



**SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI  
GRUPY KAPITAŁOWEJ COMPERIA.PL  
ZA I PÓŁROCZE 2020 ROKU**

**24 września 2020 roku**

## 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 .....	8
1.2.3. Akcje własne .....	9
1.3. Comperia Ubezpieczenia sp. z o.o.....	9
1.3.1. Charakterystyka działalności Comperia Ubezpieczenia sp. z o.o.....	9
1.3.2. Kapitał zakładowy .....	9
1.3.3. Udziały własne .....	10
2. PODSTAWOWE DANE I WSKAŹNIKI FINANSOWE ORAZ OMÓWIENIE SYTUACJI FINANSOWEJ GRUPY KAPITAŁOWEJ .....	10
2.1. Podstawa sporządzenia sprawozdania finansowego .....	10
2.2. Wybrane dane finansowe .....	10
2.3. Analiza wyników finansowych .....	11
2.3.1. Przychody ze sprzedaży .....	11
2.3.2. Koszty .....	12
2.3.3. Zysk netto i rentowność .....	13
2.4. Objasnienie różnic pomiędzy wynikami finansowymi a publikowanymi prognozami wyników.....	13
2.5. Wskaźniki niefinansowe .....	14
3. ZDARZENIA ISTOTNIE WPŁYWAJĄCE NA DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ W ANALIZOWANYM OKRESIE.....	14
4. CZYNNIKI MOGĄCE MIEĆ WPŁYW NA WYNIKI OSIĄGANE W KOLEJNYCH KWARTAŁACH .....	15
4.1. Optymalizacja prowadzonej działalności i zasobów wewnętrznych.....	15
4.2. Zwiększanie pozyskiwanego ruchu internetowego oraz maksymalizacja wskaźnika konwersji .....	15
4.3. Rozwój ComperiaLead.....	16
4.4. Rozwój działalności ubezpieczeniowej .....	16
5. CZYNNIKI RYZYKA I ZAGROŻENIA ZWIĄZANE Z DZIAŁALNOŚCIĄ GRUPY W POZOSTAŁYCH MIESIĄCACH ROKU OBROTOWEGO .....	16
5.1. Czynniki ryzyka związane z działalnością Grupy .....	17
5.1.1. Rynek reklamy internetowej może zmienić się w sposób nieprzewidywany przez Grupę i skutkujący spadkiem wartości przychodów. ....	17

5.1.2.	Spółki Grupy są eksponowane na ryzyko związane z konkurencją.....	17
5.1.3.	Grupa narażona jest na ryzyko nieskuteczności i błędów technologicznej integracji z towarzystwami ubezpieczeniowymi .....	18
5.1.4.	Zmiany regulacji prawnych w tym przepisów prawa podatkowego, jak również praktyka orzecznicza mogą negatywnie wpływać na obciążenia publicznoprawne Grupy .....	18
5.1.5.	Istotne zmiany mechanizmów pozycjonowania i prezentacji witryn w wyszukiwarkach internetowych mogą obniżać popularność serwisów Grupy.....	19
5.1.6.	Spółki Grupy są eksponowane na ryzyko awarii sprzętu lub wystąpienia błędów w oprogramowaniu.....	20
5.1.7.	Spółki Grupy są narażone na ryzyko powstania uzależnienia od kluczowych klientów i dostawców.....	20
5.1.8.	Spółki Grupy są narażone na ryzyko niepowodzenia realizacji strategii rozwoju Grupy .....	21
5.1.9.	Prowadzenie prac rozwojowych wiąże się z ryzykiem nieosiągnięcia zakładanych efektów takich prac.....	22
5.1.10.	Zadłużenie kredytowe i pożyczkowe spółek Grupy może obciążać ich działalność	23
5.1.11.	Spółki Grupy są narażone na ryzyko niedostosowania do nowych regulacji w zakresie ochrony danych osobowych .....	23
5.1.12.	Spółki Grupy są narażone na ryzyko obniżenia płynności.....	24
5.2.	Czynniki ryzyka związane z otoczeniem Grupy .....	25
5.2.1.	Spółki Grupy są eksponowane na ryzyko związane z otoczeniem prawnym	25
5.2.2.	Na spółki Grupy oddziałuje ryzyko związane z ogólną sytuacją makroekonomiczną.....	25
5.2.3.	Na spółki Grupy wpływ wywiera ryzyko związane z koniunkturą na rynku bankowym .....	25
5.2.4.	Spółki Grupy są eksponowane na ryzyko związane z koniunkturą na rynku ubezpieczeń .....	26
5.2.5.	Nieprzewidziane czynniki otoczenia Grupy mogą mieć istotny niekorzystny wpływ na jej działalność .....	26
6.	ZARZĄDZANIE RYZYKIEM FINANSOWYM .....	26
6.1.	Ryzyko stopy procentowej .....	27
6.2.	Ryzyko walutowe .....	27
6.3.	Ryzyko kredytowe .....	27
6.4.	Ryzyko związane z płynnością.....	27
7.	TRANSAKCJE Z JEDNOSTKAMI POWIĄZANYMI .....	27
8.	KAPITAŁ I AKCJONARIAT COMPERIA.PL S.A. ....	28
8.1.	Akcjonariat Comperia.pl S.A. ....	28

