



**SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI
GRUPY KAPITAŁOWEJ COMPERIA.PL
ZA I PÓŁROCZE 2026 ROKU**

17 września 2026 roku

SPIS TREŚCI

KOMENTARZ ZARZĄDU	5
1. INFORMACJE PODSTAWOWE.....	9
1.1. Struktura Grupy Comperia.pl	9
1.2. Jednostka dominująca Comperia.pl S.A.	9
1.2.1. Charakterystyka działalności Comperia.pl S.A.	9
1.2.2. Kapitał akcyjny	11
1.2.3. Akcje własne.....	11
1.3. Comperia Ubezpieczenia sp. z o.o.....	11
1.3.1. Charakterystyka działalności Comperia Ubezpieczenia sp. z o.o.	12
1.3.2. Kapitał zakładowy.....	12
1.3.3. Udziały własne	12
1.4. ComfinoPay sp. z o.o. (do 2 lipca 2026 r. ComperiaPay sp. z o.o.).....	12
1.4.1. Charakterystyka działalności ComfinoPay sp. z o.o.	12
1.4.2. Kapitał zakładowy.....	13
1.4.3. Udziały własne	13
2. PODSTAWOWE DANE I WSKAŹNIKI FINANSOWE ORAZ OMÓWIENIE SYTUACJI FINANSOWEJ GRUPY KAPITAŁOWEJ	13
2.1. Podstawa sporządzenia sprawozdania finansowego.....	13
2.2. Wybrane dane finansowe	13
2.3. Analiza wyników finansowych	15
2.3.1. Przychody ze sprzedaży.....	15
2.3.2. Koszty.....	16
2.3.3. Zysk netto i rentowność	16
2.4. Objaśnienie różnic pomiędzy wynikami finansowymi a publikowanymi prognozami wyników.....	17
2.5. Wskaźniki niefinansowe	17
3. ZDARZENIA ISTOTNIE WPŁYWAJĄCE NA DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ W ANALIZOWANYM OKRESIE.....	17
4. ZDARZENIA PO ZAKOŃCZENIU OKRESU SPRAWOZDAWCZEGO	18
5. CZYNNIKI MOGĄCE MIEĆ WPŁYW NA WYNIKI OSIĄGANE W KOLEJNYCH KWARTAŁACH	18
5.1. Optymalizacja prowadzonej działalności i zasobów wewnętrznych.....	18
5.2. Zwiększanie pozyskiwanego ruchu internetowego oraz maksymalizacja wskaźnika konwersji	18
5.3. Rozwój ComperiaLead.....	19
5.4. Rozwój działalności ubezpieczeniowej	20

6. CZYNNIKI RYZYKA I ZAGROŻENIA ZWIĄZANE Z DZIAŁALNOŚCIĄ GRUPY W POZOSTAŁYCH MIESIĄCACH ROKU OBROTOWEGO	20
6.1. Czynniki ryzyka związane z działalnością Grupy	20
6.1.1. Rynek reklamy internetowej może zmienić się w sposób nieprzewidziany przez Grupę i skutkujący spadkiem wartości przychodów.	20
6.1.2. Spółki Grupy są ekspozowane na ryzyko związane z konkurencją	20
6.1.3. Grupa narażona jest na ryzyko nieskuteczności i błędów technologicznej integracji z towarzystwami ubezpieczeniowymi	21
6.1.4. Zmiany regulacji prawnych w tym przepisów prawa podatkowego, jak również praktyka orzecznicza mogą negatywnie wpływać na obciążenia publicznoprawne Grupy	22
6.1.5. Istotne zmiany mechanizmów pozycjonowania i prezentacji witryn w wyszukiwarkach internetowych mogą obniżać popularność serwisów Grupy	22
6.1.6. Spółki Grupy są ekspozowane na ryzyko awarii sprzętu lub wystąpienia błędów w oprogramowaniu	23
6.1.7. Spółki Grupy są narażone na ryzyko powstania uzależnienia od kluczowych klientów i dostawców	24
6.1.8. Spółki Grupy są narażone na ryzyko niepowodzenia realizacji strategii rozwoju Grupy	24
6.1.9. Prowadzenie prac rozwojowych wiąże się z ryzykiem nieosiągnięcia zakładanych efektów takich prac	25
6.1.10. Zadłużenie kredytowe i pożyczkowe spółek Grupy może obciążać ich działalność	26
6.1.11. Spółki Grupy są narażone na ryzyko niedostosowania do nowych regulacji w zakresie ochrony danych osobowych	26
6.1.12. Spółki Grupy są narażone na ryzyko obniżenia płynności	27
6.2. Czynniki ryzyka związane z otoczeniem Grupy	27
6.2.1. Spółki Grupy są ekspozowane na ryzyko związane z otoczeniem prawnym	27
6.2.2. Na spółki Grupy oddziałuje ryzyko związane z ogólną sytuacją makroekonomiczną	28
6.2.3. Na spółki Grupy wpływ wywiera ryzyko związane z koniunkturą na rynku bankowym	28
6.2.4. Spółki Grupy są ekspozowane na ryzyko związane z koniunkturą na rynku ubezpieczeń	29
6.2.5. Nieprzewidziane czynniki otoczenia Grupy mogą mieć istotny niekorzystny wpływ na jej działalność	29
7. ZARZĄDZANIE RYZYKIEM FINANSOWYM	29
7.1. Ryzyko stopy procentowej	29
7.2. Ryzyko walutowe	30

