SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI GRUPY KAPITAŁOWEJ COMPERIA.PL ZA I PÓŁROCZE 2025 ROKU

18 września 2025 roku

comperia comperia agent comperia Lead comfino

ComperiaRaty Compero.pl

SPIS TREŚCI

KOMENTARZ ZARZĄDU 5
1. INFORMACJE PODSTAWOWE.....7
1.1. Struktura Grupy Comperia.pl 7
1.2. Jednostka dominująca Comperia.pl S.A. 7
1.2.1. Charakterystyka działalności Comperia.pl S.A. 7
1.2.2. Kapitał akcyjny 9
1.2.3. Akcje własne..... 9
1.3. Comperia Ubezpieczenia sp. z o.o.....10
1.3.1. Charakterystyka działalności Comperia Ubezpieczenia sp. z o.o. 10
1.3.2. Kapitał zakładowy.....11
1.3.3. Udziały własne 11
1.4. ComperiaPay sp. z o.o. 11
1.4.1. Charakterystyka działalności ComperiaPay sp. z o.o.....11
1.4.2. Kapitał zakładowy.....11
1.4.3. Udziały własne 11
2. PODSTAWOWE DANE I WSKAŹNIKI FINANSOWE ORAZ OMÓWIENIE SYTUACJI FINANSOWEJ GRUPY KAPITAŁOWEJ 11
2.1. Podstawa sporządzenia sprawozdania finansowego.....11
2.2. Wybrane dane finansowe 12
2.3. Analiza wyników finansowych 13
2.3.1. Przychody ze sprzedaży.....13
2.3.2. Koszty.....14
2.3.3. Zysk netto i rentowność 15
2.4. Objaśnienie różnic pomiędzy wynikami finansowymi a publikowanymi prognozami wyników.....15
2.5. Wskaźniki niefinansowe 16
3. ZDARZENIA ISTOTNIE WPŁYWAJĄCE NA DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ W ANALIZOWANYM OKRESIE 16
4. CZYNNIKI MOGĄCE MIEĆ WPŁYW NA WYNIKI OSIĄGANE W KOLEJNYCH KWARTAŁACH 17
4.1. Optymalizacja prowadzonej działalności i zasobów wewnętrznych.....17
4.2. Zwiększanie pozyskiwanego ruchu internetowego oraz maksymalizacja wskaźnika konwersji 17
4.3. Rozwój ComperiaLead.....18
4.4. Rozwój działalności ubezpieczeniowej 18

5. CZYNNIKI RYZYKA I ZAGROŻENIA ZWIĄZANE Z DZIAŁALNOŚCIĄ GRUPY W POZOSTAŁYCH MIESIĄCACH ROKU OBROTOWEGO 19

5.1. Czynniki ryzyka związane z działalnością Grupy 19

5.1.1. Rynek reklamy internetowej może zmienić się w sposób nieprzewidziany przez Grupę i skutkujący spadkiem wartości przychodów. 19

5.1.2. Spółki Grupy są eksponowane na ryzyko związane z konkurencją 19

5.1.3. Grupa narażona jest na ryzyko nieskuteczności i błędów technologicznej integracji z towarzystwami ubezpieczeniowymi 20

5.1.4. Zmiany regulacji prawnych w tym przepisów prawa podatkowego, jak również praktyka orzecznicza mogą negatywnie wpływać na obciążenia publicznoprawne Grupy 20

5.1.5. Istotne zmiany mechanizmów pozycjonowania i prezentacji witryn w wyszukiwarkach internetowych mogą obniżać popularność serwisów Grupy 21

5.1.6. Spółki Grupy są eksponowane na ryzyko awarii sprzętu lub wystąpienia błędów w oprogramowaniu 22

5.1.7. Spółki Grupy są narażone na ryzyko powstania uzależnienia od kluczowych klientów i dostawców 22

5.1.8. Spółki Grupy są narażone na ryzyko niepowodzenia realizacji strategii rozwoju Grupy 23

5.1.9. Prowadzenie prac rozwojowych wiąże się z ryzykiem nieosiągnięcia zakładanych efektów takich prac 24

5.1.10. Zadłużenie kredytowe i pożyczkowe spółek Grupy może obciążać ich działalność 25

5.1.11. Spółki Grupy są narażone na ryzyko niedostosowania do nowych regulacji w zakresie ochrony danych osobowych 25

5.1.12. Spółki Grupy są narażone na ryzyko obniżenia płynności 26

5.2. Czynniki ryzyka związane z otoczeniem Grupy 26

5.2.1. Spółki Grupy są eksponowane na ryzyko związane z otoczeniem prawnym 26

5.2.2. Na spółki Grupy oddziałuje ryzyko związane z ogólną sytuacją makroekonomiczną 27

5.2.3. Na spółki Grupy wpływ wywiera ryzyko związane z koniunkturą na rynku bankowym 27

5.2.4. Spółki Grupy są eksponowane na ryzyko związane z koniunkturą na rynku ubezpieczeń 27

5.2.5. Nieprzewidziane czynniki otoczenia Grupy mogą mieć istotny niekorzystny wpływ na jej działalność 28

6. ZARZĄDZANIE RYZYKIEM FINANSOWYM 28

6.1. Ryzyko stopy procentowej 28

6.2. Ryzyko walutowe 28

6.3. Ryzyko kredytowe 29
6.4. Ryzyko związane z płynnością 29
7. TRANSAKCJE Z JEDNOSTKAMI POWIĄZANYMI 29
8. KAPITAŁ I AKCJONARIAT COMPERIA.PL S.A. 29
8.1. Akcjonariat Comperia.pl S.A. 29
8.2. Liczba akcji Comperia.pl S.A. posiadanych przez osoby zarządzające lub nadzorujące Comperia.pl S.A. 30
9. POSTĘPOWANIA SĄDOWE 30
10. UDZIELENIE PORĘCZEŃ KREDYTU LUB POŻYCZKI LUB UDZIELENIE GWARANCJI 30
11. SKŁAD OSOBOWY I ZMIANY, KTÓRE W NIM ZASZŁY W CIĄGU OSTATNIEGO ROKU OBROTOWEGO, ORAZ OPIS DZIAŁANIA ORGANÓW ZARZĄDZAJĄCYCH, NADZORUJĄCYCH LUB ADMINISTRUJĄCYCH EMITENTA ORAZ ICH KOMITETÓW ... 31
11.1. Zarząd Comperia.pl S.A. 31
11.2. Zarząd Comperia Ubezpieczenia sp. z o.o. 31
11.3. Zarząd ComperiaPay sp. z o.o. 31
11.4. Rada Nadzorcza Comperia.pl S.A. 31
11.5. Rada Nadzorcza Comperia Ubezpieczenia sp. z o.o. 32
11.6. Rada Nadzorcza ComperiaPay sp. z o.o. 32

KOMENTARZ ZARZĄDU

W pierwszym półroczu 2025 Grupa osiągnęła pozytywne wyniki EBITDA na poziomie skonsolidowanym jak i jednostkowym. W okresie tym udało się osiągnąć założone przez Zarząd cele w segmencie reklamy efektywnościowej. W segmencie dystrybucji ubezpieczeń istotny wpływ na wynik miała utrzymujący się trend silnej konkurencji Towarzystw Ubezpieczeniowych w obszarze cen, a segment e-commerce kontynuuje dynamiczny rozwój. Wzrost przychodów skonsolidowanych wyniósł 4%, z czego przychody segmentu reklamy efektywnościowej wzrosły o 33,1%, segmentu dystrybucji ubezpieczeń pozostały na takim samym poziome segmentu e-commerce o 127,5%.
Na spadek EBITDA skonsolidowanej o 70,8% w porównaniu do pierwszego półrocza roku poprzedniego wpłynęły przede wszystkim zdarzenie jednorazowe jakim było sprzedaż portalu Telepolis w 2024 r. Ponad to segment reklamy efektywnościowej zaliczył wzrost EBITDA o 333%, w segmencie dystrybucji ubezpieczeń zanotowano spadek o 32,3% a w segmencie e-commerce spadek o 12%, co wynika z zwiększonego poziomu wydatków związanych rozwojem segmentu.

Porównanie podstawowych wielkości z rachunku zysków i strat w podziale na segmenty działalności przedstawia się następująco:

Dane w tabeli dotyczą działalności kontynuowanej oraz zaniechanej.

Segment operacyjny	**reklama efektywnościowa**		**dystrybucja ubezpieczeń**		**e-commerce**		**Rozliczenie Programu Motywacyjnego i transakcja sprzedaży ZCP**		**dane skonsolidowane**	
[‘000 PLN]	H1 2025	H1 2024	H1 2025	H1 2024	H1 2025	H1 2024	H1 2025	H1 2024	H1 2025	H1 2024
Przychody	20 348	15 280	8 321	8 313	3 603	1 584	0	5 834	32 273	31 011
EBITDA*	2 680	619	731	1 080	-1 944	-1 735	0	5 072	1 468	5 035

* Zysk/strata z działalności operacyjnej + amortyzacja

W pierwszym półroczu 2025 roku w segmencie reklamy efektywnościowej Spółka odnotowała wzrost przychodów o 33,1% oraz wzrost EBITDA o 333% w porównaniu do analogicznego okresu roku poprzedniego. Na wynik ten pozytywny efekt przyniosło dostosowanie działań do oczekiwań instytucji finansowych, które – obok pozyskiwania klientów zainteresowanych kredytem – koncentrują się na zwiększaniu liczby klientów aktywnie korzystających z rachunków bankowych. Ważnym czynnikiem wspierającym wyniki była nowa umowy współpracy z Grupą OLX, o której Spółka informowała w raportach bieżących nr 3 i 4/2025. Wzrost przychodów został także wzmocniony przez intensyfikację sprzedaży produktów kredytowych oraz rozwój oferty obejmującej inne produkty bankowe do którego przyczynił się rozwój projektu ComperiaRaty.

Rentowność segmentu ubezpieczeniowego na poziomie EBITDA w pierwszym półroczu 2025 była pozytywna przy minimalnym wzroście przychodu z pierwszego półrocza roku poprzedniego. Na spadek dynamiki sprzedaży wpływ miała ogólna sytuacja na rynku ubezpieczeniowym. W perspektywie kolejnych kwartałów, będziemy koncentrować się nie tylko na dalszym powiększaniu skali działalności, ale kluczowe znaczenie będzie miała przede wszystkim efektywność powiększającej się sieci sprzedaży oraz rozbudowa oferty produktowej w segmencie ubezpieczeń.

