prognozy	Realizacja	Odchylenie
Przychody netto ze sprzedaży	12 504	12 855	2,81%
Zysk z działalności operacyjnej powiększony o amortyzację (EBITDA)	5 149	6 246	21,31%
Zysk z działalności operacyjnej	3 541	3 678	3,87%
Zysk netto z działalności kontynuowanej	3 053	2 962	-2,98%
Zysk netto z działalności kontynuowanej powiększony o amortyzację	4 661	5 522	18,47%

Różnice w ostatecznych pozycji prognozowanych na 2013 rok wynikają z następujących przyczyn:

- Przychody ze sprzedaży: spółka zrealizowała wyższy niż oczekiwany wynik w IV kwartale 2014, co wynikało przede wszystkim z pozytywnych warunków rynkowych panujących na rynku reklamy internetowej oraz wykonanych usług IT.
- Wynik EBITDA: wyższy o 21,31 proc. wynik EBITDA od prognozowanej liczby jest skutkiem przede wszystkim wyższej amortyzacji, która z prognozowanych 1,6 mln zł na 2013 ostatecznie wzrosła do poziomu 2,6 mln zł.
- Zysk z działalności operacyjnej: Przekroczenie o prawie 4 proc. prognozowanej pozycji było możliwe dzięki wyższej niż zakładane pozycji „pozostałe przychody operacyjne”, szczególnie w aspekcie zwrotu w postaci dotacji unijnych.
- Zysk netto: wynik niższy o 3 proc. od wartości prognozowanej przez Zarząd wynika głównie z wyższego podatku dochodowego, który Spółka zapłaciła w całym 2013 roku.
- Zysk netto z działalności kontynuowanej powiększony o amortyzację: w tym wypadku przekroczenie prognozy o 18,5 proc. wynika z większej niż prognozowana wcześniej kwoty amortyzacji, którą Spółka zaksięgowała w 2013 roku (2,6 mln zł vs 1,6 mln zł branej pod uwagę przy tworzeniu prognozy).

#### **4. Istotne pozycje pozabilansowe**

Na dzień 31 grudnia 2013 roku pozycje pozabilansowe w sprawozdaniu finansowym Spółki wyniosły 807 tys.

#### **5. Inwestycje**

Ponieważ działalność Spółki polega na prowadzeniu portali internetowych, Spółka prowadzi prace rozwojowe związane z budową i odświeżaniem stron internetowych oraz programów komputerowych i systemów informatycznych obsługujących te strony. Prowadzone przez Spółkę prace mają charakter zarówno rozwojowy, jak i aktualizujący. Inwestycje o charakterze rozwojowym polegają na tworzeniu nowych rozwiązań celem wejścia w nowe produkty, linie produktowe lub nowe kanały dotarcia do klienta. W ocenie Zarządu nakłady na inwestycje rozwojowe stanowią przeważającą część łącznych nakładów inwestycyjnych Spółki i koncentrują się wokół realizacji kluczowych elementów strategii Spółki, tj. rozpoczęcia działalności w zakresie sprzedaży ubezpieczeń (przez Internet i poprzez sieć agentów), rozszerzenia portfela porównywanych produktów oraz rozwoju programu partnerskiego „ComperiaLead” (w wersji na komputery stacjonarne i na urządzenia mobilne). Prace w ramach inwestycji rozwojowych realizowane w okresach wcześniejszych były związane w szczególności z uruchamianiem porównywarek nowych sekcji produktowych i specjalistycznych portali poświęconych określonym grupom produktów oraz budową aplikacji i nowych systemów ułatwiających współpracę z partnerami w ramach programu „ComperiaLead” oraz z partnerami spółki z branży ubezpieczeniowej.

Oprócz poszerzania oferty i rozbudowy systemów o nowe rozwiązania i aplikacje Spółka ponosi także koszty prac rozwojowych o charakterze aktualizującym – wynikające z konieczności odświeżania stron internetowych oraz programów i systemów je obsługujących. Spółka na bieżąco dostosowuje swoje portale, serwisy i domeny do

zmieniających się oczekiwań internautów, związanych m.in. z szybkością, łatwością i wygodą poruszania się po stronach internetowych, nowymi rozwiązaniami technologicznymi, w tym powstającymi aplikacjami mobilnymi, oraz popularnością mediów społecznościowych. Prace nad istniejącymi portalami i serwisami mające na celu odświeżenie i zaktualizowanie ich wyglądu oraz kodu, zwiększenie funkcjonalności, a także maksymalizację wskaźnika konwersji, z reguły są bardzo obszerne i polegają na ponownym stworzeniu kodów i grafik. Prace te bardzo często obejmują również rozwój oraz uruchomienie nowych procesów i serwisów wspierających SEO oraz rebranding. W przypadku Spółki i branży internetowej prace te prowadzone są relatywnie często w porównaniu z innymi branżami, co związane jest z bardzo dynamicznie zmieniającym się rynkiem produktów i usług internetowych oraz relatywnie krótkim okresem życia produktów/usług internetowych. Są to powtarzające się inwestycje realizowane przez Spółkę cyklicznie, typowe dla rynku reklamy internetowej.

### **5.1.1 Inwestycje Spółki zakończone w 2013 roku**

Jedną z głównych inwestycji Spółki, która weszła na pozycję wartości niematerialnych i prawnych na początku IV kwartału 2013 roku, było uruchomienie systemu o określonych funkcjonalnościach umożliwiającego rozwój sprzedaży produktów ubezpieczeniowych w formule łączącej sprzedaż przez Internet (online) oraz przez kanał tradycyjny – poprzez agentów (offline) (2 203 tys. zł). Nowy system ma ponadto służyć usprawnieniu współpracy z partnerami Spółki z branży ubezpieczeniowej (towarzystwami ubezpieczeniowymi, multiagencjami ubezpieczeniowymi, doradcami finansowymi oraz podmiotami wspierającymi sprzedaż ubezpieczeń) poprzez integrację z ich systemami. Docelowa aplikacja – Comperia Agent - ma umożliwić m. in. automatyczne kopiowanie danych klienta z jednego formularza do formularzy towarzystw ubezpieczeniowych oraz automatyzację rozliczeń z towarzystwami. Podstawowym celem aplikacji jest umożliwienie agentom ubezpieczeniowym porównywanie taryf ubezpieczeniowych różnych towarzystw i wystawianie polis z poziomu jednego panelu, bez konieczności korzystania z pojedynczych, oddzielnych systemów towarzystw ubezpieczeniowych, co oznacza ułatwienie pracy agentów ubezpieczeniowych, którym Spółka pragnie zaoferować aplikację. Aplikacja wykorzystuje ponadto technologię mobilną oraz umożliwia korzystanie z dodatkowych usług oferowanych przez Spółkę. W IV kwartale 2013 roku Spółka zamierza rozpocząć sprzedaż aplikacji w formie opłaty licencyjnej za użytkowanie. Budowa i wdrożenie narzędzi informatycznych wspierających sprzedaż produktów ubezpieczeniowych oraz budowa sieci własnych agentów to jedna z kluczowych inwestycji Spółki. Umożliwi ona Spółce umocnienie pozycji w segmencie produktów ubezpieczeniowych stanowiących połowę detalicznego rynku finansowego w Polsce. Spółka w zakresie sprzedaży produktów ubezpieczeniowych prowadzić będzie działalność zarówno online – w sprawdzonym dla pozostałych produktów finansowych modelu – jak i offline, rozwijając ogólnopolską sieć agentów współpracujących ze Spółką w oparciu o wynagrodzenie prowizyjne. Uruchomienie porównywarki ubezpieczeniowej online stanowi krok w przyjętej przez Spółkę strategii sprzedaży polis ubezpieczeniowych w modelu ROPO. Autorskie oprogramowanie tworzone przez Spółkę wraz z posiadanym dostępem do klientów stanowić będzie w ocenie Spółki istotną przewagę Spółki na rynku produktów ubezpieczeniowych, koncentrując wokół niej rosnącą sieć agentów ubezpieczeniowych.

## **5..2 Poza tym Spółka zakończyła w 2013 roku prace inwestycyjne w następujących projektach:**

- nowa odsłona serwisu Comperia.pl obejmująca odświeżenie strony w zakresie szaty graficznej oraz dostosowanie jej kodu do nowych wymogów wyszukiwarki Google,
- rozwój oraz uruchomienie nowych procesów i serwisów wspierających SEO, polegających na wprowadzeniu zmian funkcjonalnych i graficznych na stronie Comperia.pl oraz na podstronach z nią związanych celem zwiększenia użyteczności portalu,
- przebudowa witryny www.comperialead.pl odpowiedzialnej za obsługę partnerów Spółki w ramach programu partnerskiego „ComperiaLead”. Zmiany obejmowały m.in. projekt witryny, optymalizację działań SEO oraz nową szatę graficzną i były ukierunkowane na zwiększenie funkcjonalności i promocję programu partnerskiego „ComperiaLead” celem pozyskania nowych partnerów.
- projekt aplikacji mobilnej „ComperiaLead Mobile” - jedno z najbardziej innowacyjnych rozwiązań stosowanych przez Spółkę, umożliwiające przystosowanie porównywarek do urządzeń mobilnych i współpracę z partnerami w ramach programu partnerskiego „ComperiaLead” za pomocą tych urządzeń. Aplikacja mobilna posiada funkcję porównywarki umożliwiającej doradcom finansowym i ubezpieczeniowym oraz innym osobom indywidualnym zainteresowanym współpracą ze Spółką posiadającym urządzenie mobilne z systemem „iOS” lub „Android” (sprzedawcom ofert dostawców prądu oraz dostawców Internetu i telewizji kablowej, studentom) dodatkowe zarobkowanie poprzez przysyłanie danych kontaktowych klientów zainteresowanych określonymi produktami (w których sprzedaży dany doradca lub osoba indywidualna się nie specjalizuje) oraz ich ewentualną sprzedaż, po uprzednim porównaniu tych produktów na życzenie klienta. Aplikacja mobilna docelowo będzie zawierała uproszczony system rozliczeń ze współpracującymi osobami. Umożliwi ona Spółce sprzedaż produktów finansowych aktualnemu klientowi przy okazji sprzedaży ofert operatorów telefonii komórkowej, dostawców prądu oraz dostawców Internetu i telewizji kablowej bez ponoszenia kosztów koniecznych do pozyskania nowego klienta (tzw. cross-selling), co da Spółce szczególną przewagę na rynku produktów finansowych, ponieważ uczyni pozyskanie klienta zainteresowanego produktami finansowymi tańszym, co pozwala na zwiększenie dochodów osiąganych przez firmę. Spółka rozpoczęła działania ukierunkowane na stworzenie naziemnych sieci sprzedaży wykorzystujących aplikację „ComperiaLead Mobile” do generowania sprzedaży.
- optymalizacja działań SEO ukierunkowanych na stronę Comperia.pl, jak i inne portale poprzez optymalizację kodu stron i domen należących do Spółki i linkujących do strony Comperia.pl oraz tworzenie programów w celu kontroli optymalizacji,
- rozwój modułu ubezpieczeniowego w ramach programu partnerskiego „ComperiaLead” umożliwiającego włączanie na stronach partnerów porównywarek produktów ubezpieczeniowych,
- stworzenie strony na domenę banki.onet.pl dopasowanej do szczególnych wymogów Grupy Onet w ramach nowo rozpoczętej współpracy z Grupą Onet.pl w ramach programu „ComperiaLead”.

Wyżej opisane prace rozwojowe zmierzające do stworzenia nowych rozwiązań i aktualizacji bądź rozbudowy rozwiązań już istniejących Spółka prowadzi w oparciu o

zasoby własne i ponosi koszty ich wytworzenia, w tym w szczególności koszty wynagrodzeń pracowników z działu IT. Prowadzone przez Spółkę prace rozwojowe są ukierunkowane na przyniesienie Spółce korzyści ekonomicznych w przyszłości. Wobec tego zgodnie z MSSF, a w szczególności zgodnie z zasadą proporcjonalności przychodów i kosztów, koszty zakończonych prac rozwojowych są początkowo ujmowane według kosztu wytworzenia jako wartości niematerialne i prawne, a następnie amortyzowane zgodnie z przewidywanym przez Spółkę okresem użytkowania danego. Znaczny udział wartości niematerialnych i prawnych (w szczególności kosztów zakończonych prac rozwojowych) w aktywach ogółem jest typowy dla spółek związanych z branżą internetową.

Największe inwestycje w ostatnim okresie wynikały z dynamicznej rozbudowy skali działalności Spółki i ukierunkowane były na poszerzenie wachlarza oferowanych produktów, aktualizację i rozbudowę posiadanych serwisów, stworzenie nowej odsłony i rozbudowę programu partnerskiego „ComperiaLead”, rozwój sprzedaży produktów ubezpieczeniowych oraz realizację działań zmierzających do budowania stabilnych i bezpiecznych pozycji istniejących i nowotworzonych portali Spółki w wyszukiwarkach internetowych.

### **5..1 Ocena możliwości realizacji zdarzeń inwestycyjnych, w porównaniu do wielkości środków**

W 2013 r. Comperia.pl S.A. finansowała inwestycje ze środków własnych oraz zewnętrznych pozyskanych w ramach emisji akcji serii E. Pozyskane finansowanie zewnętrzne oraz środki własne Spółki zapewniają realizację zadań inwestycyjnych Spółki.

## **6. Zdarzenia istotnie wpływające na działalność jednostki, jakie wystąpiły w roku obrotowym, a także po jego zakończeniu, w tym istotne zawarte umowy**

### **6..1 Rozwój „ComperiaLead”**

Program Partnerski „ComperiaLead” w minionym roku podlegał dalej dynamicznemu rozwojowi. Na koniec roku liczba partnerów, którzy byli zarejestrowani w systemie, wynosiła ponad 2,5 tys. w porównaniu do 1400 na koniec 2012 roku.

Program Partnerski umożliwia Spółce generowanie „leadów”, a co za tym idzie również przychodów na portalach zewnętrznych. Partnerzy zarejestrowani w „ComperiaLead” mogą pobierać kody porównywarek oraz kalkulatorów należących do Spółki, a następnie wklejać je do swoich stron internetowych. W niektórych przypadkach Spółka dokonuje indywidualnych implementacji narzędzi ComperiaLead. W obu przypadkach zainstalowane kalkulatory i porównywarki są źródłem „leadów”, które Spółka przekazuje do swoich kontrahentów.

Spółka zamierza dalej inwestować w rozwój „ComperiaLead” (zarówno w wersji stacjonarnej, jak i w wersji mobilnej), by jego pozycja konkurencyjna była nadal korzystna

### **6..2 Dotacje unijne**

Spółka w roku 2013 uzyskała trzy pozytywne decyzje odnośnie wsparcia unijnego dla swoich projektów inwestycyjnych. Projekty, które otrzymały dofinansowanie to:

- Integracja systemu informatycznego Comperia.pl S.A. (bezpośrednio systemu Comperia Ubezpieczenia i aplikacji POK) z systemami Partnerów. Wartość przyznanej dotacji: 651 145,50 zł.

Integracja systemu Comperia Ubezpieczenia z systemami ubezpieczalni, firmy wyceniającej samochody i firmy wykonującej dokumentację fotograficzną. Wartość przyznanej dotacji: 806 610 zł

- Integracja systemu informatycznego Comperia Agent z systemami informatycznymi dostawców i odbiorców leadów”. Wartość przyznanej dotacji: 1 493 460 zł.

Wsparcie unijne zwiększ efektywność prowadzonych projektów oraz podkreśla innowacyjność prowadzonych przez Spółkę prac rozwojowych. Comperia.pl S.A. zamierza dalej aktywnie pozyskiwać środki pochodzące z dotacji Unii Europejskiej.

### **6.3 Zakończenie prac rozwojowy i oddanie do użytku Comperia Agent**

Najważniejszym projektem realizowanym i rozwijanym w 2013 roku była budowa innowacyjnej aplikacji Comperia Agent adresowanej do multiagentów oraz multiagencji ubezpieczeniowych. Podstawowym celem aplikacji jest umożliwienie agentom ubezpieczeniowym porównywanie taryf ubezpieczeniowych różnych towarzystw i wystawianie polis z poziomu jednego panelu, bez konieczności korzystania z pojedynczych, oddzielnych systemów towarzystw ubezpieczeniowych. Aplikacja wykorzystuje technologię mobilną oraz umożliwia korzystanie z dodatkowych usług oferowanych przez Comperia.pl S.A. W oparciu o aplikację Comperia Agent Spółka rozpoczęła w IV kwartale 2013 roku budowę sieci własnych agentów ubezpieczeniowych oraz sprzedaż aplikacji w formie opłaty licencyjnej za użytkowanie.

Projekt Comperia Agent był realizowany w ramach umowy o dofinansowanie zawartej z PARP (rap. bieżący 21/2013) i zgodnie z jej zapisami został zakończony 30 września 2013 roku. W związku z tym Spółka otrzymała refundację z tytułu zrealizowania tego projektu w kwocie 651.145,50 zł, w IV kwartale 2013 roku.

Projekt Comperia Agent będzie podlegał dalszemu rozwojowi zarówno w obszarze dostępnych produktów (w szczególności kolejne typy ubezpieczeń – obecnie obsługuje ubezpieczenia komunikacyjne), dostępnych towarzystw ubezpieczeniowych, ale również nowych funkcjonalności mających służyć zwiększaniu atrakcyjności aplikacji dla branży ubezpieczeniowej.

### **6.4 Sytuacja na rynku reklamy internetowej**

Zgodnie z danymi przedstawionymi w raporcie IAB Polska/PwC AdEx wartość wydatków na reklamę internetową osiągnęła w 2013 roku poziom 2,4 mld zł, co stanowiło wzrost o 200 mln zł w stosunku do 2012 roku. Dynamika wzrostu reklamy internetowej powinna zostać utrzymana również w 2014 roku. Z uwagi na fakt, że większość przychodów ze sprzedaży Spółka generuje z reklamy internetowej, powyższe dane wspierają realizację przyjętej strategii Spółki.