7.3. Ryzyko kredytowe	30
7.4. Ryzyko związane z płynnością	30
8. TRANSAKCJE Z JEDNOSTKAMI POWIĄZANYMI	30
9. KAPITAŁ I AKCJONARIAT COMPERIA.PL S.A.	30
9.1. Akcjonariat Comperia.pl S.A.	30
9.2. Liczba akcji Comperia.pl S.A. posiadanych przez osoby zarządzające lub nadzorujące Comperia.pl S.A.	31
10. POSTĘPOWANIA SĄDOWE	31
11. UDZIELENIE PORĘCZEŃ KREDYTU LUB POŻYCZKI LUB UDZIELENIE GWARANCJI	32
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 ...	32
12.1. Zarząd Comperia.pl S.A.	32
12.2. Zarząd Comperia Ubezpieczenia sp. z o.o.	32
12.3. Zarząd ComfinoPay sp. z o.o. (do 02.07.2026 r. ComperiaPay sp z o.o)	32
12.4. Rada Nadzorcza Comperia.pl S.A.	32
12.5. Rada Nadzorcza Comperia Ubezpieczenia sp. z o.o.	33
12.6. Rada Nadzorcza ComperiaPay sp. z o.o.	33

KOMENTARZ ZARZĄDU

W pierwszym półroczu 2026 roku Grupa Comperia.pl zwiększyła skalę działalności oraz poprawiła rentowność. Przychody Grupy wzrosły o 17,1%, do 37,8 mln zł, natomiast EBITDA zwiększyła się o 57,6%, do 2,3 mln zł. Głównym źródłem poprawy wyników był segment reklamy efektywnościowej, który połączył wzrost sprzedaży ze zwiększeniem marży. Równolegle Grupa kontynuowała rozwój Comfino, zwiększając skalę finansowania zakupów oraz rozszerzając dostępność rozwiązania w handlu internetowym i stacjonarnym. Wyniki półrocza pokazują postęp w realizacji dwóch istotnych kierunków rozwoju Grupy: wzmacniania rentowności działalności reklamowej oraz budowania skali Comfino jako kolejnego obszaru wzrostu.

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

Segment operacyjny	reklama efektywnościowa		dystrybucja ubezpieczeń		e-commerce		dane skonsolidowane	
	H1 2026	H1 2025	H1 2026	H1 2025	H1 2026	H1 2025	H1 2026	H1 2025
[‘000 PLN]								
Przychody	23 387	20 348	8 312	8 321	6 088	3 603	37 787	32 273
EBITDA*	4 675	2 680	180	731	-2 541	-1 944	2 313	1 468

* Zysk/strata z działalności operacyjnej + amortyzacja

Reklama efektywnościowa - główne źródło poprawy wyników Grupy

Przychody segmentu reklamy efektywnościowej wzrosły o 14,9%, do 23,4 mln zł, natomiast EBITDA segmentu zwiększyła się o 74,4%, do 4,7 mln zł. Marża EBITDA wzrosła z 13,2% do 20,0%. Segment nie tylko zwiększył skalę działalności, lecz także skuteczniej przekładał przychody na wynik finansowy, umacniając swoją rolę rentownej podstawy działalności Grupy.

Wyniki te osiągnięto pomimo zakończenia z dniem 31 stycznia 2026 roku okresowej współpracy z Grupą OLX w ramach serwisu OTOMOTO. W ocenie Zarządu wzrost przychodów i poprawa rentowności w tych warunkach pokazują zdolność segmentu do rozwijania innych produktów i kanałów dystrybucji. Dalsza dywersyfikacja działalności pozostaje jednym z priorytetów Grupy.

Istotnymi elementami segmentu pozostają ComperiaLead oraz ComperiaRaty. ComperiaLead odpowiada za realizację kampanii efektywnościowych i pozyskiwanie klientów dla instytucji finansowych, natomiast ComperiaRaty rozwija dystrybucję produktów finansowych w kanałach partnerskich. Poszerzanie współpracy z partnerami oraz dostępnej oferty finansowania wspiera rozwój segmentu i zwiększa zróżnicowanie źródeł przychodów.

Do wzrostu przyczyniły się przede wszystkim produkty kredytowe, w szczególności kredyty gotówkowe, a także konta i kredyty dla przedsiębiorców. Zwiększało się również znaczenie kredytów hipotecznych. Spadek przychodów z produktów lokacyjnych został z nadwyżką skompensowany wzrostem sprzedaży produktów kredytowych.

W okresie sprawozdawczym Grupa prowadziła również działania z zakresu influencer marketingu, rozwijając dodatkowy kanał komunikacji i pozyskiwania klientów. Wprowadzone zmiany organizacyjne wspierały szersze wykorzystanie narzędzi opartych na sztucznej inteligencji, między innymi w realizacji kampanii, komunikacji z wydawcami oraz analizie danych.

Comfino - wzrost przychodów, liczby transakcji i dostępności finansowania

W pierwszym półroczu 2026 roku przychody segmentu e-commerce, w ramach którego rozwijane jest Comfino, wzrosły o 69,0%, z 3,6 mln zł do 6,1 mln zł. Wzrostowi przychodów towarzyszyło zwiększenie wykorzystania platformy: w okresie od 1 stycznia do 30 czerwca 2026 roku liczba transakcji realizowanych za pośrednictwem Comfino wzrosła o 46,3% rok do roku. Wartość finansowania udzielonego za pośrednictwem platformy wyniosła 99,4 mln zł. Rozwój Comfino znajduje zatem odzwierciedlenie nie tylko w poszerzaniu oferty i kanałów dystrybucji, lecz także w rosnącej liczbie transakcji i wartości finansowanych zakupów.

Sieć partnerów Comfino obejmuje obecnie blisko 4 tysiące podmiotów z ponad 20 branż. Platforma zapewnia konsumentom i firmom dostęp do finansowania oferowanego przez wiele banków i fintechów. Taki model pozwala łączyć różne formy finansowania w jednym rozwiązaniu i udostępniać je partnerom handlowym działającym zarówno w internecie, jak i w sprzedaży stacjonarnej.