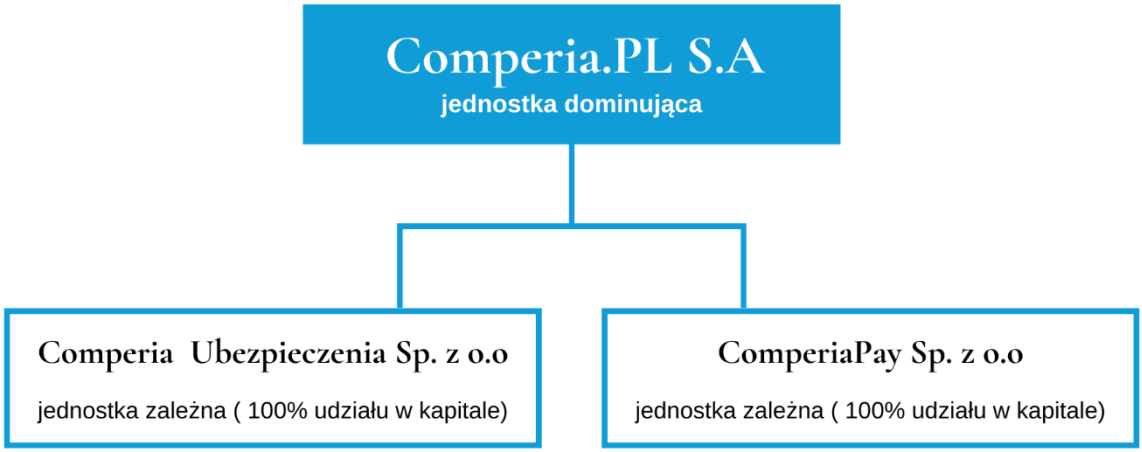
W pierwszym półroczu 2025 kontynuowaliśmy dynamiczny rozwój naszych rozwiązań dedykowanych segmentowi e-commerce. Skupiamy się na akwizycji nowych partnerów – sklepów. Podpisaliśmy tysiące umów na świadczenie usług finansowania zakupów poprzez naszą bramkę płatności odroczonych i ratalnych Comfino.pl. Grono partnerów dostarczających finansowanie stanowią największe banki w Polsce takie jak Santander Consumer Bank, Bank Pekao S.A, Alior Bank S.A., nowoczesne fintechy: Blik, Twisto, PragmaGO, PayPo, Smartney. W perspektywie kolejnych kwartałów będziemy kontynuować zwiększenie skali działalności segmentu e-commerce, ze szczególnym naciskiem na pozyskanie kolejnych partnerów w postaci platform oraz zarówno sklepów internetowych, jak i stacjonarnych, a także kolejnych partnerów dostarczających finansowanie klientom Comfino.pl.

1. INFORMACJE PODSTAWOWE

Dane finansowe zawarte w niniejszym sprawozdaniu zostały przedstawione w tys. PLN, chyba, że zaznaczono inaczej.

1.1.Struktura Grupy Comperia.pl

Struktura Grupy Kapitałowej Comperia.pl (dalej „Grupa") wg stanu na 30 czerwca 2025 roku przedstawia się następująco:



W okresie od 01 stycznia do 30 czerwca 2025 roku struktura Grupy kapitałowej Comperia.pl nie uległa zmianie.

1.2.Jednostka dominująca Comperia.pl S.A.

Siedziba	02-673 Warszawa, Konstruktorska 13
REGON	140913752
NIP	9512209854
Sąd rejestrowy	Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII wydział gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego
KRS	0000390656

Comperia.pl S.A. (dalej „Jednostka dominująca", „Spółka") nie posiada oddziałów.

1.2.1. Charakterystyka działalności Comperia.pl S.A.

Istotą powstania Comperii było stworzenie możliwości błyskawicznego i co ważne – darmowego porównania i wyboru w jednym miejscu najlepszych produktów w obszarze

finansów, ubezpieczeń i telekomunikacji po to, by oszczędzać czas oraz pieniądze naszych klientów.

Działalność Spółki polega na prowadzeniu internetowych porównywarek produktów finansowych (w tym oddziałów bankowych i bankomatów) oraz niefinansowych. Na stronach tych internauci mają możliwość porównywania produktów finansowych (produkty kredytowe, lokacyjne i ubezpieczeniowe) oraz niefinansowych (np. telekomunikacyjne), oferowanych przez partnerów spółki i wybór najkorzystniejszej dla siebie oferty. Najpopularniejsze portale należące do Spółki to:

- Comperia.pl - pierwsza w Polsce porównywarka produktów finansowych,
- Comperialead.pl - program partnerski pozwalający zarabiać w sieci, dzięki promowaniu produktów finansowych, pozafinansowych i ubezpieczeń.Banki.pl - lokalizator placówek bankowych oraz bankomatów ze zintegrowaną porównywarką ofert bankowych,
- Compero.pl – porównywarka ofert ubezpieczeń umożliwiająca również zakup polisy ubezpieczeniowej,
- ComperiaRaty.pl – serwis kredytów i pożyczek gotówkowych dostępnych online,
- Comfino.pl – bramka płatności odroczonych (hub) i ratalnych e-commerce, BNPLa.

Spółka rozwija program partnerski o nazwie ComperiaLead. Program „ComperiaLead" polega na udostępnieniu przez Spółkę właścicielom witryn internetowych oprogramowania w celu stworzenia przez nich na swoich stronach internetowych sekcji prezentującej porównania produktów finansowych. Sekcje te są firmowane przez markę „Comperia" oraz koherentne z porównywarkami produktów finansowych dostępnych na portalu „Comperia.pl". Dzięki programowi „ComperiaLead" internauci mogą korzystać z porównywarek stworzonych przez Spółkę nie tylko na swoich własnych portalach, ale również na portalach partnerów programu „ComperiaLead".
W przypadku zainteresowania konkretnym produktem oferowanym przez partnera współpracującego z Comperią (np. instytucję finansową), internauta poprzez formularz ma możliwość pozostawienia swoich danych kontaktowych (tzw. „lead"), co umożliwi temu partnerowi, kontakt z internautą i sfinalizowanie transakcji. Partnerzy Spółki, bezpośrednio lub za pośrednictwem domów mediowych, za otrzymywanie leadów płacą Spółce prowizję. W przypadku zdecydowania się przez internautę na wybraną ofertę produktu finansowego i pozostawieniu przez niego swoich danych kontaktowych w ramach programu ComperiaLead Spółka dzieli się z tym uczestnikiem programu ComperiaLead wynagrodzeniem, które otrzymuje z tego tytułu od sprzedawcy danego produktu finansowego.
Działalność Spółki, polegająca na generowaniu leadów, związana jest z rynkiem internetowej reklamy efektywnościowej. Spółka osiąga również przychody z umieszczania na swoich portalach reklam wizerunkowych instytucji finansowych i pośrednictwa ubezpieczeniowego.

Spółka prowadzi działalność w ramach platformy płatniczej Comfino.pl, funkcjonującej jako agregator usług finansowych umożliwiających finansowanie zakupów konsumenckich w kanałach e-commerce oraz w punktach sprzedaży stacjonarnej. Rozwiązanie polega na udostępnieniu przez Spółkę narzędzia integrującego oferty kredytowe i płatności odroczone dostarczane przez instytucje finansowe współpracujące ze Spółką.

Konsumenci dokonujący zakupów u partnerów handlowych Spółki mają możliwość wyboru różnych form finansowania, takich jak: płatności odroczone, raty 0% oraz kredyt ratalny rozłożony na dłuższy okres. Wybór i obsługa finansowania odbywa się w całości online, a decyzja kredytowa podejmowana jest przez instytucje finansowe współpracujące ze Spółką.

1.2.2. Kapitał akcyjny

Na dzień 30 czerwca 2025 r. kapitał zakładowy Jednostki dominującej wynosił 353 954,70 zł i dzielił się na następujące serie akcji o wartości nominalnej 0,10 zł każda:

Seria	Liczba akcji	Rodzaj
Seria A	685 717	imienne (uprzywilejowane co do głosu w stosunku 2:1)
Seria A	404 703	zwykłe, na okaziciela
Seria B	124 080	zwykłe, na okaziciela
Seria C	121 450	zwykłe, na okaziciela
Seria D	26 041	zwykłe, na okaziciela
Seria E	220 900	zwykłe, na okaziciela
Seria F	575 000	zwykłe, na okaziciela
Seria G	1 333 334	zwykłe, na okaziciela
Seria H	48 322	zwykłe, na okaziciela
	3 539 547	

1.2.3. Akcje własne

Łączna ilość akcji własnych spółki na dzień publikacji raportu wynosi 386 482.

Zwyczajne Walne Zgromadzenie Comperia.pl S.A. Uchwałą nr 17 dnia 14 czerwca 2023 r. ustanowiło w Spółce Program Motywacyjny na lata 2023-2025. Celem Programu jest stworzenie dodatkowych mechanizmów motywujących osoby kluczowe dla rozwoju Grupy Comperia.pl S.A. do pracy i działań na rzecz Grupy oraz powodujących silniejsze związanie tych osób z organizacją i zaangażowanie w jej rozwój, co ma w przyczynić się w dłuższym terminie do zapewnienia stabilnego wzrostu wartości Grupy. Osobami uprawnionymi do udziału w Programie Motywacyjnym są członkowie Zarządu spółek z Grupy oraz inne osoby uznane przez Zarząd Spółki za zgodą Rady Nadzorczej za kluczowe dla działalności Grupy. Program będzie realizowany przez przyznanie prawa nabycia akcji uczestnikom programu po cenie nominalnej akcji tj. 0,10 zł. Maksymalna liczba praw nabycia akcji nie może przekroczyć 350 000. Program składa się z dwóch transz. W Transzy I do nabycia oferowanych jest maksymalnie 245 000 akcji a w Transzy II 105 000. Warunkiem przyznania Transzy I będą osiągnięcie przez Grupę wyników finansowych określonych przez Radę Nadzorczą, a Transzy II będzie opierał się na kryteriach

jakościowych związanych z realizacją projektów rozwojowych ustalone przez Radę Nadzorczą.

