



**SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI
GRUPY KAPITAŁOWEJ COMPERIA.PL
ZA I PÓŁROCZE 2018 ROKU**

25 września 2018 roku

SPIS TREŚCI

KOMENTARZ ZARZĄDU	4
1. INFORMACJE PODSTAWOWE.....	5
1.1. Struktura Grupy Comperia.pl	5
1.2. Jednostka dominująca Comperia.pl S.A.	5
1.2.1. Charakterystyka działalności Comperia.pl S.A.	5
1.2.2. Kapitał akcyjny	6
1.2.3. Akcje własne	6
1.3. Comperia Ubezpieczenia sp. z o.o.....	7
1.3.1. Charakterystyka działalności Comperia Ubezpieczenia sp. z o.o.....	7
1.3.2. Kapitał zakładowy	7
1.3.3. Udziały własne	7
2. PODSTAWOWE DANE I WSKAŹNIKI FINANSOWE ORAZ OMÓWIENIE SYTUACJI FINANSOWEJ GRUPY KAPITAŁOWEJ	8
2.1. Podstawa sporządzenia sprawozdania finansowego	8
2.2. Wybrane dane finansowe	8
2.3. Analiza wyników finansowych	9
2.3.1. Przychody ze sprzedaży	9
2.3.2. Koszty	10
2.3.3. Zysk netto i rentowność.....	11
2.4. Objasnienie różnic pomiędzy wynikami finansowymi a publikowanymi prognozami wyników.....	11
2.5. Wskaźniki niefinansowe	12
3. ZDARZENIA ISTOTNIE WPŁYWAJĄCE NA DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ W ANALIZOWANYM OKRESIE.....	12
4. CZYNNIKI MOGĄCE MIEĆ WPŁYW NA WYNIKI OSIĄGANE W KOLEJNYCH KWARTAŁACH	13
4.1. Optymalizacja prowadzonej działalności i zasobów wewnętrznych.....	13
4.2. Zwiększanie pozyskiwanego ruchu internetowego oraz maksymalizacja wskaźnika konwersji	13
4.3. Rozwój ComperiaLead.....	14
4.4. Rozwój działalności ubezpieczeniowej	14
5. CZYNNIKI RYZYKA I ZAGROŻENIA ZWIĄZANE Z DZIAŁALNOŚCIĄ GRUPY W POZOSTAŁYCH MIESIĄCACH ROKU OBROTOWEGO	14
5.1. Ryzyko związane z ogólną sytuacją makroekonomiczną	15
5.2. Ryzyko związane z koniunkturą na rynku bankowym	15
5.3. Ryzyko związane z koniunkturą na rynku ubezpieczeń	16

5.4.	Ryzyko związane z rozwojem rynku reklamy internetowej	16
5.5.	Ryzyko związane z konkurencją	16
5.6.	Ryzyko technologiczne (po stronie towarzystw ubezpieczeniowych)	17
5.7.	Ryzyko związane ze zmianami regulacji prawnych w tym przepisów prawa podatkowego	18
5.8.	Ryzyko związane z istotną zmianą mechanizmów pozycjonowania i prezentacji witryn w wyszukiwarkach internetowych	18
5.9.	Ryzyko awarii sprzętu lub wystąpienia błędów w oprogramowaniu	19
5.10.	Ryzyko związane z uzależnieniem od kadry menedżerskiej	20
5.11.	Ryzyko związane z sezonowością przychodów	20
5.12.	Ryzyko uzależnienia od kluczowych klientów	20
5.13.	Ryzyko niepowodzenia realizacji strategii rozwoju Grupy	21
5.14.	Ryzyko związane ze wzrostem skali działalności	21
5.15.	Ryzyko związane z prowadzeniem prac rozwojowych	22
5.16.	Ryzyko związane z umowami kredytowymi	22
6.	ZARZĄDZANIE RYZYKIEM FINANSOWYM	22
6.1.	Ryzyko stopy procentowej	22
6.2.	Ryzyko walutowe	23
6.3.	Ryzyko kredytowe	23
6.4.	Ryzyko związane z płynnością	23
7.	TRANSAKCJE Z JEDNOSTKAMI POWIĄZANYMI	23
8.	KAPITAŁ I AKCJONARIAT COMPERIA.PL S.A.	23
8.1.	Akcjonariat Comperia.pl S.A.	23
9.	INFORMACJE DOTYCZĄCE OSÓB ZARZĄDZAJĄCYCH I NADZORUJĄCYCH	24
9.1.	Liczba akcji Comperia.pl S.A. posiadanych przez osoby zarządzające lub nadzorujące Comperia.pl S.A.	24
10.	POSTĘPOWANIA SĄDOWE	24
11.	UDZIELENIE PORĘCZEŃ KREDYTU LUB POŻYCZKI LUB UDZIELENIE GWARANCJI ...	25
12.	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	25
12.1.	Zarząd Comperia.pl S.A.	25
12.2.	Zarząd Comperia Ubezpieczenia sp. z o.o.	25
12.3.	Rada Nadzorcza Comperia.pl S.A.	26
12.4.	Rada Nadzorcza Comperia Ubezpieczenia sp. z o.o.	26