### **6.5 Optymalizacja kosztowa prowadząca do zahamowania wzrostu kosztów usług świadczonych przez Google dla Spółki**

Obecnie Spółka prowadzi ścisły monitoring efektywności i opłacalności wydatków na SEM ponoszonych na rzecz Google i systematycznie porównuje koszty związane z tymi usługami

z przychodami, które uzyskuje dzięki nim. Obecnie realizowany projekt optymalizacji

kosztowej ma celu zahamowanie lub zmniejszenie tempa wzrostu kosztów działań promocyjnych ponoszonych na rzecz Google przy jednoczesnym oczekiwaniu wzrostu skali działalności i wolumenu sprzedaży. Projekt ten obejmuje działania ukierunkowane na zwiększenie konwersji reklam portali Spółki zamieszczanych w płatnych, wyróżnionych strefach wyników wyszukiwania wyszukiwarki „Google” oraz rezygnację z opłacania wyrażen i reklam o niskim wskaźniku konwersji. Realizacja projektu odbywa się m. in. poprzez wprowadzanie zmian w projektach portali i stron należących do Spółki (w tym w szczególności portalu Comperia.pl) oraz budowę podstron dedykowanych określonym kampaniom reklamowym.

## **6..6 Przeniesienie notowań akcji Spółki na główny parkiet GPW**

W dniu 25 marca 2014r. notowania Spółka przeniosła notowania swoich akcji z rynku NewConnect na główny parkiet Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie. Debiut poprzedziła emisja 575 tys. akcji serii F, które zostały objęte po cenie 20 zł każda przez inwestorów indywidualnych oraz instytucjonalnych.

## **7. Istotne umowy**

### **7..1 Powołanie Comperia Ubezpieczenia Sp. z o.o.**

Zarząd w dniu 17 maja 2013 roku podpisał akt założycielski, na mocy którego został powołany nowy podmiot zależny pod nazwą Comperia Ubezpieczenia Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie. Przedmiotem działalności spółki Comperia Ubezpieczenia Sp. z o.o. jest obsługa sprzedaży produktów ubezpieczeniowych w formule offline.

### **7..2 Umowa z portalem Onet.pl.**

W dniu 10 czerwca 2013 roku Spółka złożyła podpisy na sygnowanej już przez drugą stronę umowie z Grupa Onet.pl S.A.. Umowa została zawarta na okres minimum jednego roku. Szacowana roczna wartość umowy wynosi 500 tys. zł. Umowa przewiduje, że Comperia wdroży na odświeżonym serwisie banki.onet.pl narzędzia umożliwiające internautom porównanie i skorzystanie z ofert banków. Dodatkowo Comperia będzie odpowiedzialna za dostarczanie Onetowi do publikacji aktualnych materiałów z zakresu finansów osobistych, w szczególności rankingów produktów bankowych. W ten sposób Comperia uzyska dostęp do użytkowników poszukujących produktów finansowych na największym portalu w Polsce.

### **7..3 Umowa najmu powierzchni biurowej**

W dniu 28 czerwca 2013 roku Zarząd Spółki podpisał umowę z Polcom Investment Sp. z o.o. (Wynajmujący) na najem powierzchni biurowej. Umowa została zawarta na okres 5 lat. Zdaniem Zarządu szacunkowa wartość umowy w okresie 5 lat, zawierająca czynsz oraz opłaty eksploatacyjne wyniesie 2.100 tys. zł, co przekracza 20% kapitałów własnych Emitenta. Umowa najmu nowego biura o 1,5-krotnie większej powierzchni biurowej wynika z dynamicznego rozwoju Spółki, w tym powołania spółki zależnej Comperia Ubezpieczenia Sp. z o.o. i rozwoju sekcji porównywania ubezpieczeń.

#### **7..4 Umowy z PARP na dofinansowanie**

W dniu 26 listopada 2013 roku Spółka podpisała dwie umowy o dofinansowanie z Polską Agencją Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka.

Pierwsza umowa dotyczy realizacji Projektu: "Integracja systemu Comperia Ubezpieczenia z systemami ubezpieczalni, firmy wyceniającej samochody, i firmy wykonującej dokumentację fotograficzną" w ramach Działania 8.2. "Wspieranie wdrażania elektronicznego biznesu typu B2B"

-

Program Operacyjna Innowacyjna Gospodarka. Emitent w oparciu o rozbudowę aplikacji Comperia Agent chce budować sieć agentów ubezpieczeniowych. Umowa o dofinansowanie opiewa na kwotę 806.610 zł, cała wartość projektu wynosi 1.115.230 zł

Druga umowa dotyczy realizacji Projektu: "Integracja systemu informatycznego Comperia Agent z systemami informatycznymi dostawców i odbiorców „leadów” w ramach Działania 8.2. "Wspieranie wdrażania elektronicznego biznesu typu B2B" - Program Operacyjna Innowacyjna Gospodarka.

Umowa o dofinansowanie opiewa na kwotę 1.493.460 zł, wartość całego projektu wynosi 2.986.920 zł.

### **8. Czynniki mogące mieć wpływ na wyniki osiągnięte w roku 2014**

#### **8..1 Wdrożenie nowych porównywarek**

W związku z realizacją strategii rozwoju Spółka planuje wdrożenie w 2014 roku nowych porównywarek na swojej domenie internetowej. Nowe narzędzia będą umożliwiały m.in. porównanie cen telefonii komórkowej oraz prądu. Wejście w nowe obszary produktowe pozwoli Spółce uzyskiwać przychody z segmentu reklamy internetowej, w którym reklamodawcą jest instytucja pozafinansowa. Implementacja nowych kalkulatorów umożliwi dotarcie do internatów, którzy pragną porównać ceny usług pozafinansowych. To znacząco zwiększa potencjał wzrostu oglądalności portali należących do Spółki a tym samym potencjał wzrostu przychodów. Już w roku 2013 Spółka zaczęła generować leady na produkty pozabankowe.

#### **8..2 Wzrost skali działania**

Spółka znajduje się w fazie dynamicznego wzrostu. Oprócz zwiększania sprzedaży w ramach istniejących grup produktów Spółka podjęła prace nad wytworzeniem unikalnych rozwiązań informatycznych w zakresie wsparcia sprzedaży i zarządzania siecią agentów, które następnie zamierza wdrożyć w ramach rozpoczęcia działalności z sektorze ubezpieczeniowym. Strategia Spółki zakłada również rozszerzanie oferowanych usług IT o wdrożenia stosowanych przez Spółkę technologii informatycznych w bankach i towarzystwach ubezpieczeniowych. Ponadto Spółka zamierza uzupełniać swoją ofertę o nowe sekcje produktowe, w tym produkty finansowe (np. faktoring) i niefinansowe (oferty operatorów telefonii komórkowej, dostawców prądu, dostawców Internetu i telewizji kablowej), co również jest ukierunkowane na dywersyfikację źródeł oglądalności i przychodów oraz w efekcie ma doprowadzić do wzrostu przychodów ze sprzedaży.



### **8.3 Rozwój działalności ubezpieczeniowej**

Spółka nadal będzie bardzo dynamicznie rozwijać działalność ubezpieczeniową. Działania w tym zakresie będą skupiać się zarówno na obszarze porównywania i sprzedaży polis ubezpieczeniowych online i offline, jak i sprzedaży aplikacji Comperia Agent w formie licencji.

### **8.4 Rozwój „ComperiaLead”**

„ComperiaLead” będzie nadal ważnym ogniwem w realizacji wzrostu przychodów ze sprzedaży Spółki. Głównym obszarem inwestycji w programie partnerskim będzie rozwój dostępnych porównywarek w systemie (w tym porównywarek produktów pozafinansowych), wzrost liczby aktywnych partnerów, wzrost liczby generowanych „leadów” oraz rozwój aplikacji ComperiaLead Mobile, która umożliwia partnerom korzystanie z systemu na różnego rodzaju urządzeniach przenośnych. Dzięki ComperiaLead Mobile powiększa się znacząco grono potencjalnych partnerów, którzy mogą stać się źródłem wartościowych „leadów” dla Comperia.pl S.A. Ważnym czynnikiem mającym wpływ na rozwój programu „ComperiaLead” będzie integracja systemu partnerskiego z aplikacją Comperia Agent. Taka kompilacja umożliwi generowanie „leadów” na produkty bankowe oraz pozabankowe przez agentów ubezpieczeniowych działających w sieci Comperia.pl oraz korzystających z aplikacji na zasadzie licencji.

### **8.5 Poprawiająca się sytuacja makro i na rynku reklamy internetowej**

W ocenie Zarządu Spółki pozytywne tendencje w polskiej i światowej gospodarce, niskie stopy procentowe oraz rosnące wydatki w kanale reklamy internetowej będą w dużym stopniu wspierać wyniki osiągnięte przez Spółkę.

### **8.6 Pozyskanie środków z emisji akcji serii F**

Spółka w lutym 2014 roku pozyskała 11,5 mln zł brutto z emisji akcji serii F na realizację przyjętej strategii. Dzięki tym wpływom Spółka może realizować dynamicznie przyjęty plan rozwoju oraz utrzymywać dynamiki wzrostu poszczególnych pozycji bilansu i rachunku zysków i strat.

## **9. Działalność Comperia.pl S.A.**

### **9.1 Główne rynki działalności, główni odbiorcy i dostawcy**

#### **Rynek działalności Spółki**

Działalność Spółki polega na prowadzeniu portali internetowych o tematyce finansowej, w szczególności porównywarek produktów finansowych. Portale te umożliwiają internautom porównywanie produktów finansowych oferowanych w danej chwili przez instytucje finansowe i wybór najkorzystniejszej oferty. W przypadku zainteresowania internauta danym produktem finansowym oferowanym przez konkretną instytucję finansową, internauta poprzez formularz ma możliwość pozostawienia swoich danych kontaktowych, co umożliwi instytucji finansowej kontakt z internautą i sfinalizowanie transakcji (tzw. „lead”). Instytucje finansowe za otrzymywanie „leadów” płać Spółce prowizję wynoszącą zazwyczaj kilkadziesiąt złotych. Prowizja płacona Spółce przez instytucje finansowe nie zależy od tego czy po kontakcie instytucji finansowej z

internautą zdecyduje się on na sfinalizowanie transakcji, ani też nie ma charakteru procentowego.

Na portalach internetowych prowadzonych przez Spółkę porównywane są następujące produkty finansowe:

- produkty kredytowe, takie jak kredyty gotówkowe, kredyty hipoteczne, kredyty samochodowe, karty kredytowe, leasing, tzw. pożyczki „chwilówki” oraz kredyty dla firm. Kryterium służącym do porównania produktów kredytowych (po uprzednim podaniu przez internautę takich danych, jak kwota kredytu czy okres spłaty) jest rzeczywista roczna stopa oprocentowania.
- produkty lokacyjne, takie jak lokaty, konta osobiste, plany systematycznego oszczędzania, fundusze inwestycyjne. Porównywanie lokat dokonuje się w oparciu o oferowane oprocentowanie, porównywanie kont osobistych dokonuje się w oparciu o koszty prowadzenia konta oraz o oferowane przez banki premie, porównywanie produktów inwestycyjnych dokonuje się w oparciu o historyczne stopy zwrotu.
- produkty ubezpieczeniowe, takie jak ubezpieczenia komunikacyjne (OC, AC), ubezpieczenia mieszkań pod kredyt. Porównywanie ubezpieczeń jest relatywnie bardziej skomplikowane w porównaniu do porównania innych produktów finansowych, gdyż wymaga podania wielu danych. Przykładowo chcąc porównać ubezpieczenie OC pojazdu, internauta musi podać wiele danych, takich, jak marka pojazdu, model pojazdu, pojemność silnika, rok produkcji, numer silnika. Podanie wszystkich szczegółowych danych pozwala jednak internaucie na zakup danego ubezpieczenia przez portal prowadzony przez Spółkę.

Poza oferowaniem przez Spółkę reklamy efektywnościowej, tj. pozyskiwaniem dla instytucji finansowych klientów potencjalnie zainteresowanych danymi produktami finansowymi, Spółka oferuje również instytucjom finansowym reklamę wizerunkową, tj. reklamy w formie banerów na stronach internetowych porównywarek.

Głównym portalem Spółki jest „Comperia.pl”. W celu zwiększenia wielkości pozyskiwanego ruchu internetowego oraz ograniczenia ryzyka uzależnienia się od wyszukiwarek internetowych Spółka posiada również inne portale o tematyce finansowej. Należące do Spółki portale internetowe to:

- „Comperia.pl” to pierwsza w Polsce porównywarka finansowa. Porównywarka ta codziennie analizuje i aktualizuje oferty ponad tysiąca produktów finansowych takich jak: kredyty gotówkowe, kredyty hipoteczne, kredyty samochodowe, karty kredytowe, leasing, faktoring, tzw. pożyczki „chwilówki”, kredyty dla firm, lokaty, konta osobiste, plany systematycznego oszczędzania, fundusze inwestycyjne, produkty ubezpieczeniowe. Ponadto pracownicy Spółki przygotowują liczne artykuły, raporty, rankingi, poradniki, komentarze analizujące dostępne na rynku produkty finansowe. Na portalu umieszczane są również wywiady z ważnymi osobistościami świata biznesu, a także prezentowane są informacje gospodarcze.
- „eHipoteka.com” to pierwsza w Polsce internetowa wyszukiwarka kredytów hipotecznych. Portal ten dostarcza internautom wiedzy o kredytach hipotecznych. „eHipoteka.com” pozwala szybko i precyzyjnie wyszukać najlepsze oferty kredytowe dla celów sfinansowania zakupu nieruchomości. Na portalu można dowiedzieć się, jak przebiega proces uzyskania kredytu hipotecznego od złożenia wniosku do chwili wypłaty pieniędzy, uzyskać dokładną listę dokumentów wymaganych przez dany bank w związku z finansowaniem zakupu nieruchomości oraz dokonać szacunkowej oceny zdolności kredytowej.
- „Banki.pl” to portal poświęcony tematyce finansowej, skierowany zarówno do klientów indywidualnych, jak i firm. Na stronie znajdują się wyszukiwarki:

placówek bankowych, bankomatów i doradców finansowych. Ponadto na portalu prezentowane są informacje prasowe dotyczące banków, towarzystw funduszy inwestycyjnych, firm leasingowych i doradztwa finansowego. Umieszczone na stronie kalkulatory finansowe pozwalają internautom obliczyć : maksymalną wartość kredytu, raty kredytu, bezpieczną kwotę kredytu, zaległości podatkowe i odsetki, wysokość składki ZUS, wynagrodzenie na okres urlopu, ryczałt samochodowy i inne.

- „[Autoa.pl](#)” to portal finansowy poświęcony rynkowi motoryzacyjnemu. Na portalu znajduje się porównywarka kredytów samochodowych. Autorzy na bieżąco śledzą rynek samochodowy oraz prezentują różne sposoby finansowania zakupu samochodu. Ponadto portal zawiera bazę kilkudziesięciu tysięcy ofert sprzedaży samochodów.
- „[Kontoteka.pl](#)” to portal finansowy poświęcony rachunkom bankowym. Na stronach portalu znajduje się porównywarka kont osobistych i oszczędnościowych oferowanych klientom indywidualnym.
- „[Comperialead.pl](#)” to witryna odpowiedzialna za obsługę partnerów Comperia.pl w ramach programu partnerskiego „ComperiaLead”. Program „ComperiaLead” polega na udostępnieniu przez Spółkę właścicielom witryn internetowych oprogramowania w celu stworzenia przez nich na swoich stronach internetowych sekcji prezentującej porównania produktów finansowych. Sekcje te są firmowane przez markę „Comperia” oraz koherentne z porównywarkami produktów finansowych dostępnych na portalu „Comperia.pl”. W przypadku zdecydowania się przez internautę na wybraną ofertę produktu finansowego i pozostawieniu przez niego swoich danych kontaktowych Spółka dzieli się wynagrodzeniem, które otrzymuje z tego tytułu od sprzedawcy danego produktu finansowego zazwyczaj w 50%. Wśród partnerów programu „ComperiaLead” znajdują się tak znane serwisy jak „Wyborcza.biz”, „Onet.pl” czy „Forbes.pl”. Dzięki programowi „ComperiaLead” internauci mogą korzystać z porównywarek stworzonych przez Spółkę nie tylko na swoich własnych portalach, ale również na portalach partnerów programu „ComperiaLead”.

Portale internetowe prowadzone przez Spółkę mają na celu dostarczanie internautom narzędzi do podejmowania decyzji finansowych w celu wyboru najlepszych produktów finansowych, dostarczenie informacji umożliwiających korzystanie z ofert instytucji finansowych, a także treści o charakterze poradnikowym z zakresu finansów osobistych. Spółka posiada własną redakcję artykułów ekonomicznych i systematycznie buduje bazy danych o ofercie instytucji finansowych dla klientów indywidualnych i firm oraz dokonuje na tej podstawie analiz na potrzeby mediów.

Dodatkowo Spółka świadczy również usługi IT polegające m.in. na podnajmie zasobów informatycznych Spółki, tworzeniu stron www, wdrażaniu technologii ComperiaLead.

## 9..2 Główni klienci

Do największych klientów Spółki należą domy mediowe (np. Sales & More, Starcom, TradeDoubler), banki (np. BGŻ, Credit Agricole, ING Bank Śląski, PKO BP, Santander Consumer Bank), pośrednicy finansowi (np. Dom Kredytowy Notus, Expander Advisors).

Domy mediowe płacą Spółce za wygenerowanie odpowiedniej ilości „leadów” („lead” oznacza dane przekazane instytucji finansowej i przez nią zaakceptowane uzyskane w wyniku wypełnienia przez internautę na stronach porównywarki produktów finansowych formularza z prośbą o kontakt ze strony danej instytucji finansowej). Należy jednak

zaznaczyć, że domy mediowe pełnią jedynie rolę pośrednika pomiędzy Spółką a instytucjami finansowymi, najczęściej bankami, które prezentują swoje produkty finansowe w porównywarkach Spółki.

Część banków nie korzysta z pośrednictwa domów mediowych i bezpośrednio współpracuje ze Spółką przy przeprowadzaniu reklamowych kampanii efektywnościowych oraz wizerunkowych.