Rada Nadzorcza w dniu 28 marca 2024 przyjęła Regulamin Programu Motywacyjnego oraz określiła maksymalną liczbę akcji Spółki przeznaczonych do przyznania w poszczególnych transzach uczestnikom Programu Motywacyjnego będących członkami Zarządu Spółki. W związku z tym w dniu 4 kwietnia 2024 została podpisane umowy o uczestnictwo w Programie Motywacyjnym z Członkami Zarządu. Transza 2 została zrealizowana w 2024 r. Prezes Zarządu Szymon Fiecek jest uprawniony do nabycia maksymalnie 82 632 akcji w ramach Transzy 1.

Do wyceny wartości godziwej praw nabycia akcji przez Uczestników Programu Motywacyjnego (Transza I) użyto modelu Blacka-Scholes. Parametry użyte w modelu: cena akcji - 6,60 zł, cena wykonania – 0,10 zł, stopa wolna od ryzyka 5,54% (rentowność obligacji skarbowych 10y), zakładana brak wypłat dywidendy, okres życia do końca 2025, oczekiwana zmienność na podstawie danych historycznych - cen zamknięcia akcji. Wycena programu motywacyjnego (Transza I) w I półroczu 2025 obciążyła koszty wynagrodzeń oraz zwiększyła kapitał z wyceny opcji menadżerskich w kwocie 153 tys. PLN. Na dzień publikacji raportu obowiązuje jeden Program Motywacyjny na lata 2023-2025, który jest opisany powyżej. Poprzednie Programy Motywacyjne wygasły.

1.3.Comperia Ubezpieczenia sp. z o.o.

Siedziba	02-673 Warszawa, Konstruktorska 13
REGON	146713965
NIP	5213649980
Sąd rejestrowy	Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII wydział gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego
KRS	0000465027

Comperia Ubezpieczenia sp. z o.o. (dalej „Jednostka zależna”, „CU”) nie posiada oddziałów.

1.3.1. Charakterystyka działalności Comperia Ubezpieczenia sp. z o.o.

Comperia Ubezpieczenia sp. z o.o. (spółka zależna od Comperia.pl S.A.) prowadzi działalność w zakresie pośrednictwa ubezpieczeniowego sprzedając produkty ubezpieczeniowe online, za pośrednictwem call center, a także za pośrednictwem sieci współpracujących agentów ubezpieczeniowych prowadzeniu serwisów comperiaagent.pl, comperiaubezpieczenia.pl oraz compero.pl

Spółka prowadzi działalność w zakresie sprzedaży produktów ubezpieczeniowych jako agent ubezpieczeniowy uzyskując prowizje ze sprzedaży od towarzystw ubezpieczeniowych, a także w zakresie sprzedaży w formie licencji w formule SaaS (software as a service) aplikacji do zarządzania multiagencją ubezpieczeniową, zarządzania portfelem klientów, porównywania i sprzedaży produktów ubezpieczeniowych Comperiaagent.pl.

1.3.2. Kapitał zakładowy

Kapitał zakładowy Jednostki zależnej wynosi 197 500 zł i dzieli się na 395 udziałów o wartości nominalnej 500 zł każdy. Wszystkie udziały są w posiadaniu Jednostki Dominującej.

1.3.3. Udziały własne

W okresie 6 miesięcy zakończonych 30 czerwca 2025 roku Jednostka Zależna nie posiadała udziałów własnych.

1.4. ComperiaPay sp. z o.o.

Siedziba	02-673 Warszawa, Konstruktorska 13
REGON	528469633
NIP	5214067470
Sąd rejestrowy	Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII wydział gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego
KRS	0001102506

ComperiaPay sp. z o.o. (dalej „Jednostka zależna") nie posiada oddziałów.

1.4.1. Charakterystyka działalności ComperiaPay sp. z o.o.

Spółka posiada licencję Małej Instytucji Płatniczej - MIP242/2024 oraz uzyskała wpis do Rejestr Pośredników Kredytowych i Instytucji Pożyczkowych - RPK046211. Docelowo prowadzić będzie działalność w segmencie e – commerce Grupy Kapitałowej.

1.4.2. Kapitał zakładowy

Kapitał zakładowy jednostki zależnej wynosi 55 000 zł. Wszystkie udziały są w posiadaniu Jednostki Dominującej.

1.4.3. Udziały własne

W okresie 6 miesięcy zakończonych 30 czerwca 2025 roku Jednostka Zależna nie posiadała udziałów własnych.

2. PODSTAWOWE DANE I WSKAŹNIKI FINANSOWE ORAZ OMÓWIENIE SYTUACJI FINANSOWEJ GRUPY KAPITAŁOWEJ

2.1. Podstawa sporządzenia sprawozdania finansowego

Śródroczne skrócone skonsolidowane sprawozdanie finansowe zostało sporządzone zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej (MSSF), w tym, w szczególności w zgodności z MSR 34 „Śródroczna sprawozdawczość finansowa" oraz z Rozporządzeniem Ministra Finansów z dnia 29 marca 2018 roku w sprawie informacji

bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz zgodnie z odpowiednimi standardami rachunkowości mającymi zastosowanie do śródrocznej sprawozdawczości finansowej przyjętymi przez Unię Europejską, opublikowanymi i obowiązującymi w czasie przygotowywania skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

Spółki zależne Comperia Ubezpieczenia sp. z o.o. oraz ComperiaPay Sp. z o.o. podlegają konsolidacji metodą pełną.

2.2. Wybrane dane finansowe

Wybrane dane skonsolidowane ze sprawozdania z sytuacji finansowej

(tys. zł)	30.06.2025	31.12.2024	30.06.2024
Aktywa/Pasywa razem	28 129	23 765	26 520
Aktywa trwałe	13 967	13 668	13 077
Aktywa obrotowe	14 163	10 097	13 443
Kapitał własny	15 880	16 319	19 145
Zobowiązania razem	12 250	7 446	7 375
Zobowiązania długoterminowe	761	981	1 195
Zobowiązania krótkoterminowe	11 489	6 465	6 180
Liczba akcji	3 539 547	3 539 547	3 539 547
Średnioważona liczba akcji	3 153 065	3 182 451	3 230 008
Zysk (strata) na jedną akcję zwykłą (w zł)*	-0,19	-0,21	0,7
Rozwodniony zysk (strata) na jedną akcję zwykłą (w zł)	-0,19	-0,21	0,7
Wartość księgowa na jedną akcję (w zł)	4,49	4,61	5,41

*Podstawowy zysk przypadający na jedną akcję obliczono poprzez podzielenie zysku lub straty, która przypada na zwykłych akcjonariuszy jednostki dominującej (licznik), przez średnią ważoną liczby akcji zwykłych występujących (mianownik) w ciągu danego okresu.

Wybrane dane skonsolidowane ze sprawozdania z rachunku zysków i strat oraz całkowitych dochodów

Wybrane dane finansowe (w tys) z rachunku zysków i strat	01.01.2025-30.06.2025	01.01.2024-30.06.2024	Δ r/r
Przychody ze sprzedaży	32 246	24 404	32%
Zysk/Strata na sprzedaży	-356	- 2 896	88%
Zysk/Strata na działalności operacyjnej	-364	3 613	-110%
Zysk/Strata na działalności gospodarczej	-495	3 575	-114%
Amortyzacja	1 832	1 685	9%
EBITDA	1 468	5 298	-72%
Zysk/Strata przed opodatkowaniem	-495	3 313	-115%
Zysk/Strata netto	-593	2 277	-126%

2.3.Analiza wyników finansowych

2.3.1. Przychody ze sprzedaży

Segment	01.01.2025-30.06.2025	01.01.2024-30.06.2024	Δ r/r
Produkty kredytowe	13 506	4 568	196%
Produkty lokacyjne	6 660	9 844	-32%
Działalność ubezpieczeniowa	8 313	8 303	0%
Segment e-commerce	3 603	1 584	127%
Pozostałe	166	105	58%
Razem	32 246	24 404	32%

Przychody ze sprzedaży Grupy kapitałowej osiągnęły w I półroczu 2025 roku wartość 32 246 tys. zł względem 24 404 tys. zł w I półroczu 2024 roku. Tym samym, Grupa odnotowała wzrost przychodów o 32%. Wynik ten możliwy był dzięki 196% wzrostowi sprzedaży produktów kredytowych, wspartemu wzrostem sprzedaży produktów segmentu

e-commerce, oraz pozostałej sprzedaży, pozwalającym pokryć spadek sprzedaż produktów lokacyjnych spowodowany spadkiem stóp procentowych.
Kluczowe wskaźniki efektywności dla ubezpieczeń w I półroczu 2025 roku zawiera poniższa tabela.

Multiagencja - wskaźniki	01.01.2025-30.06.2025	01.01.2024-30.06.2024	Δ r/r
Liczba podpisanych umów z towarzystwami	33	32	3%
Inkaso	46 417	43 683	6%
Prowizja od TU dla Comperia	8 146	7 671	6%

Kluczowe wskaźniki efektywności dla segmentu e-commerce zawiera poniższa tabela.

e-commerce - wskaźniki	01.01.2025-30.06.2025	01.01.2024-30.06.2024	Δ r/r
Wartość udzielonego finansowania mln zł	58,9	27,2	117%
Liczba merchantów	2 937	1 816	62%

2.3.2. Koszty

Koszty działalności Grupy wzrosły o 20%, wobec wzrostu przychodów o 32%. Spowodowane jest to inwestycjami Grupy w nowy segment działalności, tj. bramkę płatności COMFINO w segmencie e-commerce oraz rozpoczęcia amortyzacji nowych produktów zarówno w segmencie e-commerce jak i w mniejszym stopniu ubezpieczeń i reklamy efektywnościowej

Wybrane dane finansowe (w tys) z rachunku zysków i strat	01.01.2025-30.06.2025	01.01.2024-30.06.2024	Δ r/r
Usługi obce	**25 253**	**20 077**	26%
Koszty świadczeń pracowniczych	**4 824**	**4 606**	5%
Amortyzacja	**1 832**	**1 685**	9%
Podatki i opłaty	**386**	**274**	41%
Zużycie materiałów i surowców	**161**	**189**	-15%
Pozostałe koszty	**181**	**366**	-51%
Razem koszty	**32 637**	**27 197**	20%

2.3.3. Zysk netto i rentowność

Wybrane dane finansowe z rachunku zysków i strat	01.01.2025-30.06.2025	01.01.2024-30.06.2024
Rentowność EBITDA	4,55%	16,35%
Rentowność na działalności operacyjnej (marża EBIT)	-1,13%	10,88%
Rentowność zysku netto	-1,84%	7,39%
Stopa zwrotu z kapitałów własnych (ROE)	-3,73%	11,89%
Stopa zwrotu z aktywów (ROA)	-2,11%	8,59%

W naszej ocenie sukcesem Grupy jest wzrost poziomu przychodów segmentu reklamy efektywnościowej w ujęciu porównywalnym, utrzymanie poziomu przychodów w segmencie ubezpieczeń jak i bardzo wysoki wzrost przychodów w segmencie e-commerce w pierwszym półroczu 2025 roku. Wyniki te osiągnęliśmy głownie dzięki odnowieniu w pierwszym półroczu 2025 współpracy z kluczowym partnerem segmentu reklamy efektywnościowej. Utrzymanie przychodów segmentu ubezpieczeń potwierdza słuszność zmian przeprowadzonych w strukturze sieci sprzedaży ubezpieczeń sprzed kilu kwartałów. Bardzo wyraźny wzrost przychodów segmentu e-commerce dowodzi słuszności strategii inwestycji Grupy zarówno w rozwój produktu, jak i sieci partnerów finansujących oraz sieci merchantów udostępniających płatności poprzez COMFINO dla swoich klientów. EBITDA segmentu ubezpieczeń notuje spadek, tak jak jej udział w EBITDA Grupy, EBITDA reklamy efektywnościowej zanotowała wyraźny wzrost, a ujemna EBITDA segmentu e-commerce obciążona jest wysokimi inwestycjami Grupy w rozwój tego produktu.