Do najważniejszych działań w okresie sprawozdawczym należały rozpoczęcie współpracy z Credit Agricole oraz integracja płatności odroczonych z terminalami PayTel. Ważnym elementem oferty Comfino jest dostępność płatności odroczonych i ratałnych bezpośrednio na terminalach płatniczych. Rozwiązanie to rozszerza możliwości korzystania z finansowania w sklepach i punktach usługowych, pozwalając partnerom handlowym udostępniać je klientom w miejscu dokonywania zakupów.

W ocenie Zarządu połączenie oferty wielu instytucji finansowych, obsługi konsumentów i przedsiębiorców oraz obecności w kanałach internetowych i stacjonarnych stanowi istotny atut modelu Comfino. Rozbudowa sieci partnerów i zwiększanie wykorzystania platformy tworzą podstawy do dalszego rozwoju tego obszaru działalności Grupy.

Jednocześnie segment nadal ponosił koszty związane z rozwojem technologii, oferty produktowej oraz kanałów dystrybucji. EBITDA segmentu wyniosła minus 2,5 mln zł wobec minus 1,9 mln zł w analogicznym okresie roku poprzedniego. Wzrost skali działalności nie

przełożył się więc jeszcze na dodatnią EBITDA. Priorytetem pozostaje dalsze zwiększanie wykorzystania platformy przy stopniowej poprawie efektywności segmentu e-commerce.

ComfinoPay - kolejny etap rozwoju organizacyjnego

Po dniu bilansowym, 9 września 2026 roku, działalność pod marką Comfino została przeniesiona z Comperia.pl S.A. do ComfinoPay sp. z o.o., spółki zależnej posiadającej status małej instytucji płatniczej. Przeniesienie nastąpiło w formie zorganizowanej części przedsiębiorstwa.

Celem reorganizacji jest zwiększenie samodzielności operacyjnej tego obszaru, poprawa przejrzystości struktury Grupy oraz stworzenie warunków do dalszego zwiększania skali działalności i nawiązywania nowych partnerstw. Zmiana nie wpłynęła na ciągłość świadczenia usług ani współpracy z dotychczasowymi partnerami. Comfino pozostaje marką platformy, natomiast ComfinoPay jest spółką odpowiedzialną za prowadzenie tej działalności w strukturze Grupy.

Dystrybucja ubezpieczeń - stabilna sprzedaż i działania na rzecz poprawy rentowności

Przychody segmentu dystrybucji ubezpieczeń wyniosły 8,3 mln zł i pozostały na poziomie zbliżonym do analogicznego okresu roku poprzedniego. EBITDA segmentu wyniosła 0,2 mln zł wobec 0,7 mln zł w pierwszym półroczu 2025 roku.

Na wyniki wpływała w szczególności presja cenowa w ubezpieczeniach komunikacyjnych. Ze względu na istotny udział tych produktów w portfelu niższa średnia składka ograniczała wartość inkasa oraz osiąganą przychody i marżę, pomimo wzrostu liczby wystawianych polis. W tych warunkach działania Zarządu koncentrują się na poprawie efektywności sieci sprzedaży, rozwoju oferty produktowej oraz ograniczaniu zależności wyników od obecnej struktury portfela.

W związku z sytuacją na rynku ubezpieczeniowym Zarząd zaktualizował test na utratę wartości udziałów w Comperia Ubezpieczenia sp. z o.o., weryfikując wcześniejsze założenia dotyczące wzrostu i wyceny. W konsekwencji w jednostkowym sprawozdaniu finansowym Comperia.pl S.A. ujęto odpis aktualizujący w wysokości 5 569 tys. zł. Odpis ma charakter niepieniężny i nie wiąże się z odpływem gotówki. Dotyczy jednostkowego sprawozdania finansowego Comperia.pl S.A. i nie wpływa na skonsolidowany wynik finansowy Grupy.

Zarząd podjął działania ukierunkowane na poprawę wyników działalności ubezpieczeniowej. W drugiej połowie roku planowane jest wprowadzenie nowych produktów do platformy Comperia Agent oraz rozwój ich sprzedaży. Zarząd oczekuje, że efekty podejmowanych działań będą stopniowo widoczne w kolejnych okresach, przy czym istotnym uwarunkowaniem pozostaną warunki rynkowe, w tym polityka towarzystw ubezpieczeniowych.

Priorytety na kolejne okresy

W ocenie Zarządu mocną stroną Grupy jest połączenie coraz bardziej rentownej działalności reklamy efektywnościowej z rosnącą skalą Comfino. Segment reklamowy pozostaje głównym źródłem poprawy wyników, natomiast rozwój finansowania zakupów poszerza zakres działalności Grupy i jej możliwości współpracy z partnerami handlowymi oraz instytucjami finansowymi.

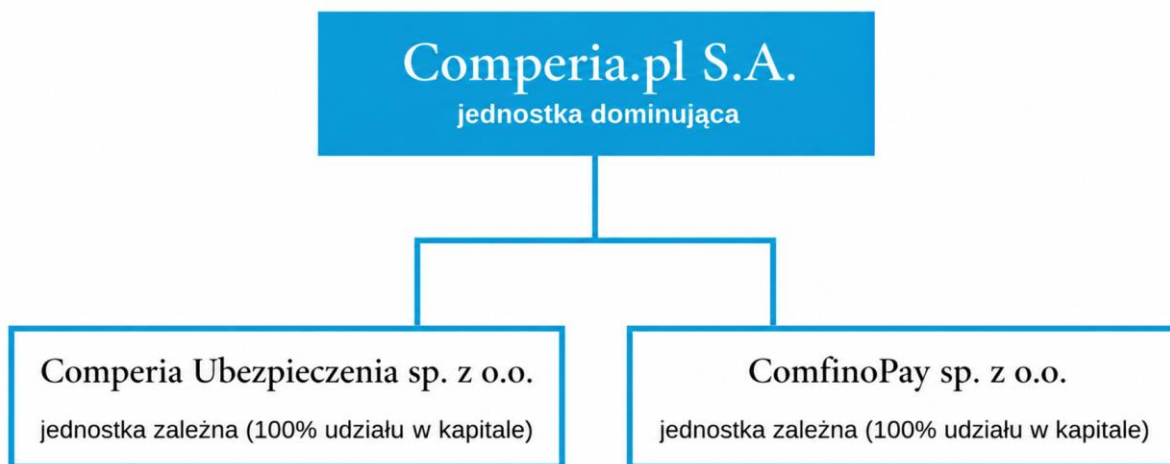
Priorytetami na kolejne okresy pozostają utrzymanie wysokiej rentowności działalności reklamowej, dalsza dywersyfikacja produktów i kanałów pozyskiwania klientów, zwiększanie skali Comfino przy stopniowej poprawie efektywności segmentu e-commerce oraz poprawa wyników działalności ubezpieczeniowej. Zarząd koncentruje działania na łączeniu wzrostu skali z poprawą efektywności poszczególnych obszarów działalności Grupy.