Kolejną grupą klientów Spółki są pośrednicy finansowi. Oferty tej grupy klientów również pojawiają się w rankingach prezentowanych przez portale posiadane przez Spółkę. Dodatkowo, w przypadku zainteresowania internauty produktem finansowym oferowanym przez inny podmiot (bank) w formularzu służącym do pozostawienia danych kontaktowych przez internautę znajduje się również sekcja, w której internauta może wyrazić zainteresowanie, aby skontaktowali się z nim pośrednicy finansowi. W przypadku wyrażenia przez internautę zainteresowania kontaktem z pośrednikiem finansowym Spółka otrzymuje wynagrodzenie od pośrednika finansowego.

### 9.3 Główni dostawcy

Ze względu na usługowy charakter prowadzonej przez Spółkę działalności w łącznych kosztach usług obcych oraz zużycia materiałów i energii, dominującą rolę odgrywa ta pierwsza kategoria. W zakresie kosztów usług obcych najbardziej znaczącą kategorią kosztów pod względem wartości są koszty SEM (ang. search engine marketing). Są to koszty ponoszone przez Spółkę na rzecz Google w związku ze świadczeniem przez Google na rzecz Spółki usługi polegającej na umieszczaniu portali Spółki w płatnych, wyróżnionych strefach wyników wyszukiwania wyszukiwarki „Google”. Opłata na rzecz Google nie jest stała, lecz uzależniona od liczby internautów, którzy weszli na portale internetowe Spółki za pośrednictwem promowanej przez wyszukiwarkę „Google” wyróżnionych stref wyników wyszukiwania. Spółka prowadzi ścisłą kontrolę zarządczą tego procesu i systematycznie kontroluje, ilu spośród internautów, którzy weszli na portale Spółki za pośrednictwem stref wyróżnionych, wyraziło następnie zainteresowanie jedną z ofert znajdujących się na portalach Spółki poprzez pozostawienie swoich danych z prośbą o kontakt ze strony danej instytucji finansowej. Spółka porównuje systematycznie koszty związane z tymi usługami z przychodami, które uzyskuje dzięki nim.

Drugą najbardziej istotną kategorią kosztową w zakresie kosztów usług obcych są koszty związane z prowadzonym przez Spółkę programem partnerskim „ComperiaLead”. Program „ComperiaLead” polega na udostępnieniu przez Spółkę właścicielom witryn internetowych oprogramowania, w celu stworzenia przez nich na swoich stronach internetowych sekcji prezentującej porównania produktów finansowych. Sekcje te są firmowane przez markę „Comperia” oraz koherentne z porównywarkami produktów finansowych dostępnych na portalu „Comperia.pl”.

W przypadku podjęcia decyzji przez internautę na wybraną ofertę produktu finansowego i pozostawieniu przez niego swoich danych kontaktowych, Spółka dzieli się wynagrodzeniem, które otrzymuje z tego tytułu od sprzedawcy danego produktu finansowego (bezpośrednio lub za pośrednictwem domu mediowego) zazwyczaj w 50%. W przychodach Spółki księgowana jest więc całość wynagrodzenia, które trafia do Spółki od sprzedawcy danego produktu finansowego, a ta część wynagrodzenia (zazwyczaj ok. 50%) którą Spółka przekazuje partnerowi programu „ComperiaLead” wykazywana jest w kosztach usług obcych jako koszty związane z programem partnerskim. W programie „ComperiaLead” aktywnych jest obecnie ponad tysiąc czterystu partnerów.

#### 9..4 Klienci i dostawcy, których udział w obrotach Spółki przekroczył 10 proc. przychodów

##### Klienci

Nazwa kontrahenta	Obroty za ostatnie 12 miesięcy w tys. zł	% udział w całości sprzedaży
Forward	2 041 zł	16%
Sales and More	1 449 zł	11%

##### Dostawcy

Nazwa kontrahenta	Obroty za ostatnie 12 miesięcy w tys. zł	% udział w całości sprzedaży
Forward	1 440 zł	14%
Google	1 007 zł	10%

#### 10. Strategia i perspektywy rozwoju Comperia.pl S.A.

Nadrzędnym celem strategii Spółki jest zwiększanie wartości dla akcjonariuszy poprzez dalsze umacnianie pozycji rynkowej oraz optymalizację modelu biznesowego, co Spółka zamierza osiągnąć poprzez zwiększanie pozyskiwanego ruchu internetowego oraz maksymalizację wskaźnika konwersji, rozpoczęcie działalności w zakresie sprzedaży ubezpieczeń, rozszerzenie portfela oferowanych produktów, a także rozwój programu partnerskiego „ComperiaLead”.

##### 10..1 Zwiększanie pozyskiwanego ruchu internetowego oraz maksymalizacja wskaźnika konwersji

Przychody i zyski Spółki w bezpośrednim stopniu zależą od ilości pozyskiwanego ruchu internetowego tj. liczby użytkowników Internetu wchodzących na portale Spółki oraz od współczynnika konwersji. Współczynnik konwersji określa jaką część internautów odwiedzających portale Spółki wyraża zainteresowanie danym produktem finansowym poprzez pozostawienie swoich danych, co umożliwia kontakt instytucji finansowej oferującej dany produkt finansowy z potencjalnym klientem.

Zwiększanie pozyskiwanego ruchu internetowego będzie się również odbywało poprzez zwiększenie intensywności działań typu „SEM” (ang. search engine marketing) polegające

na kupowaniu przez Spółkę od spółki Google usługi polegającej na umieszczaniu portali Spółki w płatnych, wyróżnionych strefach wyników wyszukiwania przeglądarki „Google”.

Spółka zamierza również zwiększać pozyskiwany ruch internetowy poprzez tworzenie tematycznych stron internetowych zawierających informacje o charakterze ekonomicznym, które cieszą się dużym zainteresowaniem internautów. Strony tego typu zawierają jednocześnie porównywarki produktów finansowych związanych z tematyką stworzonych stron tematycznych. Przykładem tego typu działań może być stworzenie przez Spółkę strony „www.mieszkanie-dla-mlodych.pl” po podaniu przez rząd informacji o planach wprowadzenia programu mieszkaniowego „Mieszkanie dla młodych”. Na stronie „www.mieszkanie-dla-mlodych.pl”, oprócz informacji o programie, znajdują się również porównywarki kredytów hipotecznych.

### **10..2 Stworzenie ogólnopolskiej multiagencji ubezpieczeniowej**

Strategia rozwoju Spółki zakłada rozpoczęcie działalności w zakresie sprzedaży ubezpieczeń zarówno poprzez Internet (obecnie istnieje taka możliwość na portalu Comperia.pl lecz nie w pełnym zakresie), jak i poprzez kanał tradycyjny (sieć agentów). W tym celu trwają obecnie zaawansowane prace nad stworzeniem aplikacji informatycznej, dzięki której możliwe będzie porównywanie ubezpieczeń dostępnych na rynku, a następnie poprzez aplikację zawarcie umowy ubezpieczeniowej z wybranym towarzystwem ubezpieczeniowym. Dzięki stworzeniu aplikacji i jej wdrożeniu, Spółka uzyska unikalne możliwości integracji z systemami podmiotów współpracujących ze Spółką w zakresie sprzedaży ubezpieczeń (towarzystwa ubezpieczeniowe, multiagencje ubezpieczeniowe, doradcy finansowi, podmioty wspierające sprzedaż ubezpieczeń). Do chwili obecnej aplikacja taka nie powstała na rynku polskim, pomimo funkcjonowania podobnych rozwiązań głównie w krajach Europy Zachodniej. Trudność w stworzeniu ubezpieczeniowej aplikacji informatycznej polega na znacznej ilości parametrów, które muszą zostać porównane w celu wybrania najkorzystniejszej oferty, a także na konieczności zintegrowania aplikacji z systemami informatycznymi zakładów ubezpieczeń oraz z systemami innych podmiotów, z którymi będzie współpracował w zakresie sprzedaży ubezpieczeń. Na chwilę obecną, Spółka ma podpisane umowy z prawie wszystkimi liczącymi się towarzystwami ubezpieczeniowymi, działającymi na polskim rynku, w zakresie możliwości porównywania oferty tych towarzystw z ofertami konkurencyjnych towarzystw, a także w zakresie możliwości zawierania umów ubezpieczeniowych poprzez aplikację internetową. Prace nad aplikacją są obecnie finalizowane.

W oparciu o aplikację ubezpieczeniową, Spółka planuje rozpocząć sprzedaż ubezpieczeń zarówno w kanale tradycyjnym poprzez sieć agentów ubezpieczeniowych, jak i poprzez Internet. Początkowo Zarząd Spółki rozważał dokonanie akwizycji funkcjonującej już multiagencji ubezpieczeniowej, lecz ostatecznie zdecydowano się na stworzenie własnej multiagencji ubezpieczeniowej. Działalność Spółki w zakresie sprzedaży ubezpieczeń w ramach sieci agencyjnej będzie koncentrowała się wokół wydzielonej do tej działalności spółki, która została założona w maju 2013 roku – Comperia Ubezpieczenia. Comperia.pl S.A. widnieje w Rejestrze Agentów Ubezpieczeniowych począwszy od 24 kwietnia 2012 roku. W ramach realizacji strategii w zakresie rozpoczęcia działalności polegającej na sprzedaży ubezpieczeń Spółka planuje również rozwój infrastruktury wewnętrznej (tzw. „back office”), a także zbudowanie zespołu odpowiedzialnego za sprzedaż ubezpieczeń,

co będzie wymagało rekrutacji agentów posiadających już doświadczenie zawodowe w tym zakresie. Zarząd Spółki wyraża przekonanie, że istotnym aspektem, który będzie przemawiał za nawiązaniem współpracy agentów ubezpieczeniowych ze Spółką będzie nowatorska aplikacja informatyczna, która znacznie usprawni pracę agentów. W modelu tradycyjnym, bez użycia aplikacji informatycznej, praca agentów ubezpieczeniowych w znacznym stopniu obciążona jest pracą nad dokumentami w formie papierowej, co związane jest z takimi czynnościami jak przygotowanie oferty, przygotowanie dokumentacji do polisy, przyjęcie wpłaty, wystawienie polisy, przesłanie podpisanej przez klienta polisy do towarzystwa ubezpieczeniowego, wyliczenie należnej prowizji w danym okresie, wystawienie rachunku do towarzystwa ubezpieczeniowego, pobranie raportu prowizyjnego od towarzystwa ubezpieczeniowego, weryfikacja sprzedaży własnej z raportem prowizyjnym od towarzystwa ubezpieczeniowego, rozliczenie rozbieżności. Aplikacja informatyczna tworzona przez Spółkę w znacznym stopniu uprości i zautomatyzuje te procesy. Spółka zamierza także zachęcić agentów ubezpieczeniowych do współpracy poprzez system atrakcyjnych prowizji, a także dostępem do klientów (internauci, którzy wybiorą dla siebie atrakcyjną ofertę ubezpieczeniową za pośrednictwem porównywarki ubezpieczeniowej dostępnej na stronach internetowych portalu „Comperia.pl”, a którzy nie będą chcieli kupić ubezpieczenia poprzez Internet będą kontaktowani z agentami ubezpieczeniowymi współpracującymi ze Spółką).

Zarząd Spółki jest przekonany, że zgodnie z trendem panującym w Europie Zachodniej, coraz większa część ubezpieczeń będzie kupowana przez klientów bezpośrednio przez Internet. Część osób zainteresowanych zawarciem umowy ubezpieczeniowej woli jednak korzystać z tradycyjnego kanału dystrybucji produktów ubezpieczeniowych tj. poprzez bezpośredni kontakt z agentami ubezpieczeniowymi. Celem Zarządu Spółki jest zatem zbudowanie multiagencji ubezpieczeniowej łączącej sprzedaż produktów ubezpieczeniowych poprzez Internet ze sprzedażą produktów ubezpieczeniowych przez agentów.

### **10..3 Rozszerzenie portfela oferowanych usług**

Dotychczasowa działalność Spółki koncentrowała się na świadczeniu usług w zakresie porównywania produktów finansowych. Strategia Spółki zakłada rozszerzenie portfela oferowanych usług

o możliwość porównywania usług o charakterze niefinansowym. W szczególności Spółka zamierza rozpocząć działalność polegającą na porównywaniu ofert:

- operatorów telefonii komórkowej,
- dostawców prądu,
- dostawców Internetu,
- dostawców telewizji kablowej,

Porównywarki wyżej wymienionych usług niefinansowych są popularne w krajach Europy Zachodniej. W Polsce na chwilę obecną nie istnieje rozbudowany rynek polegający na porównywaniu tego typu usług. W ocenie zarządu Spółki, w dobie coraz większej konkurencyjności oraz świadomości konsumentów, a także rosnącego dostępu do

Internetu i coraz większej digitalizacji coraz liczniejszych sfer życia rynek porównywania usług niefinansowych stanie się popularny również w Polsce.

Strategia Spółki zakłada również rozszerzenie portfela oferowanych usług IT. Dotychczas Spółka świadczyła usługi IT polegające m.in. na podnajmie zasobów informatycznych Spółki, tworzeniu stron www, wdrażaniu technologii „ComperiaLead”. Planowane rozszerzenie portfela oferowanych usług informatycznych jest związane m.in. z rozpoczęciem działalności z sektora ubezpieczeniowym. Spółka zamierza czerpać przychody z tytułu opłat za użytkowanie aplikacji ubezpieczeniowej, która została szerzej opisana w elemencie strategii „Stworzenie ogólnopolskiej multiagencji ubezpieczeniowej”. Docelową grupą odbiorców aplikacji ubezpieczeniowej stworzonej przez Spółkę są osoby wykonujące czynności agencyjne w zakresie ubezpieczeń. Zgodnie z szacunkami Zarządu w Polsce funkcjonuje 152 tysiące osób wykonujących czynności agencyjne w zakresie ubezpieczeń. Spółka posiada już podpisanych kilkanaście umów z osobami wykonującymi czynności agencyjne w zakresie ubezpieczeń oraz finalizuje negocjacje z kilkoma multiagencjami ubezpieczeniowymi w zakresie odpłatnego udostępnienia im stworzonej aplikacji ubezpieczeniowej.

Strategia Spółki w zakresie rozszerzania oferowanych usług IT zakłada również generowanie przychodów z tytułu wdrożeń stosowanych przez Spółkę technologii informatycznych w bankach i towarzystwach ubezpieczeniowych (obecnie trwają negocjacje w zakresie realizacji tego typu projektu dla jednego z towarzystw ubezpieczeniowych).

#### **10.4 Rozwój programu partnerskiego „ComperiaLead”**

Strategia Spółki zakłada dalszy rozwój programu partnerskiego „ComperiaLead” zarówno w wersji na komputery stacjonarne jak i w wersji na urządzenia mobilne („ComperiaLead Mobile”). Istotnym elementem rozwoju programu „ComperiaLead” jest pozyskiwanie nowych partnerów. W tym celu planowane jest zwiększenie zatrudnienia w dziale sprzedaży odpowiedzialnym za program partnerski. Dział ten powstał w 2011 roku. Obecnie jest w nim zatrudnionych 6 osób. Zwiększanie liczby partnerów programu „ComperiaLead” odbywać się również będzie poprzez program rekomendacyjny, który wprowadzany jest przez Spółkę w chwili obecnej. Zasady programu rekomendacyjnego przewidują, że w przypadku polecenia przez obecnego partnera programu „ComperiaLead” nowego partnera, podmiot polecający otrzymywać będzie określony procent wynagrodzenia prowizyjnego generowanego za pośrednictwem nowego partnera programu przez cały czas trwania współpracy z nowym partnerem.

Strategia Spółki zakłada również rozwój programu „ComperiaLead” na urządzenia mobilne takie jak „smartfony” czy „tablety” („ComperiaLead Mobile”). Prace nad aplikacją umożliwiającą udział w programie zakończyły się w lipcu 2013 roku. Dzięki tej aplikacji pośrednikiem finansowym może zostać każdy użytkownik urządzenia mobilnego działającego w systemie „iOS” lub „Android”. Docelowa grupa partnerów w programie „ComperiaLead Mobile” to studenci, niezależni doradcy finansowi, ale również brokerzy ubezpieczeniowi, sprzedawcy usług telefonii komórkowej czy telewizji kablowej. Dzięki aplikacji „ComperiaLead Mobile” partnerzy programu będą mogli za pomocą urządzeń mobilnych porównywać oferty produktów zarówno finansowych, jak



i niefinansowych i polecać je klientom, znajomym lub innym osobom potencjalnie zainteresowanym danym produktem, a po pozyskaniu przez nich danych kontaktowych potencjalnego klienta partnerzy programu będą otrzymywać połowę wynagrodzenia prowizyjnego należnego Spółce. Aplikacja „ComperiaLead Mobile” umożliwi także szybki kontakt z konsultantem Spółki oraz sprawdzanie na bieżąco, jaki zysk osiągnął jej użytkownik.

## **11. Transakcje z jednostkami powiązanymi**

Spółka w roku obrotowym zakończonym 31 grudnia 2013 roku była stroną transakcji z podmiotami powiązanymi, które we wskazanym okresie lub w jego części posiadały lub nadal posiadają taki status.

Wykaz podmiotów powiązanych, z którymi Spółka zawierała umowy w 2013 roku:

- spółka zależna od Spółki (Comperia Ubezpieczenia);
- akcjonariusze Spółki (Bartosz Michałek, Karol Wilczko);
- członkowie Zarządu (Bartosz Michałek, Karol Wilczko);
- Alertfinansowy.pl – spółka powiązana za akcjonariuszami Spółki

### **11..1 Umowa ramowej współpracy zawarta pomiędzy Spółką a Bartoszem Michałkiem**

W dniu 2 lipca 2013 roku Spółka zawarła z Bartoszem Michałkiem, Prezesem Zarządu, ramową umowę współpracy, której przedmiotem jest świadczenie usług, w tym przeniesienie autorskich praw majątkowych na rzecz Spółki, utworów wykonanych przez Bartosza Michałka.

Zgodnie z umową, z tytułu świadczenia usług Bartoszowi Michałkowi przysługuje wynagrodzenie w wysokości 17 000 pl netto, płatne miesięcznie, począwszy od lipca 2013 roku.

Ponadto, Bartosz Michałek, w zależności od warunków określonych w umowie, będzie również uprawniony do otrzymywania premii wypłacanej dwa razy do roku w 2013 roku oraz cztery razy do roku w następnych latach obrotowych.

