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

Warszawa, dnia 30 kwietnia 2014 roku

Spis treści

Skonsolidowane Sprawozdanie Zarządu Comperia.pl S.A za 2013 rok 6

1. Informacje podstawowe 6

1..1 Charakterystyka Działalności Grupy 6

2. Podstawowe dane i wskaźniki finansowe i omówienie sytuacji finansowej Grupy ... 7

2..1 Wybrane dane skonsolidowane dane finansowe za rok 2013 i 2012 7

3. Objaśnienie różnic pomiędzy wynikami finansowymi a publikowanymi prognozami wyników 14

4. Istotne pozycje pozabilansowe 14

5. Inwestycje 14

5..1 Inwestycje Grupy zakończone w 2013 roku 15

5..2 Poza tym Grupa zakończyła w 2013 prace inwestycyjne w następujących projektach: 15

5..3 Ocena możliwości realizacji zdarzeń inwestycyjnych, w porównaniu do wielkości środków 17

6. Zdarzenia istotnie wpływające na działalność jednostki jakie wystąpiły w roku obrotowym a także po je zakończeniu, w tym istotne zawarte umowy 17

6..1 Rozwój ComperiaLead 17

6..2 Dotacje unijne 17

6..3 Zakończenie prac rozwojowy i oddanie do użytku Comperia Agent 17

6..4 Sytuacja na rynku reklamy internetowej 18

6..5 Optymalizacja kosztowa prowadząca do zahamowania wzrostu kosztów usług świadczonych przez Google dla Grupy 18

6..6 Przeniesienie notowań akcji Spółki na główny parkiet GPW 18

7. Istotne Umowy 19

7..1 Powołanie Comperia Ubezpieczenia Sp. z o.o. 19

7..2 Umowa z portalem Onet.pl. 19

7..3 Umowa najmu powierzchni biurowej 19

7..4 Umowy z PARP na dofinansowanie 19

8. Czynniki mogące mieć wpływ na wyniki osiągane w roku 2014 20

8..1 Wdrożenie nowych porównywarek 20

8..2 Wzrost skali działania 20

8..3 Rozwój działalności ubezpieczeniowej 20

8..4 Rozwój ComperiaLead 20

8..5 Poprawiająca się sytuacja makro i na rynku reklamy internetowej 21

8..6 Pozyskanie środków z emisji akcji serii F 21

9. Działalność Grupy Comperia 21

9..1 Główne rynki działalności, główni odbiorcy i dostawcy 21

9..2 Główni klienci 23

9..3 Główni dostawcy 24

9..4 Klienci i dostawcy, których udział w obrotach Spółki przekroczył 10 proc. przychodów 24

10. Strategia i perspektywy rozwoju Grupy Comperia 25

10..1 Zwiększanie pozyskiwanego ruchu internetowego oraz maksymalizacja wskaźnika konwersji 25

10..2 Stworzenie ogólnopolskiej multiagencji ubezpieczeniowej 26

10..3 Rozszerzenie portfela oferowanych usług 27

10..4 Rozwój programu partnerskiego „ComperiaLead" 28

11. Transakcje z jednostkami powiązanymi 28

11..1 Umowa ramowej współpracy zawarta pomiędzy Spółką a Bartoszem Michałkiem 28

11..2 Umowa ramowej współpracy zawarta pomiędzy Comperia.pl S.A. a Karolem Wilczko 29

11..3 Umowa o współpracy pomiędzy Comperia.pl S.A. a Comperia Ubezpieczenia 29

11..4 Umowa podnajmu z dnia 16 października 2013 roku pomiędzy Comperia.pl S.A. a Comperia Ubezpieczenia 30

11..5 Umowa o wykonanie stron internetowych i przeniesienia autorskich prawa majątkowych pomiędzy Comperia.pl S.A. a Comperia Ubezpieczenia 30

11..6 Umowa Pożyczki z Comperia Ubezpieczenia Sp. z o.o. 30

11..7 Zlecenia reklamowe realizowane na rzecz Alertfinansowy.pl 31

12. Wybrane zdarzenia korporacyjne w 2013 r. oraz w roku 2014 do dnia sporządzenia sprawozdania 31

12..1 Emisja akcji serii E..... 31

12..2 Rejestracja przez sąd podwyższenia kapitału zakładowego Comperia.pl S.A. i zmian w statucie 31

12..3 Udzielenie prokury łącznej 31

12..4 Przyznanie dofinansowania na integrację systemu Comperia.pl S.A. z systemami Partnerów 31

12..5 Powołanie nowej spółki Comperia Ubezpieczenia Sp. z o.o. zależnej od Comperia.pl S.A. 32

12..6 Złożenie do KNF wniosku o zatwierdzenie Prospektu Emisyjnego 32

12..7 Zmiana w składzie Rady Nadzorczej..... 32

13. Nagrody i wyróżnienia 32

14. Badania i rozwój 33

15. Zmiany podstawowych zasad zarządzania..... 33

16. Wypłacone dywidendy 33

17. Kapitał i akcjonariat Grupy Comperia 33

17..1 Zmiana wysokości kapitału zakładowego Comperia.pl S.A..... 33

17..2 Akcjonariat Comperia.pl S.A. 34

17..3 Nabycie akcji własnych..... 34

17..4 Informacja o systemie kontroli programów akcji pracowniczych..... 34

18. Posiadane oddziały..... 35

19. Informacje dotyczące osób zarządzających i nadzorujących 35

19..1 Tabela wynagrodzenia osób wchodzących w skład Zarządu Comperia.pl S.A.: 35

19..2 Tabela wynagrodzenia osób wchodzących w skład Zarządu Comperia Ubezpieczenia Sp. z o.o.: 35

19..3 Rada Nadzorcza Comperia.pl S.A.:..... 35

19..4 Liczba akcji posiadanych przez osoby zarządzające lub nadzorujące Comperia.pl S.A. na dzień 31 grudnia 2013r..:..... 36

20. Postępowania sądowe 36

21. Umowy kredytowe, poręczenia, gwarancje i inne umowy 36

21..1 Umowy kredytowe 36

21..2 Umowy zawierane w normalnym toku działalności 36

21..3 Pożyczki, gwarancje i poręczenia 38

21..4 Umowy zawierane pomiędzy akcjonariuszami 39

22. Czynniki ryzyka i zagrożenia 39

23. Informacje o podmiocie badającym sprawozdania finansowe 45

24. Oświadczenie o stosowaniu ładu korporacyjnego 45

24..1 Wskazanie zbioru zasad ładu korporacyjnego, któremu podlega Emitent .. 45

25. Wskazanie akcjonariuszy posiadających znaczące pakiety akcji 47

26. Wykaz akcjonariuszy posiadających powyżej 5% akcji Comperia.pl S.A. przedstawiony został punkcie numer 17.2 powyżej.Wskazanie posiadaczy wszelkich papierów wartościowych, które dają specjalne uprawnienia kontrolne 47

27. Wskazanie wszelkich ograniczeń odnośnie do wykonywania prawa głosu 47

28. Wskazanie wszelkich ograniczeń dotyczących przenoszenia prawa własności papierów wartościowych Emitenta 47

29. Opis zasad dotyczących powoływania i odwoływania osób zarządzających oraz ich uprawnień, w szczególności prawo do podjęcia decyzji o emisji lub wykupie akcji 48

30. Opis zasad zmiany statutu Emitenta 48

31. Sposób działania Walnego Zgromadzenia i jego zasadnicze uprawnienia oraz opis praw akcjonariuszy i sposobu ich wykonywania 48

32. Skład osobowy i zmiany, które w nim zaszły w ciągu ostatniego roku obrotowego, oraz opis działania organów zarządzających, nadzorujących lub administrujących spółki Emitenta oraz ich komitetów 49

32..1 Zarząd Comperia.pl: 49

32..2 Zarząd Comperia Ubezpieczenia Sp. z o.o.: 49

32..3 Rada Nadzorcza Comperia.pl: 49

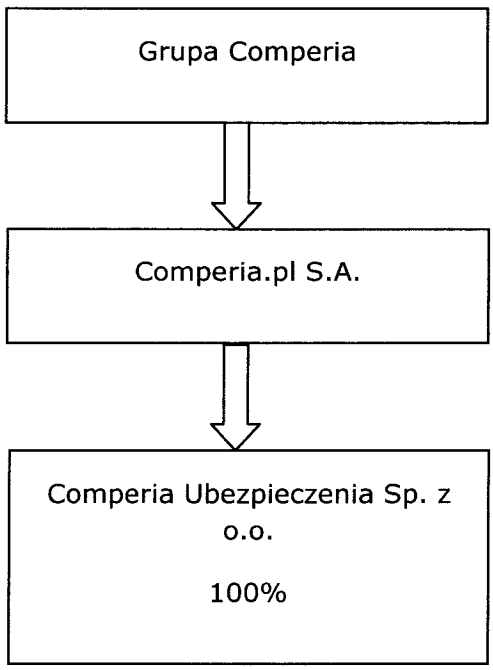
Skonsolidowane Sprawozdanie Zarządu Comperia.pl S.A za 2013 rok

Poniżej przedstawiamy Sprawozdanie Zarządu z działalności Grupy 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

W skład Grupy Comperia.pl wchodzi Comperia.pl S.A. oraz Comperia Ubezpieczenia Spółka z o.o. .