9. INFORMACJE DOTYCZĄCE OSÓB ZARZĄDZAJĄCYCH I NADZORUJĄCYCH .....	29
9.1. Liczba akcji Comperia.pl S.A. posiadanych przez osoby zarządzające lub nadzorujące Comperia.pl S.A. ....	29
10. POSTĘPOWANIA SĄDOWE .....	29
11. UDZIELENIE PORĘCZEŃ KREDYTU LUB POŻYCZKI LUB UDZIELENIE GWARANCJI ...	29
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 .....	29
12.1. Zarząd Comperia.pl S.A. ....	29
12.2. Zarząd Comperia Ubezpieczenia sp. z o.o. ....	30
12.3. Rada Nadzorcza Comperia.pl S.A. ....	30
12.4. Rada Nadzorcza Comperia Ubezpieczenia sp. z o.o. ....	31

## KOMENTARZ ZARZĄDU

W pierwszym półroczu 2020 Spółka osiągnęła pozytywne wyniki EBITDA oraz zysk netto na poziomie skonsolidowanym jak i jednostkowym. W pierwszym półroczu, a w szczególności w drugim kwartale Grupa mocno odczuła efekty pandemii koronawirusa. Ograniczenie aktywności gospodarczej w drugim kwartale szczególnie negatywnie wpłynęło na segment reklamy efektywnościowej. Mimo to Grupa utrzymała zyskowność na poziomie EBITDA oraz na poziomie zysku netto. Jednocześnie w trzecim kwartale zauważamy pozytywne odbicie w segmencie reklamy efektywnościowej, jakkolwiek segment ten nie powrócił na poziomy sprzed wybuchu pandemii. Porównanie podstawowych wielkości z rachunku zysków i strat w podziale na segmenty działalności przedstawia się następująco:

Segment operacyjny	reklama efektywnościowa		dystrybucja ubezpieczeń		pośrednictwo kredytowe on-line		dane skonsolidowane	
	HY 2020	HY 2019	HY 2020	HY 2019	HY 2020	HY 2019	HY 2020	HY 2019
[‘000 PLN]								
Przychody	7 014	10 299	3 876	3 012	8	0	10 868	13 231
EBITDA*	345	1 029	98	-23	-122	-457	154	541

\* Zysk/strata z działalności operacyjnej + amortyzacja

W segmencie reklamy efektywnościowej zanotowaliśmy znaczny spadek EBITDA w pierwszym półroczu 2020 roku w porównaniu do pierwszego półrocza roku poprzedniego. Tak jak wspominaliśmy w raporcie bieżącym nr 5/2020 doświadczyliśmy decyzji ze strony kontrahentów co do zawieszenia (wstrzymania) lub odstąpienia od realizacji projektów, ze względu na trudności związane z dostępnością produktów kredytowych od tych kontrahentów. Tak nagle decyzje skutkujące istotnym zmniejszeniem naszych przychodów spowodowały, że mimo podjętych działań, nie mogliśmy w tak szybkim czasie dostosować bazy kosztowej. Jednocześnie w trzecim kwartale obserwujemy odbicie od negatywnego trendu w drugim kwartale w segmencie reklamy efektywnościowej.