KOMENTARZ ZARZĄDU

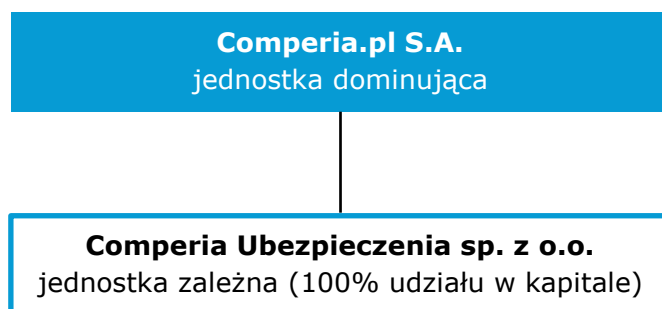
W pierwszym półroczu 2018 roku Grupa istotnie poprawiła wyniki w stosunku do analogicznego okresu roku poprzedniego. Poniżej prezentujemy kluczowe czynniki wpływające na wyniki zrealizowane w ciągu 6 miesięcy 2018 roku.

- Wzrost przychodów ze sprzedaży rok do roku o 36%. Wdrożenie nowej strategii sprzedażowej w pierwszym półroczu 2018 roku przyniosło spodziewane efekty. Wzrost sprzedaży z obszarze reklamy efektywnościowej wyniósł 29%. Dodatkowo chcielibyśmy podkreślić, że zanotowaliśmy ponad dwukrotny wzrost przychodów z działalności ubezpieczeniowej z 719 tysięcy złotych w I połowie 2017 r. do 1 673 tysięcy złotych w pierwszej połowie tego roku. Jest to o szczególnie ważne, gdyż Spółka planuje intensywnie rozwijać ten obszar w kolejnych okresach i ma ku temu mocne fundamenty w postaci rosnącej liczby agentów i klientów. Mamy podpisane umowy na dystrybucję produktów ubezpieczeniowych 26 towarzystw ubezpieczeniowych. Pracujemy z ponad 550 agentami.
- Poprawa efektywności operacyjnej Grupy. Dostosowaliśmy strukturę kosztów do rozmiarów działalności, poszerzyliśmy ofertę produktową w obszarze reklamy efektywnościowej, intensywnie rozwijamy obszar dystrybucji ubezpieczeń. W rezultacie przy wzroście przychodów ze sprzedaży na poziomie skonsolidowanym o 36% koszty działalności wzrosły jedynie o 21%, a zysk operacyjny przed amortyzacją (**EBITDA**) za okres 6 miesięcy 2018 roku wyniósł 1 885 tysięcy złotych, i był wyższy o 95% w stosunku do analogicznego okresu roku poprzedniego.
- W obszarze reklamy efektywnościowej Grupa odzyskała rentowność netto. Kontrybucja tego segmentu do wyniku netto wyniosła 998 tysięcy złotych w okresie 6 miesięcy 2018 roku wobec straty w wysokości - 242 tysięcy złotych w analogicznym okresie roku poprzedniego. Ujemny skonsolidowany zysk netto za okres 6 miesięcy kończących się 30 czerwca 2018 roku wynika z ujemnej kontrybucji do wyniku netto obszaru dystrybucji ubezpieczeń. Znaczna część wydatków ponoszonych na ich rozwój jest odnoszona w koszty w okresie ich poniesienia, natomiast efekty tych działań będą widoczne w przyszłych okresach.
- W dniu 11 września 2018 roku Komisja Nadzoru Finansowego zatwierdziła prospekt emisyjny Spółki, na podstawie którego przeprowadzamy emisję akcji serii G, zgodnie z uchwałą NWZA Spółki z dnia 6 kwietnia 2018 roku. Środki z emisji zostaną wykorzystane na realizację dalszego rozwoju ubezpieczeń oraz realizację budowy systemu informatycznego wspierającego pośrednictwo Spółki w umożliwianiu klientom finansowania zakupów e-commerce/m-commerce w drodze pożyczek udzielanych przez podmioty świadczące usługi w zakresie udzielania kredytu konsumenckiego. Szerzej piszemy o emisji w prospekcie emisyjnym zamieszczonym na stronie internetowej Spółki.