Comperia.pl S.A. jest porównywarką produktów finansowych. Comperia Ubezpieczenia (wobec, której podmiotem dominującym jest Comperia.pl S.A.) została założona w maju 2013 roku. Działalność Comperia Ubezpieczenia Sp. z o.o. koncentruje się obecnie prowadzeniu serwisów comperiaagent.pl oraz comperiaubezpieczenia.pl oraz budowaniu podstaw do funkcjonowania naziemnych struktur sprzedaży. Struktura Grupy Comperia



1..1 Charakterystyka Działalności Grupy

Działalność Grupy Comperia polega na prowadzeniu portali internetowych o tematyce finansowej oraz prowadzeniu multiagencji ubezpieczeniowej (poprzez spółkę Comperia.pl S.A. oraz Comperia Ubezpieczenia Sp. z .o.o.).

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

2..1 Wybrane dane skonsolidowane dane finansowe za rok 2013 i 2012

Wybrane dane finansowe (w złotych) z rachunku zysków i strat	2013	2012	Zmiana r/r
Przychody netto ze sprzedaży	13 181	6 821	1,93
Zysk/Strata na sprzedaży	2 854	1 372	1,90
Zysk/Strata na działalności operacyjnej	3 441	1 753	1,82
Zysk/Strata na działalności gospodarczej	3 444	1 487	2,31
Amortyzacja	2 561	879	2,91
EBITDA	6 002	2 632	2,28
Zysk/Strata brutto	3 444	1 745	1,83
Zysk/Strata netto	2 716	1 487	1,66

Analiza podstawowych punktów rachunki zysków i strat

Przychody ze sprzedaży

Grupa Comperia zanotowała w 2013r. 93% wzrost przychodów ze sprzedaży: z poziomu 6,8 mln do 13,1 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 zaobserwowanych w przeciągu całego 2013 roku, m.in. spadające oprocentowanie kredytów, większa dostępność kredytów
- Koncentracji Grupy na efektywnych działań marketingowych zmierzających do generowania większej puli „leadów" przekazywanych następnie do odbiorców
- Dalszemu, dynamicznemu rozwojowi programu partnerskiego Comperialead (na koniec 2013r. liczna partnerów zarejestrowanych w systemie przekroczyła 2,5 tys.) , dzięki któremu Grupa mogła generować więcej leadów na stronach partnerskich. Wśród partnerów Comperialead są następujące portale: Onet.pl, Wyborcza.biz, Gratka.pl, Puls Biznesu.

- Rozpoczęciu działalności przez spółkę Comperia Ubezpieczenia Sp. z o.o

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

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

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

Przychody spółki Comperia Ubezpieczenia, z uwagi na wczesny etap działalności pochodziły głównie z wymiany barterowej oraz umów z Comperia.pl S.A.

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	6 034	2 750	2,19
Wynagrodzenia	1 339	1 450	0,92
Amortyzacja	2 561	879	2,91
Podatki i opłaty	121	137	0,88
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	58	85	0,68
Zużycie materiałów i surowców	126	78	1,62

Ze względu na usługowy charakter prowadzonej działalności największą pozycją kosztów Grupy 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. PLN (16,1% udział w strukturze kosztów), podczas gdy w 2013 roku koszty amortyzacji wyniosły 2 561 tys. PLN 25% 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 119 % w porównaniu do analogicznego okresu 2012 roku, do poziomu 6 034 tys. PLN, 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".

Zysk netto

Wynik finansowy netto Grupy Comperia osiągnięty w roku 2013 wyniósł 2,7 mln zł i był o 1,2 mln wyższy niż rok wcześniej. Czynnikiem decydującym o wzroście zysku netto był znaczący wzrost przychodów netto ze sprzedaży (93%).

Analiza wskaźników rentowności

Wybrane dane finansowe (w złotych) z rachunku zysków i strat	2013	2012	Zmiana r/r
Rentowność sprzedaży brutto	26,1%	24,2%	1,08
Rentowność na działalności podstawowej	25%	20,1%	1,24
Rentowność EBITDA	45,5%	38,6%	1,18
Rentowność na działalności operacyjnej (marża EBIT)	26,1%	25,7%	1,02
Rentowność zysku netto	19,7%	21,8%	0,9
Stopa zwrotu z kapitałów własnych (ROE)	27,7%	37,3%	0,74
Stopa zwrotu z aktywów (ROA)	17,8%	23,2%	0,77

W 2013 roku nastąpiła wyraźna poprawa niektórych wskaźników rentowności w stosunku do analogicznego okresu 2012 roku. Spowodowana została przede wszystkim poprawą wyników finansowych (wzrost przychodów netto ze sprzedaży o 93%. W tym okresie rentowność sprzedaży brutto wzrosła o 2 p.p. do poziomu 26,1%, a rentowność na działalności podstawowej wzrosła do poziomu 25 %. Największy wzrost dotyczył rentowności EBITDA, która wzrosła do poziomu 45,5 %, tj. o 6,9 p.p. za sprawą wzrostu zysku EBITDA o 128% spowodowanego 3-krotnym wzrostem amortyzacji w porównaniu do tego samego okresu 2012 roku. Ponadto w 2013 roku nastąpił wzrost rentowności na działalności operacyjnej do poziomu 26,1%, tj. o 0,4 p.p. w porównaniu do analogicznego okresu 2012 roku oraz spadek rentowności zysku netto do poziomu 19,7%, tj. o 2,1 p.p. w porównaniu do analogicznego okresu w roku poprzednim.

Suma bilansowa, aktywa i kapitały własne Grupy

Aktywa Grupy (w mln PLN)

Wybrane dane finansowe (w złotych) z rachunku zysków i strat	2013	% sumy bilansowej	2012	% sumy bilansowej
Aktywa trwałe	8 002 355	52%	4 462 761	70%
Wartości niematerialne	7 805 603	51%	4 357 612	68%
Rzeczowe aktywa trwałe	177 752	1%	72 481	1%
Udziały w jednostce zależnej	0	0%	0	0%
Aktywa z tytułu podatku odroczonego	19 000	0%	32 668	1%
Aktywa obrotowe	7 280 895	48%	1 941 880	30%
Należności handlowe	4 077 763	27%	988 179	15%
Należności pozostałe	204 694	1%	553 395	9%
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	2 417 643	16%	269 664	4%
Aktywa razem	15 283 249	100 %	6 404 640,47	100%

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

W 2013 roku suma bilansowa Grupy wyniosła 15 283 249 PLN, co stanowiło wzrost o 138% względem wartości osiągniętej na koniec 2012 roku. Aktywa trwałe wzrosły w tym okresie o 79 % do poziomu 8 002 535 PLN, co było spowodowane głównie wzrostem wartości niematerialnych o 79 % 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 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.