Zgodnie z naszymi założeniami, pomimo lockdownu w drugim kwartale 2020 roku segment ubezpieczeniowy w pierwszym półroczu zanotował prawie 30% wzrost przychodów oraz zgodnie z naszymi oczekiwaniami był rentowny. Naszym zdaniem weszliśmy na ścieżkę trwałej rentowności projektu ubezpieczeniowego. W kolejnych kwartałach będziemy koncentrować się na dalszym skalowaniu segmentu ubezpieczeniowego.

W pierwszym półroczu 2020 roku kontynuowaliśmy prace związane z rozwojem projektu ComperiaRaty (dawniej określaliśmy ten projekt jako Fintech). W pierwszym półroczu 2020 roku ponieśliśmy wydatki na realizację projektu ComperiaRaty w łącznej kwocie 625 tysięcy złotych, z czego 503 tysięcy złotych zostało skapitalizowane a pozostała część wydatków tj. kwota 122 tysięcy złotych została bezpośrednio odniesiona w rachunek zysków i strat za okres 1 półrocza 2020 roku, co wpłynęło na obniżenie EBITDA Grupy w pierwszym półroczu 2020 roku. Spodziewaliśmy się, że produkcyjne uruchomienie projektu ComperiaRaty nastąpi pod koniec pierwszego kwartału 2020 roku. Zamrożenie gospodarki z powodu wystąpienia koronawirusa pokrzyżowało nam plany. Zdecydowana reakcja banków ograniczająca akcję kredytową oraz negatywne zmiany regulacyjne w sektorze pozabankowym spowodowały, że dostępność finansowania dla konsumenta istotnie spadła w obu tych kanałach. W związku z tym podjęliśmy decyzję o przełożeniu startu projektu ComperiaRaty na okres kiedy gospodarka zostanie odmrożona i zwiększy się skłonność instytucji finansowych do udzielania kredytu gotówkowego. Obecnie planujemy uruchomienie projektu ComperiaRaty z początkiem czwartego kwartału 2020.

W drugim kwartale 2020 roku spełniliśmy warunki aby ubiegać się o wsparcie w ramach tarczy antykryzysowej oferowanej przez Polski Fundusz Rozwoju S.A. („PFR”). Otrzymaliśmy wsparcie w

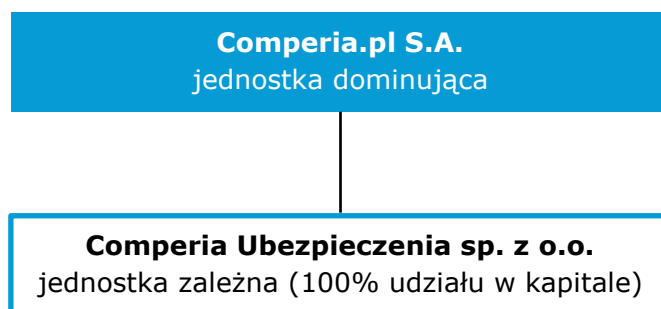
kwocie 1082 tysiące złotych, które zostało wpłacone na rachunek bankowy Spółki w drugim kwartale. Kwota wsparcia z PFR jest ujęta w pozostałych zobowiązaniach Spółki.

W drugim kwartale 2020 roku Rada Nadzorcza Spółki podjęła decyzję o wzmocnieniu składu Zarządu o pana Pawła Szukalskiego w randze Członka Zarządu. Paweł Szukalski ma ogromne doświadczenie w obszarze sprzedaży i marketingu. Życiorys zawodowy Pawła Szukalskiego jest zaprezentowany w raporcie bieżącym nr 10/2020.