1. INFORMACJE PODSTAWOWE

1.1. Struktura Grupy Comperia.pl

Struktura Grupy Kapitałowej Comperia.pl (dalej „Grupa”) wg stanu na 30 czerwca 2018 roku przedstawia się następująco:



W okresie od 01 stycznia do 30 czerwca 2018 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), niefinansowych oraz GSM, a także portalu telekomunikacyjnego TELEPOLIS.PL. 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,
- eHipoteka.com - internetowa wyszukiwarka kredytów hipotecznych,
- Banki.pl - lokalizator placówek bankowych oraz bankomatów ze zintegrowaną porównywarką ofert bankowych,
- TELEPOLIS.PL - portal zajmujący się tematyką ofert GSM i telekomunikacji.

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 płać Spółce prowizję.

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.

1.2.2. Kapitał akcyjny

Na dzień 30 czerwca 2018 r. kapitał zakładowy Jednostki dominującej wynosił 215 789,10 zł i dzielił się na następujące serie akcji o wartości nominalnej 0,10 zł każda:

Seria akcji	Liczba akcji	Rodzaj
Seria A	685 717	imiennie, 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
2 157 891		

1.2.3. Akcje własne

W okresie 6 miesięcy zakończonych 30 czerwca 2018 roku Spółka nie posiadała akcji własnych.

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 oraz comperiaubezpieczenia.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 50 000 zł i dzieli się na 100 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 2018 roku Spółka nie posiadała akcji 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 19 lutego 2009 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.

Spółka zależna Comperia Ubezpieczenia sp. z o.o. podlega konsolidacji metodą pełną.

2.2. Wybrane dane finansowe

Wybrane dane skonsolidowane ze sprawozdania z sytuacji finansowej

(tys. zł)	30.06.2018	31.12.2017	30.06.2017
Aktywa/Pasywa razem	17 534	16 050	17 428
Aktywa trwałe	9 242	10 779	12 217
Aktywa obrotowe	8 291	5 271	5 211
Kapitał własny	8 535	9 042	11 197
Zobowiązania razem	8 999	7 008	6 231
Zobowiązania długoterminowe	1 086	1 765	2 128
Zobowiązania krótkoterminowe	7 913	5 243	4 103
Liczba akcji*	2 157 891	2 157 891	2 157 891
Zysk (strata) na jedną akcję zwykłą (w zł)	-0,22	-1,64	-0,64
Rozwodniony zysk (strata) na jedną akcję zwykłą (w zł)	-0,22	-1,64	-0,64
Wartość księgowa na jedną akcję (w zł)	3,96	4,19	5,19

*Zastosowano średnią ważoną liczbę akcji zwykłych występujących w ciągu okresu (MSR 33 Zysk przypadający na jedną akcję, pkt 20)

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

Wybrane dane finansowe (w tys) z rachunku zysków i strat	01.01.2018-30.06.2018	01.01.2017-30.06.2017	Δ r/r
Przychody ze sprzedaży	13 715	10 120	36%
Zysk/Strata na sprzedaży	-603	-1 569	-
Zysk/Strata na działalności operacyjnej	-280	-1 210	-
Zysk/Strata na działalności gospodarczej	-462	-1 226	-
Amortyzacja	2 165	2 175	0%
EBITDA	1 885	965	95%
Zysk/Strata przed opodatkowaniem	-462	-1 226	-
Zysk/Strata netto	-467	-1 388	-

2.3. Analiza wyników finansowych

2.3.1. Przychody ze sprzedaży

Segment	01.01.2018-30.06.2018	01.01.2017-30.06.2017	Δ r/r
Produkty kredytowe	7 391	4 480	65%
Produkty lokacyjne	3 026	3 609	-16%
Działalność ubezpieczeniowa	1 673	719	133%
Produkty pozafinansowe	621	577	8%
Pozostałe	1 003	735	37%
Razem	13 715	10 120	36%

Przychody ze sprzedaży Grupy kapitałowej osiągnęły w I półroczu 2018 roku wartość 13 715 tys. zł względem 10 120 tys. zł w I półroczu 2017 roku. Znaczący wzrost w stosunku do I półrocza 2017 r. wynika ze wzrostu przychodów w podstawowym biznesie oraz w działalności ubezpieczeniowej. W tym pierwszym obszarze, Spółka podjęła szereg skutecznych działań mających na celu zwiększenie przychodów z segmentu kredytów

oraz produktów lokacyjnych. Znacząco wzrosła w tym okresie liczba leadów przekazanych do instytucji finansowych, co jest efektem bardziej skutecznych działań sprzedażowych oraz lepszej koniunktury na rynku bankowym. Podstawowej działalności Spółki sprzyja również ciągle rosnący rynek reklamy internetowej.

W segmencie ubezpieczeniowym przychody wzrosły o 133%, co jest wynikiem zwiększonej skali działalności tego obszaru. Spółka konsekwentnie realizuje plan dywersyfikacji działalności poprzez wzrost sprzedaży polis ubezpieczeniowych przez własną sieć agentów. Pomimo szybkiego wzrostu, działalność ubezpieczeniowa nie osiągnęła wciąż skali warunkującej generowanie pozytywnych wyników finansowych.