1. INFORMACJE PODSTAWOWE

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

1.1.Struktura Grupy Comperia.pl

Struktura Grupy Kapitałowej Comperia.pl (dalej „Grupa”) wg stanu na 30 czerwca 2026 roku przedstawia się następująco:



W okresie od 01 stycznia do 30 czerwca 2026 roku struktura Grupy kapitałowej Comperia.pl nie uległa zmianie.

1.2.Jednostka dominująca Comperia.pl S.A.

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

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

1.2.1. Charakterystyka działalności Comperia.pl S.A.

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

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

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

- Comperia.pl - pierwsza w Polsce porównywarka produktów finansowych,
- Comperialead.pl - program partnerski pozwalający zarabiać w sieci, dzięki promowaniu produktów finansowych, pozafinansowych i ubezpieczeń. Banki.pl - lokalizator placówek bankowych oraz bankomatów ze zintegrowaną porównywarką ofert bankowych,
- Compero.pl – porównywarka ofert ubezpieczeń umożliwiająca również zakup polisy ubezpieczeniowej,
- ComperiaRaty.pl – serwis kredytów i pożyczek gotówkowych dostępnych online,
- Comfino.pl – platforma finansowania zakupów dla konsumentów i firm, zapewniająca dostęp do oferty banków i fintechów w handlu internetowym i stacjonarnym, w tym do płatności odroczonej i ratalnych dostępnych na terminalach płatniczych.

Spółka rozwija program partnerski o nazwie ComperiaLead. Program „ComperiaLead” polega na udostępnieniu przez Spółkę właścicielom witryn internetowych oprogramowania w celu stworzenia przez nich na swoich stronach internetowych sekcji prezentującej porównania produktów finansowych. Sekcje te są firmowane przez markę „Comperia” oraz koherentne z porównywarekami produktów finansowych dostępnych na portalu „Comperia.pl”. Dzięki programowi „ComperiaLead” internauci mogą korzystać z porównywarek stworzonych przez Spółkę nie tylko na swoich własnych portalach, ale również na portalach partnerów programu „ComperiaLead”.

W przypadku zainteresowania konkretnym produktem oferowanym przez partnera współpracującego z Comperią (np. instytucję finansową), internauta poprzez formularz ma możliwość pozostawienia swoich danych kontaktowych (tzw. „lead”), co umożliwi temu partnerowi, kontakt z internautą i sfinalizowanie transakcji. Partnerzy Spółki, bezpośrednio lub za pośrednictwem domów mediowych, za otrzymywanie leadów płać Spółce prowizję. W przypadku zdecydowania się przez internautę na wybraną ofertę produktu finansowego i pozostawieniu przez niego swoich danych kontaktowych w ramach programu ComperiaLead Spółka dzieli się z tym uczestnikiem programu ComperiaLead wynagrodzeniem, które otrzymuje z tego tytułu od sprzedawcy danego produktu finansowego.

Działalność Spółki, polegająca na generowaniu leadów, związana jest z rynkiem internetowej reklamy efektywnościowej. Spółka osiąga również przychody z umieszczania na swoich portalach reklam wizerunkowych instytucji finansowych i pośrednictwa ubezpieczeniowego.

W okresie sprawozdawczym Comperia.pl S.A. prowadziła działalność pod marką Comfino. Comfino jest platformą finansowania zakupów dla konsumentów i firm, łączącą ofertę wielu banków i fintechów. Rozwiązania platformy są dostępne w handlu internetowym i stacjonarnym, w tym za pośrednictwem terminali płatniczych. Oferowane formy finansowania obejmują płatności odroczone, raty 0% oraz kredyty ratalne. Decyzje kredytowe podejmują współpracujące instytucje finansowe.

Po dniu bilansowym, 9 września 2026 r., działalność pod marką Comfino została przeniesiona do ComfinoPay sp. z o.o. jako zorganizowana część przedsiębiorstwa. Od tego dnia działalność tę prowadzi ComfinoPay sp. z o.o. Szczegóły reorganizacji przedstawiono w rozdziale 4.

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

1.2.2. Kapitał akcyjny

Na dzień 30 czerwca 2026 r. kapitał zakładowy Jednostki dominującej wynosił 353 954,70 zł i dzielił się na następujące serie akcji o wartości nominalnej 0,10 zł każda:

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

1.2.3. Akcje własne

Łączna ilość akcji własnych spółki na dzień publikacji raportu wynosi 386 482. W I półroczu 2026 roku Grupa nie poniosła kosztów programu motywacyjnego. Na dzień publikacji raportu w Grupie nie obowiązuje program motywacyjny.

1.3. Comperia Ubezpieczenia sp. z o.o.

Siedziba 02-673 Warszawa, Konstruktorska 13
 REGON 146713965
 NIP 5213649980
 Sąd rejestrowy Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII wydział gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego
 KRS 0000465027
 Comperia Ubezpieczenia sp. z o.o. (dalej „Jednostka zależna”, „CU”) nie posiada oddziałów.