2.4. Objaśnienie różnic pomiędzy wynikami finansowymi a publikowanymi prognozami wyników

Grupa nie publikowała prognozy wyniku finansowego na rok 2025.

2.5. Wskaźniki niefinansowe

Kluczowe wskaźniki efektywności

Nazwa wskaźnika	01.01.2025-30.06.2025	01.01.2024-30.06.2024	Δ r/r
Liczba partnerów ComperiaLead na koniec okresu	144 460	118 948	21%
Liczba leadów	229 677	84 784	171%
Liczba wejść na stronę*	750 372	959 027	-22%
Liczba odsłon*	1 937 973	2 879 166	-33%

** wpływ serwisu Telepolis.pl na liczbę odsłon i wejść na stronę w 2024*

Wzrost liczby leadów wynika z rosnącą liczbą partnerów programu ComperiaLead oraz rozpoczęcia w współpracy kluczowym partnerem segmentu reklamy efektywnościowej. Spółka skupia się na pozyskiwaniu leadów od dostawców detalicznych, co pozwala ograniczać ryzyko związane z uzależnieniem działalności od jednego lub kilku bardzo dużych dostawców. Niemniej, kładąc główny nacisk na dywersyfikację źródeł pozyskiwania leadów, Spółka jednocześnie rozwija współpracę z grupą istotnych dostawców leadów, a równoczesny rozwój współpracy z ich większą grupą pozwala eliminować ryzyka związane z koncentracją dostawców.

3. ZDARZENIA ISTOTNIE WPŁYWAJĄCE NA DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ W ANALIZOWANYM OKRESIE

W pierwszym półroczu 2025 roku w segmencie reklamy efektywnościowej Spółka odnotowała wzrost przychodów o 33,1% oraz wzrost EBITDA o 333% w porównaniu do analogicznego okresu roku poprzedniego. Na wynik ten pozytywny efekt przyniosło dostosowanie działań do oczekiwań instytucji finansowych, które – obok pozyskiwania klientów zainteresowanych kredytem – koncentrują się na zwiększaniu liczby klientów aktywnie korzystających z rachunków bankowych. Ważnym czynnikiem wspierającym wyniki była nowa umowy współpracy z Grupą OLX, o której Spółka informowała w raportach bieżących nr 3 i 4/2025. Wzrost przychodów został także wzmocniony przez intensyfikację sprzedaży produktów kredytowych oraz rozwój oferty obejmującej inne produkty bankowe do którego przyczynił się rozwój projektu ComperiaRaty.
Rentowność segmentu ubezpieczeniowego na poziomie EBITDA w pierwszym półroczu 2025 była pozytywna przy minimalnym wzroście przychodu z pierwszego półrocza roku poprzedniego. Na spadek dynamiki sprzedaży wpływ miała ogólna sytuacja na rynku ubezpieczeniowym. W perspektywie kolejnych kwartałów, będziemy koncentrować się nie tylko na dalszym powiększaniu skali działalności, ale kluczowe znaczenie będzie miała przede wszystkim efektywność powiększającej się sieci sprzedaży oraz rozbudowa oferty produktowej w segmencie ubezpieczeń.

W pierwszym półroczu 2025 kontynuowaliśmy dynamiczny rozwój naszych rozwiązań dedykowanych segmentowi e-commerce. Skupiamy się na akwizycji nowych partnerów – sklepów. Podpisaliśmy tysiące umów na świadczenie usług finansowania zakupów poprzez naszą bramkę płatności odroczonych i ratalnych Comfino.pl. Grono partnerów dostarczających finansowanie stanowią największe banki w Polsce takie jak Santander Consumer Bank, Bank Pekao S.A, Alior Bank S.A., nowoczesne fintechy: Blik, Twisto, PragmaGO, PayPo, Smartney. W perspektywie kolejnych kwartałów będziemy kontynuować zwiększenie skali działalności segmentu e-commerce, ze szczególnym naciskiem na pozyskanie kolejnych partnerów w postaci platform oraz zarówno sklepów internetowych, jak i stacjonarnych, a także kolejnych partnerów dostarczających finansowanie klientom Comfino.pl.

4. CZYNNIKI MOGĄCE MIEĆ WPŁYW NA WYNIKI OSIĄGANE W KOLEJNYCH KWARTAŁACH

4.1. Optymalizacja prowadzonej działalności i zasobów wewnętrznych

Zarząd podejmuje szereg intensywnych działań mających na celu dalszą poprawę rentowności. Działania te obejmują w szczególności:

- poszukiwanie nowych kanałów i form sprzedaży oraz powiększanie bazy odbiorców w celu zwiększenia przychodów ze sprzedaży;
- sukcesywny przegląd poszczególnych działań, projektów i procesów (w szczególności w sprzedaży i marketingu) i ich założeń biznesowych pod kątem eliminacji aktywności zbędnych bądź nieprzynoszących oczekiwanych efektów ekonomicznych a także zwiększenia marżowości pozostałych;
- optymalizację wykorzystania zasobów wewnętrznych Grupy;
- redukcję kosztów stałych prowadzonej działalności.

Zarząd oczekuje, że efekty wymienionych działań powinny być stopniowo widoczne w kolejnych okresach.

4.2. Zwiększanie pozyskiwanego ruchu internetowego oraz maksymalizacja wskaźnika konwersji

Ze względu na znaczną część przychodów Grupy, które generowane są bezpośrednio z monetyzowania ruchu internetowego skupianego przez narzędzia, porównywarki i serwisy, Grupa skupia się na maksymalizowaniu efektywności z pozyskanego ruchu i szuka dodatkowych, kontekstowych i konwersyjnych źródeł ruchu w kategoriach finanse i ubezpieczeniowej. Za pośrednictwem posiadanych narzędzi analitycznych, testowane są różne formy komunikacji marketingowej w kierunku użytkowników oraz formularzy, narzędzi, widgetów, kalkulatorów, aby osiągnąć coraz wyższe współczynniki konwersji na ruchu przychodzącym.

Kontynuowane są także działania Grupy skupiające się na pozyskiwaniu nowego jakościowego ruchu, prowadzącego do konwersji. Jest to możliwe za sprawą ukierunkowanych kampanii na dobrze oznaczone grupy docelowe.

4.3.Rozwój ComperiaLead

Minione półrocze było okresem intensywnego rozwoju ComperiaLead, w którym skupiliśmy się na działaniach mających bezpośredni wpływ na efektywność współpracy z naszymi partnerami i poszerzenie oferty produktowej.
Kluczowym krokiem w rozwoju było zastosowanie sztucznej inteligencji w komunikacji z naszymi wydawcami. Dzięki AI mogliśmy szybciej odpowiadać na ich potrzeby oraz dostarczać spersonalizowane rekomendacje dotyczące kampanii, co przełożyło się na lepsze wyniki i głębsze relacje partnerskie.

Jednocześnie wdrożyliśmy AI w obszarze social media, co pozwoliło nam zwiększyć zasięg, lepiej dostosować treści do odbiorców i sprawniej budować wizerunek marki w kanałach społecznościowych.

Znaczną część działań skoncentrowaliśmy na rozwoju i promocji produktów firmowych. To pozwoliło nam wyróżnić się na tle konkurencji, a naszym wydawcom dało dostęp do unikalnych ofert, które zwiększają potencjał sprzedażowy i konwersyjny kampanii.
Dużą uwagę poświęciliśmy kampaniom kont osobistych, które stanowią jeden z filarów działalności ComperiaLead. Dzięki optymalizacji podejścia do tego segmentu udało się nam poprawić jakość leadów i zwiększyć efektywność działań marketingowych, co pozytywnie wpłynęło na wyniki naszych partnerów.

Nie bez znaczenia pozostaje również wprowadzenie większej liczby konkursów oraz inicjatyw motywacyjnych. Wydawcy, dzięki dodatkowym nagrodom i wyróżnieniom, mają więcej powodów do aktywnego angażowania się w kampanie, co wprost przełożyło się na wyższe wskaźniki sprzedażowe i większą dynamikę platformy.

Rozwój ComperiaLead w tym półroczu opierał się na pięciu filarach: wykorzystaniu AI w komunikacji z wydawcami, zastosowaniu AI w social media, skupieniu na produktach firmowych, optymalizacji podejścia do kampanii kont osobistych oraz wdrożeniu licznych konkursów i inicjatyw motywacyjnych.

Dzięki tym działaniom umocniliśmy naszą pozycję na rynku, zwiększyliśmy zaangażowanie partnerów i poprawiliśmy skuteczność prowadzonych kampanii

4.4.Rozwój działalności ubezpieczeniowej

Działania Grupy w segmencie ubezpieczeniowym koncentrują się na dynamicznym wzroście skali działalności. Na koniec pierwszego półrocza 2025 roku Grupa miała podpisane umowy z 33 towarzystwami ubezpieczeniowymi i współpracowała z ponad 600 agencjami, co umożliwia generowanie dodatkowego przypisu i inkasa składki.