Kluczowe wskaźniki efektywności dla ubezpieczeń w I półroczu 2018 roku zawiera poniższa tabela.

Multiagencja - wskaźniki	01.01.2018- 30.06.2018	01.01.2017- 30.06.2017	Δ r/r
Liczba podpisanych umów z towarzystwami	26	21	24%
Inkaso w zł	11 110 278	4 561 916	144%
Prowizja od TU dla Comperia	1 672 997	718 850	133%

2.3.2. Koszty

Wybrane dane finansowe (w tys) z rachunku zysków i strat	01.01.2018- 30.06.2018	01.01.2017- 30.06.2017	Δ r/r
Usługi obce	8 919	6 842	30%
Wynagrodzenia	2 355	1 987	18%
Amortyzacja	2 165	2 175	0%
Podatki i opłaty	190	157	21%
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	370	320	16%
Zużycie materiałów i surowców	158	107	47%
Pozostałe koszty	228	280	-19%
Razem koszty	14 384	11 869	21%

Koszty działalności Grupy wzrosły o 21%, a więc niewspółmiernie mniej w porównaniu do wzrostu przychodów (36%). Jest to przede wszystkim efekt dyscypliny kosztowej, która jest stosowana przez Spółkę na wszystkich szczeblach działalności oraz skutek wdrożenie nowej strategii sprzedażowej w pierwszym półroczu 2018 roku.

2.3.3. Zysk netto i rentowność

Wybrane dane finansowe z rachunku zysków i strat	01.01.2018-30.06.2018	01.01.2017-30.06.2017
Rentowność sprzedaży brutto	-3,4%	-12,1%
Rentowność na działalności podstawowej	-2,0%	-12,0%
Rentowność EBITDA	13,7%	9,5%
Rentowność na działalności operacyjnej (marża EBIT)	-2,0%	-12,0%
Rentowność zysku netto	-3,4%	-13,7%
Stopa zwrotu z kapitałów własnych (ROE)	-5,5%	-12,4%
Stopa zwrotu z aktywów (ROA)	-2,7%	-8,0%

W naszej ocenie ogromnym sukcesem Grupy jest nieomal podwojenie wyniku EBITDA. EBITDA wzrosła do 1 885 tysięcy złotych tj o 95%. Jest to wynik zarówno wzrostu skali biznesu Grupy jak też i efektywności operacyjnej. Marża EBITDA wzrosła w pierwszym półroczu 2018 do 13,7%, tj była o 4.2 p.p. wyższa niż w analogicznym okresie roku 2017.

W okresie pierwszego półrocza 2018 r. Grupa poniosła stratę netto na poziomie 467 tys. zł, względem straty w wysokości 1 388 tys. zł w analogicznym okresie roku ubiegłego. Na ujemny wynik okresu złożyły się przede wszystkim wydatki na rozwój segmentu ubezpieczeń.

W ocenie Zarządu wskaźnik zysku EBITDA jest najbardziej miarodajnym kryterium obrazującym kondycję finansową Spółki. Wynika to z faktu, bardzo wysokiej amortyzacji projektów technologicznych (np. Comperia Agent) prowadzonych przez spółkę w okresach poprzednich.

2.4. Objasnienie różnic pomiędzy wynikami finansowymi a publikowanymi prognozami wyników

Grupa nie publikowała prognozy wyniku finansowego na rok 2018.

2.5. Wskaźniki niefinansowe

Kluczowe wskaźniki efektywności

Nazwa wskaźnika	01.01.2018- 30.06.2018	01.01.2017- 30.06.2017	Δ r/r
Liczba partnerów ComperiaLead na koniec okresu	26 220	19 841	32%
Liczba leadów	181 068	147 780	23%
Liczba wejść na stronę	11 142 498	13 032 779	-15%
Liczba odsłon	21 059 385	25 999 780	-19%

Liczba leadów wzrosła w porównaniu do zeszłego roku o 23%, co jest efektem przede wszystkim wzrostu liczby partnerów w programie ComperiaLead.

W ujęciu wszystkich serwisów, Grupa odnotowała spadek w liczbie wejść na strony o 15%. Jest to spowodowane głównie efektem wprowadzenia rozporządzenia RODO oraz zwiększenia udziałów internatów korzystających z urządzeń mobilnych. W odpowiedzi na ten problem Spółka przebudowuje portal telepolis.pl w technologii RWD. Planowany termin wdrożenia pierwszej fazy to wrzesień 2018 r. Spółka rozpoczęła również wdrażanie zmian RWD na głównym portalu Comperia.pl

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

Pierwsze 6 miesięcy roku 2018 upłynęło w Grupie pod znakiem dalszego dostosowania się do zmieniających się warunków rynkowych oraz rozwoju segmentu ubezpieczeniowego.