Wartość premii, a także podstawowe warunki uzależniające wypłatę premii są ściśle określone w umowie.

### **11..2 Umowa ramowej współpracy zawarta pomiędzy Spółką a Karolem Wilczko**

W dniu 2 lipca 2013 roku Spółka zawarła z Karolem Wilczko, Wiceprezesem Zarządu, ramową umowę współpracy, której przedmiotem jest świadczenie usług, w tym przeniesienie autorskich praw majątkowych na rzecz Spółki, utworów wykonanych przez Karola Wilczko.

Zgodnie z umową, z tytułu świadczenia usług Karolowi Wilczko przysługuje wynagrodzenie w wysokości 17 000 zł netto, płatne miesięcznie, począwszy od lipca 2013 roku.

Ponadto, Karol Wilczko, w zależności od warunków określonych w umowie, będzie również uprawniony do otrzymywania premii wypłacanej dwa razy do roku w 2013 roku oraz cztery razy do roku w następnych latach obrotowych.

Wartość premii, a także podstawowe warunki uzależniające wypłatę premii są ściśle określone w umowie.

### **11.3 Umowa o współpracy pomiędzy Spółką a Comperia Ubezpieczenia**

W dniu 1 czerwca 2013 roku Spółka zawarła z Comperia Ubezpieczenia umowę współpracy, której przedmiotem jest stała współpraca pomiędzy Spółką, a Comperia Ubezpieczenia, zważywszy, że Spółka posiada strony internetowe umożliwiające dotarcie do użytkowników poszukujących ubezpieczeń komunikacyjnych i innych, natomiast Comperia Ubezpieczenia posiada zasoby ludzkie oraz odpowiednią wiedzę w zakresie polis ubezpieczeniowych i procesu ich sprzedaży.

Na podstawie przedmiotowej umowy, Spółka zobowiązała się do reklamy na stronach internetowych będących w posiadaniu Spółki, w tym: Comperia.pl, eHipoteka.com, banki.pl.

Comperia Ubezpieczenia zobowiązała się do dokonywania następujących usług na rzecz Spółki:

- doradztwa w zakresie działalności gospodarczej w obszarze rynku ubezpieczeniowego,
- szkolenia sprzedażowego i produktowego z zakresu ubezpieczeń komunikacyjnych i innych,
- negocjacji umów z towarzystwami ubezpieczeniowymi na rzecz Spółki,
- opracowywania planu współpracy ze Spółką.

W wyniku podpisanej umowy, Spółka oraz Comperia Ubezpieczenia, ustaliły sumę wzajemnych świadczeń na kwotę 100 000 zł miesięcznie.

### **11.4 Umowa podnajmu z dnia 16 października 2013 roku pomiędzy Spółką a Comperia Ubezpieczenia**

W dniu 16 października 2013 roku Spółka podpisała z Comperia Ubezpieczenia umowę podnajmu lokalu użytkowego, położonego w Warszawie przy ul. Konstruktorskiej 13 w wyniku czego Comperia Ubezpieczenia podnajęła od Spółki powierzchnię 100 m<sup>2</sup> i zobowiązała się do dokonywania odpowiednich opłat z tego tytułu na rzecz Spółki.

Comperia Ubezpieczenia jest również upoważniona do korzystania z pomieszczeń biurowych oraz powierzchni wspólnej użytkowanej przez Spółkę.

Podnajemca będzie płacił miesięcznie 13,30 euro za każdy metr podnajmowanej powierzchni użytkowej.

### **11.5 Umowa o wykonanie stron internetowych i przeniesienia autorskich prawa majątkowych pomiędzy Spółką a Comperia Ubezpieczenia**

W dniu 1 listopada 2013 roku Spółka zawarła z Comperia Ubezpieczenia umowę, której przedmiotem jest zaprojektowanie oraz wykonanie przez Spółkę na rzecz Comperia Ubezpieczenia stron internetowych comperiaagent.pl, comperiaubezpieczenia.pl, porownywarka.comperiaubezpieczenia.pl.

Na podstawie przedmiotowej umowy, Spółka zobowiązała się do wykonania m.in. analizy merytorycznej, projektu wstępnego, projektu interfejsu UX, prac graficznych, przygotowania dokumentacji technicznej, przygotowania dokumentacji finalnej, a także wdrożenia oraz uruchomienia stron internetowych stworzonych na rzecz Comperia Ubezpieczenia.

Na mocy umowy, Spółka przeniosła również całość autorskich praw majątkowych na zasadzie wyłączności do stworzonych przez Spółkę utworów w rozumieniu prawa autorskiego, tj. m.in. wymienionych powyżej stron internetowych.

Za wykonane usługi, Spółce przysługuje wynagrodzenie w kwocie 160 000 zł, powiększone o należny podatek od towarów i usług VAT.

Umowa weszła w życie z dniem 1 listopada 2013 roku i obowiązywała przez czas określony do dnia 10 stycznia 2014 roku.

#### **11..6 Umowa Pożyczki z Comperia Ubezpieczenia Sp. z o.o.**

W dniu 31 stycznia 2014 roku dodatkowo Spółka podpisała umowę pożyczki ze spółką zależną Comperia Ubezpieczenia Sp. z o.o.

Zgodnie z umową, Spółka („Pożyczkodawca”) udzieliła Comperia Ubezpieczenia („Pożyczkobiorca”) pożyczki w wysokości 1 300 000 zł, oprocentowanej na 5,00% w stosunku rocznym, w związku z ubieganiem się przez Pożyczkobiorcę o dofinansowanie na realizację projektu „Integracja systemu Centralny Rejestr Warunków Ubezpieczeń wnioskodawcy z systemami służącymi do sprzedaży ubezpieczeń Partnerów” (w ramach Działania 8.2 Wspieranie wdrażania elektronicznego biznesu typu B2B 8 osi priorytetowej Społeczeństwo informacyjne – zwiększanie innowacyjności gospodarki Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka).

Pożyczka została udzielona na okres od daty przekazania środków do dnia 31 grudnia 2016 roku. Pożyczkobiorca zwróci kwotę pożyczki wraz z odsetkami w dniu następnym po dniu upływu terminu spłaty lub w terminie wcześniejszym.

#### **11..7 Zlecenia reklamowe realizowane na rzecz Alertfinansowy.pl**

W ramach prowadzonej działalności Spółka realizowała kampanie reklamowe na rzecz firmy Alertfinansowy.pl oraz jej kontrahentów.

### **12.Wybrane zdarzenia korporacyjne w 2013 oraz w 2014 roku do dnia sporządzenia sprawozdania**

#### **12..1 Emisja akcji serii E**

W ramach oferty prywatnej dwóch inwestorów instytucjonalnych objęło łącznie 220.900 (dwieście dwadzieścia tysięcy dziewięćset) akcji. Cena emisyjna akcji wynosiła 16,00 zł za jedną akcję. Wartość nominalna jednej akcji wynosi 0,10 zł. Łączne wpływy z emisji akcji serii E wyniosły 3.534.400 zł.

Pozyskane pieniądze zostały wykorzystane na następujące cele:

- Budowa aplikacji rozliczeniowej dla agentów ubezpieczeniowych Comperia Agent
- Budowa aplikacji mobilnej dla Comperialead.pl
- Budowa aplikacji mobilnej do porównywania kredytów hipotecznych i gotówkowych

### **12..2 Rejestracja przez sąd podwyższenia kapitału zakładowego Comperia.pl S.A. i zmian w statucie**

W dniu 3 marca 2013 roku Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego zarejestrował podwyższenie kapitału zakładowego Spółki do kwoty 157.798,40 zł (sto pięćdziesiąt siedem tysięcy siedemset dziewięćdziesiąt osiem złotych i czterdzieści groszy). Do rejestru wpisano akcje zwykłe na okaziciela serii E o wartości nominalnej 0,10 zł (dziesięć groszy) każda oraz dokonano rejestracji zmian w statucie Spółki.

### **12..3 Udzielenie prokury łącznej**

W dniu 12 marca Zarząd Comperia.pl S.A. 2013 roku udzielił panu Szymonowi Fiecek prokury łącznej. Prokura ta upoważnia do reprezentacji Spółki łącznie z jednym z Członków Zarządu.

### **12..4 Przyznanie dofinansowania na integrację systemu Comperia.pl S.A. z systemami Partnerów**

Wniosek Emitenta "Integracja systemu informatycznego Comperia.pl S.A. (bezpośrednio systemu Comperia Ubezpieczenia i aplikacji POK) z systemami Partnerów" - numer WND-POIG.08.02.00-14-418/12 został zatwierdzony do dofinansowania w ramach Działania 8.2. "Wspieranie wdrażania elektronicznego biznesu typu B2B"- Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka. Wniosek dotyczy projektu, w ramach którego Comperia.pl S.A. uruchomi system umożliwiający rozwój sprzedaży produktów ubezpieczeniowych w formule łączącej sprzedaż online z offline. Dzięki wdrożeniu systemu, Comperia.pl S.A. uzyska unikalne możliwości integracji z systemami podmiotów współpracujących (TU, multiagencje ubezpieczeniowe, doradcy finansowi, podmioty wspierające sprzedaż ubezpieczeń). Kwota dotacji wynosi 651.145,50 zł, a wartość projektu 1.308.291 zł.

### **12..5 Powołanie nowej spółki zależnej Comperia Ubezpieczenia Sp. z o.o.**

W dniu 17 maja 2013 r. został powołany nowy podmiot zależny pod nazwą Comperia Ubezpieczenia Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie. Kapitał zakładowy spółki wynosi 50.000,00 zł. Comperia.pl S.A. objęła 100% udziałów nowego podmiotu. Przedmiotem działalności spółki Comperia Ubezpieczenia Sp. z o.o. będzie obsługa sprzedaży produktów ubezpieczeniowych w formule offline. Spółka Comperia Ubezpieczenia Sp. z o.o. będzie odpowiedzialna za rozwój sieci sprzedaży ubezpieczeń w formule offline, natomiast Comperia.pl skupi się tak, jak dotychczas na sprzedaży ubezpieczeń w formule online.

### **12..6 Złożenie do KNF wniosku o zatwierdzenie Prospektu Emisyjnego**

W dniu 13 września 2013 roku złożył do Komisji Nadzoru Finansowego wniosek o zatwierdzenie Prospektu Emisyjnego. Prospekt Emisyjny została przygotowany w związku z zamiarem przeprowadzenia publicznej emisji akcji serii F oraz zamiarem ubiegania się o

dopuszczenie do obrotu na rynku regulowanym prowadzonym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. akcji zwykłych na okaziciela serii A, B, C, D, E i F oraz praw do akcji serii F Spółki.

#### **12..7 Zmiana w składzie Rady Nadzorczej**

- w dniu 25 czerwca 2013 roku rezygnację z pełnienia funkcji członka Rady Nadzorczej złożył Grzegorz Wojdyga,
- w dniu 25 czerwca 2013 roku uchwałą nr 9/2013 powołano Członka Rady Nadzorczej Jacka Łubińskiego,
- w dniu 26 czerwca 2013 roku rezygnację z pełnienia funkcji członka Rady Nadzorczej złożył Paweł Cylikowski,
- w dniu 26 czerwca 2013 roku uchwałą nr 9/2013 powołano Członka Rady Nadzorczej Przemysława Kruszyńskiego,
- w dniu 2 grudnia 2013 roku rezygnację z pełnienia funkcji członka Rady Nadzorczej złożyła Anna Michałek,
- w dniu 2 grudnia 2013 roku uchwałą nr 16/2013 powołano Członka Rady Nadzorczej Przemysława Czuka.
- 

#### **13. Nagrody i wyróżnienia**

Spółka w dniu 17 października 2013 roku otrzymała nagrodę Innowator Wprost 2013 w kategorii e-biznes. Laureatów i nominowanych wybierała Polska Akademia Nauk w oparciu o listę 500 najbardziej innowacyjnych przedsiębiorstw w Polsce. Działalność Spółki może się dynamicznie rozwijać dzięki aktywnie prowadzonym innowacyjnym inwestycjom, co doceniła kapituła konkursu.

Ponadto, w 14 edycji rankingu najszybciej rozwijających się firm „Deloitte Technology Fast 50”, Spółka zajęła czwarte miejsce spośród spółek z regionu Europy Środkowej. Wśród 27 polskich firm, które znalazły się w zestawieniu, spółka zajęła drugą pozycję. Ranking Deloitte Technology Fast 50 skupia najszybciej rozwijające się spółki w oparciu o wzrost przychodów w ciągu ostatnich pięciu lat.

Dodatkowo, w grudniu 2013 roku Comperia.pl S.A. została uhonorowana tytułem „Lider Przedsiębiorczości Roku 2013” przyznawanym przez Fundację Małych i Średnich Przedsiębiorstw.

#### **14. Badania i rozwój**

Comperia.pl S.A. nie prowadzi działalności badawczej. Prace rozwojowe i inwestycyjne, prowadzone przez Spółkę zostały opisane w punkcie 5.

## **15. Zmiany podstawowych zasad zarządzania**

W analizowanym okresie Spółka nie zmieniała zasad zarządzania przedsiębiorstwem.

## **16. Wypłacone dywidendy**

Grupa w 2013 roku nie wypłacała dywidendy.

## **17. Kapitał i akcjonariat Comperia.pl S.A.**

### **17..1 Zmiana wysokości kapitału zakładowego Comperia.pl S.A.**

W dniu 20 lutego 2013 roku Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego zarejestrował podwyższenie kapitału zakładowego Spółki do kwoty 157.798,40 zł (sto pięćdziesiąt siedem tysięcy siedemset dziewięćdziesiąt osiem złotych i czterdzieści groszy), tj. o kwotę 22.090,00 zł (dwadzieścia dwa tysiące dziewięćdziesiąt złotych). Podwyższenie miało związek z rejestracją 220.900 akcji zwykłych na okaziciela serii E o wartości nominalnej 0,10 zł (dziesięć groszy), które zostały wyemitowane przez Spółkę.

W dniu 28 lutego 2014 roku Zarząd powziął informację o rejestracji w 27.02.2014 r. przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego podwyższenia kapitału zakładowego Spółki do kwoty 215.298,40 zł (dwieście piętnaście tysięcy dwieście dziewięćdziesiąt osiem złotych i czterdzieści groszy). Do rejestru wpisano 575.000 akcji zwykłych na okaziciela serii F o wartości nominalnej 0,10 zł (dziesięć groszy) każda oraz dokonano rejestracji zmian w statucie Spółki (zmieniono §8 ust. 1 statutu). Wyżej wymienione akcje zostały wyemitowane w drodze emisji publicznej, która spółka przeprowadziła w lutym 2014 roku. Papiery te wraz z pozostałymi akcjami na okaziciela zadebiutowały na rynku głównym warszawskiej Giełdy w dniu 25 marca 2014 roku.

W dniu 25 kwietnia 2014 roku Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego zarejestrował podwyższenie kapitału zakładowego Spółki do kwoty 215.789,1 zł , tj. o kwotę 490,70 zł. Podwyższenie miało związek z rejestracją 4.907 akcji zwykłych na okaziciela serii D o wartości nominalnej 0,10 zł (dziesięć groszy), które zostały wyemitowane przez Spółkę.

### **17..2 Akcjonariat Comperia.pl S.A.**

Na dzień publikacji raportu kapitał Spółki wynosi 215 789,1 zł i dzieli się na 685 717 akcji serii A (akcje imienne uprzywilejowane w głosach 2 do 1), 404 703 akcji serii A (akcje na okaziciela), 124 080 akcji serii B (akcje na okaziciela), 121 450 akcji serii C (akcje na okaziciela), 26 041 akcji serii D (akcje na okaziciela) i 220 900 akcji serii E oraz 575.000 akcji serii F o wartości nominalnej 0,10 zł każda.

Akcjonariusz	seria akcji							SUMA	udział w kapitale	udział w głosach
	A imienn e	A na okazicie la	B	C	D	E	F			
<b>Talnet Holding Limited</b>	345000	0	7239	0	0	0	0	352239	16,32 %	24,52 %
<b>Fidea (Cyprus) Holding Limited</b>	340717	0	5985	0	0	0	0	346702	16,07 %	24,17 %
<b>Bartosz Michałek</b>	0	183286	3290	0	0	0	0	186576	8,65%	6,56%
<b>Karol Wilczko</b>	0	178417	2790	0	0	0	0	181207	8,40%	6,37%
<b>Pozostali*</b>	0	43000	104776	121450	26041	220900	575000	1091167	50,57 %	38,37 %

\* w tym TFI Investors S.A. posiada min. 5% głosów na WZA, co przekłada się na min. 141.936 głosów na WZA (przed rejestracją nowej emisji akcji serii F - TFI Investors S.A. posiadało ponad 5% głosów i do dnia dzisiejszego Spółka nie otrzymała zawiadomienia od TFI Investors S.A. o zejściu poniżej 5% głosów).

### 17..3 Nabycie akcji własnych

Spółka Comperia.pl w okresie 1 stycznia - 31 grudnia 2013 roku nie nabywała akcji własnych.

### 17..4 Informacja o systemie kontroli programów akcji pracowniczych

W celu zatrzymania kluczowych menedżerów Spółki, Spółka w 2011 roku wdrożyła program opcji menedżerskich, Program zakładał podwyższanie kapitału zakładowego dla celów przydziału akcji Spółki, umowy nabycia opcji miały być indywidualnie negocjowane i zawierane oddzielnie z każdym z beneficjentów, za zgodą Rady Nadzorczej Spółki. W ramach programu opcyjnego zostało wyemitowanych do tej pory 26 041 akcji serii D. Program obejmował okres do 31 grudnia 2013r. Obecnie w Spółce nie funkcjonuje aktywny program akcji pracowniczych .

## 18. Posiadane oddziały

Spółka nie posiada oddziałów.

## 19. Informacje dotyczące osób zarządzających i nadzorujących

### 19..1 Tabela wynagrodzenia osób wchodzących w skład Zarządu Spółki:

Imię i Nazwisko	Stanowisko	Łączne wynagrodzenie w 2013 r.
Bartosz Michałek	Prezes Zarządu	348 569,35 zł
Karol Wilczko	Wiceprezes Zarządu	348 569,35 zł

W roku 2013 nie miały miejsca zmiany w składzie Zarządu Spółki.