Grupa zamierza kontynuować rozwój tego segmentu, opierając się na dotychczasowym modelu biznesowym, dążąc do jak najszybszego osiągnięcia rentowności przy zachowaniu wysokiej jakości biznesu. Kluczowym czynnikiem pozostaną warunki rynkowe, w tym polityka towarzystw ubezpieczeniowych. W drugiej połowie roku planowane jest wprowadzenie nowych produktów do platformy Comperia Agent oraz dalszy rozwój ich sprzedaży.

5. CZYNNIKI RYZYKA I ZAGROŻENIA ZWIĄZANE Z DZIAŁALNOŚCIĄ GRUPY W POZOSTAŁYCH MIESIĄCACH ROKU OBROTOWEGO

Poniżej Zarząd przedstawia najważniejsze czynniki ryzyka, którymi Grupa zarządza w celu minimalizacji ich negatywnego wpływu na działalność operacyjną. Identyfikacja i zarządzanie ryzykiem ma kluczowe znaczenie dla bezpiecznego funkcjonowania Grupy oraz jej pozycji finansowej.

5.1. Czynniki ryzyka związane z działalnością Grupy

5.1.1. Rynek reklamy internetowej może zmienić się w sposób nieprzewidziany przez Grupę i skutkujący spadkiem wartości przychodów.

Główna działalność Grupy jest uzależniona od umów bezpośrednich zawieranych z bankami, towarzystwami ubezpieczeniowymi oraz z domami mediowymi na przeprowadzanie wizerunkowych oraz efektywnościowych kampanii reklamowych, realizowanych poprzez witryny internetowe zarządzane przez Grupę lub w ramach programu partnerskiego ComperiaLead. Z tego powodu Grupa wystawiona jest na ryzyko związane z koniunkturą na rynku reklamy internetowej. Wzrost konkurencyjności lub wahania wielkości tego rynku mogą powodować (przy braku wzrostu udziału Grupy w tym rynku) spadek przychodów Grupy.

5.1.2. Spółki Grupy są eksponowane na ryzyko związane z konkurencją

Grupa Comperia.pl działa w segmencie internetowej reklamy efektywnościowej oraz wizerunkowej dla branży finansowej, ubezpieczeniowej oraz telekomunikacyjnej. Bezpośrednią konkurencją w dwóch pierwszych obszarach są inne porównywarki jak ebroker.pl, totalmoney.pl, rankomat.pl, mfind.pl oraz portale finansowe takie jak Bankier.pl czy Money.pl. W dłuższym terminie nie można jednak wykluczyć pojawienia się nowych inicjatyw projektowych. Emitent wskazuje na dynamiczny charakter rynku mediów internetowych (w tym reklamy) oraz relatywnie niską barierę wejścia na ten rynek podmiotów konkurencyjnych.

W segmencie ubezpieczeniowym zarówno w kanale sprzedaży tradycyjnej poprzez sieć agentów ubezpieczeniowych, jak i w kanale direct istnieje duża konkurencja ze strony istniejących podmiotów. Należy jednak podkreślić, że do tej pory żaden z podmiotów oferujących sprzedaż w kanale tradycyjnym nie funkcjonuje w oparciu o aplikację umożliwiającą w tak szerokim zakresie porównywanie ofert towarzystw ubezpieczeniowych oraz zakup tej oferty, korzystając w całym tym procesie z jednej aplikacji. Nie można jednak wykluczyć możliwości pojawienia się na rynku systemów konkurencyjnych wobec aplikacji Comperia Agent.

Grupa dokłada wszelkich starań, aby utrzymać pozycję lidera na rynku pod kątem oferowania najbardziej zawansowanych rozwiązań technologicznych. Potwierdza to m.in. fakt, że niejednokrotnie aplikacja Comperia Agent jest pierwszą aplikacją zewnętrzną integrującą się z webserwisami towarzystw ubezpieczeniowych. Grupa skutecznie zachęca towarzystwa ubezpieczeniowe do integrowania się z aplikacją, dzięki czemu stale poszerza liczbę ofert w Comperia Agent, tym samym zwiększając liczbę potencjalnych zainteresowanych klientów. Dodatkowo dołączane są nowe funkcjonalności aplikacji. Podkreślić należy, że aplikacja charakteryzuje się bardzo dużą elastycznością w dostosowaniu jej funkcji pod potrzeby każdego klienta.
Biorąc pod uwagę doświadczenie zebrane przez Grupę zostały podjęte działania, które mają na celu zdecydowane zwiększanie użycia aplikacji przez wewnętrzne struktury sprzedaży. Emitent nie ma gwarancji skuteczności tych działań.
Wszelkie niepowodzenia w walce konkurencyjnej mogą powodować obniżenie udziału Grupy w rynku reklamy internetowej oraz obniżenie przychodów zarówno z działalności reklamowej jak i dystrybucji ubezpieczeń.

5.1.3. Grupa narażona jest na ryzyko nieskuteczności i błędów technologicznej integracji z towarzystwami ubezpieczeniowymi

Trudność w stworzeniu i utrzymywaniu ubezpieczeniowej aplikacji informatycznej polega na znacznej liczbie parametrów, które muszą zostać porównane w celu miarodajnego wybrania najkorzystniejszej oferty ubezpieczeniowej, a także na konieczności zintegrowania aplikacji z licznymi systemami informatycznymi zakładów ubezpieczeń oraz z systemami innych podmiotów, z którymi aplikacja będzie współpracowała w zakresie sprzedaży ubezpieczeń. Dużą trudnością jest także zmienność powyższych paramentów i konieczność bieżącego dostosowywania aplikacji do pojawiających się zmian. 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. Grupa obserwuje coraz większe zainteresowanie po stronie towarzystw ubezpieczeniowych do unowocześniania ich technologii IT.
Utrzymanie powyższych zdolności wymaga od Grupy posiadania wysokospecjalistycznych kompetencji informatycznych: specjalistów w zakresie programowania, sieci informatycznych, przechowywania i przetwarzania danych, itp. Realizowane przez Grupę procedury działania muszą spełniać wymogi bezpieczeństwa systemów (odpowiedniego czasu reakcji na konieczność wprowadzania zmian lub naprawy istniejących rozwiązań) oraz kontynuacji kompetencji, zwłaszcza z uwagi na częściowo autorski charakter stosowanych rozwiązań programistycznych. Jakiekolwiek zaniedbania w powyższym zakresie mogą skutkować dysfunkcjami lub błędami systemów stosowanych przez Grupę, co może pociągać za sobą spadek wiarogodności, renomy i popularności serwisów prowadzonych przez Grupę i bezpośrednio przekładać się na spadek jej przychodów.

5.1.4. Zmiany regulacji prawnych w tym przepisów prawa podatkowego, jak również praktyka orzecznicza mogą negatywnie wpływać na obciążenia publicznoprawne Grupy

Zagrożeniem dla stabilności i rozwoju działalności gospodarczej Grupy mogą być niektóre zmiany regulacji prawnych w Polsce ze szczególnym uwzględnieniem przepisów kształtujących zwiększoną ochronę przetwarzania danych konsumentów oraz system

podatkowy, które ulegają modyfikacjom. Niekorzystne z punktu widzenia 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. Zmiany w niektórych przepisach mogą wiązać się z problemami interpretacyjnymi, niekonsekwentnym orzecznictwem sądów oraz niekorzystnymi interpretacjami przyjmowanymi przez organy administracji publicznej, co w konsekwencji może utrudniać realizację długoterminowych celów strategicznych oraz powodować trudności w ocenie skutków przyszłych zdarzeń czy decyzji.

5.1.5. Istotne zmiany mechanizmów pozycjonowania i prezentacji witryn w wyszukiwarkach internetowych mogą obniżać popularność serwisów Grupy

Głównym celem wyszukiwarek internetowych jest prezentowanie użytkownikom Internetu rzetelnych i najpełniejszych z możliwych wyników wyszukiwania. Funkcjonujące wyszukiwarki osiągają ten cel poprzez opracowywanie nowych mechanizmów i algorytmów selekcji, sortowania i prezentacji danych stron podmiotów na bieżąco. Dzięki temu konsumenci mogą łatwiej odnaleźć poszukiwane przez siebie informacje.

Zmiany algorytmów pozycjonowania i prezentacji witryn w wyszukiwarkach internetowych powodują zmianę hierarchii prezentowanych stron www, co ma znaczny wpływ na liczbę użytkowników odwiedzających poszczególne strony. Istnieje ryzyko, że algorytmy serwisów wyszukiwawczych zmienią się w taki sposób, który spowoduje zmniejszenie się liczby użytkowników witryn Grupy, co może spowodować zmniejszenie rentowności, wymagało bowiem będzie większych nakładów na promocję i pozycjonowanie stron www Grupy. Dodatkowo, na skutek błędu bądź awarii leżącej po stronie Grupy bądź jej usługodawców, dane Grupy mogą zostać całkowicie lub 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 witryny na odległe miejsce w wynikach wyszukiwania mogą również mieć miejsce w wyniku niezgodnych z wytycznymi wyszukiwarek działań pracowników witryn internetowych, które zmierzają do jak najkorzystniejszego pozycjonowania danej witryny. Grupa dąży do zminimalizowania ryzyka związanego ze zmianą mechanizmów pozycjonowania i prezentacji witryn w wyszukiwarkach internetowych poprzez:

- Bieżące monitorowanie wymagań wyszukiwarki, jakie są stawiane stronom przez algorytm Google i wprowadzanie odpowiednich zmian na stronach Grupy.
- Stały monitoring pozycji stron w wyszukiwarce Google, narzędziach Google Webmaster Tools oraz Google Analytics i innych, mający na celu kontrolę sytuacji i umożliwienia podejmowania natychmiastowych działań w sytuacjach zagrożenia.
- Wprowadzenie do strategii komunikacyjnej firmy content marketingu (zarządzania treścią). Działania content marketingowe można podzielić na tworzenie danych (raporty, analizy, artykuły) oraz zacieśnianie współpracy z partnerami z programu ComperiaLead. Grupa tworzy własne środowisko internautów żywo zainteresowane dostarczanymi informacjami i rozwiązaniami.
- Utrzymywanie kilku 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.pl specjalizujący się w porównywaniu kont bankowych, 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.

- Rozwijanie Programu Partnerskiego ComperiaLead. Program ComperiaLead polega na udostępnieniu przez Grupę właścicielom witryn internetowych (wydawcom) oprogramowania, w celu stworzenia przez nich na swoich stronach internetowych sekcji prezentującej porównania produktów finansowych. Sekcje te są firmowane przez markę Comperia oraz koherentne i kompatybilne z porównywarkami produktów finansowych, które są dostępne na portalu Comperia.pl.
- 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.