## 1. INFORMACJE PODSTAWOWE

### 1.1. Struktura Grupy Comperia.pl

Struktura Grupy Kapitałowej Comperia.pl (dalej „Grupa”) wg stanu na 30 czerwca 2020 roku przedstawia się następująco:



W okresie od 01 stycznia do 30 czerwca 2020 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 2020 r. kapitał zakładowy Jednostki dominującej wynosił 351 178,80 zł i dzielił się na następujące serie akcji o wartości nominalnej 0,10 zł każda:

Seria	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
Seria G	1 333 334	zwykłe, na okaziciela
Seria H	20 563	zwykłe, na okaziciela
<b>3 511 788</b>		

Dnia 19 czerwca 2020 roku Zarząd jednostki dominującej działając na podstawie upoważnienia, w ramach kapitału docelowego, zawartego w §16 Statutu Spółki, a także na podstawie art. 446 w zw. z art. 453 § 1 w zw. z art. 431 oraz art. 432 Kodeksu spółek handlowych podjął uchwałę nr 1 sprawie podwyższenia kapitału zakładowego Spółki z wyłączeniem prawa poboru dla dotychczasowych akcjonariuszy. Na podstawie niniejszej uchwały zarządu, kapitał jednostki dominującej został podniesiony o kwotę 1 467,70 zł (jeden tysiąc czterysta sześćdziesiąt siedem złotych siedemdziesiąt groszy) poprzez emisję 14 677 (czternaście tysięcy sześćset siedemdziesiąt siedem) akcji zwykłych na okaziciela o wartości nominalnej 0,10 zł (dziesięć groszy) każda, oznaczonych jako seria



H. Akcje zostały zaoferowane do objęcia uczestnikom programu motywacyjnego wdrożonego w Spółce. Rejestracja powyższej emisji akcji serii H na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania nie została zarejestrowana przez właściwy dla jednostki dominującej Sąd Rejestrowy.

Na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania kapitał zakładowy Jednostki dominującej wynosił 351 178,80 zł.

### 1.2.3. Akcje własne

W okresie 6 miesięcy zakończonych 30 czerwca 2020 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 157 500 zł i dzieli się na 315 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 2020 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.

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)	30.06.2020	31.12.2019	30.06.2019
<b>Aktywa/Pasywa razem</b>	15 053	14 558	14 433
<b>Aktywa trwałe</b>	7 857	6 678	6 350
<b>Aktywa obrotowe</b>	7 196	7 880	8 083
<b>Kapitał własny</b>	10 024	9 683	9 446
<b>Zobowiązania razem</b>	5 029	4 875	4 987
<b>Zobowiązania długoterminowe</b>	410	455	698
<b>Zobowiązania krótkoterminowe</b>	4 619	4 419	4 289
<b>Liczba akcji*</b>	3 511 788	3 511 788	3 491 225
<b>Zysk (strata) na jedną akcję zwykłą (w zł)</b>	0,08	0,07	0,02

<b>Rozwodniony zysk (strata) na jedną akcję zwykłą (w zł)</b>	0,08	0,07	0,02
---	------	------	------

<b>Wartość księgowa na jedną akcję (w zł)</b>	2,43	2,76	2,71
---	------	------	------

\*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	01.01.2020-30.06.2020	01.01.2019-30.06.2019	Δ r/r
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	10 865	13 231	-18%
<b>Zysk/Strata na sprzedaży</b>	-221	54	-533%
<b>Zysk/Strata na działalności operacyjnej</b>	-375	46	-915%
<b>Zysk/Strata na działalności gospodarczej</b>	-405	4	-10225%
<b>Amortyzacja</b>	529	494	7%
<b>EBITDA</b>	154	541	-72%
<b>Zysk/Strata przed opodatkowaniem</b>	-405	4	-10225%
<b>Zysk/Strata netto</b>	270	70	286%

## 2.3. Analiza wyników finansowych

### 2.3.1. Przychody ze sprzedaży

Segment	01.01.2020-30.06.2020	01.01.2019-30.06.2019	Δ r/r
<b>Produkty kredytowe</b>	4 483	5 841	-23%
<b>Produkty lokacyjne</b>	1 375	2 479	-45%
<b>Działalność ubezpieczeniowa</b>	3 876	3 012	29%
<b>Produkty pozafinansowe</b>	368	384	-4%