Na rynku podstawowej działalności, a więc reklamy efektywnościowej Grupa odbudowała pozycję i skutecznie pozyskiwała udziały w budżetach marketingowych instytucji finansowych. Wdrożenie nowej strategii polegającej na poszukiwaniu nowych kanałów i form sprzedaży oraz powiększaniu bazy odbiorców w celu zwiększenia przychodów ze sprzedaży okazały się skuteczne. Przychody ze sprzedaży Grupy wzrosły w półroczu 2018 roku o 36% w porównaniu do półrocza 2017 roku. Bardzo uważnie analizujemy wpływ obowiązywania w Polsce RODO na działalność Spółki i na bieżąco reagujemy na pojawiające się wyzwania.

W segmencie ubezpieczeniowym Grupa znacząco zwiększyła skalę działalności, co potwierdza silny wzrost przypisu/inkasa wygenerowanego przez multiagencję Comperia Ubezpieczenia. Jeśli chodzi o warunki rynkowe, to minione półrocze przyniosło zarówno te sprzyjające, jak i te, które były wyzwaniem dla Grupy. Do tych pierwszych zaliczyć trzeba duży utrzymanie wysokich cen polis komunikacyjnych, co skłaniało klientów do zwracania się w stronę agentów umożliwiających przegląd możliwie dużej liczby dostępnych opcji,

jak również wpływało na wzrost wartości realizowanego przypisu. Dodatkowo takie okoliczności sprzyjały zwiększeniu popularności aplikacji Comperia Agent, która diametralnie ułatwia proces porównania dużej ilości ofert Towarzystw Ubezpieceniowych. Według oceny Zarządu Grupa w minionym półroczu Grupa dostosowała się do nowych wymagań towarzystw. Poradziła sobie z tym wyzwaniem w sposób zadowalający. Realizowany model biznesowy sprzyja odpowiedniej budowie portfela produktowego, co jest zgodne z polityką wszystkich towarzystw ubezpieczeniowych i stanowi ważny element przewag konkurencyjnych naszej multiagencji.

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, ubezpieczeniowej i GSM. 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.

Serwisy Grupy nadal zajmują wysokie miejsca w naturalnych wynikach wyszukiwania wyszukiwarek internetowych na konkurencyjne frazy związane z produktami finansowymi, ubezpieczeniowymi i GSM. Rozwijane są również strategiczne partnerstwa generujące wysokiej jakości ruch na serwisy i narzędzia Grupy. W drugiej połowie roku Spółka przebuduje swoje główne portale w celu dostosowania do potrzeb klientów używających urządzeń mobilnych oraz pozyskania nowych grup internautów.

4.3. Rozwój ComperiaLead

Główne czynniki mające wpływ na rozwój programu partnerskiego ComperiaLead to wydatki reklamowe Klientów Comperia.pl, trendy internetowe jak i nowe narzędzia powiększające liczbę i jakość wydawców współpracujących. Odpowiadając na trendy światowe ComperiaLead dostosowuje swoje narzędzia jak i współpracujących wydawców do blokady reklam w formacie SWF. Dostosowując się do tych zmian ComperiaLead zwiększyła ilość dostępnych narzędzi content marketingowych, aby zminimalizować wpływ "ślepoty banerowej" użytkowników Internetu. Dzięki temu Sieć stała się lepiej dopasowana do potrzeb i wymagań Internauty. Ciężar promocji będzie stopniowo przenoszony na witryny blogowe poprzez udostępnianie nowych narzędzi pomocnych przy prowadzeniu bloga jak i zarabianiu na nim.

4.4. Rozwój działalności ubezpieczeniowej

Działania Grupy w segmencie ubezpieczeniowym koncentrują się na wzroście skali działalności. Na koniec półrocza 2018 roku Grupa miała podpisane umowy z 26 towarzystwami ubezpieczeniowymi. Grupa współpracuje z ponad 500 agentami ubezpieczeniowymi. Pozwoli to na generowanie dodatkowego przypisu i inkasa składki.

W segmencie ubezpieczeniowym Grupa będzie kontynuowała działania ukierunkowane na wzrost skali działalności w oparciu o dotychczasowy model biznesowy. Intencją Zarządu jest jak najszybsze osiągnięcie skali gwarantującej rentowność przy uwzględnieniu zakładanych wskaźników „jakości” biznesu. Głównym czynnikiem mającym wpływ na tę część biznesu będą warunki rynkowe, w szczególności polityka towarzystw ubezpieczeniowych.

Prowadzimy stały rozwój narzędzi internetowych dla agentów. Kończymy przygotowania do wdrożenia rozporządzenia IDD aby zapewnić naszym agentom pełną zgodność i komfort po wdrożeniu nowych przepisów. W drugiej połowie roku będziemy dodawać do comperiaagent nowe produkty w tym ubezpieczenia majątkowe mieszkaniowe i inne.

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. Ryzyko związane z ogólną sytuacją makroekonomiczną

Grupa 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. 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 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.