Grupa, nawet dokładając najwyższych starań, nie jest w stanie zapewnić całkowitej skuteczności swoich działań. Niepowodzenia w powyższym zakresie mogą negatywnie oddziaływać na popularność serwisów prezentowanych przez Grupę a tym samym spadek jej przychodów.

5.1.6. Spółki Grupy są eksponowane na ryzyko awarii sprzętu lub wystąpienia błędów w oprogramowaniu

Do zdarzeń, które mogą mieć bezpośredni wpływ na pogorszenie się wyników finansowych Grupy zaliczyć należy awarię sprzętu oraz ujawnianie się krytycznych błędów oprogramowania. Ryzyka te wynikają z charakteru działalności Grupy i są minimalizowane poprzez umieszczanie serwisów internetowych na serwerach renomowanych firm oraz posiadanie przez Grupę własnego zespołu programistów reagującego na bieżąco na występujące błędy w oprogramowaniu. W przypadku wystąpienia takich zdarzeń liczba użytkowników na portalach internetowych Grupy może zmaleć, a w skrajnym przypadku, cały mechanizm funkcjonowania Grupy może tymczasowo przestać funkcjonować, co przekładałoby się na spadek przychodów.

5.1.7. Spółki Grupy są narażone na ryzyko powstania uzależnienia od kluczowych klientów i dostawców

Kluczowymi klientami Grupy są banki, które - bezpośrednio lub poprzez agencje reklamowe - zlecają Grupie reklamowe kampanie efektywnościowe wspierane reklamami wizerunkowymi. Struktura klientów Grupy jest stosunkowo zdywersyfikowana, a w jej skład wchodzi większość działających w Polsce banków oraz współpracujących z nimi agencji reklamowych. W przypadku ograniczenia grona zleceniodawców kampanii reklamowych może pojawić się uzależnienie spółek Grupy od aktualnych zleceniodawców kampanii reklamowych. Banki 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 (a tym samym pojawienia się uzależnienia) jest, w ocenie Zarządu, relatywnie niskie, z uwagi na fakt, że prawie wszystkie działające na polskim rynku banki korzystają z tej formy pozyskiwania klientów. Aby niwelować wspomniane ryzyko Grupa stara się prowadzić działania ukierunkowane na poszerzenie grupy dostawców.
Głównymi dostawcami Grupy są partnerzy w programie afiliacyjnym ComperiaLead, inne witryny internetowe oraz agenci ubezpieczeniowi. Grupa dokonuje wszelkiej staranności celem dywersyfikacji źródeł dostawców. Na dzień publikacji Spółka jest uzależniona od jednego dostawcy. Ewentualny brak współpracy z tym kontrahentem w opinii Zarządu mógłby spowodować realizację ryzyka, że utrata niektórych z aktualnych dostawców może skutkować, zwłaszcza w przejściowym okresie istotnym pogorszeniem wyników Spółki.

5.1.8. Spółki Grupy są narażone na ryzyko niepowodzenia realizacji strategii rozwoju Grupy

Strategia Grupy zakłada zwiększanie pozyskiwanego ruchu internetowego oraz maksymalizację wskaźnika konwersji, rozszerzenie portfela oferowanych usług, w tym także o usługi w sektorze niefinansowym, zwiększenie udziału w rynku reklamowym, a także rozwój Programu Partnerskiego ComperiaLead. Strategia Grupy obejmuje także dalszy rozwój ogólnopolskiej multiagencji ubezpieczeniowej oraz zintensyfikowanie działalności w zakresie sprzedaży ubezpieczeń, w tym sprzedaż licencji nowatorskiej aplikacji Comperia Agent. Realizacja strategii Grupy jest związana z określonymi ryzykami. W zakresie zwiększania pozyskiwanego ruchu internetowego oraz maksymalizacji wskaźnika konwersji istnieje ryzyko, że planowane przedsięwzięcia, mające na celu zwiększenie pozyskiwanych „leadów" przy jednoczesnym zwiększeniu ich jakości, nie przyniosą oczekiwanych efektów.
Grupa identyfikuje również ryzyka związane z rozszerzeniem portfela oferowanych produktów w segmencie obsługi procesów sprzedaży e-commerce/m-commerce oraz ubezpieczeniowym. W szczególności, istnieją ryzyka związane z technologicznymi aspektami stworzenia przez spółki Grupy nowych rozwiązań w dziedzinie obsługi procesów sprzedaży, a także z gotowością partnerów biznesowych (w tym nowych) do podjęcia współpracy z Grupą. Minimalizacja ryzyka przebiega poprzez nawiązywanie kontaktów z nowymi partnerami z branży oraz promowanie oferty biznesowej Grupy.
W ocenie Zarządu główne ryzyko związane z rozwojem Programu Partnerskiego ComperiaLead polega na ewentualnej mniejszej niż zakłada się gotowości do współpracy docelowej grupy partnerów programu oraz konkurencji cenowej w tym segmencie, co może mieć wpływ na spadek marży netto. Minimalizacja ryzyka polega na aktywizacji partnerów poprzez organizowanie konkursów, akcji specjalnych dla wydawców, oferowaniu atrakcyjnej oferty produktowej oraz szybszych procedur rozliczeniowych a także poprzez ciągły rozwój technologiczny programu partnerskiego. W odniesieniu do działań Grupy w sektorze ubezpieczeń istnieje ryzyko opóźnień budowania sieci sprzedaży oraz spadku osiąganej marży od sprzedaży produktów Towarzystw Ubezpieczeniowych. Grupa ściśle monitoruje postępy prac i na bieżąco podejmuje działania zaradcze. W 2017 roku Grupa rozpoczęła również projekt sprzedaży ubezpieczeń w innych kanałach niż sieć agentów. Emitent wskazuje ponadto, że działania w zakresie realizacji projektów rozwojowych w obszarze fintech i insuretech, pomimo ponoszenia kosztów związanych z takimi działaniami mogą nie przynieść oczekiwanych efektów przychodowych.

Materializacja ryzyka niepowodzenia strategii rozwoju może się przekładać na konieczność rewidowania celów rozwojowych, zaś niedopasowania aktualnie realizowanej strategii do uwarunkowań działalności może być powodem obniżenia efektywności finansowej działalności Grupy.

5.1.9. Prowadzenie prac rozwojowych wiąże się z ryzykiem nieosiągnięcia zakładanych efektów takich prac

W ocenie Emitenta sukces podmiotów działających na rynkach e-commerce w znacznym stopniu jest uzależniony od innowacyjności tych podmiotów i ich zdolności do ciągłego rozwoju. Spółki Grupy prowadzą prace rozwojowe w zakresie nowych usług oraz nowych narzędzi technologicznych wspierających sprzedaż takich usług. Emitent identyfikuje ryzyko nieosiągnięcia zakładanych efektów takich prac. Błędne rozpoznaniem potrzeb rynku lub kierunków działań mających na takie potrzeby odpowiadać może skutkować realizacją projektów rozwojowych nie mających potencjału rynkowego i nie wpływających na wzrost przychodów Grupy. Błędne szacowanie nakładów niezbędnych na realizację projektów i/lub nieposiadanie odpowiednich środków na pokrycie tych kosztów może skutkować koniecznością rezygnacji z projektów trakcie ich wdrażania lub koniecznością nieplanowanego wcześniej ich dofinansowywania. Błędne rozpoznanie możliwości Grupy w zakresie kreacji zaplanowanych rozwiązań może skutkować niepowodzeniami w zakresie prowadzonych prac lub osiąganiem niezadowalających ich wyników, w tym w porównaniu do działań podmiotów konkurujących ze spółkami Grupy. Pracami rozwojowymi wdrażanymi w Grupie są prace w obszarze fintech oraz insuretech (rozwoju aplikacji służących do sprzedaży ubezpieczeń). Prace w obszarze fintech w zamierzeniu Emitenta mają doprowadzić do uzyskania narzędzi technologicznych (internetowych, mobilnych) pozwalających na efektywną sprzedaż produktów finansowych. Ryzyka prac rozwojowych i wdrażania nowych rozwiązań w tym obszarze uwarunkowane są istnieniem silnej konkurencji podmiotów posiadających już i rozwijających rozwiązania fintech, co może prowadzić do nieosiągnięcia przez spółki Grupy oczekiwanych efektów w postaci zainteresowania klientów produktami finansowymi oferowanymi przez spółki Grupy w ramach rozwiązań fintech, a co za tym idzie nieosiągnięciem oczekiwanych efektów przychodowych takich wdrożeń. Z kolei prace w obszarze insuretech stanowią w znacznej mierze rozwój i kontynuację obecnej oferty Grupy. Ryzyka związane z pracami rozwojowymi w obszarze insuretech Emitent rozpoznaje jako silniej związane z optymalizacją marketingu, pozycjonowania i promocji aktualnie prezentowanej komunikacji z klientami, jak również powiązane z optymalizacją współpracy z towarzystwami ubezpieczeniowymi i dostosowywania się do obecnych na rynku atrakcyjnych produktów ubezpieczeniowych.

Odrębnym aspektem ryzyk związanych z prowadzonymi pracami rozwojowymi jest możliwość występowania opóźnień takich prac, zarówno wynikających z własnych ograniczeń organizacyjnych, kompetencyjnych, budżetowych itp. spółek Grupy, jak również z możliwości występowania opóźnień we współpracy z partnerami finansowymi (bankowymi) lub ubezpieczeniowymi, wespół z którymi Emitent realizuje/będzie realizował poszczególne prace. Opóźnienia mogą również powodowane koniecznością ciągłego dostosowywania się do dynamicznie zmieniającego się otoczenia rynkowego i prawno-regulacyjnego.

Materializacja powyższych czynników ryzyka może spowodować, że ponoszone koszty prac rozwojowych nie będą równoważone przez odpowiedni wzrost przychodów, co negatywnie odbije się na sytuacji finansowej spółek Grupy. Emitent bieżąco analizuje powyższe

uwarunkowania prac rozwojowych prowadzonych przez Spółki Grupy potrzeb odbiorcy ostatecznego oraz analizę i monitoring trendów na rynku, które mogą wpływać na odbiór i użyteczność zakończonego projektu rozwojowego, nie może jednak zapewnić skuteczności powyższych działań.