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

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

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

1.3.2. Kapitał zakładowy

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

1.3.3. Udziały własne

W okresie 6 miesięcy zakończonych 30 czerwca 2026 roku Jednostka Zależna nie posiadała udziałów własnych.

1.4. ComfinoPay sp. z o.o. (do 2 lipca 2026 r. ComperiaPay sp. z o.o.)

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

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

1.4.1. Charakterystyka działalności ComfinoPay sp. z o.o.

Spółka posiada wpis do rejestru Małych Instytucji Płatniczych MIP242/2024 oraz wpis do Rejestru Pośredników Kredytowych i Instytucji Pożyczkowych RPK046211. Od 9 września 2026 r., po otrzymaniu zorganizowanej części przedsiębiorstwa wniesionej przez Comperia.pl S.A., prowadzi działalność Grupy w segmencie e-commerce pod marką Comfino.

1.4.2. Kapitał zakładowy

Na dzień 30 czerwca 2026 r. kapitał zakładowy Jednostki zależnej wynosił 55 000 zł. W dniu 9 września 2026 r. został podwyższony do 600 000 zł w związku z wniesieniem przez Jednostkę Dominującą zorganizowanej części przedsiębiorstwa. Wszystkie udziały pozostają w posiadaniu Jednostki Dominującej.

1.4.3. Udziały własne

W okresie 6 miesięcy zakończonych 30 czerwca 2026 roku Jednostka Zależna nie posiadała udziałów własnych.

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

2.1. Podstawa sporządzenia sprawozdania finansowego

Śródroczne skrócone skonsolidowane sprawozdanie finansowe zostało sporządzone zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej (MSSF), w tym, w szczególności w zgodności z MSR 34 „Śródroczna sprawozdawczość finansowa” oraz z Rozporządzeniem Ministra Finansów z dnia 29 marca 2018 roku w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz zgodnie z odpowiednimi standardami rachunkowości mającymi zastosowanie do śródrocznej sprawozdawczości finansowej przyjętymi przez Unię Europejską, opublikowanymi i obowiązującymi w czasie przygotowywania skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

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

2.2. Wybrane dane finansowe

Wybrane dane skonsolidowane ze sprawozdania z sytuacji finansowej

(tys. zł)	30.06.2026	31.12.2025	30.06.2025
Aktywa/Pasywa razem	28 077	32 009	28 129
Aktywa trwałe	14 511	14 830	13 967
Aktywa obrotowe	13 566	17 179	14 163
Kapitał własny	16 387	15 957	15 880

Zobowiązania razem	11 690	16 052	12 250
Zobowiązania długoterminowe	295	535	761
Zobowiązania krótkoterminowe	11 395	15 517	11 489
Liczba akcji	3 539 547	3 539 547	3 539 547
Średnioważona liczba akcji	3 153 065	3 499 394	3 153 065
Zysk (strata) na jedną akcję zwykłą (w zł)*	0,14	-0,19	-0,19
Rozwodniony zysk (strata) na jedną akcję zwykłą (w zł)	0,14	-0,19	-0,19
Wartość księgowa na jedną akcję (w zł)	4,63	4,51	4,49

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

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

Wybrane dane finansowe (w tys. zł) z rachunku zysków i strat	01.01.2026-30.06.2026	01.01.2025-30.06.2025	Δ r/r
Przychody ze sprzedaży	37 671	32 246	17%
Zysk/Strata na sprzedaży	726	-356	304%
Zysk/Strata na działalności operacyjnej	770	-364	312%
Zysk/Strata na działalności gospodarczej	668	-495	235%
Amortyzacja	1 542	1 832	-16%
EBITDA	2 313	1 468	58%
Zysk/Strata przed opodatkowaniem	668	-495	235%
Zysk/Strata netto	431	-593	173%

2.3. Analiza wyników finansowych

2.3.1. Przychody ze sprzedaży

Segment operacyjny	01.01.2026- 30.06.2026	01.01.2025- 30.06.2025	Δ r/r
Reklama efektywnościowa	23 387	20 348	15%
Dystrybucja ubezpieczeń	8 312	8 321	0%
E-commerce	6 088	3 603	69%
Razem dane skonsolidowane	37 787	32 273	17%

Przychody ze sprzedaży Grupy Kapitałowej osiągnęły w I półroczu 2026 roku wartość 37 787 tys. zł wobec 32 273 tys. zł w I półroczu 2025 roku, co oznacza wzrost o 17%. Według danych segmentowych przychody reklamy efektywnościowej wzrosły o 15%, przychody dystrybucji ubezpieczeń pozostały na zbliżonym poziomie, a przychody segmentu e-commerce wzrosły o 69%.

Kluczowe wskaźniki efektywności dla ubezpieczeń w I półroczu 2025 roku zawiera poniższa tabela.

Multiagencja - wskaźniki	01.01.2026- 30.06.2026	01.01.2025- 30.06.2025	Δ r/r
Liczba podpisanych umów z towarzystwami	33	33	0%
Inkaso	46 398	46 417	0%
Prowizja od TU dla Comperia	8 107	8 146	0%

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

e-commerce - wskaźniki	01.01.2026- 30.06.2026	01.01.2025- 30.06.2025	Δ r/r
Wartość udzielonego finansowania mln zł	99,4	58,9	69%
Liczba merchantów	3 699	2 937	26%

2.3.2. Koszty

Koszty działalności Grupy wyniosły w I półroczu 2026 roku 37 016 tys. zł i wzrosły o 13% wobec 32 637 tys. zł w okresie porównawczym, przy wzroście przychodów o 17%. Największy udział w kosztach miały usługi obce w kwocie 28 144 tys. zł oraz koszty świadczeń pracowniczych w kwocie 6 032 tys. zł.