#### 19..2 Rada Nadzorcza Comperia.pl:

Imię i Nazwisko	Stanowisko	wynagrodzenie w 2013 r.
Derek Alexander Christopher	Przewodniczący Rady Nadzorczej	0,00 zł
Marek Dojnow	Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej	0,00 zł
Przemysław Kruszyński	Członek Rady Nadzorczej	0,00 zł
Jacek Łubiński	Członek Rady Nadzorczej	0,00 zł
Przemysław Czuk	Członek Rady Nadzorczej	0,00 zł

#### 19..3 Liczba akcji posiadanych przez osoby zarządzające lub nadzorujące Comperia.pl S.A. na dzień 31 grudnia 2013r.:

Akcjonariusz	Posiadane akcje	udział w kapitale	udział w głosach
Bartosz Michałek	191500	12,14%	14,46%
Karol Wilczko	186000	11,79%	14,06%
Marek Dojnow poprzez Fidea (Cyprus) Holding Limited	336985	21,36%	25,44%
Szymon Fiecek	15000	0,95%	0,95%



## 20. Postępowania sądowe

Spółka w raportowanym okresie nie była stroną żadnych postępowań sądowych ani administracyjnych.

## 21. Umowy kredytowe, poręczenia, gwarancje i inne umowy

### 21..1 Umowy kredytowe

W dniu 13 maja 2013 roku Comperia.pl S.A. zawarła z ING Bank Śląski umowę kredytową, na podstawie której ING Bank Śląski udostępnił Spółce kredyt złotowy w rachunku bankowym w wysokości 690 000 zł, przeznaczony na bieżącą działalność Spółki.

Oprocentowanie kredytu określone jest na podstawie stopy 1M WIBOR, powiększonej o ustaloną w umowie marżę.

Zabezpieczeniem wierzytelności ING Banku Śląskiego z tytułu zawartej umowy są: możliwość obciążenia przez ING Bank Śląski rachunku Spółki, z którego to ING Bank Śląski będzie uprawniony do pobierania środków pieniężnych przed wszystkimi innymi płatnościami, z wyłączeniem tytułów wykonawczych, a także oświadczenie o poddaniu się egzekucji.

Zgodnie z umową, Spółka jest uprawniona do korzystania z przedmiotowego kredytu do dnia 16 maja 2014 roku.

### 21..2 Umowy zawierane w normalnym toku działalności

#### • Umowy z domami mediowymi

Głównymi klientami Spółki są domy mediowe, którym to określone podmioty, głównie z branży finansowej, zlecają określone kampanie marketingowe. Charakter określonej kampanii i to, czy uczestniczyć w niej będzie Spółka, zależy od preferencji klienta określonego domu mediowego.

Umowy z domami mediowymi, nie zostały zawarte w formie pisemnej, lecz poprzez rejestrację Spółki za pomocą hasła na odpowiednich portalach internetowych przedmiotowych domów mediowych. W takim wypadku zawarcie umowy odbywa się poprzez samą rejestrację na portalu danego domu mediowego.

Regulaminy określonych domów mediowych nie zawierają postanowień odbiegających od standardowych postanowień przewidywanych w regulaminach tego rodzaju.

Współpraca z domami mediowymi jest istotna z punktu widzenia Spółki z uwagi na fakt, że domy mediowe obsługują wielu klientów z różnych branż (nie tylko finansowych).

W ocenie Spółki umowy z domami mediowymi łącznie mają uzależniający charakter oraz, że nie występuje żadna umowa z domem mediowym, która jest pojedynczo uzależniająca dla Spółki, dlatego też umowy te zostały opisane łącznie. Poszczególne umowy nie mają charakteru uzależniającego.

Z uwagi na charakter zawieranych umów, Spółka nie jest w stanie określić dat zawieranych umów, bowiem ich zawarcie odbywa się pośrednio poprzez rejestrację na portalu danego domu mediowego w określonym dniu, a realizacja danego zlecenia występuje w sytuacji, gdy pojawi się zlecenie na określoną kampanię reklamową, jaką ma realizować Spółka. W związku z tym, że takie zlecenia/umowy realizowane są stale, Spółka nie jest w stanie określić konkretnych dat dotyczących umów zawieranych na określone kampanie reklamowe.

#### • Umowy dotyczące programu partnerskiego „ComperiaLead”

W ramach programu partnerskiego „ComperiaLead” Spółka zawiera z partnerami trzy rodzaje umów tj. umowy o współpracy z osobami prowadzącymi działalność gospodarczą, umowy o udostępnienie powierzchni portalu internetowego, umowy o współpracę, przewidzianą dla osób prawnych.

Na podstawie powyższych rodzajów umów, podmiot partnerski dostarcza określone informacje do Spółki, które je wykorzystuje, w zamian za co, taki partner otrzymuje wynagrodzenie w wysokości 50% wynagrodzenia netto Spółki z tytułu uzyskanej dzięki partnerowi informacji.

Ponadto, postanowienia przedmiotowych umów przewidują standardowe postanowienia dla umów tego rodzaju, w szczególności dotyczące współpracy, zachowania zasad lojalności, praw i obowiązków.

- **Umowa zakupu systemu integracyjnego na zlecenie**

W dniu 14 maja 2013 roku Spółka zawarła z Forward umowę zakupu systemu integracyjnego na zlecenie, na podstawie której Spółka zakupi system integracyjny wykonany na zlecenie w ramach realizacji przez Spółkę integracji systemu informatycznego Comperia.pl, Comperia Ubezpieczenia z systemami partnerów, dla potrzeb programu partnerskiego „ComperiaLead”, którego założenia zostały w sposób szczegółowy opisane w punkcie „Opis działalności Spółki”.

Zgodnie z umową, Forward zobowiązała się do stworzenia programu, w tym zbudowania systemu integracyjnego składającego się z określonych modułów gwarantujących integrację z doradcami finansowymi, partnerami, a także systemem Van Ameyde.

Dodatkowo, zgodnie z umową, system integrujący, będzie musiał realizować określone w umowie funkcjonalności, niezbędne do prawidłowej integracji systemu Spółki, Comperia Ubezpieczenia z partnerami w ramach programu „ComperiaLead”.

Strony zobowiązały się do przestrzegania zasad współpracy w niej określonych, w tym do przestrzegania odpowiednich procedur oraz przepisów prawa.

Ponadto, Spółka była zobowiązana do wypłaty na rzecz Forward wynagrodzenia podzielonego na kilka etapów realizacji umowy, na podstawie protokołów odbioru.

Przedmiotowa umowa została przez Forward wykonana w terminie w niej przewidzianym, tj. do dnia 30 września 2013 roku.

- **Umowa o dofinansowanie w ramach działania 8.2 „Wspieranie wdrażania elektronicznego biznesu typu B2B 8 osi priorytetowej Społeczeństwo informacyjne – zwiększanie innowacyjności gospodarki Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka”, 2007-2013**

W dniu 26 listopada 2013 roku Spółka zawarła z PARP umowę, której przedmiotem jest udzielenie Spółce II stopnia dofinansowania na realizację projektu „Integracja systemu informatycznego Comperia Agent z systemami informatycznymi dostawców i odbiorców „leadów”” w ramach programu operacyjnego Innowacyjna Gospodarka oraz określenie praw i obowiązków stron umowy związanych z realizacją projektu w zakresie zarządzania, rozliczania, monitorowania, sprawozdawczości i kontroli, a także w zakresie informacji i promocji.

Spółka zobowiązała się do wykonania projektu m.in. zgodnie z harmonogramem rzeczowo-finansowym oraz obowiązującym prawem krajowym oraz do przekazywania PARP odpowiednich wyjaśnień oraz informacji na każde jej wezwanie.

Całkowity koszt realizacji projektu przez Spółkę wynosi 2 986 920,00 zł, i taka jest również kwota wydatków kwalifikujących się do objęcia wsparciem, na co składają się m.in. wydatki na inwestycje czy doradztwo. Wszelkie wydatki wykraczające poza powyższy zakres będą traktowane jako wydatki niekwalifikujące się oraz zwiększające wkład własny Spółki.

PARP zobowiązała się udzielić dofinansowania na realizację projektu do wysokości 1 493 460,00 zł, w tym do 85% kwoty dofinansowania w formie płatności ze środków europejskich, co stanowi 1 269 441,00 zł oraz do 15% w formie dotacji celowej, co stanowi 224 019,00 zł.

Warunkiem uznania wydatków za kwalifikujące się do objęcia wsparciem jest poniesienie ich przez beneficjenta w związku z realizacją projektu. Wydatkami kwalifikującymi się do objęcia wsparciem są wydatki, które jednocześnie są niezbędne dla prawidłowej realizacji projektu oraz zostały: wskazane w harmonogramie rzeczowo – finansowym, faktycznie poniesione w okresie kwalifikowalności, prawidłowo udokumentowane, zatwierdzone przez PARP.

Okres kwalifikowalności wydatków rozpoczął się w dniu 1 stycznia 2014 roku i trwa do 30 września 2014 roku.

Umowa może zostać rozwiązana przez każdą ze stron z zachowaniem miesięcznego terminu wypowiedzenia.

PARP może wypowiedzieć umowę Spółce z zachowaniem miesięcznego terminu wypowiedzenia w szczególności w sytuacji gdy: Spółka odmawia poddania się kontroli lub utrudnia jej przeprowadzenie lub nie wykonała pokontrolnych zaleceń PARP, Spółka dokonała zmian prawno-organizacyjnych zagrażających realizacji inwestycji lub nie poinformowała PARP o dokonanych zmianach prawno-organizacyjnych, Spółka nie przedłożyła wniosku o płatność w terminach wskazanych w umowie, na wezwanie Spółka nie uzupełniła lub nie

poprawiła wniosku o płatność, Spółka nie dokonała promocji inwestycji do jakiej była zobowiązana, wystąpią nieprawidłowości w trakcie realizacji inwestycji, które czynią jej niemożliwą lub niecelową.

PARP może wypowiedzieć umowę w trybie natychmiastowym w przypadku gdy: Spółka wykorzystała dofinansowanie niezgodnie z przeznaczeniem, Spółka wykorzystała dofinansowanie z naruszeniem procedur, o których mowa w Ustawie o finansach publicznych, (na Spółce ciąży obowiązek zwrotu pomocy wynikający z decyzji Komisji Europejskiej uznającej pomoc za niezgodną z prawem oraz wspólnym rynkiem, Spółka pobrała dofinansowanie nienależnie lub w nadmiernej wysokości, Spółka uzyskała informację o zaistnieniu przesłanek, o których mowa w art. 6b ust. 3 Ustawy z dnia 9 listopada 2000 r. o utworzeniu PARP, Spółka zaprzestała prowadzenia działalności, pozostaje pod zarządem komisarycznym, znajduje się w toku likwidacji lub wobec niej został złożony wniosek o upadłość, Spółka narusza inne postanowienia umowy skutkujące niemożnością lub niecelowością jej prawidłowej realizacji.

W przypadku rozwiązania umowy w sytuacjach określonych powyżej, PARP wezwie Spółkę do zwrotu dofinansowania w terminie 30 dni od dnia doręczenia wezwania, wraz z odsetkami w wysokości określonej jak dla zaległości podatkowych.

Dofinansowanie inwestycji przez PARP jest wypłacane po ustanowieniu i wniesieniu przez Spółkę zabezpieczenia należytego wykonania zobowiązań Spółki wynikających z umowy. Zabezpieczenie takie jest ustanawiane na okres realizacji projektu w formie weksla in blanco z podpisem notarialnie poświadczonym albo złożonym w obecności osoby upoważnionej przez PARP wraz z deklaracją wekslową. Spółka jest zobowiązana dodatkowo do ustanowienia zabezpieczenia na wartość dofinansowania odpowiadającą kwocie zaliczki określonej w harmonogramie płatności w jednej lub kilku następujących form.

- **Umowa o dofinansowanie w ramach działania 8.2 „Wspieranie wdrażania elektronicznego biznesu typu B2B 8 osi priorytetowej Społeczeństwo informacyjne – zwiększanie innowacyjności gospodarki Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013**

W dniu 26 listopada 2013 roku Spółka zawarła z PARP umowę, której przedmiotem jest udzielenie Spółce II stopnia dofinansowania na realizację projektu „Integracja systemu Comperia Ubezpieczenia z systemami ubezpieczalni, firmy wyceniającej samochody i firmy wykonującej dokumentację fotograficzną” w ramach programu operacyjnego Innowacyjna Gospodarka oraz określenie praw i obowiązków stron umowy związanych z realizacją projektu w zakresie zarządzania, rozliczania, monitorowania, sprawozdawczości i kontroli, a także w zakresie informacji i promocji.

Spółka zobowiązała się do wykonania projektu m.in. zgodnie z harmonogramem rzeczowo-finansowym oraz obowiązującym prawem krajowym oraz do przekazywania PARP odpowiednich wyjaśnień oraz informacji na każde jej wezwanie.

Całkowity koszt realizacji projektu przez Spółkę wynosi 1 152 300,00 zł, i taka jest również kwota wydatków kwalifikujących się do objęcia wsparciem, na co składają się m.in. wydatki na inwestycje czy doradztwo. Wszelkie wydatki wykraczające poza powyższy zakres będą traktowane jako wydatki niekwalifikujące się oraz zwiększające wkład własny Spółki.

PARP zobowiązała się udzielić dofinansowania na realizację projektu do wysokości 806 610,00 zł, w tym do 85% kwoty dofinansowania w formie płatności ze środków europejskich, co stanowi 685 618,50 zł oraz do 15% w formie dotacji celowej, co stanowi 120 991,50 zł.

Warunkiem uznania wydatków za kwalifikujące się do objęcia wsparciem jest poniesienie ich przez beneficjenta w związku z realizacją projektu. Wydatkami kwalifikującymi się do objęcia wsparciem są wydatki, które jednocześnie są niezbędne dla prawidłowej realizacji projektu oraz zostały: wskazane w harmonogramie rzeczowo – finansowym, faktycznie poniesione w okresie kwalifikowalności, prawidłowo udokumentowane, zatwierdzone przez PARP.

Okres kwalifikowalności wydatków rozpoczyna się w dniu 1 maja 2014 roku i trwa do 31 października 2014 roku.

Umowa może zostać rozwiązana przez każdą ze stron z zachowaniem miesięcznego terminu wypowiedzenia.

PARP może wypowiedzieć umowę Spółce z zachowaniem miesięcznego terminu wypowiedzenia w szczególności w sytuacji gdy: Spółka odmawia poddania się kontroli lub utrudnia jej przeprowadzenie lub nie wykonał pokontrolnych zaleceń PARP, Spółka dokonała zmian prawno-organizacyjnych zagrażających realizacji inwestycji lub nie poinformowała PARP o dokonanych zmianach prawno-organizacyjnych, Spółka nie przedłożyła wniosku o płatność w terminach wskazanych w umowie, na wezwanie Spółka nie uzupełniła lub nie poprawiła wniosku o płatność, Spółka nie dokonała promocji inwestycji do jakiej była zobowiązana, wystąpią nieprawidłowości w trakcie realizacji inwestycji, które czynią jej niemożliwą lub niecelową.

PARP może wypowiedzieć umowę w trybie natychmiastowym w przypadku gdy: Spółka wykorzystała dofinansowanie niezgodnie z przeznaczeniem, Spółka wykorzystała dofinansowanie z naruszeniem procedur o których mowa w Ustawie o finansach publicznych, na Spółce ciąży obowiązek zwrotu pomocy wynikający z decyzji Komisji Europejskiej uznającej pomoc za niezgodną z prawem oraz wspólnym rynkiem, Spółka pobrała dofinansowanie nienależnie lub w nadmiernej wysokości, Spółka uzyskała informację o zaistnieniu przesłanek, o

których mowa w art. 6b ust. 3 Ustawy z dnia 9 listopada 2000 r. o utworzeniu PARP, Spółka zaprzestała prowadzenia działalności, pozostaje pod zarządem komisyjnym, znajduje się w toku likwidacji lub wobec niej został złożony wniosek o upadłość, Spółka narusza inne postanowienia umowy skutkujące niemożnością lub niecelowością jej prawidłowej realizacji.

W przypadku rozwiązania umowy w sytuacjach określonych powyżej, PARP wezwie Spółkę do zwrotu dofinansowania w terminie 30 dni od dnia doręczenia wezwania, wraz z odsetkami w wysokości określonej jak dla zaległości podatkowych.

Dofinansowanie inwestycji przez PARP jest wypłacane po ustanowieniu i wniesieniu przez Spółkę zabezpieczenia należytego wykonania zobowiązań Spółki wynikających z umowy. Zabezpieczenie takie jest ustanawiane na okres realizacji projektu w formie weksla in blanco z podpisem notarialnie poświadczonym albo złożonym w obecności osoby upoważnionej przez PARP wraz z deklaracją wekslową. Spółka jest zobowiązana dodatkowo do ustanowienia zabezpieczenia na wartość dofinansowania odpowiadającą kwocie zaliczki określonej w harmonogramie płatności w jednej lub kilku następujących form.

### **21..3 Pożyczki, gwarancje i poręczenia**

W dniu 31 stycznia 2014 roku Spółka podpisała umowę pożyczki ze spółką zależną Comperia Ubezpieczenia Sp. z o.o.

Zgodnie z umową, Spółka („Pożyczkodawca”) udzieliła Comperia Ubezpieczenia („Pożyczkobiorca”) pożyczki w wysokości 1 300 000 zł, oprocentowanej na 5,00% w stosunku rocznym, w związku z ubieganiem się przez Pożyczkobiorcę o dofinansowanie na realizację projektu „Integracja systemu Centralny Rejestr Warunków Ubezpieczeń wnioskodawcy z systemami służącymi do sprzedaży ubezpieczeń Partnerów” (w ramach Działania 8.2 Wspieranie wdrażania elektronicznego biznesu typu B2B 8 osi priorytetowej Społeczeństwo informacyjne – zwiększanie innowacyjności gospodarki Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka).

Pożyczka została udzielona na okres od daty przekazania środków do dnia 31 grudnia 2016 roku. Pożyczkobiorca zwróci kwotę pożyczki wraz z odsetkami w dniu następnym po dniu upływu terminu spłaty lub w terminie wcześniejszym.