5.1.10. Zadłużenie kredytowe i pożyczkowe spółek Grupy może obciążać ich działalność

Spółki Grupy w swojej działalności mogą korzystać z finansowania kredytami bankowymi. Umowy kredytowe zwykle przewidują okoliczności powodujące możliwość wypowiedzenia danego kredytu, zamknięcie możliwości korzystania ze środków kredytowych i/lub postawienie kredytów w stan natychmiastowej wymagalności. Warunki umów kredytowych i pożyczkowych, które Grupa mogłaby zawierać, w intencji Zarządu nie odbiegałyby od standardowo występujących w umowach tego typu. Przy odpowiednio negatywnym scenariuszu zdarzeń w toku działalności spółek Grupy i/lub zmian warunków otoczenia rynkowego może wystąpić postawienie kredytów w stan natychmiastowej wymagalności, co może skutkować istotnym pogorszeniem płynności finansowej spółek Grupy, a w następstwie koniecznością podjęcia nadzwyczajnych działań takich jak przykładowo pozyskanie alternatywnego finansowania (na potencjalnie gorszych warunkach niż aktualne warunki kredytowe), wdrożenie programu redukcji kosztów itp.

5.1.11. Spółki Grupy są narażone na ryzyko niedostosowania do nowych regulacji w zakresie ochrony danych osobowych

Spółki Grupy w toku bieżącej działalności przetwarzają dane osobowe. Przetwarzanie takich danych podlega szczególnym regulacjom, mającym chronić interesy właścicieli danych. Wraz z wejściem w życie, w dniu 28 maja 2018 r. Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (tzw. Rozporządzenie RODO), spółki Grupy zostają poddane nowym obowiązkom w zakresie zgodności z prawem, rzetelności i przejrzystości przetwarzania danych osobowych, w szczególności odnoszących się do zakresu obowiązku uzyskiwania zgody na przetwarzanie danych, minimalizacji zakresu przetwarzania danych, implementacji procedur i infrastruktury zabezpieczających przetwarzanie danych, realizacji obowiązków inspektora ochrony danych, korzystania z zewnętrznych usług w zakresie przetwarzania danych, obowiązków administratora danych, procedur dokumentowania przetwarzania danych, usuwania danych i tym podobnych. Wejście w życie regulacji RODO wiąże się z koniecznością weryfikacji posiadanych zbiorów danych osobowych, usunięcia danych, których przetwarzanie mogłoby być niezgodne z RODO, dokonania dostosowań lub rezygnacji z niektórych dotychczas realizowanych technik i kanałów komunikacyjnych lub prowadzić do zawężenia kręgu odbiorców określonych kanałów komunikacji (w tym przykładowo w zakresie komunikacji marketingowej). Emitent odnotowuje ryzyko związane z podwyższeniem wartości potencjalnych sankcji z tytułu naruszenia regulacji prawnych dotyczących zasad przetwarzania danych osobowych (kary przewidziane w RODO mogą sięgać 20 mln Euro lub 4% rocznych obrotów jednostki (w zależności od tego, która kwota będzie wyższa).
Emitent ocenia, że działalność Grupy została w pełni dostosowana do RODO poprzez zmiany w realizowanych procesach biznesowo-technologiczno-marketingowych oraz w infrastrukturze informatycznej. Równocześnie Emitent wskazuje, że powyższa ocena

może nie odpowiadać stanowi rzeczywistemu. W szczególności z uwagi na nowy charakter niektórych regulacji ochrony danych osobowych oraz kształtowanie się praktyki stosowania RODO, niektóre realizowane przez Grupę aspekty działalności mogą w przyszłości zostać uznane za realizowane z naruszeniem regulacji prawnych, co może powodować konieczność dokonywania doraźnych zmian wybranych procesów biznesowych (np. kontaktowania się z użytkownikami serwisów, gromadzenia danych użytkowników itp.) lub infrastruktury informatycznej. Wszelkie niezgodności procesów przetwarzania danych osobowych mogą prowadzić do ekspozycji na ryzyko nałożenia na spółki Grupy sankcji nadzorczych i/lub na ryzyko roszczeń majątkowych podnoszonych przez osoby, których dane dotyczą. W konsekwencji wystąpienie niezgodności działalności spółek Grupy z prawem w zakresie przetwarzania danych osobowych może prowadzić do pogorszenia warunków działalności spółek Grupy i ich wyników finansowych.

5.1.12. Spółki Grupy są narażone na ryzyko obniżenia płynności

Płynność finansowa spółek Grupy jest uzależniona od utrzymania zdolności do generowania stabilnych strumieni przychodów. Zdolność ta jest uzależniona od utrzymania atrakcyjności serwisów udostępnianych przez Grupę dla użytkowników, co powinno przekładać się na utrzymanie pozycji rynkowej spółek Grupy. Powyższe założenia mogą nie być realizowane przez spółki Grupy, co może powodować obniżenia płynności finansowej. Zarządy spółek Grupy na bieżąco monitorują ryzyko braku funduszy, wspomagając płynność spółek poprzez korzystanie z odpowiednich instrumentów. Celem Grupy jest utrzymanie równowagi pomiędzy ciągłością a elastycznością finansowania poprzez korzystanie z różnych źródeł finansowania. Działania w tym zakresie mogą nie przynosić oczekiwanych rezultatów, co może negatywnie odbijać się na płynności spółek Grupy.

5.2. Czynniki ryzyka związane z otoczeniem Grupy

5.2.1. Spółki Grupy są eksponowane na ryzyko związane z otoczeniem prawnym

Polski system prawny, w tym prawo podatkowe cechuje się wysoką częstotliwością zmian, co może mieć wpływ na prowadzoną przez spółki Grupy działalność. Zmiany obecnie obowiązujących przepisów lub wprowadzanie nowych regulacji może skutkować błędną ich interpretacją lub powodować problemy z odpowiednim stosowaniem przepisów krajowych jeżeli nie są spójne z regulacjami Unii Europejskiej. Istotne zmiany przepisów prawnych mogą zmusić spółki Grupy do modyfikacji oferty w celu dopasowania jej do otoczenia prawnego, co może przełożyć się na zwiększenie wydatków spółek Grupy. Jedną z najbardziej niestabilnych gałęzi prawa jest system podatkowy. Duży kłopot przy interpretacji przepisów stanowi brak ich spójnej wykładni. Mogą pojawić się regulacje zwiększające obciążenia podatkowe nałożone na Spółkę, a także kolizje między interpretacją przyjętą przez spółki Grupy, a interpretacją wskazaną przez organy administracji skarbowej. Ewentualne wystąpienie powyżej wskazanych sytuacji może spowodować zmniejszenie dochodów Spółki lub np. konieczność zapłaty kar nałożonych przez organy administracji skarbowej. W celu minimalizacji przedmiotowego ryzyka Emitent na bieżąco stara się monitorować zmiany przepisów prawnych, które dotyczą prowadzonej przez niego działalności.

5.2.2. Na spółki Grupy oddziałuje ryzyko związane z ogólną sytuacją makroekonomiczną

Grupa Comperia.pl zajmuje się porównywaniem i pośrednictwem w sprzedaży produktów finansowych oraz pozafinansowych. Działalność ta jest bardzo wrażliwa na ogólną sytuację gospodarczą. Czynniki takie, jak inflacja, dynamika PKB, wskaźnik bezrobocia, dynamika zmian wynagrodzeń czy poziom stóp procentowych wpływają na kształtowanie się popytu na produkty i usługi prezentowane na portalach należących do Grupy. Spadek zainteresowania powyższymi ofertami może przełożyć się na obniżkę liczby aktywnych użytkowników odwiedzających wspomniane portale, a tym samym negatywnie wpłynąć na przychody generowane przez Grupę.
W ciągu najbliższych miesięcy zjawiska ekonomiczne powinny jednak pozytywnie wpływać na wyniki finansowe Grupy. Determinanty gospodarcze (wzrost PKB, bezrobocie utrzymujące się poniżej 10%) świadczą o dobrej kondycji polskiej gospodarki. Dodatkowo wyjątkowo niskie stopy procentowe powinny działać zachęcająco do poszukiwania przez klientów ofert produktów kredytowych oraz oszczędnościowych, których porównywaniem zajmuje się Grupa.

5.2.3. Na spółki Grupy wpływ wywiera ryzyko związane z koniunkturą na rynku bankowym

Biorąc pod uwagę strukturę przychodów szczególnie ważny dla Grupy jest sektor finansowy. Wyniki finansowe osiągane przez banki i ubezpieczycieli mają istotny wpływ na działalność Grupy bowiem ich pogorszenie bezpośrednio oddziałuje na ponoszone przez te instytucje nakłady na działalność marketingową jako, że wydatki reklamowe należą do kosztów, które można najłatwiej ograniczyć.
Drugim czynnikiem mającym bezpośredni wpływ na działalność Grupy Comperia jest poziom rynkowych stóp procentowych. Wysokość tego parametru determinuje bowiem popyt na konkretne produkty bankowe. Przy niskich stopach procentowych (tak jest obecnie) wzrasta zainteresowanie instrumentami kredytowymi, które są wtedy bardziej dostępne (tańsze) dla klienta a spada liczba zapytań o produkty depozytowe. W momencie wzrostu stóp procentowych ta zależność ulega odwróceniu, powodując, że zmienia się struktura przychodów generowanych przez Grupę - dominującą rolę odgrywają wówczas przychody ze sprzedaży produktów oszczędnościowych.
Czynnikiem łagodzącym wpływ powyższego zagrożenia może być fakt, że Grupa Comperia skierowała swoją działalność także na inne segmenty gospodarki, w szczególności ubezpieczeniowy czy telekomunikacyjny.

5.2.4. Spółki Grupy są eksponowane na ryzyko związane z koniunkturą na rynku ubezpieczeń

Okresy poprzedzające pierwsze półrocze 2024 charakteryzowały się wysoką dynamiką zmian na rynku ubezpieczeń. Po początkowej korekcie cen w produktach komunikacyjnych, zwłaszcza w obowiązkowym ubezpieczeniu OC, towarzystwa ubezpieczeniowe ponownie rozpoczęły konkurencję cenową, co zwiększa ryzyko zahamowania wzrostu przychodów z dystrybucji ubezpieczeń. W odpowiedzi na te zmiany, niektóre towarzystwa obniżają prowizje, aby poprawić swoją rentowność.
Grupa posiada jednak narzędzia, które umożliwiają szybkie i efektywne dostosowanie się do zmieniających warunków. Sprzedawcy mogą łatwo przygotować najkorzystniejszą ofertę dla klienta bez konieczności czasochłonnych kalkulacji. Zwiększanie skali działania

pozwala Grupie na stałe negocjacje z ubezpieczycielami w kwestii wysokości prowizji i okresowych kontraktów, co pozwala zachować atrakcyjne wynagrodzenia dla agentów i jednocześnie maksymalizować przychody.