Wybrane dane finansowe (w tys. zł) z rachunku zysków i strat	01.01.2026-30.06.2026	01.01.2025-30.06.2025	Δ r/r
Usługi obce	28 144	25 253	11%
Koszty świadczeń pracowniczych	6 032	4 824	25%
Amortyzacja	1 542	1 832	-16%
Podatki i opłaty	800	386	107%
Zużycie materiałów i surowców	242	161	50%
Pozostałe koszty	256	181	42%
Razem koszty	37 016	32 637	13%

2.3.3. Zysk netto i rentowność

Wybrane dane finansowe z rachunku zysków i strat	01.01.2026-30.06.2026	01.01.2025-30.06.2025
Rentowność EBITDA	6,14%	4,55%
Rentowność na działalności operacyjnej (marża EBIT)	2,05%	-1,13%
Rentowność zysku netto	1,14%	-1,84%
Stopa zwrotu z kapitałów własnych (ROE)	2,63%	-3,73%
Stopa zwrotu z aktywów (ROA)	1,53%	-2,11%

W I półroczu 2026 roku przychody segmentu reklamy efektywnościowej wzrosły o 14,9%, a EBITDA tego segmentu wzrosła o 58,9% wobec danych porównawczych urealnionych do obecnego mapowania kosztów. Przychody segmentu dystrybucji ubezpieczeń pozostały na zbliżonym poziomie, przy spadku EBITDA o 37,7%. Przychody segmentu e-commerce wzrosły o 69,0%, natomiast strata EBITDA segmentu zwiększyła się z 1 944 tys. zł do 2 541 tys. zł.

2.4. Objasnienie różnic pomiędzy wynikami finansowymi a publikowanymi prognozami wyników

Grupa nie publikowała prognozy wyniku finansowego na rok 2026.

2.5. Wskaźniki niefinansowe

Kluczowe wskaźniki efektywności

Nazwa wskaźnika	01.01.2026- 30.06.2026	01.01.2025- 30.06.2025	Δ r/r
Liczba partnerów ComperiaLead na koniec okresu	160 286	144 460	11%
Liczba leadów	264 886	229 677	15%
Liczba wejść na stronę*	729 731	750 372	-3%
Liczba odsłon*	2 035 158	1 937 973	5%

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

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

W I półroczu 2026 roku segment reklamy efektywnościowej osiągnął przychody w wysokości 23 387 tys. zł, co oznacza wzrost o 14,9% wobec okresu porównawczego. EBITDA segmentu wyniosła 4 675 tys. zł i była wyższa o 74,4 % wobec danych za I półrocze 2025 roku urealnionych do obecnego mapowania kosztów.

W I półroczu 2026 roku segment dystrybucji ubezpieczeń osiągnął przychody w wysokości 8 312 tys. zł, na poziomie zbliżonym do I półrocza 2025 roku. EBITDA segmentu wyniosła 180 tys. zł wobec 731 tys. zł w okresie porównawczym urealnionym do obecnego mapowania kosztów.

W I półroczu 2026 roku segment e-commerce osiągnął przychody w wysokości 6 088 tys. zł, co oznacza wzrost o 69,0% wobec okresu porównawczego. EBITDA segmentu wyniosła minus 2 541 tys. zł wobec minus 1 944 tys. zł w I półroczu 2025 roku.

4. ZDARZENIA PO ZAKOŃCZENIU OKRESU SPRAWOZDAWCZEGO

W dniu 2 lipca 2026 r. nazwa spółki zależnej ComperiaPay sp. z o.o. została zmieniona na ComfinoPay sp. z o.o. W tym samym dniu Rada Nadzorcza spółki ustaliła, że Zarząd składa się z dwóch osób, oraz powołała Łukasza Tatarkiewicza na Członka Zarządu.

W dniu 9 września 2026 r. Comperia.pl S.A. zawarła z ComfinoPay sp. z o.o. umowę przeniesienia zorganizowanej części przedsiębiorstwa obejmującej wyodrębniony organizacyjnie, finansowo i funkcjonalnie zespół składników służących prowadzeniu działalności w obszarze płatności internetowych (e-commerce) pod marką Comfino. ZCP została wniesiona do ComfinoPay jako wkład niepieniężny o wartości 13 992 tys. zł na pokrycie 1 090 nowych udziałów o łącznej wartości nominalnej 545 tys. zł; kapitał zakładowy ComfinoPay został podwyższony z 55 tys. zł do 600 tys. zł.

Skutkiem reorganizacji dla Comperia.pl S.A. jest przeniesienie prowadzenia działalności e-commerce pod marką Comfino ze struktury Comperia.pl S.A. do ComfinoPay sp. z o.o. W zamian za wniesioną ZCP Comperia.pl S.A. objęła nowe udziały w ComfinoPay sp. z o.o. Celem reorganizacji jest zwiększenie przejrzystości i efektywności działalności Grupy poprzez kontynuowanie działalności e-commerce w strukturze spółki zależnej posiadającej status Małej Instytucji Płatniczej.

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

5.1. 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.

5.2. Zwiększanie pozyskiwanego ruchu internetowego oraz maksymalizacja wskaźnika konwersji

Ze względu na znaczną część przychodów Grupy, które generowane są bezpośrednio z monetyzowania ruchu internetowego skupianego przez narzędzia, porównywarki i serwisy, Grupa skupia się na maksymalizowaniu efektywności z pozyskanego ruchu i szuka dodatkowych, kontekstowych i konwersyjnych źródeł ruchu w kategoriach finanse

i ubezpieczeniowej. Za pośrednictwem posiadanych narzędzi analitycznych, testowane są różne formy komunikacji marketingowej w kierunku użytkowników oraz formularzy, narzędzi, widgetów, kalkulatorów, aby osiągnąć coraz wyższe współczynniki konwersji na ruchu przychodzącym.