Drugim źródłem wzrostu sumy bilansowej na koniec grudnia 2013 roku w porównaniu do końca roku 2012 był wzrost aktywów obrotowych z poziomu 1 942 tys. PLN odnotowanego w 2012 poziomu 7 281 tys. zł. Wzrost tej pozycji spowodowany był przede

wszystkim przez prawie ośmiokrotny wzrost środków pieniężnych i ekwiwalentów z poziomu 270 tys. PLN w 2012 roku do poziomu 2418 tys. PLN na koniec grudnia 2013 roku, wynikający głównie z przeprowadzonej prywatnej emisji akcji oraz przepływów operacyjnych generowanych na działalności Grupy. Wspomniana emisja miała na celu pozyskanie środków na dalszy rozwój portali należących do Grupy (przystosowanie porównywarek do urządzeń mobilnych) oraz prace nad autorską aplikacją skierowaną do agentów ubezpieczeniowych w ramach realizacji przyjętej 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 trzykrotnym wzrostem należności handlowych z poziomu 988 tys. PLN na koniec 2012 roku do poziomu 4078 tys. PLN na koniec grudnia 2013 roku. Wzrostowi tej pozycji towarzyszył dalszy wzrost skali działalności i zwiększenie przychodów ze sprzedaży w porównaniu do 2012 roku o 93% oraz niższy w stosunku do lat wcześniejszych poziom wskaźnika inkasa należności w dniach (równy odpowiednio 52 w 2012 roku oraz 111 w 2013 roku).

Kapitały i pasywa Grupy

Wybrane dane finansowe (w złotych) z pozycji Pasywa	2013	% sumy bilansowej	2012	% sumy bilansowej
Kapitał własny	**9 785 838**	64%	**3 983 975**	**62%**
Kapitał akcyjny	157 798	1%	**135 708**	**2%**
Kapitał zapasowy	6 880 460	45%	**2 548 928**	**40%**
Kapitał z wyceny opcji menedżerskich	196 694	1%	**164 904**	**3%**
Zyski zatrzymane	2 550 885	17%	**1 134 435**	**18%**
w tym: zysk (strata) netto	2 715 789	18%	**1 486 944**	**23%**
Zobowiązania długoterminowe	**1 533 332**	10%	**323 164**	**5%**
Rezerwa z tytułu podatku odroczonego	7 686	0%	**15 728**	**0%**
Pozostałe rezerwy	1 047	0%	**1 047**	**0%**
Dotacje	1 524 599	10%	**186 000**	**3%**
Zobowiązania krótkoterminowe	**3 964 079**	26%	**2 097 502**	**33%**
Kredyty bankowe i pożyczki zaciągnięte	0	0%	**658 154**	**10%**
Zobowiązania handlowe	2 448 053	16%	**565 837**	**9%**
Zobowiązania pozostałe	622 104	4%	**535 761**	**8%**
Zobowiązanie z tytułu podatku dochodowego	445 577	3%	**163 807**	**3%**
Dotacje	85 982	1%	**120 389**	**2%**
Pozostałe rezerwy	362 364	2%	**173 942**	**3%**
Pasywa razem	**15 283 249**	100%	**6 404 640**	**100%**

Na koniec 2013 roku kapitał własny Grupy wzrósł o prawie 6 mln zł w porównaniu do wartości na koniec 2012 roku do poziomu 9 785 tys. PLN i stanowił 64 % pasywów ogółem. Wzrost tej pozycji spowodowany był głównie prawie dwukrotnym wzrostem kapitału zapasowego (z poziomu 2 548 tys. PLN w 2012 roku do poziomu 6 880 tys. PLN na koniec grudnia 2013 roku) wynikającym z przeprowadzonej prywatnej emisji akcji celem pozyskania środków na dalszy rozwój portali należących do Grupy oraz stworzenia autorskiej aplikacji skierowanej do agentów ubezpieczeniowych. W analizowanym okresie wartość zobowiązań krótkoterminowych wzrosła o 89 % w stosunku do wartości osiągniętej na koniec roku 2012 do poziomu 3 964 tys. PLN i stanowiła 26% pasywów ogółem. Wzrost tej wartości wynikał przede wszystkim ze wzrostu pozycji dotacje o 86

tys. PLN w związku z przyznaniem przez PARP dotacji na dofinansowanie projektu integracji systemu informatycznego Grupy 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 1 882 tys. PLN w porównaniu do wartości osiągniętej na koniec 2012 roku.

Zobowiązania

W 2013 roku zobowiązania długoterminowe Grupy uległy wzrostowi o ponad trzykrotnie w stosunku do wartości osiągniętej na koniec roku 2012 do poziomu 2 448 tys. PLN i stanowiły 16 % sumy pasywów. Na wartość tej pozycji miał wpływ wzrost zobowiązań z tytułu dotacji o ponad 1,3 mln PLN do poziomu 1 525 tys. PLN, co było związane z przyznaniem przez PARP dotacji na dofinansowanie projektu integracji systemu informatycznego Grupy z systemami podmiotów współpracujących w ramach sprzedaży produktów ubezpieczeniowych. Wzrost zobowiązań długoterminowych nastąpił mimo jednoczesnego zmniejszenia się pozycji pozostałe rezerwy o 120 tys. PLN (do 1 tys. PLN).

Analiza płynności finansowej Grupy

Wybrane dane finansowe (w złotych) z rachunku zysków i strat	2013	2012	Zmiana r/r
Płynność bieżąca	1,84	0,9	2,04
Płynność natychmiastowa	0,61	0,1	6,1
Rotacja należności handlowych w dniach	111	59,9	1,85
Rotacja zobowiązań handlowych w dniach	133	52,9	2,51

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: (średni stan należności handlowych w okresie/przychody ze sprzedaży) pomnożony przez liczbę dni w okresie;

– rotacja zobowiązań handlowych w dniach: [(średni stan zobowiązań handlowych w okresie)/(koszty działalności operacyjnej – świadczenia pracownicze – amortyzacja)] pomnożony przez liczbę dni w okresie.

Wskaźniki płynności bieżącej i natychmiastowej uległy w 2013 znaczącej poprawie i wynosiły odpowiednio 1,84 oraz 0,61. W okresie tym aktywa obrotowe wzrosły o ponad 5 mln zł w stosunku do stanu na koniec roku 2012. Wzrost aktywów obrotowych spowodowany był przede wszystkim niemal ośmiokrotny wzrostem środków pieniężnych i ich ekwiwalentów wynikającym z przeprowadzonej prywatnej emisji akcji oraz trzykrotnym wzrostem należności handlowych.

Wartość wskaźnika rotacji należności handlowych wzrosła (o 51,1 dni) na koniec roku 2013 do poziomu 111 (poziom niższy od wskaźnika rotacji zobowiązań handlowych) przy jednoczesnym trzykrotnym wzroście należności handlowych do poziomu 4 078 tys. PLN w stosunku do roku 2012 oraz dalszym wzroście skali działalności Grupy. 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 rosnącą: 52,9 dni w 2012 roku do poziomu 138 dni na koniec 2013 roku. Wzrost wspomnianego wskaźnika spowodowany był głównie dynamicznym rozwojem Grupy i wynikającym z niego wzrostem zobowiązań handlowych (wzrost o prawie 2 mln PLN 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

Grupa Comperia.pl nie publikowała prognoz finansowych na rok obrotowy 2013.

4. Istotne pozycje pozabilansowe

Na dzień 31 grudnia 2013 r. pozycje pozabilansowe w sprawozdaniu finansowym Grupy wyniosły 807 tys. zł

5. Inwestycje

Ponieważ działalność Grupy polega m.in. na prowadzeniu portali internetowych, Grupa prowadzi prace rozwojowe związane z budową i odświeżaniem stron internetowych oraz programów komputerowych i systemów informatycznych obsługujących te strony. Prowadzone przez Grupę 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 Grupy i koncentrują się wokół realizacji kluczowych elementów strategii Grupy, tj. rozpoczęcia działalności w zakresie sprzedaży ubezpieczeń (przez Internet i poprzez sieć agentów, w tym ramach Grupy Comperia Ubezpieczenia Sp. z o.o.), 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 historycznych 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 Grupy z branży ubezpieczeniowej.

Oprócz poszerzania oferty i rozbudowy systemów o nowe rozwiązania i aplikacje Grupa ponosi także koszty prac rozwojowych o charakterze aktualizującym – wynikające z konieczności odświeżania stron internetowych oraz programów i systemów je obsługujących. Grupa Comperia 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 Grupy 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 Grupę cyklicznie, typowe dla rynku reklamy internetowej.