5.2.5. Nieprzewidziane czynniki otoczenia Grupy mogą mieć istotny niekorzystny wpływ na jej działalność

Nieprzewidywalne zdarzenia, np. akty wojny lub terroru mogą prowadzić do lokalnych, krajowych lub ponad krajowych niekorzystnych zmian w koniunkturze gospodarczej oraz na rynku finansowym, co miałoby negatywny wpływ na uwarunkowania działalności spółek Grupy. Emitent wskazuje na niestabilną sytuację międzynarodową, groźbę powstawania lub eskalacji konfliktów zbrojnych i politycznych, w tym restrykcji w handlu międzynarodowym i sankcji.

6. ZARZĄDZANIE RYZYKIEM FINANSOWYM

Do głównych instrumentów finansowych, które posiada Grupa, należą aktywa finansowe, takie jak należności z tytułu dostaw i usług, środki pieniężne i depozyty krótkoterminowe, które powstają bezpośrednio w toku prowadzonej przez nią działalności.

W okresie objętym sprawozdaniem Grupa nie prowadziła obrotu instrumentami finansowymi, poza depozytami krótkoterminowymi.

Główne rodzaje ryzyka wynikającego z instrumentów finansowych Grupy obejmują ryzyko stopy procentowej, ryzyko związane z płynnością, ryzyko walutowe oraz ryzyko kredytowe. Zarząd Jednostki Dominującej weryfikuje i uzgadnia zasady zarządzania każdym z tych rodzajów ryzyka – zasady te zostały w skrócie omówione poniżej. Jednostka monitoruje również ryzyko cen rynkowych dotyczące wszystkich posiadanych przez nią instrumentów finansowych.

6.1. Ryzyko stopy procentowej

Narażenie Grupy na ryzyko wywołane zmianami stóp procentowych nie jest istotne ze względu na brak długoterminowych zobowiązań finansowych. Dostępne formy finansowania działalności są oparte o zmienną stopę procentową bazującą na stawce WIBOR. Oprocentowanie instrumentów finansowych o zmiennym oprocentowaniu jest aktualizowane w okresach poniżej jednego roku. Grupa na bieżąco monitoruje sytuację związaną z decyzjami Rady Polityki Pieniężnej, mającymi bezpośredni wpływ na rynek stóp procentowych w kraju.

6.2. Ryzyko walutowe

Grupa prowadzi działalność głównie na rynku krajowym w walucie polskiej, dlatego nie jest w istotny sposób narażona na ryzyko kursowe. Większość należności i zobowiązań denominowana jest w walucie krajowej. Grupa nie stosuje pochodnych instrumentów zabezpieczających przed ryzykiem kursowym.

6.3. Ryzyko kredytowe

Grupa stara się zawierać transakcje wyłącznie z renomowanymi firmami o dobrej zdolności kredytowej. Ponadto, dzięki bieżącemu monitorowaniu stanów należności, narażenie Grupy na ryzyko nieściągalnych należności jest nieznaczne. W odniesieniu do innych aktywów finansowych Grupy, takich jak środki pieniężne i ich ekwiwalenty, ryzyko kredytowe Jednostki powstaje w wyniku niemożności dokonania zapłaty przez drugą stronę umowy, a maksymalna wartość ekspozycji na to ryzyko równa jest wartości bilansowej tych instrumentów.

6.4. Ryzyko związane z płynnością

Zarządy Spółek z Grupy na bieżąco monitorują ryzyko braku funduszy. Celem Grupy jest utrzymanie równowagi pomiędzy ciągłością a elastycznością finansowania poprzez korzystanie z różnych źródeł finansowania.

7. TRANSAKCJE Z JEDNOSTKAMI POWIĄZANYMI

W I półroczu 2025 roku Spółki Grupy nie zawierały transakcji z podmiotami powiązanymi, które pojedynczo lub łącznie są istotne i zostały zawarte na innych warunkach niż rynkowe.

8. KAPITAŁ I AKCJONARIAT COMPERIA.PL S.A.

8.1. Akcjonariat Comperia.pl S.A.

Na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania, kapitał Jednostki dominującej wynosił 353.957,70 zł i dzielił się na następujące serie akcji o wartości nominalnej 0,10 zł każda: Według wiedzy Jednostki dominującej, na dzień przekazania niniejszego raportu półrocznego, akcjonariuszami posiadającymi co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki są podmioty wskazane w poniższej tabeli.

Seria	Liczba akcji	Rodzaj
Seria A	685 717	imienne (uprzywilejowane co do głosu w stosunku 2:1)
Seria A	404 703	zwykłe, na okaziciela
Seria B	124 080	zwykłe, na okaziciela
Seria C	121 450	zwykłe, na okaziciela
Seria D	26 041	zwykłe, na okaziciela
Seria E	220 900	zwykłe, na okaziciela
Seria F	575 000	zwykłe, na okaziciela
Seria G	1 333 334	zwykłe, na okaziciela
Seria H	48 322	zwykłe, na okaziciela
	3 539 547	

Akcjonariusz	Liczba akcji	% akcji	Wartość nominalna (w PLN)	Liczba głosów na walnym zgromadzeniu	% udział głosów na walnym zgromadzeniu
Talnet Holding Limited	744 890	21,04%	74 489,00	1 089 890	25,79%
Marek Dojnow	637 378	18,01%	63 737,80	841 809	19,92%
Adam Jabłoński	417 768	11,80%	41 776,80	554 054	13,11%
Akcje Własne	386 482	10,92%	38 648,20	386 482	9,15%
Pozostali	1 353 029	38,23%	135 302,90	1 353 029	32,02%
Suma	**3 539 547**	**100,00%**	**353 954,70**	**4 225 264**	**100,00%**

Informacje dotyczące osób zarządzających i nadzorujących

8.2. Liczba akcji Comperia.pl S.A. posiadanych przez osoby zarządzające lub nadzorujące Comperia.pl S.A.

Akcjonariusz	Liczba akcji	% akcji	Wartość nominalna (w PLN)	Liczba głosów na walnym zgromadzeniu	% udział głosów na walnym zgromadzeniu
Marek Dojnow	637 378	18,01%	63 737,80	841 809	19,92%
Adam Jabłoński	417 768	11,80%	41 776,80	554 054	13,11%
Szymon Fiecek	111 136	3,14%	11 113,60	111 136	2,63%
Cezary Tokarski	10	0,00%	1,00	10	0,00%

Osoby zarządzające i nadzorujące Comperia.pl S.A. nie posiadały udziałów w jednostkach powiązanych Spółki.

9. POSTĘPOWANIA SĄDOWE

W I półroczu 2025 roku i do dnia wydania raportów żadna ze spółek Grupy Comperia.pl nie była stroną postępowań toczących się przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej, których wartość stanowiła co najmniej 10 % kapitałów własnych spółki.

10. UDZIELENIE PORĘCZEŃ KREDYTU LUB POŻYCZKI LUB UDZIELENIE GWARANCJI

W I półroczu 2025 roku żadna ze spółek Grupy nie udzieliła poręczeń kredytu lub pożyczki ani nie udzieliła gwarancji - łącznie jednemu podmiotowi lub jednostce zależnej od tego podmiotu - jeżeli łączna wartość istniejących poręczeń lub gwarancji stanowiła równowartość co najmniej 10% kapitałów własnych spółki.

11. SKŁAD OSOBOWY I ZMIANY, KTÓRE W NIM ZASZŁY W CIĄGU OSTATNIEGO ROKU OBROTOWEGO, ORAZ OPIS DZIAŁANIA ORGANÓW ZARZĄDZAJĄCYCH, NADZORUJĄCYCH LUB ADMINISTRUJĄCYCH EMITENTA ORAZ ICH KOMITETÓW

11.1. Zarząd Comperia.pl S.A.

Na dzień 30 czerwca 2025 roku Zarząd Comperia.pl S.A. działał w następującym składzie:

- Szymon Fiecek – Prezes Zarządu
- Cezary Tokarski – Członek Zarządu

11.2. Zarząd Comperia Ubezpieczenia sp. z o.o.

Na dzień 30 czerwca 2025 roku Zarząd Comperia Ubezpieczenia sp. z o.o. działał w następującym składzie:

- Szymon Fiecek – Prezes Zarządu
- Rafał Bojarczuk – Członek Zarządu.

11.3. Zarząd ComperiaPay sp. z o.o.

Na dzień 30 czerwca 2025 roku Zarząd ComperiaPay sp. z o.o. działał w następującym składzie:

- Szymon Fiecek – Prezes Zarządu.

11.4. Rada Nadzorcza Comperia.pl S.A.

Skład Rady Nadzorczej na dzień 30 czerwca 2025 roku oraz na dzień sporządzenia skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego przedstawiał się następująco:

- Marek Dojnow - Przewodniczący Rady Nadzorczej;
- Paweł Bandurowski - Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej;
- Adam Jabłoński - Członek Rady Nadzorczej;
- Krzysztof Mędrala - Członek Rady Nadzorczej;
- Przemysław Czuk - Członek Rady Nadzorczej.

W okresie od 01 stycznia do 30 czerwca 2025 nie miały miejsca zmiany w składzie Rady Nadzorczej.

11.5. Rada Nadzorcza Comperia Ubezpieczenia sp. z o.o.

Na dzień 30 czerwca 2025 roku Rada Nadzorcza Comperia Ubezpieczenia sp. z o.o. działała w następującym składzie:

- Marek Dojnow - Przewodniczący Rady Nadzorczej,
- Paweł Bandurowski - Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej;
- Adam Jabłoński - Członek Rady Nadzorczej,
- Piotr Siudak - Członek Rady Nadzorczej.

11.6. Rada Nadzorcza ComperiaPay sp. z o.o.

Na dzień 30 czerwca 2025 roku Rada Nadzorcza ComperiaPay sp. z o.o. działała w następującym składzie:

- Marek Dojnow - Przewodniczący Rady Nadzorczej,
- Paweł Bandurowski - Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej;
- Adam Jabłoński - Członek Rady Nadzorczej;

Warszawa, 18 września 2025 roku.

Zarząd Comperia.pl S.A.:

_____	_____
Prezes Zarządu Szymon Fiecek	Członek Zarządu Cezary Tokarski