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

5.3.Rozwój ComperiaLead

Minione półrocze było okresem intensywnego rozwoju ComperiaLead, w którym skupiliśmy się na działaniach mających bezpośredni wpływ na efektywność współpracy z naszymi partnerami i poszerzenie oferty produktowej.

Kluczowym krokiem w rozwoju było zastosowanie sztucznej inteligencji w komunikacji z naszymi wydawcami. Dzięki AI mogliśmy szybciej odpowiadać na ich potrzeby oraz dostarczać spersonalizowane rekomendacje dotyczące kampanii, co przełożyło się na lepsze wyniki i głębsze relacje partnerskie.

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

Znaczną część działań skoncentrowaliśmy na rozwoju i promocji produktów firmowych. To pozwoliło nam wyróżnić się na tle konkurencji, a naszym wydawcom dało dostęp do unikalnych ofert, które zwiększają potencjał sprzedażowy i konwersyjny kampanii.

Dużą uwagę poświęciliśmy kampaniom kont osobistych, które stanowią jeden z filarów działalności ComperiaLead. Dzięki optymalizacji podejścia do tego segmentu udało się nam poprawić jakość leadów i zwiększyć efektywność działań marketingowych, co pozytywnie wpłynęło na wyniki naszych partnerów.

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

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

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

5.4. Rozwój działalności ubezpieczeniowej

Na koniec pierwszego półrocza 2026 roku Grupa miała podpisane umowy z 33 towarzystwami ubezpieczeniowymi i współpracowała z ponad 600 agencjami, co umożliwia generowanie dodatkowego przypisu i inkasa składki.

Grupa zamierza rozwijać działalność ubezpieczeniową, wykorzystując istniejącą sieć sprzedaży i platformę Comperia Agent, przy jednoczesnym zwiększaniu zróżnicowania oferty produktowej. Działania te mają wspierać poprawę rentowności oraz ograniczać zależność wyników od obecnej struktury portfela. W drugiej połowie roku planowane jest wprowadzenie nowych produktów do platformy Comperia Agent oraz dalszy rozwój ich sprzedaży. Istotnym uwarunkowaniem pozostaną warunki rynkowe, w tym polityka towarzystw ubezpieczeniowych.

6. 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.

6.1. Czynniki ryzyka związane z działalnością Grupy

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

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

6.1.2. Spółki Grupy są ekspozowane na ryzyko związane z konkurencją

Grupa Comperia.pl prowadzi działalność na konkurencyjnych rynkach internetowej reklamy efektywnościowej i wizerunkowej, pośrednictwa w dystrybucji produktów finansowych i ubezpieczeniowych oraz rozwiązań wspierających finansowanie zakupów. Charakter i intensywność konkurencji różnią się w zależności od segmentu działalności Grupy.

W obszarze porównywania i dystrybucji produktów finansowych do konkurentów Grupy należą w szczególności Totalmoney.pl, Rankomat.pl oraz eBroker.pl, a także portale

finansowe i biznesowe, w tym Bankier.pl i Money.pl, konkurujące m.in. o ruch użytkowników oraz budżety reklamowe instytucji finansowych.

W segmencie ubezpieczeniowym Grupa konkuruje zarówno z tradycyjnymi multiagencjami i sieciami pośredników, jak również z internetowymi porównywarkami i platformami sprzedaży ubezpieczeń, w tym Rankomat.pl, Mubi.pl oraz Punkta.pl. Konkurencję stanowią również własne kanały sprzedaży zakładów ubezpieczeń.

W segmencie e-commerce, w ramach którego rozwijane jest Comfino, konkurencję stanowią podmioty oferujące płatności odroczone, finansowanie ratalne oraz inne formy finansowania zakupów. Do podmiotów i rozwiązań działających na polskim rynku należą m.in. PayPo, Klarna, Twisto oraz BLIK Płacę Później. W obszarze finansowania klientów biznesowych konkurencję stanowią również rozwiązania typu embedded finance i BNPL B2B, w tym PragmaPay. Konkurencję dla Grupy stanowią ponadto rozwiązania ratalne i kredytowe oferowane bezpośrednio przez banki oraz rozwiązania integrowane przez operatorów płatności i bramki płatnicze.

Model Comfino różni się od części wymienionych rozwiązań tym, że integruje w jednym środowisku oferty wielu banków i fintechów oraz różne formy finansowania dla konsumentów i przedsiębiorców. Rozwiązania Comfino są dostępne zarówno w handlu internetowym, jak i stacjonarnym, w tym poprzez integrację płatności odroczonych i ratalnych z terminalami płatniczymi.

Część podmiotów oferujących własne produkty finansowania współpracuje jednocześnie z Comfino jako dostawcy finansowania. W konsekwencji otoczenie konkurencyjne segmentu e-commerce obejmuje zarówno konkurencję pomiędzy poszczególnymi metodami finansowania, jak i konkurencję o pozyskanie partnerów handlowych, instytucji finansowych oraz dostęp do kanałów dystrybucji.

Emitent wskazuje na dynamiczny charakter rynków, na których działa Grupa, rozwój nowych modeli dystrybucji produktów finansowych i ubezpieczeniowych oraz możliwość pojawiania się nowych podmiotów i rozwiązań technologicznych. Wzrost konkurencji może prowadzić do zwiększenia kosztów pozyskania klientów, presji na poziom wynagrodzeń i marż, a także utrudniać pozyskiwanie i utrzymywanie partnerów biznesowych. Grupa ogranicza powyższe ryzyka poprzez rozwój technologii, dywersyfikację produktów i kanałów dystrybucji oraz poszerzanie współpracy z partnerami finansowymi i handlowymi

6.1.3. 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 wiarygodności, renomy i popularności serwisów prowadzonych przez Grupę i bezpośrednio przekładać się na spadek jej przychodów.

6.1.4. 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.