5..1 Inwestycje Grupy zakończone w 2013 roku

Jedną z głównych inwestycji Grupy, 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 Grupy 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 Grupa pragnie zaoferować aplikację. Aplikacja wykorzystuje ponadto technologię mobilną oraz umożliwia korzystanie z dodatkowych usług oferowanych przez Grupę. Budowa i wdrożenie narzędzi informatycznych wspierających sprzedaż produktów ubezpieczeniowych oraz budowa sieci własnych agentów to jedna z kluczowych inwestycji Grupy. Umożliwi ona Grupie umocnienie pozycji w segmencie produktów ubezpieczeniowych stanowiących połowę detalicznego rynku finansowego w Polsce. Grupa Comperia 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 z Grupą w oparciu o wynagrodzenie prowizyjne. Uruchomienie porównywarki ubezpieczeniowej online stanowi krok w przyjętej przez Grupę strategii sprzedaży polis ubezpieczeniowych w modelu ROPO. Autorskie oprogramowanie tworzone w ramach Grupy wraz z posiadanym dostępem do klientów stanowić będzie w ocenie Grupy istotną przewagę na rynku produktów ubezpieczeniowych, koncentrując wokół niej rosnącą sieć agentów ubezpieczeniowych.

5..2 Poza tym Grupa zakończyła w 2013 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 Grupy 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 Grupę, 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 przesyłanie 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. Grupa 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 Grupy 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 domenie 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 Grupa prowadzi w oparciu o zasoby własne i ponosi koszty ich wytworzenia, w tym w szczególności koszty wynagrodzeń pracowników z działu IT. Prowadzone przez Grupę prace rozwojowe są ukierunkowane na przyniesienie Grupie 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 Grupę 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 Grupy 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 w Grupie w wyszukiwarkach internetowych.

5..3 Ocena możliwości realizacji zdarzeń inwestycyjnych, w porównaniu do wielkości środków

W 2013 roku Grupa Comperia finansowała inwestycje ze środków własnych oraz zewnętrznych pozyskanych w ramach emisji akcji serii E. Pozyskane finansowanie zewnętrzne oraz środki własne pozostające w dyspozycji Grupy zapewniają realizację zadań inwestycyjnych Grupy.

6. Zdarzenia istotnie wpływające na działalność jednostki jakie wystąpiły w roku obrotowym a także po je 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 wynosił ponad 2,5 tys. w porównaniu do 1400 na koniec 2012r.

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

Grupa 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

Grupa w roku 2013 uzyskała 3 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 Grupę 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 Grupa 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 r. W związku z tym Grupa 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 2013r. poziom 2,4 mld zł, co stanowiło wzrost o 200 mln zł w stosunku do 2012r. Dynamika wzrostu reklamy internetowej również w 2014r. powinna zostać utrzymana. Z uwagi na fakt, że większość przychodów ze sprzedaży Grupa generuje z reklamy internetowej powyższe dane wspierają realizację przyjętej strategii Grupy.

6..5 Optymalizacja kosztowa prowadząca do zahamowania wzrostu kosztów usług świadczonych przez Google dla Grupy

Obecnie Grupa prowadzi ścisły monitoring efektywności i opłacalności wydatków na SEM ponoszonych na rzecz Google (głównie przez portal Comperia.pl) 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 oczekiwanym wzroście skali działalności i wolumenu sprzedaży. Projekt ten obejmuje działania ukierunkowane na zwiększenie konwersji reklam portali Grupy zamieszczanych w płatnych, wyróżnionych strefach wyników wyszukiwania wyszukiwarki „Google" oraz rezygnację z opłacania wyrażeń i reklam o niskim wskaźniku konwersji. Realizacja projektu odbywa się m. in. poprzez wprowadzanie zmian w projektach portali i stron należących do Grupy (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 r. 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 r. Grupa Comperia.pl należąca do Grupy 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. Zgodnie z umową Comperia wdrożyła 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 Comperia.pl S.A. 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 Grupy, w tym powołania Grupy 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 Comperia.pl S.A. podpisała 2 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 osiągane w roku 2014

8..1 Wdrożenie nowych porównywarek

W związku z realizacją strategii rozwoju Grupa 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 Grupie 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 Grupy a tym samym potencjał wzrostu przychodów. Już w roku 2013 Grupa (poprzez Comperia.pl S.A.) zaczęła generować leady na produkty pozabankowe.

8..2 Wzrost skali działania

Grupa znajduje się w fazie dynamicznego wzrostu. Oprócz zwiększania sprzedaży w ramach istniejących grup produktów Grupa 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 Grupy zakłada również rozszerzanie oferowanych usług IT o wdrożenia stosowanych przez Grupę technologii informatycznych w bankach i towarzystwach ubezpieczeniowych. Ponadto Grupa 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

Grupy 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 (zarówno poprzez Grupę Comperia.pl S.A. jak i Comperia Ubezpieczenia Sp. z o.o.), jak i sprzedaży aplikacji Comperia Agent w formie licencji.

8..4 Rozwój ComperiaLead

ComperiaLead będzie nadal ważnym ogniwem w realizacji wzrostu przychodów ze sprzedaży Grupy. 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 wpływającym na rozwój programu ComperiaLead będzia miała 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 Grupy pozytywne tendencje w polskiej i światowej gospodarce, niskie stopy procentowe oraz rosnące wydatki w kanale reklamy internetowej będą w dużym stopniu wspierać wyniki osiągane przez Grupę.

8..6 Pozyskanie środków z emisji akcji serii F

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

9. Działalność Grupy Comperia

9..1 Główne rynki działalności, główni odbiorcy i dostawcy

Rynek działalność Grupy

Działalność Grupy polega na prowadzeniu portali internetowych o tematyce finansowej, w szczególności porównywarek produktów finansowych oraz na prowadzeniu działalności multiagencji ubezpieczeniowej łączącej sprzedaż polis ubezpieczeniowych w modelu online oraz offline.

Portale należące do Grupy umożliwiają internautom porównywanie produktów finansowych oferowanych w danej chwili przez instytucje finansowe i wybór najkorzystniejszej oferty. 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 za otrzymywanie „leadów" płacą Grupie prowizję wynoszącą zazwyczaj kilkadziesiąt złotych. Prowizja płacona Grupie 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 Grupę 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. Porównywania 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 Grupę.

Poza oferowaniem przez Grupę reklamy efektywnościowej, tj. pozyskiwaniem dla instytucji finansowych klientów potencjalnie zainteresowanych danymi produktami finansowymi, Grupa (głównie poprzez portale należące do Comperia.pl S.A.) oferuje również instytucjom finansowym reklamę wizerunkową, tj. reklamy w formie banerów na stronach internetowych porównywarek.

Głównym portalem Grupy jest „Comperia.pl". W celu zwiększenia wielkości pozyskiwanego ruchu internetowego oraz ograniczenia ryzyka uzależnienia się od wyszukiwarek internetowych Grupa posiada również inne portale o tematyce finansowej. Należące do Grupy 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 Grupy 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 art.: 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 Grupę 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 Grupa 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 Grupę nie tylko na swoich własnych portalach, ale również na portalach partnerów programu „ComperiaLead".

- „Comperiaubezpieczenia.pl" oraz „Comperiaagent.pl" to strony internetowe, na których dostępny jest panel logowania oraz strona informacyjna aplikacji Comperia Agent. Z poziomu tych witryn agent ubezpieczeniowy może uzyskać informacje na temat aplikacji, sposobu jej pozyskania. Strony umożliwiają również rejestrację nowego agenta i uruchomienie procesu uzyskania licencji. Docelowo strona www.comperiaubezpieczenia.pl będzie również stroną domową dla Grupy Comperia Ubezpieczenia.

Portale internetowe należące do Grupy 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. Grupa 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 Grupy świadczy również usługi IT polegające m.in. na podnajmie zasobów informatycznych Grupy, tworzeniu stron www, wdrażaniu technologii ComperiaLead.

Zarząd zakłada, że w 2014 roku dodatkowym, znaczącym źródłem przychodów Grupy staną się przychody ze sprzedaży licencji Comperia Agent oraz przychody prowizyjne ze sprzedaży polis w formule online oraz offline.

9..2 Główni klienci

Do największych klientów Grupy leżą 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 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 Grupą Comperia a instytucjami finansowymi, najczęściej bankami, które prezentują swoje produkty finansowe w porównywarkach Grupy.

Część banków nie korzysta z pośrednictwa domów mediowych i bezpośrednio współpracuje z portalami należącymi do Grupy przy przeprowadzaniu reklamowych kampanii efektywnościowych oraz wizerunkowych.

Kolejną grupą klientów Grupy są pośrednicy finansowi. Oferty tej grupy klientów również pojawiają się w rankingach prezen.towanych przez portale należące do Grupy. 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 Grupa otrzymuje wynagrodzenie od pośrednika finansowego.