5.3. Ryzyko związane z koniunkturą na rynku ubezpieczeń

Okres lat 2017 i 2018 jest bardzo dynamiczny w ilości zmian zachodzących na rynku ubezpieczeń. Towarzystwa kontynuują korektę cen w produktach komunikacyjnych (głównie obowiązkowego ubezpieczenia OC) dążąc do odzyskania strat i rentowności swoich portfeli. Zakładamy, że trend ten się utrzyma jednak bez już tak znaczących wzrostów cen. Narzędzia posiadane przez Grupę pozwalają z łatwością odnaleźć się w zmieniających się warunkach, sprzedawcy nie muszą poświęcać dużo czasu na liczne kalkulacje aby przygotować rzetelną i najkorzystniejszą ofertę dla Klienta.

Zwiększanie skali działania pozwala Grupie w sposób ciągły negocjować z zakładami ubezpieczeń wysokość stawek prowizyjnych i okresowych kontraktów, aby z jednej strony pozostawać dla agentów na atrakcyjnym poziomie wynagrodzeń, a jednocześnie maksymalizować przychody.

5.4. Ryzyko związane z rozwojem rynku reklamy internetowej

Główna działalność Grupy jest uzależniona od umów bezpośrednich zawieranych z bankami, towarzystwami ubezpieczeniowymi, operatorami GSM 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. Podobnie mogą skutkować zmiany trendów korzystania z sieci internet (np. skutek zmiany technologii, mód, zwyczajów użytkowników), które nie będą antycypowane przez Grupę i do których Grupa nie przygotowuje się odpowiednio modelując przekaz kierowany do użytkowników.

5.5. Ryzyko związane z konkurencją

Grupa 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 wejście na ten rynek podmiotów konkurencyjnych.

Konkurencja z zakresu działalności w obszarze GSM, Internet/Telewizja/Telefon to głównie nowopowstałe porównywarki: Panwybierak.pl, Skrzydelko.pl, Teleguru.pl, Komorkomat.pl oraz serwis TotalMoney.pl. Emitent nie może wykluczyć pojawienia się ważnej konkurencji wśród podmiotów prowadzących porównywarki innych usług i dóbr, jak również dużych graczy rynku mediów internetowych. Z drugiej strony Emitent wskazuje, że w roku 2016 miało miejsce nieudane otwarcie porównywarki finansowej Google Compare.

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 zwiększenie 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.

5.6. Ryzyko technologiczne (po stronie towarzystw ubezpieczeniowych)

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 parametrów i konieczność bieżącego dostosowywania aplikacji do pojawiających się zmian. Na datę sprawozdania finansowego 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. Jakiegokolwiek zaniedbania w powyższym zakresie mogą skutkować dysfunkcjami lub błędami systemów stosowanych przez Grupę, co może pociągać za sobą spadek wiarygodności, renomy i popularności serwisów prowadzonych przez Grupę i bezpośrednio przekładać się na spadek jej przychodów.

5.7. Ryzyko związane ze zmianami regulacji prawnych w tym przepisów prawa podatkowego

Zagrożeniem dla stabilności i rozwoju działalności gospodarczej Grupy mogą być niektóre zmiany regulacji prawnych w Polsce ze szczególnym uwzględnieniem przepisów kształtujących system podatkowy, które ulegają częstym modyfikacjom. W maju 2018 w Polsce nastąpiła implementacja dyrektywy RODO. Stale monitorujemy jej wpływ na biznes Spółki. 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.

5.8. Ryzyko związane z istotną zmianą mechanizmów pozycjonowania i prezentacji witryn w wyszukiwarkach internetowych

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 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 stron www Grupy. Dodatkowo, na skutek błędu bądź awarii leżącej po stronie Grupy bądź jej usługodawców, dane Grupy zostaną 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. Należy również zaznaczyć, że rynek wyszukiwarek internetowych jest zdominowany przez wyszukiwarkę 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 w następujący sposób:

- 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. 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 dostarczaniem 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 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.
- 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 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.

5.9. 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.

5.10. Ryzyko związane z uzależnieniem od kadry menedżerskiej

Działalność Grupy oraz jej perspektywy rozwoju są w dużej mierze zależne od wiedzy, doświadczenia oraz kwalifikacji kadry menedżerskiej oraz zatrudnianych specjalistów. Grupa wykonuje działania mające na celu rozwój kadry oraz związanie kluczowych osób z jej strukturami.