<b>Pozostałe</b>	763	1 515	-50%
<b>Razem</b>	10 865	13 231	-18%

Przychody ze sprzedaży Grupy kapitałowej osiągnęły w I półroczu 2020 roku wartość 10865 tys. zł względem 13 231 tys. zł w I półroczu 2019 roku. Spadek w stosunku do I półrocza 2019 r. wynika przede wszystkim ze zdarzeń zewnętrznych spowodowanych wybuchem pandemii koronawirusa. Ograniczenie aktywności gospodarczej w drugim kwartale 2020 roku negatywnie wpłynęło na działalność grupy w segmencie reklamy efektywnościowej. Segment ubezpieczeniowy nie został negatywnie dotknięty koronawirusem. Od czerwca 2020 roku odnotowujemy stopniową poprawę warunków makroekonomicznych, co pozytywnie odczuwamy w segmencie reklamy efektywnościowej.

Kluczowe wskaźniki efektywności dla ubezpieczeń w I półroczu 2020 roku zawiera poniższa tabela.

<b>Multiagencja - wskaźniki</b>	<b>01.01.2020- 30.06.2020</b>	<b>01.01.2019- 30.06.2019</b>	<b>Δ r/r</b>
<b>Liczba podpisanych umów z towarzystwami</b>	26	26	0%
<b>Inkaso w zł</b>	23 098 440	17 384 212	33%
<b>Prowizja od TU dla Comperia</b>	3 876 120	3 012 121	29%

### 2.3.2. Koszty

Koszty działalności Grupy spadły o 18%, a więc w podobnym stopniu jak spadek przychodów (17%). Jest to przede wszystkim efekt szybkich decyzji Zarządu celem dostosowania poziomu kosztów do zmniejszonych przychodów.

<b>Wybrane dane finansowe (w tys) z rachunku zysków i strat</b>	<b>01.01.2020- 30.06.2020</b>	<b>01.01.2019- 30.06.2019</b>	<b>Δ r/r</b>
<b>Usługi obce</b>	7 584	9 267	-18%
<b>Wynagrodzenia</b>	2 450	2 628	-7%
<b>Amortyzacja</b>	529	494	7%
<b>Podatki i opłaty</b>	138	146	-5%
<b>Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia</b>	213	369	-42%

<b>Zużycie materiałów i surowców</b>	105	61	72%
<b>Pozostałe koszty</b>	225	223	1%
<b>Razem koszty</b>	11 243	13 187	-15%

### 2.3.3. Zysk netto i rentowność

<b>Wybrane dane finansowe z rachunku zysków i strat</b>	<b>01.01.2020-30.06.2020</b>	<b>01.01.2019-30.06.2019</b>
<b>Rentowność na działalności podstawowej</b>	-3,%45	0,35%
<b>Rentowność EBITDA</b>	1,42%	4,09%
<b>Rentowność na działalności operacyjnej (marża EBIT)</b>	-3,45%	0,35%
<b>Rentowność zysku netto</b>	2,49%	0,53%
<b>Stopa zwrotu z kapitałów własnych (ROE)</b>	2,69%	0,30%
<b>Stopa zwrotu z aktywów (ROA)</b>	1,79%	0,25%

W naszej ocenie ogromnym sukcesem Grupy jest utrzymanie pozytywnej EBITDA Grupy w pierwszym półroczu 2020 roku. Należy mieć na uwadze, że segment reklamy efektywnościowej został dotknięty skutkami pandemii koronawirusa, co wpłynęło negatywnie na rentowność EBITDA. Znacząco poprawiła się EBITDA segmentu ubezpieczeniowego, który jest już rentowny. EBITDA w pierwszym półroczu została również obciążona kosztami projektu ComperiaRaty w kwocie 122 tysięcy złotych. Projekt ComperiaRaty nie został jeszcze uruchomiony.

W okresie pierwszego półrocza 2020 r. Grupa wykazała zysk netto na poziomie 270 tys. zł, względem straty w wysokości 70 tys. zł w analogicznym okresie roku ubiegłego. Na dodatni wynik okresu złożyły się przede wszystkim dyscyplina kosztowa oraz utworzenie aktywa z tytułu strat podatkowych do wykorzystania w przyszłych okresach.