### **21..4 Umowy zawierane pomiędzy akcjonariuszami**

Zarząd Comperia.pl S.A. nie posiada wiedzy na temat jakichkolwiek umów zawartych pomiędzy akcjonariuszami Spółki.

## **22. Czynniki ryzyka i zagrożenia**

**Poniżej Zarząd Comperia.pl S.A. przedstawia najważniejsze czynniki ryzyka związane z działalnością Spółki**

- **Ryzyko związane z ogólną sytuacją makroekonomiczną**

Ogólna sytuacja makroekonomiczna w Polsce ma znaczący wpływ na działalność Spółki, w szczególności na popyt na usługi świadczone przez Spółkę. Do najważniejszych czynników makroekonomicznych mających wpływ na działalność Spółki można zaliczyć: dynamikę PKB, inflację, poziom stóp procentowych, dynamikę poziomu wynagrodzeń, bezrobocie. Wymienione czynniki mają wpływ na popyt na poszczególne rodzaje produktów finansowych, których porównywanie oferuje Spółka. W przypadku pojawienia się mniejszego popytu na poszczególne produkty finansowe, liczba użytkowników porównywarek prowadzonych przez Spółkę może ulec zmniejszeniu, co potencjalnie może mieć wpływ na mniejsze kontrakty na kampanie reklamowe (wizerunkowe oraz efektywnościowe) zawierane ze Spółką przez jej klientów (np. banki). Może to negatywnie wpłynąć na wyniki finansowe generowane przez Spółkę.

- **Ryzyko związane z koniunkturą na rynku bankowym**

Najbardziej istotnym typem klientów dla działalności Spółki są banki oraz domy mediowe pełniące rolę pośredników pomiędzy bankami a Spółką. Sytuacja na rynku bankowym ma więc bardzo istotne znaczenie dla działalności Spółki. Koniunkturę na rynku bankowym można rozpatrywać co najmniej biorąc pod uwagę dwa aspekty. Pierwszy aspekt to kondycja finansowa banków. Drugi aspekt to poziom rynkowych stóp procentowych.

Kondycja finansowa banków ma istotny wpływ na działalność Spółki, ponieważ w okresach gdy banki znajdują się w gorszej sytuacji finansowej, działalność marketingowa banków jest jednym z obszarów ich działalności, w zakresie którego stosunkowo łatwo jest ograniczyć wydatki. W okresach gdy sytuacja finansowa banków jest relatywnie gorsza i istnieje presja na obniżanie kosztów, Zarządy banków mogą podjąć decyzję o zmniejszeniu budżetów na kampanie reklamowe, w tym na kampanie wizerunkowe i efektywnościowe stanowiące źródło przychodów Spółki.

Drugim aspektem wpływającym na koniunkturę na rynku bankowym jest poziom rynkowych stóp procentowych. W okresach gdy poziom rynkowych stóp procentowych jest relatywnie wysoki, maleje skłonność konsumentów oraz podmiotów gospodarczych do zaciągania kredytów, przekłada się to na mniejsze zainteresowanie porównywaniem produktów kredytowych przez użytkowników portali prowadzonych przez Spółkę i jednocześnie na niższe przychody generowane przez Spółkę w tym segmencie działalności. Jednocześnie w okresie tym rośnie zainteresowanie produktami lokacyjnymi, co przekłada się na większą aktywnością marketingową banków w tym segmencie ich działalności, a tym samym na większe kontrakty pomiędzy bankami a Spółką na reklamę efektywnościową oraz wizerunkową w tym segmencie. W przypadku gdy poziom rynkowych stóp procentowych jest relatywnie niski, sytuacja jest odwrotna. Większym zainteresowaniem cieszą się kredyty, a mniejszym produkty lokacyjne. Przekłada się to również na typ kontraktów zawieranych przez Spółkę z bankami oraz na źródła generowanych przez Spółkę przychodów.

- **Ryzyko związane z koniunkturą na rynku ubezpieczeń**

W sierpniu 2012 roku Spółka rozpoczęła działalność na rynku ubezpieczeń poprzez uruchomienie porównywarki ubezpieczeń online. Zgodnie ze strategią, Spółka planuje jednak w znacznie szerszym zakresie być obecna na rynku ubezpieczeniowym. W chwili obecnej finalizowane są prace nad stworzeniem aplikacji dla agentów ubezpieczeniowych umożliwiającej porównywanie ofert różnych towarzystw ubezpieczeniowych oraz zawieranie za jej pomocą umów ubezpieczeniowych. Dzięki aplikacji ubezpieczeniowej oraz stworzeniu struktur multiagencji ubezpieczeniowej Spółka chce być szerzej obecna na rynku ubezpieczeniowym. Więcej informacji na ten temat znajduje się w rozdziale „Działalność Spółki” w części dotyczącej Strategii. W związku z rozpoczęciem działalności przez Spółkę w sektorze ubezpieczeniowym istnieje ryzyko związane z koniunkturą na rynku ubezpieczeniowym. W szczególności w okresach mniejszego popytu na produkty ubezpieczeniowe istnieje ryzyko zmniejszenia wartości kontraktów na wizerunkowe i efektywnościowe kampanie reklamowe zamawiane przez ubezpieczycieli i realizowane za pośrednictwem portalu Comperia.pl. Mniejszy popyt na produkty ubezpieczeniowe wpłynąłby również na ograniczenia sprzedaży ubezpieczeń zarówno w segmencie sprzedaży ubezpieczeń online, jak i w segmencie tradycyjnej sprzedaży produktów ubezpieczeniowych poprzez agentów. Należy jednak zaznaczyć, że rynek ubezpieczeń jest stosunkowo stabilny i w mniejszym stopniu podlega wahaniom koniunkturalnym niż inne segmenty rynku finansowego. Wynika to m.in. z obligatoryjnego charakteru części ubezpieczeń (np. ubezpieczenia komunikacyjne OC).

- **Ryzyko związane z popularnością i dostępem do sieci Internet**

Spółka koncentruje swoją działalność w sieci Internet. Działalność i rozwój Spółki są więc ściśle skorelowane z funkcjonowaniem i dynamiką rozwoju sieci Internet. Wzrost popularności i dostępności do Internetu przekłada się na zwiększenie nakładów przedsiębiorstw na reklamę w tym medium. Ewentualne zmniejszenie popularności i dostępności do Internetu mogłoby wpłynąć negatywnie na działalność Spółki, jednak Zarząd Spółki ocenia prawdopodobieństwo zmaterializowania się takiej ewentualności jako bardzo znikome.

Zgodnie z raportem „IAB Polska Internet 2012”, powołującym się na dane z Eurostatu, w krajach członkowskich Unii Europejskiej systematycznie rośnie odsetek ludności korzystającej z Internetu.

W 2006 roku odsetek gospodarstw domowych w Unii Europejskiej korzystających z sieci Internet wynosił 49,0%. W 2012 roku odsetek ten był wyższy o 26 punktów procentowych i wynosił 75,0%. Wśród krajów Unii Europejskiej liderami pod względem dostępu do Internetu są Holandia, Luksemburg, Dania i Szwecja, gdzie w 2012 roku dostęp do Internetu miało ponad 9 na 10 gospodarstw. W Polsce odsetek gospodarstw domowych z dostępem do Internetu wyniósł w 2012 roku 70,0%. Oznacza to, że Polsce w tym zakresie klasyfikowała się poniżej średniej w krajach Unii Europejskiej. Wydaje się niezwykle mało prawdopodobnie, żeby w najbliższej przyszłości popularność dostępu do sieci Internet w Polsce miała zmaleć. Zgodnie z raportem „Polska 2013. Wyzwania rozwojowe” przygotowanym przez Zespół Doradców Strategicznych premiera Donalda Tuska pod przewodnictwem Michała Boniego rozwój dostępu do Internetu szerokopasmowego i rozwój korzystania z niego to niezbędny warunek budowania w Polsce społeczeństwa i gospodarki opartej na wiedzy. Zdaniem autorów raportu szerokopasmowy dostęp do Internetu będzie miał w nadchodzących dekadach takie samo znaczenie, jak elektryczność na początku XX wieku. Szybki i efektywny kanał komunikacji,

jakim jest Internet, to warunek rozwoju nowych dóbr i usług w sferze gospodarki, finansów, edukacji, administracji publicznej czy służby zdrowia.

- **Ryzyko związane z rozwojem rynku reklamy internetowej**

Przychody Spółki pochodzą głównie z kontraktów zawieranych z bankami oraz domami mediowymi na przeprowadzanie wizerunkowych oraz efektywnościowych kampanii reklamowych poprzez witryny internetowe zarządzane przez Spółkę. Istnieje ryzyko związane z rozwojem rynku reklamy internetowej, w szczególności ryzyko zmniejszenia się wartości rynku reklamy internetowej. Zgodnie z raportem „IAB/PwC AdEx 2012” wartość rynku reklamy internetowej w Polsce w 2012 roku wyniosła 2,2 mld zł. Zgodnie z danymi zaprezentowanymi w raporcie rynek ten systematycznie rośnie. W 2007 roku wartość rynku reklamy internetowej w Polsce wyniosła 0,7 mld zł, co oznacza, że średnioroczne tempo wzrostu tego rynku w latach 2007-2012 wyniosło 25,7%. Rok 2012, kiedy to dynamika wartości tego rynku wyniosła 10,1% pokazał, że rynek ten staje się coraz bardziej dojrzały. Warto jednak podkreślić, że zgodnie z „Raportem o rynku reklamy 2012” przygotowanym przez StarLink w tym czasie wartość całego rynku reklamy spadła o 5,2%. Z analizy wartości rynku reklamy internetowej według branż wynika, że w 2012 roku największy udział w tym rynku miała branża finansowa. Wartość wydatków przeznaczonych przez podmioty z branży finansowej na reklamę internetową wyniosła 308,8 mln zł, co oznacza, że sektor finansowy odpowiadał za 14,0% wartości tego rynku. W 2011 roku Polska znalazła się na 11 miejscu w Europie pod względem wartości powierzchni reklamowej online. Ranking ten obejmuje 26 krajów, w których realizowane jest paneuropejskie badanie IAB AdEx. Biorąc pod uwagę region Europy Środkowo-Wschodniej, Polska była na miejscu drugim, za Rosją, która ma niezagrożoną pozycję lidera. Nie licząc północno-wschodniego sąsiada, Polska pozyskała jedną trzecią wartości reklamy cyfrowej w regionie. Zdaniem autorów raportu, biorąc pod uwagę dynamikę w roku 2012, można spodziewać się drobnych zmian w rankingu europejskim, jednak silna pozycja Polski wydaje się w regionie niezagrożona. Zdaniem autorów raportu w roku 2013 w Polsce oczekiwane są dalsze wzrosty wydatków na reklamę online. Biorąc pod uwagę powyższe trendy można zauważyć, że ryzyko związane z rozwojem rynku reklamy internetowej w Polsce istnieje, lecz jest ono małe. Prognozy dotyczące dynamiki rozwoju wartości tego rynku przewidują jego dalszy wzrost, lecz w mniejszym tempie niż to było historycznie – rynek ten staje się coraz bardziej dojrzały.

- **Ryzyko związane z konkurencją**

Spółka działa na rynku reklamy, w segmencie internetowej reklamy efektywnościowej oraz wizerunkowej dla branży finansowej. Ponadto, strategia Spółki przewiduje rozpoczęcie działalności polegającej na sprzedaży ubezpieczeń zarówno w modelu „direct” poprzez Internet, jak i w modelu tradycyjnym poprzez agentów ubezpieczeniowych. W zakresie działalności Spółki na rynku internetowej reklamy efektywnościowej dla branży finansowej najbardziej znaczącymi konkurentami Spółki są inne porównywarki finansowe działające w Polsce takie jak „ebroker.pl” czy „Totalmoney.pl”. Jednym z narzędzi mogących służyć do oceny popularności stron internetowych jest portal „Alexa.com” będący własnością Alexa Internet Inc., spółki zależnej Amazon.com, Inc. „Alexa.com” dokonuje szczegółowych pomiarów ruchu internetowego na popularnych stronach internetowych i na tej podstawie tworzy ranking stron internetowych na świecie oraz w danym kraju. Zgodnie z danymi na koniec września 2013 roku podawanymi przez „Alexa.com” portal „Comperia.pl” znajdował się na 1 297 miejscu w Polsce pod względem liczby odwiedzanych go internautów, podczas gdy portal „Totalmoney.pl” znajdował się na miejscu 1 646, a portal „ebroker.pl” znajdował się na miejscu 2 174. W ocenie Zarządu Spółki większa popularność portalu „Comperia.pl” niż konkurencyjnych portali internetowych wynika z najdłuższej historii działalności „Comperia.pl” spośród polskich porównywarek finansowych i większą rozpoznawalnością marki, a także z lepszego pozycjonowania w wynikach wyszukiwania wyszukiwarek internetowych. Ryzyko związane z konkurencją ze strony portali o tematyce finansowej takich jak „bankier.pl” czy „money.pl” i ich programów partnerskich Zarząd Spółki ocenia jako umiarkowane, głównie ze względu na mniejszą funkcjonalność i ograniczony zakres znajdujących się na tych portalach sekcji dotyczących porównywania produktów finansowych. Istnieje również potencjalne ryzyko związane z możliwością wejścia na rynek internetowych porównywarek finansowych potentata w branży wyszukiwarek – spółki Google. Gogle próbował wejść na rynek internetowych porównywarek finansowych w Wielkiej Brytanii poprzez zintegrowanie w marcu 2011 roku portalu „BeatThatQuote.com” za 37,7 mln GBP. Porównywarka ta została następnie zintegrowana ze strukturami przeglądarki „Google” a jej nazwę zmieniono na „Google Advisor”. „Google Advisor” w dalszym ciągu działa jednak tylko w Wielkiej Brytanii, a jego działalność nie zagrażała wiodącej pozycji portalu „MoneySuperMarket.com”, który jest największym i najpopularniejszym portalem w Wielkiej Brytanii oferującym porównywanie produktów finansowych.

Istnieje również ryzyko związane z konkurencją w segmencie, w którym Spółka planuje rozpocząć działalność tj. w segmencie sprzedaży ubezpieczeń. Architektura tego rynku oraz pozycja rynkowa konkurentów Spółki na tym rynku została opisana w rozdziale „Otoczenie rynkowe”. Należy jednak podkreślić, że do tej pory żaden z podmiotów działających na rynku sprzedaży produktów ubezpieczeniowych nie funkcjonuje w oparciu o aplikację umożliwiającą porównywanie ofert towarzystw ubezpieczeniowych i jednocześnie po zdecydowaniu się przez klienta na jedną z ofert umożliwiającą zakup tej oferty poprzez aplikację. Spółka chce stworzyć na rynku sprzedaży ubezpieczeń w Polsce niszę rynkową, w której w chwili obecnej nikt nie jest obecny. Jednym z czynników ryzyka związanych z konkurencją w tym zakresie jest pojawienie się innych podmiotów, które również będą chciały być obecne na tym rynku. Zgodnie z informacjami prasowymi (artykuł „Ubezpieczenia

mają być rakieta Open Finance” opublikowany 23 lipca 2013 roku w gazecie „Puls Biznesu”) spółka Open Finance również prowadzi prace nad stworzeniem aplikacji mającej umożliwić porównywanie i sprzedaż ubezpieczeń oferowanych przez różne towarzystwa ubezpieczeniowe. Prawdopodobnie Spółka oraz Open Finance będą pierwszymi podmiotami tworzącymi ten segment rynku sprzedaży ubezpieczeń.

- **Ryzyko związane ze zmianami regulacji prawnych w tym przepisów prawa podatkowego**

Zagrożeniem dla stabilności i rozwoju działalności gospodarczej Spółki lub Grupy mogą być niektóre zmiany regulacji prawnych w Polsce. Za szczególnie istotne należy uznać przepisy kształtujące system podatkowy, które ulegają częstym modyfikacjom. Niekorzystne z punktu widzenia Spółki lub Grupy zmiany regulacji prawnych mogą spowodować zmniejszenie uzyskiwanych przychodów bądź wzrost kosztów. Po stronie Spółki zachodzi w związku z tym konieczność ponoszenia kosztów związanych z monitorowaniem zmian legislacyjnych oraz dostosowywania działalności do zmieniających się regulacji, w szczególności podatkowych. Zmiany w niektórych przepisach mogą wiązać się z problemami interpretacyjnymi, niekonsekwentnym orzecznictwem sądów oraz niekorzystnymi interpretacjami przyjmowanymi przez organy administracji publicznej, co w konsekwencji może utrudniać realizację długoterminowych celów strategicznych oraz powodować trudności w ocenie skutków przyszłych zdarzeń czy decyzji.

- **Ryzyko związane z istotną zmianą mechanizmów pozycjonowania i prezentacji witryn w wyszukiwarkach internetowych**

Zadaniem wyszukiwarek internetowych jest pomoc konsumentom – użytkownikom Internetu w odnalezieniu przez nich poszukiwanych informacji, znajdujących się na stronach internetowych podmiotów plasujących swoje strony w wyszukiwarce. Aby zaprezentować internautom najpełniejsze z możliwych wyniki wyszukiwania, funkcjonujące wyszukiwarki na bieżąco opracowują nowe mechanizmy i algorytmy selekcji, sortowania i prezentacji danych. Każda zmiana algorytmów powoduje zmianę hierarchii prezentowanych stron www, co ma niebagatelny wpływ na liczbę użytkowników odwiedzających poszczególne strony. Nie można wykluczyć sytuacji, iż algorytmy serwisów wyszukiwawczych zmieniają się w sposób, który spowoduje zmniejszenie się liczby użytkowników witryn Spółki, co może spowodować zmniejszenie rentowności, bowiem będzie wymagało to większych nakładów na promocję (koszty ponoszone przez Spółkę względem wyszukiwarek za wyświetlanie witryn Spółki w wyróżnionej sekcji). Mimo nieznacznego prawdopodobieństwa nie można również wykluczyć sytuacji, iż z uwagi na błąd bądź awarię leżącą po stronie Spółki bądź jej usługodawców, dane Spółki zostaną całkowicie bądź w znacznym stopniu usunięte z wyników wyszukiwania danej wyszukiwarki, bądź też wyszukiwarka przestanie funkcjonować. Czasowe lub stałe wyeliminowanie danej witryny z wyników wyszukiwania danej wyszukiwarki lub też przesunięcie danej witryny na odległe miejsce w wynikach wyszukiwania danej przeglądarki mogą również mieć miejsce w wyniku niezgodnych z wytycznymi wyszukiwarek działań pracowników witryn internetowych, których działania zmierzają do jak najkorzystniejszego pozycjonowania danej witryny w wynikach wyszukiwania wyszukiwarek internetowych. Należy również zaznaczyć, że rynek wyszukiwarek internetowych jest zdominowany przez wyszukiwarkę „Google”. Zarząd Spółki szacuje, że w Polsce ok. 95% użytkowników Internetu korzysta z wyszukiwarki „Google”. Rodzi to dodatkowe ryzyko związane z uzależnieniem działalności Spółki od zasad funkcjonowania tej wyszukiwarki internetowej.