Z uwagi na rozwój działalności ubezpieczeniowej kolejnym segmentem klientów, którzy stanowią źródło przychodów Grupy są towarzystwa ubezpieczeniowe. Grupa otrzymuje od tych podmiotów wynagrodzenie prowizyjne za sprzedane (albo w formule online, albo offline) polisty ubezpieczeniowe.

9..3 Główni dostawcy

Ze względu na usługowy charakter prowadzonej przez Grupę 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 Grupę na rzecz Google w związku ze świadczeniem przez Google na rzecz Grupy usługi polegającej na umieszczaniu portali Grupy 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 Grupy za pośrednictwem promowanej przez wyszukiwarkę „Google" wyróżnionych stref wyników wyszukiwania. Grupa prowadzi ścisłą kontrolę zarządczą tego procesu i systematycznie kontroluje ile spośród internautów, którzy weszli na portale Grupy za pośrednictwem stref wyróżnionych wyrazili następnie zainteresowanie jedną z ofert znajdujących się na portalach Grupy poprzez pozostawienie swoich danych z prośbą o kontakt ze strony danej instytucji finansowej. Grupa 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 Grupę programem partnerskim „ComperiaLead". Program „ComperiaLead" polega na udostępnieniu przez Grupę 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, Grupa dzieli się wynagrodzeniem, które otrzymuje z tego tytułu od sprzedawcy danego produktu finansowego (bezpośrednio lub za pośrednictwem domu mediowego) zazwyczaj w 50%. W przychodach Grupy księgowana jest więc całość wynagrodzenia, które trafia do Grupy od sprzedawcy danego produktu finansowego, a ta część wynagrodzenia (zazwyczaj ok. 50%), którą Grupy 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	4 191 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	2 790 zł	25,84%

10. Strategia i perspektywy rozwoju Grupy Comperia

Nadrzędnym celem strategii Grupy jest zwiększanie wartości dla akcjonariuszy poprzez dalsze umacnianie pozycji rynkowej oraz optymalizację modelu biznesowego, co Grupa 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 Grupy w bezpośrednim stopniu zależą od ilości pozyskiwanego ruchu internetowego tj. liczby użytkowników Internetu wchodzących na portale Grupy oraz od współczynnika konwersji. Współczynnik konwersji określa jaka część internautów odwiedzających portale Grupy 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 od Grupy Google usługi polegającej na umieszczaniu portali Grupy w płatnych, wyróżnionych strefach wyników wyszukiwania przeglądarki „Google".

Grupy Comperia 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 Grupę 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 Grupy 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, Grupa uzyska unikalne możliwości integracji z systemami podmiotów współpracujących z Grupą 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, Grupa 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.

W oparciu o aplikację ubezpieczeniową, Grupa rozpoczęła sprzedaż ubezpieczeń zarówno w kanale tradycyjnym poprzez sieć agentów ubezpieczeniowych, jak i poprzez Internet. Początkowo Zarząd Grupy rozważał dokonanie akwizycji funkcjonującej już multiagencji ubezpieczeniowej, lecz ostatecznie zdecydowano się na stworzenie własnej multiagencji ubezpieczeniowej. Działalność Grupy 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 Grupa 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 Grupy wyraża przekonanie, że istotnym aspektem, który będzie przemawiał za nawiązaniem współpracy agentów ubezpieczeniowych z Grupą 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 w ramach Grupy w znacznym stopniu uprości i zautomatyzuje te procesy. Grupa 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 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 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 Grupy koncentrowała się na świadczeniu usług w zakresie porównywania produktów finansowych. Strategia Grupy zakłada rozszerzenie portfela oferowanych usług o możliwość porównywania usług o charakterze niefinansowym. W szczególności Grupa zamierza rozpocząć działalność polegającą na porównywaniu ofert:

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

Porównywarki wyżej wymieniowych 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, 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 Grupy zakłada również rozszerzenie portfela oferowanych usług IT. Dotychczas Grupa świadczyła usługi IT polagające m.in. na podnajmie zasobów informatycznych Grupy, tworzeniu stron www, wdrażaniu technologii ComperiaLead. Planowane rozszerzenie portfela oferowanych usług informatycznych jest związane m.in. z rozpoczęciem działalności z sektorze ubezpieczeniowym. Grupa zamierza czerpać przychody z tytułu opłat za użytkowanie aplikacji ubezpieczeniowej, która została szerzej opisana w elemencie strategii „Stworzenie ogólnopolskiej multiagencji ubezpieczeniowej". Docelową grupa odbiorców aplikacji ubezpieczeniowej stworzonej przez Grupę są osoby wykonujące czynności agencyjne w zakresie ubezpieczeń. Zgodnie z szacunkami Zarządu w Polsce funkcjonuje 152 tysiące osób wykonujących czynności agencyjne w zakresie ubezpieczeń. Grupa 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 Grupy w zakresie rozszerzania oferowanych usług IT zakłada również generowanie przychodów z tytułu wdrożeń stosowanych przez Grupę 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 Grupy 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.

Strategia Grupy 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 Grupie. Aplikacja „ComperiaLead Mobile" umożliwia także szybki kontakt z konsultantem Grupy oraz sprawdzanie na bieżąco, jaki zysk osiągnął jej użytkownik.

11. Transakcje z jednostkami powiązanymi

Spółki należące do Grupy w roku obrotowym zakończonym 31 grudnia 2013 roku były stroną transakcji z podmiotami powiązanymi, które we wskazanym okresie lub w jego części posiadały lub nadal posiadają taki status.

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

- umowy pomiędzy Comperia.pl a Comperia Ubezpieczenia Sp. z o.o.;
- akcjonariusze Comperia.pl (Bartosz Michałek, Karol Wilczko);
- członkowie Zarządu (Bartosz Michałek, Karol Wilczko);
- Alertfinansowy.pl – Grupa powiązana za akcjonariuszami Grupy

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

W dniu 2 lipca 2013 roku Comperia.pl S.A. zawarła z Bartoszem Michałkiem, Prezesem Zarządu, ramową umowę współpracy, której przedmiotem jest świadczenie usług, w tym

przeniesienie autorskich praw majątkowych na rzecz Comperia.pl S.A., utworów wykonanych przez Bartosza Michałka.

Zgodnie z umową, z tytułu świadczenia usług Bartoszowi Michałkowi przysługuje wynagrodzenie w wysokości 17 000 zł 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 (i) dwa razy do roku w 2013 roku oraz (ii) 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 Comperia.pl S.A. a Karolem Wilczko

W dniu 2 lipca 2013 roku Comperia.pl S.A. zawarła z Karolem Wilczko, Wiceprezesem Zarządu, ramową umowę współpracy, której przedmiotem jest świadczenie usług, w tym przeniesienie autorskich praw majątkowych na rzecz Grupy, 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 Comperia.pl S.A. a Comperia Ubezpieczenia

W dniu 1 czerwca 2013 roku Comperia.pl S.A. zawarła z Comperia Ubezpieczenia umowę współpracy, której przedmiotem jest stała współpraca pomiędzy Comperia.pl S.A., a Comperia Ubezpieczenia, zważywszy, że Comperia.pl S.A. 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, Comperia.pl S.A. zobowiązała się do reklamy na stronach internetowych będących w posiadaniu Comperia.pl S.A., w tym: (i) Comperia.pl, (ii) eHipoteka.com czy też (iii) banki.pl.

Comperia Ubezpieczenia zobowiązała się do dokonywania następujących usług na rzecz Comperia.pl S.A.:
(i) doradztwa w zakresie działalności gospodarczej w obszarze rynku ubezpieczeniowego,
(ii) szkolenia sprzedażowego i produktowego z zakresu ubezpieczeń komunikacyjnych i innych,
(iii) negocjacji umów z towarzystwami ubezpieczeniowymi na rzecz Comperia.pl S.A., (iv) opracowywania planu współpracy ze Comperia.pl S.A..

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

11..4 Umowa podnajmu z dnia 16 października 2013 roku pomiędzy Comperia.pl S.A. a Comperia Ubezpieczenia

W dniu 16 października 2013 roku Comperia.pl S.A. podpisała z Comperia Ubezpieczenia umowę podnajmu lokalu użytkowego, położonego w Warszawie przy ul. Konstruktorskiej 13 w wyniku czego Comperia Ubezpieczenia podnajęła od Comperia.pl S.A.powierzchnię 100 m2 i zobowiązała się do dokonywania odpowiednich opłat z tego tytułu na rzecz Comperia.pl S.A..