5.11. Ryzyko związane z sezonowością przychodów

Przychody Grupy charakteryzują się sezonowością. W pierwszym i trzecim kwartale wygenerowane przychody są zwykle niższe od tych uzyskiwanych w drugim i czwartym kwartale danego roku. Jest to zjawisko typowe dla całej branży reklamowej. Wyższe nakłady podmiotów na reklamę w II i IV kwartale roku kalendarzowego wynikają z większej aktywności podmiotów działających na rynku nieruchomości i rynku „consumer finance” w tych okresach, a także z intensyfikacji kampanii reklamowych w okresach Świąt Bożego Narodzenia oraz Świąt Wielkanocnych. Mniejsze nakłady na reklamę w I kwartale roku związane są z wygaszaniem kampanii reklamowych po intensywnych działaniach promocyjnych związanych ze Świątami 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 są z kolei efektem przypadającego wtedy okresu wakacyjnego.

Grupa minimalizuje ryzyko związane z sezonowością przychodów poprzez odpowiednie zarządzanie płynnością finansową oraz dywersyfikacją przychodów poprzez wejście na rynek ubezpieczeniowy, telekomunikacyjny i pozafinansowy. Dołączenie usług związanych z branżą telekomunikacyjną minimalizuje wahania wygenerowanych przychodów przez Grupę.

5.12. Ryzyko uzależnienia od kluczowych klientów

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.

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 jest, w ocenie Zarządu, relatywnie niskie, z uwagi na fakt że prawie wszystkie działające na polskim rynku banki korzystają z tej formy pozyskiwania klientów.

Głównymi dostawcami Grupy są partnerzy w programie afiliacyjnym ComperiaLead, inne witryny internetowe oraz agenci ubezpieczeniowi. Grupa dokonuje wszelkiej staranności celem dywersyfikacji źródeł dostawców. W tej chwili Grupa nie jest uzależniona od jednego dostawcy, nie mniej jednak utrata niektórych z nich może skutkować w przejściowym okresie pogorszeniem wyników Grupy.

Aby niwelować wspomniane ryzyko Grupa stara się prowadzić działania ukierunkowane na poszerzenie grupy dostawców.

5.13. 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 o porównywarki ofert operatorów telefonii komórkowej, dostawców prądu, dostawców Internetu, dostawców telewizji kablowej. W szczególności, istnieją ryzyka związane z technologicznymi aspektami stworzenia porównywarek produktów niefinansowych, a także z gotowością nowych partnerów biznesowych do podjęcia współpracy. Minimalizacja ryzyka przebiega poprzez nawiązywanie kontaktów z nowymi partnerami z branży telekomunikacyjnej 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.

5.14. Ryzyko związane ze wzrostem skali działalności

Szybko rosnąca skala działalności, jak również dynamicznie zmieniające się otoczenie biznesowe i technologie, wymagają coraz większego wysiłku organizacyjnego oraz podnoszą poprzeczkę w wyścigu o innowacyjność. Dalszy rozwój Grupy będzie napotykał na coraz większe bariery związane z zarządzaniem rozrastającą się organizacją oraz utrzymaniem konkurencyjności. Coraz większym wyzwaniem staje się także utrzymanie utalentowanych pracowników w firmie, co ma związek z rywalizacją pracodawców z branży nowych technologii o pozyskanie wykwalifikowanych specjalistów, których obecność w strukturach firmy coraz bardziej decyduje o osiągnięciu przewagi nad rywalami biznesowymi.

Grupa ogranicza przedmiotowe ryzyko poprzez optymalizację struktury organizacyjnej pod kątem założonych celów biznesowych, wprowadzanie nowych standardów zarządzania, rozwój kadry menedżerskiej oraz inwestycje w kapitał ludzki. Ponadto Grupa zatrudnia wysokiej klasy specjalistów i menedżerów, którzy w swoim obszarze kompetencji wspierają organizację w bardzo dynamicznym rozwoju.

5.15. Ryzyko związane z prowadzeniem prac rozwojowych

W ocenie Zarządu sukces podmiotów działających na rynkach e-commerce 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. Zarząd Grupy identyfikuje dwa kluczowe ryzyka związane z prowadzeniem prac rozwojowych:

- zaniechanie prowadzenia danych prac rozwojowych;
- brak spodziewanych korzyści pomimo pozytywnego zakończenia prac rozwojowych.

Grupa minimalizuje ryzyko poprzez bieżącą i dogłębną analizę potrzeb odbiorcy ostatecznego oraz analizę i monitoring trendów na rynku, które mogą wpływać na odbiór i użyteczność zakończonego projektu rozwojowego.

5.16. Ryzyko związane z umowami kredytowymi

Grupa w swojej działalności korzysta z finansowania kredytami bankowymi. Przy odpowiednio negatywnym scenariuszu rozwoju warunków rynkowych i pogorszenia się pozycji Grupy istnieje ryzyko wypowiedzenia ww. umów.

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.

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 2018 roku Spółki Grupy nie zawierały transakcji z podmiotami powiązаныmi, 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 30 czerwca 2018 r., kapitał Jednostki dominującej wynosił 215.789,10 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
	2 157 891	

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.