Spółka dąży do zminimalizowania ryzyka związanego ze zmianą mechanizmów pozycjonowania i prezentacji witryn w wyszukiwarkach internetowych poprzez:

- zwiększanie ilości posiadanych portali – Spółka stworzyła portale wyspecjalizowane w analizie konkretnej kategorii produktów finansowych. Oprócz portalu „Comperia.pl” porównującego zarówno produkty lokacyjne, kredytowe jak i ubezpieczeniowe, Spółka posiada również portal „eHipoteka.com” specjalizujący się w porównywaniu kredytów hipotecznych, portal „Kontoteka” specjalizujący się w porównywaniu kont bankowych, portal „Autoa.pl” specjalizujący się w porównywaniu kredytów na zakup oferowanych na tej witrynie samochodów oraz portal „Banki.pl” pozwalający na lokalizację placówek bankowych i bankomatów oraz porównywanie ofert różnych banków. Dzięki posiadaniu przez Spółkę zdywersyfikowanego portfela marek porównywarek finansowych zmniejsza się ryzyko uzależnienia Spółki od wyszukiwarek internetowych (w przypadku posiadania jednej witryny uzależnienie to jest większe) oraz zwiększa prawdopodobieństwo trafienia internauty na portal będący w posiadaniu Spółki (np. w przypadku poszukiwania przez internautę informacji o najatrakcyjniejszych kontach bankowych na rynku w wynikach wyszukiwania wyszukiwarki pojawi się portal „Comperia.pl”, „Kontoteka”, jak i „Banki.pl”);
- rozwijanie programu partnerskiego „ComperiaLead”. Program „ComperiaLead” polega na udostępnieniu przez Spółkę właścicielom witryn internetowych oprogramowania, w celu stworzenia przez nich na swoich stronach internetowych sekcji prezentującej porównania produktów finansowych. Sekcje te są firmowane przez markę „Comperia” oraz koherentne z porównywarekami produktów finansowych, które są dostępne na portalu „Comperia.pl”. W przypadku zdecydowania się przez internautę na wybraną ofertę produktu finansowego i pozostawieniu przez niego swoich danych kontaktowych, Spółka dzieli się wynagrodzeniem, które

otrzymuje z tego tytułu od sprzedawcy danego produktu finansowego zazwyczaj w 50%. Wśród partnerów programu „ComperiaLead” znajdują się tak znane serwisy, jak „Wyborcza.biz”, „Onet.pl” czy „Forbes.pl”. Dzięki programowi „ComperiaLead” internauci mogą korzystać z porównywarek stworzonych przez Spółkę nie tylko na swoich własnych portalach, ale również na portalach partnerów programu „ComperiaLead”. Ogranicza to ryzyka uzależnienia portali Spółki od wyników wyszukiwania wyszukiwarek internetowych;

- ściśle przestrzeganie wytycznych wyszukiwarek internetowych. Wyszukiwarki internetowe regularnie dystrybuują wytyczne w jaki sposób można pozycjonować witryny internetowe, aby znalazły się wysoko w wynikach wyszukiwania wyszukiwarek internetowych. W wyniku pozycjonowania strony w sposób niezgodny z wytycznymi dana witryna może zostać usunięta z wyników wyszukiwania lub przesunięta na dalsze pozycje w wynikach wyszukiwania. Spółka w sposób bardzo ścisły stosuje się do wytycznych dystrybuowanych przez wyszukiwarki internetowe ograniczając tym samym ryzyka związane z pozycjonowaniem strony;
- nabywanie miejsca w płatnych sekcjach wyników wyszukiwania. Jednym z głównych kosztów Spółki jest koszt ponoszony względem wyszukiwarek za pozycjonowanie portali Spółki w płatnych, wyróżnionych sekcjach wyszukiwarki w przypadku szukania przez internautę odpowiedniej frazy. W 2012 roku koszty te wyniosły 35,3% łącznych kosztów usług obcych oraz materiałów i energii ponoszonych przez Spółkę. Dzięki tym działaniom Spółka ma większą kontrolę nad pozycjonowaniem się w wynikach wyszukiwania wyszukiwarek internetowych.

#### • Ryzyko związane z uzależnieniem od kadry menedżerskiej

Działalność Spółki oraz jego perspektywy rozwoju są w dużej mierze zależne od wiedzy, doświadczenia oraz kwalifikacji kadry zarządzającej, w szczególności Prezesa Zarządu Bartosza Michałka oraz Wiceprezesa Zarządu Karola Wilczko, którzy są twórcami serwisu „Comperia.pl”. Ich praca na rzecz Spółki jest jednym z czynników, które zdecydowały o jej dotychczasowych sukcesach. Dlatego też odejście ze Spółki członków kadry zarządzającej może mieć negatywny wpływ na działalność i sytuację finansową Spółki, osiąganą przez niego wyniki finansowe i perspektywy rozwoju. Ryzyko związane z ewentualnym odejściem ze Spółki Bartosza Michałka oraz Karola Wilczko jest ograniczone z uwagi na fakt, że są oni również kluczowymi akcjonariuszami Spółki, co dodatkowo motywuje ich do dalszej pracy na rzecz zwiększania wartości firmy dla akcjonariuszy. Bartosz Michałek posiada 191 576 akcji Spółki (8,67% ogólnej liczby akcji), a Karol Wilczko posiada 181 207 akcji Spółki (8,42% ogólnej liczby akcji). Bartosz Michałek ani Karol Wilczko nie zadeklarowali chęci zmniejszenia liczby posiadanych przez nich akcji Spółki. Nie zadeklarowali oni również chęci ograniczenia swojej działalności w zakresie zarządzania Spółką. Dodatkowo, obowiązuje ich umowa zakazu sprzedaży akcji typu „lock-up” na okres 12 miesięcy.

#### • Ryzyko awarii sprzętu lub wystąpienia błędów w oprogramowaniu

Ze względu na charakter działalności Spółki narażona jest ona na ryzyko awarii sprzętu lub ujawnienia się krytycznych błędów oprogramowania. W przypadku wystąpienia takich zdarzeń ilość użytkowników na portalach internetowych Spółki może zmaleć, a w skrajnym przypadku, cały mechanizm funkcjonowania Spółki może przejściowo przestać funkcjonować. Takie zdarzenia mogą mieć bezpośredni wpływ na pogorszenie się wyników finansowych Spółki.

Spółka minimalizuje to ryzyko poprzez umieszczanie serwisów internetowych na serwerach renomowanych firm. Ponadto Spółka posiada własny zespół programistów, który na bieżąco może reagować na występujące błędy w oprogramowaniu.

#### • Ryzyko związane z sezonowością przychodów

W działalności Spółki można zaobserwować zjawisko sezonowości generowanych przychodów. Spółka osiąga wyższe przychody w II oraz IV kwartale roku, niższe zaś w I i III kwartale roku. Jest to zjawisko typowe dla całej branży reklamowej. Wyższe nakłady podmiotów na reklamę w II i IV kwartale roku kalendarzowego wynikają z większej aktywności podmiotów działających na rynku nieruchomości i rynku „consumer finance” w tych okresach, a także z intensyfikacji kampanii reklamowych w okresach świąt Bożego Narodzenia oraz świąt wielkanocnych. Mniejsze nakłady na reklamę w I kwartale roku związane są z wygaszaniem kampanii reklamowych po intensywnych działaniach promocyjnych związanych ze świętami Bożego Narodzenia oraz Nowym Rokiem, a także wynikają z tego, że w tym czasie ustalane są nowe budżety reklamowe na następny rok. Mniejsze nakłady na reklamę w III kwartale roku wynikają z przypadającego wtedy okresu wakacyjnego. Zarząd Spółki minimalizuje ryzyko związane z sezonowością przychodów poprzez odpowiednie zarządzanie płynnością finansową. Dodatkowo Spółka posiada aktywne linie kredytowe, z których może korzystać w okresach gdy istnieje zwiększone zapotrzebowanie na kapitał obrotowy.

#### • Ryzyko uzależnienia od kluczowych klientów



Kluczowymi klientami Spółki są banki, które najczęściej poprzez agencje reklamowe zamawiają u Spółki reklamowe kampanie efektywnościowe wspierane reklamami wizerunkowymi. Struktura klientów Spółki jest stosunkowo zdyspersyfikowana, a w jej skład wchodzi większość działających w Polsce banków oraz agencji reklamowych współpracujących z bankami. W 2012 roku było pięciu klientów, z których każdy generował więcej niż 5% przychodów ze sprzedaży. W 2012 roku klienci ci wygenerowali łącznie 52,5% przychodów ze sprzedaży. W pierwszych trzech kwartałach 2013 roku było również pięciu klientów, z których każdy generował więcej niż 5% przychodów ze sprzedaży. W pierwszych trzech kwartałach 2013 roku klienci ci wygenerowali łącznie 65,3% przychodów ze sprzedaży. Zarząd Spółki ocenia ryzyko uzależnienia od kluczowych klientów jako relatywnie niskie. Banki, bezpośrednio lub poprzez agencje reklamowe, zamawiają kampanie efektywnościowe w zdecydowanej większości działających na rynku porównywarek finansowych. Ryzyko zrezygnowania z usług Spółki na rzecz innych porównywarek finansowych jest więc ograniczone. Ryzyko ograniczenia bazy klientów jest również w ocenie Zarządu Spółki relatywnie niskie, z uwagi na fakt że prawie wszystkie działające na polskim rynku banki korzystają z tej formy pozyskiwania klientów. **Ryzyko uzależnienia od głównych dostawców**

W 2012 roku oraz w pierwszych trzech kwartałach 2013 roku Spółka posiadała dwóch dostawców, których udział w kosztach usług obcych oraz zużycia materiałów i energii w danym okresie przekroczył 5%. Największy udział w tych kosztach miała spółka Google. Koszty poniesione przez Spółkę w związku ze świadczeniem dla niej usług przez Google stanowiły w 2012 roku 36,2% łącznych kosztów usług obcych oraz zużycia materiałów i energii, a w pierwszych trzech kwartałach 2013 roku 20,5% łącznych kosztów usług obcych oraz zużycia materiałów i energii. Usługi świadczone przez Google na rzecz Spółki polegają na umieszczaniu portali Spółki w płatnych, wyróżnionych strefach wyników wyszukiwania wyszukiwarki „Google”. Opłata na rzecz Google nie jest stała, lecz jest uzależniona od liczby internautów, którzy weszli na portale internetowe Spółki za pośrednictwem promowanej przez wyszukiwarkę „Google” wyróżnionych stref wyników wyszukiwania. Spółka prowadzi ścisłą kontrolę zarządczą tego procesu i systematycznie kontroluje, ilu spośród internautów, którzy weszli na portale Spółki za pośrednictwem stref wyróżnionych, wyraziło następnie zainteresowanie jedną z ofert znajdujących się na portalach Spółki poprzez pozostawienie swoich danych z prośbą o kontakt z danej instytucji finansowej. Uzależnienie Spółki od usług świadczonych przez Google jest zatem ograniczone, gdyż Spółka porównuje koszty związane z tymi usługami z przychodami, które uzyskuje dzięki nim. W przypadku gdyby korzyści osiągnęte przez Spółkę w związku z opisanym procesem były mniejsze niż ponoszone przez nią koszty, Spółka zrezygnowałaby z płatnego reklamowania swoich portali na stronach wyszukiwarki „Google” koncentrując swoje działania na innych formach pozyskiwania ruchu internetowego.

- **Ryzyko niepowodzenia realizacji strategii rozwoju Spółki**

Strategia Spółki zakłada zwiększanie pozyskiwanego ruchu internetowego oraz maksymalizację wskaźnika konwersji, stworzenie ogólnopolskiej multiagencji ubezpieczeniowej oraz rozpoczęcie działalności w zakresie sprzedaży ubezpieczeń, rozszerzenie portfela oferowanych usług, a także rozwój programu partnerskiego „ComperiaLead”. Realizacja strategii Spółki jest związana z określonymi ryzykami. W zakresie zwiększania pozyskiwanego ruchu internetowego oraz maksymalizacji wskaźnika konwersji istnieje ryzyko, że planowane przedsięwzięcia, takie jak rozpoczęcie reklamowej kampanii telewizyjnej czy zwiększenie wydatków na działania typu „SEM” (ang. search engine marketing), nie przyniosą oczekiwanych efektów. Istnieją również ryzyka związane z planami Spółki polegającymi na stworzeniu ogólnopolskiej multiagencji ubezpieczeniowej oraz rozpoczęciu działalności w zakresie sprzedaży ubezpieczeń. W szczególności istnieje ryzyko, że Spółce nie uda się zbudować zespołu agentów ubezpieczeniowych. Spółka zamierza ograniczyć to ryzyko poprzez zaoferowanie agentom atrakcyjnych prowizji, dostępu do potencjalnych klientów, którzy szukają najkorzystniejszych ofert ubezpieczeniowych na portalach internetowych Spółki, a także poprzez zaoferowanie agentom możliwości pracy w oparciu o nowatorską aplikację informatyczną. Istnieją również ryzyka związane z trwającym obecnie projektem polegającym na stworzeniu aplikacji informatycznej mającej wspomóc pracę agentów. W ocenie Zarządu Spółki ryzyko to jest jednak umiarkowane ze względu na finalny etap tych prac. Spółka identyfikuje również ryzyka związane z rozszerzeniem portfela oferowanych produktów o porównywarki ofert operatorów telefonii komórkowej, dostawców prądu, dostawców Internetu, dostawców telewizji kablowej oraz firm świadczących usługi wynajmu samochodów. W szczególności istnieją ryzyka związane z technologicznymi aspektami stworzenia porównywarek produktów niefinansowych, a także z gotowością nowych partnerów biznesowych do podjęcia współpracy. W ocenie Zarządu Spółki główne ryzyko związane z rozwojem programu partnerskiego „ComperiaLead” polega na ewentualnej, mniejszej niż zakłada się gotowości do współpracy docelowej grupy partnerów programu „ComperiaLead Mobile” (wersja na urządzenia mobilne) tj. studentów oraz pośredników finansowych i innych grup zawodowych. Istnieje również ryzyko związane z ewentualną mniejszą niż zakładana popularnością programu partnerskiego w wersji na urządzenia mobilne. Istnieje również ryzyko związane z realizacją strategii Spółki w zakresie rozszerzenia portfela oferowanych usług IT. Dotychczas Spółka świadczyła usługi IT polegające głównie na podnajmie zasobów IT. Strategia Spółki zakłada generowanie przychodów z usług IT polegających m.in. na wdrożeniach stosowanych przez Spółkę technologii informatycznych w bankach i towarzystwach ubezpieczeniowych. Istnieje ryzyko braku pojawienia się popytu na tego typu usługi IT a tym samym ryzyko braku generowania przez Spółkę przychodów z tak rozumianych usług IT.

Z uwagi na relatywnie krótką historię działalności Spółki, a także na wczesny etap rozwoju rynku reklamy internetowej w Polsce w porównaniu np. do niektórych państw Europy Zachodniej lub Stanów Zjednoczonych

Ameryki Północnej, istnieje ryzyko, iż model biznesowy Spółki nie sprawdzi się na polskim rynku zgodnie z oczekiwaniami Spółki, co w rezultacie może negatywnie przełożyć się na osiągnięte przez Spółkę wyniki finansowe.

Dotychczas saldo przepływy pieniężnych z działalności inwestycyjnej i operacyjnej było ujemne. Wynikało to głównie z ponoszenia wydatków na przygotowanie i wdrożenie nowych projektów inwestycyjnych oraz rozszerzanie i ulepszanie oferty produktowej Spółki. Jest to sytuacja typowa dla spółek o profilu działalności podobnym do Spółki oraz na wczesnym etapie rozwoju. Istnieje ryzyko, że Spółka może w przyszłości potrzebować dodatkowych środków na dalsze finansowanie działalności i realizację planów rozwojowych, w szczególności gdyby okazała się, że efekty finansowe prowadzonych operacji byłyby gorsze od oczekiwań.

Realizacja strategii Spółki jest ściśle związana z pozyskaniem przez Spółkę środków z emisji Akcji Serii F. W przypadku gdyby nie doszło do emisji Akcji Serii F istnieje ryzyko, że strategia Spółki nie zostanie zrealizowana w całości. Spółka uzależnia realizację poszczególnych celów emisyjnych, a tym samym elementów strategii od wartości pozyskanych środków w Ofercie Publicznej. Szczegółowe informacje na ten temat znajdują się w rozdziale „Cele Oferty”.

Szczegółowe informacje na temat strategii Spółki znajdują się z rozdziale „Działalność Spółki” w części „Strategia”.

- **Ryzyko związane ze wzrostem skali działalności**

Spółka znajduje się w fazie dynamicznego wzrostu. Szybko rosnąca skala działalności wymaga coraz większego wysiłku organizacyjnego. Nie można wykluczyć ryzyka, że dalszy rozwój Spółki będzie napotykał na coraz większe bariery związane z zarządzaniem rozrastającą się organizacją.

Spółka ogranicza to ryzyko poprzez ciągłe podejmowanie działań zmierzających do automatyzacji procesów występujących w przedsiębiorstwie. Na koniec czerwca 2013 roku Spółka zatrudniała 28 pracowników, z czego aż 15 to pracownicy działu IT.