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

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

11..5 Umowa o wykonanie stron internetowych i przeniesienia autorskich prawa majątkowych pomiędzy Comperia.pl S.A. a Comperia Ubezpieczenia

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

Na podstawie przedmiotowej umowy, Comperia.pl S.A. zobowiązała się do wykonania m.in. (i) 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, Comperia.pl S.A. przeniosła również całość autorskich praw majątkowych na zasadzie wyłączności do stworzonych przez Comperia.pl S.A.utworów w rozumieniu prawa autorskiego, tj. m.in. wymienionych powyżej stron internetowych.

Za wykonane usługi, Comperia.pl S.A. 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 styczni 2014r. Comperia.pl S.A. podpisała umowę pożyczki ze spółką zależną Comperia Ubezpieczenia Sp. z o.o.

Zgodnie z umową, Comperia.pl S.A. („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 Grupa realizowała kampanie reklamowe na rzecz firmy Alertfinansowy.pl oraz jej kontrahentów.

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

12..1 Emisja akcji serii E

W ramach oferty prywatnej 2 inwestorów instytucjonalnych objęło łącznie 220.900 (dwieście dwadzieścia tysięcy dziewięćset) akcji Grupy Comperia.pl S.A.. 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 03.03.2013 r. Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego zarejestrował podwyższenie kapitału zakładowego Grupy 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 Grupy.

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 Grupy 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 Operacyjna 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 Comperia Ubezpieczenia Sp. z o.o. zależnej od Comperia.pl S.A.

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 Grupy 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 docelowo w Grupie za rozwój sieci sprzedaży ubezpieczeń w formule offline, natomiast Comperia.pl S.A. 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 r. złożony został 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 Comperia.pl S.A..

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 Cylkowski,
- 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

Grupa Comperia.pl S.A. 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 Grupy 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", Comperia.pl S.A.zajęła czwarte miejsce spośród spółek z regionu Europy Środkowej. Wśród 27 polskich firm, które znalazły się w zestawieniu, Grupa zajęła drugą pozycję. Ranking Deloitte Technology Fast 50 skupia najszybciej rozwijające się Grupy w oparciu o wzrost przychodów w ciągu ostatnich pięciu lat.

Ponadto, w grudniu 2013r. Comperia.pl S.A. została uhonorowana tytułem „Lider Przedsiębiorczości Roku 2013" przyznawanym przez Fundację Małych i Średnich Przedsiębiorstw.

14. Badania i rozwój

Grupa nie prowadzi działalności badawczej. Prace rozwojowe i inwestycyjne, prowadzone przez Grupę zostały opisane w punkcie 5.

15. Zmiany podstawowych zasad zarządzania

W analizowanym okresie Grupa nie zmieniała zasad zarządzania przedsiębiorstwem.

16. Wypłacone dywidendy

Grupa w 2013 roku nie wypłacała dywidendy.

17. Kapitał i akcjonariat Grupy Comperia

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

W dniu 20 lutego 2013r. Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego zarejestrował podwyższenie kapitału zakładowego Grupy 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 wyemitowany przez Grupę.

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 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 wyemitowany 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 041akcji 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									
	A imienne	A na okaziciela	B	C	D	E	F	SUMA	udział w kapitale	udział w głosach
Talnet Holding Limited	345000	0	7239	0	0	0	0	352239	16,32%	24,52 %
Fidea (Cyprus) Holding Limited	340717	0	5985	0	0	0	0	346702	16,07%	24,17 %
Bartosz Michałek	0	183286	3290	0	0	0	0	186576	8,65%	6,56%
Karol Wilczko	0	178417	2790	0	0	0	0	181207	8,40%	6,37%
Pozostali*	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 Grupa nie otrzymała zawiadomienia od TFI Investors S.A. o zejściu poniżej 5% głosów).

17..3 Nabycie akcji własnych

Grupa Comperia 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

Grupa nie posiada oddziałów.

19. Informacje dotyczące osób zarządzających i nadzorujących

19..1 Tabela wynagrodzenia osób wchodzących w skład Zarządu Comperia.pl S.A.:

Imię i Nazwisko	Stanowisko	Łączne wynagrodzenie w 2013r.
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 Comperia.pl.

19..2 Tabela wynagrodzenia osób wchodzących w skład Zarządu Comperia Ubezpieczenia Sp. z o.o.:

Imię i Nazwisko	Stanowisko	Łączne wynagrodzenie w 2013r.
Karol Wilczko	Prezes Zarządu	0,00 zł
Bartosz Michałek	Wiceprezes Zarządu	0,00 zł

W roku 2013 nie miały miejsca zmiany w składzie Zarządu Comperia Ubezpieczenia Sp. z o.o..

19..3 Rada Nadzorcza Comperia.pl S.A.:

Imię i Nazwisko	Stanowisko	wynagrodzenie w 2013r.
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..4 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

Grupa w raportowanym okresie nie byłą 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 Grupy.

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

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

Zgodnie z umową, Grupa 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 Grupy 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 Grupa, zależy od preferencji klienta określonego domu mediowego.

Umowy z domami mediowymi, nie zostały zawarte w formie pisemnej, lecz poprzez rejestrację 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 Grupy z uwagi na fakt, że domy mediowe obsługują wielu klientów z różnych branż (nie tylko finansowych).

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

Z uwagi na charakter zawieranych umów, Grupa 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 Grupa. W związku z tym, że takie zlecenia/umowy realizowane są stale, Grupa nie jest w stanie określić konkretnych dat dotyczących umów zawieranych na określone kampanie reklamowe.

- **Umowy dotyczące programu partnerskiego ComperiaLead.pl**

W ramach programu partnerskiego ComperiaLead.pl Grupa zawiera z partnerami trzy rodzaje umów tj. (i) umowy o współpracy z osobami prowadzącymi działalność gospodarczą, (ii) umowy o udostępnienie powierzchni portalu internetowego, (iii) umowy o współpracę, przewidzianą dla osób prawnych.

Na podstawie powyższych rodzajów umów, podmiot partnerski dostarcza określone informacje do Grupy, które je wykorzystuje, w zamian za co taki partner otrzymuje wynagrodzenie w wysokości 50% wynagrodzenia netto Grupy 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 Comperia.pl S.A. zawarła z Forward umowę zakupu systemu integracyjnego na zlecenie, na podstawie której Grupa zakupi system integracyjny wykonany na zlecenie w ramach realizacji przez Comperia.pl S.A. integracji systemu informatycznego (i) Comperia.pl, (ii) Comperia Ubezpieczenia z systemami partnerów, dla potrzeb programu partnerskiego ComperiaLead.pl.

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 Comperia.pl S.A., Comperia Ubezpieczenia z partnerami w ramach programu Comperialead.pl.

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

Ponadto, Comperia.pl S.A. zobowiązała się do wypłaty na rzecz Forward wynagrodzenia podzielonego na kilka etapów realizacji umowy, na podstawie protokołów odbioru.

Umowa została zawarta na czas określony, do dnia 30 września 2013 roku, może ona zostać rozwiązana przez każdą ze stron, w drodze pisemnej, za dwutygodniowym wypowiedzeniem.

W przypadku, rażącego naruszenia przez Forward obowiązków umownych, bądź też popełnienia przestępstwa, w związku z wykonywaną działalnością, Comperia.pl S.A. będzie uprawniona do wypowiedzenia umowy, ze skutkiem natychmiastowym. Takie samo uprawnienie przysługuje Forward w sytuacji gdy to Comperia.pl S.A. opóźnia się z wypłatą wynagrodzenia na rzecz Forward, jednakże po uprzednim wezwaniu Comperia.pl S.A. do zapłaty z wyznaczeniem dodatkowego terminu, nie krótszego niż 14 dni.

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 Comperia.pl S.A. 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.

Comperia.pl S.A. zobowiązała się do wykonania projektu m.in. zgodnie z harmonogramem rzeczowo-finansowym oraz obowiązującym prawem krajowym.

Comperia.pl S.A. będzie również zobowiązana do przekazywania PARP odpowiednich wyjaśnień oraz informacji na każde jej wezwanie.

Całkowity koszt realizacji projektu przez Comperia.pl S.A. 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 Comperia.pl S.A..

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: (i) wskazane w harmonogramie rzeczowo – finansowym, (ii) faktycznie poniesione w okresie kwalifikowalności, (iii) prawidłowo udokumentowane, (iv) zatwierdzone przez PARP.