6.1.5. 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 umożliwienia podejmowania natychmiastowych działań w sytuacjach zagrożenia.
- Wprowadzenie do strategii komunikacyjnej firmy content marketingu (zarządzania treścią). Działania content marketingowe można podzielić na tworzenie danych (raporty, analizy, artykuły) oraz zacieśnianie współpracy z partnerami z programu ComperiaLead. Grupa tworzy własne środowisko internautów żywo zainteresowane 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.

6.1.6. 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.

6.1.7. 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.

6.1.8. 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 osiąganego 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.

6.1.9. 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.

6.1.10. 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.

6.1.11. 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.

6.1.12. 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.

6.2. Czynniki ryzyka związane z otoczeniem Grupy

6.2.1. 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.

6.2.2. 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.

6.2.3. 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 osiąmane 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.

6.2.4. Spółki Grupy są ekspozowane na ryzyko związane z koniunkturą na rynku ubezpieczeń

Rynek ubezpieczeń charakteryzuje się zmiennością cen oraz okresowym nasileniem konkurencji pomiędzy towarzystwami ubezpieczeniowymi. Presja cenowa, w szczególności w segmencie ubezpieczeń komunikacyjnych, może prowadzić do obniżenia średniej składki, a tym samym wartości inkasa i przychodów Grupy z dystrybucji ubezpieczeń. Ze względu na istotny udział produktów komunikacyjnych w portfelu ryzyko to może wystąpić nawet przy wzroście liczby wystawionych polis. Dodatkowym czynnikiem ryzyka są możliwe zmiany wysokości prowizji wypłacanych pośrednikom przez towarzystwa ubezpieczeniowe, które mogą negatywnie wpływać na marżę i rentowność segmentu.

Grupa ogranicza powyższe ryzyko poprzez rozwój oferty produktowej, poprawę efektywności sieci sprzedaży oraz działania zmierzające do zmniejszenia zależności od obecnej struktury portfela.

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

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

7. ZARZĄDZANIE RYZYKIEM FINANSOWYM

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

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

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

7.1. 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.

7.2. 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.

7.3. 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.

7.4. 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.

8. TRANSAKCJE Z JEDNOSTKAMI POWIĄZANYMI

Spółki Grupy Kapitałowej Comperia.pl S.A. nie zawierały w I połowie 2026 roku transakcji z podmiotami powiązanymi, które pojedynczo lub łącznie są istotne i zostały zawarte na innych warunkach niż rynkowe.

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

9.1. Akcjonariat Comperia.pl S.A.

Na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania, kapitał Jednostki dominującej wynosił 353.957,70 zł i dzielił się na następujące serie akcji o wartości nominalnej 0,10 zł każda:

Według wiedzy Jednostki dominującej, na dzień przekazania niniejszego raportu półrocznego, akcjonariuszami posiadającymi co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki są podmioty wskazane w poniższej tabeli.

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

Akcjonariusz	Liczba akcji	% akcji	Wartość nominalna (w PLN)	Liczba głosów na walnym zgromadzeniu	% udział głosów na walnym zgromadzeniu
Talnet Holding Limited	744 890	21,04%	74 489,00	1 089 890	25,79%
Marek Dojnow	637 378	18,01%	63 737,80	841 809	19,92%
Adam Jabłoński	136 286	3,85%	13 628,60	272 572	6,45%
F413 Fundacja Rodzinna	281 482	7,95%	28 148,20	281 482	6,66%
Akcje Własne	386 482	10,92%	38 648,20	386 482	9,15%
Pozostali	1 353 029	38,23%	135 302,90	1 353 029	32,02%
Razem	3 539 547	100,00%	353 954,70	4 225 264	100,00%

Informacje dotyczące osób zarządzających i nadzorujących

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

Akcjonariusz	Liczba akcji	% akcji	Wartość nominalna (w PLN)	Liczba głosów na walnym zgromadzeniu	% udział głosów na walnym zgromadzeniu
Marek Dojnow	637 378	18,01%	63 737,80	841 809	19,92%
Adam Jabłoński	136 286	3,85%	13 628,60	272 572	6,45%
Szymon Fiecek	111 136	3,14%	11 113,60	111 136	2,63%
Cezary Tokarski	10	0,00%	1,00	10	0,00%

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

10.POSTĘPOWANIA SĄDOWE

W I półroczu 2026 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 2026 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 2026 roku Zarząd Comperia.pl S.A. działał w następującym składzie:

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

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

Na dzień 30 czerwca 2026 roku Zarząd Comperia Ubezpieczenia sp. z o.o. działał w następującym składzie:

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

12.3. Zarząd ComfinoPay sp. z o.o. (do 02.07.2026 r. ComperiaPay sp z o.o)

Na dzień 30 czerwca 2026 roku Zarząd ComperiaPay sp. z o.o. działał w następującym składzie:

- Szymon Fiecek – Prezes Zarządu.

W dniu 2 lipca 2026 r. Rada Nadzorcza spółki ustaliła dwuosobowy skład Zarządu i powołała Łukasza Tatarkiewicza na Członka Zarządu. Szymon Fiecek pozostał Prezesem Zarządu.

12.4. Rada Nadzorcza Comperia.pl S.A.

Skład Rady Nadzorczej na dzień 30 czerwca 2026 roku oraz na dzień sporządzenia skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego przedstawiał się następująco:

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

W okresie od 01 stycznia do 30 czerwca 2026 nie miały miejsca zmiany w składzie Rady Nadzorczej.

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

Na dzień 30 czerwca 2026 roku Rada Nadzorcza Comperia Ubezpieczenia sp. z o.o. działała w następującym składzie:

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

12.6. Rada Nadzorcza ComperiaPay sp. z o.o.

Na dzień 30 czerwca 2026 roku Rada Nadzorcza ComperiaPay sp. z o.o. działała w następującym składzie:

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

Warszawa, 17 września 2026 roku.

Zarząd Comperia.pl S.A.:

Prezes Zarządu
Szymon Fiecek

Członek Zarządu
Cezary Tokarski