W ocenie Zarządu wskaźnik zysku EBITDA jest najbardziej miarodajnym kryterium obrazującym kondycję finansową Spółki.

### 2.4. Objasnienie różnic pomiędzy wynikami finansowymi a publikowanymi prognozami wyników

Grupa nie publikowała prognozy wyniku finansowego na rok 2020.

## 2.5. Wskaźniki niefinansowe

### Kluczowe wskaźniki efektywności

Nazwa wskaźnika	01.01.2020- 30.06.2020	01.01.2019- 30.06.2019	Δ r/r
Liczba partnerów ComperiaLead na koniec okresu	31 632	29 364	8%
Liczba leadów	154 807	161 156	-4%
Liczba wejść na stronę	17 519 545	13 520 738	30%
Liczba odsłon	45 816 880	20 100 299	128%

Liczba leadów spadła w porównaniu do zeszłego roku o 4%, co jest efektem przede wszystkim pandemii koronawirusa.

W ujęciu wszystkich serwisów, Grupa odnotowała wzrost w liczbie wejść na strony o 30%. Jest to spowodowane głównie efektem wdrażania zmian RWD na głównym portalu Comperia.pl, oraz Telepolis.pl, celem dostosowania serwisów internetowych grup do internatów korzystających z urządzeń mobilnych.

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

W segmencie reklamy efektywnościowej zanotowaliśmy znaczny spadek EBITDA w pierwszym półroczu 2020 roku w porównaniu do pierwszego półrocza roku poprzedniego. Tak jak sygnalizowaliśmy w raporcie bieżącym nr 5/2020, doświadczyliśmy decyzji ze strony kontrahentów co do zawieszenia (wstrzymania) lub odstąpienia od realizacji projektów, ze względu na trudności związane z dostępnością produktów kredytowych od tych kontrahentów. Tak nagle decyzje skutkujące istotnym zmniejszeniem naszych przychodów spowodowały, że mimo podjętych działań, nie mogliśmy w tak szybkim czasie dostosować bazy kosztowej. Jednocześnie w trzecim kwartale obserwujemy odbicie od negatywnego trendu w drugim kwartale w segmencie reklamy efektywnościowej, powróciliśmy na ścieżkę zyskowności.

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. Widzimy zmieniający się trend na rynku polegający na tym, że coraz więcej klientów skłaniało się do zwracania do 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 Ubezpieczeniowych.

Według oceny Zarządu 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 2020 roku Grupa miała podpisane umowy z 26 towarzystwami ubezpieczeniowymi. Grupa współpracuje z ponad 740 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.

W drugiej połowie roku będziemy dodawać do Comperia Agent 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. 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, 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 przygotuje się odpowiednio modelując przekaz kierowany do użytkowników.

### 5.1.2. Spółki Grupy są ekspozowane 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.

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.

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 zaawansowanych 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. Jakiegokolwiek 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 obniżyć 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 umożliwienie 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 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 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 spółki Grupy nie są uzależnione od jednego dostawcy, niemniej jednak utrata niektórych z aktualnych dostawców może skutkować, zwłaszcza w przejściowym okresie, pogorszeniem wyników Grupy.

#### **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 osiągniętej 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 rzeczywistości. 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 ekspozowane 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 ekspozowane na 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.

#### **5.2.5. 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 miałyby 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.

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 2020 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 351.178,80 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	20 563	zwykłe, na okaziciela
<b>3 511 788</b>		

Akcjonariusz	Liczba akcji	% akcji	Wartość nominalna (w PLN)	Liczba głosów na walnym zgromadzeniu	% udział głosów na walnym zgromadzeniu
Talnet Holding Limited	744 890	21,21%	74 489,00	1 089 890	25,97%
Marek Dojnow	637 378	18,15%	63 737,80	841 809	20,05%
Adam Jabłoński	417 768	11,90%	41 776,80	554 054	13,20%
Quercus TFI S.A.	274 657	7,82%	27 465,70	274 657	6,54%
TFI Investors	270 403	7,70%	27 040,30	270 403	6,44%
Maciej Wandzel	226 839	6,46%	22 683,90	226 839	5,40%
Pozostali	939 853	26,76%	93 985,30	939 853	22,39%
<b>Suma</b>	<b>3 511 788</b>	<b>100%</b>	<b>351 178,80</b>	<b>4 197 505</b>	<b>100%</b>