- **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 Comperia.pl S.A. zawarła z PARP umowę, której przedmiotem jest udzielenie Comperia.pl S.A. 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 obowiązkó•w stron umowy związanych z realizacją projektu w zakresie zarządzania, rozliczania, monitorowania, sprawozdawczości i kontroli, a także w zakresie informacji i promocji.

Comperia.pl S.A. zobowiązała się do wykonania projektu m.in. zgodnie z harmonogramem rzeczowo-finansowym oraz obowiązującym prawem krajowym.

Comperia.pl S.A. będzie również zobowiązana do przekazywania PARP odpowiednich wyjaśnień oraz informacji na każde jej wezwanie.

Całkowity koszt realizacji projektu przez Comperia.pl S.A. 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 Comperia.pl S.A..

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 685 618,50zł oraz do 15% w formie dotacji celowej, co stanowi 120 991,50 zł.

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

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

21..3 Pożyczki, gwarancje i poręczenia

W dniu 31 styczni 2014r. Comperia.pl S.A. podpisała umowę pożyczki ze spółką zależną Comperia Ubezpieczenia Sp. z o.o.

Zgodnie z umową, Comperia.pl S.A. („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 nie posiada wiedzy na temat jakichkolwiek umów zawartych pomiędzy akcjonariuszami Grupy.

22. Czynniki ryzyka i zagrożenia

Poniżej Zarząd przedstawia najważniejsze czynnik ryzyka związane z działalnością Grupy

- **Ryzyko związane z ogólną sytuacja makroekonomiczną**

Ogólna sytuacja makroekonomiczna w Polsce ma znaczący wpływ na działalność Grupy, w szczególności na popyt na usługi świadczone przez Grupę. Do najważniejszych czynników makroekonomicznych mających wpływ na działalność Grupy 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 Grupa. W przypadku pojawienia się mniejszego popytu na poszczególne produkty finansowe, liczba użytkowników porównywarek prowadzonych przez Grupę może ulec zmniejszeniu, co potencjalnie może mieć wpływ na mniejsze kontrakty na kampanie reklamowe (wizerunkowe oraz efektywnościowe) zawierane ze Grupę przez jej klientów (np. banki). Może to negatywnie wpłynąć na wyniki finansowe generowane przez Grupę.

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

Najbardziej istotnym typem klientów dla działalności Grupy są banki oraz domy mediowe pełniące rolę pośredników pomiędzy bankami a Grupą. Sytuacja na rynku bankowym ma więc bardzo istotne znaczenie dla działalności Grupy. 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 Grupy, 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 Grupy.

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 Grupę i jednocześnie na niższe przychody generowane przez Grupę 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 Grupą 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 Grupę z bankami oraz na źródła generowanych przez Grupę przychodów.

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

W sierpniu 2012 roku Grupa rozpoczęła działalność na rynku ubezpieczeń poprzez uruchomienie porównywarki ubezpieczeń online. Zgodnie ze strategią, Grupa 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 Grupa chce być szerzej obecna na rynku ubezpieczeniowym. Więcej informacji na ten temat znajduje się w rozdziale „Działalność Grupy" w części dotyczącej Strategii. W związku z rozpoczęciem działalności przez Grupę 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**

Grupa koncentruje swoją działalność w sieci Internet. Działalność i rozwój Grupy 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 Grupy, jednak Zarząd 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 Grupy pochodzą głównie z kontraktów zawieranych z bankami oraz domami mediowymi na przeprowadzanie wizerunkowych oraz efektywnościowych kampanii reklamowych poprzez witryny internetowe zarządzane przez Grupę. Istnieje ryzyko związane z rozwojem rynku reklamy internetowej, w szczególności ryzyko zmniejszenia się wartości rynku reklamy internetowej. Zgodnie z raportem „IAB/PwC AdEx 2013" wartość rynku reklamy internetowej w Polsce w 2013 roku wyniosła 2,4 mld zł. Zgodnie z danymi zaprezentowanymi w raporcie rynek ten systematycznie rośnie. W 2007 roku wartość rynku reklamy internetowej w Polsce wynosiła 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 coś coraz bardziej dojrzał.

- **Ryzyko związane z konkurencją**

Grupa działa na rynku reklamy, w segmencie internetowej reklamy efektywnościowej oraz wizerunkowej dla branży finansowej. Ponadto, strategia Grupy przewiduje rozpoczęcie działalności polegającej na sprzedaży ubezpieczeń zarówno w modelu „direct" poprzez Internet, jak i w modelu tradycyjnym poprzez agentów

ubezpieczeniowych. W zakresie działalności Grupy na rynku internetowej reklamy efektywnościowej dla branży finansowej najbardziej znaczącymi konkurentami Grupy 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., Grupy 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 Grupy 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 Grupy 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 - Grupy Google. Gogole próbował wejść na rynek internetowych porównywarek finansowych w Wielkiej Brytanii poprzez przejęcie 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 zagroziła 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 Grupa planuje rozpocząć działalność tj. w segmencie sprzedaży ubezpieczeń. Architektura tego rynku oraz pozycja rynkowa konkurentów Grupy na rym 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. Grupa chce stworzyć na rynku sprzedaży ubezpieczeń w Polsce niszę rynkową, w której w chwili obecnie 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 rakietą Open Finance" opublikowany 23 lipca 2013 roku w gazecie „Puls Biznesu") Grupa Open Finance również prowadzi prace nad stworzeniem aplikacji mającej umożliwić porównywanie i sprzedaż ubezpieczeń oferowanych przez różne towarzystwa ubezpieczeniowe. Prawdopodobnie Grupa 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 Grupy 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 Grupy lub Grupy zmiany regulacji prawnych mogą spowodować zmniejszenie uzyskiwanych przychodów bądź wzrost kosztów. Po stronie Grupy 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 przepisów 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 internaucie 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 zmienią się w sposób, który spowoduje zmniejszenie się liczby użytkowników witryn Grupy, co może spowodować zmniejszenie rentowności, bowiem będzie wymagało to większych nakładów na promocję (koszty ponoszone przez Grupę względem wyszukiwarek za wyświetlanie witryn Grupy w wyróżnionej sekcji). Mimo nieznacznego prawdopodobieństwa nie można również wykluczyć sytuacji, iż z uwagi na błąd bądź awarię leżącą po stronie Grupy bądź jej usługodawców, dane Grupy 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 szacuje, że w Polsce ok. 95% użytkowników Internetu korzysta z wyszukiwarki „Google". Rodzi to dodatkowe ryzyko związane z uzależnieniem działalności Grupy od zasad funkcjonowania tej wyszukiwarki internetowej.

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

- zwiększanie ilości posiadanych portali - Grupa stworzyła portale wyspecjalizowane w analizie konkretnej kategorii produktów finansowych. Oprócz portalu „Comperia.pl" porównującego zarówno produkty lokacyjne, kredytowe jak i ubezpieczeniowe, Grupa 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 Grupę zdywersyfikowanego portfela marek porównywarek finansowych zmniejsza się ryzyko uzależnienia Grupy od wyszukiwarek internetowych (w przypadku posiadania jednej witryny uzależnienie to jest większe) oraz zwiększa prawdopodobieństwo trafienia internauty na portal będący w posiadaniu Grupy (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 Grupę 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, 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, Grupa dzieli się wynagrodzeniem, które otrzymuje z tego tytułu od sprzedawcy danego produktu finansowego zazwyczaj w 50,0%. 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 Grupę nie tylko na swoich własnych portalach, ale również na portalach partnerów programu „ComperiaLead". Ogranicza to ryzyka uzależnienia portali Grupy od wyników wyszukiwania wyszukiwarek internetowych;

- ścisłe 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. Grupa 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 Grupy jest koszt ponoszony względem wyszukiwarek za pozycjonowanie portali Grupy 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 Grupę. Dzięki tym działaniom Grupa ma większą kontrolę nad pozycjonowaniem się w wynikach wyszukiwania wyszukiwarek internetowych.