Na wzrost skali działalności wpłynie również realizacja strategii Spółki w zakresie stworzenia ogólnopolskiej multiagencji ubezpieczeniowej. Intencją Spółki jest ograniczenie ryzyka dotyczącego wzrostu skali działalności związanego z tworzeniem ogólnopolskiej multiagencji ubezpieczeniowej poprzez wytworzenie i wdrożenie unikalnych rozwiązań informatycznych w zakresie wsparcia sprzedaży i zarządzania siecią agentów.

- **Ryzyko związane z prowadzeniem prac rozwojowych**

W ocenie Zarządu Spółki sukces podmiotów działających na rynkach związanych z siecią Internet w znacznym stopniu jest uzależniony od innowacyjności tych podmiotów i ich zdolności do ciągłego rozwoju. W związku z tym Spółka prowadzi ciągłe prace nad doskonaleniem posiadanego portfela produktów i usług. Koszty związane z prowadzonymi pracami rozwojowymi są ujmowane w bilansie w pozycji „wartości niematerialne i prawne” jako „wartości niematerialne i prawne w toku wytwarzania” (do czasu zakończenia prac nad danym projektem rozwojowym) oraz jako „prace rozwojowe” (po ukończeniu prac nad danym projektem rozwojowym) a następnie amortyzowane. Zarząd Spółki identyfikuje dwa kluczowe ryzyka związane z prowadzeniem prac rozwojowych.

Pierwsze ryzyko polega na ewentualnym zaprzestaniu prac nad danym projektem rozwojowym w przypadku gdy prace nad projektem nie kończą się sukcesem. W takim przypadku tworzy się odpis aktualizujący wartość „wartości niematerialnych w toku wytwarzania”, co wpływa negatywnie na wynik finansowy generowany przez Spółkę w danym okresie.

Drugie ryzyko związane z prowadzeniem prac rozwojowych materializuje się w sytuacji, gdy po zakończeniu prac nad danym projektem rozwojowym powstały produkt nie dopasowuje się do oczekiwań finalnego odbiorcy. W takim przypadku tworzy się odpis aktualizujący wartość „prac rozwojowych”, co wpływa negatywnie na wynik finansowy generowany przez Spółkę w danym okresie.

- **Ryzyko związane z transakcjami z podmiotami powiązanymi**

Emitent był stroną szeregu umów zawartych z podmiotami powiązanymi. Zgodnie z przepisami prawa podatkowego umowy powyższe powinny być zawarte na warunkach rynkowych. W opinii Emitenta umowy te zostały zawarte na warunkach rynkowych, jednakże Emitent nie może zapewnić, że w trakcie ewentualnej kontroli organy skarbowe nie zakwestionują postanowień przedmiotowych umów i ich rynkowego charakteru, co w konsekwencji może spowodować negatywne skutki dla Spółki, polegające na określeniu dodatkowych zobowiązań podatkowych lub kar związanych z naruszeniem przepisów dotyczących cen transferowych.

## 23. Informacje o podmiocie badającym sprawozdania finansowe

Rada Nadzorcza Spółki na wniosek Zarządu podjęła w dniu 28 stycznia 2014 roku uchwałę o wyborze firmy 4Audyt Sp. z o.o. na podmiot, który dokona badania sprawozdania finansowego za rok obrotowy 2013.

## 24. Oświadczenie o stosowaniu ładu korporacyjnego

### 24..1 Wskazanie zbioru zasad ładu korporacyjnego, któremu podlega Emitent

Zgodnie z Regulaminem GPW spółka publiczna notowana na rynku podstawowym GPW powinna przestrzegać zasad ładu korporacyjnego zawartych w dokumencie pt. „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW”, którego tekst jednolity stanowi załącznik do Uchwały Nr 19/1307/2012 Rady GPW z dnia 21 listopada 2012 roku („Dobre Praktyki”). Dobre Praktyki to zbiór rekomendacji i zasad postępowania odnoszących się w szczególności do organów spółek giełdowych i ich akcjonariuszy. Regulamin GPW oraz uchwały zarządu i rady GPW określają sposób przekazywania przez spółki giełdowe informacji o stosowaniu zasad ładu korporacyjnego oraz zakres przekazywanych informacji. Jeżeli określona zasada nie jest stosowana przez spółkę giełdową w sposób trwały lub została naruszona incydentalnie, spółka giełdowa ma obowiązek przekazania informacji o tym fakcie w formie raportu bieżącego. Ponadto spółka giełdowa jest zobowiązana dołączyć do raportu rocznego raport zawierający informacje o zakresie stosowania przez nią Dobrych Praktyk w danym roku obrotowym.

Spółka dąży do zapewnienia jak największej transparentności swoich działań, należytej jakości komunikacji z inwestorami oraz ochrony praw akcjonariuszy, także w materiałach nieregulowanych przez prawo. W związku z tym, Spółka podjęła niezbędne działania w celu najpełniejszego przestrzegania zasad zawartych w Dobrych Praktykach.

W opinii Zarządu na dzień sporządzenia Sprawozdania Spółka przestrzega większości zasad ładu korporacyjnego określonych w Dobrych Praktykach, z wyłączeniem:

- zasady zawartej w części I pkt 5 Dobrych Praktyk – „Spółka powinna posiadać politykę wynagrodzeń oraz zasady jej ustalania. Polityka wynagrodzeń powinna w szczególności określać formę, strukturę i poziom wynagrodzeń członków organów nadzorujących i zarządzających. Przy określaniu polityki wynagrodzeń członków organów nadzorujących i zarządzających spółki powinno mieć zastosowanie zalecenie Komisji Europejskiej z 14 grudnia 2004 r. w sprawie wspierania odpowiedniego systemu wynagrodzeń dyrektorów spółek notowanych na giełdzie (2004/913/WE), uzupełnione o zalecenie KE z 30 kwietnia 2009 r. (2009/385/WE)”

W zakresie polityki wynagrodzeń członków Zarządu i Rady Nadzorczej Spółki oraz zasad jej ustalania, w Spółce obowiązują reguły wynagradzania i poziomy uposażeń ustalone przez Radę Nadzorczą w odniesieniu do członków Zarządu (członkowie Rady Nadzorczej nie pobierają wynagrodzenia); wysokość wynagrodzenia uzależniona jest od zakresu indywidualnych obowiązków i obszarów odpowiedzialności powierzonych poszczególnym osobom wchodzącym w skład Zarządu. Spółka nie wyklucza, że w przyszłości, do określania polityki wynagrodzeń

członków Zarządu znajdują zastosowanie powyższe zalecenia Komisji Europejskiej, w tym także co do powołania w Radzie Nadzorczej Komitetu ds. Wynagrodzeń;

- zasady zawartej w części I pkt 9 Dobrych Praktyk – „GPW rekomenduje spółkom publicznym i ich akcjonariuszom, by zapewniały one zrównoważony udział kobiet i mężczyzn w wykonywaniu funkcji zarządu i nadzoru w przedsiębiorstwach, wzmacniając w ten sposób kreatywność i innowacyjność w prowadzonej przez spółki działalności gospodarczej”

Decyzja w kwestii wyboru członków Zarządu i Rady Nadzorczej Spółki pod względem płci pozostawiona jest uznaniu uprawnionych organów Spółki, które kierują się w tym zakresie kwalifikacjami posiadanymi przez osobę mającą pełnić powierzoną funkcję; Spółka nie wyklucza, że w przyszłości proporcje udziału kobiet i mężczyzn w składzie wyżej wskazanych organów mogą ulec zrównoważeniu;

- zasady zawartej w części I pkt 12 Dobrych Praktyk – „Spółka powinna zapewnić akcjonariuszom możliwość wykonywania osobiście lub przez pełnomocnika prawa głosu w toku walnego zgromadzenia, poza miejscem odbywania walnego zgromadzenia, przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej.”

Aktualnie Spółka nie przewiduje wykorzystywania środków komunikacji elektronicznej w powyższym zakresie, z uwagi na związane z tym koszty, jak również ze względu na dotychczasowe doświadczenia odnośnie organizacji i przebiegu walnych zgromadzeń, które nie wskazują na potrzebę dokonywania tego rodzaju transmisji. Spółka nie wyklucza, że zasada ta będzie mogła być stosowana w przyszłości, po stworzeniu odpowiednich możliwości technicznych i poczynieniu w tym celu stosownych nakładów;

- zasady zawartej w części III pkt 8 Dobrych Praktyk – „W zakresie zadań i funkcjonowania komitetów działających w radzie nadzorczej powinien być stosowany Załącznik I do Zalecenia Komisji Europejskiej z dnia 15.02.2005 r. dotyczącego roli dyrektorów niewykonawczych (...)”.

Kwestia powołania komitetów leży w gestii Rady Nadzorczej. Z uwagi na fakt, że Rada Nadzorcza liczy 5 osób, będzie ona wykonywać zadania Komitetu Audytu, bez potrzeby jego odrębnego powołania w strukturze Rady, natomiast w przypadku zwiększenia liczebności Rady, będzie musiało, nie później niż w dacie dopuszczenia akcji Spółki do obrotu na rynku regulowanym GPW, dojść do powołania Komitetu Audytu. Intencją Spółki jest zapewnienie, aby Rada, wykonując zadania Komitetu Audytu, kierowała się również powyższymi regulacjami Komisji Europejskiej. Spółka nie wyklucza, że w przyszłości, do określania polityki wynagrodzeń członków tych organów znajdują zastosowanie powyższe zalecenia Komisji Europejskiej, w tym także co do powołania w Radzie Nadzorczej Komitetu ds. Wynagrodzeń;

- zasady zawartej w części IV pkt 10 Dobrych Praktyk – „Spółka powinna zapewnić akcjonariuszom możliwość udziału w walnym zgromadzeniu przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej, polegającego na:

- 1) transmisji obrad walnego zgromadzenia w czasie rzeczywistym,
- 2) dwustronnej komunikacji w czasie rzeczywistym, w ramach której akcjonariusze mogą wypowiadać się w toku obrad walnego zgromadzenia przebywając w miejscu innym niż miejsce obrad.”

Aktualnie Spółka nie przewiduje wykorzystywania środków komunikacji elektronicznej w powyższym zakresie, z uwagi na związane z tym koszty, jak również ze względu na dotychczasowe doświadczenia odnośnie organizacji i przebiegu walnych zgromadzeń, które nie wskazują na potrzebę dokonywania tego rodzaju transmisji. Spółka nie wyklucza, że zasada ta będzie mogła być stosowana w przyszłości, po stworzeniu odpowiednich możliwości technicznych i poczynieniu w tym celu stosownych nakładów.

## **25. Wskazanie akcjonariuszy posiadających znaczące pakiety akcji**

Wykaz akcjonariuszy posiadających powyżej 5% akcji Comperia.pl S.A. przedstawiony został punkcie numer 16.2 powyżej.

## **26. Wskazanie posiadaczy wszelkich papierów wartościowych, które dają specjalne uprawnienia kontrolne**

Akcje imienne serii A pozostające w posiadaniu Talnet Holding Limited oraz Fidea (Cyprus) Holding Limited są uprzywilejowane co do głosu w stosunku 2:1.

## **27. Wskazanie wszelkich ograniczeń odnośnie do wykonywania prawa głosu**

Zarząd nie posiada informacji o jakichkolwiek ograniczeniach w wykonywaniu prawa głosu z akcji Comperia.pl S.A.

## **28. Wskazanie wszelkich ograniczeń dotyczących przenoszenia prawa własności papierów wartościowych Emitenta**

Talnet Holding, Fidea Capital, Bartosz Michałek i Karol Wilczko zawarli z IPOPEMA Securities S.A. porozumienie z dnia 6 lutego 2014 r. w sprawie powstrzymania się od rozporządzania akcjami Spółki (obejmujące dodatkowo także akcje serii F, na wypadek gdyby jakiegokolwiek z nich zostały nabyte w ramach Oferty Publicznej), na podstawie których to porozumień każdy z nich zobowiązał się, że w okresie od dnia przydziału akcji serii F do upływu 12 miesięcy od daty pierwszego notowania PDA w obrocie na rynku NewConnect: (i) nie będzie oferować, nie przeniesie własności, nie ustanowi jakiegokolwiek obciążenia, nie udzieli opcji, nie zobowiąże się do zbycia lub obciążenia ani też w inny sposób nie rozporządzi, bezpośrednio lub pośrednio ww. akcjami ani instrumentami finansowymi zamiennymi lub uprawniającymi do ich objęcia lub nabycia, oraz (ii) nie zawrze żadnej umowy ani nie dokona żadnej transakcji, która będzie lub mogłaby stanowić podstawę przeniesienia własności lub innego rozporządzenia, bezpośrednio lub pośrednio, jakimikolwiek prawami wynikającymi z ww. akcji, bądź której ekonomiczny skutek byłby równoważny z rozporządzeniem prawami wynikającymi z ich własności. Ograniczenia powyższe nie mają zastosowania w przypadku: (i) zbywania akcji Spółki w ramach wezwania do zapisywania się na sprzedaż lub zamianę akcji Spółki, ogłaszanego w trybie i na warunkach określonych w Ustawie o Ofercie Publicznej - o ile Oferujący zostanie poinformowany przez danego akcjonariusza o zamiarze zbycia nie później niż przed złożeniem zapisu w ramach wezwania; (ii) udzielenia przez IPOPEMA Securities S.A. pisemnej zgody na rozporządzenie ww. akcjami w określonej sytuacji, jeżeli dany akcjonariusz poinformował uprzednio Oferującego o zamiarze dokonania danej czynności.

## **29. Opis zasad dotyczących powoływania i odwoływania osób zarządzających oraz ich uprawnień, w szczególności prawo do podjęcia decyzji o emisji lub wykupie akcji**

Zgodnie z Kodeksem Spółek Handlowych w strukturze organów Spółki występuje organ zarządzający oraz organ nadzorczy, którymi są odpowiednio Zarząd i Rada Nadzorcza. Jako pełniącą funkcje kierownicze wyższego szczebla Spółka identyfikuje osobę będącą prokurentem Spółki.

Zgodnie ze Statutem w skład Zarządu wchodzi od dwóch do pięciu członków, w tym Prezes i Wiceprezes Zarządu.

Członkowie Zarządu powoływani są na okres trzyletniej wspólnej kadencji przez Radę Nadzorczą. Powołując Zarząd, Rada Nadzorcza określa jednocześnie liczbę członków Zarządu danej kadencji. Członkowie zarządu nie mogą bez pisemnego zezwolenia Rady Nadzorczej prowadzić działalności konkurencyjnej.

Zgodnie z uchwałą Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy z dnia 8 czerwca 2011r. dotyczącą przyjęcia treści Statutu Spółki, Zarząd upoważniony jest do emisji akcji w ramach kapitału docelowego za zgodą Rady Nadzorczej. Upoważnienie ważne jest przez trzy lata od daty rejestracji Spółki tj. do 4 lipca 2014r. Kapitał docelowy wynosi 16.098,60 PLN (słownie: szesnaście tysięcy dziewięćdziesiąt osiem złotych i sześćdziesiąt groszy).

## **30. Opis zasad zmiany statutu Emitenta**

Zmiana Statutu Spółki nie przewiduje do jego zmiany zasad innych niż zasady przewidziane w Kodeksie Spółek Handlowych.

## **31. Sposób działania Walnego Zgromadzenia i jego zasadnicze uprawnienia oraz opis praw akcjonariuszy i sposobu ich wykonywania**

Sposób działania Walnego Zgromadzenia określony jest w regulaminie Walnego Zgromadzenia opublikowanego na stronie Spółki pod adresem [http://relacje.comperia.pl/o-spolce.html#dokument\\_informacyjny](http://relacje.comperia.pl/o-spolce.html#dokument_informacyjny)

Prawa akcjonariuszy i sposób ich wykonywania określone są postanowieniami Kodeksu Spółek Handlowych oraz stosowanymi przez Spółkę zasadami Dobrych Praktyk Spółek Notowanych na GPW

## **32. Skład osobowy i zmiany, które w nim zaszły w ciągu ostatniego roku obrotowego, oraz opis działania organów zarządzających, nadzorujących lub administrujących Emitenta oraz ich komitetów**

### 32..1 Zarząd Comperia.pl:

Imię i Nazwisko	Stanowisko	Data powołania
Bartosz Michałek	Prezes Zarządu	8 czerwca 2011r.
Karol Wilczko	Wiceprezes Zarządu	8 czerwca 2011r.

W roku 2013 nie miały miejsca zmiany w składzie Zarządu Spółki.

### 32..2 Rada Nadzorcza Comperia.pl:

Imię i Nazwisko	Stanowisko	Data powołania
Derek Alexander Christopher	Przewodniczący Rady Nadzorczej	8 czerwca 2011 r.
Marek Dojnow	Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej	8 czerwca 2011 r.
Przemysław Kruszyński	Członek Rady Nadzorczej	26 czerwca 2013 r.
Jacek Łubiński	Członek Rady Nadzorczej	25 czerwca 2013 r.
Przemysław Czuk	Członek Rady Nadzorczej	2 grudnia 2013 r.

W roku 2013 miały następujące zmiany w składzie Rady Nadzorczej Spółki:

- w dniu 25 czerwca 2013 roku rezygnację z pełnienia funkcji członka Rady Nadzorczej złożył Grzegorz Wojdyga,
- w dniu 25 czerwca 2013 roku uchwałą nr 9/2013 powołano Członka Rady Nadzorczej Jacka Łubińskiego,
- w dniu 26 czerwca 2013 roku rezygnację z pełnienia funkcji członka Rady Nadzorczej złożył Paweł Cylikowski,
- w dniu 26 czerwca 2013 roku uchwałą nr 9/2013 powołano Członka Rady Nadzorczej Przemysława Kruszyńskiego,
- w dniu 2 grudnia 2013 roku rezygnację z pełnienia funkcji członka Rady Nadzorczej złożyła Anna Michałek,
- w dniu 2 grudnia 2013 roku uchwałą nr 16/2013 powołano Członka Rady Nadzorczej Przemysława Czuka.

Warszawa, dnia 30 kwietnia 2014 roku

Zarząd Comperia.pl S.A.:

Bartosz Michałek

Prezes Zarząd

Karol Wilczko

Wiceprezes Zarządu