Akcjonariusz	Liczba akcji	% akcji	Wartość nominalna (w PLN)	Liczba głosów na walnym zgromadzeniu	% udział głosów na walnym zgromadzeniu
Talnet Holding Limited	352 239	16,32%	35 223,90	697 239	24,52%
Marek Dojnow	299 006	13,86%	29 900,60	503 437	17,70%
Adam Jabłoński	198 038	9,18%	19 803,80	334 324	11,76%
Porozumienie akcjonariuszy Comperia	296 520	13,74%	29 652,00	296 520	10,43%
TFI Investors	270 403	12,53%	27 040,30	270 403	9,51%
Quercus TFI S.A.	190 400	8,82%	19 040,00	190 400	6,70%
AKTIVIST FIZ*	140 207	6,50%	14 020,70	140 207	4,93%
Pozostali	411 078	19,05%	41 107,80	411 078	14,46%
SUMA	2 157 891	100%	215 789,10	2 843 608	100%

* stan posiadania akcji podany na podstawie danych rejestracyjnych na NWZA w dniu 1 sierpnia 2018 roku.

9. INFORMACJE DOTYCZĄCE OSÓB ZARZĄDZAJĄCYCH I NADZORUJĄCYCH

9.1. 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	299 006	13,86%	29 900,60	503 437	17,70%
Adam Jabłoński	198 038	9,18%	19 803,80	334 324	11,76%
Szymon Fiecek	15 000	0,70%	1 500,00	15 000	0,53%
Wojciech Małek	2	0,00%	0,20	2	0,00%

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

10. POSTĘPOWANIA SĄDOWE

W I półroczu 2018 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.

11. UDZIELENIE PORĘCZEŃ KREDYTU LUB POŻYCZKI LUB UDZIELENIE GWARANCJI

W I półroczu 2018 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.

12. 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

12.1. Zarząd Comperia.pl S.A.

Na dzień 30 czerwca 2018 roku Zarząd Comperia.pl S.A. działał w następującym składzie:

- Grzegorz Długosz - Prezes Zarządu
- Wojciech Małek - Członek Zarządu
- Szymon Fiecek - Członek Zarządu

W okresie od 01 stycznia do 30 czerwca 2018 miały miejsce następujące zmiany w składzie Zarządu.

W dniu 12 stycznia 2018 roku Pan Karol Wilczko złożył rezygnację z pełnienia funkcji Wiceprezesa Zarządu z dniem 31 stycznia 2018 roku.

Wszyscy członkowie Zarządu powołani są na wspólną kadencję.

12.2. Zarząd Comperia Ubezpieczenia sp. z o.o.

Na dzień 30 czerwca 2018 roku Zarząd Comperia Ubezpieczenia sp. z o.o. działał w następującym składzie:

- Grzegorz Długosz - Prezes Zarządu
- Wojciech Małek - Członek Zarządu
- Szymon Fiecek - Członek Zarządu

W okresie od 01 stycznia do 30 czerwca 2018 miały miejsce następujące zmiany w składzie Zarządu.

W dniu 12 stycznia 2018 roku Pan Karol Wilczko złożył rezygnację z pełnienia funkcji Prezesa Zarządu z dniem 31 stycznia 2018 roku.

W dniu 02 lutego 2018 roku Rada Nadzorcza Spółki powołała na stanowisko Prezesa Zarządu Pana Grzegorza Długosza.

W dniu 02 lutego 2018 roku Rada Nadzorcza Spółki powołała na stanowisko Członka Zarządu Pana Wojciecha Małek.

Wszyscy członkowie Zarządu powołani są na wspólną kadencję.

12.3. Rada Nadzorcza Comperia.pl S.A.

Na dzień 30 czerwca 2018 roku Rada Nadzorcza Comperia.pl S.A działała w następującym składzie:

- Marek Dojnow - Przewodniczący Rady Nadzorczej;
- Derek Alexander Christopher - Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej;
- Adam Jabłoński - Członek Rady Nadzorczej;
- Krzysztof Mędrala - Członek Rady Nadzorczej;
- Michał Piwowarczyk - Członek Rady Nadzorczej.

W okresie od 01 stycznia do 30 czerwca 2018 roku nie nastąpiły zmiany w Radzie Nadzorczej Spółki.

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

Na dzień 30 czerwca 2017 roku Rada Nadzorcza Comperia Ubezpieczenia sp. z o.o. działała w następującym składzie:

- Marek Dojnow - Przewodniczący Rady Nadzorczej;
- Adam Jabłoński - Członek Rady Nadzorczej;
- Michał Piwowarczyk - Członek Rady Nadzorczej.

W okresie od 01 stycznia do 30 czerwca 2018 roku nie nastąpiły zmiany w Radzie Nadzorczej Spółki.

Warszawa, 25 września 2018 roku.

Zarząd Comperia.pl S.A.:

Prezes Zarządu
Grzegorz Długosz

Członek Zarządu
Wojciech Małek

Członek Zarządu
Szymon Fiecek