- **Ryzyko związane z uzależnieniem od kadry menedżerskiej**

Działalność Grupy 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 Grupy jest jednym z czynników, które zdecydowały o jej dotychczasowych sukcesach. Dlatego też odejście ze Grupy członków kadry zarządzającej może mieć negatywny wpływ na działalność i sytuację finansową Grupy, osiągane przez niego wyniki finansowe i perspektywy rozwoju. Ryzyko związane z ewentualnym odejściem ze Grupy Bartosza Michałka oraz Karola Wilczka jest ograniczone z uwagi na fakt że są oni również kluczowymi akcjonariuszami Grupy, co dodatkowo motywuje ich do dalszej pracy na rzecz zwiększania wartości firmy dla akcjonariuszy. Bartosz Michałek posiada 191 576 akcji Grupy (8,67% ogólnej liczby akcji), a Karol Wilczko posiada 181 207 akcji Grupy (8,42% ogólnej liczny akcji). Bartosz Michałek ani Karol Wilczko nie zadeklarowali chęci zmniejszenia liczby posiadanych przez nich akcji Grupy. 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 Grupy narażona jest ona na ryzyko awarii sprzętu lub ujawnienia się krytycznych błędów oprogramowania. W przypadku wystąpienia takich zdarzeń ilość użytkowników na portalach

internetowych Grupy może zmaleć, a w skrajnym przypadku, cały mechanizm funkcjonowania Grupy może przejściowo przestać funkcjonować. Takie zdarzenia mogą mieć bezpośredni wpływ na pogorszenie się wyników finansowych Grupy.

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

- **Ryzyko związane z sezonowością przychodów**

W działalności Grupy można zaobserwować zjawisko sezonowości generowanych przychodów. Grupa 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 świat 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 minimalizuje ryzyko związane z sezonowością przychodów poprzez odpowiednie zarządzanie płynnością finansową. Dodatkowo Grupa posiada aktywne linie kredytowe, z których może korzystać w okresach gdy istnieje zwiększone zapotrzebowanie na kapitał obrotowy.

- **Ryzyko uzależnienia od kluczowych klientów**

Kluczowymi klientami Grupy są banki, które najczęściej poprzez agencje reklamowe zamawiają u Grupy reklamowe kampanie efektywnościowe wspierane reklamami wizerunkowymi. Struktura klientów Grupy jest stosunkowo zdywersyfikowana, 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 5,0% 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 5,0% przychodów ze sprzedaży. W pierwszych trzech kwartałach 2013 roku klienci ci wygenerowali łącznie 65,3% przychodów ze sprzedaży. Zarząd Grupy 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 Grupy na rzecz innych porównywarek finansowych jest więc ograniczone. Ryzyko ograniczenia bazy klientów jest również w ocenie Zarządu 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 Grupa posiadała dwóch dostawców, których udział w kosztach usług obcych oraz zużycia materiałów i energii w danym okresie przekroczył 5,0%. Największy udział w tych kosztach miała Google. Koszty poniesione przez Grupę 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 Grupy polegają na umieszczaniu portali Grupy 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 Grupy za pośrednictwem promowanej przez wyszukiwarkę „Google" wyróżnionych stref wyników wyszukiwania. Grupa prowadzi ścisłą kontrolę zarządczą tego procesu i systematycznie kontroluje ile z pośród internautów, którzy weszli na portale Grupy za pośrednictwem stref wyróżnionych wyrazili następnie zainteresowanie jedną z ofert znajdujących się na portalach Grupy poprzez pozostawienie swoich danych z prośbą o kontakt ze danej instytucji finansowej. Uzależnienie Grupy od usług świadczonych przez Google jest zatem ograniczone, gdyż Grupa porównuje koszty związane z tymi usługami z przychodami, które uzyskuje dzięki nim. W przypadku gdyby korzyści osiągane przez Grupę w związku z opisanym procesem były mniejsze niż ponoszone przez nią koszty, Grupa zrezygnowałby z płatnego reklamowania swoich portali na stronach wyszukiwarki „Google" koncentrując swoje działania na innych formach pozyskiwania ruchu internetowego.

- **Ryzyko niepowodzenia realizacji strategii rozwoju Grupy**

Strategia Grupy 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 Grupy 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 Grupy 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. Grupa zamierza ograniczyć to ryzyko poprzez zaoferowanie agentom atrakcyjnych prowizji, dostępu do potencjalnych klientów, którzy szukają najkorzystniejszych ofert ubezpieczeniowych na portalach internetowych Grupy,

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 Grupy ryzyko to jest jednak umiarkowane ze względu na finalny etap tych prac. Grupa 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 Grupy 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 realizację strategii Grupy w zakresie rozszerzenia portfela oferowanych usług IT. Dotychczas Grupa świadczyła usługi IT polegające głównie na podnajmie zasobów IT. Strategia Grupy zakłada generowanie przychodów z usług IT polegających m.in. na wdrożeniach stosowanych przez Grupę 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 Grupę przychodów z tak rozumianych usług IT.

Z uwagi na relatywnie krótką historię działalności Grupy, 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 Grupy nie sprawdzi się na polskim rynku zgodnie z oczekiwaniami Grupy, co w rezultacie może negatywnie przełożyć się na osiągane przez Grupę 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 Grupy. Jest to sytuacja typowa dla spółek o profilu działalności podobnym do Grupy oraz na wczesnym etapie rozwoju. Istnieje ryzyko, że Grupa 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 Grupy jest ściśle związana z pozyskaniem przez Grupę środków z emisji Akcji Serii F. W przypadku gdyby nie doszło do emisji Akcji Serii F istnieje ryzyko, że strategia Grupy nie zostanie zrealizowana w całości. Grupa 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 Grupy znajdują się z rozdziale „Działalność Grupy" w części „Strategia".

- **Ryzyko związane ze wzrostem skali działalności**

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

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

Na wzrost skali działalności wpłynie również realizacja strategii Grupy w zakresie stworzenia ogólnopolskiej multiagencji ubezpieczeniowej. Intencją Grupy 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 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 Grupa 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 Grupy 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 Grupę 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 Grupę 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 Grupy, polegające na określeniu dodatkowych zobowiązań podatkowych lub kar związanych z naruszeniem przepisów dotyczących cen transferowych.

23. Informacje o podmiocie badającym sprawozdania finansowe

Rada Nadzorcza Comperia.pl S.A. na wniosek Zarządu podjęła w dniu 28 stycznia 2014r. uchwałę o wyborze firmy 4Audyt Sp. z o.o. na podmiot, który dokona badania jednostkowego i skonsolidowanego 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.

Grupa dąży do zapewnienia jak największej transparentności swoich działań, należytej jakości komunikacji z inwestorami oraz ochrony praw akcjonariuszy, także w materiach nieregulowanych przez prawo. W związku z tym, Grupa 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 znajdą 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 znajdą 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

26. Wykaz akcjonariuszy posiadających powyżej 5% akcji Comperia.pl S.A. przedstawiony został punkcie numer 17.2 powyżej. 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 Grupy.

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 jakiekolwiek 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 Grupy występuje organ zarządzający oraz organ nadzorczy, którymi są odpowiednio Zarząd i Rada Nadzorcza. Jako pełniącą funkcje kierownicze wyższego szczebla Grupa identyfikuje osobę będącą prokurentem Grupy.

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 Grupy, Zarząd upoważniony jest do emisji akcji w ramach kapitału docelowego za zgodą Rady Nadzorczej. Upoważnienie ważne jest przez trzy lata od daty rejestracji Grupy tj. do 4 lipca 2014r. Kapitał docelowy wynosi 16.098,60 zł (słownie: szesnaście tysięcy dziewięćdziesiąt osiem złotych i sześćdziesiąt groszy).

30. Opis zasad zmiany statutu Emitenta

Zmiana Statutu spółek wchodzących w skład Grupy 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 Comperia.pl pod adresem http://relacje.comperia.pl/o-spolce.html#dokument_informacyjny

Prawa akcjonariuszy i sposób ich wykonywania określone są postanowieniami Kodeksu Spółek Handlowych oraz stosowanymi przez Grupę 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 spółki 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 Comperia.pl S.A..

32..2 Zarząd Comperia Ubezpieczenia Sp. z o.o.:

Imię i Nazwisko	Stanowisko	Data powołania
Karol Wilczko	Prezes Zarządu	17 maja 2013r.
Bartosz Michałek	Wiceprezes Zarządu	17 maja 2013r.

W roku 2013 nie miały miejsca zmiany w składzie Zarządu Comperia Ubezpieczenia Sp. z o.o..

32..3 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 Comperia.pl S.A.:

- 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 Cylkowski,
- 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

Bartosz Michałek
Prezes Zarządu

Karol Wilczko

Wiceprezes Zarządu

Karol Wilczko
Wiceprezes Zarządu