## 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	637 378	18,15%	63 737,80	841 809	20,05%
Adam Jabłoński	417 768	11,90%	41 776,80	554 054	13,20%
Szymon Fiecek	25 736	0,73%	2 573,60	25 736	0,61%
Wojciech Małek	24 073	0,69%	2 407,30	24 073	0,57%

## 10. POSTĘPOWANIA SĄDOWE

W I półroczu 2020 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 2020 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 2020 roku Zarząd Comperia.pl S.A. działał w następującym składzie:

- Wojciech Małek – Członek Zarządu
- Szymon Fiecek – Członek Zarządu

W okresie od 01 stycznia do 30 czerwca 2020 miały miejsce następujące zmiany w składzie Zarządu.

W dniu 24 czerwca 2020 roku, Rada Nadzorcza Spółki powołała w skład Zarządu Spółki Pana Pawła Szukalskiego, do pełnienia funkcji Członka Zarządu ze skutkiem na dzień 1 lipca 2020 roku.

W dniu 27 lipca 2020r. Rada Nadzorcza Spółki powołała, z dniem 10 sierpnia 2020r., na nową, trzyletnią kadencję, Zarząd Spółki w składzie: Szymon Fiecek –Członek Zarządu, Paweł Szukalski–Członek Zarządu i Wojciech Małek–Członek Zarządu.

Na dzień sporządzenia skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego skład Zarządu Spółki przedstawiał się następująco:

- Szymon Fiecek –Członek Zarządu,
- Paweł Szukalski–Członek Zarządu,
- Wojciech Małek–Członek Zarządu.

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

Na dzień 30 czerwca 2020 roku Zarząd Comperia Ubezpieczenia sp. z o.o. działał w następującym składzie:

- Wojciech Małek – Członek Zarządu
- Szymon Fiecek – Członek Zarządu

W dniu 24 czerwca 2020 roku, Rada Nadzorcza Spółki powołała w skład Zarządu Spółki Pana Pawła Szukalskiego, do pełnienia funkcji Członka Zarządu ze skutkiem na dzień 1 lipca 2020 roku.

Na dzień sporządzenia skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego skład Zarządu Spółki przedstawiał się następująco:

- Szymon Fiecek –Członek Zarządu,
- Paweł Szukalski–Członek Zarządu,
- Wojciech Małek–Członek Zarządu.

### **12.3. Rada Nadzorcza Comperia.pl S.A.**

W dniu 26 czerwca 2020 roku Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Spółki podjęło uchwały w sprawie wyboru Rady Nadzorczej na nową 3 letnią kadencję.

Skład Rady Nadzorczej na dzień 30 czerwca 2020 roku oraz na dzień sporządzenia skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego przedstawiał się następująco:

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

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

Na dzień 30 czerwca 2020 roku Rada Nadzorcza Comperia Ubezpieczenia sp. z o.o. działała w następującym składzie:

- Marek Dojnow - Przewodniczący Rady Nadzorczej;
- Adam Jabłoński - Członek Rady Nadzorczej;
- Derek Alexander Christopher - Członek Rady Nadzorczej.

W okresie od 01 stycznia do 30 czerwca 2019 roku nastąpiły zmiany w Radzie Nadzorczej Spółki. Pan Michał Piwowarczyk złożył rezygnację z funkcji Członka Rady Nadzorczej. W dniu 30 czerwca 2020 roku Walne Zgromadzenie powołało pana Derek Alexander Christopher w skład Rady Nadzorczej spółki.

Warszawa, 24 września 2020 roku.

Zarząd Comperia.pl S.A.:

---

Członek Zarządu  
Wojciech Małek

---

Członek Zarządu  
Szymon Fiecek

---

Członek Zarządu  
Paweł Szukalski